

GİRİŞİMCİ ÖZELLİKLERİ VE FİRMA NİTELİKLERİNİN İHRACAT PERFORMANSINA ETKİSİ: KOBİ'LER ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Yrd. Doç. Dr. Ali DANIŞMAN
Çukurova Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü
01330, Adana
Tel: (322) 338 7254 / 258
Faks: (322) 338 7286
adanis@cu.edu.tr

Arş. Gör. Ahmet Gökhan SÖKMEN
Çağ Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü
33800, Yenice / Mersin
Tel : (324) 651 48 00
Faks: (324) 651 48 11
gokhansokmen@cag.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada, KOBİ'lerde girişimci özellikleri ve firma niteliklerinin ihracat performansı üzerinde ne derece etkili olduğu incelenmiştir. Kaynak Tabanlı yaklaşım esas alınarak, firmanın başında bulunan firma sahip ya da profesyonel yöneticilerin eğitim düzeyi ve girişimcilik eğilimi daha yüksek olan KOBİ'lerle büyüklük, teknolojik düzey ve ihracat desteklerinden yararlanma açısından daha fazla niteliklere sahip KOBİ'lerde ihracat performansının daha yüksek olacağı ileri sürülmüştür. KOBİ Bilgi Sitesi veri tabanında kayıtlı KOBİ'ler üzerinde yapılan araştırma sonuçları, ihracat performansının ölçüm şekline göre etkileyici faktörlerin değiştiğini göstermiştir. İhracat performansı ihracat yoğunluğuna göre ölçüldüğünde, teknolojik düzeyi yüksek ve nispeten büyük firmaların ihracatta daha fazla başarı sergiledikleri ortaya çıkmıştır. İhracat performansı memnuniyet düzeyine göre ölçüldüğünde ise, teknolojinin ve firma büyüklüğünün etkisi kaybolmuş, firma başındaki yöneticilerin girişimci eğilimi ve firmanın ihracat desteklerinden yararlanabilme yeteneğinin daha fazla etkili olduğu görülmüştür. Araştırmada elde edilen sonuçlar, kuramsal alan ve uygulama açısından tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İhracat performansı, KOBİ'ler, Girişimci özellikleri, Firma nitelikleri, Kaynak tabanlı yaklaşım.

THE IMPACT OF ENTREPRENEUR FEATURES AND FIRM CHARACTERISTICS ON EXPORT PERFORMANCE: AN EMPIRICAL STUDY OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES.

ABSTRACT

This study investigates the extent to which entrepreneur features and firm characteristics affect export performance in Small and Medium Sized Enterprises (SMEs). Based on the resource-based view, it has been argued that SMEs will display a higher level of export performance as their heads have more education degree and entrepreneurial orientation, and as they get larger in size, possess more advanced technological capacity, and have more ability to use export supports. Findings of an empirical survey conducted among SMEs registered in the database of KOBİ information site exhibit differences by measure of export performance. When export performance was measured by export intensity, SMEs with larger size and higher level of technological capacity have been found to display a higher degree of export performance. When the export

performance was measured by satisfaction level, the impact of technology and size disappeared; instead, entrepreneurial orientation of SMEs' heads and ability to get export support arose as more deterministic factors of export performance. The implications of the findings for both theory and practice are discussed.

Keywords: Export performance, SMEs, Entrepreneur features, Firm characteristics, Resource-based view.

GİRİŞ

Dünyada her geçen gün ortaklaşa girişim ya da doğrudan yabancı yatırımların sayısında büyük artışlar olmakla birlikte, ihracat, özellikle Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ'ler) için uluslararasılaşma sürecinin en önemli aşamasını oluşturmaktadır (Dhanaraj ve Beamish, 2003). Diğer yandan, Türkiye'de, KOBİ'ler, sayısal olarak, toplam işletmelerin yaklaşık % 99'unu oluşturmalarına karşın, ihracatta sadece % 10'luk bir paya sahip bulunmaktadırlar. Ülkemizde KOBİ'lerin ihracat payları neden bu kadar düşüktür? KOBİ'ler ihracatta neden yeterince başarılı olamamaktadırlar? Değişik ülkelerde yapılan kuramsal çalışmalar ve görgül araştırmalar, ihracatta başarının çok değişik faktörlere bağlı olduğunu göstermektedir (Cavusgil ve Nevin, 1981; Aaby ve Slater, 1989; Zou ve Stan, 1998; Reid, 1981; Adams ve Hall, 1993; Diamontopoulos ve Inglis, 1988; Rodric, 1995; Naidu ve Prasad, 1994; Samiee ve Walters, 1990; Seringhaus, 1993; Zou ve Stan, 1998; Madsen ve Servais, 1997; Donthu ve Kim, 1993; Reuber ve Fisher, 1997; Souchon ve Diamantopoulos 1996; Shaw ve Hassan, 2002; Dhanaraj ve Beamish, 2003). Bunlardan bazıları, çevresel faktörler ile ilgili iken, bazılarının da firma içi faktörlere bağlı bulunduğu görülmektedir. Belirli bir ulusal ya da endüstriyel ortamdaki işletmeler çevresel faktörlerden genelde benzer şekilde etkilenirken, ihracattaki başarıları büyük ölçüde kendi nitelik ve yetenekleri ile yöneticilerinin özelliklerine göre değişebilmektedir. Bu doğrultuda, Beamish ve Dhanaraj (2003), Stratejik Yönetim alanındaki Kaynak Tabanlı Yaklaşımına dayanarak (Barney, 1991), ihracatta performansın firma kaynak ve yeteneklerine bağlı olduğunu ileri sürmektedir. Buna göre, uluslararasılaşma sürecinde daha uygun kaynak ve niteliklere sahip olan firmaların, diğerlerine göre ihracatta daha fazla başarı elde edebilecekleri düşünülmektedir (Beamish ve Dhanaraj, 2003, Barney, 1991). Bu bilgi ve görüşler ışığında, bu çalışmada, KOBİ'lerin ihracat performansında uluslararasılaşma sürecinde önemli kaynaklar arasında yer alan girişimci özellikleri ile firma nitelik ve yeteneklerinin ne derece belirleyici olduğu tespit edilmeye çalışılmaktadır.

Çalışmanın bu şekilde, öncelikle, Türkiye ortamında faaliyette bulunan KOBİ'lerde ihracat performansının belirleyicilerine ilişkin yazına katkı sağlaması beklenmektedir. Diğer yandan, çalışma, ihracat performansı üzerinde girişimci özellikleri ve firma niteliklerinin ne derece etkili olduğunun anlaşılmasını sağlayarak, ihracatta başarılı olmak isteyen KOBİ'lerin ve bunlara destek sağlayan kamu kuruluşlarının daha çok hangi faktörlere ağırlık vermeleri gerektiği konusunda aydınlatıcı bilgi sağlayabilecektir.

Çalışmada ilk olarak ihracat performansı kavramı açıklanmaktadır. Daha sonra, ihracat performansının belirleyicileri üzerinde durulmaktadır. Bunu girişimci özellikleri ve firma nitelik ve yeteneklerinin ihracat performansına etkilerine ilişkin tartışmalar ve hipotezler izlemektedir. Sonrasında, araştırma yöntemi hakkında bilgi verilmekte ve

elde edilen bulgular sunulmaktadır. Son olarak, araştırma bulguları değerlendirilerek kuramsal ve pratik açıdan çıkarımlar yapılmaktadır.

İHRACAT PERFORMANSI

İhracat performansı, çok çalışılan bir konu olmakla birlikte, tanımı üzerinde bir netlik bulunmamaktadır. Kavramsal olarak ihracat performansı, genelde, ihracatta etkinlik, yeterlilik ve sürekli ihracatla ilgilenme anlamlarında kullanılmaktadır (Aaby ve Slater, 1989; Madsen, 1989; Shoham, 1998). Bundan dolayı, ihracat performansının ölçümü, genelde ihracat yoğunluğunu, algılanan karlılığı, memnuniyet düzeyini ve süreklilik arz eden ihracat faaliyetini kapsamaktadır (Shoham, 1998; Tookey, 1964; Bilkey, 1982; Brooks ve Rosson, 1982).

Shoham (1998) ihracat performansının kavramsal tanımının, kavramın iki terimi olan ihracat ve performans, ayrı ayrı işaret etmesi gerektiğini belirtmektedir. İhracat, genelde, uluslararasılaşmanın bir aşaması olarak, yerel pazarlarda üretilen malların yabancı piyasalara pazarlanması olarak tanımlanmaktadır (Shoham, 1998). Bu şekilde, ihracat, uluslararası alanda aktif firmaların uluslararası ve pazarlamaya ilişkin kararları ve faaliyetleri olarak görülmektedir (Cavusgil ve Nevin, 1981). İhracat, aslında, firmaların uluslararasılaşma sürecinin ilk aşamasıdır. İhracatı uluslararasılaşmanın sonraki aşamalarından ayıran en belirgin özellik, ihracatta, kontrolün doğrudan firmada olmamasıdır (Shoham, 1998). Örneğin, uluslararasılaşmanın daha ileri aşaması olan ortak girişim ya da direkt yatırımlarda uluslararası faaliyetler firmanın kontrolü altında yürürken, ihracatta böyle bir şey söz konusu değildir; ihracat, doğrudan ya da aracılar ve dağıtıcılar aracılığıyla sağlanan satış yoluyla yapılır.

Performans kavramı ise, stratejik yönetim yazınında, firmaların satışları ve karlılığı ile bunlarda ve pazar payında sağlanan değişime göre ifade edilmektedir. Bu açıdan, birçok araştırmada, performans, firmaların satışları, satış karları ve pazar paylarında sağlanacak bir artış yüksek performansın ölçüsü olarak değerlendirilmektedir (Shoham, 1998; Dheneraj ve Beamish, 2003). Bunun yanında, firmaların satış, karlılık ve pazar payından memnuniyeti de yüksek performansın belirlenmesinde önem arz etmektedir (Shoham, 1998).

Bu açıklamalardan sonra, ihracat ve performans kavramları bir araya getirildiğinde, ihracat performansı, ihracattan elde edilen satışların yoğunluk derecesine ve ihracattan elde edilen memnuniyete göre ifade edilebilecektir. Belki biraz daha genel bir ifade ile ihracat performansı, Shoham (1998) tarafından belirtildiği üzere, uluslararası satışlarının bütünleşik sonucu olarak tanımlanabilecektir. Buna göre, ihracat performansında, sadece ihracat satışlarının miktarı ve değeri değil, firma yönetiminin bunlardan ne derece memnun olduğu da önem arz etmektedir.

İHRACAT PERFORMANSININ BELİRLEYİCİLERİ

İhracat performansının belirleyicileri üzerinde çok sayıda çalışma yapılmış bulunmaktadır (Miesenbock, 1988; Madsen, 1989; Gemunden, 1991; Zou ve Stan, 1998; Piercy, 1981; Leonidou, Katsikeos ve Samiee, 2002; Moini, 1995; Morgan ve Katsikeas, 1998; Morgan, 1997; Cavusgil ve Zou, 1994). Bu çalışmalardan bazılarında ihracat performansının belirleyicileri olarak çevresel faktörler üzerinde durulurken (Diamontopoulos ve Inglis, 1988; Beamish 1985; Mc Dougall ve Oviatt 1996; Lee ve Yang, 1990), bazılarında da firma içi faktörler üzerinde yoğunlaşmıştır (ör: Littunen,

2000; Aaby ve Stater,1989). Yapılan kuramsal çalışmalar ve görgül araştırmalar, hem çevresel faktörlerin hem de firma kaynaklarının ihracat performansında belirli ölçüde etkili olduğunu göstermektedir (Zou ve Stan 1998). Örneğin, Madsen (1989), ihracat performansını belirleyen faktörleri çevresel, örgütsel ve stratejik faktörler olarak üç grupta toplamaktadır. Diğer yandan, başka çalışmalarda, ihracat performansını etkileyen faktörlerin genel olarak dış çevresel faktörler ve iç çevresel faktörler olmak üzere iki grup altında toplandığı da görülmektedir (Aaby ve Slater, 1989; Zou ve Stan, 1998). Bu ayırıma uygun olarak sonradan yapılan çalışmaların geneli, ihracat performansının belirleyicileri olarak ya çevresel faktörler üzerinde ya da örgüt içi faktörler üzerinde odaklanmışlardır. Bu çalışmada çevresel faktörlerin etkisi kabul edilmekle birlikte, örgüt içi faktörlerin etkisi incelenmektedir. Türkiye’de ekonomik perspektiften bakılarak çevresel faktörler üzerinde ihracat performansının etkisini ortaya koyan çalışmalar bulunmakla birlikte, işletme içi faktörlerin etkisi üzerinde çok sayıda çalışma yapılmadığı görülmektedir.

Örgütsel faktörlerin ihracat performansı üzerindeki etkisi genel olarak Kaynak Tabanlı görüşe dayanmaktadır (Beamish ve Dhanaraj, 2003). Bu görüşe göre, firmalar rekabet avantajını sahip oldukları kaynaklar ile sağlayabilirler (Barney, 1991). Firmalar rakiplerine göre daha özgün kaynaklara sahip oldukça, daha yüksek performans elde edebileceklerdir. Bu bağlamda, firma kaynakları ile ihracat performansı arasında da bir ilişki kurulabilecektir (Yang, Leone ve Alden 1992; Westhead ve Wright, 2001; Bloodgood vd., 1996). Nitekim, yapılan çeşitli araştırmalarda, firma kaynaklarının uluslararasılaşma sürecinde ve dolayısıyla ihracat performansında önemli bir role sahip olduğuna işaret etmektedir. Örneğin, Bloodgood vd. (1996), yapmış oldukları bir araştırmada, uluslararasılaşma faaliyetleri açısından uygun kaynaklara sahip olan firmaların diğerlerine göre ihracata daha fazla yoğunlaştığını göstermektedir. Buna göre, firmaların ihracatta sergileyecekleri performans, sahip oldukları kaynaklara göre değişebilmektedir. Burada, ne tür kaynaklara sahip olan KOBİ’lerin ihracatta hangi açılardan daha yüksek performans sergilediklerinin ortaya konulması önem arz etmektedir.

Firmalar çok değişik kaynaklara sahip olmakla birlikte, bunlar arasında özellikle bazıları ihracat açısından önem taşımaktadır. Örneğin, mevcut araştırmalar ihracat performansının özellikle firma nitelikleri, teknolojik kapasite ve girişimci özelliklerine göre önemli ölçüde değişebildiğini göstermektedir. Bu doğrultuda, bu çalışmada, Türkiye’de KOBİ’lerin ihracat performansı üzerinde daha çok firma niteliklerinin mi, yoksa girişimci özelliklerinin mi etkili olduğu anlaşılmasına çalışılmaktadır.

KOBİ’LERİN İHRACATINDA GİRİŞİMCİ ÖZELLİKLERİ VE FİRMA NİTELİKLERİNİN ETKİSİ

KOBİ’lerde ihracat performansı üzerinde firma nitel girmeden önce çalışmada KOBİ tanımının nasıl ele alındığının belirtilmesi faydalı olacaktır. Esasen, KOBİ’lerin tanımlanmasında, genel olarak, personel sayısı ve bilanço değerleri esas alınmakla birlikte, bu ölçütlere göre KOBİ’lerin sınırının çeşitli kişi ve kurumlarca farklı değerlendirildiği görülmektedir. Bu görüş ve değerlendirmelere girmek, bu çalışmanın amacının ötesindedir. Bu çalışmada, Avrupa Birliğiyle uyum çerçevesinde, Bakanlar Kurulu kararı ile kabul edilen KOBİ tanımı esas alınmıştır. Buna göre, çalışan sayısı

250'den az, ancak yıllık cirosu 1 milyon YTL ile 25 milyon YTL arasında olan işletmelerin KOBİ kapsamında yer aldığı düşünülmüştür.

KOBİ'lerde ihracat performansını örgütsel faktörler arasında daha çok hangileri belirlemektedir? Yapılan araştırmalar birçok faktör arasında özellikle girişimci özellikleri ile firma nitelik ve yeteneklerinin KOBİ'lerin ihracatında önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir (Mostafa, Wheeler ve Jones, 2005). Dolayısıyla, bu çalışmada birçok faktör üzerinde durmak yerine, Türkiye'de faaliyette bulunan KOBİ'lerin ihracatı üzerinde daha çok girişimci özelliklerinin mi, yoksa firma nitelik ve yeteneklerinin mi etkili olduğu anlaşılmaya çalışılmaktadır.

Girişimci Özellikleri ve İhracat Performansı

Yapılan birçok araştırma ihracat yapan KOBİ'lerle ihracat yapmayanlar arasındaki farkın önemli ölçüde girişimci özelliklerine bağlı olduğunu göstermektedir (Cavuşgil ve Naor, 1987; Ward,1993; Beamish ve Dhanaraj, 2003; Brooks ve Rosson, 1982; Koh, 1991; Bilkey ve Teasar, 1977). Özellikle girişimcilerin risk alma eğiliminin ihracat performansında önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir (Daniele, 1994; Denis ve Depelteau, 1985; Brooks ve Rasyon, 1982; Bernard ve Wagner, 1997; Bernard ve Jensen, 1999; Dichtl ve Mueller, 1990; Davidsson, 1991; Cavuşgil ve Naor, 1987). Ayrıca, girişimcilerin pazar araştırmalarına ve yeniliğe verdiği önem, ziyaret ya da başka yollarla yabancı pazarlar hakkında bilgi edinebilme becerileri ve başarıya duydukları istekler de firmaların ihracat performansı üzerinde etkisi olacaktır (Thompson,1999). Bu nedenle bu ziyaretler sırasında girişimcinin bire bir iletişim kurabilmesi açısından yabancı dili akıcı bir şekilde konuşmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

Girişimcilerin eğitim düzeyi ve yabancı dil bilgisinin de ihracat performansı üzerinde etkisi olduğuna dair bulgulara rastlanmaktadır (Gemunden, 1991; Koh, 1991; De Luz, 1993; Bilkey ve Teaser, 1977; Dunning, 1998; Sullivan,1994). Bu bilgiler ışığında, Türkiye'de faaliyette bulunan KOBİ'lerde de üst düzey yöneticilerin girişimcilik eğilimleri ile eğitim düzeylerinin ihracat performansı üzerinde belirleyici bir role sahip olacağı düşünülebilecektir. Bu bağlamda, aşağıdaki hipotezler ileri sürülebilecektir:

H1a: Üst düzey yöneticilerinin / sahiplerinin girişimcilik eğilimi yüksek olan KOBİ'lerde, ihracat performansı daha fazla olacaktır.

H1b: Üst düzey yöneticilerinin / sahiplerinin eğitim düzeyi yüksek olan KOBİ'lerde, ihracat performansı daha fazla olacaktır.

Firma Nitelikleri ve İhracat Performansı

İhracat performansına etkisine yönelik firma nitelikleri olarak en fazla üzerinde durulan faktörler arasında firma boyutu ve teknoloji dikkat çekmektedir (Dhanaraj ve Beamish, 2003). Bunların dışında, Türkiye'de ihracat destekleri önemli bir etken olduğu için Türkiye'de yapılan bir araştırmada üzerinde durulması gereken konular arasında yer almaktadır.

İhracat performansının belirleyicileri üzerine yapılan birçok araştırmada, firma büyüklüğü ile ihracat performansı arasında pozitif bulgulara rastlanmıştır (ör. Cavuşgil ve Naor, 1987). Örneğin, Cavuşgil ve Zou (1994), Amerikan İhracatçılar üzerinde yaptıkları araştırmada, çalışan sayısı ve yıllık cirosu fazla olan firmaların diğerlerine

göre ihracatta daha iyi performans gösterdiklerini bulmuşlardır. Kaynak ve Kuan (1993), bu durumu, firmaların boyutu ve ihracat hacmi büyüdükçe, pazarlardaki tutumlarının değiştiğini ve bu yüzden ihracatlarının boyutunun da büyüdüğünü belirterek açıklamaktadır. Bu doğrultuda, Dhanaraj ve Beamish (2003) da gözden geçirdikleri çeşitli çalışmalardan hareketle, yıllık ciro ve çalışan sayısına göre firma büyüklüğü ile ihracat performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu belirtmişlerdir. Bu bilgilere göre, firmaların boyutlarının artması ile birlikte ihracat performanslarının da artma eğilimi taşıyacağı ileri sürülebilecektir. Bu öngörü aşağıdaki şekilde ifade edilebilecektir:

H2a: KOBİ'lerde firma büyüklüğü ile ihracat performansı arasında pozitif bir ilişki olacaktır.

KOBİ'lerde ihracat performansını etkileyebileceği düşünülerek ele alınan bir diğer faktör teknolojidir. Esasen, KOBİ'lerin sahip olduğu teknoloji ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda çalışma bulunmaktadır (De Luz,1993; Beamish, 1985; Beamish, Craig ve Mclellan, 1993; Kirpalani ve Macintosh, 1980; Styles and Ambler, 1994; Kırım, 1990; Lamb ve Liesch, 2002; Buckley ve Casson,1991; Madsen, 1989). Bu çalışmaların genelinde ileri teknoloji kullanan KOBİ'lerde ihracat performansının daha iyi olduğu ortaya konulmuş bulunmaktadır. Özellikle AR-GE faaliyetlerinin ve ürün özelliklerinin ihracat performansını önemli ölçüde arttırdığı görülmektedir (Beamish ve Dhanaraj, 2003; Kedia ve Chhokar, 1986; Hadjimanolis, 2000; Forrest, 1990; Karagozoglu ve Lindell 1998; Gemunden, 1991). Örneğin, Beamish, Craig ve Mclellan, 1993) Kanadalı ihracatçı işletmeler üzerine yaptıkları araştırmada ürün teknolojisi ile ihracat satışlarının toplam satışlara oranı arasında pozitif yönlü güçlü bir ilişkisi olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu görüş ve bulgulara dayanarak, bu çalışmada da firmaların teknolojik düzeyinin ihracat performansları üzerinde pozitif bir etki yapacağı düşünülmektedir. Buna göre, aşağıdaki hipotez ileri sürülebilecektir.

H2b: KOBİ'lerin teknolojik düzeyi arttıkça, ihracat performansları da artacaktır.

Günümüzde sahip oldukları kaynaklar bakımından sıkıntılar yaşayan KOBİ'ler hem iç piyasalarda hem de dış piyasalarda rekabet açısından büyük zorluklarla karşılaştıkları ortadadır. Özellikle ihracatla uğraşan firmalar açısından kaynak sıkıntıları daha büyük sorun haline gelebilmektedir. İhracatla uğraşan KOBİ'lerin yaşadığı kaynak sıkıntılarını hafifletmek için kamu kurumları tarafından bir takım destekler sağlanabilmektedir. Bu desteklerin şekli ve miktarı ülkeden ülkeye değişmektedir. Türkiye'de KOBİ'lere ihracat destekleri, genel olarak KOSGEB ve İGEME tarafından sağlanmaktadır. Bunların dışında, Dış Ticaret Müsteşarlığı ve İhracatçı Birlikleri gibi kuruluşlar tarafından sağlanan destekler de bulunmaktadır. Bu destekler, genelde, ticareti yönlendirme desteği, KOSGEB Danışmanlık Desteği, Özel eğitim desteği, Yurtiçi uluslar arası sanayi ihtisas fuarlarına katılım desteği, yurtdışı fuarlara katılım desteği, Marka oluşturma desteği, araştırma- geliştirme yardımı, pazar araştırma, eğitim yardımı, yurtdışında ofis-mağaza açma, işletme ve marka tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi, Türk ürünlerinin yurtdışında markalaşması ve Türk malı imajının yerleştirilmesine yönelik faaliyetlerin desteklenmesi şeklinde olmaktadır.

Bu bilgiler ışığında, KOBİ'lerin ihracat desteklerinden yararlanabilme becerisinin ihracat performansında önemli bir rol oynayabileceği düşünülebilir. Nitekim, çeşitli çalışmalar (Zou ve Stan, 1998; Kaynak ve Kuan, 1993), firmaların yerel pazarda sunulan ihracat desteklerinden yararlanabilme yeteneğinin ihracat performansı üzerinde olumlu etkisi olduğu göstermektedir. Bu bağlamda, aşağıdaki hipotez ileri sürülebilecektir.

H2c: KOBİ'lerin ihracat desteklerinden yararlanma oranı arttıkça, ihracat performansları da artacaktır.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Örnekleme

KOBİ'lerin ihracat performanslarının firma niteliklerinden ve girişimci özelliklerinden ne derece etkilendiğini ortaya koymayı hedefleyen bu çalışmaya esas teşkil eden veriler anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Araştırma, Türkiye'de faaliyet gösteren ve KOSGEB'in ihracatçı KOBİ Bilgi Sisteminde kayıtları bulunan toplam 423 ihracatçı KOBİ üzerinde yapılmıştır. KOBİ'lerin belirlenmesinde, Avrupa Birliği'yle uyumlaşma kapsamında Bakanlar Kurulu tarafından kabul edilen tanım esas alınmıştır. Burada, KOBİ tanımı personel sayısı ve satış cirosuna göre yapılmaktadır. Buna göre, Avrupa Birliği'yle uyumlaştırılan ve Bakanlar Kurulu tarafından 18 Kasım 2005 tarihli Resmi gazete yayımı ile kabul edilen, çalışan sayısı 10 ile 250, yıllık cirosu da 1 milyon YTL ile 25 milyon YTL arasında olan işletmeler KOBİ kapsamında düşünülmektedir. Bu çalışmada her iki kriter de esas alınmıştır. Öncelikle 10 ile 250 çalışanı olan işletmeler belirlenmiştir. Daha sonra bu işletmelerin cirolarına bakılmış ve bunlar arasından yıllık cirosu 1 milyon YTL ile 25 milyon YTL arasında olanlar seçilmiştir. Bununla birlikte, KOBİ Bilgi Sitesi kayıtlarında 1 milyon YTL ile 25 milyon YTL arasında cirosu görünüp de ankette ciro değerini 25 milyon YTL üzerinde gösteren firmalar da bulunmaktadır. Çalışmanın sonuçlarını etkilemeyeceği düşünülerek araştırmada bunlara da yer verilmiştir. Çalışan sayısı 10'dan, yıllık satış cirosu da 1 milyon YTL'den az olan ve mikro işletme olarak ifade edilen işletmeler araştırmaya dahil edilmemiştir. Bu şekilde, araştırma, 01.09.2006 tarihinde www.kobi.org.tr adresli web sayfasında bulunan 423 firma üzerinde yapılmıştır. Bu firmalar genel olarak gıda, inşaat, kimya, mobilya, plastik imalat, mermercilik, kuyumculuk, makina, orman ürünleri ve tekstil sektöründe faaliyette bulunmaktadır.

Araştırma Prosedürü ve Verilerin Toplanması

Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır. Anket üç bölüme ayrılmıştır. Anketin birinci bölümü firma hakkında genel bilgiler elde etmeyi, ikinci bölümü firma üst düzey yöneticilerinin girişimcilik özelliklerini tespit etmeyi ve üçüncü bölümü firmanın ihracat performansına yönelik bilgi toplamayı amaçlamaktadır.

Anketler doğrudan firmaların üst yönetiminde görev yapan firma yöneticilere gönderilmiştir. Bunlar arasında firma sahibi olanlar olduğu gibi firmada profesyonel yönetici olarak çalışanlar da bulunmaktadır. Araştırmada bunlar arasında bir ayırım yapılmamıştır. Sadece anketin firmada genel müdürlük görevini yerine getiren kişiler tarafından doldurulması sağlanmaya çalışılmıştır. Anketlerin gönderilmesinden iki hafta sonra, geri dönmeyen firmalara hatırlatma yazısı yazılmıştır. Sonuç olarak, gönderilen

423 anketten 100'ü geri dönmüştür. Bu şekilde, geri dönüşüm oranı, % 23,6 olarak gerçekleşmiştir.

Değişkenlerin Ölçümü

Araştırmada üst düzey yöneticilerin girişimcilik özellikleri, firma nitelikleri ve ihracat performansı olmak üzere üç farklı değişken grubu bulunmaktadır. **Üst düzey yöneticilerin girişimcilik özelliklerinin** ölçümünde Dheneraj ve Beamish'in (2003) çalışmasından yararlanılmıştır. Bu doğrultuda, üst yöneticiler özellikleri, girişimcilik eğilimi ve eğitim durumuyla ölçülmüştür. Eğitim düzeyinde en son elde edilen eğitim derecesi ile birlikte ihracatta önemli olduğu için yabancı dil düzeyi de dikkate alınmıştır. Üst düzey yöneticilerin girişimcilik eğilimini tespit etmek için 5'li Likert ölçeğine göre, "riskli yatırımlara ilgi duyma", "ihracat pazar araştırmalarına gereken önemi verme" ve "yabancı pazarları düzenli olarak ziyaret etme" düzeyini gösteren dört soru kullanılmıştır.

Firma niteliklerinden ölçümünde firma büyüklüğü, teknoloji düzeyi ve ihracat desteklerinden yararlanma yeteneği olmak üzere üç boyut kullanılmıştır. **Firma Büyüklüğü**nün ölçümünde çalışan sayısı dikkate alınmıştır.

İhracat ile ilgili **teknoloji düzeyi**, gelişmiş ülkelerde faaliyette bulunan firmalar üzerinde yapılan araştırmalarda genel olarak araştırma-geliştirme harcamalarının toplam satışlara oranı kullanılarak ölçülmüştür (Dhanaraj ve Beamish, 2003). Fakat Türkiye'de faaliyet gösteren KOBİ'lerin sahip oldukları kıt kaynaklar nedeniyle AR-GE çalışmalarına yeterince kaynak ayıramadığı açıktır. Bu açıdan bu çalışmada, bu durum düşünülerek, firmaların teknoloji düzeyini ölçmede, üretilen ürünlerin ve üretimde kullanılan teknolojinin taklit edilebilirliği, üretimde rakiplere göre otomasyon derecesi, rakiplere göre üretim kapasitesinin durumu, rakiplere göre teknolojik yeterlilik ve üretimde esneklik düzeyi esas alınmıştır. Bunların ölçümünde 5'li Likert Ölçeğine göre oluşturulmuş 6 sorudan yararlanılmıştır.

Firmanın İhracat Desteklerinden Yararlanma Derecesinin ölçümünde, KOBİ'ler için başta KOSGEB olmak üzere çeşitli kamu kurumlarınca sağlanan ihracat destekleri sıralanmış¹ ve anketi dolduran üst yönetici ya da firma sahiplerinden firmalarının hangi desteklerden yararlandıklarını belirtmeleri istenmiştir.

İhracat Performansının ölçümü, yazında birçok araştırmaya konu olmuştur (Bilkey ve Teasar 1977; Cavuşgil, 1976; Czinkota ve Johnston, 1981; Johanson ve Wiedersheim, 1975; Shoham, 1998; Dheneraj ve Beamish, 2003). Bu araştırmalara göre, ihracat performansının ölçümünde finansal ve finansal olmayan ölçümlere göre bir ayırım söz konusu olmaktadır. İhracat performansı esasen birçok çalışmada finansal ölçüm araçları kullanılarak ölçülürken, özellikle 1990'lı yıllardan bu yana finansal

¹ KOBİ'ler için KOSGEB ve çeşitli kamu kurumlarınca sağlanan destekler, ankette şu şekilde sıralanmıştır: Araştırma- Geliştirme yardımları, Uluslararası nitelikteki yurtiçi ihtisas fuarlarının desteklenmesi, Pazar araştırma desteği, Eğitim yardımı, Yurtdışında ofis-mağaza açma,işletme ve marka tanıtım faaliyetlerinin desteklenmesi, Yurtdışında milli ve bireysel düzeyde gerçekleştirilen fuar katılımlarının desteklenmesi, Çevre maliyetlerinin desteklenmesi, Türk ürünlerinin yurtdışında markalaşması ve Türk malı imajının yerleştirilmesine yönelik faaliyetlerin desteklenmesi, İstihdam yardımı, Tarımsal ürünlerde ihracat iadesi yardımları.

olmayan yöntemlerin kullanımında da bir artış olduğu dikkat çekmektedir (ör. Cavusgil ve Zou, 1994). Bu açıdan, özellikle Türkiye’de firmaların resmi rakamları ile gerçek rakamları arasında fark olabileceği de düşünülerek, bu çalışmada, ihracat performansının ölçümünde finansal göstergeler yanında finansal olmayan subjektif ölçümlerden de yararlanılmıştır. Finansal ölçüm aracı olarak genel olarak ihracat yoğunluğu şeklinde ifade edilen ihracatın toplam satışlara oranı kullanılırken, finansal olmayan ölçümde büyük ölçüde ihracattan memnuniyet derecesine ilişkin algılama esas alınmıştır.

Güvenilirlik Analizi

Ölçeğin güvenilirliğinin tespit etmek için, Cronbach Alfa katsayısı kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilir olduğunun söylenebilmesi için alfa katsayısının aldığı değer 0,60’dan yüksek olması beklenmektedir (Hair, Anderson, Tatham ve Black, 1998; Anderson, Hakansson ve Johanson, 1994). Tablo 1’de çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizi sonuçları görülmektedir. Tablo’da tanımlayıcı istatistikler de yer almaktadır. Tablo’da görüldüğü üzere, çalışmada kullanılan değişkenlerin tamamı da yüksek düzeyde güvenilir niteliktedir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Çalışmada ileri sürülen hipotezleri test etmek için öncelikle korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizi sonuçları Tablo 2’de görülmektedir. Korelasyon analizi sonuçlarına göre, ihracat performansı göstergelerinin kendi aralarında ilişki içinde olduğu dikkat çekmektedir. Öte yandan, bu göstergelerden ihracat yoğunluğu, üç firma niteliği boyutu, firma büyüklüğü, teknoloji ve desteklerden yararlanma yeteneği ile ilişki içinde iken; ihracattan memnuniyet, teknolojik düzey ve girişimcilik eğilimi ile anlamlı ilişki sergilemektedir.

Tablo 1: Güvenilirlik Analizi Sonuçları ve Tanımlayıcı İstatistikler

Boyutlar	Değişkenler	Madde Sayısı	Standart Alfa (α)	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Girişimcilik	Eğitim Durumu	2	0.78	6.10	1.25
Özellikleri	Girişimcilik Eğilimi	4	0.80	4.29	0.55
	Firma Büyüklüğü	1	-	122.76	56.79
Firma Nitelikleri	Teknolojik Düzey	6	0.81	3.10	0.44
	İhracat				
	Desteklerinden	13	-	3.49	2.29
	Yararlanma				
	İhracat Yoğunluğu	1	-	.35	0.22
İhracat Performansı	İhracat				
	Performansından	4	0.99	3.58	0.88
	Memnuniyet				

Tablo 2: Korelasyon Analizi Sonuçları

	1	2	3	4	5	6
1. Eğitim Durumu						
2. Girişim eğilimi	.36**					
3. Firma Büyüklüğü	-.06	.07				
4. Teknolojik düzey	.12	.27**	.11			
5. Desteklerden yararlanma	.02	.02	.30**	.29**		
6. İhracat Yoğunluğu	.14	.18	.24*	.33**	.25*	
7. İhracattan memnuniyet	.11	.34**	.10	.20*	.25*	.21*

* p<0.05; ** p<0.01

Hangi hipotezlerin tam olarak desteklenip hangilerinin desteklenmediğini anlamak için korelasyon analizine ilave olarak aşamalı regresyon analizi yapılmıştır. Bu analiz, bağımlı değişkeni güçlü bir şekilde etkileyen faktörleri modelde tutarken, etkisi az ya da etkisiz olan faktörleri modelin dışına itmektir. Bu açıdan aşamalı regresyon analizi ile ihracat performansının daha çok girişimcilik özelliklerine ilişkin boyutlara mı, yoksa firma nitelikleri kapsamında alınan değişkenlere göre mi değiştiğini anlamak daha kolay olacaktır. SPSS kullanılarak yapılan Aşamalı Regresyon analizi sonuçları Tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 3: Aşamalı Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	İhracat Performansı	
	İhracat Yoğunluğu	İhracattan Memnuniyet
Girişimci Özellikleri (β Değerleri)	<i>Eğitim Durumu</i>	-
	<i>Girişimci Eğilimi</i>	.34**
	<i>Firma Büyüklüğü</i>	.21*
Firma Nitelikleri (β Değerleri)	<i>Teknoloji</i>	.31**
	<i>Desteklerden Yar. Yet.</i>	-
	<i>R²</i>	.15
	<i>Düzeltilmiş R²</i>	.13
	<i>F</i>	8.54
<i>p>F</i>	.00	
		10.14
	.00	.00

* p<0.05; ** p<0.01

Tablo 3'te görüldüğü üzere, araştırma bulgularına göre, ihracat performansının finansal göstergesi olan ihracat yoğunluğu üzerinde firma niteliklerinden büyüklük ve teknolojik düzey etkili iken, finansal olmayan gösterge, ihracattan memnuniyet, daha çok girişimci eğiliminden ve desteklerden yararlanma yeteneğinden etkilenmektedirler*. Bu sonuçlara göre, ihracat performansı ihracatın satışlara oranı olarak ifade edilebilecek ihracat yoğunluğuna göre ölçüldüğünde, ihracat performansının esas olarak firmanın kullandığı teknolojiye göre değiştiği ve bunun yanında nispeten büyük firmaların ihracat yapma oranının daha fazla olduğu ortaya çıkmaktadır. Aşamalı regresyon analizinde ihracat desteklerinden yararlanma yeteneği ile ihracat yoğunluğu arasında korelasyon analizinde görülen ilişki kaybolmaktadır. Diğer yandan, ihracat performansı subjektif olarak ölçüldüğünde, performans üzerinde üst düzey yöneticilerin girişimcilik eğilimi ile firmanın ihracat desteklerinden yararlanabilme yeteneğinin daha etkili olduğu görülmektedir. Bu durum, açıkçası hipotezlere ilişkin açık bir değerlendirme yapmayı güçleştirmektedir. Bu sonuçlara göre, esas olarak hangi ölçüm yönteminin daha sağlıklı olduğunun tartışılması gerekmektedir. Şüphesiz, ihracat yoğunluğu objektif bir kriter iken ihracattan memnuniyet derecesi nispeten subjektif bir kriterdir. Objektif kriter esas alındığında, araştırma bulguları H2a ve H2b hipotezlerini önemli ölçüde, H2c hipotezini kısmen desteklemekte, diğer hipotezleri desteklememektedir. Subjektif kriter esas alındığında ise, araştırma bulguları, sadece H1b ve H2c hipotezlerini desteklemektedir.

SONUÇ

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye'de faaliyet gösteren ihracatçı KOBİ'lerin ihracat performanslarının üst düzey yöneticilerin girişimcilik ve firma niteliklerinden ne derece etkilendiğini incelemek idi. Bu doğrultuda, bu etkilere ilişkin çeşitli hipotezler ileri sürülmüştü. Hipotez 1a ve 1b'de ihracat performansının girişimci özelliklerine göre artacağı ileri sürülürken, 2a, 2b ve 2c hipotezlerinde firma niteliklerinden büyüklük, teknoloji ve ihracat desteklerinden yararlanma yeteneğinin artışı ile birlikte ihracat performansında bir yükselme olacağı belirtilmişti. Araştırma sonuçları, ilginç bir şekilde, ölçüm yöntemlerine göre, farklı nitelik taşımaktadır. Finansal ölçümlere göre, ihracat performansı üzerinde en fazla sırayla teknolojik nitelik ve firma büyüklüğünün etkisi vardır. İhracat performansı finansal olmayan ölçümlerle değerlendirildiğinde teknolojinin etkisi kaybolmakta yerini girişimci eğilimi ve ihracat desteklerinden yararlanabilme yeteneği almaktadır. Buna göre, sonuçların öncelikle ölçüm yöntemlerine göre değerlendirilmesi daha uygun olacaktır.

Esasen, yapılan korelasyon analizi sonuçları, finansal ihracat performansı göstergesi olan ihracat yoğunluğu ile finansal olmayan gösterge olan ihracattan memnuniyet düzeyi arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişkiye işaret etmektedir. Ayrıca,

* Araştırmada kullanılan bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntı açısından bir sorun olup olmadığını anlamak için, bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarına bakılmıştır. Genel olarak bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarının 0.80'den büyük olması çoklu bağıntı açısından sorun olabileceğini ifade etmektedir. Tablo 1'de görüldüğü üzere, bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon katsayılarının hiçbirisi 0.80'in üzerinde değildir. Buna göre, araştırmada kullanılan bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntı açısından dikkate değer bir sorun gözükmemektedir.

korelasyon analizi bulgularında, teknolojik düzey, firma büyüklüğü ve ihracat desteklerinden yararlanma yeteneği ile girişimci eğilimi ihracat performans göstergelerinin ikisi ile de pozitif yönlü bir ilişki içinde görülmektedir. Hatta, teknolojinin ve ihracat desteklerinden yararlanma yeteneğinin sadece ihracat yoğunluğuna göre değil aynı zamanda ihracattan memnuniyet derecesine göre de ihracat performansı ile anlamlı bir ilişki içinde oldukları dikkat çekmektedir. Burada, aşamalı regresyon analizi sadece güçlü ilişki olduğunda bağımsız değişkenleri modele dahil ettiğinden ihracat performansı subjektif memnuniyete göre değerlendirildiğinde teknolojinin etkisi kaybolmaktadır. Diğer yandan, girişimci eğilimi de önem düzeyi yüksek olmamakla birlikte ihracat yoğunluğu ile ilişkili gözükmemektedir. Bu durumda, ihracat performansının, bu araştırma bulgularına göre, genel olarak ifade edilecek olursa, en fazla teknolojik düzey ve firma büyüklüğüne göre şekillendiği, bunun yanında ihracat desteklerinden yararlanma yeteneğinin de belirli ölçüde etkili olduğu ileri sürülebilecektir. Dolayısıyla, ihracat yoğunluğuna göre ihracat performansında firma niteliklerinin etkili olacağını ileri süren ikinci gruptaki Hipotezlerin genel olarak desteklenirken, ihracat performansı üzerinde girişimci özelliklerinin etkili olacağına işaret eden birinci grup hipotezlerin güçlü bir destek görmediği ifade edilebilecektir. İhracat performansı üst düzey yöneticilerin memnuniyetine göre değerlendirildiğinde, firma büyüklüğü ve teknolojik etkinin yerini girişimci eğilimi ile ihracat desteklerinden yararlanma yeteneğinin aldığı görülmektedir. Dolayısıyla, memnuniyet düzeyine göre ihracat performansında birinci grup hipotezlerden H2b ile ikinci grup hipotezlerden H2c desteklenmektedir.

Bu sonuçlar ne anlama gelmektedir? Diğer bir deyişle, bu sonuçlar kuram ve uygulama açısından nelere işaret etmektedir? Öncelikle, bu çalışmanın amaçları arasında olmamakla birlikte, buradaki araştırma bulguları, ihracat performansının ölçümü üzerine çalışmaların yapılmasını gerekli kılmaktadır. Bu açıdan, gelecekte yapılacak çalışmalarda ihracat performansının ölçümünde ne tür yöntemlerin daha uygun olacağı üzerinde durulmalıdır.

Diğer yandan, ölçüm yöntemlerinin ikisi ile de, en azından korelasyon sonuçlarına göre, ilişki içinde olan teknolojik düzey ve ihracat desteklerinden yararlanma yeteneğinin ihracat performansında önemli bir etkilerinin olduğu söylenebilecektir. Bunun yanında, girişimci eğilimi ve firma büyüklüğü de, en az bir ölçüm yöntemi ile ilişkili bulunduğundan, ihracat performansında dikkate alınması gereken faktörler arasında düşünülmelidir.

Esasen bu bulgular, mevcut görüş ve bulgularla önemli ölçüde paralellik arz etmektedir. Örneğin, birçok çalışmada, teknolojinin KOBİ'lerin ihracatında önemli bir belirleyici olduğu belirtilirken (Beamish ve Dhanaraj, 2003; Kedia ve Chhokar, 1986; Hadjimanolis ve Athanasios, 2000; Forrest, 1990; Karagozolu ve Lindell, 1998; Gemunden 1991), girişimci eğiliminin, ihracat pazar araştırmalarına ve yeniliğe verilen önemin, ziyaret ya da başka yollarla yabancı pazarlar hakkında bilgi edinmenin ihracat performansında belirleyici olduğu ortaya konulmuş idi (Daniele, 1994; Denis ve Depelteau, 1985; Brooks ve Rasson, 1982; Bernard, Andrew ve Wagner, 1997; Bernard, Andrew ve Jensen, 1999; Dichtl ve Stefan Mueller, 1990; Davidson, 1991; Cavusgil ve Naor, 1987). Bu araştırmanın bulguları, bunları önemli ölçüde desteklemektedir. Diğer yandan, bu araştırmanın sonuçları, Das (1994), Zou ve Stan (1998), Calciacou (1982) gibi araştırmacıların görüş ve bulgularına paralel olarak, Türkiye'de de KOBİ'lerin

ihracat için sağlanan desteklerden yararlanabilme yeteneklerinin ihracat performansında önemli bir rolü olduğunu göstermektedir. Ayrıca, bu araştırmada ortaya çıkan firma büyüklüğü ile ihracat performansı arasındaki pozitif ilişki de, çeşitli araştırmaların sonuçları arasında yer almaktadır (ör. Cavusgil ve Naor, 1987).

Bu araştırmanın bulguları, ilginç bir şekilde, daha önceki bazı araştırma bulgularının tersine (Gemunden, 1991; Koh, 1986; De Luz, 1993; Bilkey ve Teaser, 1977; Dunning, 1998; Sullivan,1994) KOBİ'lerde girişimcinin ya da üst düzey yöneticinin eğitim durumu ile ihracat performansı arasında pozitif yönlü olmakla birlikte, güçlü bir ilişkiye işaret etmemektedir. Esasen, araştırmaya katılan KOBİ'lerde anketi dolduran üst düzey yönetici ya da firma sahiplerinin geneli dört yıllık üniversite mezunu ve en az orta düzeyde İngilizce bilen kişilerden oluşmaktadır. Eğitim durumu açısından aralarında çok önemli bir farklılık yoktur. Belki eğitim durumunun tecrübe ve bilgi birikiminin de dikkate alınarak ölçülmesi daha farklı sonuç verebilecektir. Mevcut araştırmanın bulgularına, bakıldığında, eğitim durumunun ihracat performansında önemli bir rolü olmadığı ortaya çıkmaktadır. Sonuç bu şekilde düşünüldüğünde, daha alt kademelerde ihracat yapan kadronun nasıl oluşturulduğu ve ne tür niteliklere sahip olduğu sorusu ortaya çıkacaktır. Bu da gelecekte yapılacak çalışmalarda ele alınabilecektir.

KOBİ'lerin ihracat performansında, özellikle yüksek düzeyde teknoloji kullanmanın, ihracat desteklerinden yararlanmanın ve girişimci eğilimine sahip olmanın önemli bir etkisi olduğu görülmektedir. Buna göre, üstün teknolojiye sahip olan, devlet desteklerinden yararlanabilen ve girişimci eğilimli yöneticilerle yönetilen KOBİ'ler ihracatta daha yüksek performans sağlayabilmektedirler. Şu halde, üst düzey yöneticileri yabancı pazarlara daha fazla ziyarete giden, daha fazla pazar araştırması yapan ve bu şekilde daha fazla risk alan ve yabancı pazarlar hakkında daha fazla bilgiye sahip olan KOBİ'ler daha iyi bir ihracat performansı sergilemektedirler.

Burada not düşmek gerekir ki, bu çalışmada, teknoloji gelişmiş batı ülkelerinde yapılan araştırmalardaki gibi araştırma geliştirme harcamalarının bütçe içindeki payına göre değil, ürünlerin ve teknik sistemin taklit edilebilirliğinin zorluğuna, üretimdeki esneklik derecesine, rakiplere göre otomasyon derecesinin, üretim kapasitesinin, teknolojik yeterliliğin üstünlük düzeyine göre ölçülmüştür. Bu ölçümlere göre rakiplerine üstünlük sağlayan KOBİ'lerin ihracatta daha başarılı oldukları görülmektedir.

Bu sonuçlara göre, ihracatta başarı sağlamak isteyen KOBİ'lerin, öncelikle, bir tarafta kendilerine teknolojik üstünlük sağlayacak yatırımlara girmeleri, diğer tarafta, devlet desteklerini yakından takip ederek bunlardan yararlanmanın yollarını aramaları gerekmektedir. Ayrıca, dış pazarları anlamak için seyahat edebilecek, fuarları takip edebilecek, pazar araştırması yaparak ilgili pazarlar hakkında bilgi sahibi olabilecek ve gerektiğinde risk almaktan kaçınmayacak yöneticilerle çalışılması da, KOBİ'ler açısından zaruret olarak gözükmektedir.

KAYNAKÇA

- Aaby N. E. ve S. F. Slater (1989), "Management Influences on Export Performance: A Review of the Empirical Literature 1978-88", *International Marketing Review*, 6 (4), ss. 7-26.
- Adams G. ve G. Hall (1993), "Influences on the Growth of SMEs: An International Comparison," *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(1), ss. 73-84.
- Anderson, J. C., H. Håkansson ve J. Johanson (1994), "Dyadic Business Relationships Within a Business Network Context". *Journal of Marketing*, 58 (4) ss. 1-15
- Barney, J. (1991), "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage" *Journal of Management Studies*, 17 (1), ss. 99-120
- Beamish, P. W. (1985), "The Characteristics of Joint Ventures in Developed and Developing Countries". *Columbia Journal of World Business*, 20 (3), ss. 13-19.
- Beamish, Paul W., R. Craig, ve K. McLellan (1993). "The Performance Characteristics of Canadian Versus UK Exporters in Small and Medium-Sized Firms," *Management International Review*, 23(2), s.s. 121-37.
- Bernard, A. B. ve J. B. Jensen, (1999), "Exceptional Exporter Performance: Cause, Effect or Both?" *Journal of International Economics*, 47 (1) ss. 1-25.
- Bernard, A. B., ve J. Wagner, (1997), "Exports and Success in German Manufacturing". *Weltwirtschaftliches Archiv*, 133(1), ss. 134-157.
- Bilkey, W. J. (1987), "Toward a Theory of the Export Marketing Mix", *Advances in International Marketing*, 2, ss. 157-176.
- Bilkey, W. J., ve G. Tesar (1977), "Export Behavior of Smaller-Sized Wisconsin Manufacturing Firms," *Journal of International Business Studies*" 8 (1) ss. 93-98.
- Bilkey, W. J. (1982), "Variables Associated with Export Profitability," *Journal of International Business Studies* 13 (4), ss. 39-55.
- Bloodgood, J. M., H. J. Sapienza & J. G. Almeida (1996), "The Internationalization of New High-Potential U.S. Ventures: Antecedents and Outcomes". *Entrepreneurship, Theory & Practice*, 20, ss. 61-76.
- Brooks M.R. ve P. J. Rosson (1982), "A Study of Export Behavior of Small and Medium Sized Manufacturing Firms in Three Canadian Provinces", Czinkota, M.R. ve G. Tesar (ed.), *Export Management: An International Context*, Preager Publishers, ss. 39-54.
- Buckley, P.J. ve M. Casson (1998), "Models of the Multinational Enterprise", *Journal of International Business Studies*, 29 (1) ss. 21-44.
- Cavusgil, S. T. ve S. Zou (1994), "Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation of The Empirical Link In Export Market Ventures," *Journal of Marketing* 58 (1), ss. 1-21.
- Cavusgil, S. T. (1976), "Organizational Determinants of Firms' Export Behavior: An Empirical Analysis," Unpublished Ph.D. dissertation. University of Wisconsin. ss. 23-31.
- Cavusgil S T, ve J. R. Nevin (1981),"Internal Determinants of Export Marketing Behavior: An empirical investigation", *Journal of Marketing Research*, 18 (1), ss. 114-119.

- Cavusgil, S. T. ve J. Naor (1987), "Firm and Management Characteristics as Discriminators For Export Behavior," *Journal of Business Research* 15(3), ss. 221-235
- Culpan, R. (1989), "Export Behaviour of Firms: Relevance of Firm Size", *Journal of Business Research*, 18, ss. 207-218
- Czinkota M.R. ve G. Tesar (1982), "Export Management: an International Context" *The International Executive*, 24 (3) ss. 34-39
- Daniele, D. (1994), "The Exporting Process : The Evolution of Small and Medium Sized Firms". *Advances in International Marketing*, 6, ss. 32-42.
- Davidsson, P. (1991), "Continued Entrepreneurship: Ability, Need and Opportunity as Determinants for Small Firm Growth", *Journal of Business Venturing*. 6, ss. 405-429
- De Luz, M. (1993). "Relationship between Export Strategy Variables and Export Performance for Brazil-Based Manufacturers" *Journal of Global Marketing* 7 (1), ss. 87-110.
- Denis, J. E. ve D. Depelteau (1985), "Market Knowledge, Diversification and Export Expansion" *Journal of International Business Studies* 16 (3), ss. 77-89.
- Diamantopoulos, A. ve K. Inglis (1988), "Identifying Differences between High and Low Involvement Exporters", *International Marketing Review* 5 (2), ss. 52-60.
- Dichtl, E., H. G. Koeglmayr ve S. Mueller (1990), "International Orientation as a Precondition or Export Success," *Journal of International Business Studies*, 21(1), ss. 23-41.
- Dhanaraj, C. ve P. W. Beamish (2003), "A Resource Based Approach to The Study of Export Performance", *Journal of Small Business Management*, 41 (3), ss. 242-261.
- Donthu, N. ve S.H. Kim. (1993), "Implications of Firm Controllable Factors on Export Growth," *Journal of Global Marketing* 7 (1), ss. 47-63.
- Dunning, J. H. (1988), "The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions". *Journal of International Business Studies*, 19 (1), ss. 1-31
- Forrest, J. E. (1990), "Strategic Alliances and the Small Technology-Based Firm", *Journal of Small Business Management*, 28 (3), ss 22- 45.
- Gemunden, H. G. (1991), "Success Factors of Export Marketing: A Meta-Analytic Critique of the Empirical Studies", Paliwoda, S. J. (ed), *Neiv Perspectives on International Marketing*. London: Routledge, ss. 33-62.
- Hadjimanolis, A. (2000), "A Resource-Based View of Innovativeness in Small Firms," *Technology Analysis and Strategic Management* 12(2), ss. 263-281
- Hair, J. F. R. E. Anderson, R. L. Tahtam ve W. C. Black (1998), *Multivariate Data Analysis*. Fifth edition: New Jersey.
- Johanson, J. y ve J.E. Wiedersheim (1975), "The Internalization Process of the Firms" *The Journal of Management Studies*, 12 (3) ss. 305-22.
- Johanson, J. ve Mattsson, L.-G. (1988), "Internationalization in Industrial Systems: A network Approach", Hood, N. ve J.-E. Vahlne (ed.), *Strategies in Global Competition*.

- Kaynak, E. ve W. K. Kuan (1993), "Environment, Strategy, Structure, and Performance in the Context of Export Activity: An Empirical Study of Taiwanese Manufacturing Firm", *Journal of Business Research*, 27, ss. 33-49.
- Karagozoglu, N ve M. Lindell (1998), "Internationalization of Small and Medium Sized Technology-Based Firms: An Exploratory Study," *Journal of Small Business Management* 36 (1), ss. 44-59.
- Kedia, B.L. ve Chhokar, J. (1986), "Factors Inhibiting Export Performance of Firms: An Empirical Investigation", *Management International Review*. 26(4), ss. 33-43.
- Kırım, A. (1990), "Technology and Exports: The Case of the Turkish Manufacturing Industries". *World Development*, 18, ss. 1351-1362
- Kirpalani, V. H. ve N. B. Machintosh (1980), "International Marketing Effectiveness of Technology-Oriented Small Firms". *Journal of International Business Studeis*, ss. 81-90.
- Koh, A.C. (1991), "Relationships among Organizational Characteristics, Marketing Strategy and Export Performance," *International Marketing Review*, 8 (3), ss. 46-60.
- Lamb, P.W. ve P.W. Liesch (2002), "The Internationalization Process of The Smaller Firm: Reframing The Relationship Between Market Commitment, Knowledge and Involvement". *Management International Review*. 42 (1), ss. 7-26.
- Lee, C. S. ve Y. S. Yang (1990), "Impact of Export Market Expansion Strategy on Export Performance," *International Marketing Review* 7 (4), ss. 41-51.
- Leon, V. (2003), "The Export Performance of European SMEs", Holland: Labyrinth Publication.
- Leonidou, L.C., C. S. Katsikeas ve S. Samiee, (2002), "Marketing Strategy Determinants of Export Performance: a Meta-Analysis". *Journal of Business Research*, 55 (1), ss. 51-67.
- Littunen, H. (2000), "Entrepreneurship And The Characteristics of The Entrepreneurial personality", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 6(6), ss. 295-309.
- Madsen, T.K. ve P. Servais (1997), "The Internationalization of Born Globals: An Evolutionary Process?" *International Business Review*, 6 (6), ss. 561-583.
- Madsen, T.K. (1989), "Successful Export Marketing Management: Some Empirical Evidence," *International Marketing Review*, 6 (4), ss. 41-57.
- McDougall, P.P., and B.M. Oviatt (1996) "New venture internationalization, strategic change, and performance: a follow-up study." *Journal of Business Venturing*, 11, ss. 34-40.
- Miesenbock, K. J. (1988), "Small Business and Exporting: A Literature Review", *International Small Business Journal*, 6,(2) ss. 42-61.
- Moini, A.H. (1995), "An Inquiry into Successful Exporting : An Empirical Investigation Using a Three-Stage Model ". *Journal of Small business Management*, 33 (3), ss.43-58.
- Morgan, R.E. (1997), "Export Stimuli and Export Barriers: Evidence From Empirical Research Studies", *European Business Review*, 97 (2), ss.68-79.
- Morgan, R.E. ve C. S. Katsikeas (1998), "Exporting Problems Of Industrial Manufacturers", *Industrial Marketing Management*, 27 (2), ss. 161-177.

- Mostafa, Rasha H.A., Wheeler, Colin ve Jones, Marian (2005) "Entrepreneurial Orientation, Commitment to the Internet and Export Performance in SME Exporting Firms", *Journal of International Entrepreneurship*, 3 (4), ss. 291-302.
- Naidu, G.M. ve V. K. Prasad (1994), "Predictors of Export Strategy and Performance of Small-and Medium-Sized Firms", *Journal of Business Research*, 31 (1), ss. 107-115.
- Piercy, N. (1981), "Export Strategy: Concentration on Key Markets Versus Market Spreading," *Journal of International Marketing* 1(1), ss.56-67.
- Reid S., (1981), "The Decision Maker and Export Entry and Expansion", *Journal of International Business Studies*, 12 (2) ss. 101-12.
- Reuber, A.R. ve E. Fisher (1997), "The Influence of The Management Team's International Experience on the Internationalization Behaviors of SMEs", *Journal of International Business Studies*, 28, ss. 807-825.
- Rodric, D. (1995), "Trade Strategy, Investment and Exports: Another Look at East Asia". NBER Working Paper, No. 5339, Cambridge, MA. ss. 34- 36.
- Samiee, S. ve P.G.P. Walters. (1990), "Influence of Firm Size On Export Planning and Performance," *Journal of Business Research* 20, ss. 235-48.
- Seringhaus, F. H. R. (1993), "Comparative Marketing Behavior of Canadian and Austrian High-Tech Exporters," *Management International Review*, 33 (3), ss. 247-69.
- Shaw, V. ve V. Hassan, (2002), "The International Competitiveness of New Zealand Service Providers". University of Otago, School of Business, Dunedin, New Zealand.
- Shoham, A. (1998), "Export Performance: A Conceptualization and Empirical Assessment." *Journal of International Marketing*, 6 (3), ss. 59-81.
- Souchon, A. L. ve A. Diamantopoulos (1996), "A Conceptual Framework of Export Marketing Information Use: Key Issues and Research Propositions," *Journal of International Marketing* 4 (3), ss. 49-71.
- Styles, C. ve T. Ambler. (1994), "Successful Export Practice: The UK Experience," *International Marketing Review* 11 (6), ss. 23-47.
- Sullivan, D. (1994), "Measuring the Degree of Internationalization of a Firm," *Journal of International Business Studies* 25(2), ss. 325-42.
- Thompson, J. L. (1999), "A Strategic Perspective of Entrepreneurship", *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 5 (6), ss. 279-296.
- Tookey, D. (1964), "Factors Associated with Success in Exporting," *Journal of Management Studies*, 1 (1), ss. 48-66.
- Ward, E. A. (1993), "Motivation of Expansion Plans of Entrepreneurs and Small Business Managers", *Journal of Small Business Management*. January, ss. 32-38.
- Wernerfelt, B. (1984), "A Resource- Based View of the Firm," *Strategic Management Journal* 5 (2), ss. 171-180.
- Westhead, P., M. Wright (2000), "Introduction", Westhead, P., M. Wright (ed), *Advances in Entrepreneurship*, Edward Elgar Publishing Ltd, Aldershot.
- Yang, Y. S., R. P. Leone ve D. L. Alden (1992), "A Market Expansion Ability Approach to Identify Potential Exporters," *Journal of Marketing*, 56(1), ss. 84-96.

Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 16, Sayı 1, 2007, s.213-230

- Zahra, S.A., R. D. Ireland ve M. A. Hitt (2000), "International Expansion by New Venture Firms: International Diversity, Mode of Market Entry, Technological Learning and Performance". *Academy of Management Journal*. 43 (5), ss. 925-950.
- Zou, S. ve S. Stan (1998), "The Determinants of Export Performance: A Review of The Empirical Literature Between 1987 and 1997", *International Marketing Review*, 15, ss. 333-356.