

İŞLETMELERİN ULUSLARARASI PAZARLARA GİRİŞ BİÇİMİNİN SEÇİMİNDE YEREL PAZAR FAKTÖRLERİNİN ETKİSİ ÜZERİNE ADANA İLİNDE BİR ARAŞTIRMA

Prof. Dr. Hüseyin ÖZGEN
Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F.,
İşletme Bölümü
hozgen@cu.edu.tr

Arş.Gör. Mustafa ÖZSEVEN
Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F.,
İşletme Bölümü
mozseven@cu.edu.tr

Özet

İşletmelerin uluslararası pazarlara giriş biçiminin seçimi performanslarını etkileyen stratejik bir karardır. Bu çalışmada, işletmelerin uluslararası pazarlara giriş biçiminin seçiminde etkili olan yerel pazar faktörlerinin, Adana ilinde yerleşik işletmeler üzerindeki etkisi incelenmiştir. Veriler Adana ilinde yerleşik uluslararası pazarlara giriş yapmış, 95 imalat işletmesi üzerinde yapılan anket yöntemiyle elde edilmiştir, anket verileri, istatistik programı kullanılarak test edilmiştir. Araştırmanın esas bulgularına, probit regresyon yöntemi kullanılarak ulaşılmıştır. Buna göre, Adana ilinde yerleşik uluslararası pazarlara giriş yapmış işletmelerin, uluslararası pazarlara girişte, yerel pazar faktörlerini dikkate almadıkları sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Giriş Biçimi, Yerel Pazar Faktörleri, Uluslararasılaşma Süreci, Kaynak Üstenme.

THE EFFECTS OF LOCAL MARKET FACTORS ON CHOOSING THE ENTRY MODE OF FIRMS IN THE INTERNATIONAL MARKETS: A STUDY ON THE FIRMS LOCATED IN ADANA

Abstract

Choosing the entry mode, effects the level of the performance of firms while their entrances to the international markets, is a strategic decision. In this study, we examined the effects of local markets factors that have effects on choosing the entry mode of firms during their entrances to the international markets on firms located around the city of Adana. Datas were obtained by questionnaire method that applied on 95 manufacturing firms which have entered to the any international markets and located around the city of Adana and datas were analyzed by statistical software program. The main findings of study were found by using the probit regression method. All in all, we concluded that the firms that are located around the city of Adana and have entered to the any international markets have not been considering the local market factors during their entrances to the international markets.

Key Words: Entry Mode, Local Market Factors, Process of Internationalization, Resource Commitment,

1.Giriş

Giriş biçiminin seçimi, çeşitli faktörler göz önünde bulundurularak alınması gereken stratejik bir karardır. İşletmelerin uluslararası pazarlara girişte takip edeceği strateji, sahip olduğu örgütsel yeteneklerden (Aulakh ve Kotabe, 1997) ve alıcı ülke pazarının sahip olduğu yerel faktörlerinden (Couturier ve Sola, 2010) etkilenmektedir “Neden işletmeler farklı pazarlara farklı biçimlerde giriş yaparlar?” Bunun sebebi, eşit düzeyde kaynak ve yeteneklere sahip işletmelerin seçmiş oldukları giriş biçimleri, alıcı ülke pazarından kaynaklanan faktörlere göre farklılaşmaktadır. İşletmeler, faaliyet gösterdikleri ulusal ve uluslararası pazarlarda, işletme sermayesini maksimum yapacak giriş biçimini ararlar (Dunning, 1973). Ayrıca, işletmeler uluslararası pazarlarda firma değerini en çoklama amacının yanında, gerçekleştirilen faaliyetlerin performansının da maksimum düzeye ulaşmasını hedeflerler. Yazına göre, farklı giriş biçimleri, farklı performans sonuçları doğurmaktadır. Bu çalışmalardan bir tanesi olan Woodcock, Beamish ve Makino (1994), yeni bir firma kurma biçiminin ortak girişim ve satın almaya göre ve ortak girişimin, satın almaya göre daha iyi performans gösterdiğini ortaya koymuşlardır. L.E. Brouthers, K.D. Brouthers, ve Werner (2000), farklı giriş biçimlerinin farklı performans etkileri olduğu görüşünü destekleyerek, algılanan çevresel belirsizlik kıstaslarına göre seçim yapan işletmelerin performans memnuniyetlerinin bu kıstaslara göre seçim yapmayan işletmelere göre daha yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Shrader (2001), işbirliği içeren giriş biçimleri ile performans arasındaki ilişkiyi tespit etmiştir. Pan ve Chi (1999, s.369), Çin pazarına giriş yapan işletmeler üzerinde yapmış oldukları çalışmada, özsermaye gerektiren ortak girişimlerin, tamamen yabancı sahipli girişimlerden ve işbirliği gerektiren girişimlere göre karlılık bakımından daha iyi sonuçlar verdiği sonucuna varmışlardır. Bununla birlikte, uluslararası pazarlara girişte sahip olunan sermaye miktarı ile performans arasında doğru orantılı bir ilişki mevcuttur (Oswald ve Jahera, 1991).

Uluslararası pazarlarda girişimde bulunan işletmeler, üretim ve satış faaliyetleri başta olmak üzere faaliyetlerin nasıl koordine edileceğine ve yönetimin ve sorumluluğun girişimciler arasında nasıl düzenleneceğine karar vermelidirler (Ronen, 1986, s.424). Bu sorulara cevap aranırken, işletmeler karar verme kıstaslarını göz önünde bulundurmalıdırlar. Bunlar (Ronen, 1986, s.425): girişimciye uluslar arası pazarda hareket kabiliyeti, kaynak harcama seviyesi, rekabetçi çevrede maksimum esneklik, istihdam edilen personelin yetenek düzeyi ve yabancı faaliyetlere katılım derecesi kıstaslarıdır. Uluslararası yazında farklı ülkelerden farklı alıcı ülke pazarlarına giriş yapan işletmelerin, giriş biçimi seçimi kararını etkileyen faktörler üzerine araştırmalar mevcuttur. Agarwal (1994), A.B.D. (Amerika Birleşik Devletleri)’deki üretim işletmelerinin Arjantin, Türkiye, Avustralya, Belçika, Kanada, Şili ve çeşitli Avrupa Ülkeleri’ne (Danimarka, Fransa, Almanya...) girişte sosyokültürel uzaklığın, Ortak Girişim ve Doğrudan Dış Yatırım seçimi arasındaki önemini incelemiştir. Brouthers (2002), Avrupa Birliğine üye ülkelerde üretim, hizmet ve kamu sektörüne ait işletmeler üzerinde ortak girişim ve Doğrudan Dış Yatırım biçimi arasında farklılık yaratan yasal kısıtlamalar, ülke riski ve işlem maliyetlerinin etkisini araştırmıştır. Campa ve Guille’n (1999), İspanya’da yerleşik ihracat firmaları üzerinde yaptıkları çalışmada, giriş biçimlerini ihracatın dağıtım aşamasında tam sahipli satış şubesi açılması, ortak girişimde bulunulması veya dağıtım faaliyetlerine hiç katılmama olarak kategorize etmişlerdir. Çalışma sonucunda Campa ve Guille’n (1999, s.1472), pazar

potansiyeli ve alıcı ülke pazarı bilgi düzeyinin bu giriş biçimlerinin seçilmesinde etkili olduğu sonucuna varmışlardır. Hennart (1991), Japon ortak girişimlerinin A.B.D.'deki ek kuruluşlarının Ortak girişim ve Doğrudan Dış Yatırım'da sahiplik oranlarının belirlenmesinde etkili olan pazar büyüme oranı, kültürel farklılık, alıcı ülke pazar deneyimi faktörlerini bulmuşlardır.

Bu çalışmanın amacı, Adana'da yerleşik imalat işletmelerinin uluslar arası pazarlara girişte yerel pazar faktörlerinin giriş biçimine etkisini ölçmektir. Ayrıca, Adana'da yerleşik imalat işletmelerinin uluslar arası pazarlara katılım seviyelerini belirlemek çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır.

2. Yerel Pazar Faktörlerinin Giriş Biçiminin Seçimine Etkisi

2.1. Alıcı Ülke Pazarı Riski'nin Giriş Biçimi Seçimine Olan Etkisi

Yazına göre, alıcı ülke pazarı riski faktörleri, girişimciler üzerinde negatif yönde etkiye sahiptirler. Girişimciler, alıcı ülke pazarı riski yüksek olan pazarlara girişte en alt seviyede kaynak gerektiren ve risk içeren giriş biçimlerini seçerek giriş yapmalıdırlar (Brouthers, 2002; Davidson ve McFetridge, 1985; Hill, Hwang ve Kim, 1990, s.122; Morschet, Klein ve Bernhard, 2009, s.69; Pan, 1996, s.12). Buna göre, girişimciler uluslararası pazarlara girişte, algılanan ülke riski faktörleri yüksek olduğunda, o ülke pazarına düşük seviyede katılım yaparak giriş yapmalıdırlar. Başlıca alıcı ülke pazarı risk faktörleri, politik istikrarsızlık, millileştirme olasılığı ve yasal kısıtlamalar olarak sıralanmaktadır (Root, Kramer ve D'arlin, 1966). Politik istikrar, işletmelerin alıcı ülkeyi seçmesinde önemli bir etkiye sahiptir (Bass, McGregor ve Walters, 1977), ve işletmelerin giriş biçimi seçimi kararlarını da etkilemektedir (Agarwal ve Ramaswami, 1992; Brouthers, 2002; K.D. Brouthers ve L.E. Brouthers, 2003; Pan ve Tse, 1996).

Buna göre; alıcı ülke pazarı riskinin işletmelerin uluslararası pazarlara giriş biçimi seçimine etkileriyle ilgili aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1: Alıcı ülke pazarında politik istikrarsızlık yüksek olduğunda, işletmeler en az seviyede kaynak ve risk üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

H2: Alıcı ülke pazarında yabancı işletmeleri sınırlandırma ve son verme olasılığı yüksek olduğunda, işletmeler en az seviyede kaynak ve risk üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

H3: Alıcı ülke pazarı hükümetinin fiyat kontrolü uygulayarak yabancı işletmeleri engelleme olasılığı yüksek olduğunda, işletmeler en az seviyede kaynak ve risk üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

H4: Alıcı ülke pazarı hükümetinin yerel katılımcı şartı arayarak yabancı işletmeleri engelleme olasılığı yüksek olduğunda, işletmeler en az seviyede kaynak ve risk üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

H5: Alıcı ülke pazarında elde edilen kazancın Türk Lirasına çevrilip Türkiye'ye transfer edilmesinin engellenme olasılığı yüksek olduğunda, işletmeler en az seviyede kaynak ve risk üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

H6: Alıcı ülke pazarında elde edilen kar'ın Türkiye'ye transferinin engellenme olasılığı yüksek olduğunda, işletmeler en az seviyede kaynak ve risk üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

H1 ve H2 hipotezleri sırasıyla politik istikrarsızlık ve millileştirme olasılığı ile ilgiliyken, H3, H4, H5 ve H6 hipotezleri ise, sırasıyla, yasal kısıtlamalar, fiyat kontrolü, yerel katılımcı şartı, döviz kontrolü ve kar transferi faktörleri il ilişkilidir.

2.2. Alıcı Ülke Pazarı Bilinirliğinin Giriş Biçimi Seçimine Olan Etkisi

İşletmeler, alıcı ülke pazarında deneyim kazandıkça, ürün standartları, üretim süreçleri, dağıtım kanalları ve müşteri istek ve tercihleri hakkında bilgi ve deneyim sahibi olurlar ve aynı pazara tekrar giriş yaparken bu faktörlerin uyarlama maliyetlerine katlanmazlar (Ayal ve Zif, 1979, s.90). Alıcı ülke pazarı hakkında deneyim kazanan işletmeler, alıcı ülke pazarındaki talep büyüklüğü, müşteri tarafından tercih edilen ürün özellikleri ve ürün teknolojisiyle ilgili bilgiler edinerek belirsizliği azaltırlar (Porter, 1979, s.217). Buna göre, alıcı ülke pazarında deneyim sahibi olan işletmeler, pazarda oluşabilecek durumlara karşı alternatif stratejiler geliştirebilme yeteneğine sahip olduklarından daha fazla kaynak üstenererek pazara giriş yaparlar (Vernon ve Wells, 1981, s.97). Alıcı ülke pazarında faaliyet gösterilen süre arttıkça, işletmenin alıcı ülke pazarı hakkında sahip olduğu bilgi seviyesi artar ve işletme pazara girişte daha fazla risk alır (Delios ve Beamish, 1999; Hennart, 1991). Bunun aksine, alıcı ülke pazarına ilk kez giriş yapan işletmeler, bir aracı ile pazara giriş yaparak alıcı ülke pazarı belirsizliğini azaltabilirler (Anderson ve Coughlan, 1987).

Buna göre, alıcı ülke pazar deneyiminin işletmelerin uluslararası pazarlara giriş biçiminin seçimine olan etkisiyle ilgili aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H7: İşletmelerin alıcı ülke pazarında deneyimi azaldıkça, en az seviyede kaynak üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

Giriş yapılan ülke ve esas ülke arasındaki kültürel, politik ve ekonomik sistem farklılıkları arttıkça işletmelerin alıcı ülke pazarı hakkındaki bilinirliği azalır. Yazında, kültürel farklılıkların giriş biçiminin seçimine olan etkisi üzerine yapılan çalışmalarda, etkinin ne yönde olduğu konusunda, tam net bir bilgi bulunmamaktadır. Alıcı ülke pazarı kültürü ile esas ülke pazarı arasında kültürel farklılıklar arttıkça, işletmeler daha az kaynak üstenererek pazara giriş yapmalıdırlar (Cristina ve Esteban, 2002; s.165; Kim ve Hwang, 1992, s.47; Kogut ve Singh, 1988). Kim ve Hwang (1992), pazar bilinirliğini alıcı ülke pazarı deneyimi ile birlikte, kültürel farklılıklar, politik sistem farklılıkları ve ekonomik farklılıkları göz önünde bulundurarak ölçmüştür. İşletmelerin esas ülke ile alıcı ülke pazarındaki kültürel, politik ve ekonomik koşullar arasındaki farklılıklar arttıkça, bu pazarlarda karşılaşacağı risk ile birlikte maliyetlerde artacaktır. Buna göre, alıcı ülke pazar bilinirliğinin giriş biçiminin seçimine olan etkisiyle ilgili aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H8: Alıcı ülke pazarı ile esas ülke pazarı arasındaki kültürel farklılıklar arttıkça, işletmeler en az seviyede kaynak üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

H9: Alıcı ülke pazarı ile esas ülke pazarı arasındaki politik sistem farklılıkları arttıkça, işletmeler en az seviyede kaynak üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

H10: Alıcı ülke pazarı ile esas ülke pazarı arasındaki ekonomik koşullar arasındaki farklılık arttıkça, işletmeler en az seviyede kaynak üstlenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

2.3. Alıcı Ülke Pazarındaki Talep Belirsizliğinin Giriş Biçimi Seçimiyle Olan İlişkisi

Alıcı ülke pazarındaki talep belirsizliği arttıkça, işletmenin ürününe ne yönde talep gerçekleşeceği belirsizliği ortaya çıkacaktır. Bu durum, girişimcilerin istemeyeceği olumsuz bir durum olarak kabul edilmektedir. Buna göre, belirsizliğin artması durumunda, girişimciler daha az seviyede kaynak içeren giriş biçimlerini seçerek pazara giriş yapmayı tercih ederler (Ayal ve Zif, 1979, s.91). Belirsizliğin alt boyutlarından biri olan talep belirsizliği (Sanchez-Peinado ve Pla-Barber, 2006, s.219), yüksek olduğunda, işletmeler daha az seviyede kaynak üstlenen giriş biçimlerini seçmelidirler (Harrigan, 1985a, s.421, Hill ve diğerleri, 1990, s.123). Pazar büyüme oranı düşük olduğunda, girişimciler pazara daha az kaynak üstlenerek giriş yaparlar (Ayal ve Zif, 1979, s.89). Pazar büyüme oranının giriş biçiminin seçimine olan etkisine yönelik, Casson (1995, s.31): Pazar büyüme oranı düşük olduğunda işletmeler satış acentesi açarken, Pazar büyüme oranı yüksek olduğunda satış acentesi ile birlikte ortak girişimde bulunurlar. Pazar büyüme oranı arttıkça, talep belirsizliğinin azalmasının yanında, pazar çekiciliği de artacaktır. Yazında, pazar büyüme oranı ile giriş biçimi seçimi arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarda, Zejan'a (1990) göre; pazar büyüme oranı arttıkça, girişimciler pazara daha yüksek seviyede kaynak üstlenen giriş biçimlerini seçerek pazara giriş yaparlar.

Talep belirsizliğinin, ölçülmesinde kullanılan bir diğer faktör olan teknolojik değişimlerin sıklığı arttıkça, ürüne olan talep yapısı, ürünün başlangıç aşamasındaki yapıya benzer (Porter, 1980, s.177). Bu çalışmada talep belirsizliğinin ölçülmesine yardımcı olacak, pazar büyüme oranı, endüstri yaşam evresi ve teknolojik değişimlerin sıklığı faktörleri dikkate alınacaktır. Ayrıca bu faktörlerin giriş biçiminin seçimiyle ilişkisi olduğu tahmin edilmektedir.

2.4. Alıcı Ülke Pazarındaki Rekabet Yoğunluğunun Giriş Biçimi Seçimiyle Olan İlişkisi

Pazardaki rekabetin tanımlanmasında ürünü üreten işletme sayısı ve üreticiler tarafından arz edilen sınırlı ürün miktarını talep eden tüketici sayısı etkilidir (Sternquist, 2007, s.69). Alıcı bir tedarikçiden diğerine geçişte ürün özelliğinden, yardımcı ek ürünlerin maliyetine, işçileri yeni ürüne ayarlama maliyetine, yeni donanımı test etme ve kullanma maliyetine ve ürünün yeniden tasarlanma maliyetine katlanmak zorunda kalır (Porter, 1980, s.10). Alıcıların bir tedarikçiden bir diğerine geçişi kolay ve alıcıya fazla bir maliyet getirmiyor ise, alıcılar tedarikçilerini kolayca değiştirebilirler ve pazardaki rekabet kızışır. Bunun aksine, alıcının, tedarikçiyi değiştirme maliyeti yüksek olduğunda veya alternatif tedarikçi bulamadığında, pazara yeni giriş yapan işletmelerden satın alım yapma olasılığı düşük olur (Harrigan, 1985b, s.923). Geçiş maliyeti yüksek olduğunda, pazarda var olan mevcut alıcılar tedarikçilerini değiştirmezler ve bu durum pazara giriş engeli yaratır. Pazarda var olan ve yeni giriş yapabilecek işletmelerin sayısı fazla olduğunda, rekabetin yoğunluğu artar (Porter,

1980, s.182). Rekabetin yoğun olduğu pazarlara, işletmeler katılım seviyelerini düşük tutarak giriş yaparlar. Hill ve diğerleri (1990, s.124), alıcı ülke pazarındaki rekabet yoğunluğu arttıkça, daha az kaynak üstenererek pazara giriş yapılmasını önermişlerdir. Buna göre araştırmada rekabet faktörleri ile kaynak üstlenme arasında ilişki olduğu tahmin edilmektedir.

3. Araştırma Yöntemi

3.1. Örneklem Seçimi

İşletmelerin uluslararası pazarlara giriş biçiminin seçiminde etkisi olan faktörleri tespit edebilmek amacıyla yapılan çalışmalar incelendiğinde, tek bir esas ülkeden, farklı uluslararası pazarlara giriş yapmış işletmelerin kararlarının incelendiği çalışmalar dikkat çekmektedir. Çalışmamızın uygulama aşamasında, alan araştırmasının çerçevesi, yazında daha önceden gerçekleştirilen çalışmalara paralel olarak belirlenmiştir. Örneğin, Agarwal ve Ramaswami (1992), A.B.D. kökenli finansal kiralama şirketlerinin İngiltere, Japonya ve Brezilya pazarlarına girişlerini, Campa ve Guille'n (1999), İspanyol ihracat işletmelerin uluslararası pazarlara girişlerini, Carazo ve Lumiste (2010), Kolombiyalı Küçük ve Orta Ölçekli işletmelerin uluslararası pazarlara girişlerini, Chung ve Enderwick (2001), Yeni Zelendalı işletmelerin uluslararası pazarlara girişlerini, Kim ve Hwang (1992), A.B.D.'li çokuluslu imalat işletmelerinin uluslararası pazarlara giriş biçimlerini incelemişlerdir. Buna göre, araştırmanın evrenini, Adana ilinde yerleşik uluslararası pazarlara giriş yapmış Adana Sanayi Odasına bağlı 95 imalat işletmesi oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleme evrenini ise, araştırma evreninden cevap alabildiğimiz işletmeler oluşturmaktadır.

3.2. İşlem ve Dönüş Oranı

Araştırma evreni Adana Sanayi Odasına bağlı uluslararası pazarlara giriş yapmış 95 imalat işletmesinden oluşmaktadır. Hazırlanan anket formu, Adana Sanayi Odasından ticaret unvanı ve iletişim bilgileri alınan işletmelerden, 77 tanesine posta yolu ile 18 tanesine ise, elden ulaştırılmıştır. Kim ve Hwang (1992), çalışmalarında anketlerin karar vericiler tarafından doldurulması gerektiğine dikkat çekmişlerdir. Araştırmanın amacı, giriş biçiminin seçiminde etkili olan yerel pazar faktörlerini belirlemek olduğundan, giriş biçiminin seçiminde karar verici olan, "Yönetici", "Uluslararası Operasyonlardan Sorumlu Başkan Yardımcısı", "Başkan" ve "Chief Executive Officer (CEO)" tarafından doldurulmasına özen gösterilmiştir. Anketlerin işletmelere ulaştırılmasının ardından, geri dönüş süresi 3 ay olarak belirlenmiştir. Anketin geri dönüşünün sağlanması için, bazı işletmelere gerek telefonla anket hatırlatılmış gerekse de ziyaret gerçekleştirilmiştir. Tüm bu süreç sonucunda, 30 anketin geri dönüşü sağlanmıştır. Bu geri dönüş sayısı, evrenin %31,57'sini oluşturmaktadır. Fakat anketlerin bazılarında ilgili kısımların eksik olması sebebiyle, analizlerde örneklem sayısı değişkenlik göstermektedir.

3.3. Veri Toplama Aracı

Veri toplama aracı olarak kullanılan anket formunun hazırlanmasında yazın incelemesi yapılmıştır. Buna göre, bu araştırmada, giriş biçiminin seçimine etkisinin ne yönde olduğu ve giriş biçimiyle ilişkisinin var olup olmadığı tespit edilmeye çalışılan,

dört dış çevre faktörü, ülke riski, pazar bilinirliği, talep belirsizliği ve rekabet yoğunluğu ölçekleri, Kim ve Hwang (1992), çalışması referans noktası alınarak hazırlanmıştır. Katılımcılara yerel pazar faktörlerinden ayrı olarak tanımlayıcı şu bilgilerde sorulmuştur: En son giriş yapılan ülke adı, Uluslararası pazara girişte seçilen giriş biçimi, en son giriş yapılan pazardaki faaliyeti açıklamaya yardımcı olması amaçlanan ve Buckley ve Casson (1998, s.548), tarafından belirtilen uluslararası pazarlara giriş stratejilerinden (10 çeşit) hangisini seçtikleri, dünya çapında çalıştırılan işçi sayısı, bir önceki yıl satışlardan elde edilen gelir miktarı, uluslararası pazarlarda faaliyet gösterilen yıl sayısı, uluslararası pazarlarda faaliyet gösterirken birincil ürün çeşidi ve anketi dolduran kişilerin işletmedeki pozisyonu.

Katılımcılara, ülke riskini açıklamaya yardımcı olacak, altı faktörü algılama düzeyleri sorulmuştur. Ülke riski ölçeği, “En son giriş yapılan ülkenin politik istikrarsızlığı”, “En son giriş yapılan pazardaki hükümetin yabancı girişimciliği sınırlandırma veya son verme olasılığı”, “En son giriş yapılan pazardaki hükümetin fiyat kontrolü ile yabancı işletmeleri engelleme olasılığı”, “En son giriş yapılan pazardaki hükümetin yerel katılımcı şartı arayarak yabancı işletmeleri engelleme olasılığı”, “En son giriş yapılan ülkede elde edilen kazancın TL'ye çevrilip Türkiye'ye transfer edilmesinin engellenme olasılığı”, “En son giriş yapılan ülkede elde edilen karın Türkiye'ye transferinin engellenme olasılığı” faktörlerinden oluşturulmuştur. Bu faktörlerin ölçülmesinde 5’li likert ölçeği, “Çok Düşük=1”, “Düşük=2”, “Orta=3”, “Yüksek=4”, “Çok Yüksek=5” ölçeklendirilmesi yapılarak kullanılmıştır. Geri dönen cevaplar sonunda, fiyat kontrolü ve millileştirme faktörlerinden “5” olarak cevap veren iki anket “4” olarak kodlanmıştır.

Kim ve Hwang (1992), pazar bilinirliğini, 1’den 7’e doğru giderken (Kim ve Hwang (1992), 7’li likert ölçeği kullanmışlardır.), pazar bilinirliğinin azalmasına yönelik ölçeklendirme yapmıştır. Kim ve Hwang (1992), bu ölçeğin oluşturulmasında, pazara olan uzaklık bakımından yapıyı oluşturmuştur. Bu çalışmada ise, yapı pazar bilinirliği olarak ölçeklendirilmiştir. Bir diğer deyişle, Kim ve Hwang (1992)’in ölçeğinde 1’den 7’e doğru giderken pazar’a olan uzaklık artmaktayken, bu çalışmada pazar bilinirliği azalmaktadır. Araştırmada pazar bilinirliği ölçeği, dört faktörle ölçülmüştür. Bu faktörlerden alıcı ülke pazar deneyimini ifade eden “Ülke pazarında giriş yapmadan önceki deneyim”, diğer üç faktörden farklı olarak “Çok Fazla=1”, “Fazla=2”, “Orta=3” “Az=4”, “Hiç Yok=5” biçiminde ölçeklendirilmiştir. Ülkeler arasındaki farklılıkları ifade eden “Giriş yapılan ülkenin kültürü ile Türk kültürü arasındaki algılanan farklılıklar”, “Giriş yapılan ülkenin politik sistemi ile Türkiye'nin politik sistemi arasındaki algılanan farklılıklar”, “Giriş yapılan ülkenin ekonomik koşulları ile Türkiye'nin ekonomik koşulları arasındaki algılanan farklılıklar” faktörleri ise, 5’li likert ölçeğinde, “Hiç Yok=1”, “Az=2”, “Orta=3”, “Fazla=4”, “Çok Fazla=5” biçiminde ölçeklendirilmiştir.

Araştırmada, talep belirsizliğini ölçmeye yönelik, giriş yapılan alıcı ülke pazarındaki endüstri büyüme oranı, endüstrinin bulunduğu yaşam evresi ve teknolojik değişimlerin sıklığı seviyeleri sorulmuştur. Talep belirsizliği yapısı 5’li likert ölçeğinde ölçeklendirilmiştir. Önemli bir nokta olarak, endüstrinin bulunduğu yaşam evresi, Kim ve Hwang’ın (1992) çalışmasında, “Olgunluk=1”, “Başlangıç=7” biçiminde ölçeklendirilmiştir. Bununla birlikte, endüstri, yaşam evresi dört ana evre yaşadığından katılımcılardan giriş yapılan endüstrinin yaşam evrelerini beş evreye göre belirtmeleri

istenmiştir. Talep belirsizliği yapısında üç faktör de farklı biçimde nitelendirilmiştir. Buna göre, endüstri büyüme oranı, “Çok Yüksek=1”, “Yüksek=2”, Orta=3”, “Düşük=4”, “Çok Düşük=5”; endüstri yaşam evresi, “Düşüş=1”, “Olgunluk=2”, “Gelişim=3”, “Büyüme=4”, “Başlangıç=5”; teknolojik değişimlerin sıklığı ise, “Çok Az=1”, “Az=2”, “Orta=3”, “Fazla=4”, “Çok Fazla=5” biçiminde ölçeklendirilmiştir. Buna göre, 1’den 5’e doğru giderken talep belirsizliğinin artması beklenmektedir.

Araştırmada, giriş yapılan pazardaki rekabet yoğunluğunu ölçmeye yönelik dört faktör sorulmuştur. Rekabet yoğunluğunun ölçülmesinde kullanılan faktörlerin ölçeklendirilmesinde de 5’li likert ölçeğinden yararlanılmıştır. Buna göre, “Giriş yapılan ülke pazarındaki pazar payının istikrarsızlığı”, “Giriş yapılan ülke pazarındaki katma değere karşılık sabit maliyetlerin seviyesi” faktörleri, “Çok Düşük=1”, “Düşük=2”, “Orta=3”, “Yüksek=4”, “Çok Yüksek=5”; “Giriş yapılan ülke pazarındaki var olan ve yeni giriş yapabilecek işletmelerin sayısı” faktörü, “Çok Az=1”, “Az=2”, “Orta=3”, “Fazla=4”, “Çok Fazla=5”; “Giriş yapılan ülke pazarında alıcının bir tedarikçiden (rakipten) diğerine geçişte karşılaştığı maliyet” faktörü, “Çok Fazla=1”, “Fazla=2”, “Orta=3”, “Az=4”, “Çok Az=5” biçiminde ölçeklendirilmiştir. İşletmelerin uluslararası pazarlara girişinde etkili olan faktörleri tespit etmeye yönelik olarak yapılan araştırmada, güvenilirlik katsayısı olan alfa değerleri, ülke riski ve pazar bilinirliği yapılarında, yazında keşifsel araştırmalar için sınır olarak belirlenen 0,60 (Hair, Black, Babin, Anderson ve Tatham, 2006, s.137), değerinden büyük çıkarken talep belirsizliği ve rekabet yoğunluğu yapıları güvenilirlik testini geçememiştir. Tablo 1’de faktör yapılarının güvenilirlik katsayıları verilmiştir.

Tablo 1

Ankette Yer Alan Faktör Yapıları İçin Güvenilirlik Katsayıları

Faktör Yapıları	Faktör Sayısı	Standart Değerleri	Alfa	Ortalama
Ülke Riski	6	0,91		2,40
Pazar Bilinirliği	4	0,60		3,38
Talep Belirsizliği	3	----		2,72
Rekabet Yoğunluğu	4	----		2,98
Yerel Pazar Faktörlerinin Tamamı	17	0,73		2,79

Ülke riski faktör yapısının güvenilirliği oldukça yüksektir. Pazar bilinirliği faktör yapısının güvenilirliği ise, düşük olmasına karşın kabul edilebilir seviyededir. Bununla birlikte, ankette yerel pazar faktörlerini oluşturan dört ana yapı faktörleri güvenilirlik testine tabi tutulduğunda alfa değeri 0,73 olarak, 0,60’dan yüksek çıkmıştır. Buna göre, araştırmada kullanılan anket güvenilirlik testini geçmiştir.

4. Bulgular

Kaynak üstenme ve giriş biçimi bağımlı değişkenlerinin, yerel pazar faktörleriyle olan ilişkilerini tespit edebilmek için, Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Kaynak üstenme, işletmelerin giriş yapılan uluslararası pazarda, üretim ve dağıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için herhangi bir kaynak harcaması

yapılmasına ilişkin olarak dikkate alınmıştır. İhracat olmayan giriş biçimlerini ortak girişim ve Doğrudan Dış Yatırım giriş biçimleri oluşturmaktadır. Giriş biçimleri ise, ihracat, lisanslama, ortak girişim ve Doğrudan Dış Yatırım olarak 1'den 4'e doğru artan oranda kodlanmıştır. Tablo 2'de Pearson Korelasyon Analizinin sonuçları yer almaktadır.

Tablo 2

Kaynak Üstenme ve Giriş Biçimlerinin Yerel Pazar Faktörleriyle Aralarındaki İlişki

<i>Değişken</i>	<i>Ort.</i>	<i>S.S.</i>	(18) Kaynak Üstenme	(19) Giriş Biçimi	(20) İhracat	(21) İhracat Olmayan
(1) Pol.İst.	2,86	1,27	-0,292	-0,151	0,141	-0,141
(2) Kam.Riski	2,3	0,98	-0,322	-0,197	0,217	-0,217
(3) Fiyat Kont.	2,5	0,9	-0,231	-0,184	0,188	-0,188
(4) Yer.Kat. Şartı	2,27	1,09	-0,215	-0,129	0,192	-0,192
(5) Döviz Kont.	2,17	1,07	-0,271	-0,235	0,271	-0,271
(6) Kar Trans. Eng.	2,13	1,15	-0,283	-0,124	0,141	-0,141
(7) Ülke Deneyimi	3,26	1,41	-0,157	0,038	-0,096	0,096
(8) Kültürel Fark.	3,03	0,99	0,111	-0,058	0,124	-0,124
(9) Pol. Sis. Fark.	3,5	0,97	-0,142	-0,122	0,174	-0,174
(10) Ekon. Sis.Fark.	3,73	0,9	0,015	-0,216	0,274	-0,274
(11) End. Büy. Oranı	2,72	1,09	-0,261	-0,443*	0,438*	-0,438*
(12) Endüstri Yaşam Evresi	2,96	0,9	0,19	0,013	-0,013	0,013
(13) Tek. Değ. Sık.	2,48	0,94	0,281	-0,07	0,054	-0,054
(14) Paz. Pay. İstikrarsızlığı	2,78	0,73	-0,267	-0,1	0,057	-0,057
(15) Sabit Mal. Seviyesi	3,07	0,72	-0,079	-0,174	0,201	-0,201
(16) Rakiplerin Sayısı	2,96	0,75	-0,06	0,216	-0,176	0,176
(17) Alc. Tedarkçi Değ. Mal.	3,03	0,83	0,232	-0,015	0,015	-0,015
(18) Kaynak Üstenme			1	0,399*	-0,408*	0,408*
(19) Giriş Biçimi				1	-0,978**	0,978**
(20) İhracat					1	-1
(21) İhracat Olmayan						1

* $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde ilişki

anlamlı

** $p < 0,01$ anlamlılık düzeyinde ilişki

anlamlı

Kaynak üstenme ile giriş biçimi arasında %95 güvenle ($r=0,399$) zayıf seviyede ve pozitif yönlü, anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Giriş biçimi ve endüstri büyüme oranı arasında %95 güvenle ($r=-0,443$) zayıf seviyede ve negatif yönlü, anlamlı

bir ilişki tespit edilmiştir. Bununla birlikte, ihracat biçimi ile endüstri büyüme oranı arasında, %95 güvenle ($r=0,438$) pozitif yönlü ve zayıf seviyede anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ölçek gereği, endüstri büyüme oranı 1'den 5'e doğru ölçeklendirilmiş ve bu doğrultuda 1'den 5'e doğru giderken endüstri büyüme oranı azalma göstermektedir. Buna göre, endüstri büyüme oranı azaldıkça, ihracat biçimi seçilmektedir.

4.1. Betimsel İstatistikler

Araştırmaya katılan işletmelerde, anketi dolduran kişinin, işletmedeki pozisyonuna göre dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir. Anketlerin % 76,7'si yönetici, % 6,7'si uluslararası operasyonlardan sorumlu başkan yardımcısı, % 6,7'si başkan ve % 10'u CEO tarafından doldurulmuştur. Araştırmaya katılan işletmelerin % 90'ı ihracat biçimini, % 6,7'si ortak girişimi ve % 3,3'ü Doğrudan Dış Yatırım biçimini seçmişlerdir. Lisanslama giriş biçimini hiçbir işletme seçmemiştir. Araştırmaya katılan işletmelerin % 40'ı giriş yapılan uluslararası pazarlarda kaynak üstlenmesi gerektiren giriş biçimlerini seçmişlerdir. Bununla birlikte, % 60'ı ise, uluslararası pazarda hiç kaynak üstlenmeden sadece kendilerine gelen ihracat siparişlerini karşılamışlardır. Bir diğer deyişle, araştırmaya katılan işletmelerin % 60'ı dolaylı ihracat yapmıştır. Araştırmaya katılan işletmelerin % 86,7'si giriş yapılan pazarda üretim tesisi kurmazken, % 13,3'ü ise, üretim tesisi kurmuştur. Araştırmaya katılan işletmelerin, en son giriş yaptıkları uluslararası pazarı ülke adı vererek belirtmeleri istenmiştir. Buna göre, araştırmaya katılan işletmeler, Demokratik Kongo Cumhuriyeti, Gana, Rusya, Tayland, Katar, İsviçre, Özbekistan, Birleşik Arap Emirlikleri, Lübnan, Ekvatorial, Gürcistan, Cezayir, Etiyopya, Sudan, Libya, Ukrayna, Azerbaycan, İtalya, Afganistan, Ürdün, Irak, Almanya, Şili, Kanada gibi 24 farklı uluslararası pazarlara giriş yapmışlardır. Araştırmaya katılan işletmelerin % 20'si Afrika pazarına, % 20'si Asya pazarına, % 33,3'ü Orta Doğu pazarına, % 16,7'si Avrupa pazarına, % 6,7'si Güney Amerika pazarına, % 3,3'ü ise, Kuzey Amerika pazarına giriş yapmıştır.

4.2. Kaynak Üstlenmenin Yerel Pazar Faktörlerine Göre Farklılaşması

İşletmelerin uluslararası pazarlara girişte karşılaşmış oldukları yerel pazar faktörlerine göre, üstlendikleri kaynak miktarının farklılaşp farklılaşmadığını test edebilmek için %95 güvenle ANOVA analizi gerçekleştirilmiştir. ANOVA analizinde bağımlı değişken olarak "kaynak üstlenme" seçilmiştir. Kaynak üstenen giriş biçimlerini seçen işletmeler "1" olarak, üstlenmeyen giriş biçimlerini seçen işletmeler ise, "0" olarak kodlanmıştır. ANOVA analizinin sonuçlarına göre; işletmelerin uluslararası pazara girişte üstlendikleri kaynak miktarı %95 güvenle ($p=0,020<0,05$), yerel pazar faktörlerinden alıcı ülke hükümetinin fiyat kontrolü uygulaması ihtimaline göre farklılaşmaktadır. Bunun dışında kaynak üstlenme miktarı diğer yerel pazar faktörlerine göre farklılaşmamaktadır.

Tablo 3

ANOVA Sonuçları (Bağımlı Değişken-Kaynak Üstenme)

Bağımsız Değişken	F Değeri	Sabit Terim	Uluslar arası Deneyim	Kısmi Eta Kareleri**	Ortalama Kare
(1) Politik İstikrarsızlık	2,149	13,924	0,596	0,295	0,482
(2) Kamulaştırma Riski	2,866	5,516	1,631	0,272	0,592
(3) Fiyat Kontrolü	4,015*	5,746	1,854	0,344	0,748
(4) Yerel Katılımcı Şartı	0,864	3,108	0,785	0,141	0,228
(5) Döviz Kontrolü	0,876	2,490	1,514	0,143	0,217
(6) Kar Transferlerinin Engellenmesi	0,610	4,382	0,364	0,104	0,166
(7) Alıcı Ülke Deneyimi	0,428	15,394	0,943	0,072	0,118
(8) Kültürel Uzaklık	1,910	4,353	1,413	0,199	0,434
(9) Politik Sistem Farklılıkları	2,149	7,477	1,359	0,219	0,476
(10) Ekonomik Sistem Farklılıkları	0,209	11,585	0,910	0,027	0,058
(11) Pazar Büyüme Oranı	1,612	8,516	1,974	0,235	0,346
(12) Endüstrinin Bul. Yaş. Evresi	0,154	6,508	0,793	0,029	0,042
(13) Teknolojik Değişimlerin Sıklığı	0,714	12,021	1,148	0,089	0,174
(14) Pazar Payı İstikrarsızlığı	1,760	3,140	1,271	0,201	0,388
(15) Sabit Maliyetlerin Seviyesi	0,360	2,880	1,001	0,051	0,088
(16) Rakiplerin Sayısı	0,131	12,135	1,046	0,012	0,035
(17) Tedarikçi Değiştirme Maliyeti	1,357	2,120	0,983	0,213	0,309

*%95 güvenle ortalama farklılığı anlamlı.

** Yerel pazar faktörlerine ait kısmi eta kareleri

4.3. Araştırma Modeli

İşletmelerin uluslararası pazarlara giriş biçiminin seçiminde yerel pazar faktörlerinin kaynak üstenme miktarını etkisini tespit edebilmek amacıyla probit regresyon modeli kurularak cevap aranmıştır. Buna göre modele yerel pazar faktörlerinden ayrı olarak bir yıl önceki faaliyetlerinden elde ettikleri satış gelirleri ve Klein, Frazier ve Roth (1990), tarafından belirlenen ölçeğe göre ölçeklendirilmiş olunan

uluslararası pazardaki deneyimde dâhil edilmiştir. İşletme büyüklüğünün ve deneyimin kontrol değişkeni olarak dikkate alınamaması araştırmanın bir kısıdını oluşturmaktadır.

Araştırma sonucunda elde edilen verilerden 20'si analize dâhil edilerek (araştırma evreninin % 21,05'i), araştırma modeli oluşturulmuştur. Bağımlı değişkeni, kaynak üstenme seviyesine göre giriş biçimi oluşturmaktadır. Analiz sonucunda elde edilen veriler Tablo 4 ve Tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 4

Giriş Biçimi ile Yerel Pazar Faktörünün Tahmin Edilen Regresyon Modeli

	Standart	Sabit Terim/	Standart Hata (t
	Sabit Terim	Hata	istatistiği)
Sabit terim			
(Intercept)	-0,00094	3,3642	-0,00028
	Regresyon	Standart	Katsayı/Standart
Faktör	Katsayısı	Hata	Hata (t
Politik İstikrarsızlık	-0,02665	0,49198	-0,05416
Kamulaştırma Riski	-0,01738	1,31293	-0,01324
Fiyat Kontrolü	-0,00471	0,99841	-0,00472
Yerel Katılımcı Şartı	-0,02456	1,53908	-0,01596
Döviz Kontrolü	-0,02428	0,88246	-0,02752
Kar Transferi	-0,02862	1,19556	-0,02394
Alıcı Ülke Deneyimi	0,01016	0,42657	0,02381
Kültürel Farklılık	0,00264	0,82859	0,00318
Politik Farklılık	-0,01409	0,97573	-0,01444
Ekonomik Farklılık	0,01601	0,56728	0,02823
Büyükük	3,46E-10	3,79E-10	0,91441
Uluslararası Pazardaki			
Deneyim	-0,00123	0,3825	-0,00323

Tablo 5

Modelin Uygunluğu ve Anlamlılığı

Chi Square	Df	p
19,2	7	0,008*

*p<0.05 anlamlılık düzeyinde model anlamlı

Probit regresyon modeli %95 güvenle (p=0,008<0,05) anlamlı bulunmuştur. Buna göre; probit regresyon modeli şu şekilde yazılabilir:

$Y = -0,00094 - 0,02665$ (Politik İstikrarsızlık) $-0,01738$ (Kam.Risk) $-0,00471$ (Fiy.Kont.) $-0,02456$ (Yerel Kat. Şartı) $-0,02428$ (Döviz Kontrolü) $-0,02862$ (Kar Transferi) $+0,01016$ (Alıcı Ülke Deneyimi) $+0,00264$ (Kültürel Farklılık) $-0,01409$ (Politik Farklılık) $+0,01601$ (Ekonomik Farklılık) $+ 3,46E-10$ (Büyükük) $-0,00123$ (Ulus. Paz. Den.)

4.4. Yerel Pazar Faktörlerinin Giriş Biçiminin Seçimine Olan Etkisi

Modelin anlamlı bulunmasının ardından, araştırma hipotezlerinin sınanması, %95 güvenle gerçekleştirilmiştir. Analize giren örneklem sayısı, (n=örneklem sayısı) 20 olduğundan, %95 güvenle, 19 serbest dereceli (n-1=19) t tablo değeri=1,729 (McClave, Benson ve Sincich, 2005, s.1154), olur. Buna göre, Tablo 4’de belirtilen, Katsayı/Standart hata değerleri (t istatistiği), t dağılımı tablo değerleri olan -1,729 veya 1,729 değerlerinden sırasıyla küçük veya büyük olur ise, hipotez testi anlamlı sonuç vermiş olarak kabul edilecektir.

H1: Alıcı ülke pazarında politik istikrarsızlık yüksek olduğunda, işletmeler en az seviyede kaynak ve risk üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

Regresyon katsayısı değerinin negatif işaretli olması, alıcı ülke pazarındaki politik istikrarsızlık arttıkça, kaynak üstlenme seviyesi düşük giriş biçimleri seçilir, hipotezini desteklese de %95 güvenle t istatistiği (-1,729<-0,05416<1,729) anlamlı bulunmamıştır.

H2: Alıcı ülke pazarında yabancı işletmeleri sınırlandırma ve son verme olasılığı yüksek olduğunda, işletmeler en az seviyede kaynak ve risk üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

Regresyon katsayısı değerinin negatif işaretli olması, alıcı ülke pazarında kamulaştırma riski arttıkça, kaynak üstlenme seviyesi düşük giriş biçimleri seçilir, hipotezini desteklerken %95 güvenle t istatistiği (-1,729<-0,01324<1,729) anlamlı bulunmamıştır.

H3: Alıcı ülke pazarı hükümetinin fiyat kontrolü uygulayarak yabancı işletmeleri engelleme olasılığı yüksek olduğunda, işletmeler en az seviyede kaynak ve risk üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

Regresyon katsayısı değerinin negatif işaretli olması, alıcı ülke pazarında fiyat kontrolü ile yabancı işletmeleri engelleme olasılığı arttıkça, düşük seviyeli kaynak

üstenme giriş biçimleri seçilir, hipotezini desteklese de %95 güvenle t istatistiği (-1,729<-0,00472<1,729) anlamlı bulunmamıştır.

H4: Alıcı ülke pazarı hükümetinin yerel katılımcı şartı arayarak yabancı işletmeleri engelleme olasılığı yüksek olduğunda, işletmeler en az seviyede kaynak ve risk üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

Regresyon katsayısının negatif değerli olması, alıcı ülke pazarında yabancı işletmeleri yerel katılımcı şartı ile engelleme olasılığı arttıkça, düşük seviyeli kaynak üstenen giriş biçimleri seçilir, hipotezini desteklerken, % 95 güvenle t istatistiği (-1,729<-0,01596<1,729) anlamlı sonuç vermemiştir.

H5: Alıcı ülke pazarında elde edilen kazancın Türk Lirasına çevrilip Türkiye'ye transfer edilmesinin engellenme olasılığı yüksek olduğunda, işletmeler en az seviyede kaynak ve risk üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

Regresyon katsayısının negatif değerli olması, alıcı ülke pazarında döviz kontrolü ile yabancı işletmeleri engelleme olasılığı arttıkça, düşük seviyeli kaynak üstenen giriş biçimleri seçilir, hipotezini desteklerken, %95 güvenle t istatistiği (-1,729<-0,02752<1,729) anlamlı bulunmamıştır.

H6: Alıcı ülke pazarında elde edilen kar'ın Türkiye'ye transferinin engellenme olasılığı yüksek olduğunda, işletmeler en az seviyede kaynak ve risk üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

Regresyon katsayısının negatif değerli olması, alıcı ülke pazarında elde edilen kar'ın esas ülkeye engellenme olasılığı arttıkça, düşük seviyeli kaynak üstenen giriş biçimleri seçilir, hipotezini desteklerken, %95 güvenle t istatistiği (-1,729<-0,02394<1,729) anlamlı bulunmamıştır.

Davidson ve Mc Fetridge (1985, s.18), politik istikrarsızlığın yüksek olmasının, işletmelerin uluslararası pazara girişte katılımlarını azaltacağını bulmuşlardır. Buna göre, Brouthers (2002, s.213), yerel katılımcı şartı arandığında, ortak girişim biçiminin daha fazla kaynak üstenen Doğrudan Dış Yatırım giriş biçimine, tercih edileceğini bulmuştur. Hill ve diğerleri (1990, s.122), ülke riski faktörlerinin yüksek olduğu uluslararası pazara girişte düşük seviyeli kaynak üstenmenin daha mantıklı bir seçim olacağını belirtmişlerdir. Pan (1996, s.12), işletmelerin Çin pazarına girişte ülke riskinin yüksek olmasının ortaklıklarda hisse payını negatif yönde etkilediğini bulmuşlardır. Yazında yer alan bulgular çerçevesinde, araştırma bulguları, alıcı ülke pazarı faktörlerinin giriş biçiminin seçiminde, Adana imalat işletmeleri bakımından, anlamlı bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir. Fakat katsayı değeri işaretlerinin beklenen yönde olması bulguların az da olsa yazınla paralellik göstermesini sağlamıştır. K.D. Brouthers ve L.E. Brouthers (2003, s.1195), yasal kısıtlamaların imalat işletmeleri için anlamlı bir etkiye sahip olmadığını tespit etmiştir. Bu bulgu, araştırmamızda ülke riski faktörlerinden fiyat kontrolü, döviz kontrolü ve kar transferinin engellenme riskinin anlamsız bulunmasıyla paralellik göstermektedir. Bunun aksine, Delios ve Beamish (1999, s.926), ülke riski faktörünün yasal kısıtlamalarla yüksek ilişkiye sahip olduğunu ve yasal kısıtlamaların giriş biçimi seçimine etkisini tespit ederken, ülke riskinin etkisini tespit edememiştir.

H7: İşletmelerin alıcı ülke pazarında deneyimi azaldıkça, en az seviyede kaynak üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

Analiz sonuçlarına göre; %95 güvenle t istatistiği (-1,729<0,02381<1,729) anlamlı sonuç vermemiştir. Hennart (1991, s.494), işletmelerin alıcı ülke pazarı deneyimleri arttıkça, Doğrudan Dış Yatırım biçimini seçeceklerini bulmuştur. Bununla birlikte, K.D. Brouthers ve L.E. Brouthers (2003, s.1195), ülke deneyiminin artmasının kaynak üstlenme miktarını arttıracığını tespit etmiştir. Delios ve Beamish (1999, s.926), alıcı ülke pazarı deneyiminin işletmelerin uluslararası pazara girişte sahiplik oranını arttıracığını tespit etmişlerdir.

H8: Alıcı ülke pazarı ile esas ülke pazarı arasındaki kültürel farklılıklar arttıkça, işletmeler en az seviyede kaynak üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

Regresyon katsayısının pozitif işaretli olması, ülkeler arasında algılanan kültürel farklılıklar arttıkça, düşük seviyeli kaynak üstenen giriş biçimlerini seçer, hipotezini desteklememektedir. Bununla birlikte, %95 güvenle t istatistiği (-1,729<0,00318<1,729) anlamlı bulunmamıştır.

H9: Alıcı ülke pazarı ile esas ülke pazarı arasındaki politik sistem farklılıkları arttıkça, işletmeler en az seviyede kaynak üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

Regresyon katsayısının negatif işaretli olması, ülkeler arasında algılanan politik sistem farklılığı arttıkça, düşük seviyeli kaynak üstenen giriş biçimleri seçilir, hipotezini desteklemektedir. Fakat % 95 güvenle t istatistiği (-1,729<-0,01444<1,729) anlamlı bulunmamıştır.

H10: Alıcı ülke pazarı ile esas ülke pazarı arasındaki ekonomik koşullar arasındaki farklılık arttıkça, işletmeler en az seviyede kaynak üstenen giriş biçimini seçerek uluslararası pazarlara giriş yaparlar.

Regresyon katsayısının pozitif işaretli olması, ülkeler arasında algılanan ekonomik sistem farklılıkları arttıkça, düşük seviyeli kaynak üstenen giriş biçimleri seçilir, hipotezini desteklememektedir. Bununla birlikte, %95 güvenle t istatistiği (-1,729<0,02823<1,729) anlamlı sonuç vermemiştir.

Pazar bilinirliği faktörlerinden algılanan kültürel farklılıkların giriş biçimi seçimine etkisinin araştırma sonucunda beklentilerin tersinde bir işaretle çıkması, “ülkeler arasında kültürel farklılıklar arttıkça, işletmelerin uluslararası pazarda sahip olmak isteyecekleri kontrol seviyeleri artar.” görüşüyle paralellik göstermesini sağlamıştır. Fakat bu sonuç, istatistiksel anlamda desteklenmemiştir. Taylor, Zou ve Osland (1998, s.406), yerel pazar faktörlerinin giriş biçiminin seçimine etkisini işlem maliyetleri teorisine göre araştırdıklarında, şu sonuca varmışlardır: “kültürel benzerlik arttıkça, daha düşük kontrol seviyesi içeren giriş biçimleri seçilmelidir. Bir diğer ifadeyle, kültürel benzerlik azaldıkça, yüksek seviyede kontrol içeren giriş biçiminin seçilmesi gerekir.” bulgusunu ortaya koymuşlardır. Bu görüş, yapılan araştırmayla aynı yönde olmasına rağmen, giriş biçiminin seçimini etkileyen teoriler temelinde farklılık göstermektedir. Çünkü gerçekleştirilen araştırma kontrol seviyesini dikkate alan işlem maliyetleri teorisine göre değil, kaynak üstlenme seviyesini dikkate alan eklektik teori temelinde gerçekleştirilmiştir. Kim ve Hwang (1992), eklektik teori çerçevesinde yerel pazar faktörlerini dikkate aldıkları çalışmalarında, kültürel farklılık arttıkça, düşük seviyeli kaynak üstenen giriş biçimi seçilmesi gerektiğini bulmuşlardır. Buna göre, algılanan kültürel farklılıklar arttıkça, işletmeler uluslararası pazarda, düşük seviyeli

kaynak üstenen giriş biçimlerini seçerler hipotezi desteklenmediği gibi anlamlı sonuçta vermemiştir.

5. Tartışma ve Sonuç

Adana ilinde yerleşik uluslararası pazarlara giriş yapmış işletmeler üzerinde yapılan araştırma sonucunda probit regresyon modeline göre, giriş biçiminin seçiminde yerel alıcı ülke riski ve pazar bilinirliği faktörleri anlamlı bir etkiye sahip değildir. ANOVA sonuçlarına göre, kaynak üstlenme miktarına etki eden tek faktör olarak alıcı ülke pazarı hükümetinin fiyat kontrolü uygulayarak yabancı girişimcileri engelleme olasılığında etkilenmektedir. Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre; endüstri büyüme oranı seviyesi ile ihracat, ortak girişim ve Doğrudan Dış Yatırım giriş biçimlerinin seçilmesi arasında %95 güvenle negatif yönlü zayıf ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre; endüstri büyüme oranı azaldıkça düşük seviyede kaynak üstenen giriş biçimleri seçilir. Bir diğer ilişki analizinde, ihracat olmayan giriş biçimleri ile endüstri büyüme oranı arasında, negatif yönlü zayıf seviyede %95 güvenle anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre; endüstri büyüme oranı arttıkça, ihracat olmayan giriş biçimleri seçilmektedir.

İlişki analizinden elde edilen sonuçlara göre, endüstri büyüme oranı ile giriş biçimleri arasında ilişki olmasının dışında diğer faktörler ile giriş biçimleri arasında ilişki bulunamamıştır. ANOVA analizine göre kaynak üstlenme seviyesinin, alıcı ülke hükümetlerinin fiyat kontrolü uygulayarak yabancı girişimcileri engelleme olasılığına göre farklılaşması dışında hiçbir faktör farklılaşma yaratmamıştır. Araştırmanın esas bulgularına ulaşılmasını sağlayan probit regresyon analizine göre ise, alıcı ülke riski ve pazar bilinirliği faktörlerinden hiçbirisi, giriş biçiminin seçimine etki etmemektedir. ANOVA analizinde, bağımlı değişkenler kaynak üstlenme seviyesi iken, ilişki analizlerine, esas giriş biçimleri, ihracat ve ihracat olmayan giriş biçimleri, kaynak üstenen ve üstlenmeyen giriş biçimleri de dâhil edilmiştir.

Araştırma sonucunda, yerel pazar faktörlerinin (ülke riski ve kültürel farklılık) işletmelerin uluslararası pazarlara giriş biçiminin seçiminde anlamlı etkiye sahip olmamasının sonucuna varılmış olmasının sebepleri; işletmelerin uluslararası pazarlara katılım seviyelerini düşük tutmak istemelerinin, uluslararası pazarlara girişte işletme politikası olarak benimsemeleri, işletmelerin giriş yapılan pazarlarda daha fazla büyüme fırsatı görememeleri, işletmelerin uluslararası pazarlarda üretim tesisi açılması yerine, milliyetçi bir yaklaşımla Türkiye sınırları içerisinde üretimi gerçekleştirerek ülke işsizlik oranını azaltmak istemeleri, işletmelerin uluslararasılaşma sürecinin başlangıcında olmaları, işletmelerin sadece uluslararası pazarlardan gelen dış talepleri karşılayarak uluslararası pazara giriş yapmak istemeleri, işletme karar vericilerinin uluslararası pazarlara girişte yerel pazar faktörlerini fazla dikkate almamaları, bazı büyük ölçekli işletmelerin, yeterli kapasiteye sahip olmalarına rağmen, esas ülkede ihracat yönetim birimini açarak, uluslararası pazara girişte doğrudan alıcıyla iletişime geçmesi ve uluslararası pazara hiç katılım yapmaması olarak sıralanabilir.

Araştırmanın gerçekleştirilmesi esnasında, zaman kısıdının olması, araştırma evreninin sadece Adana iliyle sınırlı tutulması, Adana ilinde yerleşik ve uluslararası pazarlara giriş yapmış imalat işletmelerinin uluslararası pazarlara girişte seçmiş oldukları giriş biçimlerinin farklılık arz etmemesi araştırmanın kısıtlarını oluşturmaktadır. Bununla birlikte, giriş biçimlerinin kategorik anlamda yeterli büyüklük

farkına erişmemiş olması, probit regresyon modelinde, bağımlı değişken olarak giriş biçimleri ile %95 güvenle zayıf seviyede pozitif yönlü anlamlı bir ilişkiye sahip olan kaynak üstenme seviyesinin kullanılmasına sebep olmuştur.

İmalat ve hizmet işletmeleri açısından, giriş biçimi seçimi kararını etkileyen faktörler farklı olduğundan, ileriki çalışmaların hizmet işletmeleri üzerinde yapılması, yerel pazar faktörlerinin etkisini ortaya çıkarabilir. Adana ilinde yerleşik uluslararası pazarlara giriş yapmış imalat işletmelerinin yerel pazar faktörlerini dikkate almamalarının stratejik bir nedene dayanıp dayanmadığı araştırılmalıdır. Adana ilindeki uluslararası pazarlara giriş yapmış imalat işletmelerinin, uluslararası pazarlara girişte sahip oldukları kaynak ve yetenekleri etkin bir şekilde kullanabilmek amacıyla, uluslararası pazarlara katılımlarını arttırmak istememesi, sebebi araştırılmalıdır. Adana ilindeki uluslararası pazarlara giriş yapmış işletmelerin coğrafi uzaklık faktöründen etkilenme seviyeleri dikkate alınmalıdır. İşletmelerin uluslararası pazarlarda üretim yapmaktan kaçınmalarının, Türkiye'deki işçilik maliyetinin seviyesinden ötürü, gelip gelmediği araştırılmalıdır. İşletmelerin uluslararası pazarlara katılım seviyelerini etkileyen esas ülke pazar faktörlerinin etkisi dikkate alınmalıdır.

Sonuç olarak, Adana ilinde yerleşik uluslararası pazarlara giriş yapmış işletmeler, giriş biçiminin seçiminde alıcı ülke (yerel pazar) faktörlerini dikkate almamaktadırlar.

Kaynakça

- Agarwal, S., (1994). Socio-Cultural Distance and the Choice of Joint Ventures: A Contingency Perspective, *Journal of International Marketing*, Vol. 2, No. 2, s. 63-80
- Agarwal, S. ve S.N. Ramaswami (1992). Choice of Foreign Market Entry Mode: Impact of Ownership, Location and Internalization Factors, *Journal of International Business Studies*, Vol.23, No.1, s.1-27
- Anderson, E. ve A.T. Coughlan (1987). International Market Entry and Expansion via Independent or Integrated Channels of Distribution, *Journal of Marketing*, Vol. 51, s.71-82
- Aulakh, P.S. ve M. Kotabe (1997). Antecedents and Performance Implications of Channel Integration in Foreign Markets, *Journal of International Business Studies*, Vol.28, No.1, s.145-175
- Ayal, I. ve J. Zif (1979). Market Expansion Strategies in Multinational Marketing, *Journal of Marketing*, Vol.43 (Spring), s.84-94
- Bass, B. M., D.W. McGregor ve J.L. Walters (1977). Selecting Foreign Plant Sites: Economic, Social and Political Considerations, *Academy of Management Journal*, Vol. 20, No. 4, s.535-551
- Brouthers, K.D. (2002). Institutional, Cultural and Transaction Cost Influences on Entry Mode Choice and Performance, *Journal of International Business Studies*, Vol.33, No.2, s.203-221
- Brouthers, L.E., K.D. Brouthers ve S. Werner (2000). Perceived Environmental Uncertainty, Entry Mode Choice and Satisfaction with EC-MNC Performance, *British Journal of Management*, 11, s.183-195
- Brouthers, K.D. ve L.E. Brouthers (2003). Why Service and Manufacturing Entry Mode Choices Differ: The Influence of Transaction Cost Factors, Risk and Trust, *Journal of Management Studies*, Vol.40, No.5, s.1179-1204
- Buckley, P.J. ve M.C. Casson (1998). Analysing Foreign Market Entry Strategies: Extending the Internalization Approach, *Journal of International Business Studies*, Vol.29, No.3, s.539-561
- Campa, J. M. ve M.F. Guille'n (1999). The Internalization of Exports: Firm- and Location-Specific Factors in a Middle-Income Country, *Management Science*, Vol. 45, No. 11, s.1463-1478
- Carazo, P.C.M. ve R. Lumiste (2010). Foreign Entry Modes of Colombian Small and Medium Enterprises, *International Journal of Business and Economics Perspectives*, Vol.5, No.1, s.16-41
- Casson, M. (1995). *The Organization of International Business*, Aldershot, U.K. ve Brookfield, U.S., Edward Elgar
- Chung, H.F.L. ve P. Enderwick (2001). An Investigation of Market Entry Strategy Selection: Export vs. Foreign Direct Investment Modes: A home-host Country Scenario, *Asia Pacific Journal of Management*, 18(4), s.443-460
- Couturier, J. ve D. Sola (2010). International Market Entry Decisions: The Role Of Local Market Factors, *Journal of General Management*, Vol. 35 No. 4 s.45-63
- Cristina, L.D. ve G.C. Esteban (2002). The Effect of Firm and Host Country Characteristics on the Choice of Entry Mode: Empirical Evidence from Spanish Firms, *Journal of Management and Governance*, 6, s.153- 168

- Davidson, W.H. ve D.G. McFetridge (1985). Key Characteristics in the Choice of International Technology Transfer Mode, *Journal of International Business Studies*, Vol. 16, No. 2, s. 5-21
- Delios, A. ve P.W. Beamish (1999). Ownership Strategy of Japanese Firms: Transactional, Institutional, and Experience Influences, *Strategic Management Journal*, 20, s.915-933
- Dunning, J.H. (1973). The Determinants of International Production, *Oxford Economic Papers, New Series*, Vol.25, No.3, s.289-336
- Hair, J.F., W.C. Black, B.J. Babin, R.E. Anderson ve R.L. Tatham (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th Edi.), New Jersey, Prentice Hall
- Harrigan, K.R. (1985a). Vertical Integration and Corporate Strategy, *Academy of Management Journal*, Vol.28, No.2, s.397-425
- Harrigan, K.R. (1985b). Strategies for Intrafirm Transfers and Outside Sourcing, *Academy of Management Journal*, Vol.28, No.4, 914-925
- Hennart, J-F. (1991). The Transaction Costs Theory of Joint Ventures: An Empirical Study of Japanese Subsidiaries In The United States, *Management Science*, Vol.37, No.4, s.483-497
- Hill, C.W.L, P. Hwang, ve W.C. Kim (1990). An Eclectic Theory of the Choice of International Entry Mode, *Strategic Management Journal* 11(2) s.117-128
- Kim, W.C. ve P. Hwang (1992). Global Strategy and Multinationals' Entry Mode Selection, *Journal of International Business Studies*, Vol.23, No.1, s.29-53
- Klein, S., G. L. Frazier ve V.J. Roth (1990). A Transaction Cost Analysis Model of Channel Integration in International Markets, *Journal of Marketing Research*, Vol. XXVII, s.196-208
- Kogut, B. ve H. Singh (1988). The Effect of National Culture on the Choice of Entry Mode, *Journal of International Business Studies* 19, s.411 – 432
- McClave, J.T., P.G. Benson ve T. Sincich (2005). *Statistics for Business and Economics* (9th Edi.), New Jersey, Pearson Prentice Hall
- Morschett, D., H.S. Klein ve S. Bernhard (2009). Decades of Research on Market Entry Modes: What Do We Really Know about External Antecedents of Entry Mode Choice?, *Journal of International Management*, 16 (2010) s.60–77
- Oswald, S.L. ve J.S. Jahera (1991). Research Notes and Communications the Influence of Ownership on Performance: An Emprical Studies, *Strategic Management Studies*, Vol.12 (4), s.321-326
- Pan, Y. (1996). Influences on Foreign Equity Ownership Level in Joint Ventures in China, *Journal of International Business Studies*, Vol.27, No.1, s.1-26
- Pan, Y. ve D.K. Tse (1996). Cooperative Strategies between Foreign Firms in an Overseas Country, *Journal of International Business Studies*, Vol.27, No.5 Global Perspectives on Cooperative Strategies (1996), s.929-946
- Pan, Y., ve P.S.K. Chi (1999). Financial Performance and Survival of Multinational Corporations in China, *Strategic Management Journal*, 20, s.359-374
- Porter, M.E. (1979). The Structure within Industries and Companies Performance, *Review of Economics and Statistics*, 61, Issue 2, s.214-219
- Porter, M.E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, New York: The Free Press

- Ronen, S. (1986). *Comparative and Multinational Management*, New York, John Wiley ve Sons.
- Root, F.R., R.L. Kramer ve M.Y. D'arlin (1966). *International Trade and Finance* (2.Edi.), Cincinnati, Ohio, South-Western Publishing Company
- Sanchez-Peinado, E. ve J. Pla-Barber (2006). A Multidimensional Concept of Uncertainty and its Influence on the Entry Mode Choice: An Emprical Analysis in the Service Sector, *International Business Review*, 15, s.215-232
- Shrader, R.C. (2001). Collaboration and Performance in Foreign Markets: The Case of Young High-Technology Manufacturing Firms, *Academy of Management Journal*, Vol. 44, No.1, s.45-60
- Sternquist, B. (2007). *International Retailing* (2nd Edi.), New York, Fairchild Publications
- Taylor, C.R., S. Zou ve G.E. Osland (1998). A Transaction Cost perspective on Foreign Market Entry Strategies of U.S. and Japanese Firms, *Thunderbird International Business Review*, 40(4), s.389-412
- Vernon, R. ve L.T. Wells (1981). *Manager in the International Economy*, (4th Edi.), New Jersey, Prentice-Hall Inc.
- Woodcock, C.P., P.W. Beamish ve S. Makino (1994). Ownership-Based Entry Mode Strategies and International Performance, *Journal of International Business Studies*, Vol.25, No.2, s.253-273
- Zejan, M.C. (1990). New Ventures or Acquisitions: The Choice of Swedish Multinational Enterprises, *Journal of Industrial Economics*, Vol.38 s.349–355