

Uluslararası Pazarlama Stratejisinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Rusya'ya Tekstil İhracatı Üzerinde Bir Uygulama

Göksel GÜLEÇ¹
Canan ERYİĞİT²

Özet

Bu çalışmanın amacı işletmelerin ihracat genişleme stratejisi ve uluslararası pazarlama stratejisinin uyarlanması/standardizasyonu kararının ihracat performansı üzerindeki etkilerinin incelenmesidir. Bu çerçevede, yoğunlaşma/farklılaşma stratejisini benimseyen işletmeler ve uluslararası pazarlama karmasının uyarlanması/standardizasyonu kararını benimseyen işletmeler arasında finansal ve stratejik ihracat performansı ve ihracat tatmini açısından fark olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Türkiye'den Rusya'ya tekstil ihracatı yapan işletmelerden elde edilen veriye uygulanan bağımsız örneklem t testleri farklılaşma stratejisini benimseyen işletmelerin ihracat tatmininin yoğunlaşma stratejisini benimseyen işletmelere göre daha yüksek olduğunu göstermiştir. Bunun yanında, tutundurma programının uyarlanması kararını benimseyen işletmelerin ihracat performansının standardizasyon kararını benimseyen işletmelere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *ihracat genişleme stratejisi, uyarlama, standardizasyon, ihracat performansı*

The Effect of International Marketing Strategy on Export Performance: An Empirical Investigation on Textile Exports to Russia

Abstract

This study investigates the effects of export expansion strategies and adaptation/standardization of international marketing strategy on export performance. For this purpose, we examined whether export performance differs among firms adapting diversification strategy and concentration strategy. We also examined the differences on export performance of firms adapting and standardizing marketing mix program. Data is gathered from textile firms exporting to Russia. The results of independent samples t tests revealed that export performance of firms adapting diversification strategy is higher than the performance of firms adapting concentration strategy. Moreover, adaptation of promotion mix program leads to higher export performance than standardization of the program.

Keywords: *export expansion strategy, adaptation, standardization, export performance*

¹ Başmüfettiş, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı,
gokselgulec@gumruk.gov.tr

² Dr. Hacettepe Üniversitesi İşletme Bölümü,
canandemirsoy@yahoo.com