

İŞLETMELERİN İHRACAT PERFORMANSI: BİBLİYOMETRİK ANALİZÖğr. Gör. İlknur TANRIVERDİ Prof. Dr. Murat Hakan ALTINTAŞ **ÖZET**

İhracat, işletmeler için yeni pazarlarda faaliyet göstermek, büyümek ve riski dağıtmak amacıyla kullanılan en yaygın uluslararasılaşma stratejilerinden biridir. İhracat performansı ise genel anlamda işletmelerin ihracat yoluyla elde ettikleri başarıyı ifade etmektedir. İhracat performansı, uluslararası literatürde uzun zamandır üzerinde çalışılan bir konudur. Bu çalışmanın amacı; dünyada 2000-2018 yılları arasında, ihracat performansı konusunda üretilmiş olan akademik çalışmaları bibliyometrik analiz yöntemi ile incelemek ve ihracat performansı konusunun tematik gelişimini bilimsel haritalama yolu ile elde etmektir. Araştırmanın örneklemini 2000-2018 yılları arasında Web of Science (WoS) veritabanında yayınlanmış, başlığında 'export performance' kavramı yer alan akademik yayınlardır. 2000-2018 yılları arası 19 yıllık dönem, 2000-2009, 2010-2018 olarak 2 periyoda bölünmüş, ihracat performansı kavramının bu periyotlar içerisinde hangi kavramlar ile birlikte çalışıldığı, hangi kavramların hangi dönemlerde ortaya çıktığı, hangi dönemlerde ana konu haline geldiği, hangi dönemlerde azaldığı ve nasıl bir değişim gösterdiği bilimsel haritalama yöntemi ile elde edilmiştir. İhracat performansı konusu yayın sayısı, atıf sayısı, tema sayısı ve h-endeksi açısından incelenmiş ve ikinci periyotta gelişme gösterdiği görülmüştür. Son periyotta strateji, firma büyüklüğü, performans, verimlilik ve inovasyon gibi kavramlar ana temel kavramlar olarak ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: İhracat Performansı, Bibliyometrik Analiz, Bilimsel Haritalama.

JEL Kodları: : L25, M16, F60, L10.

EXPORT PERFORMANCE OF BUSINESSES: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS**ABSTRACT**

Export is one of the most common internationalization strategies for businesses to operate in new markets, grow and distribute risk. Export performance generally refers to the success of enterprises through exports. Export performance is a subject that has been studied for a long time in the international literature. The aim of this study; is to examine the academic studies that produced on export performance in the world between 2000-2018 by bibliometric analysis method and to analyze the

* Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi, Manyas Meslek Yüksekokulu, Balıkesir/ Türkiye, e-mail: itanriverdi@bandirma.edu.tr

* Bursa Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, e-mail: mhakan@uludag.edu.tr

Makale Geçmişi/Article History

Başvuru Tarihi / Date of Application : 22 Mayıs / May 2019

Düzeltilme Tarihi / Revision Date : 27 Ağustos / August 2019

Kabul Tarihi / Acceptance Date : 30 Eylül / September 2019

thematic evolution of export performance by scientific mapping. The sample of the study is the scientific papers published in the Web of Science (WoS) database between 2000-2018 and the title of 'export performance'. 19 years period between 2000-2009, was divided to 2 periods as 2000-2009, 2010-2018, and obtained by scientific mapping method the themes of export performance in these periods with which themes are working together, which themes emerged in which periods, which periods became the main subject, in which periods how it decreases and how it changes. The issue of export performance was examined in terms of the number of publications, the number of citations, the number of themes and the h-index, and it was observed that it developed in the second period. In the last period, the themes such as strategy, firm size, performance, productivity and innovation have emerged as the main thematic areas.

Keywords: *Export Performance, Bibliyometric Analysis, Science Mapping Analysis.*

Jel Classification: *L25, M16, F60, L10.*

1. GİRİŞ

Uluslararasılaşma hem işletmeler hem de ülkeler için büyümenin en temel faktörlerinden biridir. Uluslararasılaşmanın en önemli unsuru ise ihracattır. İşletmeler, büyümek, riski dağıtmak, yurtiçi pazardaki risk faktörlerini yurtdışı pazarlar ile en aza indirmek adına ihracat yapmayı tercih etmektedir. İhracatı yurtiçi satışların yanında bir alternatif olarak görmenin yanısıra, tamamen ihracat odaklı olarak hareket eden işletmeler de bulunmaktadır. İhracat, işletmelere yurtdışı pazarlara ulaşma fırsatı sağlamanın dışında işletmenin stratejik hedeflerine ulaşmada da en önemli araçlardan biri olarak görülmektedir. İşletmelerin yaptıkları ihracattan elde ettikleri karlılık, satış hacmi, büyüme başarıları gibi veriler ise ihracat performansının ne denli yüksek ya da düşük olduğunu ifade etmektedir.

İhracat performansı kavramsal yapı olarak ihracat yolu ile işletmelerin stratejik ve ekonomik hedeflerine ulaşma derecesi (Cavusgil ve Zou,1994:1), işletmenin uluslararası satışlarının ihracat satışları, ihracat karlılığı ve ihracat artışı boyutlarından oluşan çıktıları (Shoham, 1998:62) olarak tanımlanmakta ve firmaya ve çevreye özgü koşullardaki ihracat davranışının sonuçlarını yansıtan bir olgu olarak incelenmektedir (Diamantopoulos ve Kakkos, 2007: 1). İhracat performansına ilişkin literatürde gerçekleştirilen çalışmaların içeriği incelendiğinde pazarlama stratejileri ihracat performansı etkisine ilişkin meta analiz (Leonidou, Katsikeas, Samiee, 2002), ürün adaptasyon ve ihracat performansı ilişkisi (Calantone, Kim, Schmidt, Cavusgil, 2006), genel ihracat stratejileri ile ihracat performansı arasındaki etkileşim (Aulakh, Kotabe, Teegen, 2000; Dhanaraj ve Beamish, 2003; Morgan, Katsikeas, Vorhies, 2012) ve ihracat yöneliminin ihracat performansı üzerindeki etkisi (Filatotchev, Liu, Buck, Wright, 2009; Chung, 2012; Cadogan, Boso, Story, Adeola, 2016; Francis, Collins-Dodd, 2000) gibi çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Diğer yandan işletme araştırmalarından ihracat araştırmalarına ilişkin genel incelemelerde mevcuttur (Leonidou ve Katsikeas, 2010).

İhracat alanında yapılan bibliyometrik çalışmalar incelendiğinde; ihracatın genel bir alan olarak bibliyometrik analizi(Chabowski vd., 2018), ihracatın alt-alanlarına ve küresel-doğanlara ilişkin (Dzikowski, 2018; Garcia-Lillo, 2017), ihracat ve örgütsel öğrenme alanında (İpek, 2018); ihracat engelleri alanında (Viana, 2017), ihracat rekabetçiliği alanında (Capobianco-Urriarte, Casado-Belmonte, Marín-Carrillo, Terán-Yépez, 2019) ve işletme araştırmalarında ihracatın konumuna ilişkin bibliyometrik çalışmalar (Leonidou, Katsikeas, Coudounaris, 2010) mevcuttur. Bu kapsamda ihracat performansı alanına ilişkin bütünü kapsayan bibliyometrik çalışmaya rastlanılmamıştır. Dolayısıyla makale bibliyometrik analiz ve bilimsel haritalama yöntemi ile ihracat performansı konusunda uluslararası yazında yapılan akademik çalışmaları inceleyerek, kavramsal gelişimini ortaya koymayı; sınıflandırmayı, kavramların birbirleri ile ilişkisini ve etkileşimlerini tespit etmeyi hedeflemesi bakımından önem arz etmektedir.

Çalışmanın ilk kısmında ihracat performansı literatürü incelenmekte, ikinci kısımda bibliyometrik analiz ve bilimsel haritalama ile ilgili bilgi verilmekte, üçüncü kısımda ihracat performansının bibliyometrik analizi çerçevesinde bulgulara yer verilmekte ve son kısımda ise çalışma ile ilgili sonuçlar tartışılmaktadır. Bu çalışma; işletmelerin büyümesi, verimliliğini arttırması, ulusal pazarlardaki riskleri farklı pazarlarda faaliyet göstererek gidermesi açısından önemli bir konu olan ihracat performansının kavramsal gelişimini ortaya koyarak literatüre katkı sağlamayı hedeflemektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. İhracat Performansının Yapısı

İhracat performansı yapısı gereği iç pazarın kurumsal özelliklerinden (Krammer, Strange, Lashitew, 2018), şirketin yönetsel perspektif ve katılımından (Navarro-Garcia, Arenas-Gaitán, Rondán-Cataluña, Rey-Moreno, 2016), firmanın yaş ve tecrübesinden (Love, Roper, Zhou, 2016), inovasyon kapasitesinden (Oura, Zilber, Lopez, 2016; Azar, Ciabuschi, 2017), dış çevre dinamiğinden (Gnizy, Cadogan, Oliveira, Nizam, 2017) etkilenmektedir ve bu bağlamda objektif ve/veya sübjektif olarak ölçümlenmektedir (Madsen ve Moen, 2018; Carneiro, Farias, Rocha, Silva, 2016). Dolayısıyla parasal olan veya olmayan büyüme (Zou ve Stan, 1998) etkinlik (Gençtürk ve Kotabe, 2001) satış artırma (Dhanaraj vd., 2003) şeklinde bir bakış açısına sahiptir.

İhracat performansı; işletmenin iç ve dış dinamiklerinden etkilenen bir değişken olarak, ölçümü çeşitli faktörlere bağlı olarak gerçekleşen bir çıktı olarak ya da işletmenin diğer stratejileri ile etkileşim içerisinde olan bir süreç olarak ele alınmıştır. İhracat performansını etkileyen değişkenler Zou ve Stan (1998)'a göre ihracat pazarlama stratejisi, yöneticilerin tutumları ve algıları, yöneticilerin özellikleri, firma özellikleri ve yeterlilikleri, endüstri özellikleri, yabancı pazar özellikleri, yerel pazar özellikleri olarak dikkate alınırken, ihracat performans göstergesi olarak da satış, karlılık, büyüme, başarı algısı, tatmin, hedefe ulaşma başarısı olarak dikkate alınmıştır. Yine iç ve dış etkenler bağlamında işletme

yeterlilikleri, performans, strateji, firma özellikleri ana başlıkları altında toplam 25 alt başlıkta ve dış etkenleri çevre ana başlığı altında ele alınmıştır (Aaby ve Slater, 1989). Çavuşgil vd. (1994) ise ihracat performansını etkileyen unsurları firma özellikleri, ürün özellikleri, endüstri özellikleri, ihracat pazar özellikleri olarak iki grupta değerlendirerek iç ve dış unsurların ihracat pazarlama stratejisine ve ihracat performansına olan etkisini araştırmıştır. Diğer yandan özellikle firma büyüklüğü ve teknolojik yoğunluğun ihracat stratejilerinin belirleyicileri olduğu, ve bir ihracat stratejisi olarak ele alınan uluslararasılaşma derecesinin ihracat performansı ile arasında pozitif ilişkiler olduğu görülmüştür (Dhanaraj vd., 2003). Ayrıca ihracat performansının bir ihracat biçimi olarak küresel doğan düzeyi ile ilişkisi (Kuivalainen, Sundqvist, Servais, 2007) ve ihracat performansının önemli öncüllerinden biri olan yenilik gücünün, firma büyüklüğüne etkisi incelenmiştir (Guan ve Ma, 2003). Bazı çalışmalarda ise ihracat performansının ihracat yoğunluğu ile bağlantısına vurgu yapılarak (Lages, Jap, Griffith, 2008) ihracat pazarlamasına ilişkin pazarlama becerileri temelinde planlamanın ihracat performansına etkide bulunduğu (Morgan vd., 2012) belirtilmiştir.

İhracat performansı ihracat alanında en önemli konulardan biridir. Yapısı gereği genelde çıktı veya bağımlı değişken olarak ele alınan ihracat performansı kavramının doğrudan etkilendiği kavramlar, örgütsel öğrenme (Yeoh, 2004), pazar yönelimlilik (Cadogan vd., 2003), ihracat pazarında pozisyon avantajı (Morgan vd., 2004), pazarlama stratejisi (Ruzo v.d., 2011) bağlamında incelenebilir. Yine belirli aracı etkiler üzerinden de etkilendiği bazı kavramlar söz konusudur. Bunlara örnek olarak pazar yönelimlilik-davranış unsurları (Racela, Chaikittisilpa, Thourungroje, 2007) ve ihracat teşvik programları-yabancı pazar çekiciliği üzerinden (Sharma, Sraha, Crick, 2018) gerçekleşen etkiler sayılabilir. Benzer şekilde ihracat performansı pazar yönelimlilik ile ihracat çevresi ile olan moderatörlüğünden etkilenmektedir (Cadogan, Diamantopoulos, Siguaw, 2002). İhracat performansının kendisinin öncül olarak yer aldığı bir değişken olarak sonraki ihracat katılımı ve yabancı pazara adaptasyon (Lages ve Montgomery, 2004) üzerinde etkisi bulunmaktadır.

İhracat performansının uluslararasılaşma teorisi bağlamında gerçekleştirilen bibliyometrik analizlerde ana bir boyut olarak (Dabić vd., 2019) ve ayrıca ihracat performansının uluslararası iş süreçlerindeki ağ mekanizması ile bağlantılı olduğuna ilişkin (Bužavaitė ve Korsakienė, 2018) çalışmalar mevcuttur. Dolayısıyla ihracat performansının bütünsel ve ayrı bir bibliyometrik analize konu yapılması literatüre katkı sağlamaktadır. Gerçekleştirilecek bibliyometrik analiz ile ihracat performansının olası iç dinamiğinde yer alan öncüllerin veya konuların belirlenmesi önem arz etmektedir. Aşağıda bibliyometrik analize ilişkin teorik açıklamalar gerçekleştirilmiş ve daha sonra ihracat performansına ilişkin bibliyometrik analiz sonuçları ve bulguları tartışılmıştır.

2.2. Bibliyometrik Analiz

Bibliyometri; akademik araştırma çıktısını değerlendirmek ve analiz etmek için önemli bir araçtır. Ülkeler, üniversiteler araştırma merkezleri, araştırma grupları, dergiler ve bilim adamları gibi farklı

aktörler tarafından geliştirilen araştırmaları değerlendirmek ve analiz etmek için önemli bir yaklaşımdır. (Cobo, Martinez, Gutierrez-Salcedo, Fujita, Herrera-Viedma, 2015: 3). Bu açıdan bakıldığında özellikle büyük veri kümelerinde metinleri ve belgeleri incelemek veya ölçmek ve bir araştırma alanının etkisini, araştırmacıların etkisini veya belirli bir makalenin etkisini araştırmak için kullanılan bir yöntemdir. (Henderson, Shurville, Fernstrom, 2009). Diğer yandan bilimsel haritalama ise disiplinlerin, uzmanlıkların, alanların, belgelerin ve yazarların birbirleriyle nasıl bir ilişkiye sahip olduklarını gösteren, açıklayan bir sistemdir. (Small, 1999:799). Netice olarak bibliyometrik bir alanın genel dönüşümünü içerik analizi ve görsellik bağlamında gösteren bir metottur. Yöntemin, yayınların veri tabanından elde edilmesi, veri azaltımının yapılması, birlikte bulunma ve eşleştirme, denklik indeksinin oluşturularak normalizasyon yapılması, kümelerin çıkarılması, analiz, görselleştirme ve raporlandırma şeklinde sekiz temel adımı vardır (Cobo, Lopez-Herrera, Herrera-Viedma, Herrera, 2012).

Atıf, eş-kelimeler, bibliyometrik eşleştirme, eş-yazar ve kelime temelli teknikler kullanılmakta ve temelinde ilgili alanın anahtar unsurlarını tespit konusunda destek olmaktadır (Zupic ve Čater, 2015: 439). Bu çalışmada kavramların, temaların birbirlerine benzerlik sistemine göre (Ahlgren and Colliander, 2009) zaman içerisindeki değişimini inceleme (Ho, 2007) bağlamında eş-kelime tekniği tercih edilmiştir. Çalışmaların eş-yazar veya eş-kelimeler şeklinde kümelendirilmesi neticesinde görselliğin sağlanmasında belirli bazı diyagramlar kullanılmaktadır. Dört alanda betimlenen stratejik diyagramlar (Cobo, Lopez-Herrera, Herrera-Viedma, Herrera, 2010), temelde temaların yoğunluk ve merkezilik değerlerine göre belirlenmektedir (Calloon, Courtial, Laville, 1991). Diyagramlar, hacmi ve alıntı sayısı ile orantılı dairelerden oluşan temaları gösteren grafikler olarak yorumlanmaktadır (Cobo vd., 2012). Esas itibarıyla her bir daire ilgili alanın baskın (motor), yeni gelişen/daralan, yatay gelişen ve olgunlaşmış/izole temaları olarak izlenmektedir (Martinez, Cobo, Herrera, Herrera-Viedma, 2015; Cobo vd, 2010). Merkezilik kavramı bir temanın diğer temalarla kurduğu bağlantının yoğunluğunu ölçer ve bu bağlantının gücü daha tutarlı bir ilişkiyi temsil eder (Calloon vd., 1991). Yoğunluk ise kelimeleri birbirine bağlayan bağlantıların gücünü ve etkinliğini temsil eder, böylece ilgili ağın iç dinamiğini anlatır (Coulter, Monarch, Konda, Carr, 1998). Çalışmanın analizinde yukarıda bahsedilen bibliyometrik analiz temellerine göre ihracat performansının yıl-periyot bazında dönüşümü belirlenmeye çalışılmıştır.

3. ANALİZ

3.1. Anahtar Kelimeler ve Veri Sağlama

Bu çalışmada, farklı analiz yöntemlerini aynı anda tek başına yapabilen bir haritalama programı olan Science Mapping Analysis Software Tool (Scimat 1.1.04) (Cobo vd. 2012), veri tabanı olarak da 1900 yılına kadar sosyal bilimler, sanat ve beşeri bilimlerde dünyanın önde gelen bilimsel literatürünü en eksiksiz ve geçmişe dönük olarak sağlayan ve aynı zamanda uluslararası konferanslar, sempozyumlar, seminerler, konferanslar, atölye çalışmaları ve kongreler ile ilgili ilerlemeleri de içeren

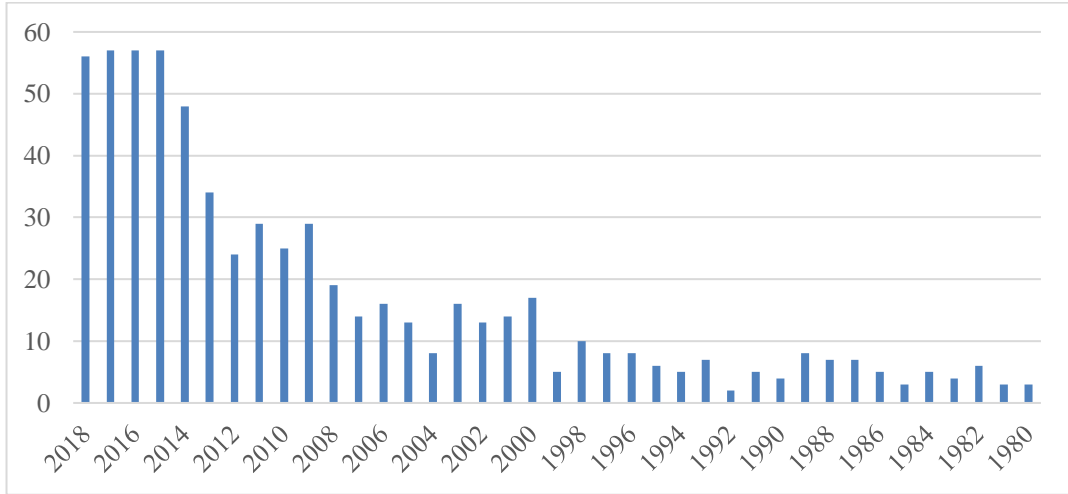
Web of Science (Martinez vd., 2014) kullanılmıştır. Uluslararası literatürde yapılan bibliyometrik çalışmaların önemli bir kısmı Web of Science veri tabanı kullanılarak yapılmakta, onun dışında kalan Google Scholar, Scopus, Medline, PubMed'in analiz dışında bırakılması çalışmanın kısıtını oluşturmakta, ancak tüm veri tabanlarından aynı formatta veri elde edilebilme zorluğu, yaygın kabul görmüş veri tabanlarından birinin tercihine neden olmaktadır.

Bibliyometrik analizin örneklemini, 2000-2018 yılları arasında Web of Science veri tabanında yayınlanmış, başlığında (title) ihracat performansı (export performance) kelimeleri geçen İngilizce akademik yayınlar taranmış, toplam 674 adet yayına ulaşılmıştır. Bu yayınlar çeşitli kategorilerde ve çeşitli doküman türlerinde olup, bu çalışma için ekonomi, işletme, yönetim, uluslararası ilişkiler, işletme finansı, yönetim biliminde operasyonel araştırmalar kategorilerinde yayınlanmış, makale ve bildiriler araştırmaya dahil edilmiş, bu yayınların sayısı 546 olarak tespit edilmiştir. Yapılan yayınların 249 adedi ekonomi, 249 adedi işletme, 137 adedi yönetim, 34 adedi uluslararası ilişkiler, 37 adedi işletme finansı, 18 adedi yönetim biliminde operasyonel araştırmalar kategorisindedir. Yapılan yayınların ilk on ülkeye göre dağılımı; Amerika 87, İngiltere 82, Çin 52, İspanya 43, Avustralya 32, Portekiz 33, Kanada 22, Güney Kore 23, Fransa 20, Türkiye 19 yayın şeklinde gerçekleşmiştir. Yılların dağılımı Şekil 1. de gösterilmiş olup en fazla yayın 2016 yılında 59 adettir. İhracat performansı konusu 1980'li yılların başından günümüze kadar artan bir ilgi ile çalışmaktadır. Özellikle 2000'li yılların başından itibaren yayın sayısında ciddi bir artış görülmektedir.

3.2. Veri Özellikleri: Yıllara Göre Yayın Sayısı

Başlığında 'ihracat performansı' kavramı yer alan makale ve bildiriler ile ilgili 546 yayının h-indeksi 54, ortalama atıf sayısı 17,79' dir. Yazarın kendine atıfları hariç atıf toplam sayısı 8.416' dir. Atıf yapılan makale sayısı is 5.492 adettir. En çok atıf yapılan 10 dergi; International Business Review, Journal of International Marketing, International Marketing Review, World Economy, Journal of Business Research, European Journal of International Management, Procedia Social And Behavioral Sciences, Canadian Journal of Economics Revue Canadienne D Economique, Journal of International Business Studies, Economic Letters dergileridir. Yayınların yıllara göre dağılımı Tablo 1.'de, en çok atıf alan ilk 15 makale Tablo 2.'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Yıllara Göre Yayın Sayısı



Kaynak: Web Of Science (2019) http://0210isbqn.y.http.wcs.webofknowledge.com.proxy.uludag.deep-knowledge.net/RA/analyze.do?product=WOS&SID=E30tW82m26hCrOYcjyG&field=PY_PublicationYear_PublicationYear_en&yearSort=true

Tablo 2. En Çok Atıf Yapılan İlk 15 Makale

Makalenin Adı	Yazarlar	Yayın Yeri	Yayın Yılı	Toplam Atıf Sayısı
Export strategies and performance of firms from emerging economies: evidence from Brazil, Chile, and Mexico	Aulakh, PS; Kotabe, M; Teegen, H	Academy of Management Journal	2000	355
A resource-based approach to the study of export performance	Dhanaraj, C; Beamish, PW	Journal of Small Business Management	2003	304
Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis	Leonidou, LC; Katsikeas, CS; Samiee, S	Journal of Business Research	2002	271
Innovative capability and export performance of Chinese firms	Guan, J; Ma, N	Technovation	2003	241
Innovation and export performance: evidence from the UK and German manufacturing plants	Roper, S; Love, JH	Research Policy	2002	202
Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance	Kuivalainen, Olli; Sundqvist, Sanna; Servais, Per	Journal of World Business	2007	187
The export orientation and export performance of high-technology SMEs in emerging markets: The effects of knowledge transfer by returnee entrepreneurs	Filatotchev, Igor; Liu, Xiaohui; Buck, Trevor; Wright, Mike	Journal of International Business Studies	2009	178
Internationalization of small firms: An examination of export competitive patterns, firm size, and export performance	Wolff, JA; Pett, TL	Journal of Small Business Management	2000	171
Export market-oriented activities: Their antecedents and performance consequences	Cadogan, JW; Diamantopoulos, A; Siguaw, JA	Journal of International Business Studies	2002	168

China's competitive performance: A threat to East Asian manufactured exports?	Lall, S; Albaladejo, M	World Development	2004	153
Exporting and performance: evidence from Chilean plants	Alvarez, R; Lopez, RA	Canadian Journal of Economics-Reveu Canadienne D Economique	2005	152
Market orientation and performance of export ventures: the process through marketing capabilities and competitive advantages	Murray, Janet Y.; Gao, Gerald Yong; Kotabe, Masaaki	Journal of The Academy of Marketing Science	2011	150
The role of past performance in export ventures: a short-term reactive approach	Lages, Luis Filipe; Jap, Sandy D.; Griffith, David A.	Journal of International Business Studies	2008	131
The effect of export marketing capabilities on export performance: An investigation of Chinese exporters	Zou, SM; Fang, E; Zhao, SM	Journal of International Marketing	2003	129
Export-market participation and productivity performance in Canadian manufacturing	Baldwin, JR; Gu, WL	Canadian Journal of Economics-Reveu Canadienne D Economique	2003	126

Kaynak: Web Of Science (2019) http://0210isbqn.y.http.wcs.webofknowledge.com.proxy.uludag.deep-knowledge.net/RA/analyze.do?product=WOS&SID=E3OtW82m26hCrOYcjyG&field=PY_PublicationYear_PublicationYear_en&yearSort=true

3.3. Veri Aralığı ve Analiz

İhracat performansı kavramı Web of Science veri tabanında yer alan yayınlarda 1980 yılından itibaren bulunmaktadır. 1980-1999 yılları arasında yayın sayısının az olması nedeni ile araştırmanın örneklemini 2000-2018 yılları arasında yapılan yayınlar oluşturmuştur. 19 yıllık dönem, 2000-2009, 2010-2018, olarak 2 periyoda bölünmüştür.

3.4. Temaların Belirlenmesi

Web of Science veri tabanından 546 yayın Sci-mat 1.1.04 versiyonunda analiz yapılmak üzere .txt formatında çekilerek sisteme yüklenmiştir. Analiz yapılacak toplamda 1.747 anahtar kelime, kullanılma sıklığı en fazla olandan en az olana doğru sıralanarak veri hazırlama aşamasına geçilmiştir. Bu anahtar kelimelerin, içerisinde yer aldığı toplam 46 tema belirlenmiştir. Anahtar kelimeler tek tek incelenerek hangi temaların altında yer aldığı tespit edilmiş, firma, Çin, ülke gibi genel anlam taşıyan kelimeler analiz dışında bırakılmıştır. Öncelikle bütün veriler kelime, tema ve anlamlarına göre içerik analizi mantığı ile sınıflandırılmıştır. Elde edilen temalar Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. İhracat Performansı Alanında Elde Edilen Temalar

Tema adı	Öğe Sayısı	Doküman Sayısı
STRATEJİ	55	174
ANALİZ TÜRÜ	30	132
ULUSLARARASILAŞMA	24	131
İNOVASYON	44	121
FİRMA BÜYÜKLÜĞÜ	30	115
FİRMA YETENEĞİ	29	103
PAZAR YÖNELİMİ	23	101
SAHİPLİK	40	100
FAALİYET ALANI	49	84
FİRMA PERFORMANSI	8	78
ÜRÜN	34	75
TECRÜBE	23	72
PAZARA GİRİŞ	19	67
BÜYÜME	16	65
GİRİŞİMCİLİK	11	62
ÖNCÜLLER	2	61
VERİMLİLİK	8	61
YÖNETİM	33	60
BELİRLEYİCİLER	4	59
KÜLTÜREL UZAKLIK	19	49
MÜŞTERİ	6	46
FİZİKSEL UZAKLIK	12	36
CRM	18	34
GELİŞMEKTE OLAN PAZARLAR	7	29
KURUMSAL YAPI	10	27
AĞ	16	25
ÇEVRE	11	25
FİYAT	12	24
KARLILIK	7	22
TUTUNDURMA	9	22
DAĞITIM KANALLARI	19	21
ÜSTÜNLÜK	10	21
İHRACAT YOĞUNLUĞU	4	20
FİNANSAL PERFORMANS	5	19
GÜVEN	4	19
ADAPTASYON	8	17
İŞBİRLİĞİ	5	14
MODERATÖRLER	10	13
REKABET	27	11
BİLGİ	9	10
KÜRESEL DOĞAN FİRMALAR	3	8

İLETİŞİM	2	6
İTHALAT	4	5
LOJİSTİK PERFORMANSI	4	4
YABANCI PAZAR	2	4
YAŞ	1	2

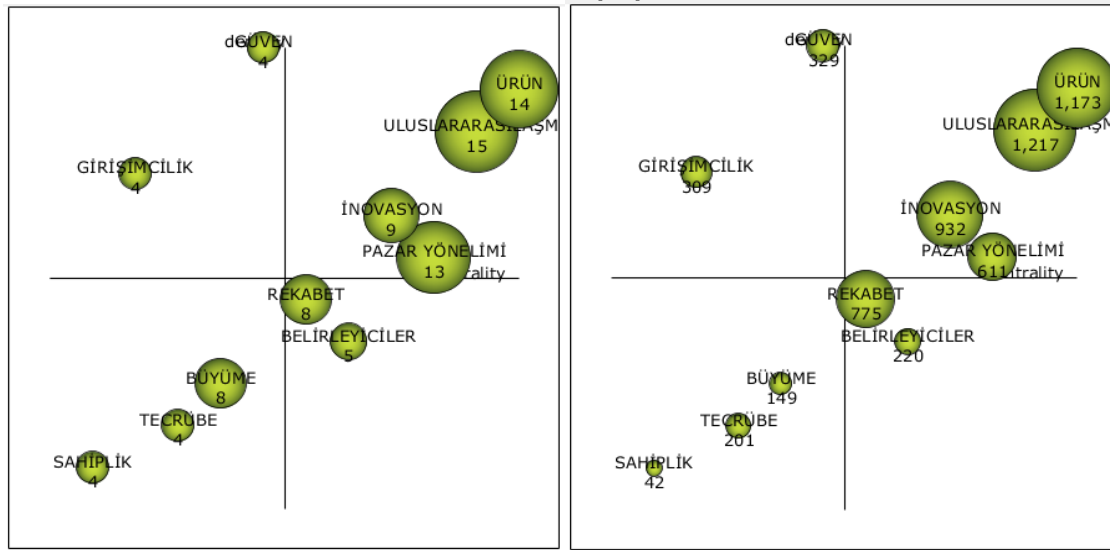
3.5. Analiz Metodu ve Görselleştirme

2000-2009 yılları arasında 159 Adet yayın, 2010-2018 yılları arasında 387 adet yayın yapılmıştır. Yapılan analizde; analiz türü kelime analizi, frekans azaltmada minimum frekans sıklığı 2, matris türü co-occurrence, ağ azaltma metodu minimum değer 2, normalizasyon ölçümü eşdeğerlik indeksi, kümeleme algoritması basit merkez algoritması, maksimum ağ büyüklüğü 3, minimum ağ büyüklüğü 1, doküman haritalama; çekirdek harita ve ikincil harita, kalite ölçümü h-indeksi, toplam atıf sayısı, boyuna haritalama için ölçüm; Inclusion indeksi ve Jaccard indeksi tercih edilmiştir. Yukarıda belirtilen kriterlere göre kümelenen temalar her iki döneme ilişkin olarak görselleştirilmiştir. İlgili diyagramlar aşağıda görülebilir.

3.5.1. Birinci Dönem: 2000-2009

2000-2009 yılları arasında 11 adet tema haritaya yansımaktadır. Bu temaların 4 tanesi ürün, uluslararasılaşma, inovasyon, pazar yönelimi ilgili dönemin gelişmiş ve ana konularıdır. Rekabet ve belirleyiciler temel ve enine konular olup, alan için önemli ancak geliştirilmemiştir. Büyüme, işletme sahipliği ve tecrübe ortaya çıkan ve azalan konuları ifade etmektedirler. Bu temalar düşük yoğunluğa ve düşük merkeziliğe sahiptir. Girişimcilik ve güven ise bir sonraki periyottaki durumları göz önünde bulundurularak değerlendirildiğinde girişimcilik azalan, güven ise gelişmiş konular olarak görünmektedir. Performans ölçümleri değerlendirildiğinde 2000-2009 periyodu için doküman sayısı en çok olan ilk 3 tema sırası ile uluslararasılaşma, üretim ve pazar yönelimidir. Atıf sayısına göre ilk 3 yine değişmezken h-indeksine göre; h-indeksi değeri 10'un üzerinde olan kavramlar uluslararasılaşma ve üründür.

Şekil 1. 2000-2009 Dönemi Doküman Sayısı ve Atıf Sayısına Göre Stratejik Diyagramlar



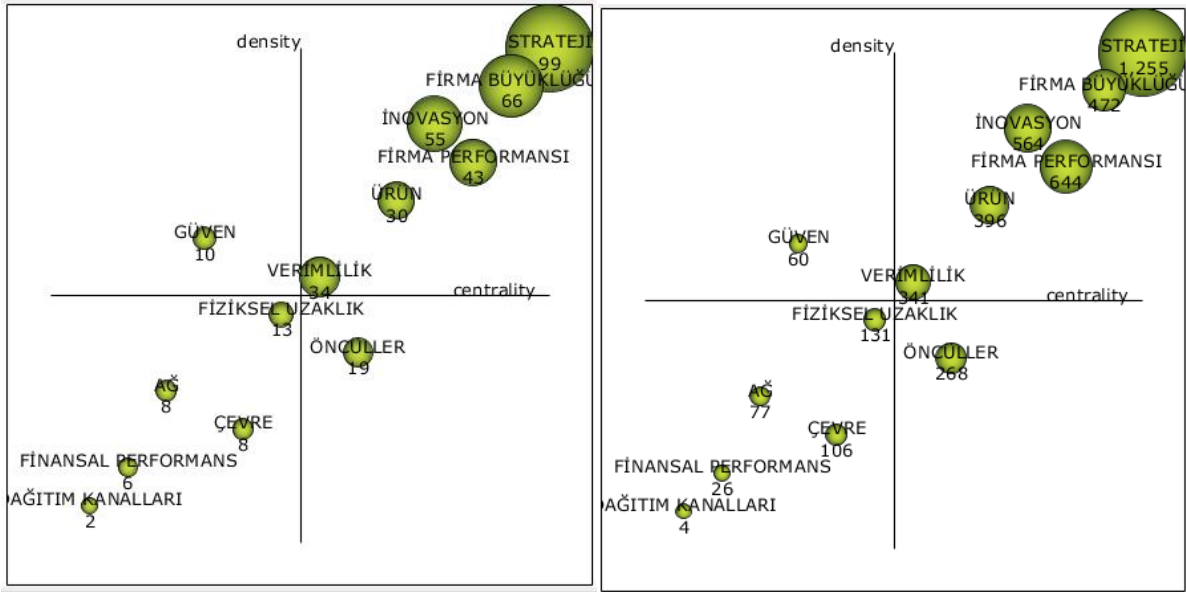
Tablo 4. Temalar İçin Performans Ölçümleri (2000-2009)

Tema Adı	Doküman Sayısı	Atıf Sayısı	h-İndeksi
Ürün	14	1173	11
Uluslararasılaşma	15	1217	11
İnovasyon	9	932	8
Pazar Yönelimi	13	611	9
Rekabet	8	775	7
Belirleyiciler	5	220	5
Güven	4	329	4
Girişimcilik	4	309	4
Büyüme	8	149	6
Tecrübe	4	201	3
Sahiplik	4	103	4

3.5.2. İkinci Dönem: 2010-2018

2010-2018 dönemine ait haritalarda 13 adet tema görülmektedir. Bu temaların 6 tanesi strateji, firma büyüklüğü, inovasyon, firma performansı, ürün, verimlilik ilgili dönemin yoğunluğu ve merkeziliği yüksek, en çok çalışılan, son derece gelişmiş ana konularıdır. Öncüller, temel ve enine konu olup, alan için önemli ancak geliştirilememiştir. Ağ, finansal performans, çevre, dağıtım kanalları, fiziksel uzaklık düşük yoğunluğa ve düşük merkeziliğe sahip, ortaya çıkan veya azalan konuları ifade etmektedir. 4. Bölümde yer alan güven ise gelişmiş konuyu ifade etmektedir. Performans ölçümleri değerlendirildiğinde 2010-2018 periyodu için h-indeksi 10 ve üzerinde olan temalar sırasıyla strateji, inovasyon, firma büyüklüğü, firma performansı, verimlilik ve üründür. Doküman sayısına göre sıralama strateji, firma büyüklüğü, inovasyon, firma performansı, verimlilik ve üründür. Doküman sayısına göre sıralama strateji, firma büyüklüğü, inovasyon, firma performansı, verimlilik ve ürün iken atıf sayısına göre aynı temaların sıralaması strateji, firma performansı, inovasyon, firma büyüklüğü, ürün ve verimlilik şeklinde gerçekleşmiştir.

Şekil 2. 2010-2018 Dönemi Doküman Sayısı ve Atıf Sayısına Göre Stratejik Diyagramlar

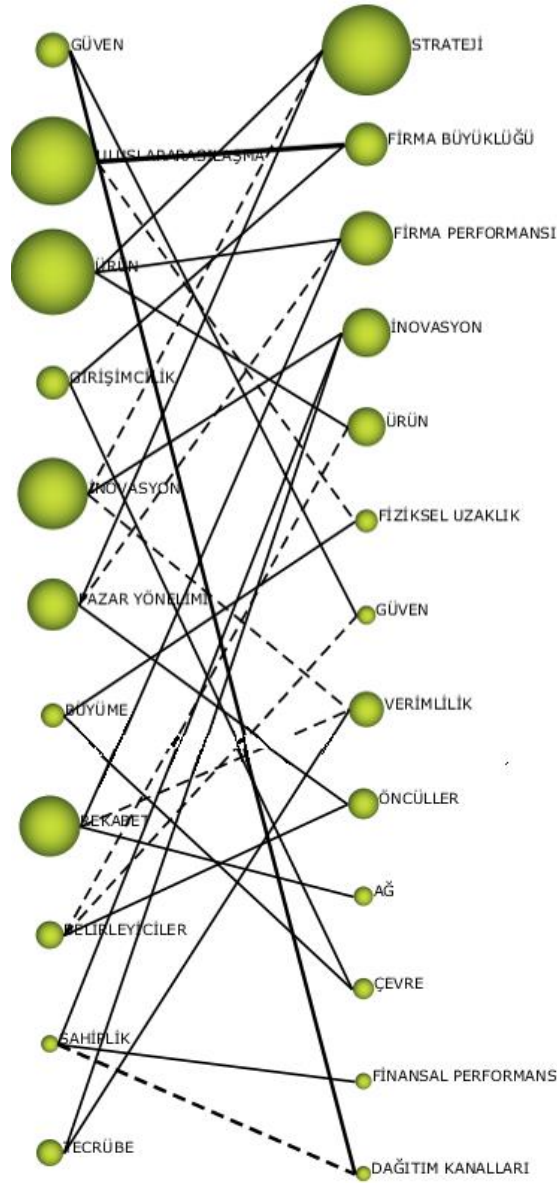


Tablo 5. Temalar İçin Performans Ölçümleri (2010-2018)

Tema Adı	Doküman Sayısı	Atıf Sayısı	h-İndeksi
Strateji	99	1255	19
Firma Büyüklüğü	66	472	12
İnovasyon	55	564	13
Firma Performansı	43	644	11
Verimlilik	34	341	10
Ürün	30	396	10
Öncüller	19	268	7
Fiziksel Uzaklık	13	131	5
Güven	10	60	3
Organizasyonel Yapı	9	98	5
Çevre	8	106	5
Ağ	6	60	4
Finansal Performans	6	26	3
Dağıtım Kanalları	2	4	1

İhracat performansı alanında yapılan bilimsel çalışmalar baz alınarak oluşturulan evrim haritası Şekil 3'te görülmektedir. Evrim haritası toplam atıf sayısı baz alınarak dikkate alınmıştır. Ayrıca h-indeki, temalar, dönemler ya da toplam yayın sayısı baz alınarak da görüntüleme yapılması mümkündür. Sol tarafta yer alan temalar 2000-2009, sağ kısımda yer alan temalar ise 2010-2018 yılına ait konuları göstermektedir. Bu iki periyot arasında ve temalar arasında düz ve kesikli çizgiler ise temaların birbirleri ile olan ilişkisini ifade etmektedir. Kesintisiz çizgiler, tematik bir bağ anlamına gelmektedir; her iki tema aynı ada sahiptir veya bunlardan birinin adı diğer temanın bir parçası yani tematik bir bağ kurulduğu anlamındadır. Noktalı çizgiler ise iki temanın, tema adlarından farklı ortak kelimeler paylaşması anlamına gelmektedir. Kenarın kalınlığı dahil edilme endeksi ile orantılıdır ve küre büyüklüğü, her bir temadaki yayınlanan belge sayısı ile orantılıdır. (Cobo, Chiclana, Collop, Ona, Herrera-Viedma, 2014: 904)

Şekil 3. İhracat Performansı Alanının Tematik Haritası



4. SONUÇ

1980 yılından itibaren literatürde yerini alan, işletmelerin en yaygın uluslararası pazarlara açılma yöntemi olan ihracat konusunun işletmeler açısından değerlendirmesi olarak açıklanan ihracat performansı bilimsel haritalama yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Scimat programı kullanılarak yapılan analizde elde edilen stratejik diyagramlar ve tematik harita ile ihracat performansı alanının kavramsal gelişimi incelenmiştir.

İhracat performansı kavramı 1980'li yıllarda akademik çalışmalarda yer almaya başlamış, ihracatın küresel pazarlarda artmasıyla doğru orantılı olarak akademik çalışmalara da yansımıştır. Akademik çalışmalar 2000'li yılların başında ortaya çıktığı döneme kıyasla ciddi oranda artmış, 2016-2017 yıllarında maksimuma ulaşmıştır. Çalışmada 2000-2018 yılları arası 19 yıllık dönem 2000-2009, 2010-2018 olmak üzere 2 periyoda ayrılmış, ihracat performansının kavramsal gelişimi bu periyotlar

çerçevesinde incelenmiştir. 2000-2009, 2010-2018 periyotları karşılaştırmalı olarak ve tematik dönüşüm haritası ile alanın gelişimini ortaya koymuştur.

2000-2009 döneminde h-indeksi 10'un üzerinde olan sadece 3, toplamda 11 adet tema var iken, 2010-2018 periyodunda bu sayı h-indeksi 10'un üzerinde olan 6 adet, toplam 13 adete çıkmıştır. 2000-2009 periyodunda ihracat performansı alanının ana konuları olan ürün ve inovasyon 2010-2018 periyodunda da varlığını artırarak sürdürmektedir. Aynı bölümde yer alan uluslararasılaşma ve pazar yönelimi son dönemde yer almamaktadır. İkinci bölümde yer alan rekabet ve belirleyiciler temaları ilgili dönemin temel konuları iken son periyotta ana temalar arasında yer almamaktadır. 2000-2009 periyodunda üçüncü periyotta yer alan sahiplik, tecrübe, büyüme kaybolan temalar olarak son periyotta yer almamaktadır.

2010-2018 periyodunda ihracat performansı alanının baskın, motor konuları strateji, firma büyüklüğü, inovasyon, firma performansı, ürün ve verimlilik. Öncüller temel konu, fiziksel uzaklık, ağ, finansal performans, dağıtım kanalları ve çevre ortaya çıkan, güven ise gelişmiş temalar olarak görünmektedir.

Çalışmada 2000-2018 yılları arasında ihracat performansı alanında yayınlanmış makalelerin tematik gelişimi tespit edilmeye çalışılmış, son dönemde ortaya çıkan ve kaybolan temaların tespitini sağlamayı hedeflemiştir. İhracat performansının literatür gelişiminde son periyotta öne çıkan konuların işletmeye özgü faktörlerden oluşan strateji, firma büyüklüğü, performans, verimlilik ve inovasyon gibi kavramlar olduğu gözlemlenmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde ihracat performansı konusu işletme yönetim felsefesi ile paralel olarak akademik çalışmalar açısından artan bir ilgi ile araştırılmakta, işletme içi ve işletme dışı birçok faktör ile ilişkisi incelenmekte ve sonuçları ile işletme performansı, verimlilik, karlılık, büyüme gibi stratejik hedeflerin gerçekleştirilmesinde bir araç olarak kullanılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aaby, N. E., & Slater, S. F. (1989). "Management Influences on Export Performance: A Review of the Empirical", *International Marketing Review*, 6(4): 7-26.
- Ahlgren, P., Colliander, C. (2009), "Document–Document Similarity Approaches And Science Mapping: Experimental Comparison Of Five Approaches", *Journal of Informetrics*, 3(1): 49-63.
- Aulakh, P.S., Kotabe. M., Teegen, H., (2000), "Export Strategies And Performance Of Firms From Emerging Economies: Evidence From Brazil, Chile, and Mexico", *The Academy of Management Journal* 43(3):342-361.
- Azar, G., Ciabuschib, F., (2017), "Organizational Innovation, Technological Innovation, And Export Performance: The Effects Of Innovation Radicalness And Extensiveness", *International Business Review* 26: 324–336.

- Bužavaitė, M., & Korsakienė, R., (2018) “Inter-Personal and Inter-Organizational Networks In Internationalization of SMEs: A Bibliometric Analysis and Review” *Open Economics*, 1(1): 94-104.
- Cadogan, J. W., Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A., (2002) “Export Market-Oriented Activities: Their Antecedents And Performance Consequences” *Journal of International Business Studies*, 33(3): 615-626.
- Cadogan, J. W., Cui, C. C., Li, E. K., Y., (2003) “Export Market-Oriented Behavior And Export Performance: The Moderating Roles Of Competitive Intensity And Technological Turbulence”, *International Marketing Review*, 20(5), 493-513.
- Cadogan, J. W., Boso, N., Story, V. M., Adeola, O., (2016), “Export Strategic Orientation-Performance Relationship: Examination Of Its Enabling And Disenabling Boundary Conditions”, *Journal of Business Research*, 69 (11): 5046-5052.
- Calloon, M., Courtial, J. P., & Laville, F. (1991) “Co-Word Analysis As A Tool For Describing The Network Of Interactions Between Basic And Technological Research: The Case Of Polymer Chemistry” *Scientometrics*, 22(1):155-205.
- Calantone, R., Kim, D., Schmidt, J.B., Cavusgil, T., (2006), “The influence of internal and external firm factors on international product adaptation strategy and export performance: A three-country comparison”, *Journal of Business Research* 59(2):176-185.
- Capobianco-Uriarte, M. D. L. M., Casado-Belmonte, M. D. P., Marín-Carrillo, G. M., & Terán-Yépez, E. (2019), “A Bibliometric Analysis Of International Competitiveness (1983-2017)”, *Sustainability*, 11(7): 1877.
- Carneiro, J., Farias, I., Rocha, A. D., Silva, J. F. D., (2016), “How To Measure Export Performance? Scholars’ vs. Practitioners’ Answers”, *Journal of Business Research* 69: 410–417.
- Cavusgil, S. T., Zou, S. (1994) “Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation Of The Empirical Link In Export Market Ventures”, *Journal Of Marketing*, 41(3): 1-21.
- Chabowski, B., Kecec, P., Morgan, N. A., Hult, G. T. M., Walkowiak, T., & Runnalls, B. (2018). “An Assessment Of The Exporting Literature: Using Theory And Data To Identify Future Research Directions”, *Journal of International Marketing*, 26(1): 118-143.
- Chung, H., (2012), “Export Market Orientation, Managerial Ties, And Performance”, *International Marketing Review*, 29(4): 403-423.
- Cobo, M. J., Lopez-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F., (2010), “An Approach For Detecting, Quantifying And Visualizing The Evolution Of A Research Field: A Practical Application To The Fuzzy Sets Theory Field”, *Journal Of Informetrics*, 5(2011):146-166.

- Cobo, M. J., Lopez-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2012), "SciMAT: A New Science Mapping Analysis Software Tool", *Journal Of The American Society For Information Science And Technology*, 63(8): 1609-1630.
- Cobo, M. J., Chiclana, F., Collop, A., Ona, J., & Herrera-Viedma, E. (2014), "A Bibliometric Analysis Of The Intelligent Transportation Systems Research Based On Science Mapping" *IEEE Transactions On Intelligent Transportation Systems*, 15(2): 901-908.
- Cobo, M. J., Martinez, M. A., Gutierrez-Salcedo, M., Fujita, H., & Herrera-Viedma, E. (2015) "25 Years At Knowledge-Based Systems: A Bibliometric Analysis. *Knowledge-Based Systems*", 80: 3-13.
- Coulter, N., Monarch, I., Konda, S., Carr, M. (1998), "An Evolutionary Perspective of Software Engineering Research Through Co-Word Analysis" *Journal of the American Society for Information Science* , 1-77.
- Dabić, M., Maley, J., Dana, L. P., Novak, I., Pellegrini, M. M., & Caputo, A., (2019) "Pathways of SME Internationalization: A Bibliometric And Systematic Review" *Small Business Economics*, 1-21.
- Diamantopoulos, A., Kakkos, N. (2007) "Managerial Assessments of Export Performance: Conceptual Framework and Empirical Illustration", *Journal of International Marketing* 15(3):1-31
- Dhanaraj, C., Beamish, P.W., (2003), "A Resource-Based Approach To The Study Of Export Performance", *Journal of Small Business Management* 41(3): 242-261.
- Dzikowski, P. (2018). "A Bibliometric Analysis Of Born Global Firms" *Journal of Business Research*, 85: 281-294.
- Filatotchev, I., Liu, X., Buck, T., (2009), "The Export Orientation and Export Performance of High-Technology SMEs in Emerging Markets: The Effects of Knowledge Transfer by Returnee Entrepreneurs", *Journal of International Business Studies* 40(6):1005-1021.
- Francis R., Collins-Dodd, C., (2000), "The Impact Of Firms' Export Orientation On The Export Performance Of High-Tech Small And Medium-Sized Enterprises", *Journal Of International Marketing*, 8(3):84-103.
- Garcia-Lillo, F., Claver-Cortés, E., Marco-Lajara, B., & Ubeda-Garcia, M. (2017). "Mapping The Intellectual Structure Of Research On 'Born Global' Firms And INVs: A Citation/Co-Citation Analysis", *Management International Review*, 57(4): 631-652.
- Gençtürk, E. F., Kotabe, M., (2001), "The Effect of Export Assistance Program Usage on Export Performance: A Contingency Explanation", *Journal of International Marketing* 9(2):51-72.
- Gnizya, I., John W. Cadogan, J. W., Oliveirac, J. S., Nizam, A., (2017), "The Empirical Link Between Export Dispersion And Export Performance: A Contingency-Based Approach", *International Business Review* 26: 239-249.

- Guan, J., Ma, N., (2003), “Innovative Capability and Export Performance of Chinese Firms”, *Technovation*, 23(9): 737-747.
- Henderson, M., Shurville, S., & Fernstrom, K. (2009), “The Quantitative Crunch: The Impact Of Bibliometric Research Quality Assesment Exercises On Academic Development At Small Conferences”, *Campus-Wide Information Systems*, 26(3):149-167.
- Ho, Y. S. (2007) “Bibliometric Analysis Of Adsorption Technology In Environmental Science”, *Journal of Environmental Protection Science*, 1(1):1-11.
- İpek, İ. (2018), “Organizational Learning In Exporting: A Bibliometric Analysis And Critical Review Of The Empirical Research” *International Business Review*, 28(3): 544-559.
- Krammer, S.M.S., Strange, R., Lashitew, A. (2018), “The Export Performance Of Emerging Economy Firms: The Influence Of Firm Capabilities And Institutional Environments”, *International Business Review*, 27: 218–230.
- Kuivalainen, O., Sundqvist, S., Servais, P.,(2007), “Firm's Degree of Born-Globalness, International Entrepreneurial Orientation and Export Performance”, *Journal of World Business* 42(3): 253–267.
- Lages, L. F., Montgomery, D. B. (2004) “Export Performance As An Antecedent Of Export Commitment And Marketing Strategy Adaptation: Evidence From Small And Medium-Sized Exporters” *European Journal of Marketing*, 38(9/10): 1186-1214.
- Lages, L., F., Jap, S., Griffith, D., A., (2008), “The Role of Past Performance in Export Ventures: A Short-Term Reactive Approach”, *Journal of International Business Studies*, 39(2): 304-325.
- Leonidou, L. C., & Katsikeas, C. S. (2010). “Integrative Assessment Of Exporting Research Articles In Business Journals During The Period 1960–2007”, *Journal of Business Research*, 63(8): 879-887.
- Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., Coudounaris, D. N. (2010), “Five Decades Of Business Research Into Exporting: A Bibliographic Analysis”, *Journal of International Management*, 16(1): 78-91.
- Leonidou, L.C., Katsikeas, C. S., Samiee, S. (2002), “Marketing Strategy Determinants Of Export Performance: A Meta-Analysis”, *Journal of Business Research* 55(1):51-67.
- Love, J. H., Roper, S., Zhou, Y., (2016), “Experience, Age And Exporting Performance In UK SMEs”, *International Business Review* 25: 806–819.
- Madsen, T. K., Moen, O., (2018), “Managerial Assessments Of Export Performance: What Do They Reflect?”, *International Business Review* 27: 380–388.
- Martinez, M. A., Cobo, M. J., Herrera, M., & Herrera-Viedma, E., (2015), “Analyzing The Scientific Evolution Of Social Work Using Science Mapping” *Research On Social Work Practice*, 25(2): 257-277.
- Morgan, N. A., Kaleka, A., Katsikeas, C. S. (2004) “Antecedents Of Export Venture Performance: A Theoretical Model And Empirical Assessment” *Journal Of Marketing*, 68(1): 90-108.

- Morgan, N.A., Katsikeas, C. S., Vorhies, D. W., (2012), “Export Marketing Strategy Implementation, Export Marketing Capabilities, And Export Venture Performance”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(2): 271-289.
- Navarro-García A., Arenas-Gaitán, J., Rondán-Cataluña, F.J., Rey-Moreno, M., (2016), “Global Model Of Export Performance: Moderator Role Of Export Department”, *Journal of Business Research* 69: 1880–1886.
- Oura, M. M., Zilber, Sn. N., Lopes, E. L., (2016), “Innovation Capacity, International Experience And Export Performance Of SMEs In Brazil”, *International Business Review* 25: 921–932.
- Racela, O. C., Chaikittisilpa, C., & Thoumrungrroje, A., (2007), “Market Orientation, International Business Relationships And Perceived Export Performance”. *International Marketing Review*, 24(2): 144-163.
- Ruzo, E., Losada, F., Navarro, A., Díez, J. A., (2011), “Resources And International Marketing Strategy In Export Firms: Implications For Export Performance”. *Management Research Review*, 34(5): 496-518.
- Sharma, R. R., Sraha, G., & Crick, D., (2018), “Export Promotion Programmes And The Export Performance Of Ghanaian Firms: The Mediating Role Of Foreign Market Attractiveness” *International Marketing Review*, 35(4): 661-682.
- Small, H. (1999), “Visualizing Science by Citation Mapping”, *Journal Of The American Society For Information Science*, 50(9):799-813.
- Shoham, A., (1998), “Export Performance: A Conceptualization and Empirical Assessment”, *Journal of International Marketing*, 6(3): 59-81.
- Web Of Science (2019), http://0210isbqn.y.http.wcs.webofknowledge.com.proxy.uludag.deep-knowledge.net/RA/analyze.do?product=WOS&SID=E3OtW82m26hCrOYcJyG&field=PY_PublicationYear_PublicationYear_en&yearSort=true, (08.07.2019)
- Viana, N. M., (2017), “A Bibliometric Analysis of the Literature on Export Barriers”, Yüksek Lisans Tezi, Porto Üniversitesi, Portekiz.
- Yeoh, P. L., (2004), “International Learning: Antecedents And Performance Implications Among Newly Internationalizing Companies In An Exporting Context” *International Marketing Review*, 21(4/5): 511-535.
- Zou, S., Stan, S., (1998), “The Determinants Of Export Performance: A Review Of The Empirical Literature Between 1987 and 1997”, *International Marketing Review*, 15(5): 333-356.
- Zupic, I., Čater, T. (2015), “Bibliometric Methods In Management And Organization” *Organizational Research Methods*, 18(3): 429-472.