



**T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSMAN ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSMAN BİLİM DALI**

**ARA MALİ İTHALATININ FİRMA İHRACAT PERFORMANSINA
VE VERİMLİLİĞİNE ETKİLERİ**

DOKTORA TEZİ

**AYKUT ALABAYIR
207321002**

**DANIŞMAN: PROF. DR. METİN ÇANCI
ORTAK DANIŞMAN: DR. ÖĞR. ÜYESİ EROL MUZIR**

**YALOVA
OCAK 2025**



T.C.
YALOVA ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSMAN ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI TİCARET VE FİNANSMAN BİLİM DALI

ARA MALİ İTHALATININ FİRMA İHRACAT PERFORMANSINA
VE VERİMLİLİĞİNE ETKİLERİ

DOKTORA TEZİ

AYKUT ALABAYIR
207321002

DANIŞMAN: PROF. DR. METİN ÇANCI
ORTAK DANIŞMAN: DR. ÖĞR. ÜYESİ EROL MUZIR

YALOVA
OCAK 2025

ETİK BEYAN

Yalova Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım “ARA MALİ İTHALATININ FİRMA İHRACAT PERFORMANSINA VE VERİMLİLİĞİNE ETKİLERİ” başlıklı bu tez çalışmada; tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı, bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir, aksinin tespiti halinde doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi taahhüt ve beyan ederim.

Aykut ALABAYIR



ÖNSÖZ

Gerçekleştirilen çalışma ile uluslararası ticaret firmalarının üretim prosesleri açısından kaynak yaratılması aşamasında ara malı ithalatını kullanması üzerine odaklanılarak, bu sürecin firma üretim verimliliği ve ihracat performansında yarattığı etkilerin saptanması hedeflenmiştir. Ayrıca firmaların ithal ettiği ara mallarındaki ürün teknoloji yoğunluğu seviyelerinin meydana getirdiği neticeler üzerinde durulmuştur. Bu sayede, ara malı ithalatının etkilerinin firma bazlı olarak Türkiye özelinde araştırılması hususunda literatürdeki boşluğun doldurulması amaçlanmıştır.

Doktora eğitimim boyunca akademik anlamda bana destek olan ve doğru yolu gösteren sayın danışman hocam Prof. Dr. Metin ÇANCI'ya, çalışmama yapıcı eleştirileri ve değerlendirmeleri ile katkı sağlayan, benden yardımlarını esirgemeyen sayın ortak danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Erol MUZIR'a teşekkür ederim. Eğitim hayatım boyunca maddi, manevi her türlü destekleriyle sürekli yanımda olan annem ve babama sonsuz sevgi ve saygılarım ile minnettarlığımı sunar, teşekkür ederim. Ayrıca beni sevgi ve desteğiyle yıllardır daha da güçlü hissettiren biricik oğlumun annesi eşim Dilek ALABAYIR'a aşkla sevgilerimi sunar, teşekkür ederim.

Ocak – 2025

Aykut ALABAYIR

İÇİNDEKİLER

ETİK BEYAN	i
ÖNSÖZ.....	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
SİMGELER ve KISALTMALAR LİSTESİ	v
TABLolar LİSTESİ	vi
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	viii
ÖZET.....	ix
ABSTRACT	x
GİRİŞ	1
1. ARA MALI İTHALATI	5
1.1. Ara Malı İthalatının Firmalar Açısından Etkileri	7
1.2. Rekabet Avantajı ve Ara Malı İthalatı	8
1.3. Endüstri İçi Ticaret Kavramı, Önemi ve Nedenleri	10
1.4. Mal Türleri, Dünya Mal Ticareti ve Türkiye	13
1.5. Sektörlere Göre Ürün Teknoloji Yoğunluğu Seviyeleri	18
1.6. Ürün Teknoloji Yoğunluğuna Göre Türkiye'nin Uluslararası Ticareti	21
1.7. Ara Malı İthalatı ve İhracat Performansı / Firma Verimliliği İlişkisi Üzerine Literatür	22
2. İHRACAT PERFORMANSI	36
2.1. Ara Malı İthalatı ve Firma İhracat Performansı	41
2.2. İhracat Performansı ile İlgili Literatür	43
3. FİRMA VERİMLİLİĞİ	66
3.1. Uluslararası Ticaret ve Firma Verimliliği	67
3.2. Firma Verimliliği ve İthalat / İhracat İlişkisi Üzerine Literatür	70
4. TEORİK ÇERÇEVE	88
4.1. Yeni Yeni Dış Ticaret (Heterojen Firma) Teorilerinin Bakış Açısı	88
4.2. Kaynak Temelli Teorinin Bakış Açısı	89
5. ARAŞTIRMA KAPSAMI, AMACI VE ÖNEMİ	91
5.1. Araştırma Metodolojisi ve Veri Analizinde Kullanılan Yöntemler	92
5.2. Araştırmanın Kısıtları, Örneklem ve Veri Seti	93
5.3. Araştırma Modelindeki Değişkenler ve Ölçümleri	95
5.3.1. Bağımlı Değişkenler	95
5.3.1.1. İhracat Performansı	95
5.3.1.2. Çoklu Faktör Verimliliği.....	96

5.3.2. Bağımsız Değişkenler	97
5.3.2.1. Ara Malı İthalatı Hacmi	97
5.3.2.2. Ara Malı İthalatında Ürün Teknoloji Yoğunluğu Seviyesi	98
5.3.3. Kontrol Değişkenleri	99
5.3.3.1. AR-GE Yoğunluğu	99
5.3.3.2. Firma Büyüklüğü	99
5.3.3.3. Finansal Kaldıraç	100
5.3.3.4. Sektör	101
5.4. Araştırmanın Metodolojik Çerçevesi	103
5.5. Araştırma Modeli ve Hipotezleri	104
5.5.1. Araştırma Modeli	104
5.5.2. Ara Malı İthalatının Firma İhracat Performansını Etkilemesi ve Hipotezler	105
5.5.3. Ara Malı İthalatının Firma Verimliliğini Etkilemesi ve Hipotezler	106
5.6. Ampirik Bulgular	108
5.6.1. Veri Setindeki Firmalara ve Sektörlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler	108
5.6.2. Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler	109
5.6.3. Durağanlık (Birim Kök) Testleri	110
5.6.4. Korelasyon Matrisi	111
5.6.5. Çoklu Doğrusal Bağlantının Sınanması	112
5.6.6. Panel Veri Modelinin Tespiti	117
5.6.7. Rastgele Etkiler Modeli için Heteroskedasite (Değişen Varyans) Testi ve Otokorelasyon Testi	119
5.6.8. Rastgele Etkiler Modeli için Birimler Arası Korelasyon Testi	121
5.6.9. Robust Kullanılarak Oluşturulan Modellerde Regresyon Tahmini.....	122
5.6.9.1. Statik Panel Veri Regresyon Analizi	122
5.6.9.2. Döviz Kuru Dalgalanmalarının İncelenen Yıllar Bazında İhracat Performansı ve Ara Malı İthalatı Açısından Değerlendirilmesi.....	134
5.6.9.3. Dinamik Panel Veri Regresyon Analizi	137
6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER	147
6.1. Hipotez Sonuçları	147
6.2. Değerlendirme ve Öneriler	150
KAYNAKLAR.....	154
ÖZGEÇMİŞ	171

SİMGELER ve KISALTMALAR LİSTESİ

SİMGELER

i	: i'inci firma
t	: t'inci periyod
β_0	: bağımsız değişkene ait katsayı (eğim parametresi)
u	: hata terimi
β	: sabit parametre
P	: anlamlılık seviyesi
t-1	: bir dönem gecikmeli zaman

KISALTMALAR

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ARGE	: Araştırma-Geliştirme
ARGEYOG	: Araştırma-Geliştirme Yoğunluğu
CFV	: Çoklu Faktör Verimliliği
CIRO	: Satış Hacmi
EİT	: Endüstri İçi Ticaret
EUROSTAT	: European Statistical Office (Avrupa İstatistik Ofisi)
FINKALD	: Finansal Kaldıraç
G20	: Group of 20 (20 Grubu)
GSYİH	: Gayrisafi Yurt İçi Hasıla
IHRPER	: İhracat Performansı
ISIC	: International Standard Industrial Classification (Uluslararası Standart Endüstriyel Sınıflandırma)
ITH	: Ara Mali İthalatı Hacmi
ITHUTY1	: Ara Mali İthalatında Ürün Teknoloji Yoğunluğu (Yüksek)
ITHUTY2	: Ara Mali İthalatında Ürün Teknoloji Yoğunluğu (Orta Yüksek)
ITHUTY3	: Ara Mali İthalatında Ürün Teknoloji Yoğunluğu (Orta Düşük)
KOBİ	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler
NACE	: Nomenclature des Activités Économiques dans la Communauté Européenne (Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin Sınıflandırılması)
OECD	: The Organization for Economic Cooperation and Development (Ekonomik İş Birliği ve Kalkınma Teşkilatı)
SITC	: Standard International Trade Classification (Standart Uluslararası Ticaret Sınıflandırması)
SSCI	: Social Sciences Citation Index (Sosyal Bilimler Atıf Dizini)
TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Banka
TFV	: Toplam Faktör Verimliliği
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	: Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği
WTO	: World Trade Organization (Dünya Ticaret Örgütü)

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1.1. Dünya Mal İhracatı ve Sektörler (milyon dolar).....	14
Tablo 1.2. Dünya Mal İthalatı ve Sektörler (milyon dolar)	15
Tablo 1.3. Sektörlere göre Türkiye'nin İhracatı (milyon dolar)	16
Tablo 1.4. Sektörlere göre Türkiye'nin İthalatı (milyon dolar)	16
Tablo 1.5. Mal Türlerine Göre Türkiye'nin İhracatı (milyon dolar).....	17
Tablo 1.6. Mal Türlerine Göre Türkiye'nin İthalatı (milyon dolar).....	18
Tablo 1.7. Sektörler ve İlgili Ürünler için Teknoloji Yoğunluğu Seviyeleri	20
Tablo 1.8. Ürün Teknoloji Yoğunluğuna Göre Türkiye'nin İhracatı (milyon dolar)	21
Tablo 1.9. Ürün Teknoloji Yoğunluğuna Göre Türkiye'nin İthalatı (milyon dolar)	22
Tablo 1.10. Ara Malı İthalatı ve İhracat Performansı / Firma Verimliliği İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar.....	30
Tablo 2.1. Gerçekleşen Faaliyetlerden İhracat Performansını Etkileyen Faktörler	38
Tablo 2.2. İhracat Performansının Belirlenmesinde Kullanılan Ölçütler.....	39
Tablo 2.3. İhracat Performansının Ölçümleri.....	40
Tablo 2.4. İhracat Performansı Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar	55
Tablo 3.1. Firma Verimliliği ve İthalat / İhracat İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar.....	80
Tablo 5.1. Firmaların Sektörlere Göre Dağılımı	108
Tablo 5.2. Tanımlayıcı İstatistikler	109
Tablo 5.3. Durağanlık (Birim Kök) Testleri	111
Tablo 5.4. Korelasyon Matrisi.....	112
Tablo 5.5. IHRPER bağımlı değişkenine ait modelde tüm değişkenler için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri	113
Tablo 5.6. Oluşturulan Model 1 için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri.....	113
Tablo 5.7. Oluşturulan Model 2 için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri.....	114
Tablo 5.8. Oluşturulan Model 3 için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri.....	114
Tablo 5.9. CFV bağımlı değişkenine ait modelde tüm değişkenler için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri	115
Tablo 5.10. Oluşturulan Model 4 için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri.....	115
Tablo 5.11. Oluşturulan Model 5 için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri.....	116
Tablo 5.12. Oluşturulan Model 6 için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri.....	116
Tablo 5.13. F Testi Sonuçları (Model 1, Model 2, Model 3)	117
Tablo 5.14. F Testi Sonuçları (Model 4, Model 5, Model 6)	117
Tablo 5.15. LM Testi Sonuçları (Model 1, Model 2, Model 3)	118
Tablo 5.16. LM Testi Sonuçları (Model 4, Model 5, Model 6)	118

Tablo 5.17. Hausman Testi Sonuçları (Model 1, Model 2, Model 3)	119
Tablo 5.18. Hausman Testi Sonuçları (Model 4, Model 5, Model 6)	119
Tablo 5.19. Heteroskedasite ve Otokorelasyon Testi Sonuçları (Model 1,Model 2,Model 3)120	
Tablo 5.20. Heteroskedasite ve Otokorelasyon Testi Sonuçları (Model 4,Model 5,Model 6)120	
Tablo 5.21. Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı Testi Sonuçları (Model 1,Model 2,Model 3)121	
Tablo 5.22. Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı Testi Sonuçları (Model 4,Model 5,Model 6) 121	
Tablo 5.23. Model 1 (IHRPER) için Statik Panel Regresyon Analizi Sonuçları.....	123
Tablo 5.24. Model 2 (IHRPER) için Statik Panel Regresyon Analizi Sonuçları.....	125
Tablo 5.25. Model 3 (IHRPER) için Statik Panel Regresyon Analizi Sonuçları.....	127
Tablo 5.26. Model 4 (CFV) için Statik Panel Regresyon Analizi Sonuçları	129
Tablo 5.27. Model 5 (CFV) için Statik Panel Regresyon Analizi Sonuçları	131
Tablo 5.28. Model 6 (CFV) için Statik Panel Regresyon Analizi Sonuçları	133
Tablo 5.29. Yıllara Göre Reel Efektif Döviz Kuru	135
Tablo 5.30. Model 1 (IHRPER) için Dinamik Panel Regresyon Analizi Sonuçları	138
Tablo 5.31. Model 2 (IHRPER) için Dinamik Panel Regresyon Analizi Sonuçları	139
Tablo 5.32. Model 3 (IHRPER) için Dinamik Panel Regresyon Analizi Sonuçları	140
Tablo 5.33. Model 4 (CFV) için Dinamik Panel Regresyon Analizi Sonuçları.....	141
Tablo 5.34. Model 5 (CFV) için Dinamik Panel Regresyon Analizi Sonuçları.....	142
Tablo 5.35. Model 6 (CFV) için Dinamik Panel Regresyon Analizi Sonuçları.....	143
Tablo 5.36. Araştırma Hipotezleri Özeti (Statik Panel Veri Regresyon Analizi)	145
Tablo 5.37. Araştırma Hipotezleri Özeti (Dinamik Panel Veri Regresyon Analizi)	146

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 5.1. Metodolojik Çerçeve.....	103
Şekil 5.2. Yıllara Göre Reel Efektif Döviz Kuru Dalgalanmaları	136



ARA MALI İTHALATININ FİRMA İHRACAT PERFORMANSINA VE VERİMLİLİĞİNE ETKİLERİ

ÖZET

Uluslararası ticaret yapan imalatçı firmalar için üretim verimliliğinin daima yükseltilmesinin yanı sıra, ihracat performansının artırılması ve sürekliliği büyük önem arz etmektedir. Bu tür ihracatçı üretim firmalarının bazıları, faaliyet gösterdikleri yerel ekonomideki veya sektördeki zorunluluklara bağlı olarak veyahut yönetsel kararları neticesinde, üretim proseslerindeki girdi aşamaları için ülke içi kaynakları ve seçenekleri değerlendirirken, bazı ihracatçı üretim firmaları yurt dışı kaynak ve bunun neticesindeki girdileri kullanmaktadır. Kimi ihracatçı üretim firmaları ise, kısmi olarak hem yurt içi hem de yurt dışı kaynak kullanımını tercih edebilmektedir. Bu zorunluluklar ve tercihler neticesinde gerçekleşen kaynak ve girdi kullanım durumlarının, firmaların üretim ve ihracat performanslarında yoğun yansımaları söz konusu olabilmektedir. Üretim süreçlerindeki girdi-çıktı döngüsü için çok mühim bir role sahip olan ara malların ithal girdiler şeklinde kullanılması firmalar açısından üretimdeki maliyetleri azaltabilir. İthal edilen daha kaliteli ve ucuz ara mallar sayesinde nihai ürünlerin kalitesi artar. Ara malı ithalatı, çeşitli özelliklerde girdi olanağı yaratabilmesi sebebiyle yerli üreticilerin farklı sektörlerde üretim yapabilmelerine imkân sağlar. Bu durumlar, yerli üreticilerin daha verimli üretim süreçleri geliştirmelerine olanak tanır. Üretimdeki söz konusu bu yansımalar ise, firmaların küresel değer zincirine entegre olmalarını sağlayarak, dış pazarlardaki rekabet gücünü artırır. Böylelikle firmaların ihracatı çeşitlenir, dış talep artışının oluşmasına imkân sağlanır. Kısacası, ithal girdilerin kullanımıyla firmaların üretim proseslerinde meydana gelen gelişmeler ihracat performansını da doğrudan etkileyebilmektedir.

Bu çalışmada, dış ticaret firmalarının üretim süreçleri açısından kaynak yaratılması aşamasında ara malı ithalatını kullanıyor olmalarının etkileri tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın detayında; firmaların gerçekleştirdiği ara malı ithalatının üretim verimliliği ve ihracat performansı üzerinde hangi yönde sonuçlar meydana getirdiği incelenmiştir. İthal edilen ara mallarındaki teknoloji yoğunluğu seviyelerinin, firma ihracat performansında ve verimlilik düzeyinde ne tür etkiler oluşturduğu araştırılmıştır. Literatürde mikro ölçekli firma bazlı olarak, ara malı ithalatının etkilerini Türkiye firmaları özelinde inceleyen çalışma sayısı çok sınırlı sayıdadır. Bu çalışma, ara malı ithalatının firma bazında yarattığı sonuçları analiz ederek bu boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ara malı, İthalat, İhracat, Firma verimliliği, Üretim verimliliği.

EFFECTS OF INTERMEDIATE GOODS IMPORTS ON FIRM EXPORT PERFORMANCE AND EFFICIENCY

ABSTRACT

For manufacturing firms engaged in foreign trade, in addition to constantly increasing production efficiency, increasing and sustaining export performance is of great importance. While some of these export manufacturing firms evaluate domestic resources and options for input stages in their production processes due to the necessities in the local economy or sector in which they operate or as a result of their administrative decisions, some export manufacturing firms use foreign resources and the resulting inputs. Some export manufacturing companies may prefer to use both domestic and foreign resources partially. The resource and input usage situations that occur as a result of these necessities and preferences may have intense reflections on the production and export performances of the companies. The use of intermediate goods, which have a very important role in the input-output cycle in production processes, as imported inputs can reduce production costs for companies. The quality of final products increases thanks to imported higher quality and cheaper intermediate goods. Importing intermediate goods allows domestic producers to produce in different sectors because it can create input opportunities with various characteristics. These situations allow domestic producers to develop more efficient production processes. These reflections in production increase the competitive power of companies in foreign markets by enabling them to integrate into the global value chain. Thus, the exports of firms are diversified, and an increase in foreign demand is made possible. In short, the developments in the production processes of companies with the use of imported inputs can directly affect export performance.

In this study, the effects of using intermediate goods imports in the resource creation phase of foreign trade firms' production processes were tried to be determined. In the details of the study, it was examined in which direction the intermediate goods imports of the firms had consequences on production efficiency and export performance. The effects of technology intensity levels in imported intermediate goods on firm export performance and productivity levels were investigated. The number of studies in the literature examining the effects of intermediate goods imports on a micro-scale firm basis, specific to Turkish firms, is very limited. This study aims to fill this gap by analyzing the consequences of intermediate goods imports on a firm basis.

Keywords: Intermediate goods, Import, Export, Firm efficiency, Production efficiency.

GİRİŞ

Gelişmekte olan ve refah seviyesini yükseltmek isteyen ülkeler ve bu ülkelere mensup firmalar için üretim verimliliği, ihracat performansı ve buna bağlı olarak ithalat süreci önem ifade eden ekonomik göstergelerdir. Bu stratejideki ülkeler sanayileşerek büyümeye ve ihracatını artırmaya çalışmakta ve çoğu zaman kaynak kısıtıyla karşı karşıya kalmaktadır. Söz konusu ülkelerde gerçekleştirilen üretimin bir kısmı ithalata bağımlı konumda olabilmektedir. Bu durumda ülke içi kaynaklar yetersiz kaldığında, dış kaynak kullanımı gerçekleştirilmektedir. İthalat bu noktada, ara girdilere ve makinelere erişimi kolaylaştırarak, ticarete açıklık, bilgi ve teknolojik kazanım için en geleneksel kanalı temsil eder. Sanayide işlenerek ana ürünlerin oluşturulması sürecinde gereksinim duyulan ara malların, ülke sınırlarına getirilmesi sağlanarak ihracatın da alt yapısı bu yolla sağlanmış olmaktadır. Mevzubahis süreçlere binaen çalışmamızda, özellikle gelişmekte olan ülkeler bazında Türkiye örneği üzerinden dış ticaret firmaları özelinde, ithalat yoluyla sağlanan ara girdilerin firma ihracatı ve verimliliği için önemli olabileceği ve ithalatın firma ihracat performansı üzerindeki rolü tartışılacaktır.

Uluslararası ticaret yoluyla dışa açılan firmalar, yeni müşteriler, yeni rakipler, yeni dağıtım kanalları gibi yeni piyasanın sahip olduğu tüm olgularla karşılaşmaktadırlar. Uluslararası ticaret, firmaların uluslararası pazarda daha fazla müşteriye erişimini sağlar. Bu, potansiyel olarak daha büyük bir müşteri tabanı ve daha yüksek satış hacmi anlamına gelebilmektedir. Uluslararası pazarlara açılan bir firma, tek bir ülkenin ekonomik dalgalanmalarından veya politik risklerinden etkilenme tehlikesini azaltabilmektedir. Farklı ülkelerde faaliyet göstermek, riski yaymada yardımcı olabilmektedir. Diğer yandan, bazı ürünler veya hizmetler, uluslararası pazarda daha fazla talep görebilmektedir. Bu bağlamda, yeni pazarlarda iş yapmak firmaların gelir potansiyelini de artırabilmektedir. Farklı ülkelerde, farklı ekonomik koşullar ve talep gelişmeleri meydana gelebilmekte, bu da firmalar açısından ek kar elde etme olasılığını artırmaktadır. Firmalar, bu fırsatları değerlendirerek kendileri açısından rekabet avantajı elde edebilmektedir. Farklı pazarlardaki farklı ihtiyaçlar, firmaların ürün ve hizmetlerini geliştirmesi için bir teşvik oluşturmaktadır. Firmalar açısından inovasyon ve teknolojik gelişmelerin itici gücü olma etkisi taşımaktadır. Ayrıca uluslararası ticaret yoluyla dışa açılma sayesinde, üretim veya hizmet oluşumu ve satışı için daha düşük maliyetli kaynaklara erişim sağlanarak, bir avantaj oluşturulabilir. Örneğin, bazı ülkelerde işçilik maliyetleri vb. daha düşük olabilir. Bütün bu etkileşimler, firmalar açısından yabancı ülkelerdeki çeşitli yasal düzenlemeler ve döviz kuru dalgalanmaları gibi riskleri içermekle ve

belirli düzeyde ek maliyetler oluşturmakla birlikte, yeni piyasaların tüm taraflarından farklı uygulamaları ve becerileri deneyimleyerek öğrenme yolunu açması ve tüm mevcut avantajlara erişebilme imkânını sunması bakımından sağladığı fayda yoluyla, verimlilik ve ihracat artışının bir yolunu sunmaktadır.

Araştırmamızın ana unsurunu ara malı ithalatı oluşturmaktadır. Ara malı kavramı, bir üretim sürecinde başka bir malın üretilmesi için kullanılan ve üretim sürecinde fiziksel olarak bir başka mala dönüşen mallar şeklinde tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle, ara malı, üretim süreçlerinde ana ürünleri meydana getirmek için gereksinim duyulan ham madde, hazır parça ve enerji gibi üretim girdileridir. Dolayısıyla üretim proseslerinde bu doğrultuda kullanılan ara malları ve ara mallarının niteliği, firmaların üretim verimliliklerini doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyebilmektedir. Bu doğrultuda ara malı ithalatı, bir ülkenin gelişmesi ve kalkınmasının önündeki engellerin başında gelen hammadde ve yarı mamul madde ihtiyacını karşılamada gereksinim duyulan mevcut kaynak kısıtı sorunlarının giderilmesini ve ucuz girdiye erişim yoluyla finansman yetersizliklerinin azaltılmasını sağlaması, iç piyasadan daha kaliteli ve teknolojisi yüksek girdilere ulaşma imkânını kolaylaştırması açılarından önem arz etmektedir. Gelişmekte olan ülkelerdeki firmalara, daha ucuz ve yerel olarak mevcut teknolojiden daha gelişmiş olabilecek yabancı teknoloji de dâhil olmak üzere daha geniş çeşitlilikte ara girdilere erişim imkânı sağlayabilmektedir. Bu nedenle, bir ülke için ara malı ithalatı, bu malları kullanarak yerel üretimi artırma ve endüstriyel kapasiteyi genişletme fırsatı sunar. Bu da üretimdeki katma değer sayesinde sağlanır. Ara malı ithalatı teknolojik bilgi ve beceri transferini de içerdiği için endüstrilere ve firmalara kazandırdığı birikim açısından da ehemmiyet taşımaktadır. İthal edilen malların çeşitliliği ve özellikleri, yeni ürünlerin kullanımıyla ilgili yeni öğrenme fırsatlarıyla sonuçlanan, yurt dışından bir ülkeye akan bilginin bir ölçüsüdür. Bütün bu nedenlerle ara malı ithalatı bir ülkenin sanayi üretimini desteklemek, ekonomik büyümeyi teşvik etmek ve dış piyasalardaki rekabetçiliğini artırmak için önemlidir. Ancak, dengeli ve sürdürülebilir bir şekilde yönetilmelidir ki, bu da bir ülkenin ekonomik yapısındaki dengeyi koruması açısından mühim unsurlardandır.

Firmaların üretim proseslerinde ithal girdilerin kullanılması, ihracat olasılığını üç şekilde artırabilir. Bunlardan ilki, firma verimliliğindeki artışlar ile ithal girdiler ilişkilendirilebilir (Schor, 2004; Broda ve Weinstein, 2006; Amiti ve Konings, 2007; Topalova ve Khandelwal, 2011; Halpern vd., 2015). İkinci olarak, daha ucuz ithal girdilere erişim, ihracat gelirini artırabilir (Bas ve Strauss-Kahn, 2014). Dolayısıyla bu kanallar, mevcut ihracatı artırabilen ve firmaların yeni ürün pazarlarına erişmenin sabit maliyetlerini üstlenmelerine olanak tanıyan

firma kârlılığını artırabilen imkânlar sunar. Üçüncüsü, ithal girdilerden faydalanılması, daha kompleks girdilerin üretim sürecinde kullanılmasını sağlamasıyla firmaların meydana getirdiği ürünlerdeki kaliteyi yükseltmelerine imkân sunabilir. Firmanın kendi ihracatından farklı malları ithal etmesi, dış bilgi akışlarında daha fazla çeşitlilik yaratması ve artan yenilikleri teşvik etmesi muhtemel bir durumdur, bu da gelişmekte olan ülkelerin daha sofistike mallar üretmesine olanak tanımaktadır (Puga ve Trefler, 2010). Bu, yalnızca iç pazar için yeni çeşitlerin yaratılmasını teşvik etmekle kalmaz (Goldberg ve diğ., 2010), aynı zamanda firmaların ihracat pazarı için daha kaliteli mallar sunmalarına da izin verebilir (Kugler ve Verhoogen, 2009).

Literatürde, ihracat ile verimlilik artışı arasındaki bağlantıyı tartışan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Verimlilik ve ihracat kavramları üzerine ithalatın etkilerini inceleyen çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Çalışmamızda bu literatür takip edilerek, firma düzeyindeki ara malı ithalatının, üretimdeki verimliliğe ve ihracat performansına etkilerinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu çerçevede mikro düzeyde Türkiye üzerine yapılmış çok sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır.

Çalışmamızda, Türkiye'deki dış ticaret firmalarının üretim ve akabinde gerçekleşen süreçler için kaynak kullanılmasında ara malı ithalatı sürecinden faydalanıp faydalanmadıkları ve ithal ara malı girdilerinin ihracat performanslarında ve verimlilik durumlarında yarattığı etkiler incelenecektir. Ara malı ithalatında, ürün teknoloji yoğunluğu seviyelerinin firma ihracat performansında ve verimlilik düzeyinde ne tür etkiler oluşturduğu araştırılacaktır.

Çalışmamız kapsamında ihracat performansı açısından; firmaların ithalat faaliyetlerinin yurtdışı satışlar üzerinde olumlu bir etkisinin olup olmadığı, uluslararası ticaretten önemli kazançlar elde edilip edilmediği, diğer yandan ihracat faaliyetlerinin ithalat olasılığını artırıp artırmadığı, ara girdi ithalatı hacmini genişleten firmaların, ihracatlarının hacmini genişletip genişletmediği, konularının incelenmesi hedeflenmektedir. Firma verimliliği bakımından; ara mamul ithalatçısı olmanın firmaların verimliliklerini diğer bir ifadeyle üretkenliklerini artırıp artırmadığı, daha yüksek verimlilik ile ithalatın ilişkili olup olmadığı, konularının araştırılması amaçlanmaktadır. Ayrıca ara malı ithalatında daha iyi yabancı teknolojiyi içeren girdilere erişimin, diğer bir ifadeyle ithal edilen ara mallarındaki teknoloji yoğunluğu seviyelerinin, firmaların verimlilik kazanımlarına ve ihracat performansı artışlarına katkıda bulunup bulunmadığı araştırılacaktır. Bu sayede ara malı ithalatının firmalar özelinde ne gibi sonuçlar meydana getirdiği irdelenebilecektir.

Çalışmanın birinci bölümünde; araştırmanın ana unsurunu oluşturan ara malı ve ara malı ithalatı kavramları açıklanmış, uluslararası ticaret açısından etkileri detaylandırılmıştır. Ara malı ticaretinin belirli bir kısmının gerçekleştirildiği bir uluslararası ticaret türü olan endüstri içi ticaret kavramına, önemine ve nedenlerine değinilmiştir. Ara malı ithalatının firmalara etkileri, rekabet avantajı ve ara malı ithalatı arasındaki ilişki, mal türleri ve Dünya mal ticareti kapsamlı şekilde aktarılmıştır. Son olarak ise, Türkiye'nin sektörlere göre ve mal türlerine göre uluslararası ticaret verileri sunulmuştur. Araştırmamız çerçevesinde yer alan ürün teknoloji yoğunluğuna değinilmiş ve bu kapsamda Türkiye'nin uluslararası ticareti açıklanmıştır. Ara malı ithalatı ile ihracat performansı / firma verimliliği ilişkisi üzerine literatür detaylı şekilde aktarılmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde; ihracat performansı kavramının tanımına, tekil veya kümülatif olarak ihracat performansını oluşturan performans başlıklarına, ihracat performansını etkileyen faktörlere, ihracat performansının belirlenmesinde kullanılan ölçütlere ve ihracat performansının ölçümlerine yer verilmiştir. Ara malı ithalatının ihracat performansı üzerindeki etkilerine değinilmiştir. İhracat performansı literatürü detaylı şekilde aktarılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde; verimlilik kavramı üzerinden firma verimliliği açıklanmış, verimliliğin analiz düzeyleri ve ölçüm şekilleri aktarılmıştır. Uluslararası ticaret ile firma verimliliği ilişkisi detaylandırılmıştır. Firma verimliliği ile ithalat-ihracat ilişkisi üzerine literatür detaylı şekilde aktarılmıştır.

Çalışmanın dördüncü bölümünde; teorik olarak çalışmanın temel bakış açılarını oluşturan ve firma bazlı olan Yeni Yeni Dış Ticaret (Heterojen Firma) Teorilerinin ve Kaynak Temelli Teorinin temel varsayımları, bakış açıları ve detayları ifade edilmiştir.

Uygulama kısmından oluşan çalışmanın beşinci bölümünde; istatistiki ve ekonometrik analiz yöntemleri kullanılmıştır. Kapsanan değişkenler ve ölçümleri çerçevesinde, firmalara ait verilere erişim sağlanmış ve kullanıma hazır hale getirilerek ilgili hesaplamalar yapılmıştır. Ekonometrik teknikler yardımıyla değişkenler arasındaki ilişki/ilişkiler çeşitli önem-anlam seviyelerinde araştırılmıştır. Gerçekleştirilen analizler sayesinde, firma düzeyinde ara malı ithalatının ve ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğunun, firma ihracat performansında ve verimliliğinde yarattığı etkiler incelenmiştir.

1. ARA MALI İTHALATI

Ara malı, öteki malların veya nihai malların üretiminde kullanılan mallar ve girdilerdir (Seyidoğlu, 2002; s.23). Bazı üretim malları üretim sürecinde fiziksel olarak bir başka mala dönüşürler. Bu tip üretim mallarına, ara mal veya yarı mamül mal denmektedir (Yavan, 2015). Diğer bir deyişle, ara malı, bir üretim sürecinde nihai ürünleri üretmek için kullanılan ham madde, hazır parça ve enerji gibi üretim girdileridir (Kutlar ve Çabukoğlu, 2022; s.305). Kısacası, bir üretim sürecinde başka bir malın üretilmesi için kullanılan mallardır.

Ara malları üretim süreci için hayati öneme sahiptir ve bu nedenle bunlara üretici malları da denilmektedir. Ara malları genellikle üç farklı şekilde meydana gelir ve kullanılabilir. Birincisi, bir şirket kendi ara mallarını üretilip kullanabilir. İkincisi, bir şirket ara malı üretilip bunları başkalarına satabilir. Üçüncüsü, bir şirket, ikincil ara malları veya nihai malları üretmek için ara malları satın alabilir. Üretim sürecinde kaçınılmaz bir şekilde tüm ara malları ya nihai ürünün bir parçası haline gelir ya da üretim süreci sırasında tamamen yeniden yapılandırılır. Bu, ara malların endüstriler arasında yeniden satıldığı anlamına gelir. Endüstriler bu malları yeniden satmak veya başka mallar üretmek için birbirlerine satarlar (Hardy, 1978).

Gelişmiş ekonomilerde ara girdilerin değerinin yaklaşık yarısı hizmetlerden oluştuğundan, ara malların fiziki mal olarak nitelendirilmesi yanıltıcı olabilir. (Ghosh, 2011). Ayrıca, yalnızca nihai ürünün hesaba katılması gerekliliği ve ara malın değerinin nihai malın değerine dâhil edilmesinden dolayı ara mallar bir ülkenin GSYİH (Gayrisafi Yurt İçi Hasıla)'sında sayılmazlar (Tucker, 2008).

Ara malı ithalatı ise, bir ülkenin diğer ülkelerden nihai malların üretiminde kullanılan hammadde, hazır parça ve enerji gibi küçük, ara ürünleri veya bitmiş ürünleri satın alması anlamına gelmektedir (Kutlar ve Çabukoğlu, 2022; s.305). Bu ürünler genellikle üretim sürecinin bir parçası olarak kullanılır ve daha büyük ürünlerin yapım aşamalarında değerlendirilir. Firmaların ithalat yapmasının başlıca nedeni, üretim süreçlerinin döngüsü için yeterlilik ve sürdürülebilirliği sağlamaktır. Bu kapsamdaki en önemli husus ara malı teminidir. Bazı firmalar üretim süreçleri için gereklilik arz eden bu tip ara mallarını kendi üretmekte ve sadece kendi üretim süreçlerinde kullanmakta, temini konusunda iç piyasayı ya da ithalatı kesinlikle tercih etmemektedir. Bazı firmalar bu tip ara mallarını hem kendi üretmekte hem de iç ve dış piyasaya satmakta, bazı firmalar ise tamamiyle satın alım yoluyla (iç piyasadan veya ithalat yoluyla) teminini gerçekleştirmektedir.

Piyasalarda meydana gelen talep artışlarını karşılayabilme, iç ve dış pazarlarda yeni paylar edinebilme ve mevcut paylarını çoğaltma hedefleri doğrultusunda imalatçı firmalar, üretimlerini artırmayı ve üretim artışlarına eşlenik şekilde kalitelerini de yükseltmeyi amaçlarlar. Bu nedenle gelişmekte olan ülkelere mensup firmalar için sürdürülebilirlikleri doğrultusunda ithalat önem arz eden bir ekonomik göstergedir. Bu amaç doğrultusunda dışa açık konumdaki firmalar, mevcut ülke içi kaynaklar yetersiz kaldığında ve kaynak kısıtıyla karşı karşıya kaldıklarında dış kaynak kullanımına yönelmektedir. Bu noktada firmalar tarafından, ara mallarının ülkeye getirilerek sanayide işlenmesi neticesinde ana ürünlerin meydana getirilmesiyle kaynak kısıtı ve maliyet artışı sorunları önlenmeye çalışılmaktadır. Bu, yerel üretim süreçlerini her anlamda destekleyerek iş imkânlarının yaratılmasını sağlama ve ekonomik büyümeyi artırma açısından teşvik edici olabilir.

Gelişmiş ülkeler ve bu ülkelerde faaliyet gösteren firmalar için ise ithalat genel olarak, ülke içinde ihtiyaç duyulan ara malı, nihai mal ve hizmetlerin üretim süreçlerinden daha ucuz ikame yollarının bulunması nedeniyle kullanılmaktadır. Öte yandan sektör bazında katma değeri az olan ürünlerin üretim zahmetine katlanılmasından ziyade ithal edilmesinin daha avantajlı bulunduğu durumlarda tercih edilen mühim bir araç olarak görülmektedir. Ayrıca bu kapsamdaki ithalat, bir ülkenin ve ülkeye mensup firmaların kendi üretim kapasitelerini artırması için teknolojik bilgi ve beceri transferini de içerebilir.

Ara malı ve ara malı ithalatının kapsamını daha detaylı açıklayacak olursak (Miroudot ve diğ., 2009);

- Ara mallar, genellikle bir ürünün üretim sürecinin bir aşamasında kullanılan girdilerdir. Kısacası üretim sürecinin parçasıdır. Örneğin, otomobil üretiminde kullanılan motor parçaları veya elektronik cihazların üretiminde kullanılan mikroçipler, ara malı olarak kabul edilir.
- Ara mallar, üretim sürecinde dönüşerek daha büyük bir ürünün parçası haline gelir. Bu nedenle, bir ülke için ara malı ithalatı, bu malları kullanarak yerel üretimi artırma ve endüstriyel kapasiteyi genişletme fırsatı sunar. Bu da üretimdeki katma değer sayesinde sağlanır.
- Farklı sektörlerde farklı ara malı ihtiyaçları vardır ve sektörel farklılıklar mevcuttur.
- Ara malı ithalatı, teknolojik bilgi ve beceri transferini de içerir. Yabancı ülkelere ithal edilen ara mallar, yerel endüstriler tarafından yeni teknolojilerin ve yöntemlerin benimsenmesini sağlar.

- Ara malı ithalatı, bir ülkenin dış ticaret dengesini etkiler. Özellikle gelişmekte olan ülkeler, ara malı ithalatını artırarak yerel üretimi destekleyebilirler. Bu da ticaret dengesi etkisi açısından önem taşır.
- Daha iyi kalitede ve uygun maliyetli ara malı temini, yerel üretimin verimliliğini artırabilir. Bu nedenlerle, ara malı ithalatı bir ülkenin sanayi üretimini desteklemek, ekonomik büyümeyi teşvik etmek ve rekabetçiliğini artırmak için önemlidir. Ancak, dengeli ve sürdürülebilir bir şekilde yönetilmelidir ki, bu da bir ülkenin ekonomik dengesini koruması açısından önem taşır.

Bu kapsamdaki imalatçı firmalar, faaliyet gösterdikleri yerel ekonomideki veya sektördeki zorunluluklara bağlı olarak veyahut yönetsel kararları neticesinde, üretim proseslerindeki girdi aşamaları için ülke içi kaynakları ve seçenekleri değerlendirirken, bazı firmalar yurt dışı kaynak ve bunun neticesindeki girdileri kullanmaktadır. Kimi firmalar ise kısmi olarak hem yurt içi hem de yurt dışı kaynak kullanımını tercih edebilmektedir.

1.1. Ara Malı İthalatının Firmalar Açısından Etkileri

Üretimde ara malı ithal girdilerinin kullanılmasının diğer bir ifadeyle yabancı ara mamul ithalatçısı olmanın firmalar açısından birtakım etkileri söz konusu olabilmektedir.

Üretkenliği artırması nedeniyle, daha verimli fabrikaların ithalat pazarına girmesi ve daha kaliteli girdiler satın alması durumları mevcuttur (Kugler ve Verhoogen, 2009). Bu noktada, girdi tarifelerinde meydana gelen bir düşüşün, girdilerini ithal eden firmalar için bir verimlilik artışına yol açması mümkün olmaktadır. Bu katkı, firmaların üretim tarifelerini düşürmesinden elde edebileceği kazançlardan daha yüksek olabilmektedir (Amiti ve Konings, 2007).

Üretimde kullanılan ara malı girdilerinin, nihai mallar üzerinde daha düşük tarifeler oluşmasını sağlayabilmesinin yanı sıra dış piyasalarda mevcut olan daha düşük ara girdi tarifeleri nedeniyle daha iyi ve kaliteli girdilere erişimden kaynaklanan rekabet yanlısı durumların avantajları dolayısıyla da firma düzeyindeki üretkenliği artırması söz konusudur (Topalova ve Khandelwal, 2011). İthal edilen girdilerin üretim sürecinde kullanılmasının, uluslararası ticaret yapmayan firmalara kıyasla verimliliğin artmasına katkı sağladığı görülmektedir (Zhou ve diğ., 2020).

Ayrıca daha fazla girdi tarifesi indirimi yaşayan endüstrilerde üretim yapan firmalar için ihracat pazarına girme olasılığının, daha yüksek olduğu görülmektedir (Bas, 2012). Bu

aşamada ithalatın yarattığı etki esas olarak, firma verimliliğindeki ve ürün inovasyonundaki artışla yönlendirilmektedir. Bu sayede ithalat faaliyetlerinin yurt dışı satışlar üzerinde olumlu bir etkisi söz konusudur (Aristei ve diğ., 2013).

Firma heterojenliği açısından çoğu ölçek ve verimlilik göstergelerinde, ithalatçı olan firmaların olmayanlara göre daha iyi performans göstermesi durumu mevcuttur (Zhou ve diğ., 2020). Burada ara girdi ithalatını genişleten firmaların, ihracatlarının hacmini ve kapsamını genişlettiği görülmektedir (Feng ve diğ., 2016).

Dış piyasalarda artan rekabetle birlikte, daha iyi yabancı teknolojiyi içeren girdilere güncel erişimin, ticaretin serbestleşmesine katkısının yanısıra verimlilik kazanımlarına da katkıda bulunduğu görülmektedir (Schor, 2004). Yeni ithal girdilere erişim yoluyla ticaretten önemli kazançların elde edilmesinin mevcudiyeti ifade edilmektedir (Goldberg ve diğ., 2010). Teknolojik yeteneklerin iyileştirilmesi ve ithal girdilerin kalitesi sadece firmalara doğrudan fayda sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda ihracat rekabet gücünü artırmada birbirlerini tamamlamaktadır (Mazzi ve Foster-McGregor, 2021). Bu noktada, özellikle çok uluslu işletmeler, uluslararası dış kaynaklardan (ithalat ve ihracat) gelen bilginin, iç bilgi (kendi Ar-Ge yatırımı) ile asimilasyonu ve entegrasyonundan kaynaklanan tamamlayıcılıklardan yararlanmaktadır (Massini ve diğ., 2023).

1.2. Rekabet Avantajı ve Ara Malı İthalatı

Literatürde “rekabet gücü”, “rekabet üstünlüğü”, olarak da ele alınan rekabet avantajı kavramının tanımlanması konusunda, görüş birliğine ulaşmak zordur. Rekabet avantajının hangi düzeyde (firma, endüstri, ülke) ele alınacağı ve rekabeti belirleyen unsurların zaman içinde gösterdiği değişim, tanımlamayı güçleştiren nedenlerin başlıcalarıdır. Rekabet avantajı kazanmanın geleneksel üç aracı olan finansal, teknolojik ve pazarlama becerileri günümüz rekabet koşullarının asgari şartları olarak ele alınmaktadır (Daft; 2000; s.491).

Literatürde rekabet avantajı kavramı makro ve mikro boyutlarda ele alınmaktadır. Rekabet avantajının mikro boyutu, firmanın bir ülkedeki veya faaliyet gösterdiği ülkelerin firmaları arasındaki rekabetini ifade ederken, makro boyutu ulusların rekabetinden söz etmektedir (Scott ve Lodge, 1985; Porter, 1990). Mikro boyutta ele alındığında; rekabet avantajı “bir firmanın rakipleri karşısında ve rekabet ortamında, kaynakların kullanımı veya faaliyet alanı açısından elde ettiği üstünlük durumu” (Dinçer, 2003; s.95), ya da “bir firmanın rakipleri karşısında geliştirdiği benzersiz konum” (Barış, 2003; s.55) olarak tanımlanabilir. Makro

açından rekabet ise; “Bir ülkenin, uluslararası pazarlarda genişleme ve bunu sürdürmeye yönelik kapasitesi ile halkının yaşam standardını yükseltebilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Waheduzzaman ve Ryans, 1996; s.7).

Firmalar açısından, mevcut rekabet ortamındaki varlıklarını koruyabilmeleri, sahip oldukları rekabetçi üstünlüklerini sürdürebilme yeteneklerine bağlıdır. İşletmelerde sürdürülebilir rekabet avantajının kaynaklarını anlama, stratejik yönetimin başlıca çalışma alanlarından birisini oluşturmuştur. Sürdürülebilir rekabet avantajı araştırmaları konusunda çoğu çalışma, stratejik yönetimin çalışma alanı içine giren Kaynak Temelli Teori ve Rekabet Avantajının Çevresel Model’ine odaklanmıştır (Barney, 1991; s.100). Çünkü işletmeler, rekabet üstünlüğü sağlamak ve bu üstünlüklerini sürdürmek için çeşitli stratejiler geliştirirler ve bu stratejilerin seçimi ise çevresel koşulların niteliği ve örgütün kaynaklarına bağlıdır (Özkara, 1999; s.138).

Bu aşamada söz konusu rekabetin çevresel faktörleri; ülkelerarası rekabete dayalı farklılıklar, rakiplerin sayıları ve göreceli yetenekleri, ilgili şirketin büyüklüğü ve rakiplerine göre sahip olduğu göreceli kaynak üstünlüğü, fiyat, pazarlama gibi konularda sahip olunan temel avantajlar olarak belirlenebilir (Daniels ve Radebaugh, 1998; s.16).

Portere göre, uluslararası rekabet ortamındaki faktörler ise; ülkenin üretim faktörleri konusundaki pozisyonu, ev sahibi ülke endüstrilerinin, ürün ve hizmetlerine yönelik talep durumu, uluslararası düzeyde rekabet yapılabilmesini sağlayacak tedarikçi ve diğer endüstrilerin ülkede bulunup bulunmaması, yerel rekabetin doğası gereği oluşturulmuş işletmelerin organize edilme ve yönetilme biçimleri, olarak dört temel nedenden oluşmaktadır (O’Shaughnessy, 1986; s.12).

Mevcut rekabet ortamında rekabet edebilirliklerini artırmayı amaçlayan firmalar; üretim üstünlüğü, maliyet üstünlüğü, ürün kalitesi, değişimlere cevap verebilme hız ve esnekliği, değer yaratma ve bilgi düzeyleri ile karşı karşıya gelmektedir (TÜSİAD, 2002; s.5).

Bu noktada ara malı, ara malı ithalatı ve ithal girdi kavramları, firmalar açısından rekabet edebilirliği artırma noktasında bir fırsat olarak görülebilmektedir. Üretim üstünlüğünü sağlamak ve verimliliklerini artırmak isteyen firmalar ara girdiler sayesinde bunu başarabilme imkânını yaratabilirler. Kaliteli ara malların üretimde kullanımı bu aşamada önem kazanmakta, rekabet avantajını artırabilmektedir. Üretim aşamasında kullanılacak ve özellikle iç pazara göre daha ucuz ve üretim proseslerindeki tamamlayıcılıkları açısından daha iyi olan ithal ara girdilerin kullanımı firmalara üretim üstünlüğü ve maliyet üstünlüğünün yolunu açabilmektedir. İthal ara girdiler sayesinde gerçekleşecek teknoloji transferi ve güncel bilgi

akışı, firmaların ürün kalitelerini sürekli artırmasına olanak sağlayacaktır. İthalat pazarında yerini alan firmalar, değişimlere cevap verebilme hız ve esnekliği konusunda, deneyimleme ve öğrenme etkisi nedeniyle daha hızlı tepkiler verebilecek konuma gelirler. Değer yaratma ve bilgi düzeyleri açısından rekabet avantajı sağlama noktasında ise; ithalat sebebiyle dış pazarlara daha fazla hâkim olan, yenilik ve değişim noktasında çoğu oluşumun içerisinde yer alan ve birçoğunu deneyimleyebilen firmaların bilgi düzeyleri yükselmektedir. Özellikle iç pazarlara göre, uluslararası ticaretin işlem akış süreçleri sayesinde farklı tecrübeler ve iş deneyimlemeleri edinerek, dış pazarlarda faaliyet gösteren kurumsal ve verimli firmaların yönetim ve üretim prensiplerini öğrenme etkisi ile kendi bünyelerine aktarabilen firmalar değer yaratma açısından büyük bir rekabet avantajına sahip olabilmektedir. Bütün bu durumlar sayesinde, yönetim ve üretim süreçlerini geliştirmeleri neticesiyle dış pazarlarda da rekabet avantajlarını artırabilmektedir.

1.3. Endüstri İçi Ticaret Kavramı, Önemi ve Nedenleri

Firmaların kendi mensup olduğu sanayi kolundan endüstri içi ticaret yoluyla veya diğer sanayi kollarından endüstriler arası ticaret yoluyla gerçekleştirdikleri toplam ticaretleri içerisindeki ara malı ithalatının, firmalara etkilerini araştırdığımız ve bu durumu firma ihracat performansı ve üretim verimliliği açısından incelemeyi amaçladığımız çalışmamızda, ara malı ithalatının da belirli bir kısmının gerçekleştirildiği bir uluslararası ticaret türü olan endüstri içi ticareti açıklamak yerinde olacaktır.

Endüstri içi ticaret kavramsal olarak, iki ülke arasında, aynı ürün ya da ürün grubunun, aynı dönemde ithal ve ihracatıdır (Seyidoğlu, 2007, s.109). Aynı endüstri grubuna giren fakat dış görünüş, kalite, kullanım özellikleri ve marka açısından bazı farklılıklar gösteren malların eş zamanlı ihraç ve ithaline dayanan bir dış ticaret şeklidir (Dış Ticaret Müsteşarlığı [DTM], 2013). Endüstri içi ticaret literatürde; endüstri-içi dış ticaret, iki yönlü ticaret, ticaret çakışması, yatay ticaret, karşılıklı çekiş, benzer ürünlerde iki yönlü ticaret, ticaret çakışması şeklinde de kullanılmıştır (Can, 2011, s.4).

Uluslararası iktisatta genel kabul görmüş olan Hecksher-Ohlin Teorisi, ülkelerin sahip oldukları bol üretim faktöründen geniş ölçüde kullanarak ürettikleri malları ihraç edeceğini, öte yandan üretimi için ülke içinde kıt olan üretim faktörünün yüksek oranda kullanımını gerektiren malları ise ithal edeceklerini öne sürmektedir. Hecksher-Ohlin Teorisinin açıklamakta yetersiz kaldığı uluslararası ticaret türü, ölçek ekonomileri ve ürün farklılaşması

gibi faktörlerin yer aldığı endüstri içi ticaret (EİT) yaklaşımı tarafından açıklanabilmiştir (Yenilmez, 2004, s.1). Endüstri içi ticaret (EİT) kavramı başlangıçta gelişmiş ülkeler arasındaki ticareti açıklamak için kullanılmıştır. Ancak, gelişmekte olan ülkeler ile gelişmiş ülkeler arasında da endüstri içi ticaretin görülmesi, teorinin tekrar gözden geçirilmesine, bununla birlikte yatay endüstri içi ticaret ve dikey endüstri içi ticaret ayrımı yapılmasına neden olmuştur. Buna göre, benzer faktör donatımına sahip ülkeler aralarında yatay endüstri içi ticaret yaparken, faktör donatımları farklı olan gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler ise ürünlerin kalite açısından farklılaştığı dikey endüstri içi ticaret yapmaya başlamışlardır. Bu yüzden endüstri içi ticaret, tümüyle geleneksel teorilerden ayrı tutulamamaktadır (Bilici, 2007, s.23).

Endüstri içi ticaret günümüzde uluslararası ticarete en yaygın olarak görülen ticaret şeklidir. Veri toplulaştırma düzeyinde ifade edilirse, endüstri içi ticaret, bir ülkenin aynı endüstri grubu kapsamında yer alan ve tüketimde yakın ikame olan ancak dış görünüm, kullanım özellikleri ve kalite açısından farklılık arz eden malları eş-zamanlı ihraç ve ithalini kapsayan uluslararası ticaret biçimidir (Grubel ve Lloyd, 1971: s.496; Grubel ve Lloyd, 1975: s.1-20).

Endüstri içi ticaret uluslararası ticareten ekstra kazançlar elde edilmesini sağlar. Bir ülke için endüstri içi ticaretin çekici yanı, yerli tüketiciye ulaşabilen tüketimde yakın ikame olan mal çeşitliliği artarken, üretilen bu tür ürünlerin sayısının da doğal olarak artacak olmasıdır. Ayrıca bu sebeplerden dolayı tüketicilerin seçimlerinde artan oranda fayda sağlamalarıdır (Yenilmez, 2004, s.22).

Endüstri içi ticaret ilk olarak, Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun 1957 yılında kurulmasıyla önem kazanmaya başlamıştır. Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun kurulmasıyla bölge içinde serbest ticaretin başlaması ve farklılaştırılmış ürünlerin satılmasıyla üretim hacminin genişlediği görülmüştür (Ardıç ve Yılmaz, 2002, s.120). Bu tarihten sonra pek çok iktisatçı endüstri içi ticaret ile ilgili varsayımlar ileri sürmüş ve çalışmalar yapmıştır. Endüstri içi ticaret kavramsalında, nihai mal akımlarına söz konusu ticaret türünün perspektifi doğrultusunda yorum getirilmesinin yanı sıra, diğer yaklaşımlardan ilave olarak ara mal ticareti de aynı şekilde mal akımları kapsamında değerlendirilmiş ve yorumlanmıştır. Süregelen bu çalışmaların sonucunda endüstri içi ticaretin nedenlerinden ilkinin, *ürün farklılaşması* olduğu görülmüştür. Aynı endüstrinin ürünü olan fakat ufak farklılıklara sahip olan mallar tüketici zevk ve tercihlerindeki farklılıklar nedeniyle endüstri içi ticarete konu olmaktadır (Kenen, 2000, s.139).

Endüstri içi ticaretin diğer bir nedeni, *taşıma maliyetleri ve coğrafi bölgelerdir*. Amerika gibi fiziki olarak büyük ülkelerde uç bölgelerdeki üreticiler ulaşım masrafları nedeniyle sınır komşusu olan yakın ülkelerden ithalat yoluyla hammadde teminine gitmektedirler (Appleyard ve Field, 1998, s.198).

Endüstri içi ticaretin oluşumu açısından bir diğer neden, *dinamik ölçek ekonomileridir* ve bu durum yine ürün farklılaşmasıyla ilgilidir. Ülke bir ürünün çeşidinde uzmanlaştığında birim maliyetlerde azalma görülecek ve ülke aynı mallardan daha fazla üretip fazlasını ihraç edecek aynı ürünün farklı çeşidini daha ucuza ithal edecektir (Yılmaz, 1992, s.228).

Endüstri içi ticaretin nedenleri arasında *toplam ürün derecesi* de görülmektedir. Bu konuda yapılmış olan çalışmalar, uluslararası ürün sınıflandırmasında basamak sayısı yani ürün çeşidi arttıkça endüstri içi ticaret oranının da artacağı yönünde sonuçlar vermiştir (Yenilmez ve Bayraç, 2005)

Endüstri içi ticaretin bir diğer nedeninin, *ülkelerin gelir dağılımlarındaki farklılıklar* olduğu ortaya konmuştur. Bu konuda Linder'in tüketicilerin zevklerinin gelir seviyeleri tarafından şekillendiği görüşünden hareketle talebin üretimi teşvik ettiği savunulmuştur. Bu durumda ülkede üretilen mal çeşitliliği kişi başına düşen gelir seviyesinin bir yansıması olacaktır (Husted ve Melvin, 1993, s.131).

Endüstri içi ticaretin nedenleri arasında önemli bir diğer unsur olarak, *ülkelerin endüstri içi ticaret seviyeleri* görülmektedir. Bu konuda Balassa ve Linder'in çalışmaları öncülük etmektedir. Bu çalışmalara göre endüstri içi ticaretin, gelişmişlik düzeyi yüksek, birbirine komşu, gümrük tarife oranları düşük veya entegrasyona gitmiş, kişi başına gelir düzeyi yüksek ülkeler arasında yaygın olarak görülmektedir. Yine bu çalışmalara göre endüstri içi ticaretin, monopollü rekabet şartlarında üretilen, ölçek ekonomisine bağlı, ürün farklılaşmasına uygun olan ürünlerde yaygın olarak görüldüğü tespit edilmiştir (Appleyard ve Field, 1998, s.196).

Endüstri içi ticaret, ticaretin geleneksel faktörlerinden ziyade, yukarıda açıklanmaya çalışılan söz konusu değişken ve nedenlerden dolayı etkisel ticaret alanı oluştuğunda, uluslararası ticaret içinde giderek ön plana çıkmakta ve oranını artırmaktadır. Ülkelerin gelişmişlik düzeyi, ekonomik yapısı, faktör donatıları ekseninde ve sanayi yapıları akabinde gerçekleştirdikleri uluslararası ticaretlerinde mutlaka yer bulan bir ticaret şekli olarak konumlanmaktadır.

1.4. Mal Türleri, Dünya Mal Ticareti ve Türkiye

Bir ülke ekonomisi için uluslararası standartlara göre üç ana bileşenden (cari hesap, sermaye hesabı ve rezervlerdeki değişimler) oluşan “ödemeler dengesi bilançosu”nda, bu bileşenlerden biri olan cari hesap; dış ticaret (mal ve hizmet ithal ve ihracı), dış yatırım gelirleri (yurt içine ve yurt dışına kar ve faiz transferi) ve cari transferler (dış yardım ve işçi gelirleri) olmak üzere üç ana öğeden meydana gelir (Subaşat, 2010). Dış ticaret açığı veya dış ticaret bilançosu açığı, en sade ifade ile bir ülkenin mal ihracatından elde ettiği gelirlerin mal ithalatı dolayısıyla dışarıya yapılan giderlerden küçük olması olarak tanımlanabilir (Seyidoğlu, 2002; s.125). Çünkü dış ticaret bilançosu bir ülkenin ihraç ettiği mallar ile ithal ettiği malların değeri arasındaki fark olup, yalnızca mal akımlarını kapsamakta, uluslararası hizmetleri ve sermaye akımlarını içermemektedir. Bu sebeple mal akımlarına “görünür ticaret” adı da verilmektedir (Kutlar ve Çabukoğlu, 2022; s.305).

Çalışmamızda odak noktası olarak, ara malı ithalatı kavramını inceleyecek olmamız nedeniyle Dünya mal ticaretinin yapısına değinmek önem arz etmektedir. Dünya’da gerçekleşen mal ticaretinin ekseninde, iktisadi mallar kavramı karşımıza çıkmaktadır. Literatürde iktisadi mallar ikiye ayrılır. Tüketici ihtiyacını karşılayan mallar tüketim (nihai) malı, diğer üretim ya da tüketim mallarının üretiminde kullanılan mallar üretim malı olarak tanımlanmaktadır.

Nihai mal olarak da adlandırılan tüketim malı, ihtiyaçlar akabinde üretimi gerçekleştirilip kullanıma sunulan ve tüketicinin talepleri doğrultusunda arzı oluşturulan, tüketicinin satın alıp tükettiği mallardır. Diğer bir iktisadi mal kavramı olan üretim malları ise, yatırım (sermaye) malları ile ara mallarının toplamından oluşur. Yeni bir imalatla bulunmak veya yeniden imal edilmek üzere imalatçılara satılan malzeme, teçhizat ve makinalar yatırım (sermaye) malları olarak isimlendirilmektedir. Yatırım kavramını anlatmaya yönelik literatürde çeşitli yaklaşımlar söz konusudur. Ancak iktisatçılar genellikle yatırım kavramını “sermaye stoğu ve verimliliği artırıcı faaliyetler için yapılan harcamalardır” şeklinde açıklamaktadırlar (De Long, 2002; s.165).

Üretim mallarını oluşturan diğer bir mal türü olan ara malları kavramı ise, bir üretim sürecinde başka bir malın üretilmesi için kullanılan ve üretim sürecinde fiziksel olarak bir başka mala dönüşen mallar şeklinde tanımlanmaktadır. Bu noktada, ara malını daha iyi açıklayabilmek için şu örnek biraz daha etkili olacaktır. Sözelimi “Domates nihai mal mıdır, yoksa ara malı mıdır?” sorusu üzerinden gidilirse, malın kullanım yeri konusunda tam bir bilgi sahibi olunmalıdır. Eğer domates, salça üretiminde kullanılacaksa, bir girdi ve ara

malıdır. Eğer sofralık olarak doğrudan tüketiciye sunulacaksa, nihai malıdır. Diğer yandan, bir tüketici evinde kullanmak üzere bir torba şeker satın alırsa bu bir tüketim malı olur. Ancak bir üretici, başka bir ürünün üretiminde kullanmak üzere şekeri satın alırsa, bu bir ara malı haline gelir. O halde malın adından çok kullanım yeri nihai mal veya ara malı olup olmadığını belirlemektedir demek doğru bir yaklaşım olacaktır (Yavan, 2015).

Bu tanımlamalardan hareketle, bir ülkenin gelişmesi ve kalkınmasının önündeki engellerin başında, hammadde ve yarı mamul madde ihtiyacını karşılamada gereksinim duyulan mevcut doğal kaynakların yetersizliği sorunu gelmektedir. Gelişmekte olan ülkeler sanayilerini sürekli geliştirme ve genişletme stratejileriyle ekonomik büyümelerini düzenli olarak artırma perspektifine sahip olmalarından dolayı üretimde kaynak kısıtı sorunuyla karşı karşıya kalabilmektedir. Bu durumda, eğer bir ülke üretimi gerçekleştirmede ve geliştirmede gerekli doğal kaynaklara sahip değilse ya da bunu ulusal kaynaklarıyla sağlaması büyük maliyet gerektiriyorsa, bu durumda bu ihtiyacını uluslararası piyasalardan yani ithalat yoluyla karşılaması gerekecektir (Polat ve Peker, 2021; s.324). Bu doğrultuda günümüz ekonomilerinde ithalat hem tüketim ve hem de üretimin vazgeçilmez bir faaliyetidir. Dünya mal ticareti de bu ekseninde gerçekleşmekte ve sürekli artarak gelişmektedir. Birtakım ürünlere ihtiyacı olan ülkelerin ithalat sayesinde bu ihtiyaçları karşılama talepleri söz konusuysa, arz fazlası bulunan ülkelerin ilgili malları ihraç ederek dış piyasaların avantajlarından faydalanabilme imkânıyla daha fazla gelir elde etme istekleri mevcuttur. Tablo 1.1. ve tablo 1.2.'de Dünya Ticaret Örgütü tarafından erişime açılan verilere göre, 2016-2022 yılları arası dünya mal ticaretindeki ithalat-ihracat miktarları ve sektörlerin ticaret payları verilmiştir.

Tablo 1.1. Dünya Mal İhracatı ve Sektörler (milyon dolar)

Sektörler	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Tarım Ürünleri	1.584.357	1.729.920	1.805.801	1.782.880	1.803.726	2.162.376	2.325.920
Madencilik Ürünleri	2.033.877	2.612.022	3.269.207	3.097.493	2.334.297	3.654.527	5.157.564
Yakıtlar	1.387.452	1.398.475	1.480.449	1.391.575	1.374.988	1.682.794	2.154.304
İmalat (dâhil tüm alt sektörler)	11.031.395	12.006.068	13.004.267	12.744.423	12.140.264	14.866.069	15.287.978
Toplam Mal İhracatı	16.036.335	17.741.325	19.550.037	19.017.108	17.653.275	22.365.766	24.925.766

Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü (WTO)

Dünya mal ihracatı incelendiğinde, sektörler kapsamında gerçekleşen ticarete yıllar bazında “İmalat” sektörünün düzenli şekilde %65’ten fazla olarak en yüksek paya sahip olan sektör olduğu görülmektedir. “Madencilik Ürünleri” sektörü, yıllar bazında ikinci en fazla paya sahip olan sektör konumundadır. Diğer yandan, “Tarım Ürünleri” sektörü ve “Yakıtlar” sektörünün ihracat payları %10’a yakındır. Toplamda dünya mal ihracatına bakıldığında, ihracat hacmi yıllar bazında sürekli artış göstermiştir.

Tablo 1.2. Dünya Mal İthalatı ve Sektörler (milyon dolar)

Sektörler	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Tarım Ürünleri	1.603.507	1.759.123	1.850.985	1.827.754	1.846.498	2.195.839	2.363.135
Madencilik Ürünleri	1.729.435	2.059.012	2.415.115	2.384.280	1.913.222	3.004.740	5.413.311
Yakıtlar	1.032.679	1.308.187	1.574.512	1.355.464	1.104.143	1.614.778	1.580.337
İmalat (dâhil tüm alt sektörler)	11.875.117	12.993.746	13.984.089	13.773.804	13.014.925	15.787.681	16.313.312
Toplam Mal İthalatı	16.205.390	17.975.934	19.816.322	19.341.026	17.878.572	22.602.820	25.670.095

Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü (WTO)

Dünya mal ithalatı değerlendirildiğinde, sektörler kapsamında gerçekleşen ticarete yıllar bazında “İmalat” sektörü %65’ten fazla ithalat payıyla en yüksek paya sahip olan sektördür. “Madencilik Ürünleri” sektörünün ise, en fazla ithalat payına sahip ikinci sektör olduğu görülmektedir. Tablodaki diğer sektörlerin ithalat payları %10 civarındadır. Toplamda dünya mal ithalatının hacmi, yıllar bazında düzenli olarak sürekli artmıştır.

Açıklanmış verilere göre, dünya mal ticaretinin sektörler bazında ihracat ve ithalat açısından durumu bu şekildedir. Bu noktada, dünya ticareti içinde gelişmekte olan ülkelerden biri olarak yer alan Türkiye’nin sektörler göre gerçekleştirmiş olduğu ihracat ve ithalat, tablolar eşliğinde değer ve yüzde olarak karşılaştırılmıştır.

Tablo 1.3. Sektörlere göre Türkiye’nin İhracatı (milyon dolar)

Sektörler	2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022	
	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)
Tarım, ormancılık ve balıkçılık	5.811	4,1	5.739	3,7	6.041	3,6	5.589	3,1	5.958	3,5	7.156	3,2	7.772	3,1
Madencilik ve taşocakçılığı	2.676	1,9	3.509	2,2	3.399	2,0	3.200	1,8	2.932	1,7	4.059	1,8	4.623	1,8
İmalat	133.595	93,7	147.198	93,7	157.705	93,9	171.219	94,7	159.796	94,3	212.810	94,5	240.372	94,6
Diğer	445	0,3	607	0,4	773	0,5	825	0,5	796	0,5	1.190	0,5	1.405	0,6
Toplam	142.529	100	157.055	100	167.920	100	180.833	100	169.481	100	225.214	100	254.171	100

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Tablo 1.3. incelendiğinde, Türkiye’nin ihracat hacminin yıllar bazında 2020 yılı hariç sürekli bir artış gösterdiği görülmektedir. Bilindiği üzere 2020 senesinde pandemi sürecinin var olması sebebiyle dünya ticareti bu durumdan oldukça etkilenmiştir. Türkiye’nin ihracatında sektör olarak en büyük payı, Dünya mal ticaretine de paralel şekilde “İmalat” sektörü kapsamaktadır. Yıllar içinde düzenli olarak %93’ten fazla paya sahiptir. “Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık” sektörü ise ortalama %3-%4 arası sahip olduğu ihracat payı ile ikinci sırada yer almaktadır. Diğer yandan, “Madencilik ve Taşocakçılığı” sektörü ortalama %1,5-%2 arası ihracat payını kapsamaktadır. Bu sektörlerin haricindeki faaliyet sektörleri ise yüzde olarak çok küçük rakamlara sahiptir ve “Diğer” ismiyle adlandırılmıştır.

Tablo 1.4. Sektörlere göre Türkiye’nin İthalatı (milyon dolar)

Sektörler	2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022	
	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)
Tarım, ormancılık ve balıkçılık	7.097	3,5	9.050	3,8	9.334	4,2	9.519	4,7	9.834	4,5	12.082	4,5	14.771	4,1
Madencilik ve taşocakçılığı	19.008	9,6	26.070	11,2	28.967	13,0	31.747	15,7	22.334	10,2	40.086	14,8	75.344	20,7
İmalat	167.243	84,2	190.741	81,6	175.979	78,9	154.253	76,1	179.689	81,9	205.983	75,9	261.114	71,8
Diğer	5.268	2,7	7.928	3,4	8.764	3,9	7.183	3,5	7.539	3,4	13.273	4,9	12.480	3,4
Toplam	198.618	100	233.791	100	223.047	100	202.704	100	219.397	100	271.425	100	363.710	100

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Tablo 1.4. incelendiğinde, Türkiye’nin ithalat hacmi 2017 senesinden sonra 2018-2020 yılları arasında rakamsal olarak az da olsa azalış göstermiştir. Bu durumda uygulanması tercih edilen

ekonomi stratejileri ve programları ile pandemi sürecinin varlığının belli oranda etkisinin söz konusu olduğu söylenebilir. 2021 ve 2022 senelerinde ise toplam ithalat hacmi artış göstermiş ve tüm zamanların en yüksek değerlerine ulaşmıştır. Bu durumda ise, Dünya’da ve Türkiye’de meydana gelen ekonomik krizlerin ve döviz kuru dalgalanmalarının etkisi mevcuttur. Türkiye’nin ithalatında sektör olarak en büyük payı “İmalat” sektörü kapsamaktadır. Yıllar bazında ortalama olarak düzenli bir şekilde %75’ten fazla paya sahiptir. Diğer yandan, “Madencilik ve Taşocakçılığı” sektörü ortalama %10’luk değer ile ikinci sıradadır. Ancak 2022 yılında kapsadığı yüzdelik değer %20,7’ye çıkmış ve büyük bir artış göstermiştir. “Tarım, ormancılık ve balıkçılık” sektörü ise ortalama %3,5 ile %5 arası ithalat payıyla üçüncü büyük orana sahiptir. Bu sektörlerin haricinde “Diğer” diye adlandırılan faaliyet sektörleri ise, yıllar içinde en az %2,7 ve en çok 4,9 değerlerinde ithalat gerçekleştirmiştir.

Ara malı ithalatının etkisinin incelenmesinin amaçlandığı çalışmamızda, Dünya mal ticaretinde sektörlerin ağırlıklarına ve kapsamlarına değindikten ve Türkiye’nin sektörlerle göre uluslararası ticaret yapısını açıkladıktan sonra, Türkiye’nin mal türleri bazındaki ithalat ve ihracatını da açıklanmış veriler eşliğinde değerlendirmek yerinde olacaktır.

Tablo 1.5. Mal Türlerine Göre Türkiye’nin İhracatı (milyon dolar)

Mal Türleri	2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022	
	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)
Sermaye (yatırım) malları	15.891	11,1	18.360	11,7	19.843	11,8	20.434	11,9	19 781	11,7	24.841	11,0	29.042	11,4
Ara malları	66.890	46,9	73.095	46,5	79.264	47,2	80.170	46,7	80 275	47,4	115.183	51,1	133.413	52,5
Tüketim malları	58.876	41,3	64.900	41,3	68.030	40,5	69.781	40,7	68 210	40,2	83.843	37,2	89.810	35,3
Diğerleri	871	0,6	699	0,4	782	0,5	1.144	0,7	1 214	0,7	1.345	0,6	1.905	0,7
Toplam	142.529	100	157.055	100	167.920	100	171.530	100	169 481	100	225.214	100	254.171	100

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Tablo 1.5.’te mal türlerine göre Türkiye’nin ihracatı incelendiğinde, “ara malları” ve “tüketim malları” ihracat oranlarının 2020 yılına kadar birbirine yakın seyrettiği ve iki mal türünün toplam oranının toplam ihracat içinde neredeyse %90’ı kapsadığı görülmektedir. 2020 yılından sonra gerçekleşen ihracat içerisinde bu iki mal türü arasındaki ihracat yüzdesi farkı biraz açılmış olsa da, toplam ihracat içinde kapsadıkları yüzdelik oran toplamı yine %90 civarında seyretmiştir. “Sermaye (yatırım) malları” ise, yıllar bazında düzenli olarak %11 oranında ihraç edilmiştir.

Tablo 1.6. Mal Türlerine Göre Türkiye’nin İthalatı (milyon dolar)

Mal Türleri	2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022	
	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)
Sermaye (yatırım) malları	35.918	18,1	33.116	14,2	29.303	13,1	25.765	12,7	31.811	14,5	35.948	13,2	40.534	11,1
Ara malları	134.315	67,6	171.451	73,3	170.048	76,2	157.895	77,9	162.924	74,3	210.142	77,4	292.439	80,4
Tüketim malları	27.947	14,1	28.488	12,2	22.878	10,3	18.493	9,1	24.094	11,0	24.947	9,2	30.480	8,4
Diğerleri	436	0,2	734	0,3	817	0,4	550	0,3	566	0,3	387	0,1	256	0,1
Toplam	198.618	100	233.791	100	223.047	100	202.704	100	219.397	100	271.425	100	363.710	100

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Tablo 1.6. incelendiğinde, Türkiye’nin ithal ettiği mal türlerinden “ara malları”nın, yıllara göre gerçekleşen mal ithalatı içerisinde, sürekli olarak %70 ve %70’den büyük paylara sahip olduğu görülmektedir. Diğer yandan, “sermaye (yatırım) malları” ve “tüketim malları” ithalatı toplamı, yıllar bazında %20 ile %30 arasında paylarla gerçekleşmiştir. Bu durum, ara malı ithalatının Türkiye’nin ekonomik konjonktürü ve stratejisi gereği ne derece önemli bir ekonomik paya sahip olduğunu daha net göstermektedir.

1.5. Sektörlere Göre Ürün Teknoloji Yoğunluğu Seviyeleri

Daha iyi, ucuz ve kaliteli ithal ara girdilere erişimin firmalar açısından üretimdeki verimlilik ve ihracat yönünden katkıları, ara malı ithalatının firma etkileri çerçevesinde ifade edilmişti. Bu noktada, söz konusu ithal ürünlerin türlerini ve kalite seviyelerini belirleyen teknoloji sınıflandırmasının ne olduğu ve ürün teknolojik yapılarının hangi şekilde kabul edildiği sorusu ön plana çıkmaktadır.

Genel olarak, imalat sanayii üç alt türde mal üreten sanayilerden oluşmaktadır. Birincisi; tüketim malları üreten sanayilerdir. Bu imalat sanayii dalı genellikle; gıda sanayii, içki sanayii, tütün ve tütün mamulleri sanayii, dokuma ve giyim sanayii ile dayanıksız tüketim malları üreten sanayileri kapsar. İkincisi; ara malı üreten sanayilerdir. Ara malları üreten sanayi dalları olarak; orman, kâğıt, basım, deri ve deri mamulleri, lastik, plastik, kimya, petrokimya, petrol, gübre, çimento, pişmiş kil ve çimentodan gereçler, cam, seramik, demir ve çelik ile demir dışı metaller gibi sanayi dalları karşımıza çıkmaktadır. Üçüncü imalat sanayii alt dalı; yatırım malları üreten sanayilerdir. Bu imalat sanayi dalı; madeni eşya, elektriksiz makinalar imalat, tarım alet ve makinaları imalat, optik donatımı imalat, elektrikli makinalar

imalat, kara ve demiryolu taşıtları imalat, elektronik, gemi ve uçak sanayii dallarını kapsamaktadır (Yavan, 2015).

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD)'nün ve Avrupa İstatistik Ofisi (EUROSTAT)'nin verilerine göre sektörler ve bu sektörlerin üretmiş olduğu ürün tipleri için kabul edilen teknoloji yoğunluğu sınıflamaları tablo 1.7.'de verilmiştir. Tabloda, dört adet teknoloji yoğunluğu seviyesi ve bu teknoloji seviyelerine mensup sektör sınıflamaları yer almaktadır.

Ekonomik açıdan katma değeri en fazla olarak kabul edilen sektörler ve bu sektörlerce üretilen ürünler “yüksek teknoloji” sınıfına dâhil olarak konumlandırılmıştır. Bunlar; temel eczacılık ürünleri imalatı, bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı, hava taşıtları ve uzay araçları ile bunlarla ilgili makinelerin imalatı ve yazılım ürünleri sektörleridir. Bir alt seviye teknoloji yoğunluğu sınıfı “orta-yüksek teknoloji” sınıfı olarak ifade edilmektedir. Bu sınıfa dahil sektörler; elektrikli teçhizat imalatı, kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, makine ve ekipman imalatı, motorlu kara taşıtı ve ulaşım araçlarının imalatı sektörleri gibi sektörlerdir. Diğer bir alt seviye teknoloji yoğunluğu sınıfı olan “orta-düşük teknoloji” sınıfına dâhil; ana metal sanayii, kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı, fabrikasyon metal ürünleri imalatı, gemilerin ve yüzen yapıların inşası, kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı gibi sektörler mevcuttur.

Ekonomik açıdan katma değeri en düşük olarak kabul edilen sektörler ve bu sektörlerce üretilen ürünler ise “düşük teknoloji” sınıfı olarak değerlendirilmiştir. Bunlara örnek olarak; gıda ürünlerinin imalatı, tekstil ürünlerinin imalatı, deri ve ilgili ürünlerin imalatı, kâğıt ve kâğıt ürünlerinin imalatı, mobilya imalatı, bitki ve hayvan yetiştiriciliği, elektrik imalatı, kömür, ham petrol, doğalgaz ve her türlü maden çıkarma faaliyeti sektörleri gibi sektörlerin varlığı söz konusudur.

Sektörlere göre yapılan bu teknoloji yoğunluğu sınıflandırması, ilgili sektörlerin ürettiği ürünler için de geçerlidir. Söz konusu tüm bu sektörler, Avrupa Birliği'nde bütün ticari işlemlerde kullanılması zorunlu olan ekonomik faaliyet kodları olan Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin Sınıflandırılması (NACE) kodlarına göre teknolojik olarak sınıflandırılmıştır. Sektörler tarafından üretilen ürünler için ise genel olarak, ilk iki hanesi ana imalat sektörünü belirten NACE koduyla başlayan, dört haneli ve sektördeki alt başlıklı ürünleri belirten NACE2 kodlamasına göre teknoloji yoğunluğu sınıflandırması yapılmaktadır.

Tablo 1.7. Sektörler ve İlgili Ürünler için Teknoloji Yoğunluğu Seviyeleri

Faaliyet/Bölüm Kodu	Faaliyet/Bölüm Adı
Yüksek Teknoloji	
21	Temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı
26	Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı
30.30	Hava taşıtları ve uzay araçları ile bunlarla ilgili makinelerin imalatı
62	Yazılım ürünleri
Orta-Yüksek Teknoloji	
20	Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı
25.40	Silah ve mühimmat (cephane) imalatı
27	Elektrikli teçhizat imalatı
28	Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı
29	Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı
30	Diğer ulaşım araçlarının imalatı (30.11;30.12;30.30 hariç)
32.50	Tıbbi ve dişçilik ile ilgili araç ve gereçlerin imalatı
Orta-Düşük Teknoloji	
18.20	Kayıtlı medyanın çoğaltılması
19	Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı
22	Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı
23	Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı
24	Ana metal sanayii
25	Fabrikasyon metal ürünleri imalatı(makine ve teçhizat hariç) - (25.40 hariç)
30.11ve 30.12	Gemilerin ve yüzen yapıların inşası
33	Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı
Düşük Teknoloji	
10	Gıda ürünlerinin imalatı
11	İçeceklerin imalatı
12	Tütün ürünleri imalatı
13	Tekstil ürünlerinin imalatı
14	Giyim eşyalarının imalatı
15	Deri ve ilgili ürünlerin imalatı
16	Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı
17	Kâğıt ve kâğıt ürünlerinin imalatı
18	Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması (18.20 hariç)
31	Mobilya imalatı
32	Diğer imalatlar (32.50 hariç)
35	Elektrik

01	Bitki ve Hayvan Yetiştiriciliği
03	Deniz ürünleri
05-06-07-08	Kömür, Ham petrol, Doğalgaz ve her türlü maden çıkarma faaliyeti

Kaynak: OECD ve Eurostat

1.6. Ürün Teknoloji Yoğunluğuna Göre Türkiye'nin Uluslararası Ticareti

Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) verilerine göre gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan ve dünyanın en büyük ekonomilerine sahip 19 ülke ile Avrupa Birliği Komisyonu'ndan oluşan G20 üyesi olan Türkiye açısından uluslararası ticaret hacminin ihracat yönünde artırılmasının yanı sıra, gerçekleşen uluslararası ticaretin niteliği de önem arz etmektedir. Dış ticaret açığının giderilmesine ve ekonomik büyümeye sağlayacağı katkı bakımından, katma değeri fazla olan yüksek teknoloji ürünlerin ekonomideki çeşitliliğinin artırılması, sahip olunan üretim kapasitesinin ve teknoloji seviyesinin özellikle yerel kaynaklar ile sürekli olarak yükseltilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu noktada, Dünya'daki uluslararası ticaret konjonktüründe, ülkelerin gerçekleştirdiği ihracat içerisinde, yüksek teknoloji ürünlerin değerinin artırılması ülke ekonomilerindeki ihracat hedeflerinin en mühimini teşkil etmektedir.

Tablo 1.8. Ürün Teknoloji Yoğunluğuna Göre Türkiye'nin İhracatı (milyon dolar)

Ürün Teknoloji Yoğunluğu	2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022	
	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)
Yüksek Teknolojili ürünler	4.681	3,5	5.712	3,9	5.521	3,5	5.885	3,6	5.478	3,4	6.450	3,0	7.420	3,1
Orta Yüksek Teknolojili ürünler	44.219	33,1	50.881	34,6	57.363	36,4	58.211	36,0	57.360	35,9	71.029	33,4	81.280	33,8
Orta Düşük Teknolojili ürünler	37.864	28,3	41.608	28,3	43.459	27,6	44.461	27,5	43.444	27,2	66.124	31,1	73.980	30,8
Düşük Teknolojili ürünler	46.832	45,1	48.996	33,3	51.363	32,6	53.050	32,8	53.671	33,6	69.277	32,5	77.693	32,3
Toplam İmalat Sanayi	133.596	100	147.199	100	157.705	100	161.607	100	159.953	100	212.880	100	240.373	100

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Bu doğrultuda, ürün teknoloji yoğunluğuna göre tablo 1.8.'deki Türkiye'nin ihracat verileri incelendiğinde; yıllar içerisinde en yüksek ihracat oranına sahip ürünlerin “orta yüksek

teknolojili ürünler” olduğu görülmektedir. Bu ürünlerin ihracattaki payı, ortalama %35 seviyesinde gerçekleşmiştir. Diğer yandan, katma değeri en az olan “düşük teknoloji ürünler”in ihracatının yıllar bazında ortalama olarak %33 seviyesinde olduğu ve ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. Katma değeri en yüksek olan ve ihracat payının artırılması ana ihracat stratejilerinden biri olan “yüksek teknoloji ürünler”in ihracatı ise, yıllar bazında ortalama %3 ile %4 aralığındaki pay ile gerçekleşmiştir.

Tablo 1.9. Ürün Teknoloji Yoğunluğuna Göre Türkiye’nin İthalatı (milyon dolar)

Ürün Teknoloji Yoğunluğu	2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022	
	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)	Değer	(%)
Yüksek Teknolojili ürünler	28.360	17,0	28.823	15,1	23.668	13,4	23.652	15,3	23.429	13,0	25.606	12,4	25.474	9,8
Orta Yüksek Teknolojili ürünler	75.029	44,9	78.431	41,1	73.854	42,0	62.550	40,6	74.960	41,7	95.140	46,2	108.475	41,5
Orta Düşük Teknolojili ürünler	42.841	25,6	62.143	32,6	58.436	33,2	49.560	32,1	61.945	34,5	62.577	30,4	95.215	36,5
Düşük Teknolojili ürünler	21.014	12,6	21.346	11,2	20.020	11,4	18.492	12,0	19.474	10,8	22.660	11,0	31.950	12,2
Toplam İmalat Sanayi	167.243	100	190.742	100	175.979	100	154.254	100	179.809	100	205.983	100	261.115	100

Kaynak: TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri

Türkiye’nin ürün teknoloji yoğunluğuna göre tablo 1.9.’daki ithalat verileri değerlendirildiğinde ise; “orta yüksek teknoloji ürünler”in ortalama %40 ile %45 oranları arasında ithal edildiği görülmektedir ve bu, ithalat hacminde ilk sırayı teşkil etmektedir. “Orta düşük teknoloji ürünler”in ihracatı ikinci sırada yer almaktadır ve yıllar içerisinde %25 ile %35 oranları arasında gerçekleşmiştir. Teknoloji ve bilgi transferi anlamında katkısı yüksek olabilen, “yüksek teknoloji ürünler”in ithalatı ise, ilgili yıllar bazında en az %10 ve en fazla %17 oranlarında gerçekleşmiştir. Söz konusu verilerden hareketle, Türkiye’nin ürün teknoloji yoğunluğuna göre gerçekleştirmiş olduğu uluslararası ticaretin nitelikleri bu şekildedir.

1.7. Ara Malı İthalatı ve İhracat Performansı / Firma Verimliliği İlişkisi Üzerine Literatür

Bu bölümdeki literatür incelemesinde, çalışmamızın ana unsuru olan ara malı ithalatı konusunda, ithal girdilerin ihracat performansı ve firma verimliliği ile arasındaki ilişki-

nedensel durumları inceleyen uluslararası çalışmalar araştırılmış ve yoğun olarak firma bazındaki mikro ölçekli çalışmalara odaklanılmıştır.

Schor (2004) çalışmasında, firma verimliliğinin değişimi üzerine ticaretin serbestleştirilmesinin yansımalarını araştırmış, 1970-2003 yılları arasını kapsayan dengesiz özelliği bulunan panel verisi ile Brezilya'daki 317 adet imalat firmasını araştırmıştır. Elde edilen sonuçlarda, artan rekabet eşliğinde daha iyi yabancı teknolojiyi içeren girdilere güncel erişimin, ticaretin serbestleşmesinden sonra verimlilik artışlarına da etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Ticaretin serbestleştirilmesine verilen tepkilerin büyük ölçüde heterojenlik içerdiği görülmektedir. Tarife indirimlerinin etkisi, büyük ölçüde firmanın gözlemlenen ve gözlenmeyen özellikleriyle ilişkilidir.

Broda ve Weinstein (2006), ithal talep/arz karşılaştırılmasıyla ithalattan kaynaklanan ürün çeşitliliğindeki büyümenin, iç ticarete önemli bir kazanç kaynağı oluşturmalarının araştırılmasını amaçlamış, ABD üzerine ülke bazlı 1972-2001 yılları için panel verisi ile inceleme gerçekleştirmiştir. Sonuçlara göre, 1972-2001 arası ABD GSYİH'sında ithalatın payı iki kattan fazla artmıştır. Artışın kaynağı; ticaret maliyetlerindeki azalmalar, sermaye kontrollerindeki gevşemeler (örneğin, doğrudan yabancı yatırımın önündeki engeller) ve birçok Doğu Asya ve Amerika Birleşik Devletleri dışındaki diğer ekonomilerin göreceli büyümesi olarak gösterilmektedir. Bulgulara göre, 1972-2001 yılları arasında genişletilmiş ithal çeşitlerin ABD'li tüketiciler için değerinin GSYİH'nın yüzde 2,6'sı olduğu tespit edilmiştir.

Amiti ve Konings (2007) çalışmasında, ara mallar ve nhai girdiler üzerinde uygulanmakta olan tarifelerin düşmesiyle verimlilikte meydana gelen artışların tahmin edilmesini hedeflemiş, 1991-2001 yılları arası panel verisi ile Endonezya'da faaliyette bulunan 29 sektörden imalat firmasını araştırmıştır. Ulaşılan sonuçlar, girdilerini ithal eden firmalar açısından verimlilikte yüzde 12'lik bir artış sağlamanın girdi tarifelerindeki yüzde 10'luk bir düşüş ile sağlanabileceği, bu durumun ise üretim fiyatlarının azaltılmasından meydana gelen kazançlara kıyasla en az iki katı kadar yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Kasahara ve Rodrigue (2008), ithal edilen ara malları ile firma performansının ne düzeyde değişim gösterdiğini araştırmış, 1979-1996 yılları kapsamında Şili'de faaliyette bulunan ve 10'dan fazla personel çalıştıran firmaları incelemiştir. Elde edilen sonuçlarda, yabancı ara mamul ithalatçısı olmanın üretkenliği artırdığına dair farklı tahmin edici modellerde ispatlar bulunmuştur.

Kugler ve Verhoogen (2009), ithalatçı tesisler ve girdi fiyatları hakkında yeni bir dizi kanıt bulmayı amaçlamış, 1982-1988 yılları arası dengesiz panel verisi ile Kolombiya'daki 10'dan fazla çalışanı olan 4.700 adet imalat firmasını incelemiştir. Araştırma bulguları, daha verimli fabrikaların ithalat pazarına girdiğini ve daha verimli fabrikaların daha kaliteli girdiler satın aldığını göstermektedir.

Manova ve Zhang (2009) çalışmasında, ticarete firma heterojenliği, diğer bir ifadeyle ithalat ve ihracata açıklık hakkında yeni ve karakterize edilmiş gerçekleri doğrulamayı amaçlamış, Çin'deki 114.483 adet imalat firmasını 2003-2005 yılları için panel veri ile incelemiştir. Bulgulara göre, ihracat ve ithalatın büyük kısmı, çok sayıda ülkeyle işlem yapan birkaç çok ürünlü firma tarafından yakalanmaktadır. Ayrıca, ortalama ithalatçı, ortalama ihracatçı ihracatından daha fazla ürün ithal etmekte, ancak ihracatçılar, ithalatçılardan daha fazla ülkeyle ticaret yapmaktadır. Buna ilave olarak, özel yerli firmalarla karşılaştırıldığında, yabancı iştirakler ve ortak girişimler daha fazla ticaret yapmakta ve daha fazla kaynak ülkeden daha fazla ürün ithal etmekte, ancak daha az hedefe daha az ürün ihraç etmektedir.

Goldberg ve diğ., (2010), ara girdilerin ithalatı, ticaret maliyetlerindeki düşüşler ve yerli firma ürün kapsamı arasındaki ilişkiyi araştırmış, Hindistan'daki 2.927 adet imalat firmasını 1989-1997 yılları için panel veri ile incelemiştir. Çalışma sonuçlarında, yeni ithal girdilere erişim yoluyla ticaretten önemli kazançlar elde edileceği ifade edilmektedir. Ayrıca, daha düşük tarifeli girdilerin, yerli firmalar tarafından piyasaya sürülen yeni ürünlerin ortalama %31'ini oluşturduğu görülmektedir. Bu etkinin, büyük ölçüde, ticaretin serbestleştirilmesinden önce kullanılamayan yeni girdi çeşitlerine artan firma erişiminden kaynaklandığı ifade edilmiştir.

Topalova ve Khandelwal (2011) çalışmasında, tarifelerdeki değişiklikler, girdiye erişim yolu-maliyeti ile firma verimliliği arasındaki nedensellik bağlantısını araştırmış, Hindistan'daki 4.100 adet imalat firmasını 1989-2001 yılları için panel veri ile incelemiştir. Çalışma sonucunda; nihai mallar üzerindeki daha düşük tarifelerin yanı sıra daha düşük girdi tarifeleri nedeniyle daha iyi girdilere erişimden kaynaklanan rekabet yanlısı durumların, firma düzeyinde üretkenliği artırdığı ve burada girdi tarifelerinin daha büyük bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Etki, ithalatla rekabet eden endüstrilerde ve aşırı iç düzenlemeye tabi olmayan endüstrilerde en güçlü olarak görünmektedir.

Bas (2012), ithal ara malların mevcudiyeti ile firmaların ihracat pazarına girme kararı arasındaki ilişkiyi araştırmış, Arjantin'deki 1.640 adet imalat firmasını 1992-1996 yılları için panel veri ile incelemiştir. Sonuçlar, ihracat pazarına girme olasılığının, daha fazla girdi

tarifesi indirimi yaşıyan endüstrilerde üretim yapan firmalar için daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Aristei ve diğ., (2013) çalışmasında, firma heterojenliği ve ticaret firmalarının hem ithalat hem de ihracat faaliyetlerinde bulunma eğilimini araştırmış, 27 Doğu Avrupa ve Orta Asya ülkesi bazında, 2002-2008 yılları için panel veri ile incelemiştir. Bulgular, firmaların ihracat faaliyetlerinin ithalat olasılığını artırmadığını, ithalat faaliyetlerinin ise dış satışlar üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu göstermektedir. İthalatın yarattığı bu etki esas olarak, firma verimliliğindeki ve ürün inovasyonundaki artışla yönlendirilmektedir.

Bas ve Strauss-Kahn (2014), ithal girdilerdeki artışın ihracatı artırıp artırmadığını araştırmış, Fransa'daki 21.000 adet imalat firmasını 1996-2005 yılları için dengesiz panel veri ile incelemiştir. Çalışma sonucuna göre, daha fazla ara girdi çeşidinin ithal edilmesi ihracat kapsamını artırmaktadır. Dolaylı etki ile ilgili olarak, ithal edilen girdiler, hem girdilerin daha fazla tamamlayıcılığı sağlamakta hem de teknoloji/kalite transferi yoluyla verimliliği ve dolayısıyla ihracatı artırmaktadır.

Foster-McGregor ve Isaksson (2015), uluslararası ticaret yapan ve yapmayan firmalar arasındaki verimlilik farklılıklarının incelenmesini amaçlamış, 19 Sahra Altı Afrika ülkesinde 2.277 adet hizmet sektörü firmasını incelemiştir. Sonuçlar, uluslararası ticaret yapan hizmet firmalarının, yalnızca iç pazarda ticaret yapan firmalardan önemli ölçüde daha iyi performans sergilediğini göstermektedir. İki yönlü ticaret yapanlar, yalnızca ithalatçılardan ve yalnızca ihracatçılardan daha iyi performans gösterme eğilimindeyken, yalnızca ithalatçılar ve yalnızca ihracatçılar arasında performansta çok az fark bulunmaktadır.

Dolores Parra ve Martinez-Zarzoso (2015) çalışmasında, firmaların ihracat ve ithalat faaliyetleri arasındaki bağlantıların araştırılmasını amaçlamış, Mısır'daki 3.129 adet imalat firmasını 2004, 2005 ve 2007 yılları için panel veri ile incelemiştir. Sonuçlar, her iki faaliyetin de yüksek derecede süre-durum etkisi sunduğunu göstermektedir. Bu, bir değişkenin denge düzeyinin, o değişkenin geçmişine bağlı olduğunu ifade eder. Bu durum, ithalat için ihracattan daha yüksektir ve her iki faaliyette de batık maliyetlerin varlığına işaret etmektedir.

Halpern ve diğ., (2015), verimlilik üzerinde ithal girdilerin etkisini incelemiş, 1993-2002 yılları arası panel veri ile Macaristan'daki 127.472 adet imalat firmasını araştırmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, bir firmanın gelir verimliliğini girdi çeşitlerinin tümünün ithal edilmesi %22 oranında artırmaktadır. Yabancı ve yerli girdiler arasındaki kusurlu ikameden bunun

yaklaşık yarısının kaynaklandığı görülmektedir. Yabancı firmalar daha düşük sabit ithalat maliyetleri ödemekte ve ithalatı daha etkin kullanmaktadır. 1993-2002 yılları arasında ithal girdiler, Macaristan'da meydana gelen verimlilik artışının dörtte birini sağlamaktadır. Oluşturulan simülasyonlar, tarife indiriminden elde edilen verimlilik kazancının ekonominin birçok ithalatçısı ve birçok yabancı firması olduğunda daha büyük olduğunu göstermektedir.

Feng ve diğ., (2016), ithal ara girdiler ve ihracat arasındaki bağlantıyı incelemiş, 2002-2006 yılları arası panel veri ile Çin'de faaliyette bulunan 10.000 üzeri imalat firmasını araştırmıştır. Sonuçlara göre, ara girdi ithalatını genişleten firmaların, ihracatlarının hacmini ve kapsamını genişlettiği görülmektedir. Ayrıca, ithal girdilerin faydasının, ilk ticaret durumu, ithalat kaynak ülkesi, ihracat hedefi, firma mülkiyeti ve endüstri Ar-Ge yoğunluğu dâhil olmak üzere bir dizi boyutta farklılık gösterdiği görülmektedir. Ara ürün ithalatının artması, tüm firmaların ihracatını artırıyor olsa da, etkilerin özel firmalar veya ticaret yapmayan firmalar tarafında en büyük olduğu görülmektedir.

Edwards ve diğ., (2018) çalışmasında, ithal edilen ara girdilere doğrudan erişim ile imalat sanayindeki firma ihracatı arasındaki tamamlayıcı ilişkiyi araştırmış, Güney Afrika'daki 20.000 üzeri imalat firmasını 2009-2014 yılları için panel veri ile incelemiştir. Sonuçlar, ithalat ve ihracat yapan firmaların, ticaret yapmayan veya sadece ihracat veya ithalat yapan firmalara kıyasla, üretimde verimlilik, istihdam, ücretler ve sermaye yoğunluğu açısından sürekli olarak artış sergilediğini gösteren firma heterojenliğini belirtmektedir. Ayrıca, girdiler özellikle gelişmiş ekonomilerden elde ediliyorsa, ithalatın ihracatı artırdığı hipotezi desteklenmektedir.

Zaclicever ve Pellandra (2018), ara girdi çeşitlerine artan erişimin etkisini teknoloji transferinden ayırarak, ithalat kaynaklı verimlilik etkilerini analiz etmeyi hedeflemiş, 1999-2008 yılları arası panel veri ile Uruguay'da faaliyette bulunan 855 adet imalat firmasını araştırmıştır. Elde edilen bulgular, girdilerin coğrafi kökenine göre farklı kanallardan faaliyette bulunacak olan firmaların verimliliğinde, yabancı girdilerin pozitif bir etki oluşturduğunu ortaya koymaktadır.

Elliott ve diğ., (2019) çalışmasında, firmaların ihracat ve ithalat faaliyetleri arasındaki bağlantıları incelemiş, 2002-2006 yılları arası panel veri ile Çin'de faaliyette bulunan 213.330 adet imalat firmasını araştırmıştır. Sonuçlar, ihracat ve ithalat kararlarının aynı anda belirlendiğini ve batık giriş maliyetlerinin bir firmanın uluslararası pazarlara girme kararında önemli bir rol oynadığını göstermektedir. İhracat için maliyetler daha yüksektir. Ayrıca iki

karar arasında bir ikame etkisi bulunmaktadır. İhracat ve ithalat arasındaki ikame edilebilirlik, finansal olarak kısıtlanmış özel firmalar için daha fazladır.

Castellani ve Fassio (2019), firmaların yeni ürünler ihraç etme eğiliminin belirleyicilerini ve yeni ithal girdilerin rolünü araştırmış, İsveç’deki 11.000 civarı imalat firmasını 2001-2012 yılları için panel veri ile incelemiştir. Çalışma sonuçlarında, yeni girdilerin ithal edilmesinin, firmaların çok uluslu olma, patent faaliyeti, verimlilik ve bir dizi diğer firma özelliklerinin kontrol edildikten sonra bile, ihracat portföylerine yeni ürünler ekleme eğilimlerinin önemli bir belirleyicisi olduğu görülmektedir. Bu durum, esas olarak yeni ara girdilerin ithalatından kaynaklanmaktadır ve daha küçük firmalar için daha güçlü etkiye sahiptir.

Ramanarayanan (2020) çalışmasında, ithal girdi kullanımındaki heterojenliğin, ticaretten elde edilen toplam refah kazanımlarını nasıl etkilediğini karakterize etmeyi amaçlamış, Şili’deki firmalar düzeyinde 1987-1996 yılları için panel veri ile inceleme gerçekleştirmiştir. Sonuçlar, ithalatın yerli girdiler için mükemmel ikameler olduğu, ancak daha düşük bir maliyetle mevcut olduğu, böylece daha büyük bir payın ithal edilmesinin ortalama üretim maliyetini düşürdüğü yönündedir. Daha geniş anlamda, ithal edilen girdiler, karşılaştırılabilir yerli girdilerden daha yüksek kalitede oldukları veya yerli malların kusursuz ikameleri oldukları için üretim maliyetlerini de düşürebilir.

Edwards ve diğ., (2020), ithal edilen ara girdilere doğrudan erişim ile firma verimliliği arasındaki tamamlayıcı ilişkiyi analiz etmeyi amaçlamış, Güney Afrika’daki 20.000 üzeri imalat firmasını 2009-2012 yılları için panel veri ile incelemiştir. Sonuçlar, ithalatın Güney Afrikalı imalat firmaları arasında daha yüksek verimlilik ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca, daha çeşitli ara girdilerin ithal edilmesi, ithal edilen girdi çeşitlerinin üretimdeki yerli çeşitleri tamamladığı fikriyle tutarlı olan daha yüksek firma verimliliği ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. İthalat yaparak öğrenme hipotezine destek sağlanmaktadır.

Zhou ve diğ., (2020) çalışmasında, firma verimliliği ile ithalat arasındaki ilişkiyi nedensellik yönünden incelemiş, 2000-2005 yılları arası panel veri ile Çin’de faaliyette bulunan 100.000 civarı imalat firmasını araştırmıştır. Elde edilen sonuçlarda, firmanın heterojenliği ekseninde analiz yapılarak, ithalatçı olanların ithalatçı olmayanlardan tüm büyük ölçek ve verimlilik göstergelerinde daha iyi performans ortaya koyduğu tespit edilmiştir. Toplam faktör verimliliği kapsamında ise, uluslararası ticaret yapmayan firmalara göre ithalatçı firmalar daha iyi performans ortaya koymakta ve yalnız ihracatçılara kıyasla hem ithalat hem ihracat yapanlar, daha iyi performansa sahip konumdadır.

Okafor (2021), verimlilik etkileri ve ihracat pazarı genişlemeleri üzerinde ithal ara malı kullanımının olumlu bir etki oluşturup oluşturmadığını incelemiş, 1991-2002 yılları arası dengesiz panel veri ile Gana’da faaliyette bulunan 259 adet imalat firmasını araştırmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlar, üretim sürecinde ithal edilen girdilerin kullanılmasının, ihracat yapmayan firmalara kıyasla yalnızca Afrika dışına ihracat yapan firmalar açısından verimliliği artırmalarında katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Bunun aksine, üretim sürecinde ithal girdileri kullanmayan ancak yalnızca Afrika dışına ihracat yapan firmaların, hiç ihracat yapmayan firmalara göre verimliliklerinin daha düşük olduğu saptanmıştır.

Yi (2021) çalışmasında, firmaların ihracat ve ithalat faaliyetleri arasındaki bağlantıları araştırmış, Çin’deki 4.500 üzeri imalat firmasını 2003-2006 yılları için panel veri ile incelemiştir. Sonuçlara göre, ithalat yapma ve ihracat yapma, her iki kararın da firmaların gelecekteki verimliliği üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Ticaret serbestisi bu durumu artırmaktadır. Analizler, bu iki faaliyeti teşvik etmeyi amaçlayan sübvansiyonların, o faaliyete katılım oranını artırdığını göstermektedir.

Mazzi ve Foster-McGregor (2021), iç teknolojik yeteneklerin, ithal girdiler ile firmaların ihracat performansı arasındaki ilişkiyi nasıl etkilediğini araştırmış, Brezilya’daki 25.000 üzeri imalat firmasını 2001-2007 yılları için panel veri ile incelemiştir. Sonuçlar, teknolojik yeteneklerin ve ithal girdilerin kalitesinin sadece firmalara doğrudan fayda sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda ihracat rekabet gücünü artırmada birbirlerini tamamladığını göstermektedir.

Lafrogne-Joussier ve diğ., (2022) çalışmasında, küresel değer zincirlerindeki firmalar ithal girdi kıtlığı yaşadığında ne şekilde tepkiler vermektedir, bunu araştırmıştır. Fransa’daki 30.000 civarı imalat firmasını 2019-2020 yılları için panel veri ile incelemiştir. Sonuçlara göre, pandemi sürecinde meydana gelen ithal girdilere erişimdeki kıtlığın, firmaların üretimini ve ihracat performanslarını, ilk kapanma ve pandemi sürecinde, görece olarak yurt içi satışlarda %5,5 ve ihracatta %5 düşüş, olarak etkilediği saptanmıştır.

Pane ve Patunru (2022), verimlilik ve ihracat üzerine girdi ithalatının etkisini incelemiş, 2008-2012 yılları arası panel veri ile Endonezya’da faaliyette bulunan 12.916 adet imalat firmasını araştırmıştır. Elde edilen sonuçlarda, verimlilik ve ihracat artışına doğru ithal girdilerden nedensellik tespit edilmiştir. İthalat hacmindeki artıştan ziyade, girdi çeşitlerine daha yüksek erişim imkânı bulunması daha büyük bir etki oluşturmaktadır. Saptanan bu durum, ithalattan

sağlanabilecek temel faydaların, daha geniş girdi alternatiflerine erişim nedeniyle meydana gelebileceği olgusunu desteklemektedir.

Massini ve diğ., (2023) çalışmasında, ithalat, ihracat ve Ar-Ge arasındaki tamamlayıcılıkların varlığı ve bunların verimlilik üzerindeki etkilerini araştırmış, Ukrayna'daki 33.237 adet imalat firmasını 2000-2006 yılları için panel veri ile incelemiştir. Bulgulara göre, Çok Uluslu İşletmeler, uluslararası dış kaynaklardan (ithalat ve ihracat) gelen bilginin, iç bilgi (kendi Ar-Ge yatırımı) ile asimilasyonu ve entegrasyonundan kaynaklanan tamamlayıcılıklardan yararlanmaktadır. Etki devlete ait işletmelerden (KİT'ler) ziyade özel sermayeli işletmeler için daha belirgin durumdadır.

Gerçekleştirilen literatür incelemesinin sonunda, çalışmaların perspektifini ve analiz yöntemlerini içeren, özetini sunan tablo 1.10. hazırlanmıştır. Ara malı ithalatı ve ithal girdiler üzerine yapılan 28 adet uluslararası çalışma tabloda yer almaktadır.

Tablo 1.10. Ara Mali İthalatı ve İhracat Performansı / Firma Verimliliği İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Schor, (2004)	Firma Verimliliğinin Değişimi Üzerine Ticaretin Serbestleştirilmesinin Yansımalarını Araştırmak	Brezilya 317 adet imalat firması 1970-2003 dengesiz panel	Nicel Analiz (Olley ve Pakes (1986), Levinsohn ve Petrin (1996) yöntemleri)	Artan rekabet eşliğinde daha iyi yabancı teknolojiyi içeren girdilere güncel erişimin, ticaretin serbestleşmesinden sonra verimlilik artışlarına da etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Ticaretin serbestleştirilmesine verilen tepkilerin büyük ölçüde heterojenlik içerdiği görülmektedir. Tarife indirimlerinin etkisi, büyük ölçüde firmanın gözlemlenen ve gözlenmeyen özellikleriyle ilişkilidir.
Broda ve Weinstein, (2006)	İthal Talep/Arz Karşılaştırılmasıyla İthalattan Kaynaklanan Ürün Çeşitliliğindeki Büyümenin, İç Ticarete Önemli Bir Kazanç Kaynağı Oluşturmasının Araştırılması	ABD ülke bazlı veri 1972-2001 panel	Nicel Analiz (Feenstra(1994) tek bir ürünün tam fiyat endeksi türetmesi yöntemi)	1972-2001 arası ABD GSYİH'sında ithalatın payı iki kattan fazla artmıştır. Artışın kaynağı; ticaret maliyetlerindeki azalmalar, sermaye kontrollerindeki gevşemeler (örneğin, doğrudan yabancı yatırımın önündeki engeller) ve birçok Doğu Asya ve Amerika Birleşik Devletleri dışındaki diğer ekonomilerin görece büyümesi olarak gösterilmektedir. Bulgulara göre, 1972-2001 yılları arasında genişletilmiş ithal çeşitlerin ABD'li tüketiciler için değerinin GSYİH'nın yüzde 2,6'sı olduğu tespit edilmiştir.
Amiti ve Konings, (2007)	Ara Mallar ve Nhavi Girdiler Üzerinde Uygulanmakta Olan Tarifelerin Düşmesiyle Verimlilikte Meydana Gelen Artışların Tahmini	Endonezya 29 sektörden imalat firmaları 1991-2001 panel	Nicel Analiz (Olley ve Pakes (1996) yöntemi)	Girdilerini ithal eden firmalar açısından verimlilikte yüzde 12'lik bir artış sağlamanın girdi tarifelerindeki yüzde 10'luk bir düşüş ile sağlanabileceği, bu durumun ise üretim fiyatlarının azaltılmasından meydana gelen kazançlara kıyasla en az iki katı kadar yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.
Kasahara ve Rodrigue, (2008)	İthal Edilen Ara Malları ile Firma Performansının Ne Düzeyde Değişim Gösterdiğini İncelemek	Şili 1979–1996 yılları arasında 10'dan fazla çalışanı olan tüm firmalar	Nicel Analiz (En Küçük Kareler yöntemi, Olley ve Pakes (1996), Levinsohn ve Petrin (2003) yöntemleri)	Yabancı ara mamul ithalatçısı olmanın üretkenliği artırdığına dair farklı tahmin edici modellerde ispatlar bulunmuştur.
Kugler ve Verhoogen, (2009)	İthalatçı Tesisler ve Girdi Fiyatları Hakkında Yeni Bir Dizi Kanıt Bulmak	Kolombiya 10'dan fazla çalışanı olan 4.700 adet imalat firması 1982-1988 dengesiz panel	Nicel Analiz (En Küçük Kareler yöntemi, Bernard ve Jensen (1999) yöntemi)	Daha verimli fabrikaların ithalat pazarına girdiğini ve daha verimli fabrikaların daha kaliteli girdiler satın aldığını göstermektedir.

Tablo 1.10. (Devam) Ara Malı İthalatı ve İhracat Performansı / Firma Verimliliği İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Manova ve Zhang, (2009)	Ticarette Firma Heterojenliği Hakkında Yeni ve Karakterize Edilmiş Gerçekleri Doğrulamak	Çin 114.483 adet imalat firması 2003-2005 panel	Nicel Analiz	İhracat ve ithalatın büyük kısmı, çok sayıda ülkeyle işlem yapan birkaç çok ürünli firma tarafından yakalanmaktadır. Ayrıca, ortalama ithalatçı, ortalama ihracatçı ihracatından daha fazla ürün ithal etmekte, ancak ihracatçılar, ithalatçılardan daha fazla ülkeyle ticaret yapmaktadır. Buna ilave olarak, özel yerli firmalarla karşılaştırıldığında, yabancı iştirakler ve ortak girişimler daha fazla ticaret yapmakta ve daha fazla kaynaktan daha fazla ürün ithal etmekte, ancak daha az hedefe daha az ürün ihraç etmektedir.
Goldberg, Khandelwal, Pavcnik ve Topalova, (2010)	Ara Girdilerin İthalatı, Ticaret Maliyetlerindeki Düşüşler ve Yerli Firma Ürün Kapsamı Arasındaki İlişkiyi Araştırmak	Hindistan 2.927 adet imalat firması 1989-1997 panel	Nicel Analiz (Olley ve Pakes (1996) yöntemi)	Yeni ithal girdilere erişim yoluyla ticaretten önemli kazançlar elde edileceği ifade edilmektedir. Ayrıca, daha düşük tarifeli girdilerin, yerli firmalar tarafından piyasaya sürülen yeni ürünlerin ortalama %31'ini oluşturduğu görülmektedir. Bu etkinin, büyük ölçüde, ticaretin serbestleştirilmesinden önce kullanılmayan yeni girdi çeşitlerine artan firma erişiminden kaynaklandığı ifade edilmiştir.
Topalova ve Khandelwal, (2011)	Tarifelerdeki Değişiklikler, Girdiye Erişim Yolu-Maliyeti İle Firma Verimliliği Arasındaki Nedensellik Bağlantısını Araştırmak	Hindistan 4.100 adet imalat firması 1989-2001 panel	Nicel Analiz (GMM Analizi, Levinsohn ve Petrin (2003) yöntemi)	Nihai mallar üzerindeki daha düşük tarifelerin yanı sıra daha düşük girdi tarifeleri nedeniyle daha iyi girdilere erişimden kaynaklanan rekabet yanlısı durumların, firma düzeyinde üretkenliği artırdığı ve burada girdi tarifelerinin daha büyük bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Etki, ithalatla rekabet eden endüstrilerde ve aşırı iç düzenlemeye tabi olmayan endüstrilerde en güçlü olarak görünmektedir.
Bas, (2012)	İthal Ara Malların Mevcudiyeti ile Firmaların İhracat Pazarına Girme Kararı Arasındaki İlişkiyi Araştırmak	Arjantin 1640 adet imalat firması 1992-1996 panel	Nicel Analiz (Anket)	Sonuçlar, ihracat pazarına girme olasılığının, daha fazla girdi tarifesi indirimi yaşayan endüstrilerde üretim yapan firmalar için daha yüksek olduğunu göstermektedir.
Aristei, Castellani ve Franco, (2013)	Firma Heterojenliği ve Ticaret Firmalarının Hem İthalat Hem De İhracat Faaliyetlerinde Bulunma Eğiliminin Araştırılması	27 Doğu Avrupa ve Orta Asya ülkesi 2002-2008 panel	Nicel Analiz (Anket)	Bulgular, firmaların ihracat faaliyetlerinin ithalat olasılığını artırmadığını, ithalat faaliyetlerinin ise dış satışlar üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu göstermektedir. İthalatın yarattığı bu etki esas olarak, firma verimliliğindeki ve ürün inovasyonundaki artışla yönlendirilmektedir.

Tablo 1.10. (Devam) Ara Malı İthalatı ve İhracat Performansı / Firma Verimliliği İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Bas ve Strauss-Kahn, (2014)	İthal girdilerdeki artışın ihracatı artırıp artırmadığının araştırılması	Fransa 21.000 adet imalat firması 1996-2005 dengesiz panel	Nicel Analiz (En Küçük Kareler yöntemi, Olley ve Pakes (1996), Levinsohn ve Petrin (2003) yöntemleri)	Daha fazla ara girdi çeşidinin ithal edilmesi ihracat kapsamını artırmaktadır. Dolaylı etki ile ilgili olarak, ithal edilen girdiler, hem girdilerin daha fazla tamamlayıcılığı sağlamakta hem de teknoloji/ kalite transferi yoluyla verimliliği ve dolayısıyla ihracatı artırmaktadır.
Foster-McGregor, Isaksson ve Kaulich, (2015)	Uluslararası Ticaret Yapan ve Yapmayan Firmalar Arasındaki Verimlilik Farklılıklarının İncelenmesi	19 Sahra Altı Afrika ülkesi 2.277 adet Hizmet sektörü firması	Nicel Analiz (En Küçük Kareler yöntemi, parametrik olmayan tek ve çift taraflı Kolmogorov-Smirnov (KS) testleri)	Sonuçlar, uluslararası ticaret yapan hizmet firmalarının, yalnızca iç pazarda ticaret yapan firmalardan önemli ölçüde daha iyi performans sergilediğini göstermektedir. İki yönlü ticaret yapanlar, yalnızca ithalatçılardan ve yalnızca ihracatçılardan daha iyi performans gösterme eğilimindeyken, yalnızca ithalatçılar ve yalnızca ihracatçılar arasında performansta çok az fark bulunmaktadır.
Dolores Parra ve Martinez-Zarzoso, (2015)	Firmaların İhracat ve İthalat Faaliyetleri Arasındaki Bağlantıların Araştırılması	Mısır 3129 adet imalat firması 2004, 2005 ve 2007 panel	Nicel Analiz (Probit-Tobit modelleri)	Sonuçlar, her iki faaliyetin de yüksek derecede süre-durum etkisi sunduğunu göstermektedir. Bu, bir değişkenin denge düzeyinin, o değişkenin geçmişine bağlı olduğunu ifade eder. Bu durum, ithalat için ihracattan daha yüksektir ve her iki faaliyette de batık maliyetlerin varlığına işaret etmektedir.
Halpern, Koren ve Szeidl, (2015)	İthal Girdilerin Verimlilik Üzerindeki Etkisini Araştırmak	Macaristan 127.472 adet imalat firması 1993-2002 panel	Nicel Analiz (Olley ve Pakes (1996) yöntemi)	Bir firmanın gelir verimliliğini girdi çeşitlerinin tümünün ithal edilmesi %22 oranında artırmaktadır. Yabancı ve yerli girdiler arasındaki kusurlu ikameden bunun yaklaşık yarısının kaynaklandığı görülmektedir. Yabancı firmalar daha düşük sabit ithalat maliyetleri ödemekte ve ithalatı daha etkin kullanmaktadır. 1993-2002 yılları arasında ithal girdiler, Macaristan'da meydana gelen verimlilik artışının dörtte birini sağlamaktadır. Oluşturulan simülasyonlar, tarife indiriminden elde edilen verimlilik kazancının ekonominin birçok ithalatçısı ve birçok yabancı firması olduğunda daha büyük olduğunu göstermektedir.
Feng, Li ve Swenson, (2016)	İthal Ara Girdiler ve İhracat Arasındaki Bağlantıyı Araştırmak	Çin 10.000 üzeri imalat firması 2002-2006 panel	Nicel Analiz (Olley ve Pakes (1996) yöntemi)	Ara girdi ithalatını genişleten firmaların, ihracatlarının hacmini ve kapsamını genişlettiği görülmektedir. Ayrıca, ithal girdilerin faydasının, ilk ticaret durumu, ithalat kaynak ülkesi, ihracat hedefi, firma mülkiyeti ve endüstri Ar-Ge yoğunluğu dâhil olmak üzere bir dizi boyutta farklılık gösterdiği görülmektedir. Ara ürün ithalatının artması, tüm firmaların ihracatını artırıyor olsa da, etkilerin özel firmalar veya ticaret yapmayan firmalar tarafından en büyük olduğu görülmektedir.

Tablo 1.10. (Devam) Ara Malı İthalatı ve İhracat Performansı / Firma Verimliliği İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Edwards, Sanfilippo ve Sundaram, (2018)	İthal Edilen Ara Girdilere Doğrudan Erişim ile İmalat Sanayindeki Firma İhracatı Arasındaki Tamamlayıcı İlişkinin Analizi	Güney Afrika 20.000 üzeri imalat firması 2009-2014 panel	Nicel Analiz (En Küçük Kareler yöntemi, Akerberg vd. (2006) ile TFV tahmini)	Sonuçlar, ithalat ve ihracat yapan firmaların, ticaret yapmayan veya sadece ihracat veya ithalat yapan firmalara kıyasla, üretimde verimlilik, istihdam, ücretler ve sermaye yoğunluğu açısından sürekli olarak artış sergilediğini gösteren firma heterojenliğini belirtmektedir. Ayrıca, girdiler özellikle gelişmiş ekonomilerden elde ediliyorsa, ithalatın ihracatı artırdığı hipotezi desteklenmektedir.
Zaclicever ve Pellandra, (2018)	Ara Girdi Çeşitlerine Artan Erişimin Etkisini Teknoloji Transferinden Ayrarak, İthalat Kaynaklı Verimlilik Etkilerini Analiz Etme	Uruguay 855 adet imalat firması 1999-2008 panel	Nicel Analiz (En Küçük Kareler yöntemi, Olley ve Pakes (1996) yöntemi)	Girdilerin coğrafi kökenine göre farklı kanallardan faaliyette bulunacak olan firmaların verimliliğinde, yabancı girdilerin pozitif bir etki oluşturduğunu ortaya koymaktadır.
Elliott, Horsewood ve Zhang, (2019)	Firmaların İhracat ve İthalat Faaliyetleri Arasındaki Bağlantıların Araştırılması	Çin 213.330 adet imalat firması 2002-2006 panel	Nicel Analiz (Olley ve Pakes (1996), De Loecker (2007) yöntemleri)	Sonuçlar, ihracat ve ithalat kararlarının aynı anda belirlendiğini ve batık giriş maliyetlerinin bir firmanın uluslararası pazarlara girme kararında önemli bir rol oynadığını göstermektedir. İhracat için maliyetler daha yüksektir. Ayrıca iki karar arasında bir ikame etkisi bulunmaktadır. İhracat ve ithalat arasındaki ikame edilebilirlik, finansal olarak kısıtlanmış özel firmalar için daha fazladır.
Castellani ve Fassio, (2019)	Firmaların Yeni Ürünler İhraç Etme Eğiliminin Belirleyicilerini ve Yeni İthal Girdilerin Rolünü Araştırmak	İsveç 11.000 civarı imalat firması 2001-2012 panel	Nicel Analiz (Robustness analizi)	Yeni girdilerin ithal edilmesinin, firmaların çok uluslu olma, patent faaliyeti, verimlilik ve bir dizi diğer firma özelliklerinin kontrol edildikten sonra bile, ihracat portföylerine yeni ürünler ekleme eğilimlerinin önemli bir belirleyicisi olduğu görülmektedir. Bu durum, esas olarak yeni ara girdilerin ithalatından kaynaklanmaktadır ve daha küçük firmalar için daha güçlü etkiye sahiptir.
Ramanarayanan, (2020)	İthal Girdi Kullanımı ve Girdilerdeki Heterojenliğin, Yurtiçi-Yurtdışı Ticaretten Elde Edilen Toplam Refah Kazanımlarını Nasıl Etkilediğini Karakterize Etmek	Şili Firma düzeyinde 1987-1996 panel	Nicel Analiz (En Küçük Kareler yöntemi, Olley ve Pakes (1996), Levinsohn ve Petrin (2003) yöntemleri)	Sonuçlar, ithalatın yerli girdiler için mükemmel ikameler olduğu, ancak daha düşük bir maliyetle mevcut olduğu, böylece daha büyük bir payın ithal edilmesinin ortalama üretim maliyetini düşürdüğü yönündedir. Daha geniş anlamda, ithal edilen girdiler, karşılaştırılabilir yerli girdilerden daha yüksek kalitede oldukları veya yerli malların kusursuz ikameleri oldukları için üretim maliyetlerini de düşürebilir.

Tablo 1.10. (Devam) Ara Malı İthalatı ve İhracat Performansı / Firma Verimliliği İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Edwards, Sanfilippo ve Sundaram, (2020)	İthal Edilen Ara Girdilere Doğrudan Erişim ile Firma Verimliliği Arasındaki Tamamlayıcı İlişkiyi Analiz Etmek	Güney Afrika 20.000 üzeri imalat firması 2009-2012 panel	Nicel Analiz (En Küçük Kareler yöntemi)	Sonuçlar, ithalatın Güney Afrikalı imalat firmaları arasında daha yüksek verimlilik ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca, daha çeşitli ara girdilerin ithal edilmesi, ithal edilen girdi çeşitlerinin üretimdeki yerli çeşitleri tamamladığı fikriyle tutarlı olan daha yüksek firma verimliliği ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. İthalat yaparak öğrenme hipotezine destek sağlanmaktadır.
Zhou, Wang ve Yang, (2020)	Firma Verimliliği ile İthalat Arasındaki İlişkiyi Nedensellik Yönünden Araştırmak	Çin 100.000 civarı imalat firması 2000-2005 panel	Nicel Analiz (Olley ve Pakes (1996) yöntemi, Kolmogorov-Smirnov (KS) testleri)	Firmanın heterojenliği ekseninde analiz yapılarak, ithalatçı olanların ithalatçı olmayanlardan tüm büyük ölçek ve verimlilik göstergelerinde daha iyi performans ortaya koyduğu tespit edilmiştir. Toplam faktör verimliliği kapsamında ise, uluslararası ticaret yapmayan firmalara göre ithalatçı firmalar daha iyi performans ortaya koymakta ve yalnız ihracatçılara kıyasla hem ithalat hem ihracat yapanlar, daha iyi performansa sahip konumdadır.
Okafor, (2021)	Verimlilik Etkileri ve İhracat Pazarı Genişlemeleri Üzerinde İthal Ara Malı Kullanımının Olumlu Bir Etki Oluşturup Oluşturmadığını Araştırmak	Gana 259 adet imalat firması 1991-2002 dengesiz panel	Nicel Analiz (Levinsohn ve Petrin (2003), Woolridge (2009) yöntemleri)	Elde edilen sonuçlar, üretim sürecinde ithal edilen girdilerin kullanılmasının, ihracat yapmayan firmalara kıyasla yalnızca Afrika dışına ihracat yapan firmalar açısından verimliliği artırmalarında katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Bunun aksine, üretim sürecinde ithal girdileri kullanmayan ancak yalnızca Afrika dışına ihracat yapan firmaların, hiç ihracat yapmayan firmalara göre verimliliklerinin daha düşük olduğu saptanmıştır.
Yi, (2021)	Firmaların İhracat ve İthalat Faaliyetleri Arasındaki Bağlantıların Araştırılması	Çin 4.500 üzeri imalat firması 2003-2006 panel	Nicel Analiz (En Küçük Kareler yöntemi, Levinsohn ve Petrin (2003) yöntemi)	İthalat yapma ve ihracat yapma, her iki kararın da firmaların gelecekteki verimliliği üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Ticaret serbestisi bu durumu artırmaktadır. Analizler, bu iki faaliyeti teşvik etmeyi amaçlayan sübvansiyonların, o faaliyete katılım oranını artırdığını göstermektedir.
Mazzi ve Foster-McGregor, (2021)	İç Teknolojik Yeteneklerin İthal Girdiler ile Firmaların İhracat Performansı Arasındaki İlişkiyi Nasıl Etkilediğini Araştırmak	Brezilya 25.000 üzeri imalat firması 2001-2007 panel	Nicel Analiz (En Küçük Kareler yöntemi, Robustness analizi)	Sonuçlar, teknolojik yeteneklerin ve ithal girdilerin kalitesinin sadece firmalara doğrudan fayda sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda ihracat rekabet gücünü artırmada birbirlerini tamamladığını göstermektedir.

Tablo 1.10. (Devam) Ara Malı İthalatı ve İhracat Performansı / Firma Verimliliği İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Lafrogne-Joussier, Martin ve Mejean, (2022)	Küresel Değer Zincirlerindeki Firmalar İthal Girdi Kıtlığına Nasıl Tepki Vermektedir?	Fransa 30.000 civarı imalat firması 2019-2020 panel	Nicel Analiz	İthal girdilere erişimdeki kısıtlığın, firmaların üretimini ve ihracat performanslarını, ilk kapanma ve pandemi sürecinde, göreceli olarak yurt içi satışlarda %5,5 ve ihracatta %5 düşüş, olarak etkilediği saptanmıştır.
Pane ve Patunru, (2023)	Girdi İthalatının Verimliliğe ve İhracata Etkisinin Araştırılması	Endonezya 12.916 adet imalat firması 2008-2012 panel	Nicel Analiz (Levinsohn ve Petrin (2003) yöntemi, Robustness analizi)	Elde edilen sonuçlarda, verimlilik ve ihracat artışına doğru ithal girdilerden nedensellik tespit edilmiştir. İthalat hacmindeki artıştan ziyade, girdi çeşitlerine daha yüksek erişim imkânı bulunması daha büyük bir etki oluşturmaktadır.
Massini, Piscitello ve Shevtsova, (2023)	İthalat, İhracat ve Ar-Ge Arasındaki Tamamlayıcılıkların Varlığı ve Bunların Verimlilik Üzerindeki Etkilerinin Araştırılması	Ukrayna 33.237 adet imalat firması 2000-2006 panel	Nicel Analiz (En Küçük Kareler yöntemi, GMM Analizi, Olley ve Pakes (1996) yöntemi, Robustness analizi)	Bulgulara göre, Çok Uluslu İşletmeler, uluslararası dış kaynaklardan (ithalat ve ihracat) gelen bilginin, iç bilgi (kendi Ar-Ge yatırımı) ile asimilasyonu ve entegrasyonundan kaynaklanan tamamlayıcılıklardan yararlanmaktadır. Etki devlete ait işletmelerden (KİT'ler) ziyade özel sermayeli işletmeler için daha belirgin durumdadır.

2. İHRACAT PERFORMANSI

İhracat performansı kavramı, işletme (firma, şirket) özelinde değerlendirilen bir uluslararası ticaret başarı kriteridir. Bu noktada işletme performansını açıklayacak olursak; işletmenin üretici varlıklarını kullanarak ortaya çıkardığı değer ile işletme sahiplerinin en başta elde etmeyi düşündükleri hedef değerın karşılaştırılması olarak tanımlanabilir (Barney ve Clark, 2007; s.25). Burada yüksek ekonomik performans gösteren işletmeler, değer yaratan işletmeler olarak rekabetçi avantaj elde etmiş olmaktadır (Kahveci, 2013). Bir ülkedeki şirketlerin ulusal pazar koşullarında ve uluslararası pazarlarda sergilediği performans ve oluşturduğu katma değer ile sağladığı rekabet avantajları, şirketlerin rekabetteki gücünü gösteren birincil faktördür.

Söz konusu yüksek performansa ulaşabilmek ve rekabet avantajını elde etmek isteyen işletmeler için ihracat performansı kavramı büyük önem taşımaktadır. İhracat performansı, işletmelerin belirli bir üretim ve yönetim plânı dâhilinde, gerçekleştirdikleri araştırma-geliştirme faaliyetleri ile pazarlama stratejileri kapsamında meydana getirdikleri ihracat faaliyetleri sonucunda uluslararası ticarete bekledikleri ekonomik ve stratejik sonuçlara ulaşma derecesidir (Ambler ve Styles, 1997). İhracat performansı, bir firmanın bir ürünü dış pazara ihraç etmesine ilişkin hem ekonomik hem de stratejik hedeflerinin yanı sıra; ihracat pazarlama stratejisinin planlanması ve uygulanması yoluyla ne ölçüde amaçlara ulaşıldığının da tespiti (Çavuşgil ve Zhou, 1994).

İşletmelerin ihracat performansı; finansal performans, pazarlama performansı ve operasyonel performans başlıklarında tekil olarak veya kümülatif biçimde ifade edilerek açıklanmaktadır (Çelik ve Çatuk, 2023).

Finansal performans, bir firmanın kârlılığını maksimize etmek için kaynaklarını ve varlıklarını ne kadar etkin kullandığını gösteren, bilançolar ve gelir tablolarına dayandırılan özel bir ölçüdür. İşletmenin finansal performansı, birçok değişkenin yanı sıra sermaye yapısı ve makroekonomik faktörler de dâhil olmak üzere birçok faktöre bağlıdır (Çelik ve Çatuk, 2023). Finansal performans, firmanın finansal faaliyetini gerçekleştirme eylemi olarak da tanımlanmaktadır. Finansal performans, finansal hedeflere ulaşma derecesini ifade etmektedir.

Pazarlama performansı için pazarlama becerilerinin rolü ile dinamik bir yetenek geliştirilmesi önemlidir. İhracat yapan işletmeler genellikle ürettikleri eşya veya hizmetleri tanıtmak zorunda olan pazarlama temelli işletmelerdir. Bu doğrultuda pazarlama performansının en

belirgin göstergesi olarak, satışlar ve müşteri memnuniyeti kalemleri yer almaktadır (Carton ve Hofer, 2006; s.35).

Operasyonel performans kavramı ise; bir organizasyonun, iş aşamalarını bir bütünlük halinde gerçekleştirmesindeki başarı şeklinde tanımlanmıştır (Khandwalla, 1977). Operasyonel performans; müşteri memnuniyeti, rekabet üstünlüğü, maksimum düzeyde kârlılık düzeyine ulaşma gibi işletmeler tarafından konulan standart hedeflerin birleştirilmesidir (Venkatraman ve Ramanujam, 1986; s.807). Operasyonel performans; pazar payı, müşteri memnuniyeti gibi genel performans ölçümlerinin yanı sıra bir işletmenin; verimlilik, üretim döngüsü, güvenilirlik gibi ölçülebilir sonuçları olarak da tanımlanmıştır. (Elkington, 1994; s.98). Ayrıca operasyonel performans, bir işletmenin finansal hedeflerine ulaşmasının yanında hedeflerine ne kadar ulaştığının da göstergesidir (Jüttner ve diğ., 2010; s.105).

Bu kadar çeşitli şekilde açıklanabildiği ifade edilen ve bir tek tipliği bulunmayan ihracat performansı kavramı çok sayıda akademik çalışmada ele alınmıştır. Birçok çalışmada ihracat performansı üzerinde etkisi bulunabileceği düşünülen işletmenin ekonomik, kurumsal ve yönetsel unsurları ile dışsal faktörler bir arada araştırılmış ve bunların ihracat performansı üzerindeki etkisi hakkında değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Gerçekleştirilen bilimsel çalışmaları kapsayan detaylı literatür incelemeleri sonucunda birçok çalışmanın analizi yapılmış ve ihracat performansını etkileyen faktörler genellenerek sınıflandırılmıştır (Zou ve diğ., 1998; s.38).

- İşletme özellikleri (Aaby ve Slater, 1989; Diamantopoulos ve Schlegelmilch, 1994)
- Üretilen ürünlerin özellikleri (Cooper ve Kleinschmidt, 1985; Holzmüller ve Kasper, 1991; Çavuşgil ve Zou, 1994; Das, 1994; Styles ve Ambler, 1994)
- Piyasa özellikleri (Holzmüller ve Kasper, 1991; Çavuşgil ve Zou, 1994; Styles ve Ambler, 1994)
- Sektör özellikleri (Holzmüller ve Kasper, 1991)
- İhracat pazarlama stratejisi (Cooper ve Kleinschmidt 1985; Aaby ve Slater, 1989; Madsen, 1989; Çavuşgil ve Zou, 1994).

Diğer yandan, ihracat performansını etkileyen faktörler Zou ve Stan (1998) tarafından yapılan çalışmada, firma içinde bulunan ve firma dışında bulunanlar olarak kontrol edilebilir ve kontrol edilemez şeklinde sınıflandırılmış ve çalışma ihracat performansının belirleyicileri konusunda hem araştırmacılar hem de yöneticiler açısından pratik anlamda önemli bir yönlendirici sığata sahip olmuştur (Tablo 2.1.).

Tablo 2.1. Gerçekleşen Faaliyetlerden İhracat Performansını Etkileyen Faktörler

	Kontrol Edilebilen	Kontrol Edilemeyen
Firma içinde	- İhracat pazarlama stratejisi - Yönetimin algı ve tutumları	- Yönetim özellikleri - İşletme özellikleri ve yetkinlikleri
Firma dışında	YOK	- Sektör özellikleri - Piyasa özellikleri - İhracat pazarı özellikleri - Yerel pazar özellikleri

Kaynak: (Zou ve Stan, 1998)

Çalışma, 1987-1997 yılları arasında yayınlanan ihracat performansı ile ilgili yapılmış 50 adet araştırmayı incelemekte, bu incelemenin bulgularını firma içi-dışı ve kontrol edilebilir-kontrol edilemez boyutlarına göre tartışması, teorik olarak sağlam ve pratik olarak anlamlı bir yer teşkil etmektedir. İhracat performansını etkileyen faktörleri söz konusu çerçeve içerisinde sınıflandırmak için, önceki teorik çerçeveler (örn. Aaby ve Slater, 1989; Da Rocha ve Christensen, 1994) tarafından belirlenen geniş faktör kategorileri takip edilmiştir. Bunlar arasında ihracat pazarlama stratejisi, yöneticilerin tutum ve algıları, yöneticilerin özellikleri, firma özellikleri ve yetkinlikleri, sektör, dış ve iç pazar özellikleri yer almaktadır (Zou ve Stan, 1998).

İhracat performansını etkileyen faktörlerin detay başlıklarının belirtilmesinin ardından, ihracat performansının belirlenmesinde kullanılan ölçütlerin de belirtilmesi yararlı olacaktır. Zou ve Stan (1998) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, ihracat performansının belirlenmesinde kullanılan ölçütler sıralanmıştır. Firmalar bazında ihracat performansının belirlenmesinde kullanılan ölçütler Tablo 2.2.'deki sınıflandırmayla ifade edilmiştir. Finansal olan diğer bir ifadeyle objektif ölçütler olarak; firmanın satış göstergeleri, kârlılık göstergeleri ve büyüme göstergeleri bulunmaktadır. Finansal olmayan diğer bir ifadeyle subjektif ölçütler olarak ise; firmanın algılanan başarısı (şirket içi ve pazar içi), memnuniyet (şirket içi ve müşteri) ve hedeflere ulaşma yer almaktadır. Ele alınan ölçütlerin sonuncusu olarak karma ölçütler başlığı belirtilmiş ve ihracat performansının belirlenmesinde kullanılan diğer ölçütlerin birlikte hesaba katıldığı karma bir ölçüt yapısının oluşturulması şeklinde tanımlanmıştır (Zou ve Stan, 1998).

Tablo 2.2. İhracat Performansının Belirlenmesinde Kullanılan Ölçütler

Ölçüt No	<i>Finansal (Objektif) Ölçütler</i>
1	Satış Göstergeleri
2	Kârlılık Göstergeleri
3	Büyüme Göstergeleri
	<i>Finansal Olmayan (Subjektif) Ölçütler</i>
4	Algılanan Başarı
5	Memnuniyet
6	Hedeflere Ulaşma
7	<i>Karma Ölçütler</i>

Kaynak: Zou ve Stan (1998)

İhracat performansı kavramının faktörleri için son bir sınıflandırma Sousa (2004) tarafından yapılmıştır. Sousa (2004), ölçümleri nesnel ve öznel ölçümler olarak sınıflandırarak listelemektedir. Yazara göre, literatürde ihracat performansını nesnel bir bakış açısıyla ölçen ölçümler vardır ve bunlar satış, kâr ve pazarla ilgili kalemler üzerindeki rakamlardır. Diğer yandan öznel ölçümler, satışları, kârları ve pazarla ilgili kalemleri kişisel bir bakış açısıyla hesaba katmaktadır. Öznel ölçümler, firmaların uluslararası performanslarına ilişkin kendi algılarından oluşur. Sousa (2004)'nın sınıflandırdığı literatürdeki ölçüm maddelerinin listesi aşağıda verilmiştir.

Tablo 2.3. İhracat Performansının Ölçümleri

	<u>Objektif Ölçümler</u>	<u>Subjektif Ölçümler</u>
<u>Satışla ilgili</u>	• İhracat yoğunluğu • İhracat yoğunluğu büyümesi • İhracat satış büyümesi • İhracat satış hacmi • İhracat satış verimliliği	• İhracat yoğunluğu • İhracat yoğunluğu büyümesi • Rakiplere kıyasla ihracat yoğunluğu büyümesi • İhracat satış hacmi • İhracat satış büyümesi • Rakiplere kıyasla ihracat satış hacmi • Rakiplere kıyasla ihracat satış büyümesi • İhracat satış yatırım getirisi • Rakiplere kıyasla ihracat satış yatırım getirisi
<u>Kârla ilgili</u>	• İhracat kârlılığı • İhracat kâr marjı • İhracat kâr marjı büyümesi	• İhracat kârlılığı • İhracat kâr marjı • İhracat kâr marjı büyümesi • Rakiplere kıyasla ihracat kârlılığı
<u>Pazarla ilgili</u>	• İhracat pazar payı • İhracat pazar payı büyümesi • Pazar çeşitlendirmesi	• İhracat pazar payı • İhracat pazar payı büyümesi • Rakiplere kıyasla ihracat pazar payı • Rakiplere kıyasla ihracat pazar payı büyümesi • Pazar çeşitlendirmesi • Yeni pazara giriş oranı • Rakiplere kıyasla yeni pazara giriş oranı • Pazarda yer edinme
<u>Genel</u>		• Genel ihracat performansı • Rakiplerle karşılaştırıldığında genel ihracat performansı • İhracat başarısı • Beklentileri karşılama • Rakiplerin firmanın ihracat performansını nasıl değerlendirdiği • Stratejik ihracat performansı
<u>Cesitli</u>		• İhracatın firmanın büyümesine katkısı • İhracatın firmanın yönetim kalitesine katkısı • Distribütör ilişkilerinin kalitesi • Rakiplere kıyasla distribütör ilişkilerinin kalitesi • Müşteri memnuniyeti • Rakiplere kıyasla müşteri memnuniyeti • Rakiplere kıyasla müşteri ilişkilerinin kalitesi • Rakiplere kıyasla ürün/hizmet kalitesi • Rakiplere kıyasla firmanın itibarı • Yeni teknoloji/uzmanlık edinme • Yurtdışında farkındalık ve imaj oluşturma • Rekabetçi baskılara yanıt verme konusunda hedeflere ulaşma

Kaynak: Sousa (2004)

Uluslararası ticaret ve ihracat literatüründe, ihracat performansı kavramının belirlenmesinde kullanılan ölçütler ve ölçümler bu şekilde ifade edilmektedir. Tüm bu yazından, ihracat performansını ölçerken kullanılacak faktörler konusunda bir fikir birliği olmadığı açıkça anlaşılmaktadır.

Geçmişten günümüze ihracat performansı ile ilgilenen çalışmaların sayısı giderek artmasına rağmen, yapının tek tip olarak kabul edilmiş bir kavramsallaştırması ve işlevselleştirilmesi yoktur (Çavuşgil ve Zou 1994; Shoham 1998; Sousa 2004). Bir firma, belirlenen hedeflere ulaşırsa veya bu hedefler aşılsa başarılı olarak kabul edilmektedir. Ama ilk etapta bu hedefler neydi? Elde edilebilirler miydi? Bu nedenle, yöneticilerden firmalarının ihracat performansını değerlendirmeleri istendiğinde ciddi bir problem yaşamaktadırlar çünkü hangi performans hedeflerini kullanmaları gerektiği ve bu hedeflere ulaşma derecesinin nasıl ölçülmesi gerektiği her zaman belli değildir (Madsen 1998). Bu durum, ihracat performansını değerlendirmenin karmaşıklığını gösterir ve Bonoma ve Clark (1988)'in şu yorumuyla açıklanabilir: "Pazarlamanın kısa tarihinde belki de başka hiçbir kavramın kavramsallaştırmaya, tanımlamaya veya uygulamaya inatla dirençli olduğu kanıtlanmamıştır."

Tüm bu açıklanan detaylardan hareketle; çalışmamızda ele alınan ihracat performansı değerlendirmesini, Cadogan ve diğ., (2003) çalışmasında, işletmenin dış pazarlardaki mali başarılarının derecesi şeklinde tanımlamaktadır. Shoham (1998) ise ihracat performansını, genel olarak işletmenin uluslararası satışlardan elde ettiği çıktılar olarak ifade etmektedir. Uluslararası satışlardan elde edilen çıktılar yüksek olduğunda ihracat performansı da pozitif olmuş olacaktır. Burada söz konusu uluslararası satış verileri; ihracat performansının finansal yönlerini, stratejik yönlerini ve değişimini belirleyebilecek şekilde belli bir zaman aralığını kapsamalıdır (Madsen, 1987; Shoham, 1998). İhracat performansını ampirik açıdan böyle ele alacak olmamız, firmaların finansal tablolarından faydalananarak yurt dışı satış oranlarının artma/azalma durumlarının analizlere katılması şeklinde gerçekleşecek ve bu ihracat performansını finansal performans bakımından incelememizi sağlayacaktır. Bu şekilde ele alınacak olan ihracat performansı kavramına, ara malı ithalatının etkileri nelerdir, sorusu bu aşamada daha fazla anlam kazanmaktadır.

2.1. Ara Malı İthalatı ve Firma İhracat Performansı

Üretim süreçlerinde kullanılan ara mallarının temini hususunda ithalatın tercih edilmesi, firmaların ihracat performansları üzerinde birtakım etkiler meydana getirebilmektedir.

Ara mallar üretim sürecindeki maliyetleri azaltabilir. Özellikle ithal edilen ara malların daha ucuz veya kaliteli olması üreticilerin daha düşük maliyetle ürün üretmelerine olanak sağlar. Bu durum, nihai ürünlerin fiyatlarını daha rekabetçi hale getirir ve uluslararası pazarlarda talep artışı yaratır (Kugler ve Verhoogen, 2009).

İthal edilen kaliteli ve uygun fiyatlı ara mallar, yerli üreticilerin nihai ürünlerin kalitesini artırmalarına olanak tanır. Üretim sürecinde kullanılan yüksek kaliteli ara mallar, nihai ürünlerin uluslararası standartlara uygun olmasını sağlar, bu da daha fazla dış pazar talebini artırır (Mazzi ve Foster-McGregor, 2021).

Ara malı ithalatı, yerli firmaların global pazarda rekabet edebilirliğini artırır. Eğer ithal ara mallar, yurtiçinde üretilenlere kıyasla daha kaliteli veya daha ucuzsa, ithal edilen bu ara mallar sayesinde üreticiler daha verimli, kaliteli ve daha düşük maliyetli ürünler üretebilir. Bu durum, daha uygun fiyatlarla ihracat yapılması olanağını sunar. Böylelikle firmaların ihracatı artar ve küresel ticaretteki rekabet gücü yükselir (Topalova ve Khandelwal, 2011).

Bazı ara mallar yüksek teknolojiye sahip ürünlerdir. Bu tür ürünlerin ithalatı, yerli üreticilerin daha gelişmiş teknolojiler kullanarak inovasyon yapmalarını sağlar. Üretimde teknolojik olarak ileri düzey ara malların kullanımı, nihai ürünün kalitesini artırarak bu ürünlerin daha yüksek fiyatlarla yurtdışına ihraç edilmesini sağlar. Böylelikle, daha yüksek katma değerli ürünlerin üretimi gerçekleştirilerek ihracatın artırılmasına katkı sağlanmış olur (Aristei ve diğ., 2013).

Ara malı ithalatı, firmaların küresel değer zincirine entegre olmalarını sağlar. Global değer zincirine katılım, üreticilerin daha geniş pazarlar için uluslararası alanda talep gören ürünler üretmelerine olanak tanır. Bu durum da ihracatın artmasına yol açar (Schor, 2004).

Ara malı ithalatı, çeşitli özelliklerde girdi olanağı yaratabilmesi sebebiyle yerli üreticilerin farklı sektörlerde üretim yapabilmelerine imkân sağlar. Böylece, firmalar ihracatlarını çeşitlendirerek daha fazla dış pazara açılabilirler (Feng ve diğ., 2016).

Ayrıca, ara malı ithalatı, yerli üreticilerin daha verimli üretim süreçleri geliştirmelerine yardımcı olabilir. Özellikle ithal edilen yüksek kaliteli ara mallar, üretim süreçlerinin daha hızlı ve düşük hata oranıyla gerçekleşmesini sağlar. Verimli üretim, maliyetleri düşürür, üretim kapasitesinin daha geniş ve randımanlı kullanılmasını sağlar. Böylece, firmalar ihracat fırsatlarını artırabilirler. Artan verimlilik ve kapasite kullanımı sayesinde, firmalar yurtiçindeki talebin ötesindeki üretim kapasitelerini ihracata yönlendirebilir ve dış pazarlara

yönelik üretim yapabilirler (Amiti ve Konings, 2007). Tüm bu çerçeveler açısından ara mali ithalatı firmalar için ihracat stratejilerinin önemli bir parçasıdır.

2.2. İhracat Performansı ile İlgili Literatür

Bu bölümdeki literatür incelemesinde, çalışmamız için önem arz eden anahtar kelimelerden biri olan ihracat performansı kavramı üzerine araştırma yapılmıştır. İlgili alanda daha önce Türkiye özelinde ve diğer ülkeler kapsamında gerçekleştirilen uluslararası çalışmalar incelenmiş ve yoğun olarak firma bazındaki mikro ölçekli çalışmalara odaklanılmıştır.

Uluslararası ticaret ve ihracat literatüründe; ihracat performansı konusunda yapılan ilk çalışma olarak, Tookey (1964)'in araştırması kabul edilmektedir. Yazar çalışmasında, ihracat amacını ve kazanımlarını etkileyen faktörler hakkında bilgi toplamayı amaçlamış, İngiltere'nin Leicester kentindeki çorap ve triko endüstrisi imalatçı firmalarını incelemiştir. Çalışma sonucunda, ihracat pazarlama yöntemlerinde ve ihracat faaliyetlerinin kullanımında gerçekleştirilecek bir iyileştirmenin, ihracatın artmasına katkıda bulunacağını tespit etmiştir. Bu çalışmanın ardından literatürde ilgili yazın alanında, ihracat performansı üzerine olan etkilerin birçok çeşitli değişken dâhil edilerek araştırıldığı çalışmalar gerçekleştirilmeye başlanmış ve bu süreç hızlı bir artış göstermiştir.

Bilkey ve Tesar (1977), ihracat süreç gelişiminde aşamalar yaklaşımını araştırmış, Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nin Wisconsin kentinde 1974 yılında gerçekleştirilen çalışmada 423 adet küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) sınıfındaki imalat firması incelenmiştir. Çalışma sonucunda, firmaların ihracat geliştirmenin altı aşamada gerçekleşme eğiliminde olduğu saptanmıştır.

Bilkey (1978) çalışmasında, firma ihracat davranışı üzerine literatür incelemesi gerçekleştirmiş, 11 ülkedeki 43 ihracatçı firma üzerine yapılan çalışmaları araştırmıştır. Sonuç olarak çalışmalar; ihracat motivasyonu, ihracattaki engeller, yönetimin kalitesi, firma büyüklüğü, ihracat hedefi, ihracat riski üzerine bulgulardan oluşmaktadır.

Cavusgil ve Nevin (1981), firmanın ihracat davranışı belirleyicilerini araştırmış, Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nin Wisconsin kentindeki İmalatçılar Derneği'ne kayıtlı firmalar arasından 816 adet firmayı incelemiştir. Çalışmanın sonucunda, birtakım yönetim ve firma özelliklerinin, firmaların ihracat pazarlama davranışındaki varyasyonunun önemli bir bölümünü açıkladığı saptanmıştır.

Bilkey (1982), firmanın ihracat davranışı belirleyicilerini araştırmış, ABD'nin Wisconsin kentindeki 168 adet imalat firmasını incelemiştir. Çalışmanın bulgularına göre, arz yönlü ihracat pazarlaması analizinin, ihracat karlılığıyla ilişkili değişkenlerini belirlemek için yapılan analizlerde; ilk olarak, yönetimin ihracatın göreceli karlılığına ilişkin algıları, firmaların ihracat deneyiminin uzunluğu ile negatif, firmaların ihraç ettiği toplam satışların yüzdesi ile pozitif olarak ilişkili olduğu saptanmıştır.

Cavusgil (1984) çalışmasında, firmanın ihracat davranışı belirleyicilerini araştırmış, ABD'li imalat firmalarını incelemiştir. Sonuçlara göre, çeşitli organizasyon ve yönetici özellikleri ile firmadaki ihracat faaliyeti düzeyinin ampirik olarak araştırılmasında, ihracat faaliyeti ile beş önemli ilişki ve en az aktif olandan en aktif ihracatçıya kadar yedi farklı ihracatçı türü ortaya konmuştur.

Aaby ve Slater (1989), firma ihracat performansının belirleyicilerini araştırmış, ihracat performansı üzerindeki yönetim etkilerini çeşitli ülkeler üzerine araştıran 1978-1988 yılları arası ampirik çalışmalar için literatürü incelemiştir. Çalışmada, ihracat performansı üzerindeki yönetim etkilerini araştıran 1978-1988 yılları arası yapılmış çalışmalar derlenip, sistemleştirilmiş ve çalışmaların detayları karşılaştırılmıştır.

Chetty ve Hamilton (1993) çalışmasında, firma ihracat performansının belirleyicilerini araştırmış, 1978-1991 yılları arası ihracat performansı konusunda yayınlanan 100 adet çalışmayı inceleyerek literatür incelemesi gerçekleştirmiştir. Çalışmada, 1978'den 1991'e kadar ihracat performansı konusunda yayınlanan 100 adet çalışma derlenmiş, sistemleştirilmiş ve çalışmaların detayları karşılaştırılmıştır.

Cavusgil ve Zou (1994), pazarlama stratejisi-performans ilişkisini araştırmış, ABD'nin Illinois, Indiana, Michigan, Ohio ve Wisconsin kentlerindeki ticaret birlikleri üyesi ihracatçı firmaları incelemiştir. Çalışma neticesinde, araştırma sonuçları, ihracat pazarlama stratejisinin, firmanın uluslararası yeterliliğinin ve yönetim taahhüdünün ihracat performansının temel belirleyicileri arasında olduğu iddiasını desteklemektedir. İhracat pazarlama stratejisinin, iç (firma ve ürün özellikleri) ve dış faktörlerden (endüstri ve ihracat pazarı özellikleri) etkilendiği tespit edilmiştir.

Styles ve Ambler (1994), pazarlama stratejisi-performans ilişkisini araştırmış, Birleşik Krallık'ta 1992 yılı Kraliçe'nin İhracat Başarısı Ödülü'nü kazanan 127 adet firmayı incelemiştir. Çalışmada ihracatçıların performanslarını iyileştirmek için ilişki faktörlerine daha fazla önem vermeleri gerektiği sonucuna varılmıştır.

Leonidou ve Katsikeas (1996) çalışmasında, ihracat geliştirme sürecini araştırmış, literatürdeki ihracat geliştirme modelleriyle ilgili ampirik çalışmalarla ilgili bütüncül bir inceleme gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda, konuyla ilgili ana modeller gözden geçirilmiş, yapısal özellikleri tanımlanmış, bunların doğrulanması için kullanılan metodolojileri değerlendirilmiş ve değerlendirmelerden ortaya çıkan temel kavramsal sorunlar analiz edilmiştir.

Zou ve Stan (1998) çalışmasında, 1987-1997 yılları arasında yayınlanan ihracat performansının belirleyicilerine ilişkin ampirik literatürü incelemiştir. Çalışma sonucunda, araştırma aralığı olan 10 yıldaki yeni gelişmeler incelenmiş ve ihracat performansı araştırmalarındaki eğilimler tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada, ihracat performansının belirleyici faktörleri ve ihracat performansı ölçütleri tablolastırılmıştır.

Piercy ve diğ., (1998), ihracat performansının belirleyicilerini incelediği çalışmasında, üstün ihracat performansının temellerinin ne olduğunu araştırmıştır. İngiltere'deki ihracat pazarı girişimcisi firmaları incelemiştir. Çalışma sonucunda, üstün ihracat performansı, belirli yetkinliklerde (ihracatta rekabetçi beceriler) ve yeteneklerde (ihracattaki rekabetçi kaynaklar) izlenebilecek temel rekabet avantajlarının oluşturulmasına bağlanmaktadır.

Styles ve Ambler (2000) çalışmasında, ilişkisel değişkenlerin (sosyal öğrenme, deneyim ve iş ilişkileri) ihracat performansı üzerindeki etkisini araştırmış, Avustralya ve Birleşik Krallık'taki 1203 adet ihracatçı firmayı incelemiştir. Sonuçlar, ihracat performansında sosyal öğrenmenin ve ilişkisel değişkenlerin önemini destekler nitelikte çıkmıştır.

Wolff ve Pett (2000), pazarlama yeteneklerinden rekabet avantajı ve ihracat performansı ilişkisini araştırmış, ABD'deki 157 adet küçük ölçekli firmayı incelemiştir. Çalışmanın sonuçlarında Küçük firmaların ihracat faaliyetlerinde kullandıkları rekabet modeline göre kendi aralarında farklılık gösterdiği ortaya konmuştur. Daha büyük (küçük) firmalar, büyüklükle ilgili kaynaklarıyla tutarlı rekabetçi modeller sergiledikleri, daha küçük (küçük) firmaların ise sergilemedikleri görülmüştür. Bu firmalar arasında ihracat yoğunluğu açısından önemli bir fark bulunmamıştır.

Leonidou ve diğ., (2002) çalışmasında, ihracat performansını etkileyen pazarlama stratejisi unsurlarının belirlenmesini araştırmış, ihracat pazarlama stratejisi ve performans ilişkisi üzerine literatürdeki ampirik çalışmaları ve bilgileri sentezlemeyi amaçlamıştır. Çalışmanın bulguları göre, birçok pazarlama stratejisi değişkeni genel ihracat performansı üzerinde olumlu etkiler gösterse de ilişki her zaman anlamlı değildir. Çeşitli araştırmalarda incelenen

ihracat performansı ölçümlerinde, satışların ihracat oranıyla ilgili olarak daha güçlü etkileri gözlenmektedir. Çalışma zamanı, coğrafi odak ve ürün tipi, pazarlama stratejisi unsurlarının ihracat performansı üzerindeki etkisi üzerinde sınırlı bir etkiye sahiptir.

Zhang ve diğ., (2003), ihracat pazarındaki rekabet gücü ve ihracatçı üreticilerin ilişkisel kaideler yoluyla yönetim kullanımı arasındaki ilişkiyi araştırmış, ABD'deki 50'den fazla çalışanı olan 800 adet imalat firmasını incelemiştir. Araştırma sonuçları, ihracat pazarındaki rekabet gücü ile üreticinin ilişkisel kaideler yoluyla yönetim kullanımı arasındaki hem doğrudan hem de dolaylı etkileri destekleyen ispatlar bulmaktadır. Dolaylı etki, sınır ötesi ilişkilerde ilişkisel yönetimin rolünün anlaşılmasına önemli bir katkı sağlayan bir bulgu olan güvenin aracı rolünden kaynaklanmaktadır.

Chryssochoidis ve Theoharakis (2004), ihracatçı-ithalatçı ikilisinin rekabet avantajını nasıl yarattığını ve sürdürdüğünü gösteren kritik faktörlerin tanımlanmasını amaçlamış, Yunanistan'daki her sektörden 125 adet ithalatçı firmayı incelemiştir. Çalışma sonuçları, Ürün teknolojisi gelişmişliğinin (PTS), ürün ve hizmet kalitesinin ve ithalatçının stratejik hedeflerinin rekabet avantajı elde etmek için önemli olduğunu, fiyat rekabetçiliği ve ihracatçıya duyulan güvenin ise önemli olduğunu tespit etmiştir.

Styles ve diğ., (2008) çalışmasında, ilişkisel mübadele teorisinden hareketle hem geçmiş hem de gelecekteki mübadelelerle ilgili karşılıklı algıları araştırmış, Avustralya ve Tayland'daki 125 adet ihracatçı-ithalatçı ortaklığı olan firmayı incelemiştir. Çalışma sonuçları, pazar taahhüdünün ihracat performansı ile ilişkili olduğu ve her bir ortağın diğerinin taahhüdüne, ilişkiye özgü yatırımlara ve bağımlılığa ilişkin algısının karşılıklı bir döngü tarafından yönlendirildiğine dair teorisinin iddiasını desteklemektedir. Bu taahhüt döngüsü, her bir ortağın diğerine olan güveninden (geçmiş alışverişlerden) etkilenir ve farklı taahhüt türleri ile bağlantılı farklı güven türleri vardır. Güven ve bağlılığın daha sonra hem kişilerarası faktörlerle (yani, etkili iletişim, kültürel duyarlılık ve partnerin sevimliliği) hem de firma faktörleriyle (partnerin itibarı ve yeterlilikleri) ilişkili olduğu bulunmuştur.

Moghaddam ve diğ., (2011), ihracat pazarlama stratejisi belirleyicilerinin firma ihracat performansına etkisini incelemiş, 1993-2010 yılları arasında yayınlanan ihracat pazarlama stratejisi belirleyicilerinin firma ihracat performansına etkisini konu alan ampirik literatürün nitel değerlendirmesini yapmıştır. Çalışmada ihracat pazarlama stratejisi; fiyat stratejisi, ürün stratejisi, tutundurma stratejisi, yer stratejisi olarak sınıflandırılmıştır. Daha sonra ihracat pazarlama stratejisinin boyutları ve ihracat pazarlama stratejisi ile firma ihracat performansı

arasındaki ilişki hakkında detaylı analizler yapılmış, önceki çalışmaların sonuçlarına değinilmiştir.

Wang ve diğ., (2013) çalışmasında, teknoloji ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi araştırmış, Çin'deki 141 adet imalat firmasını incelemiştir. Çalışmanın ampirik sonuçları, harici teknoloji satın almalarının Çinli firmaların ihracat performansını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Ayrıca, dış teknoloji kullanımının ihracat performansı, kaynaklarına (yerli ve yabancı) bağlı olarak değiştiği saptanmıştır. Teknolojiyi yabancı ülkelerden alan ihracatçı firmaların, yerli teknolojiye güvenenleri geride bıraktığı görülmektedir.

Theodosiou ve Katsikea (2013), ihracat bilgi sistemi öncüllerini ve performans sonuçlarını araştırmış, Birleşik Krallık'taki ülke ihracatının büyük bir kısmını oluşturan altı farklı endüstriyel sektörden rastgele 1000 adet firmayı incelemiştir. Çalışmanın bulguları, küçük ve orta ölçekli ihracatçıların başarısında bilgi işlemenin kritik rolünü desteklemektedir.

Zhang ve Zhu (2014), pazar yönelimi, ürün yeniliği ve ihracat performansı arasındaki ilişkiyi araştırmış, Çin'deki 283 adet İmalat firmasını incelemiştir. Çalışmanın sonuçları, Kaynak Temelli Yaklaşım teorisine dayanan ürün inovasyonu yoluyla doğrudan ve dolaylı olarak pazar yöneliminin ihracat performansı üzerindeki etkisinin teorik açıklamalarına destek sağlamaktadır. Çalışma, inovasyon odaklılığı ve inovasyon kaynaklarını geliştirmek ve teşvik etmek için pazar odaklı bir kültürün önemini vurgulamaktadır. Çevresel türbülansın, pazar yönelimi ile genel ihracat performansı arasındaki ilişki üzerinde pozitif düzenleyici bir etkiye sahip olduğu kanıtlanmıştır.

Tan ve Sousa (2015), pazarlama yeteneklerinden biri olan rekabet avantajı ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi incelemiş, pazarlama yetenekleriyle ilgili literatürün bir meta-analizini gerçekleştirmiştir. Çalışma, pazarlama yetenekleri ile ihracat performansı arasındaki ilişkide rekabet avantajının önemli bir aracı role sahip olduğunu ortaya koymaktadır. İki tür rekabet avantajının (düşük maliyet avantajı ve farklılaşma avantajı), pazarlama yeteneklerinin ihracat performansı üzerindeki etkisine pozitif olarak aracılık ettiği tespit edilmiştir.

Abiodun ve Mahmood (2015) çalışmasında, küçük ve orta ölçekli işletmelerde (KOBİ) ihracat performansının artırılması üzerine bir araştırma gerçekleştirmiş, ihracatın, rollerin çalkantılı olduğu ortamda pazar yönelimi ve öğrenme yönelimini incelemiştir. Nijerya'daki 201 adet ihracatçı KOBİ'yi araştırmıştır. Çalışma sonucuna göre, ihracat için pazar yönelimi ve öğrenme yöneliminin, ihracat performansı ile pozitif ilişkisi tespit edilmiştir. Çalışmaya göre

çevresel türbülans, ihracat pazar yönelimi ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi düzenlemektedir.

Chen ve diğ., (2016), ihracat performansının belirleyicilerini tespit etme amaçlı araştırma gerçekleştirmiş, 2006-2014 yılları arası yayınlanan ihracat performansının belirleyicileri hakkındaki son çalışmaları nitel değerlendirme şeklinde incelemiştir. Sonuçlar, makale kapsamındaki dokuz yılda önemli ilerleme kaydedildiğini ve çok sayıda yeni belirleyicinin belirlendiğini, veri kalitesi ve istatistiksel yanlışlıkların büyük ilgi gördüğünü, etkileşim ve dolaylı ilişkilerin dikkate alındığını göstermektedir.

Navarro-García ve diğ., (2016), ihracat faaliyetlerinde ilişkisel yönetim mekanizmalarını tespit etmeyi amaçlamış, İspanya'daki 212 adet ihracatçı firmayı incelemiştir. Sonuçlar, ilişkisel normların bir ihracatçının sonucu üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ve bir ihracatçının distribütörlerine, uluslararası yeterliliklerine ve dış pazarların oynaklığına ne kadar bağımlı olursa, ihracatçının yabancı ülke ile ilişkilerini o kadar sürdürmesi gerektiğini göstermektedir.

Ahn (2017) çalışmasında, küçük ve orta ölçekli işletme (KOBİ) sınıfında olan ihracatçılarda, yabancı acente işlemleri ve performans arasındaki ilişkide uyarlanabilir yeteneğin aracılık etkilerini belirlemeyi amaçlamış, Güney Kore'deki 152 adet ihracatçı KOBİ'yi araştırmıştır. Çalışma sonuçları, bir firmanın yabancı acentelerinin operasyon kalitesinin, sonuç olarak ihracat performansını etkileyen pazar bilgi yönetiminin kalitesini güçlü bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Pazar bilgi yönetimi ile ihracat performansı arasındaki ilişkide, özellikle uyum sağlama yeteneğinin aracı bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Bu, pazar bilgisinin bir dereceye kadar doğrudan ihracat performansına yol açmasına rağmen, ihracat performansının büyük ölçüde uyum yeteneğinin aracılığı ile elde edildiği anlamına gelmektedir.

Mudalige (2017), küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) ihracat performansının öncüllerinde, girişimci davranışı ve deneyiminin rolü ve endüstri bağlamının moderasyon rolünü belirlemeyi amaçlamış, Sri Lanka'daki 197 adet ihracatçı KOBİ'yi incelemiştir. Çalışma sonuçları, girişimcilik yönelimi, sosyal sermaye ve beşeri sermaye olarak adlandırılan girişimci yeteneklerinin, KOBİ'lerin ihracat performansı üzerinde önemli bir pozitif etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, Çoklu Grup Analizi (MGA) kullanılarak, KOBİ'nin faaliyet gösterdiği sektör bağlamının ilişki üzerinde ılımlı bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur.

Sharma ve diğ., (2018), ihracat teşvik programları ve ihracat performansı arasındaki dış pazar çekiciliğinin arabulucu rolünü incelemeyi amaçlamış, Gana'daki 116 ihracatçı firma üzerinde nicel araştırma ve 18 ihracatçı firma yöneticisi ile nitel araştırma ile gerçekleştirerek karma bir yöntem yaklaşımı konuyu incelemiştir. Çalışma sonuçlarında, dış pazar çekiciliği için tam aracılığın etkisi saptanmıştır. Bu durum, İhracat Promosyon Programlarının, dış pazar çekiciliğinin araya giren değişkenliği vasıtasıyla ihracat performansını artırabileceğini göstermektedir.

Faruk ve Subudhi (2019) çalışmasında, KOBİ'lerin ihracat performansı konusunda firma düzeyinde kontrol edilebilir belirleyiciler üzerine inceleme yapmayı amaçlamış, ihracat performansının firma düzeyinde kontrol edilebilir belirleyicileri, firma özellikleri, kaynakları ve yetenekleri ve ayrıca ihracat pazarlama stratejisi ve yönetim özellikleri üzerine 63 makalenin incelemesi ve bir model oluşturulması şeklinde nitel değerlendirme gerçekleştirmiştir. Literatür taraması sonucunda, firmaların ihracat performansının önemli belirleyicilerini özetleyen bir model önerilmektedir. Bu model, ihracat performansını belirleyen firma düzeyini incelemek için kapsamlı bir temel sağlamaktadır. Bu modeli kullanarak araştırmacılar, faktörlerin kategorilere ve alt kategorilere ayrıldığı ihracat performansını belirleyen firma düzeyini inceleyebilir, şeklinde görüş belirtilmiştir.

Heredia ve diğ., (2019), inovasyonun ihracat performansına etkisini araştırmayı amaçlamış, Brezilya, Meksika, Şili ve Peru'daki toplamda 201 adet ihracatçı firmayı nitel değerlendirme yöntemiyle incelemiştir. Çalışmanın sonuçlarında, teknolojik yetenek derecesinin ihracat pazarına bağlı olduğu bulunmuştur. Gelişmiş pazarlarda, firmalar düşük teknolojik yeteneğe ihtiyaç duyarken, firmalar gelişmekte olan ülkelere ihracat yaptığında firmaların yüksek derecede teknolojik yetenek geliştirmesi gerekliliği belirtilmiştir. Ayrıca, stratejilerin uygulanması ile yapılandırılması gereken teknolojik yeteneğin, kurumsal faktörlere ve pazarlama kabiliyetine bağlı olduğu saptanmıştır.

Katsikea ve diğ., (2019), ihracat pazarlarında performansın itici gücü olarak pazar istihbaratı faaliyetleri ile satış stratejisi arasındaki etkileşimin belirlenmesi amacıyla bir çalışma gerçekleştirmiş, Yunanistan'daki 168 adet ihracatçı firmayı incelemiştir. Sonuçlar, ihracat piyasası istihbaratı oluşturma ve yayma faaliyetlerinin, bireysel dış hesaplara hizmet etmek üzere uyarlanmış etkili ihracat satış stratejilerinin geliştirilmesini desteklediği ve kolaylaştırdığını göstermektedir. Ayrıca, ihracat satış stratejisinin tüm stratejik boyutları, ihracat performansı üzerinde önemli olumlu etkiler göstermektedir.

Lundberg (2019), banka ilişkilerinin KOBİ ihracat performansına katkılarını belirlemeyi amaçlamış, İsveç'deki 135 adet üretici ihracatçı KOBİ'yi incelemiştir. Bulgulara göre, ihracat performansı ne kadar yüksekse, uluslararası ticaretin banka finansmanına atfedilen önem de o kadar fazladır. KOBİ'lerin yurt dışında iş yapabilmeleri için bankalar tarafından sağlanan işlem ve/veya döviz hizmetlerinin önemi teyit ve tespit edilmiştir. Ancak pazar sayısı arttıkça etkinin azalması önemli bir sınırlama olarak saptanmıştır. Ayrıca, sonuçlar, ihracat performansı düşük olan KOBİ'lerin, bankaların uluslararası ticaretle ilgili olarak sunabilecekleri danışmanlık hizmetlerine yüksek önem verdiklerini göstermektedir.

Saputra ve diğ., (2020) çalışmasında, uluslararasılaşma sürecinin bilgi yönetimi ve ihracatta KOBİ ihracat performansına aracılık etkisini araştırmayı amaçlamış, Endonezya'daki 154 adet ihracatçı KOBİ'yi incelemiştir. Sonuçlara göre, uluslararasılaşma sürecinin bilgi yönetimi ve KOBİ'lerin ihracat performansını etkileyen dinamik yetenekler üzerinde aracı bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Bilgi yönetimi ve dinamik yetenekler, KOBİ'lerin ihracat performansı üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Aracılık etkisinin değeri, doğrudan temas etkisinden daha düşüktür. Uluslararasılaşma sürecinin, KOBİ'lerin ihracat performansına yönelik bilgi yönetimi ve dinamik yeteneklerinin etkisini geliştirdiği tespit edilmiştir.

Sraha ve diğ., (2020), uluslararası deneyim, taahhüt, dağıtım uyarlaması ve ihracat performansı arasındaki ilişkiyi tespit etmeyi amaçlamış, Gana'daki 116 ihracatçı firma üzerinde nicel araştırma, 18 ihracatçı firma yöneticisi ile nitel araştırma şeklinde karma bir yöntem yaklaşımı ile araştırma gerçekleştirmiştir. Çalışma sonuçları, ihracat taahhüdü, uluslararası deneyim ile ihracat performansı arasındaki ilişki üzerinde tam bir aracılık etkisi ortaya koymaktadır. Ayrıca, dağıtım uyarlamasının ihracat taahhüdü ile performans ilişkileri üzerindeki düzenleyici etkisini göstermektedir. Çalışmada, ilgili bir firmanın kaynak tabanına katkıda bulunan "paydaşlar" olarak güvenilir araçların, algılanan rolüne ilişkin tespitler sağlanmıştır.

Robb ve Stephens (2021), pazar oryantasyonunun ve proaktif oryantasyonun KOBİ'lerin ihracat performansına etkilerini araştırmayı amaçlamış, Güney Afrika'daki 259 adet ihracatçı KOBİ'yi incelemiştir. Çalışma sonuçları, pazar yönelimi ve proaktif yönelimin, Güney Afrikalı KOBİ'ler için gelişmiş ihracat performansına yol açabilecek önemli unsurları arasında olduğunu göstermektedir.

Gupta ve Chauhan (2021) çalışmasında, küçük firmaların yeteneklerinin (ağ oluşturma, yenilikçilik ve pazarlama) ihracat performansları üzerindeki etkisini araştırmış, 76 bağımsız

örnekleme içeren ve 30'dan fazla ülkeyi kapsayan 74 güncel ampirik çalışmayı meta analiz yöntemiyle incelemiştir. Sonuçlara göre, inovasyon, pazarlama ve ağ oluşturma yeteneklerinin küçük firmaların ihracat performansını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu ilişkilerin etki büyüklüğündeki farklılıklar, firmanın menşe ülkesinde (gelişmekte olan/gelişmiş ülke ve bireycilik/toplulukçuluk kültürü) hâkim olan dıştaki iş odaklı çevresel faktörlerin rolü ile açıklanmaktadır.

Haddoud ve diğ., (2021), çevre taahhüdü ile ihracat performansı bağlantısının incelemeyi amaçlamış, Polonya'daki 409 adet aile şirketini araştırmasına dahil etmiştir. Sonuçlara göre, çevresel konulara yönelik stratejik taahhüdün ürün yeniliğini değil süreç yeniliğini teşvik ettiği saptanmıştır. Buna karşılık, ürün yeniliği yapmamasına rağmen süreç yeniliği yapan firmalar ihracat yoğunluğunu artırmaktadır. Ayrıca, kalite sertifikalarının, çevre sorunlarına stratejik bağlılık ve ürün yeniliği arasındaki ilişki ile etkileşime girdiği de bulunmuştur.

Ortigueira-Sánchez ve diğ., (2022), devlet yenilik sübvansiyonları alan KOBİ'lerde yeniliğin ihracat performansı üzerindeki etkisinin araştırılmasını amaçlamış, Peru'daki 237 adet ihracatçı KOBİ'yi incelemiştir. Bulgular, devlet inovasyon sübvansiyonlarının, beşerî sermayenin ve işbirliğinin inovasyon türleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde yenilik türleri de üretim ve ihracat performansını olumlu yönde etkilemektedir. Üretim performansı, yenilik türleri ile ihracat performansı arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.

Kalinic ve Brouthers (2022) çalışmasında, işlem maliyetlerine ek olarak, girişimcilik yönelimindeki farklılıkların ihracat kanalı seçimini ve sonucunda ihracat performansını etkilemesini araştırmayı amaçlamış, Hollanda ve İtalya'daki 180 adet imalatçı ihracatçı firmayı incelemiştir. Sonuçlarda, girişimcilik yönelimi (kurumsal mesafe tarafından yönetilen) etkisinin, ihracat kanalı seçimi modelini önemli ölçüde iyileştirdiği saptanmıştır. Ayrıca, yalnızca işlem maliyeti faktörleriyle değil, aynı zamanda kurumsal mesafe tarafından yönetilen firma düzeyinde girişimcilik yönelimi ile uyumlu ihracat kanallarını seçen firmaların daha yüksek ihracat piyasası performansına sahip olduğu tespit edilmiştir.

Kotabe ve diğ., (2023), gelişmiş ülke çokuluslu şirketleri ile alıcı-tedarikçi ilişkilerine katılan gelişmekte olan pazar firmalarının ilişki çoğulluğu, çoklu kaynak edinimi ve ihracat performansı arasındaki ilişkiyi araştırmış, Polonya'daki 128 adet firmayı incelemiştir. Çalışma sonuçlarında, ilişki çoğulluğunun, firmalar arası bu değiş tokuşa katılan gelişmekte olan firmaların teknolojik, pazarlama ve yönetsel kaynakları elde etme kapasiteleri ile

pozitif olarak ilişkili olduğu saptanmıştır. Gelişmekte olan pazar firma muadilleri, en fazla faydayı teknolojik ve pazarlama kaynaklarının edinilmesinde sağlamaktadır. Ayrıca, gelişmekte olan firmaların, gelişmiş ülke çokuluslu şirketlerinden tedarik edilirken ihracat performanslarını artırmaya çalıştıkları, üstün ihracat performanslarıyla önemli ölçüde ilişkili olanın yönetsel kaynaklar değil, teknolojik ve pazarlama kaynaklarını başarılı bir şekilde satın almaları olduğu tespit edilmiştir.

Sadeghi ve diğ., (2023) çalışmasında, uluslararasılaşma hızı ile finansal ve finansal olmayan ihracat performansı arasındaki ilişkide, firmaya özgü iki kilit yetenek olan bilgi yeteneği yükseltme ve uyarlanabilir yeteneklerin aracılık rolünün araştırılmasını amaçlamış, Yeni Zelanda'daki 208 adet ihracatçı KOBİ'yi incelemiştir. Sonuçlara göre, uluslararasılaşma hızı ile hem bilgi yeteneği yükseltme hem de uyarlanabilir yetenekler arasında pozitif bir ilişki saptanmıştır. Uluslararasılaşma hızının ihracat performansı üzerindeki etkisinin, uyarlanabilir yetenekler aracılığıyla aktarıldığına dair destek bulunmuştur. Bilgi yeteneği yükseltmenin, uluslararasılaşma hızı-ihracat performansı ilişkisine doğrudan aracılık etmemesine rağmen, uyarlanabilir yetenekler için itici bir faktör olarak hareket ettiği ve bunun da ihracat performansına katkıda bulunduğu tespit edilmiştir.

Türkiye üzerine gerçekleştirilen ve literatür araştırmamızda kapsamı açıklaması yapılan, tamamı Social Sciences Citation Index (SSCI) seviyesinde yayınlanmış mikro ölçekli çalışmalara bakıldığında; Erdil (2014) çalışmasında, dış aracılık ilişkisi kalitesinin ihracat performansı üzerindeki rolünü araştırmış, Türkiye'deki İstanbul ilindeki 104 adet ihracatçı firmayı incelemiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre, literatürle uyumlu olarak, güven ve iş birliğinin ihracat performansı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi yoktur ve firmalar arası ilişki devamlılığı için bağlılık, ihracat performansını olumlu yönde etkilemektedir. Taahhüdün ihracat performansı ile olumlu yönde ilişkisi saptanmıştır.

Mutlu ve Aksoy (2014), stratejik yönelimler, firma yetenekleri ve ihracat performansı arasındaki ilişkiyi araştırmış, Türkiye'deki 33 adet mücevherat ihracatçısı firmayı incelemiştir. Çalışma sonuçları, araştırma değişkenleri olan stratejik yönelimler (müşteri, girişimcilik ve marka) ile ihracat performansı arasında güçlü ilişkilerin olduğunu göstermiştir. İhracat performansı ile hem ülke hem de ürün çeşitliliği arasındaki ilişki pozitifdir. Bulgular, ihracatçı firmalar için çeşitliliğin önemini vurgulamaktadır.

Erdil ve Özdemir (2016), pazarlama karması stratejisi ile dış pazarlarda ihracat performansını etkileyen etmenler arasındaki ilişkinin belirleyicilerinin tespit edilmesi için araştırma

gerçekleştirmiş, Türkiye’de İstanbul ilindeki 118 adet Tekstil sektörü ihracatçı firmasını incelemiştir. Çalışmanın ampirik sonuçları, Türk giyim ihracatçı firmalarında firma özelliklerinin, çevresel özelliklerin, uluslararası deneyimin ve uluslararası bağlılığın daha yüksek ihracat performansı ile bağlantılı olduğunu göstermektedir. Diğer bir bulgu, pazarlama karması stratejisinin ilişki üzerinde aracılık etkisine sahip olduğuna işaret etmektedir.

Kayabasi ve Mtetwa (2016) çalışmasında; pazarlama etkinliği, pazarlama yetenekleri ve ihracat pazarı oryantasyonunun, ihracat performansı üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamış, Türkiye’de Ege bölgesinde faaliyet gösteren 443 ihracatçı firmayı araştırmıştır. Bulgular, ihracat pazar yöneliminin pazarlama yetenekleri ve pazarlama etkinliği üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ve pazarlama etkinliğinin ihracat performansı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Nas ve Kalaycıoğlu (2016), CEO, yönetim kurulu yapısı ve yönetim kurulu büyüklüğünün ihracat performansı üzerindeki etkilerini araştırmış, Türkiye’deki 221 adet ihracatçı firmayı incelemiştir. Çalışma sonuçlarına göre, yönetim kurulu büyüklüğü ile ihracat performansının tüm ölçütleri arasında önemli ölçüde pozitif bir ilişki olduğu, yönetim kurulunda daha fazla dış yönetici bulunmasının ise negatif bir etkisi olduğu saptanmıştır. Yönetim kurulu başkanı ve CEO pozisyonlarının ayrıştırılması, ihracat performansını önemli ölçüde olumlu yönde etkilemektedir.

Özdemir ve diğ., (2017) çalışmasında, uluslararasılaşma derecesinin ihracat performansına etkilerini belirlemeyi amaçlamış, Türkiye’deki 410 adet ihracatçı firmasını incelemiştir. Araştırma sonuçlarına göre, ikinci dereceden uluslararasılaşma derecesi olarak satış, ülke ve insan faktörleri olarak gruplandırılan boyutların ve bu boyutların firmaların ihracat performansını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Çalışmada yer alan boyutların uluslararasılaşma derecesi ölçümünün literatürdeki diğer araştırmaların sonuçlarını desteklediği ve gelişmekte olan ülkelerdeki firmaların ihracat performanslarını etkilediği görülmüştür.

Durmaz ve Eren (2018), Kaynak Temelli Yaklaşım teorisine göre ihracat performansını değerlendirmeyi amaçlamış, Türkiye’de İstanbul ilindeki 291 adet ihracatçı firmayı araştırmıştır. Sonuçlar, pazarlama planlama yeteneklerinin ve hizmet farklılaştırma yeteneklerinin ihracat performansı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Firmaların bilgi ve deneyimlerinin pazarlama planlama yetenekleri üzerindeki ezici etkisi

bulgularından biridir. Ürün geliştirme yetenekleri ile hizmet farklılaştırma yetenekleri arasında bir ilişki saptanmamıştır.

İpek ve Tanyeri (2020), firma kaynaklarının moderatör rolü ile ana ülke kurumsal itici güçleri ve ihracat pazarı oryantasyonunun performans sonuçlarının değerlendirilmesi yönünde bir çalışma gerçekleştirmiş, Türkiye'deki 221 adet ihracatçı firmayı incelemiştir. Bulgular, çevrenin düzenleyici etkisinin, ihracat performansını geliştirmede araç olan ihracat pazar yöneliminin iyileştirilmesine elverişli olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca ampirik kanıtlar aynı zamanda daha yüksek düzeyde bilgiye dayalı ve yönetsel kaynakların ana ülke kurumları ile ihracat pazarı yönelimi arasındaki bağı güçlendirdiğini göstermektedir.

Hızarcı Payne ve Katrinli (2020) çalışmasında, ihracat departmanlarında çalışanların ihracat performansına etkisini araştırmış, Türkiye'de İzmir ilindeki imalatçı ihracatçı firmalardan 18 adet ihracatçı firmadan 23 yönetici ile çalışmayı gerçekleştirmiştir. Sonuçlar, ihracat departmanı çalışanlarının örgütsel vatandaşlık davranışı ve iletişim becerilerinin, firma yeteneklerinin gelişimini destekleyen en çok vurgulanan özellikler olduğunu ve bunun da ihracat performansını artırdığını göstermektedir. Ayrıca, ekip çalışması, firma yeteneklerine katkıda bulunan başka bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır.

Acikdilli ve diğ., (2022), bazı ihracat şirketlerinin neden diğerlerinden daha iyi performans gösterdiğini, Kaynak Temelli Yaklaşım teorisini kullanarak incelemeyi amaçlamış, Türkiye'deki 346 adet ihracatçı KOBİ'yi araştırmıştır. Çalışma sonuçları, hem ihracat pazar yöneliminin hem de pazarlama becerilerinin ihracat performansı üzerinde doğrudan olumlu etkilere sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca, rekabet yoğunluğunun, ihracat pazar yönlülüğünün ihracat performansı üzerindeki etkilerini zayıflattığı tespit edilmiştir.

Gerçekleştirilen literatür incelemesi sonunda, ihracat performansı üzerine yapılan uluslararası çalışmaların perspektifini ve analiz yöntemlerini içeren, özetini sunan tablo 2.4. hazırlanmıştır. İhracat performansı üzerine yapılan 53 adet uluslararası çalışma tabloda yer almaktadır.

Tablo 2.4. İhracat Performansı Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Tookey, (1964)	İhracat Amacını ve Kazanımlarını Etkileyen Faktörler Hakkında Bilgi Toplamak	İngiltere Leicester, çorap ve triko endüstrisi imalatçı firmaları	Nicel Analiz (Anket)	İhracat pazarlama yöntemlerinde ve ihracat faaliyetlerinin kullanımında gerçekleştirilecek bir iyileştirmenin, ihracatın artmasına katkıda bulunacağını tespit etmiştir.
Bilkey ve Tesar, (1977)	İhracat Süreç Gelişiminde Aşamalar Yaklaşımı	ABD Wisconsin, 1974, 423 adet KOBİ imalat firması	Nicel Analiz (Anket)	Firmaların ihracat geliştirme sürecinin altı aşamada gerçekleşme eğiliminde olduğu saptanmıştır.
Bilkey, (1978)	Firma İhracat Davranışı Üzerine Literatür İncelemesi	11 ülkedeki 43 ihracatçı firma üzerine yapılan çalışmalar	Literatür – Meta analiz	Çalışmalar, ihracat motivasyonu, ihracattaki engeller, yönetimin kalitesi, firma büyüklüğü, ihracat hedefi, ihracat riski üzerine bulgulardan oluşmaktadır.
Cavusgil ve Nevin, (1981)	Firmanın İhracat Davranışı Belirleyicileri	ABD Wisconsin İmalatçılar Derneği'ne kayıtlı firmalar arasında 816 adet firma	Nicel Analiz (Anket)	Birtakım yönetim ve firma özelliklerinin, firmaların ihracat pazarlama davranışındaki varyasyonunun önemli bir bölümünü açıkladığı saptanmıştır.
Bilkey, (1982)	Firmanın İhracat Davranışı Belirleyicileri	ABD Wisconsin 168 adet imalat firması	Nicel Analiz (Anket)	Arz yönlü ihracat pazarlaması analizinin, ihracat karlılığıyla ilişkili değişkenlerini belirlemek için yapılan analizlerde; İlk olarak, yönetimin ihracatın göreceli karlılığına ilişkin algıları, firmaların ihracat deneyiminin uzunluğu ile negatif, firmaların ihracat ettiği toplam satışların yüzdesi ile pozitif olarak ilişkili olduğu saptanmıştır.

Tablo 2.4. (Devam) İhracat Performansı Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Cavusgil, (1984)	Firmanın İhracat Davranışı Belirleyicileri	ABD İmalat firmaları	Nicel Analiz (Anket)	Çeşitli organizasyon ve yönetici özellikleri ile firmadaki ihracat faaliyeti düzeyinin ampirik olarak araştırılmasında, ihracat faaliyeti ile beş önemli ilişki ve en az aktif olandan en aktif ihracatçıya kadar yedi farklı ihracatçı türü ortaya konmuştur.
Aaby ve Slater, (1989)	Firma İhracat Performansının Belirleyicileri	İhracat performansı üzerindeki yönetim etkilerini çeşitli ülkeler üzerine araştıran 1978-1988 yılları arası ampirik çalışmalar	Literatür – Meta analiz	İhracat Performansı Üzerindeki Yönetim Etkilerini çeşitli ülkeler üzerine araştıran 1978-1988 yılları arası çalışmalar derlenmiş, sistemleştirilmiş ve karşılaştırılmıştır.
Chetty ve Hamilton, (1993)	Firma İhracat Performansının Belirleyicileri	1978-1991 yılları arası ihracat performansı konusunda yayınlanan 100 adet çalışma	Literatür – Meta analiz	1978'den 1991'e kadar ihracat performansı konusunda yayınlanan 100 adet çalışma derlenmiş, sistemleştirilmiş ve karşılaştırılmıştır.
Cavusgil ve Zou, (1994)	Pazarlama Stratejisi-Performans İlişkisi	ABD Illinois, Indiana, Michigan, Ohio ve Wisconsin'deki ticaret birlikleri üyesi ihracatçı firmalar	Nicel Analiz (Anket)	Araştırma sonuçları, ihracat pazarlama stratejisinin, firmanın uluslararası yeterliliğinin ve yönetim taahhüdünün ihracat performansının temel belirleyicileri arasında olduğu iddiasını desteklemektedir. İhracat pazarlama stratejisinin, iç (firma ve ürün özellikleri) ve dış faktörlerden (endüstri ve ihracat pazarı özellikleri) etkilendiği tespit edilmiştir.
Styles ve Ambler, (1994)	Pazarlama Stratejisi-Performans İlişkisi	Birleşik Krallık 1992 yılı Kraliçe'nin İhracat Başarı Ödülü'nü kazanan 127 adet firma	Nicel Analiz (Anket)	İhracatçıların performanslarını iyileştirmek için ilişki faktörlerine daha fazla önem vermeleri gerektiği sonucuna varılmıştır.

Tablo 2.4. (Devam) İhracat Performansı Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Leonidou ve Katsikeas, (1996)	İhracat Geliştirme Süreci	Literatürdeki ihracat geliştirme modelleriyle ilgili ampirik çalışmaların bütüncül bir incelemesi	Literatür – Meta analiz	Konuyla ilgili ana modeller gözden geçirilmekte, yapısal özellikleri tanımlanmakta, bunların doğrulanması için kullanılan metodolojileri değerlendirilmekte ve değerlendirmelerden ortaya çıkan temel kavramsal sorunlar analiz edilmektedir.
Zou ve Stan, (1998)	İhracat Performansının Belirleyicileri	1987-1997 yılları arasında yayınlanan ihracat performansının belirleyicilerine ilişkin ampirik literatür	Literatür	Araştırma aralığı olan 10 yıldaki yeni gelişmeler incelenmiş ve ihracat performansı araştırmalarındaki eğilimler tespit edilmiştir.
Piercy, Kaleka ve Katsikeas, (1998)	İhracat Performansının Belirleyicileri - üstün ihracat performansının temellerinin araştırılması	İngiltere ihracat pazarı girişimcisi firmalar	Nicel Analiz (Anket)	Üstün ihracat performansı, belirli yetkinliklerde (ihracatta rekabetçi beceriler) ve yeteneklerde (ihracattaki rekabetçi kaynaklar) izlenebilecek temel rekabet avantajlarının oluşturulmasına bağlıdır.
Styles ve Ambler, (2000)	İlişkisel değişkenlerin (sosyal öğrenme, deneyim ve iş ilişkileri) ihracat performansı üzerindeki etkisi	Avustralya ve Birleşik Krallık 1203 adet ihracatçı firma	Nicel Analiz (Anket)	Sonuçlar, ihracat performansında sosyal öğrenmenin ve ilişkisel değişkenlerin önemini destekler nitelikte çıkmıştır.
Wolff ve Pett, (2000)	Pazarlama Yeteneklerinden Rekabet Avantajı ve İhracat Performansı ilişkisi	ABD 157 adet Küçük Ölçekli Firma	Nicel Analiz (Anket)	Küçük firmaların ihracat faaliyetlerinde kullandıkları rekabet modeline göre kendi aralarında farklılık gösterdiği ortaya kondu. Daha büyük (küçük) firmalar, büyüklükle ilgili kaynaklarıyla tutarlı rekabetçi modeller sergiledikleri, daha küçük (küçük) firmaların ise sergilemedikleri görülmüştür. Bu firmalar arasında ihracat yoğunluğu açısından önemli bir fark bulunmamıştır.

Tablo 2.4. (Devam) İhracat Performansı Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Leonidou, Katsikeas ve Samiee, (2002)	İhracat performansını etkileyen pazarlama stratejisi unsurlarının belirlenmesi	İhracat pazarlama stratejisi ve performans ilişkisi üzerine ampirik çalışmaları ve bilgileri sentezlemeyi amaçlamaktadır.	Literatür – Meta analiz	Birçok pazarlama stratejisi değişkeni genel ihracat performansı üzerinde olumlu etkiler gösterse de ilişki her zaman anlamlı değildir. Çeşitli araştırmalarda incelenen ihracat performansı ölçümlerinde, satışların ihracat oranıyla ilgili olarak daha güçlü etkileri gözlenir. Çalışma zamanı, coğrafi odak ve ürün tipi, pazarlama stratejisi unsurlarının ihracat performansı üzerindeki etkisi üzerinde sınırlı bir etkiye sahiptir.
Zhang, Cavusgil ve Roath, (2003)	İhracat Pazarındaki Rekabet Gücü ve İhracatçı Üreticilerin İlişkisel Kaideler Yoluyla Yönetişim Kullanımı Arasındaki İlişkiyi Araştırmak	ABD 50'den fazla çalışanı olan 800 adet imalat firması	Nicel Analiz (Anket)	Araştırma, ihracat pazarındaki rekabet gücü ile üreticinin ilişkisel kaideler yoluyla yönetim kullanımı arasındaki hem doğrudan hem de dolaylı etkileri destekleyen ispatlar bulmaktadır. Dolaylı etki, sınır ötesi ilişkilerde ilişkisel yönetişimin rolünün anlaşılmasına önemli bir katkı sağlayan bir bulgu olan güvenin aracı rolünden kaynaklanmaktadır.
Chryssochoidis ve Theoharakis, (2004)	İhracatçı - İthalatçı İkilisinin Rekabet Avantajını Nasıl Yarattığını ve Sürdüdüğünü Gösteren Kritik Faktörlerin Tanımlanması	Yunanistan Her sektörden 125 adet ithalatçı firma	Nicel Analiz (Anket)	Ürün teknolojisi gelişmişliğinin (PTS), ürün ve hizmet kalitesinin ve ithalatçının stratejik hedeflerinin rekabet avantajı elde etmek için önemli olduğunu, fiyat rekabetçiliği ve ihracatçıya duyulan güvenin ise önemli olduğunu tespit etmiştir.
Styles, Patterson ve Ahmed, (2008)	İlişkisel mübadele teorisinden hareketle hem geçmiş hem de gelecekteki mübadelelerle ilgili karşılıklı algıların araştırılması	Avustralya-Tayland 125 adet ihracatçı-ithalatçı ortaklığı olan firma	Nicel Analiz (Anket)	Sonuçlar, pazar taahhüdünün ihracat performansı ile ilişkili olduğu ve her bir ortağın diğerinin taahhüdüne, ilişkiye özgü yatırımlara ve bağımlılığa ilişkin algısının karşılıklı bir döngü tarafından yönlendirildiğine dair teorisinin iddiasını desteklemektedir. Bu taahhüt döngüsü, her bir ortağın diğerine olan güveninden (geçmiş alışverişlerden) etkilenir ve farklı taahhüt türleri ile bağlantılı farklı güven türleri vardır. Güven ve bağlılığın daha sonra hem kişilerarası faktörlerle (yani, etkili iletişim, kültürel duyarlılık ve partnerin sevilirliği) hem de firma faktörleriyle (partnerin itibarı ve yeterlilikleri) ilişkili olduğu bulunmuştur.
Moghaddam, Hamid, Rasid ve Darestani, (2011)	İhracat Pazarlama Stratejisi Belirleyicilerinin Firma İhracat Performansına Etkisini İncelemek	1993-2010 yılları arasında yayınlanan İhracat Pazarlama Stratejisi Belirleyicilerinin Firma İhracat Performansına Etkisini konu alan ampirik literatürün incelenmesi	Nitel Değerlendirme	Çalışmada ihracat pazarlama stratejisi; fiyat stratejisi, ürün stratejisi, tutundurma stratejisi, yer stratejisi olarak sınıflandırılmıştır. Daha sonra ihracat pazarlama stratejisinin boyutları ve ihracat pazarlama stratejisi ile firma ihracat performansı arasındaki ilişki hakkında detaylı analizler yapılmış, önceki çalışmaların sonuçlarına değinilmiştir.

Tablo 2.4. (Devam) İhracat Performansı Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Wang, Cao, Zhou ve Ning, (2013)	Teknoloji ile İhracat Performansı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi	Çin 141 adet imalat firması	Nicel Analiz (Anket)	Ampirik sonuçlar, harici teknoloji satın almalarının Çinli firmaların ihracat performansını olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Ayrıca, dış teknoloji kullanımının ihracat performansı, kaynaklarına (yerli ve yabancı) bağlı olarak değiştiği saptanmıştır. Teknolojiyi yabancı ülkelerden alan ihracatçı firmaların, yerli teknolojiye güvenenleri geride bıraktığı görülmektedir.
Theodosiou ve Katsikea, (2013)	İhracat Bilgi Sistemi Öncüllerinin ve Performans Sonuçlarının İncelenmesi	Birleşik Krallık Ülke ihracatının büyük bir kısmını oluşturan altı farklı endüstriyel sektörden rastgele 1000 adet firma	Nicel Analiz (Anket)	Bulgular, küçük ve orta ölçekli ihracatçıların başarısında bilgi işleminin kritik rolünü desteklemektedir.
Zhang ve Zhu, (2014)	Pazar Yönelimi, Ürün Yeniliği ve İhracat Performansı Arasındaki İlişkiyi Araştırmak	Çin 283 adet İmalat Firması	Nicel Analiz (Anket)	Sonuçlar, Kaynak Temelli Yaklaşım (RBV) teorisine dayanan ürün inovasyonu yoluyla doğrudan ve dolaylı olarak pazar yöneliminin ihracat performansı üzerindeki etkisinin teorik açıklamalarına destek sağlamaktadır. Çalışma, inovasyon odaklılığı ve inovasyon kaynaklarını geliştirmek ve teşvik etmek için pazar odaklı bir kültürün önemini vurgulamaktadır. Çevresel türbülansın, pazar yönelimi ile genel ihracat performansı arasındaki ilişki üzerinde pozitif düzenleyici bir etkiye sahip olduğu kanıtlanmıştır.
Erdil, (2014)	Dış Aracılık İlişkisi Kalitesinin İhracat Performansı Üzerindeki Rolünün Araştırılması	Türkiye İstanbul 104 adet ihracatçı firma	Nicel Analiz (Anket)	Literatürle uyumlu olarak, güven ve işbirliğinin ihracat performansı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi yoktur ve firmalar arası ilişki devamlılığı için bağlılık, ihracat performansını olumlu yönde etkilemektedir. Taahhüdün ihracat performansı ile olumlu yönde ilişkisi saptanmıştır.
Mutlu ve Aksoy, (2014)	Stratejik Yönelimler, Firma Yetenekleri ve İhracat Performansı Arasındaki İlişkiyi Araştırmak	Türkiye 33 adet mücevherat ihracatçısı firma	Nicel Analiz (Anket)	Sonuçlar, araştırma değişkenleri olan stratejik yönelimler (müşteri, girişimcilik ve marka) ile ihracat performansı arasında güçlü ilişkilerin olduğunu göstermiştir. İhracat performansı ile hem ülke hem de ürün çeşitliliği arasındaki ilişki pozitifdir. Bulgular, ihracatçı firmalar için çeşitliliğin önemini vurgulamaktadır.

Tablo 2.4. (Devam) İhracat Performansı Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Tan ve Sousa, (2015)	Pazarlama Yeteneklerinden Rekabet Avantajı ile İhracat Performansı Arasındaki İlişkiyi İncelemek	Pazarlama Yetenekleriyle İlgili Literatürün Bir Meta-Analizi	Literatür – Meta analiz	Çalışma, pazarlama yetenekleri ile ihracat performansı arasındaki ilişkide rekabet avantajının önemli bir aracı role sahip olduğunu ortaya koymaktadır. İki tür rekabet avantajının (düşük maliyet avantajı ve farklılaşma avantajı), pazarlama yeteneklerinin ihracat performansı üzerindeki etkisine pozitif olarak aracılık ettiği tespit edilmiştir.
Abiodun ve Mahmood, (2015)	KOBİ'lerde İhracat Performansının Artırılması: İhracatın, Rollerin Çalkantılı Olduğu Ortamda Pazar Yönelimi ve Öğrenme Yönelimi	Nijerya 201 adet ihracatçı KOBİ	Nicel Analiz (Anket)	İhracat pazar yönelimi ve öğrenme yöneliminin, ihracat performansı ile pozitif ilişkisi tespit edilmiştir. Çalışmaya göre çevresel türbülans, ihracat pazar yönelimi ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi düzenlemektedir.
Erdil ve Özdemir, (2016)	Pazarlama Karması Stratejisi ile Dış Pazarlarda İhracat Performansını Etkileyen Etmenler Arasındaki İlişkinin Belirleyicilerinin Tespit Edilmesi	Türkiye İstanbul 118 adet Tekstil sektörü ihracatçı firması	Nicel Analiz (Anket)	Ampirik sonuçlar, Türk giyim ihracatçı firmalarında firma özelliklerinin, çevresel özelliklerin, uluslararası deneyimin ve uluslararası bağlılığın daha yüksek ihracat performansı ile bağlantılı olduğunu göstermektedir. Diğer bir bulgu, pazarlama karması stratejisinin ilişki üzerinde aracılık etkisine sahip olduğuna işaret etmektedir.
Chen, Sousa ve He, (2016)	İhracat Performansının Belirleyicilerini Tespit Etmek	2006-2014 yılları arası yayınlanan ihracat performansının belirleyicileri hakkındaki son çalışmalar	Nitel Değerlendirme	Sonuçlar, makale kapsamındaki dokuz yılda önemli ilerleme kaydedildiğini ve çok sayıda yeni belirleyicinin belirlendiğini, veri kalitesi ve istatistiksel yanlışlıkların büyük ilgi gördüğünü, etkileşim ve dolaylı ilişkilerin dikkate alındığını göstermektedir.
Kayabasi ve Mtetwa, (2016)	Pazarlama Etkinliği, Yeteneklerinin ve İhracat Pazarı Oryantasyonunun İhracat Performansı Üzerindeki Etkisini Belirlemek	Türkiye Ege bölgesinde faaliyet gösteren 443 ihracatçı firma	Nicel Analiz (Anket)	Bulgular, ihracat pazar yöneliminin pazarlama yetenekleri ve pazarlama etkinliği üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ve pazarlama etkinliğinin ihracat performansı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 2.4. (Devam) İhracat Performansı Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Nas ve Kalaycıoğlu, (2016)	CEO, Yönetim Kurulu Yapısı ve Yönetim Kurulu Büyüklüğünün İhracat Performansı Üzerindeki Etkileri	Türkiye 221 adet ihracatçı firma	Nicel Analiz (Anket)	Yönetim kurulu büyüklüğü ile ihracat performansının tüm ölçütleri arasında önemli ölçüde pozitif bir ilişki olduğu, yönetim kurulunda daha fazla dış yönetici bulunmasının ise negatif bir etkisi olduğu saptanmıştır. Yönetim kurulu başkanı ve CEO pozisyonlarının ayrıştırılması, ihracat performansını önemli ölçüde olumlu yönde etkilemektedir.
Navarro-García, Sánchez-Franco ve Rey-Moreno, (2016)	İhracat Faaliyetlerinde İlişkisel Yönetişim Mekanizmalarını Tespit Etmek	İspanya 212 adet ihracatçı firma	Nicel Analiz (Anket)	Sonuçlar, ilişkisel normların bir ihracatçının sonucu üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ve bir ihracatçının distribütörlerine, uluslararası yeterliliklerine ve dış pazarların oynaklığına ne kadar bağımlı olursa, ihracatçının yabancı ülke ile ilişkilerini o kadar sürdürmesi gerektiğini göstermektedir.
Ahn, (2017)	KOBİ İhracatçılarında Yabancı Acente İşlemleri ve Performans Arasındaki İlişki: Uyarlanabilir Yeteneğin Aracılık Etkilerini Belirlemek	Güney Kore 152 adet ihracatçı KOBİ	Nicel Analiz (Anket)	Sonuçlar, bir firmanın yabancı acentelerinin operasyon kalitesinin, sonuç olarak ihracat performansını etkileyen pazar bilgi yönetiminin kalitesini güçlü bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Pazar bilgi yönetimi ile ihracat performansı arasındaki ilişkide, özellikle uyum sağlama yeteneğinin aracı bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Bu, pazar bilgisinin bir dereceye kadar doğrudan ihracat performansına yol açmasına rağmen, ihracat performansının büyük ölçüde uyum yeteneğinin aracılığı ile elde edildiği anlamına gelmektedir.
Özdemir, Altıntaş ve Kılıç, (2017)	Uluslararasılaşma Derecesinin İhracat Performansına Etkilerini Belirlemek	Türkiye 410 adet ihracatçı firma	Nicel Analiz (Anket)	İkinci dereceden uluslararasılaşma derecesi olarak satış, ülke ve insan faktörleri olarak gruplandırılan boyutların ve bu boyutların firmaların ihracat performansını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Çalışmada yer alan boyutların uluslararasılaşma derecesi ölçümünün literatürdeki diğer araştırmaların sonuçlarını desteklediği ve gelişmekte olan ülkelerdeki firmaların ihracat performanslarını etkilediği görülmüştür.
Mudalige, (2017)	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ'ler) İhracat Performansının Öncülleri: Girişimci Davranışı ve Deneyiminin Rolü ve Endüstri Bağlamının Moderasyon Rolünü Belirlemek	Sri Lanka 197 adet ihracatçı KOBİ	Nicel Analiz (Anket)	Çalışma, girişimcilik yönelimi, sosyal sermaye ve beşeri sermaye olarak adlandırılan girişimci yeteneklerinin, KOBİ'lerin ihracat performansı üzerinde önemli bir pozitif etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, Çoklu Grup Analizi (MGA) kullanılarak, KOBİ'nin faaliyet gösterdiği sektör bağlamının ilişki üzerinde ılımlı bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur.

Tablo 2.4. (Devam) İhracat Performansı Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Durmaz ve Eren, (2018)	Kaynak Tabanlı Yaklaşımla İhracat Performansını Değerlendirmek	Türkiye İstanbul 291 adet ihracatçı firma	Nicel Analiz (Anket)	Sonuçlar pazarlama planlama yeteneklerinin ve hizmet farklılaştırma yeteneklerinin ihracat performansı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Firmaların bilgi ve deneyimlerinin pazarlama planlama yetenekleri üzerindeki ezici etkisi bulgulardan biridir. Ürün geliştirme yetenekleri ile hizmet farklılaştırma yetenekleri arasında bir ilişki saptanmamıştır.
Sharma, Sraha ve Crick, (2018)	İhracat Teşvik Programları ve İhracat Performansı: Dış Pazar Çekiciliğinin Arabulucu Rolünü İncelemek	Gana 116 ihracatçı firma üzerinde nicel araştırma, 18 ihracatçı firma yöneticisi ile nitel araştırma ile karma bir yöntem yaklaşımı	Nicel Analiz (Anket) ve Nitel Değerlendirme	Çalışma, dış pazar çekiciliği için tam aracılığın etkisini saptamıştır. Bu durum, İhracat Promosyon Programlarının, dış pazar çekiciliğinin araya giren değişkenliği vasıtasıyla ihracat performansını artırabileceğini göstermektedir.
Faruk ve Subudhi, (2019)	KOBİ'lerin İhracat Performansı: Firma Düzeyinde Kontrol Edilebilir Belirleyiciler Üzerine Bir İnceleme Yapmak	İhracat performansının firma düzeyinde kontrol edilebilir belirleyicileri, Firma Özellikleri, Kaynakları ve Yetenekleri ve ayrıca İhracat Pazarlama Stratejisi ve Yönetim Özellikleri üzerine 63 makalenin incelemesi ve bir model oluşturulması	Nitel Değerlendirme	Literatür taraması sonucunda, firmaların ihracat performansının önemli belirleyicilerini özetleyen bir model önerilmektedir. Bu model, ihracat performansını belirleyen firma düzeyini incelemek için kapsamlı bir temel sağlamaktadır. Bu modeli kullanarak araştırmacılar, faktörlerin kategorilere ve alt kategorilere ayrıldığı ihracat performansını belirleyen firma düzeyini inceleyebilir.
Heredia, Flores, Heredia, Arango ve Medina, (2019)	İnovasyonun İhracat Performansına Etkisini Araştırmak	Brezilya, Meksika, Şili ve Peru 201 adet ihracatçı firma	Nitel Değerlendirme	Teknolojik yetenek derecesinin ihracat pazarına bağlı olduğu bulunmuştur. Gelişmiş pazarlarda, firmalar düşük teknolojik yeteneğe ihtiyaç duyarken, firmalar gelişmekte olan ülkelere ihracat yaptığıında firmaların yüksek derecede teknolojik yetenek geliştirmesi gerekliliği belirtilmiştir. Ayrıca, stratejilerin uygulanması ile yapılandırılması gereken teknolojik yeteneğin, kurumsal faktörlere ve pazarlama kabiliyetine bağlı olduğu saptanmıştır.
Katsikea, Theodosiou ve Makri, (2019)	İhracat Pazarlarında Performansın İtici Gücü Olarak Pazar İstihbaratı Faaliyetleri ile Satış Stratejisi Arasındaki Etkileşimin Belirlenmesi	Yunanistan 168 adet ihracatçı firma	Nicel Analiz (Anket)	İhracat piyasası istihbaratı oluşturma ve yayma faaliyetlerinin, bireysel dış hesaplara hizmet etmek üzere uyarlanmış etkili ihracat satış stratejilerinin geliştirilmesini desteklediği ve kolaylaştırdığını göstermektedir. Ayrıca, ihracat satış stratejisinin tüm stratejik boyutları, ihracat performansı üzerinde önemli olumlu etkiler göstermektedir.

Tablo 2.4. (Devam) İhracat Performansı Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Lundberg, (2019)	Banka İlişkilerinin KOBİ İhracat Performansına Katkılarını Belirlemek	İsveç 135 adet üretici ihracatçı KOBİ	Nicel Analiz (Anket)	İhracat performansı ne kadar yüksekse, uluslararası ticaretin banka finansmanına atfedilen önem de o kadar fazladır. KOBİ'lerin yurt dışında iş yapabilmeleri için bankalar tarafından sağlanan işlem ve/veya döviz hizmetlerinin önemi teyit ve tespit edilmiştir. Ancak pazar sayısı arttıkça etkinin azalması önemli bir sınırlama olarak saptanmıştır. Ayrıca, sonuçlar, ihracat performansı düşük olan KOBİ'lerin, bankaların uluslararası ticaretle ilgili olarak sunabilecekleri danışmanlık hizmetlerine yüksek önem verdiklerini göstermektedir.
Mulyanie ve Sundjajf, (2020)	Uluslararasılaşma Sürecinin Bilgi Yönetimi ve İhracatta KOBİ İhracat Performansına Aracılık Etkisi	Endonezya 154 adet ihracatçı KOBİ	Nicel Analiz (Anket)	Uluslararasılaşma sürecinin bilgi yönetimi ve KOBİ'lerin ihracat performansını etkileyen dinamik yetenekler üzerinde aracı bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur. Bilgi yönetimi ve dinamik yetenekler, KOBİ'lerin ihracat performansı üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Aracılık etkisinin değeri, doğrudan temas etkisinden daha düşüktür. Uluslararasılaşma sürecinin, KOBİ'lerin ihracat performansına yönelik bilgi yönetimi ve dinamik yeteneklerinin etkisini geliştirdiği tespit edilmiştir.
Sraha, Sharma, Crick ve Crick, (2020)	Uluslararası Deneyim, Taahhüt, Dağıtım Uyarlaması ve Performans Arasındaki İlişkinin Tespit Etmek	Gana 116 ihracatçı firma üzerinde nicel araştırma, 18 ihracatçı firma yöneticisi ile nitel araştırma ile karma bir yöntem yaklaşımı	Nicel Analiz (Anket) ve Nitel Değerlendirme	İhracat taahhüdü, uluslararası deneyim ile ihracat performansı arasındaki ilişki üzerinde tam bir aracılık etkisi ortaya koymaktadır. Ayrıca, dağıtım uyarlamasının ihracat taahhüdü – performans ilişkileri üzerindeki düzenleyici etkisini göstermektedir. Çalışmada, ilgili bir firmanın kaynak tabanına katkıda bulunan "paydaşlar" olarak güvenilir araçların, algılanan rolüne ilişkin tespitler sağlanmıştır.
İpek ve Tanyeri, (2021)	Firma Kaynaklarının Moderatör Rolü ile Ana Ülke Kurumsal İtici Güçleri ve İhracat Pazarı Oryantasyonunun Performans Sonuçlarının Değerlendirilmesi	Türkiye 221 adet ihracatçı firma	Nicel Analiz (Anket)	Bulgular, çevrenin düzenleyici etkisinin, ihracat performansını geliştirmede araç olan ihracat pazar yöneliminin iyileştirilmesine elverişli olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca ampirik kanıtlar aynı zamanda daha yüksek düzeyde bilgiye dayalı ve yönetsel kaynakların ana ülke kurumları ile ihracat pazarı yönelimi arasındaki bağı güçlendirdiğini göstermektedir.
Hızarcı Payne ve Katrinli, (2021)	İhracat Departmanlarında Çalışanların İhracat Performansına Etkisini Araştırmak	Türkiye İzmir ili imalatçı ihracatçı firmaları 18 adet ihracatçı firmadan 23 yönetici	Nitel Değerlendirme	Sonuçlar, ihracat departmanı çalışanlarının örgütsel vatandaşlık davranışı ve iletişim becerilerinin, firma yeteneklerinin gelişimini destekleyen en çok vurgulanan özellikler olduğunu ve bunun da ihracat performansını artırdığını göstermektedir. Ayrıca, ekip çalışması, firma yeteneklerine katkıda bulunan başka bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır.

Tablo 2.4. (Devam) İhracat Performansı Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Robb ve Stephens, (2021)	Pazar Oryantasyonunun ve Proaktif Oryantasyonun Güney Afrika KOBİ'lerinin İhracat Performansına Etkilerini Araştırmak	Güney Afrika 259 adet ihracatçı KOBİ	Nicel Analiz (Anket)	Sonuçlar, pazar yönelimi ve proaktif yönelimin, Güney Afrikalı KOBİ'lerin gelişmiş ihracat performansına yol açabilecek önemli unsurları arasında olduğunu göstermektedir.
Gupta ve Chauhan, (2021)	Küçük Firmaların Yeteneklerinin (Ağ Oluşturma, Yenilikçilik ve Pazarlama) İhracat Performansları Üzerindeki Etkisi	76 bağımsız örneklemi içeren ve 30'dan fazla ülkeyi kapsayan 74 güncel ampirik çalışma	Literatür – Meta analiz	İnovasyon, pazarlama ve ağ oluşturma yeteneklerinin küçük firmaların ihracat performansını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu ilişkilerin etki büyüklüğündeki farklılıklar, firmanın menşe ülkesinde (gelişmekte olan/gelişmiş ülke ve bireycilik/toplulukçuluk kültürü) hâkim olan dıştaki iş odaklı çevresel faktörlerin rolü ile açıklanmaktadır.
Haddoud, Onjewu ve Nowiński, (2021)	Çevre Taahhüdü - İhracat Performansı Bağlantısının İncelenmesi	Polonya 409 adet aile şirketi	Nicel Analiz (İkincil veriler)	Çevresel konulara yönelik stratejik taahhüdün ürün yeniliğini değil süreç yeniliğini teşvik ettiği saptanmıştır. Buna karşılık, ürün yeniliği yapmazken süreç yeniliği yapan firmalar ihracat yoğunluğunu artırır. Ayrıca, kalite sertifikalarının, çevre sorunlarına stratejik bağlılık ve ürün yeniliği arasındaki ilişki ile etkileşime girdiği de bulunmuştur.
Ortigueira-Sánchez, Welsh ve Stein, (2022)	Devlet Yenilik Sübvansiyonları Alan KOBİ'lerde Yeniliğin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi	Peru 237 adet ihracatçı KOBİ	Nicel Analiz (Anket)	Bulgular, devlet inovasyon sübvansiyonlarının, beşeri sermayenin ve işbirliğinin inovasyon türleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Aynı şekilde yenilik türleri de üretim ve ihracat performansını olumlu yönde etkilemektedir. Üretim performansı, yenilik türleri ile ihracat performansı arasındaki ilişkiye aracılık etmektedir.
Kalinic ve Brouthers, (2022)	İşlem Maliyetlerine Ek Olarak, Girişimcilik Yönelimindeki Farklılıkların İhracat Kanalı Seçimini ve Sonucunda İhracat Performansını Etkilemesinin Araştırılması	Hollanda ve İtalya 180 adet imalatçı ihracatçı firma	Nicel Analiz (Anket)	Girişimcilik Yönelimi (kurumsal mesafe tarafından yönetilen) etkisinin, ihracat kanalı seçimi modelini önemli ölçüde iyileştirdiği saptanmıştır. Ayrıca, yalnızca işlem maliyeti faktörleriyle değil, aynı zamanda kurumsal mesafe tarafından yönetilen firma düzeyinde girişimcilik yönelimi ile uyumlu ihracat kanallarını seçen firmaların daha yüksek ihracat piyasası performansına sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2.4. (Devam) İhracat Performansı Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Acikdilli, Mintu-Wimsatt, Kara ve Spillan, (2022)	Bazı İhracat Şirketlerinin Neden Diğerlerinden Daha İyi Performans Gösterdiğinin, Kaynak-Avantaj Teorisini Kullanarak, İnceleme	Türkiye 346 adet ihracatçı KOBİ	Nicel Analiz (Anket)	Sonuçlar hem ihracat pazar yöneliminin hem de pazarlama becerilerinin ihracat performansı üzerinde doğrudan olumlu etkilere sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca, rekabet yoğunluğunun, ihracat pazar yöneliminin ihracat performansı üzerindeki etkilerini zayıflattığı tespit edilmiştir.
Kotabe, Ayebale ve Murray, (2023)	Gelişmiş Ülke Çokuluslu Şirketleri ile Alıcı-Tedarikçi İlişkilerine Katılan Gelişmekte Olan Pazar Firmalarının İlişki Çoğulluğu, Çoklu Kaynak Edinimi ve İhracat Performansı Arasındaki İlişki	Polonya 128 adet firma	Nicel Analiz (Anket)	İlişki çoğulluğunun, firmalar arası bu değiş tokuşa katılan gelişmekte olan firmaların teknolojik, pazarlama ve yönetsel kaynakları elde etme kapasiteleri ile pozitif olarak ilişkili olduğu saptanmıştır. Gelişmekte olan pazar firma muadilleri, en fazla faydayı teknolojik ve pazarlama kaynaklarının edinilmesinde sağlar. Ayrıca, gelişmekte olan firmaların, gelişmiş ülke çokuluslu şirketlerinden tedarik edinirken ihracat performanslarını artırmaya çalıştıkları, üstün ihracat performanslarıyla önemli ölçüde ilişkili olanın yönetsel kaynaklar değil, teknolojik ve pazarlama kaynaklarını başarılı bir şekilde satın almaları olduğu tespit edilmiştir.
Sadeghi, Aliasghar ve Bouguerra, (2023)	Uluslararasılaşma Hızı ile Finansal ve Finansal Olmayan İhracat Performansı Arasındaki İlişkide, Firmaya Özgü İki Kilit Yeteneğin; Bilgi Yeteneği Yükseltme ve Uyarlanabilir Yeteneklerin Aracılık Rolünün Araştırılması	Yeni Zelanda 208 adet ihracatçı KOBİ	Nicel Analiz (Anket)	Uluslararasılaşma hızı ile hem bilgi yeteneği yükseltme hem de uyarlanabilir yetenekler arasında pozitif bir ilişki saptanmıştır. Uluslararasılaşma hızının ihracat performansı üzerindeki etkisinin, uyarlanabilir yetenekler aracılığıyla aktarıldığına dair destek bulunmuştur. Bilgi yeteneği yükseltmenin, uluslararasılaşma hızı-ihracat performansı ilişkisine doğrudan aracılık etmemesine rağmen, uyarlanabilir yetenekler için itici bir faktör olarak hareket ettiği ve bunun da ihracat performansına katkıda bulunduğu tespit edilmiştir.

3. FİRMA VERİMLİLİĞİ

Verimlilik (productivity) kelimesi, ilk defa 1494-1555 yılları arasında yaşayan Georgeus Agricola tarafından, De Remetallica (Madenler Üzerine Madeni Nesne) isimli çalışmasında “verimliliği şu yöntemler artırır” şeklindeki cümlesinde kullanılmıştır (Tokya, 2002; s.12; Taşçı 2011; s.179). Verimlilik kavramının bilimsel olarak ilk ortaya çıkışı ise, bilimsel yönetim yaklaşımının önderi kabul edilen Frederic W. Taylor’un 19. yy. başındaki çalışmalarına denk gelmektedir. Taylor iş tasarımı ve yapıma şeklini bilimsel olarak incelemiş ve yeniden düzenlenmesi gerektiğini öne sürmüştür. Taylor’ın yaklaşımında, özellikle israf ve kayıpların mutlak bir şekilde önlenmesi ve uzmanlaşma konuları üzerinde durduğu görülmektedir. Bu yaklaşımı sayesinde işletmede verimliliğin artacağına inanmıştır (Akat ve Atılğan 1992: s.31-32).

En genel anlatımıyla verimlilik, üretim sürecine sokulan çeşitli faktörlerle (girdiler) bu sürecin sonunda elde edilen ürünler (çıktılar) arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir. Savurganlıktan uzak, kaynakları en iyi biçimde değerlendirerek üretmek demektir. Bundan dolayı teknik anlamda verimlilik, "üretilen mal ve hizmet miktarı ile bu mal ve hizmet miktarının üretilmesinde kullanılan girdiler arasındaki oran" olarak tanımlanır ve genellikle bu ölçü, çıktı/girdi olarak formüle edilir (Prokopenko, 2005; s.19).

Verimlilik kavramının ortaya çıkmasından sonra bu kavramla ilgili analizlerin nasıl yapılması gerektiği konusu önem kazanmıştır. Genel olarak verimlilik ölçümleri ekonomi, endüstri veya firma düzeyinde olmak üzere üç ayrı düzeyde yapılmaktadır (Vergil ve Abasız, 2008; s.162).

Bu üç inceleme düzeyinden, ekonomi düzeyi dışındaki alanların da giderek daha çok incelemeye tabi tutulması ve ülkelerin gündemlerinin ön sıralarında yer alır hale gelmesi sonucu, verimlilik tanımında da değişiklik gözlenmeye başlanmıştır. Mikro bazlı firma düzeyindeki araştırmalara daha fazla önem verilmeye başlanmıştır. Dolayısıyla toplam verimlilik anlayışı kapsamında verimliliği, çeşitli üretim ve çevre faktörleriyle teknolojik, ekonomik ve örgütsel yeteneklerin bir bileşimi olarak tanımlamak mümkündür (verimlilik.kutuphanesi.sanayi.gov.tr).

Bu bağlamda firma verimliliği, bir işletmenin belirli bir süre zarfında kullandığı kaynakları ne kadar etkili ve verimli bir şekilde kullanabildiğini ifade eder. Söz konusu bu kaynaklar arasında işgücü, sermaye, zaman, malzeme ve enerji gibi unsurlar bulunur. Verimlilik, genellikle çıktı (ürün veya hizmet) ile girdilerin (kaynaklar) karşılaştırılmasıyla ölçülür. Bir firmanın verimli olması, daha az kaynak kullanarak daha fazla çıktı üretebilmesi anlamına

gelir. Bu, genellikle iş süreçlerinin iyileştirilmesi, teknolojinin etkin kullanımı, işgücü eğitimi ve yönetim stratejilerinin optimize edilmesi gibi faktörlerle sağlanır (Çancı, Alabayır ve Muzır, 2024; s.325).

Firma verimliliği, işletmelerin rekabetçiliği üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Sürdürülebilir yönetim anlayışı çerçevesinde ve rekabet avantajı ekseninde firmaların üretim verimliliklerini yükseltmeleri ve bunu sürekli şekilde gerçekleştirebilmeleri yaşam döngüleri açısından büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda üretim verimliliği, firmaların kullandığı kaynakları belli bir süre zarfında ne derece etkin ve efektif değerlendirdiğini açıkça ortaya koymaktadır. Daha verimli işletmeler genellikle daha rekabetçi fiyatlar sunabilir ve pazarda daha başarılı olabilirler. Aynı zamanda verimli çalışma, çevresel ve sürdürülebilir uygulamalarla da uyumludur. Kısacası, firma verimliliği, bir işletmenin kaynakları en iyi şekilde değerlendirerek daha fazla değer yaratmasını sağlayan kritik bir işletme kavramıdır (Çancı, Alabayır ve Muzır, 2024; s.325).

Bu kritik işletme kavramının ölçümleri; tek bir girdi (kısmi verimlilik), birden fazla girdi (çoklu faktör verimliliği) veya bütün girdiler (toplam verimlilik) için yapılabilmektedir. Bu verimlilik ölçümlerinden hangisinin kullanılacağı esas itibarıyla ölçümün sebebine bağlıdır (Ar, 2006).

Kısmi verimlilik, üretim faktörlerinin her birinin ortalama verimliliklerini gösterir. Toplam faktör verimliliğinin hesaplanmasında ise, tüm üretim faktörleri göz önüne alınır ve hesaplama dâhil edilir. Üretim faktörlerinin her biri, belirli ağırlıkla hesaplamada yer alır (Yavuz, 2003; s.13). Bu noktada, çoklu faktör verimliliği kavramı birden fazla üretim faktörünün verimliliğinin hesaplanmasını ifade etmektedir (Yükçü ve Atağan, 2009).

3.1. Uluslararası Ticaret ve Firma Verimliliği

Firmalar yüksek verimlilikte üretim yapmayı ve verimli üretimleri sayesinde kâr maksimizasyonlarını artırmayı, sürdürülebilirliklerini gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. Bu noktada verimli çalışan, verimlilik sağlayan firmaların uluslararası ticaret eğilimleri ve dışa açıklıkları artabilmektedir.

Bu bağlamda, genel olarak büyümenin ve özellikle verimliliğin artırılmasında uluslararası ticaretin rolü tartışmaları yıllardır süre gelmektedir. Wagner (2007)'e göre, on yıl öncesine kadar bu alandaki ampirik çalışmalarda ihracatın verimlilik artışını destekleyip desteklemediğini test etmek için ülke düzeyinde ya da endüstri düzeyinde veriler

kullanılıyorken, Bernard ve Jensen (1995)'in çalışması ile, bu araştırma öngörüsü değişmeye başlayarak yeni bir literatür ortaya çıkmıştır. Bernard ve Jensen (1995) kendi literatüründe öncü olan çalışmasında, serbest ticaretin esası ile ilgili tartışmalar yerine imalat sektöründeki ihracat firmalarının rolünü araştırmış, aynı endüstride ihracat yapan firmaların ihracat yapmayan firmalara göre farklılıkları mevcut mu, farklılık arz ediyorlarsa bu farklılıkların performans açısından anlamlı olup olmadığı sorularına Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nde 1976-1987 dönemine ait firma düzeyinde pek çok bilgiyi içeren veri setini inceleyerek cevap aramıştır. Bernard ve Jensen (1999) çalışması ile bir önceki çalışmanın devamı niteliğinde bir çalışma daha gerçekleştirmiştir (Özarslan, 2019, ss.7-8).

Verimlilik ile ihracat arasındaki ilişki üzerine firma bazlı çalışmalar incelendiğinde, “self selection” olarak adlandırılan kendi seçimi yaklaşımı karşımıza çıkmaktadır. Bu yaklaşıma göre dış pazarlara açılmanın batık maliyetlerini ancak verimli çalışabilen firmalar üstlenebilir. Dolayısıyla bu firmalar dış piyasalara açılır ve bunun sonucunda da ihracat, verimliliğe ilave bir etki yaratabilir (Clerides ve diğ., 1998; Minondo, 2014). Ayrıca ihracat yapan firmalar genellikle daha rekabetçi, yenilikçi ve yönetim yetenekleri gelişmiş olan bir yapıdadır. Bu nedenle, firmalar kendi yeteneklerine ve kaynaklarına göre uluslararası piyasaya girerler. Diğer bir ifadeyle daha başarılı ve verimli olan firmalar ihracat yaparak uluslararası pazarlara açılabilir. Bu durum, ihracat yapan firmaların genel olarak daha yüksek performansa sahip olduklarını ve bu başarının onların kendi seçimleriyle alakalı olduğunu göstermektedir.

Verimlilik ile ihracat ilişkisi “ihracat yoluyla öğrenme hipotezi” ile de açıklanmaktadır. Buna göre ihracat, firmanın yönetim sisteminde iyileşmeye gitmesine katkı sağlayarak dış piyasalarda firmaların yeni yönetim tekniklerini ve iş yapma biçimlerini öğrenmesi yoluyla verimliliğini artırabilmektedir (Clerides ve diğ., 1998; Bağcı, 2010). İhracat yaparken elde edilen bilgiler ve sahip olunan deneyimler sayesinde firmaların üretkenliklerini ve rekabet avantajlarını artırabilmeleri söz konusudur. Bu noktada ihracat, yeni teknolojilerin öğrenilmesine imkân sağlaması bakımından firmaların uluslararası pazarlarda daha etkili hale gelmelerine de yardımcı olmaktadır. İhracat süreci sayesinde firmalar uluslararası standartlara uyum sağlamak, yeni pazarların dinamiklerini öğrenmek ve yenilikçi yöntemler geliştirmek zorunda kalacaklarından yüksek verimliliğe ulaşmaları ve rekabetçi yapılarını geliştirmeleri daha mümkün hale gelmektedir.

Diğer yandan verimlilik ile ithalat ilişkisi ise, “disipline edici ithalat hipotezi” çerçevesinde incelenmekte ve firmaların dış piyasalar sayesinde daha yoğun rekabetle karşı karşıya kalmaları, firmaların verimliliğini artırmaktadır, şeklinde ifade edilmektedir (Bağcı, 2010).

Ayrıca ithalatın iç piyasadaki firmalar üzerinde disiplinleyici bir etki yarattığını öne sürer. Bu noktada, ithalatın artması iç piyasadaki rekabeti artırmakta ve yerli firmaları daha verimli ve yenilikçi olmaya zorlamaktadır. Firmalara maliyetleri düşürmeleri, kaliteyi artırmaları ve yenilik yapmaları için uygun ortam sağlamakta ve diğer yandan baskı unsuru oluşturmaktadır. Kısacası, dışa açıklığı bulunan veya sadece iç piyasaya üretim yapan firmalar, uluslararası rekabetle başa çıkabilmek veya bu rekabete ayak uydurabilmek için üretim süreçlerini ve ürünlerini sürekli olarak iyileştirmek zorunda kalmaktadır.

Teorideki bu yaklaşımlar açısından, daha önce Bernard ve Jensen (1999) ve diğer çalışmalarda ortaya konan, performans bakımından iyi olan firmaların uluslararası ticaret yaptıkları ve ihracatçı oldukları bulgusu, Melitz (2003) ve Bernard, Eaton, Jensen ve Kortum (2003) çalışmalarında geliştirilen heterojen firma modelleriyle teoriye dökülmüştür. Bu iki çalışma, geliştirdikleri teorik modellerle, aynı endüstride faaliyet gösteren firmaların verimlilik farklılıklarını vurgulamaktadır. Bu modellerde, sektörün verimliliğini artıran etken firma içi verimlilik artışı değil, firmalar arasındaki faaliyetlerin yeniden dağıtılmasıdır (Bernard ve diğ., 2006).

Kısacası, imalatçı firmaların uluslararası ticaret ile ilişkili olmalarının veya olmamalarının diğer bir ifadeyle dışa açık ya da kapalı olmalarının, üretimdeki verimlilikleri açısından birtakım yansımalarının bulunduğu aşikârdır.

Genel olarak verimli firmaların ihracatçı oldukları görülmekle birlikte, uzun vadede verimlilik artışı ve ücret artışında ihracatçı firmaların bir üstünlüğe sahip olabileceği değerlendirilmektedir (Bernard ve Jensen, 1999). İhracat yapan firmaların yapmayanlardan daha büyük, daha verimli, daha sermaye-teknoloji yoğun ve çalışanlarına yüksek maaş ödemeye daha istekli olmaları söz konusu olabilmektedir (Bernard ve Jensen, 1995).

Firmalar verimli üretimlere sahip iken, kendi kendini seçim yoluyla dışa açılırlar, bu bilinçli bir süreçtir. Verimlilik ve ihracat arasındaki ilişki, en makul biçimde düşük maliyetli ve verimli üreticilerin ihracatçı olmayı seçmesiyle açıklanmaktadır (Clerides ve diğ., 1998). Bu yolla dış piyasalardaki rekabete ayak uydurmayı amaçlayan firmalar daha yüksek verimli ve teknolojiyle uyumlu bir üretim yapmayı hedeflerler, bu doğrultuda adımlar atarlar. Burada firmaların verimliliklerini, ihracatçı olmak amacıyla bilinçli şekilde artırdığı görülmektedir. Bu sebeple ihracatçıların, ihracat yapmayanlara göre daha üretken durumda olması da söz konusudur. İhracatçıları ile yerli muadilleri arasındaki verimlilik farkı zaman içinde daha da artmaktadır.

Yabancı piyasalarda bulunmanın firmanın verimlilik olgusu üzerinde, yeniliklere her zaman ayak uydurmaya çalışması ve kendini buna entegre etme gayretleri açısından önemi büyüktür. Firmalar kendi ülkelerinde sahip olmadıkları teknolojiyi doğrudan yabancı yatırım, ihracat ve ithalat yoluyla elde ederek, uluslararası ticaret ile öğrenebilir konuma gelmektedir (Çancı, Alabayır ve Muzır, 2024; s.326).

Öğrenme etkisi açısından ise, uluslararası ticaretteki öğrenme etkisinin deneyimli ihracatçılar arasında daha belirgin olduğu, piyasaya yeni giriş yapan firmalarda ise öğrenme etkisinin zaman alması durumu mevcuttur (Kraay, 1999).

Yeni teknolojilerin üretim için kullanılmasını sağlayan ve teknoloji seviyesini yükselten firmalar verimliliklerini ve dolayısıyla ihracat performanslarını bu sayede daha kolay artırabilirler. Dış piyasalarda yer almayan firmaların üretimlerinin verimliliği ise daha sorunsal ve gelişime kapalı olabilmektedir. Çoğu kez yüksek verimlilikten, dış pazarlarda mevcudiyete bir nedensellik bağlantısı söz konusudur (Arnold ve Hussinger, 2005). Ayrıca firmaların Ar-Ge faaliyetleri içinde olması, inovasyona önem vermesi, günceli sürekli takip etmesi, verimlilik ve ihracat seyirlerinin pozitif eğilim göstermesinde etkili rol oynamaktadır.

3.2. Firma Verimliliği ve İthalat / İhracat İlişkisi Üzerine Literatür

Bu kısımdaki literatür incelemesinde, çalışmamız için önem arz eden bir diğer anahtar kelime olan firma verimliliği kavramı üzerinde durulmuştur. Söz konusu alanda daha önce Türkiye özelinde ve diğer ülkeler kapsamında gerçekleştirilen uluslararası çalışmalar araştırılmış ve firma bazındaki mikro ölçekli çalışmalara odaklanılmıştır.

Rhee ve diğ., (1984) çalışmasında, Kore firmalarının dünya pazarlarındaki rekabet gücünü ve pazarlara girişini araştırmış, Güney Kore'deki 113 adet ihracatçı firmayı 1976 yılı zaman aralığında incelemiştir. Sonuçlara göre, Koreli firmaların kendi ülkelerinde sahip olmadıkları teknolojiyi ithal ettikleri ve bu teknolojiye bir süre sonra hâkim oldukları vurgulanmıştır. Araştırma, firmaların teknoloji transferine ilgilerini ve ihracat yaparak öğrendiklerini göstermiştir.

Bernard ve Jensen'in (1995) çalışması ise, yeni bir literatür ortaya çıkarması açısından önem taşımaktadır. Çalışmadan on yıl öncesine kadar ilgili ampirik çalışmalarda "ihracatın verimlilik artışını destekleyip desteklemediğini sınamak için" ülke düzeyinde ya da endüstri düzeyinde veri kullanılmakta iken, söz konusu çalışmayla birlikte firma bazlı mikro veri kullanılmış ve bakış açısı daha da spesifikleşmiştir. İhracat firmalarının imalat sektöründeki

rolü incelenerek, bu anlamda yeni bir literatürün başlamasına öncülük edilmiştir. Söz konusu çalışmada, ihracat yapan tesislerin çeşitli özelliklerinin incelenmesi ve ihracatçıların performansı üzerinden istihdam, çıktı ve işgücü verimliliğin artışının araştırılması amaçlanmıştır, Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'ndeki imalat firmaları içinden 50.000 üzeri firma ile 1976-1987 yılları panel veriyle inceleme gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın sonucunda, ihracat yapan firmaların yapmayanlardan daha büyük, daha verimli, daha sermaye-teknoloji yoğun ve çalışanlarına yüksek maaş ödemeye daha istekli olduklarıyla ilgili kanıtlar ortaya konmuştur.

Clerides ve diğ., (1998), ihracat ve üretkenlik arasındaki nedensel bağlantıları analiz etmeyi amaçlamış, Kolombiya, Fas ve Meksika'daki firmalar için panel veri incelemesi gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda, ihracat deneyiminin maliyetler üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı ya da maliyetleri artırma eğiliminde olduğu görülmüştür. İhracat ve verimlilik arasındaki ilişki, en makul biçimde düşük maliyetli üreticilerin ihracatçı olmayı seçmesiyle açıklanmıştır. İhracat yaparak öğrenme hipotezi ise desteklenmemiştir.

Bernard ve Jensen (1999), iyi firmaların ihracatçı olup olmadıklarını veya ihracatın firma performansını iyileştirip iyileştirmediğini araştırmış, ABD'deki imalat firmaları içinden yıllık olarak yaklaşık 50.000 firmayı kapsayan araştırma, 1984-1988 ve 1989-1992 yılları için dengesiz panel verisi ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucuna göre, iyi firmaların ihracatçı oldukları görülmekle birlikte, uzun vadede verimlilik artışı ve ücret artışında ihracatçı firmaların bir üstünlük sergilemediği tespit edilmiştir.

Kraay (1999), firmaların ihracattan öğrenip öğrenmediğini araştırmayı amaçlamış, Çin'deki 2.105 adet firmayı 1988-1992 yılları için dengeli panel verisi ile incelemiştir. Öğrenme etkisinin yerleşik ihracatçılar arasında daha belirgin olduğu, piyasaya yeni giriş yapan firmalarda ise öğrenme etkisinin önemsiz ve bazen negatif düzeyde olduğu saptanmıştır.

Aw ve diğ., (2000), bir üreticinin toplam faktör verimliliği ile ihracat pazarına katılma seçimi arasındaki bağlantıları incelemiş, Güney Kore ve Tayvan'daki 185.000 üzeri imalat firmasında: Tayvan için: 1981, 1986, 1991; Kore için: 1983, 1988, 1993 yıllarını kapsayan panel veri ile araştırmayı gerçekleştirmiştir. Sonuçlara göre, ihracat yaparak öğrenme hipotezini destekleyen güçlü bulgulara ulaşılmamıştır.

Wagner (2002) çalışmasında, ihracata başlamanın firma performansı üzerindeki nedensel etkilerini araştırmış, Almanya'daki 9.425 adet firmayı 1978-1989 yılları için dengesiz panel verisi ile incelemiştir. Çalışma sonuçlarına göre, ihracata başlamanın istihdam ve ücretlerde

artış olmak üzere iki firma performans göstergesi üzerinde ekonomik ve istatistiki açıdan önemli bir pozitif etkisi olduğu ortaya konmuştur.

Melitz (2003) gerçekleştirdiği çalışmada, uluslararası ticarete maruz kalmanın nasıl yalnızca daha verimli firmaları ihracat pazarına girmeye teşvik edeceğini ve aynı zamanda nasıl en az verimli firmaları çıkmaya zorlayacağını, dışa açıklığı olan ithalat ve ihracat yapan heterojen firmalar özelinde araştırmıştır. Çalışmada oluşturulan model sonuçları, uluslararası ticarete maruz kalmanın yalnızca daha verimli firmaları ihracat pazarına girmeye teşvik edeceğini (bu arada bazı daha az verimli firmalar yalnızca iç pazar için üretim yapmaya devam ederken) ve aynı zamanda en az verimli firmaları çıkmaya zorlayacağını göstermektedir. Ayrıca ilgili endüstrinin uluslararası ticarete maruz kalmasındaki daha fazla artışın, firmalar arasında daha verimli firmalara doğru ilave yeniden tahsislere yol açtığını göstermektedir. Diğer yandan, ihracat maliyetlerinin firmalar arasındaki kazançların dağılımını önemli ölçüde değiştirdiği belirtilmektedir. Sonuçlara göre, aslında firmaların yalnızca bir kısmı, yani daha verimli olanlar, ticaretten pazar payı ve kâr kazancı şeklinde fayda elde etmekte, daha az verimli firmalar her ikisini de kaybetmektedir.

Bernard ve diğ., (2003) çalışmasında, firmalardaki verimlilik dağılımını, ihracatçı olanlarda söz konusu daha yüksek verimliliği ve ihracatçıların büyüklük avantajını araştırmayı amaçlamış, ABD'deki 200.000 adet firmanın 47 adet ticaret ortağı ülke ile olan ticaretini 1992 yılı için incelemiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre; ihracat yapan fabrikalar farklı sektörlere dağılmış durumdadır. İhracatçılar bile gelirlerinin çoğunu yurt içinde elde etmektedir. Üretkenlik, bir sektördeki tesisler arasında önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Sonuçlara bakılınca dış pazarlar tesislerin gelirleri açısından küçük olsa da uluslararası ekonomi yine de hangi üreticilerin verimli olduğunu ve hangilerinin ihracat yapabilecek kadar iyi olduğunu belirlemede önemli bir rol oynamaktadır. İstihdam, ithalat rekabeti nedeniyle düşük verimliliğe sahip tesislerden ihracat pazarlarına yönelen yüksek verimliliğe doğru kaymakta ve toplam üretkenlik artmaktadır.

Girma ve diğ., (2003), 1991-1997 dönemi için ihracat pazarlarından çıkış yapmış imalat firmalarının performans dinamiklerini analiz etmeyi amaçlamış, İngiltere'deki 3.000 üzeri imalat firmasını 1989-1999 yılları için panel veri ile incelemiştir. Sonuçlara göre, yabancı piyasalardan çıkışın, verimlilik üzerinde, piyasadan çıkış yılıyla sınırlı olmak üzere, negatif bir etkiye sahip olduğu, ancak hem istihdam hem de üretim dinamikleri üzerinde zararlı bir etkisinin olduğu bulunmuştur.

Greenaway ve Yu (2004), ihracat ve verimlilik arasındaki etkileşimleri firma düzeyinde incelemeyi amaçlamış, İngiltere'deki 461 adet firmayı 1989-1999 yılları dengesiz panel verisi ile araştırmıştır. Çalışma sonuçlarında, ihracatçıların, ihracat yapmayanlara göre daha üretken olduğu ama aynı zamanda ortalama olarak daha küçük oldukları tespit edilmiştir. İhracatçıları arasındaki bu üstün üretkenlik performansının hem kendi kendine seçim hem de ihracat yaparak öğrenme etkilerinden kaynaklandığı görülmektedir. Diğer çalışmaların aksine, öğrenme etkilerinin yeni girenler arasında önemli ölçüde olumlu, daha deneyimli ihracatçıları için daha zayıf ve köklü ihracatçıları için olumsuz olduğu saptanmıştır.

Arnold ve Hussinger (2005) çalışmasında, imalat firmalarındaki verimlilik ve ihracat arasındaki nedensel ilişkiyi incelemiş, Almanya'daki yaklaşık 400 adet imalat firmasını 1992-2000 yılları için dengesiz panel verisi ile araştırmıştır. Çalışma sonuçlarında, yüksek verimlilikten dış pazarlarda mevcudiyete bir nedensellik bağlantısı tespit edilmiştir. Yüksek verimli firmaların kendilerinin ihracat pazarlarına girmeyi seçtikleri, ancak ihracatın Alman firmalarının üretkenliği için önemli bir rol oynamadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Alvarez ve López (2005), Kendi Kendine Seçim, Dışa Aktararak Öğrenme ve Bilinçli Kendini Seçme; hipotezlerini test etmeyi amaçlamış, Şili'deki 7.000 üzeri imalat firmasını 1990-1996 yılları için panel veri ile incelemiştir. Sonuçlara göre, ihracat yaparak öğrenme hipotezi desteklenmiştir. Kendi kendini seçimin bilinçli bir süreç olduğunu destekleyen bulgulara ulaşılmıştır.

De Loecker (2007) çalışmasında, ihracata başlayan firmaların ihracat pazarlarında kendi seçimlerini kontrol ederek daha üretken olup olmadıklarını incelemiş, Slovenya'daki 6.391 adet firmayı 1994-2000 yılları için dengesiz panel verisi ile araştırmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, genel olarak ihracata girenlerin ihracata başladıklarında daha üretken hale geldikleri görülmektedir. İhracatçıları ile yerli muadilleri arasındaki verimlilik farkı zaman içinde daha da artmaktadır. Bu sonuçlar aynı zamanda sektör düzeyinde de geçerlidir ve özel mülkiyet gibi artan verimlilikle ilişkili olabilecek diğer kontrollere karşı dayanıklıdır. İhracatın (firma düzeyinde) hedefine ilişkin bilgileri kullanarak, yüksek gelirli bölgelere ihracat yapan firmalar için verimlilik artışlarının daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Crespi ve diğ., (2008), ihracatçıların müşterilerden öğrenip öğrenmediğini incelemiş, İngiltere'deki 700 üzerinde imalat ve hizmet sektörü firmasını 1994-1996 ve 1998-2000 yılları arası anketler ile araştırmıştır. Sonuçlara göre, ihracat, müşterilerden öğrenme, verimlilik artışı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ortaya konmuştur.

Serti ve Tomasi (2008), çeşitli firmaların özelliklerine göre Kendi Kendine Seçim ve İhracata Giriş Sonrası Etkiler hipotezlerinin test edilmesini amaçlamış, İtalya'daki 38.771 adet imalat firmasını 1989-1997 yılları için panel verisi ile incelemiştir. Sonuçlara göre, ihracatçıların üstün performansının yalnızca bir pazar seçim mekanizmasından değil, aynı zamanda ihracat faaliyetini takip eden verimlilik iyileştirmelerinden de kaynaklandığı fikri desteklenmektedir. Coğrafi konum, büyüklük ve sektör gibi özelliklere göre giriş sonrası heterojen etkiler bulunmuştur.

Martins ve Yang (2009) çalışmasında, literatürde ihracat ve firma verimliliği arasındaki nedensel ilişkiyi inceleyen 30'dan fazla makalenin meta-analizini gerçekleştirmiş, farklı ülkelere ait firma düzeyli panel verisi ile araştırma yapılan çalışmaları incelemiştir. Sonuçlara göre, ihracatın üretkenlik üzerindeki etkisinin, gelişmekte olan ekonomilerde gelişmiş ekonomilerden daha yüksek olduğunu göstermektedir. Ayrıca ihracat etkisinin, firmaların ihracata başladığı ilk yılda (sonraki yıllara kıyasla) daha yüksek olma eğiliminde olduğunu bulunmuştur.

Yang ve Mallick (2010), İhracat Primi, İhracatta Kendi Kendine Seçim ve İhracat Yoluyla Öğrenme hipotezlerini incelemiş, Çin'deki 2.340 adet firmayı 2000-2002 yılları için araştırmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, ihracat priminin varlığı ortaya konmuş (ihracatçıları, ihracatçı olmayanlara göre daha üretkendir), kendi kendini seçim (daha üretken firmalar ihracatçı olma eğiliminde olan firmalardır) ve ihracat yaparak öğrenme (yeni ihracat pazarına girenler için) hipotezleri desteklenmiştir.

Haidar (2012) çalışmasında, ihracat pazarına girişi ile firmanın üretkenliği arasındaki ilişkiyi araştırmış, Hindistan'daki 33.510 adet firmayı 1991-2004 yılları için dengesiz panel verisi ile incelemiştir. Sonuçlar, daha üretken firmaların ihracatçı haline geldiğini göstererek kendi kendini seçme hipotezinin kanıtını sağlamakta ve ihracat pazarlarına girişin üretkenliği artırdığını göstermektedir. Ancak ihracat yoluyla öğrenmenin Hindistan imalatında büyümeyi körükleyen bir kanal olduğu tespit edilememiştir.

Cirera ve diğ., (2015), ihracat ile toplam faktör verimliliği arasındaki bağlantıyı araştırmış, Brezilya'daki yaklaşık 30.000 adet imalat firmasını 2000-2008 yılları için dengesiz panel verisi ile incelemiştir. Sonuçlar, kendi kendine seçim hipotezini doğrulamakta ve ihracata başlamanın, bir firmanın ihracat yaptığı ilk yıldan itibaren ortaya çıkan ancak yalnızca bir yıl süren fazladan bir TFV (toplam faktör verimliliği) artışı sağladığını göstermektedir.

Liu (2017) çalışmasında, genç firmaların ihracattan yaşlı firmalara göre daha fazla şey öğrenip öğrenmediğini incelemeyi amaçlamış, Çin'deki firmaları 1998-2007 yılları için dengesiz panel verisi ile araştırmıştır. Bulgular, özellikle Ar-Ge faaliyetlerinde bulunan, büyük ölçekli üretime sahip ve özel mülkiyet altındaki eski firmalar için önemli ihracat yoluyla öğrenme etkileri göstermektedir. Ancak, yıllık veya kümülatif ihracat yoluyla öğrenme etkileri, Ar-Ge statüleri ve firma büyüklükleri ne olursa olsun genç firmalar için ya önemsizdir ya da oldukça sınırlıdır.

Plane ve Veganzones-Varoudakis (2018), firmaların yenilikçiliği, üretkenliği ve ihracatı arasındaki etkileşimlerin incelenmesini amaçlamış, Hindistan'daki 3.500 üzeri imalat firmasını panel verisi ile araştırmıştır. Bulgular, inovasyonun üç bileşeni ile firmaların Ar-Ge, inovasyon ve ihracatı arasındaki verimli bir döngüyü vurgulamaktadır. Ar-Ge'nin inovasyon (özellikle ürün inovasyonu), inovasyonun ihracat (özellikle ürün ve pazarlama inovasyonu) ve ihracatın Ar-Ge üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Hintli firmaların inovasyon sürecinde eğitim ve Ar-Ge birbirini güçlendiriyor gibi görünmekte: Ar-Ge yapmak firmaları çalışanlarını eğitmeye teşvik etmekte ve eğitim de karşılığında Ar-Ge'yi teşvik etmektedir.

Pane ve Patunru (2019), İhracat Yoluyla Öğrenme hipotezinin test edilmesini amaçlamış, Endonezya'daki 2.603 adet firmayı 2000-2012 yılları için panel verisi ile incelemiştir. Sonuçlara göre, ihracatçının toplam faktör verimliliğinin ihracat yaşıyla birlikte arttığı ancak doğrusal olmadığı bulunmuştur. Ayrıca, daha büyük ihracatçı firmalar ve belirli sektörlerdeki firmalar daha net bir öğrenme sürecinden geçmektedir. Bununla birlikte, ihracat deneyimi, üretkenliği artırabilse de, "Kendi Kendini Seçme" hipotezini destekleyen, yalnızca baştan itibaren yüksek üretkenliğe sahip olan firmalar için geçerli bir yol olarak tespit edilmiştir.

Brakman ve diğ., (2020) çalışmasında, ihracat yapmayan yüksek performanslı firmaların başarılı bir şekilde ihracat yapmalarını engelleyen faktörleri araştırmış, Hollanda'daki 289.021 adet hizmet ve imalat sektörü firmasını 2010-2016 yılları için panel verisi ile incelemiştir. Sonuçlara göre, yüksek verimliliğin kontrol edilmesi, ihracatçı firmalar için yerine getirilmesi gereken diğer faktörleri tanımlamaktadır. Firma büyüklüğü, ithalat durumu ve yabancı mülkiyet, bir firmanın gelecekteki ihracat faaliyetinin önemli belirleyicileridir. Ayrıca firma konumu çok önemlidir. Daha dış bölgelerde bir konum, yüksek verimli firmaların ihracat yapmama olasılığını artırırken, sınıra yakın bir konum ihracat olasılıklarını artırmaktadır.

Avenyo ve diğ., (2021), üretim yeteneklerine ilişkin yeni göstergeler oluşturmayı ve bunların Afrika firmalarının ihracat performansı üzerindeki etkilerini araştırmayı amaçlamış, 29 Afrika ülkesini kapsayan Dünya Bankası İşletme Anketi verileri ile 15.313 adet firmayı 2013-2018 yılları için panel verisi ile incelemiştir. Çalışma sonuçlarına göre hem teknolojik hem de üretim yeteneklerinin firmaların doğrudan ihracat performansının önemli itici güçleri olduğu bulunmuştur. Bu durum, üstün üretkenlik yeteneklerinin firmaların etkinliğini ve rekabet gücünü arttırdığını ve ihracat performanslarında iyileşmelere yol açtığını göstermektedir. Bulgular, Afrika ülkelerinde üretim kapasitelerinin güçlendirilmesini destekleyen politikaların önemini vurgulamaktadır.

Saeed ve Ullah (2021) çalışmasında, verimliliğin, seçilen sektörler ve ülkelerin ihracat performansı üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamış, Çin, Hindistan, Endonezya, Güney Kore ve Japonya ülkelerini kapsayan 1990-2016 yılları için panel verisi ile araştırma gerçekleştirmiştir. Sonuçlar, TFFV'nin (toplam faktör verimliliği) tarım ve imalat sektörlerinin ihracat performansını önemli ve olumlu bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Bu durum hem uzun hem de kısa vadede seçilmiş gelişmekte olan Asya ekonomilerinin, dolayısıyla ileri üretim teknolojilerinin benimsenmesini teşvik eden politikalar ve ekonomik stratejiler, uzun vadede gelişmekte olan Asya ekonomilerinin ihracatını artıracaktır.

Sahoo ve diğ., (2022), ihracat, verimlilik ve rekabet edebilirlik arasındaki bağlantıyı değerlendirmeyi amaçlamış, Hindistan'daki 650 adet imalat firmasını 1994-2017 yılları için panel verisi ile incelemiştir. Çalışmanın sonuçları, "ihracat yoluyla öğrenme" hipotezini desteklemekte, ancak "kendi kendini seçme" hipotezini desteklememektedir. Ayrıca ihracatın rekabet gücü üzerindeki etkisine bakıldığında, pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir.

Ngoc ve diğ., (2022), heterojen doğrudan yabancı yatırım girişimlerinin (yerli ve ihracat odaklı) yayılma etkilerini ve yerli firmaların toplam faktör verimliliği üzerindeki etkisini incelemiştir. Vietnam'daki 25.000 üzeri imalat firmasını 2011–2014 yılları için panel verisi ile araştırmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, yurtiçi odaklı doğrudan yabancı yatırım işletme grubu açısından: Yatay bağlantılar yoluyla toplam faktör verimliliği yayılımı yerli firmalar için negatif, ihracata katılanlar için pozitif bulunmuştur. Ek olarak, ileri teknoloji sektöründe faaliyet gösterenler dışındaki çoğu yerli girişim için geri bağlantıların toplam faktör verimliliği üzerinde olumsuz bir etkisi vardır. Soğurma kapasitesi, firmaların, İhracata yönelik doğrudan yabancı yatırım ve Yurtiçi odaklı doğrudan yabancı yatırım işletmeleri ile bağlantılar yoluyla üretkenliğini artırmasını sağlamaktadır.

Zhang ve Malikov (2023) çalışmasında, ihracat yoluyla öğrenme ve ihracatçılardan öğrenme olmak üzere iki kanalı da barındıran verimlilik tespitini amaçlamış, Şili'deki imalat firmalarını 1995-2007 yılları için panel verisi ile incelemiştir. Sonuçlara göre, ihracatın yerli firmaların üretkenliğini önemli ölçüde artıran hem doğrudan hem de taşıma etkilerini destekleyen önemli kanıtlar bulunmuştur.

Türkiye üzerine gerçekleştirilen ve literatür araştırmamızda kapsamı açıklaması yapılan, tamamı Social Sciences Citation Index (SSCI) seviyesinde yayınlanmış mikro ölçekli çalışmalara bakıldığında; Yasar ve Rejesus (2005) çalışmasında, ihracat ile firma performansı arasındaki bağlantı için kendi kendine seçim mi yoksa ihracat yaparak öğrenme mi daha makul konumdadır belirlemeyi amaçlamış, Türkiye'deki iki imalat endüstrisindeki firmaları 1990-1996 yılları için panel veri ile incelemiştir. Sonuçlara göre, ihracat yaparak öğrenmenin Türkiye'deki ihracat durumu ile firma performansı arasındaki pozitif korelasyonun nedeni olabileceği desteklenmiştir.

Taymaz ve Yılmaz (2007) çalışmasında, ticaret engellerinin azaltılması durumuna üretkenlik (verimlilik) tepkisini incelemiş, Türkiye'deki 10.350 adet firmayı 1984-2000 yılları için dengesiz panel verisi ile araştırmıştır. Sonuçlar, toplam faktör üretkenliğinin zaman içindeki gelişiminin incelemesinde; koruma oranlarındaki en hızlı düşüşün olduğu dönemlerde, üretkenlik kazanımlarının en yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Ayrıca ithalatla rekabet eden sektörlerde verimlilik artışlarının diğer sektörlerle göre daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Yasar ve diğ., (2007), ihracat yoluyla öğrenmenin belirgin olup olmadığını belirlemeyi amaçlamış, Türkiye'deki iki imalat endüstrisindeki firmaları 1990-1996 yılları için panel verisi ile incelemiştir. Sonuçlar, ihracat yoluyla öğrenme etkilerinin, tekstil ve hazır giyim endüstrisinde, motorlu taşıtlar ve parçaları endüstrisinden istatistiksel olarak daha güçlü olduğunu göstermektedir.

Yasar ve Morrison Paul (2008) çalışmasında, alternatif yabancı teknoloji transfer kanallarının, firmaların üretkenliği üzerindeki nedensellik etkilerini incelemeyi amaçlamış, Türkiye'deki iki imalat endüstrisindeki firmaları 1990-1996 yılları için dengesiz panel verisi ile araştırmıştır. Çalışma sonucunda, doğrudan yabancı yatırım, ihracat ve ithalat yoluyla teknoloji transferinin hem toplam faktör hem de işgücü verimliliği üzerinde olumlu etkileri olduğu, DYY'nin baskın olduğu ve ithalatın en az önemli olduğu bulunmuştur. Ayrıca, uluslararası bağlantılı tesisler ortalama olarak yerli tesislere göre daha iyi üretkenlik ve farklı

özellikler sergilemekte ve verimlilik açıkları yabancı teknoloji transferinden kaynaklanmaktadır.

Aldan ve Gunay (2008), ihracat pazarına girmenin verimlilik ve istihdam üzerindeki etkisini araştırmış, Türkiye'deki 4.498 adet imalat firmasını 1989-2003 yılları için dengesiz panel verisi ile incelemiştir. Bulgulara göre, daha büyük ve daha üretken firmalar ihracat pazarına girmeyi kendileri seçmektedir. Ayrıca, ihracata başlamak emek üretkenliğini ve istihdamı daha da artırmaktadır. Kısacası, kendi kendini seçim ve ihracat yaparak öğrenme hipotezleri desteklenmiştir.

Magioni (2012) çalışmasında, ihracat ile verimlilik arasındaki nedensel ilişkiyi araştırmış, Türkiye'deki 5.783 adet firmayı 1990-2001 yılları için dengesiz panel verisi ile incelemiştir. Sonuçlara göre, kendi kendini seçim ve ihracat yaparak öğrenme hipotezleri desteklenmiştir. İhracatın firmaları daha yüksek verimliliğe ulaştırdığı görülmüştür. İhracat ve ithalat arasındaki ilişki güçlü şekilde ortaya konmuştur.

Kılıçaslan ve Erdoğan (2012), ihracat yaparak öğrenme hipotezini test ederek firmaların ihracat davranışları ile verimlilik arasındaki ilişkiyi analiz etmeyi amaçlamış, Türkiye'deki 1.000 adet firmayı 1997-2007 yılları için dengesiz panel verisi ile incelemiştir. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre, ihracat yaparak öğrenme hipotezi desteklenmemiştir.

Arvas ve Uyar (2014), ihracatın sanayi verimliliği üzerindeki etkilerini, net ihracatçı olma durumuna göre araştırmış, Türkiye'de imalat endüstrisinden 189 adet firmayı 2003-2008 yılları için oluşan panel verisi ile incelemiştir. Sonuçlarda, net ihracatçıların verimlilik artışının, net ithalatçılara kıyasla daha düşük olduğu görülmüştür. Türkiye'deki endüstrilerin, ithalata daha eğilimli oldukları ve ithalat piyasalarında daha rekabetçi oldukları ortaya konmuştur.

Dalgıç ve diğ., (2015) çalışmasında, ihracatçı ve ithalatçı firmaların kendi kendine ticarete girmesi ve farklı ithalat kategorilerinde ihracatçılar ve ithalatçılar arasındaki farklı değişken ve batık maliyetlerin varlığını incelemeyi amaçlamış, Türkiye'deki 38.223 adet firmayı 2003-2010 yılları için dengesiz panel verisi ile araştırmıştır. Bulgulara göre, yalnızca ithalat yapan firmaların, yalnızca ihracat yapan firmalardan daha üstün performans sergiledikleri, ithalatçıların maruz kaldıkları batık maliyet düzeyinin de ihracatçılara kıyasla daha yüksek olduğu görülmüştür. Hem ihracatçılar hem de ithalatçılar için kendi kendini seçim hipotezi desteklenmiştir.

Gerçekleştirilen literatür incelemesi sonunda, daha önce firma verimliliği ile ithalat-ihracat ilişkisi üzerine yapılan uluslararası çalışmaların perspektifini ve analiz yöntemlerini içeren, özetini sunan tablo 3.1. hazırlanmıştır. Firma verimliliği ile ithalat-ihracat ilişkisi üzerine yapılan 38 adet uluslararası çalışma tabloda yer almaktadır.



Tablo 3.1. Firma Verimliliği ve İthalat / İhracat İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Rhee, Ross-Larsen ve Pursell, (1984)	Kore Firmalarının Dünya Pazarlarındaki Rekabet Gücünün ve Pazarlara Girişinin Araştırılması	Güney Kore 113 adet ihracatçı firma 1976 senesi	Nicel Analiz (Anket)	Araştırmada, Koreli firmaların kendi ülkelerinde sahip olmadıkları teknolojiyi ithal ettikleri ve bu teknolojiye bir süre sonra hâkim oldukları ifade edilmiştir.
Bernard ve Jensen, (1995)	İhracat Yapan Tesislerin Çeşitli Özelliklerini İnceleme ve Ayrıca İhracatçıların Performansı Üzerinden İstihdam, Çıktı ve İşgücü Verimliliği Artışını Araştırmak	ABD İmalat firmaları 50.000 üzeri firma 1976-1987 panel	Nicel Analiz (Doğrusal olasılık modeli, Sabit etkiler modeli)	İhracat yapan firmaların yapmayanlardan daha büyük, daha verimli, daha sermaye-teknoloji yoğun ve çalışanlarına yüksek maaş ödemeye daha istekli olduklarıyla ilgili kanıtlar ortaya konmuştur.
Clerides, Lach ve Tybout, (1998)	İhracat ve Üretkenlik Arasındaki Nedensel Bağlantıları Analiz	Kolombiya, Fas ve Meksika Firma bazlı Kolombiya için panel: 1981-1991 Meksika için: panel: 1986-1990 Fas için: panel: 1984-1991	Nicel Analiz (Granger nedensellik testi, Otoregresif maliyet fonksiyonu, Genelleştirilmiş moment yöntemi (GMM Analizi))	İhracat deneyiminin maliyetler üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı veya maliyetleri artırma eğiliminde olduğu görülmüştür. İhracat ve verimlilik arasındaki ilişki, en makul biçimde düşük maliyetli üreticilerin ihracatçı olmayı seçmesiyle açıklanmıştır. İhracat yaparak öğrenme hipotezi ise desteklenmemiştir.
Bernard ve Jensen, (1999)	İyi Firmaların İhracatçı Olup Olmadıklarını veya İhracatın Firma Performansını İyileştirip İyileştirmediğini Araştırmak	ABD İmalat firmaları Yıllık yaklaşık 50.000 firma 1984-1988 ve 1989-1992 dengesiz panel	Nicel Analiz (Regresyon analizi)	İyi firmaların ihracatçı oldukları görülmekle birlikte, uzun vadede verimlilik artışı ve ücret artışında ihracatçı firmaların bir üstünlük sergilemediği tespit edilmiştir.
Kraay, (1999)	Firmaların İhracattan "Öğrenip Öğrenmediğini" Araştırmak	Çin 2.105 adet firma 1988-1992 dengeli panel	Nicel Analiz (Dinamik panel veri tahmini, Kesitsel regresyon)	Öğrenme etkisinin yerleşik ihracatçıları arasında daha belirgin olduğu, piyasaya yeni giriş yapan firmalarda ise öğrenme etkisinin önemsiz ve bazen negatif düzeyde olduğu saptanmıştır.

Tablo 3.1. (Devam) Firma Verimliliği ve İthalat / İhracat İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Aw, Chung ve Roberts, (2000)	Bir Üreticinin Toplam Faktör Verimliliği ile İhracat Pazarına Katılma Seçimi Arasındaki Bağlantıları İncelemek	Güney Kore ve Tayvan 185.000 üzeri İmalat firması: Tayvan için: 1981, 1986, 1991; Kore için: 1983, 1988, 1993 panel	Nicel Analiz (Hopenhayn'ın (1992) dinamik endüstri modeli)	İhracat yaparak öğrenme hipotezini destekleyen güçlü bulgulara ulaşılmamıştır.
Wagner, (2002)	İhracata Başlamanın Firma Performansı Üzerindeki Nedensel Etkilerini Araştırmak	Almanya 9.425 adet firma 1978-1989 dengesiz panel	Nicel Analiz (Eğilim skoru eşleştirme yöntemi)	İhracata başlamanın istihdam ve ücretlerde artış olmak üzere iki firma performans göstergesi üzerinde ekonomik ve istatistiki açıdan önemli bir pozitif etkisi olduğu ortaya konmuştur.
Melitz, (2003)	Uluslararası Ticarete Maruz Kalmanın Nasıl Yalnızca Daha Verimli Firmaları İhracat Pazarına Girmeye Teşvik Edeceğini ve Aynı Zamanda Nasıl En Az Verimli Firmaları Çıkmaya Zorlayacağını Araştırmak	Dışa açıklığı olan, ithalat ve ihracat yapan heterojen firmalar	Nicel Analiz (Hopenhayn'ın (1992) dinamik endüstri modelinin genel denge ortamında tekeli rekabete uyarlanması)	Model, uluslararası ticarete maruz kalmanın yalnızca daha verimli firmaları ihracat pazarına girmeye teşvik edeceğini ve aynı zamanda en az verimli firmaları çıkmaya zorlayacağını göstermektedir. Ayrıca ilgili endüstrinin uluslararası ticarete maruz kalmasındaki daha fazla artışın, firmalar arasında daha verimli firmalara doğru ilave yeniden tahsislere yol açtığını göstermektedir.
Bernard, Eaton, Jensen, ve Kortum, (2003)	Firmalardaki Verimlilik Dağılımını, İhracatçıları Arasında Söz Konusu Daha Yüksek Verimliliği ve İhracatçıların Büyüklük Avantajını Araştırmak	ABD 200.000 adet firma 1992 yılı 47 adet Ticaret Ortağı ülke ile olan ticaret	Nicel Analiz (Ricardo (1817) ile Eaton ve Kortum'un (2002) karşılaştırmalı üstünlükler modeline birçok ülkeyi, coğrafi engelleri ve kusurlu rekabeti dahil ederek genişletilmiş analiz)	Çalışmanın sonuçlarına göre; ihracat yapan fabrikalar farklı sektörlerde dağılmış durumdadır. İhracatçıları bile gelirlerinin çoğunu yurt içinde elde etmektedir. Üretkenlik, bir sektördeki tesisler arasında önemli ölçüde farklılık göstermektedir. Sonuçlara bakılınca dış pazarlar tesislerin gelirleri açısından küçük olsa da uluslararası ekonomi yine de hangi üreticilerin verimli olduğunu ve hangilerinin ihracat yapabilecek kadar iyi olduğunu belirlemede önemli bir rol oynamaktadır. İstihdam, ithalat rekabeti nedeniyle düşük verimliliğe sahip tesislerden ihracat pazarlarına yönelen yüksek verimliliğe doğru kaymakta ve toplam üretkenlik artmaktadır.
Girma, Greenaway ve Kneller, (2003)	1991-1997 döneminde ihracat pazarlarından çıkmış imalat firmalarının performans dinamiklerini analiz etmek	İngiltere 3.000 üzeri İmalat firması 1989-1999 panel	Nicel Analiz (Eğilim skoru eşleştirme yöntemi Farkın farkı tahmincisi)	Yabancı piyasalardan çıkışın, verimlilik üzerinde, piyasadan çıkış yılıyla sınırlı olmak üzere, negatif bir etkiye sahip olduğu ancak hem istihdam hem de üretim dinamikleri üzerinde zararlı bir etkisinin olduğu bulunmuştur.

Tablo 3.1. (Devam) Firma Verimliliği ve İthalat / İhracat İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Greenaway, ve Yu, (2004)	İhracat ve Verimlilik Arasındaki Etkileşimleri Firma Düzeyinde İncelemek	İngiltere 461 adet firma 1989-1999 dengesiz panel	Nicel Analiz (Sabit etkili doğrusal olasılık modeli, Probit Regresyon, Dinamik Panel Araç Yaklaşımı)	İhracatçıların, ihracat yapmayanlara göre daha üretken olduğu ama aynı zamanda ortalama olarak daha küçük oldukları tespit edilmiştir. İhracatçıları arasındaki bu üstün üretkenlik performansının hem kendi kendine seçim hem de ihracat yaparak öğrenme etkilerinden kaynaklandığı görülmektedir. Diğer çalışmaların aksine, öğrenme etkilerinin yeni girenler arasında önemli ölçüde olumlu, daha deneyimli ihracatçıları için daha zayıf ve köklü ihracatçıları için olumsuz olduğu saptanmıştır.
Arnold ve Hussinger, (2005)	İmalat Firmalarında Verimlilik ve İhracat Arasındaki Nedensel İlişkiyi İncelemek	Almanya Yaklaşık 400 adet İmalat firması 1992-2000 dengesiz panel	Nicel Analiz (Probit-Logit Modeller, Regresyon Modeli, Granger Nedensellik Analizi, Eğilim Skoru Eşleştirme Yöntemi)	Yüksek verimlilikten dış pazarlarda mevcudiyete bir nedensellik bağlantısı tespit edilmiştir. Yüksek verimli firmaların kendilerinin ihracat pazarlarına girmeyi seçtikleri, ancak ihracatın Alman firmalarının üretkenliği için önemli bir rol oynamadığı sonucuna ulaşılmıştır.
Alvarez ve López, (2005)	Kendi Kendine Seçim, Dışa Aktararak Öğrenme ve Bilinçli Kendini Seçme; Hipotezlerini Test Etmek	Şili 7.000 üzeri İmalat firması 1990-1996 panel	Nicel Analiz (En küçük kareler yöntemi, Probit modeli)	İhracat yaparak öğrenme hipotezi desteklenmiştir. Kendi kendini seçimin bilinçli bir süreç olduğunu destekleyen bulgulara ulaşılmıştır.
Yasar ve Rejesus, (2005)	İhracat ile Firma Performansı Arasındaki Bağlantı İçin Kendi Kendine Seçim mi Yoksa İhracat Yaparak Öğrenme mi Daha Makul Belirlemek	Türkiye 2 imalat endüstrisindeki firmalar 1990-1996 panel	Nicel Analiz (Eğilim skoru eşleştirme yöntemi Farkın farkı tahmincisi)	Sonuçlara göre, ihracat yaparak öğrenmenin Türkiye'deki ihracat durumu ile firma performansı arasındaki pozitif korelasyonun nedeni olabileceği desteklenmiştir.
De Loecker, (2007)	İhracata Başlayan Firmaların İhracat Pazarlarında Kendi Seçimlerini Kontrol Ederek Daha Üretken Olup Olmadıklarını İncelemek	Slovenya 6.391 adet firma 1994-2000 dengesiz panel	Nicel Analiz (Eğilim skoru eşleştirme yöntemi Farkın farkı tahmincisi)	Genel olarak, ihracata girenlerin ihracata başladıklarında daha üretken hale geldikleri görülmektedir. İhracatçıları ile yerli muadilleri arasındaki verimlilik farkı zaman içinde daha da artmaktadır. Bu sonuçlar aynı zamanda sektör düzeyinde de geçerlidir ve özel mülkiyet gibi artan verimlilikle ilişkili olabilecek diğer kontrollere karşı dayanıklıdır. İhracatın (firma düzeyinde) hedefine ilişkin bilgileri kullanarak, yüksek gelirli bölgelere ihracat yapan firmalar için verimlilik artışlarının daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Tablo 3.1. (Devam) Firma Verimliliği ve İthalat / İhracat İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Taymaz ve Yılmaz, (2007)	Ticaret Engellerinin Azaltılmasına Karşı Üretkenlik Tepkisinin İncelenmesi	Türkiye 10.350 adet firma 1984-2000 dengesiz panel	Nicel Analiz (Olley ve Pakes (1996) modeli Basit regresyon analizi Sabit etkiler regresyonu)	Toplam faktör üretkenliğinin zaman içindeki gelişiminin incelemesinde; koruma oranlarındaki en hızlı düşüşün olduğu dönemlerde, üretkenlik kazanımlarının en yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Ayrıca ithalatla rekabet eden sektörlerde verimlilik artışlarının diğer sektörlerle göre daha yüksek olduğu bulunmuştur.
Yasar, Garcia, Nelson ve Rejesus, (2007)	İhracat Yoluyla Öğrenmenin Belirgin Olup Olmadığını Belirlemek	Türkiye 2 imalat endüstrisindeki firmalar 1990-1996 panel	Nicel Analiz (Olley ve Pakes (1996) yöntemi, Probit modeli)	Sonuçlar, ihracat yoluyla öğrenme etkilerinin, tekstil ve hazır giyim endüstrisinde, motorlu taşıtlar ve parçaları endüstrisinden istatistiksel olarak daha güçlü olduğunu göstermektedir.
Crespi, Criscuolo ve Haskel, (2008)	İhracatçıların Müşterilerden Öğrenip Öğrenmediğini Araştırmak	İngiltere 700 üzerinde İmalat ve Hizmet sektörü firması 1994-1996 ve 1998-2000 arası anketler	Nicel Analiz (Anket)	İhracat, müşterilerden öğrenme ve verimlilik artışı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ortaya konmuştur.
Yasar, ve Morrison Paul, (2008)	Alternatif Yabancı Teknoloji Transfer Kanallarının Firmaların Üretkenliği Üzerindeki Nedensellik Etkilerinin İncelenmesi	Türkiye 2 imalat endüstrisindeki firmalar 1990-1996 dengesiz panel	Nicel Analiz (Eğilim skoru eşleştirme yöntemi)	Doğrudan yabancı yatırım, ihracat ve ithalat yoluyla teknoloji transferinin hem toplam faktör hem de işgücü verimliliği üzerinde olumlu etkileri olduğu, DYY'nin baskın olduğu ve ithalatın en az önemli olduğu bulunmuştur. Ayrıca, uluslararası bağlantılı tesisler ortalama olarak yerli tesislere göre daha iyi üretkenlik ve farklı özellikler sergilemekte ve verimlilik açıkları yabancı teknoloji transferinden kaynaklanmaktadır.
Aldan ve Gunay, (2008)	İhracat Pazarına Girmenin Verimlilik ve İstihdam Üzerindeki Etkisini Araştırmak	Türkiye 4.498 adet İmalat firması 1989-2003 dengesiz panel	Nicel Analiz (Eğilim skoru eşleştirme yöntemi Farkın farkı tahmincisi)	Bulgulara göre, daha büyük ve daha üretken firmalar ihracat pazarına girmeyi kendileri seçmektedir. Ayrıca, ihracata başlamak emek üretkenliğini ve istihdamı daha da artırmaktadır. Kısacası, kendi kendini seçim ve ihracat yaparak öğrenme hipotezleri desteklenmiştir.

Tablo 3.1. (Devam) Firma Verimliliği ve İthalat / İhracat İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Serti ve Tomasi, (2008)	Çeşitli Firmaların Özelliklerine Göre Kendi Kendine Seçim ve Giriş Sonrası Etkiler Hipotezlerinin Test Edilmesi	İtalya 38.771 adet İmalat firması 1989-1997 panel	Nicel Analiz (Eğilim skoru eşleştirme yöntemi Farkın farkı tahmincisi)	İhracatçıların üstün performansının yalnızca bir pazar seçim mekanizmasından değil, aynı zamanda ihracat faaliyetini takip eden verimlilik iyileştirmelerinden de kaynaklandığı fikri desteklenmektedir. Coğrafi konum, büyüklük ve sektör gibi özelliklere göre giriş sonrası heterojen etkiler bulunmuştur.
Martins ve Yang, (2009)	İhracat ve Firma Verimliliği Arasındaki Nedensel İlişkiyi İnceleyen 30'dan Fazla Makalenin Meta-Analizi	Farklı ülkelere ait çalışmalar 30'un üzerinde firma düzeyli çalışma, panel	Meta Analiz	İhracatın üretkenlik üzerindeki etkisinin, gelişmekte olan ekonomilerde gelişmiş ekonomilerden daha yüksek olduğunu göstermektedir. Ayrıca ihracat etkisinin, firmaların ihracata başladığı ilk yılda (sonraki yıllara kıyasla) daha yüksek olma eğiliminde olduğunu bulunmuştur.
Yang ve Mallick, (2010)	İhracat Primi (İhracatçıları, İhracatçı Olmayanlara Göre Daha Üretkendir), İhracatta Seçim (Daha Üretken Firmalar İhracatçı Olma Eğiliminde Olan Firmalardır) ve İhracat Yoluyla Öğrenme (Yeni İhracat Pazarına Girenler) Hipotezlerinin İncelenmesi	Çin 2.340 adet firma 2000-2002	Nicel Analiz (Eğilim skoru eşleştirme yöntemi Farkın farkı tahmincisi)	İhracat priminin varlığı ortaya konmuş, kendi kendini seçim ve ihracat yaparak öğrenme hipotezleri desteklenmiştir.
Maggioni, (2012)	İhracat ile Verimlilik Arasındaki Nedensel İlişkiyi Araştırmak	Türkiye 5.783 adet firma 1990-2001 dengesiz panel	Nicel Analiz (Eğilim skoru eşleştirme yöntemi Farkın farkı tahmincisi)	Kendi kendini seçim ve ihracat yaparak öğrenme hipotezleri desteklenmiştir. İhracatın firmaları daha yüksek verimlilik yörüngesine yerleştirdiği görülmüştür. İhracat ve ithalat arasındaki ilişki güçlü şekilde ortaya konmuştur.
Kılıçaslan ve Erdoğan, (2012)	İhracat Yapararak Öğrenme Hipotezini Test Ederek Firmaların İhracat Davranışları ile Verimlilik Arasındaki İlişkiyi Analiz Etmek	Türkiye 1.000 adet firma 1997-2007 dengesiz panel	Nicel Analiz (GMM Analizi)	İhracat yaparak öğrenme hipotezi desteklenmemiştir.

Tablo 3.1. (Devam) Firma Verimliliği ve İthalat / İhracat İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Haidar, (2012)	Firmanın Üretkenliği ile İhracat Pazarına Katılımı Arasındaki İlişki	Hindistan 33.510 adet firma 1991-2004 dengesiz panel	Nicel Analiz (En küçük kareler yöntemi, Eğilim skoru eşleştirme yöntemi)	Sonuçlar, daha üretken firmaların ihracatçı haline geldiğini göstererek kendi kendini seçme hipotezinin kanıtını sağlamakta ve ihracat pazarlarına girişin üretkenliği artırdığını göstermektedir. Ancak ihracat yoluyla öğrenmenin Hindistan imalatında büyümeyi körükleyen bir kanal olduğu tespit edilememiştir.
Arvas ve Uyar, (2014)	İhracatın Sanayi Verimliliği Üzerindeki Etkileri; TFV ve Verimlilik ile Net İhracatçı Olma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi	Türkiye İmalat endüstrilerinden oluşan panel: 189 imalat endüstrisi 2003-2008	Nicel Analiz (Sabit etkili panel veri yöntemi, Olley ve Pakes (1996) yöntemi)	Net ihracatçıların verimlilik artışının, net ithalatçılara kıyasla daha düşük olduğu görülmüştür. Türkiye'deki endüstrilerin, ithalata daha eğilimli oldukları ve ithalat piyasalarında daha rekabetçi oldukları ortaya konmuştur
Dalgıç, Fazlıoğlu ve Gasiorek, (2015)	İhracatçı ve İthalatçı Firmaların Kendi Kendine Ticarete Girmesi ve Farklı İthalat Kategorilerinde İhracatçılar ve İthalatçılar Arasındaki Farklı Değişken ve Batık Maliyetlerin Varlığını İncelemek	Türkiye 38.223 adet firma 2003-2010 dengesiz panel	Nicel Analiz (OLS ve sabit etkiler regresyonu, Dinamik sabit etkiler modeli Rastgele etkiler dinamik probit modeli)	Yalnızca ithalat yapan firmaların, yalnızca ihracat yapan firmalardan daha üstün performans sergiledikleri, ithalatçıların maruz kaldıkları batık maliyet düzeyinin de ihracatçılara kıyasla daha yüksek olduğu görülmüştür.
Cirera, Lederman, Máñez, Rochina ve Sanchis, (2015)	İhracat ile Toplam Faktör Verimliliği Arasındaki Bağlantı	Brezilya Yaklaşık 30.000 adet İmalat firması 2000-2008 dengesiz panel	Nicel Analiz (GMM Analizi, Stokastik baskınlık teknikleri, Eğilim skoru eşleştirme yöntemi)	Sonuçlar, kendi kendine seçim hipotezini doğrulamakta ve ihracata başlamanın, bir firmanın ihracat yaptığı ilk yıldan itibaren ortaya çıkan ancak yalnızca bir yıl süren fazladan bir TFV artışı sağladığını göstermektedir.
Liu, (2017)	Genç Firmaların İhracattan Yaşlı Firmalara Göre Daha Fazla Şey Öğrenip Öğrenmediğini İncelemek	Çin 1998-2007 dengesiz panel	Nicel Analiz (Eğilim skoru eşleştirme yöntemi Farkın farkı tahmincisi)	Bulgular, özellikle Ar-Ge faaliyetlerinde bulunan, büyük ölçekli üretime sahip ve özel mülkiyet altındaki eski firmalar için önemli ihracat yoluyla öğrenme etkileri göstermektedir. Ancak, yıllık veya kümülatif ihracat yoluyla öğrenme etkileri, Ar-Ge statüleri ve firma büyüklükleri ne olursa olsun genç firmalar için ya önemsizdir ya da oldukça sınırlıdır.

Tablo 3.1. (Devam) Firma Verimliliği ve İthalat / İhracat İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Plane ve Veganzones-Varoudakis, (2018)	Firmaların Yenilikçiliği, Üretkenliği ve İhracatı Arasındaki Etkileşimlerin İncelenmesi	Hindistan 3.500 üzeri İmalat firması panel	Nicel Analiz (OLS ve sabit etkiler regresyonu, GMM Analizi)	Bulgular, inovasyonun üç bileşeni ile firmaların Ar-Ge, inovasyon ve ihracatı arasındaki verimli bir döngüyü vurgulamaktadır. Ar-Ge'nin inovasyon (özellikle ürün inovasyonu), inovasyonun ihracat (özellikle ürün ve pazarlama inovasyonu) ve ihracatın Ar-Ge üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Hintli firmaların inovasyon sürecinde eğitim ve Ar-Ge birbirini güçlendiriyor gibi görünmekte: Ar-Ge yapmak firmaları çalışanlarını eğitmeye teşvik etmekte ve eğitim de karşılığında Ar-Ge'yi teşvik etmektedir.
Pane ve Patunru, (2019)	İhracat Yoluyla Öğrenme Hipotezinin Test Edilmesi	Endonezya 2.603 adet firma 2000-2012 panel	Nicel Analiz (OLS ve Sabit Etkiler Regresyonu, Olley ve Pakes (1996), Levinsohn ve Petrin (2003) yöntemleri)	İhracatçının toplam faktör verimliliğinin ihracat yaşıyla birlikte arttığı ancak doğrusal olmadığı bulunmuştur. Ayrıca, daha büyük ihracatçı firmalar ve belirli sektörlerdeki firmalar daha net bir öğrenme sürecinden geçmektedir. Bununla birlikte, ihracat deneyimi, üretkenliği artırabilse de "kendi kendini seçme" hipotezini destekleyen, yalnızca baştan itibaren yüksek üretkenliğe sahip olan firmalar için geçerli bir yol olarak tespit edilmiştir.
Brakman, Garretsen, van Maarseveen ve Zwaneveld, (2020)	İhracat Yapmayan Yüksek Performanslı Firmaların Başarılı Bir Şekilde İhracat Yapmalarını Engelleyen Faktörleri Araştırmak	Hollanda 289.021 adet Hizmet ve İmalat Sektörü firması 2010-2016 panel	Nicel Analiz (Sabit Etkiler Regresyonu ve Akerberg, Caves ve Frazer (2015) kesit modeli, Robustness analizi)	Yüksek verimliliğin kontrol edilmesi, ihracatçı firmalar için yerine getirilmesi gereken diğer faktörleri tanımlamaktadır. Firma büyüklüğü, ithalat durumu ve yabancı mülkiyet, bir firmanın gelecekteki ihracat faaliyetinin önemli belirleyicileridir. Ayrıca firma konumu çok önemlidir. Daha dış bölgelerde bir konum, yüksek verimli firmaların ihracat yapmama olasılığını artırırken, sınıra yakın bir konum ihracat olasılıklarını artırmaktadır.
Avenyo, Tregenna ve Kraemer-Mbula, (2021)	Üretim Yeteneklerine İlişkin Yeni Göstergeler Oluşturmak ve Bunların Afrika Firmalarının İhracat Performansı Üzerindeki Etkilerini İncelemek	29 Afrika ülkesini kapsayan Dünya Bankası İşletme Anketi verileri 15.313 adet firma 2013-2018 panel	Nicel Analiz (OLS ve Heckman regresyonu)	Hem teknolojik hem de üretim yeteneklerinin firmaların doğrudan ihracat performansının önemli itici güçleri olduğu bulunmuştur. Bu durum, üstün üretkenlik yeteneklerinin firmaların etkinliğini ve rekabet gücünü artırdığını ve ihracat performanslarında iyileşmelere yol açtığını göstermektedir. Bulgular, Afrika ülkelerinde üretim kapasitelerinin güçlendirilmesini destekleyen politikaların önemini vurgulamaktadır.
Saeed ve Ullah, (2021)	Verimliliğin, Seçilen Sektörlerin ve Ülkelerin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi	Çin, Hindistan, Endonezya, Güney Kore ve Japonya 1990-2016 panel	Nicel Analiz (ARDL testleri)	TFV'nin tarım ve imalat sektörlerinin ihracat performansını önemli ve olumlu bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Bu durum hem uzun hem de kısa vadede seçilmiş gelişmekte olan Asya ekonomilerinin, dolayısıyla ileri üretim teknolojilerinin benimsenmesini teşvik eden politikalar ve ekonomik stratejiler, uzun vadede gelişmekte olan Asya ekonomilerinin ihracatını artıracaktır.

Tablo 3.1. (Devam) Firma Verimliliği ve İthalat / İhracat İlişkisi Üzerine Yapılan Uluslararası Çalışmalar

Yazar / Yazarlar ve Yılı	Araştırma Konusu / Amacı	Kapsamı ve Örneklemi	Araştırma Yöntemi / Metod	Bulgular
Sahoo, Rath ve Le, (2022)	İhracat, Verimlilik ve Rekabet Edebilirlik Arasındaki Bağlantıyı Değerlendirmek	Hindistan 650 adet İmalat firması 1994-2017 panel	Nicel Analiz (GMM Analizi, Olley ve Pakes (1996), Levinsohn ve Petrin (2003) yöntemleri)	Sonuçlar, "ihracat yoluyla öğrenme" hipotezini desteklemekte, ancak "kendi kendini seçme" hipotezini desteklememektedir. Ayrıca ihracatın rekabet gücü üzerindeki etkisine bakıldığında, pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir.
Ngoc, Vu ve Dinh Long, (2022)	Heterojen Doğrudan Yabancı Yatırım Girişimlerinin (Yerli ve İhracat Odaklı) Yayılma Etkilerini ve Yerli Firmaların Toplam Faktör Verimliliği Üzerindeki Etkisini İncelemek	Vietnam 25.000 üzeri imalat firması 2011–2014 panel	Nicel Analiz (Sabit Etkiler Regresyonu, Levinsohn ve Petrin (2003) yöntemi)	Yurtiçi odaklı DYY işletme grubu açısından: Yatay bağlantılar yoluyla TFV yayılımı yerli firmalar için negatif, ihracata katılanlar için pozitif bulunmuştur. Ek olarak, ileri teknoloji sektöründe faaliyet gösterenler dışındaki çoğu yerli girişim için geri bağlantıların TFV üzerinde olumsuz bir etkisi vardır. Soğurma kapasitesi, firmaların, ihracata yönelik DYY ve Yurtiçi odaklı DYY işletmeleri ile bağlantılar yoluyla üretkenliğini artırmasını sağlamaktadır.
Zhang ve Malikov, (2023)	İhracat Yoluyla Öğrenme” ve "İhracatçılardan Öğrenme" Olmak Üzere İki Kanalı da Barındıran Verimlilik Tespiti	Şili imalat firmaları 1995-2007 panel	Nicel Analiz (Olley ve Pakes (1996), Levinsohn ve Petrin (2003) yöntemleri)	İhracatın yerli firmaların üretkenliğini önemli ölçüde artıran hem doğrudan hem de taşıma etkilerini destekleyen önemli kanıtlar bulunmuştur.

4. TEORİK ÇERÇEVE

Teorik olarak çalışmamızın temel bakış açılarını, firma bazlı olan Yeni Yeni Dış Ticaret (Heterojen Firma) Teorileri ve Kaynak Temelli Teori oluşturmaktadır.

4.1. Yeni Yeni Dış Ticaret (Heterojen Firma) Teorilerinin Bakış Açısı

Uluslararası ticaret teorileri arasında son çeyrek asırda kendilerine yer bulmaya başlayan ve günümüzdeki ticareti açıklama noktasında başarı ve gerçekçilik sağlayan teoriler Yeni Yeni Ticaret Teorileri (New New Trade Theories) olarak adlandırılmaktadır (Çancı, Alabayır ve Muzır, 2022, s.28).

Yeni Yeni Ticaret Teorileri'nin mikroekonomik yaklaşımlarının firma bazında oluşturulması ve uluslararası ticaretin de aynı perspektifte ele alınması, incelenecek makroekonomik değişkenlere açıklama getirilmesinde sıkça firma ve sektörlerden bahsedilmesini gerektirmektedir. Bu bağlamda, Yeni Yeni Ticaret Teorileri'nin melez teoriler olarak adlandırılmaları da mümkündür. Örneğin, ülke büyümesi gibi makroekonomik bir değişken, firma bazında üretilen ürünlerdeki gerçekleştirilen farklılaşmaya ve edinilen uzmanlığa dayandırılarak uluslararası ticaret ile ilişkilendirilebilmektedir (Bakkalcı, 2013, s.70).

Melitz (2003), Firma Bazlı Ticaret Modelleri olarak da isimlendirilen bu yaklaşımın kurucusu olarak kabul edilmektedir (Argın, 2015, s.665). Melitz (2003) gerçekleştirdiği çalışmada, Krugman'ın yaklaşımını temel almakta ve monopolcü rekabet piyasasında faaliyetlerini sürdüren firmaların farklılaştırılmış tek bir ürün ürettikleri varsayılmaktadır. Uluslararası ticaretin endüstri içi etkilerini analiz etmek için heterojen firmalarla dinamik bir endüstri modeli geliştirmiştir. Model, ticarete maruz kalmanın nasıl yalnızca daha üretken firmaları ihracat pazarına girmeye teşvik edeceğini (bazı daha az üretken firmalar sadece iç pazar için üretmeye devam ederken) ve aynı anda en az verimli firmaları çıkmaya zorlayacağını göstermektedir. İhracat pazarına giriş maliyetlidir ancak firmanın ihracat kararı, üretkenliği hakkında bilgi sahibi olunduktan sonra verilmektedir. Modelde, firmaların aldığı kararlar genel anlamda verimlilik düzeylerine dayanırken, dış ticarete açılarak ihracat yapmak isteyen firmaların belirli maliyetlere katlanmaları gerekmektedir. Endüstrinin ticarete maruz kalmasından sonra gerçekleşen daha fazla artışın, daha üretken firmalara doğru firmalar arası ek yeniden tahsislere ve getirilere nasıl yol açtığını göstermektedir. Melitz (2003) çalışmasında ayrıca, yeniden tahsisler tarafından gerçekleşen toplam endüstri verimliliği

artışının bir refah artışına nasıl katkıda bulunduğunu göstermekte ve böylece ticaretin daha önce teorik olarak incelenmemiş bir faydasını vurgulamaktadır.

Modelin geliştirilmesine yönelik çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Chaney, 2008; Muûls, 2008; Melitz ve Ottaviano, 2008; Segura-Cayuela ve Vilarrubia, 2008; Manova, 2013; Chaney, 2016). Bu çalışmalarda firma kararlarına veya ihracat performanslarına yönelik yaklaşımlar farklılık göstermekle birlikte heterojen firma teorisinde genel kabul gören unsur, ihracatçı firmaların ihracatçı olmayan firmalara göre daha sermaye yoğun ve daha verimli bir yapıda olduklarıdır. Aynı zamanda, verimlilik konusunda firmalar arasındaki rekabetin ihracat piyasalarına giriş ve çıkışları belirleyerek kaynakların yeniden tahsisine neden olduğu da genel kabul görmektedir (Ciuriak, 2013).

Söz konusu ticaret modelleri; ülke ekonomileri, sektörler ve firmalar arasındaki farklılıklara dayanmaktadır (Melitz, 2008). Bahsi geçen bu yeni modeller genel anlamda, firmaların çok sayıda ürün üretmelerini, üretim döngülerini ve üretilmiş ürünleri yeni pazarlarda satmalarını incelemektedir (Argın, 2015, ss.670-671).

4.2. Kaynak Temelli Teorinin Bakış Açısı

İşletmeler için Kaynak Temelli bakış açısı, son yıllarda firma düzeyinde rekabet üstünlüğünü açıklamak için popüler bir teori olarak ortaya çıkmıştır. Kavram, ilk defa Wernerfelt (1984) tarafından yazılan makalede ele alınmıştır (Karacaoğlu, 2011).

Kaynak Temelli Teori, kuramsal olarak endüstriyel örgüt teorisi üzerine kurulmuş olmakla birlikte aynı endüstride faaliyet gösterecekler bile şirketlerin farklı kaynaklara sahip olmaları nedeni ile heterojen oldukları görüşünden yola çıkması ve içsel analiz-dışsal analiz bütünlüğünün önemini vurgulaması nedeniyle daha yaygın olarak kabul görmektedir. Teorinin temel dinamiği, işletmelerin eşsiz kaynaklarının ayırt edici yeteneklere dönüştürüldüğü durumlarda işletme performansını olumlu etkileyeceği görüşüdür. Artan küresel rekabet, teknolojinin ürün ve hizmetler üzerindeki etkisi, tüketim pazarlarının ve müşteri profillerinin hızlı değişimi, işletmeleri sürdürülebilir bir rekabetçi üstünlük yakalamak için üretim ve pazarlamada kaynak temelli uygulamalara yöneltmiştir (Güleş ve Özilhan, 2010; s.478-479).

Kaynak Temelli Teorinin özünde yatan iki varsayım ve durum vardır. Birincisi, Kaynak Temelli Teori, kaynakların tüm endüstri boyunca asimetric olarak dağıldığını varsayar. Eğer bir endüstri içindeki tüm firmalar, aynı kaynaklara sahipse, o zaman kaynak bazlı avantajlar

taklit edilebilir ve dolayısıyla sürdürülemez. İkincisi, kaynak bazlı görüş, kaynakların nispeten hareketsiz olduğunu varsayar. Eğer rekabetçi üstünlük, birisinin rakiplerine kıyasla üstün olan kaynaklara sahip olmasına dayanırsa, o zaman, üstünlüğü sürdürebilme yeteneği, bu tür kaynakların hareketsizliğinin bir fonksiyonudur (Michalisin, 1996).

Bu tanım ve varsayımlara dayalı daha açıklayıcı bir çatı geliştirmek mümkün olmuştur. Bu çatı, “VRIO Çatısı” olarak adlandırılmaktadır. Çatı, firmaların yaptıkları faaliyetlerle ilgili dört önemli ögenin sorgulanması üzerine kurulmuştur. Bunlar; değerli olma (value), nadir bulunurluk (rarity), taklit edilememe (imperfect imitability) ve örgütlenme (organization) ile ilgilidir (Barney, 1991). Bu öğelerle ilgili yapılan değerlendirmelere işletmeler tarafından verilecek cevaplar, o işletmenin kaynak ve kabiliyetlerinin üstünlük veya zayıflığa yol açıp açmayacağını belirlemektedir (Karacaoğlu, 2011).

Teorinin “VRIO Çatısı” varsayımlarında; firmalardaki nadir, taklit edilemez ve ikame edilemeyen kaynaklar ile beraber, çevre zengin bir bulgu ve söz konusu teorinin temellerinden biridir. Firmalardaki örgütsel uygulamalar kullanılan teknolojiye uygun olmalıdır. Teorinin, firmaları ürün yönünden değil kaynak yönünden analiz etmesi, problem çözme açısından faydalar sağlamasına neden olmaktadır. Teoride, firmanın kaynakları ve yetenekleri, yönetim becerileri, organizasyonel süreçleri ve rutinleri, kontrol ettiği bilgi ve tecrübeler, firma kapsamında incelenen değişkenler olarak kabul edilmektedir. Bu noktada belirli bir firmanın güçlü veya zayıf yönleri olarak düşünülebilecek herhangi bir şey, onun kaynaklarıdır. Kaynaklar heterojendir ve bu heterojenlik kalıcı olabilir (Wernerfelt, 1984; Barney, 1991).

Kaynak tabanlılık görüşü, rekabetçi üstünlük yaratmak için, işletmenin benzersiz kaynaklarını kullanmayı ve geliştirmeyi öngören stratejik rekabet modelidir (Collis, 1994). Teori, kaynak gelirlerinden sağlanan rekabetçi faydaların sürdürülebilirliğinin üstünde durur ve bunu yapmak için de yalnızca şirketlerin hangi dereceye kadar taklit edilmesi zor ve kolaylıkla transfer edilemeyip değiştirilemeyen kaynakları ele aldığına odaklanır. Kaynak tabanlılık görüşünün temel yaklaşımı, firmalara kazanç sağlayan farklı kaynaklardır (Mathews, 2002).

5. ARAŞTIRMA KAPSAMI, AMACI VE ÖNEMİ

Ticari açıklık, gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümesinde merkezi bir rol oynayan ve ithal ara mallarda somutlaşan modern teknolojilerin ülkeye yayılmasına katkıda bulunur. Ayrıca ticaret serbestliğinin mevcut olduğu bir ülkenin ekonomik yapısında, firmaların yeni girdi çeşitlerine erişimleri kolaylaşmaktadır. İthal ara malların tarifelerinde gerçekleştirilen indirimler de buna büyük katkı sağlamaktadır. Bu sayede daha ucuz ithal girdilere erişim; öğrenme, çeşitlilik ve kalite etkileri yoluyla hem üretimdeki girdileri daha fazla tamamlayıcı kılmakta hem de teknoloji/kalite transferi yoluyla verimliliği ve dolayısıyla ihracat kapasitesini yükseltebilmektedir. Bu şekilde, yeni ithal girdilere erişim ticaretten önemli kazançlar elde edilmesini sağlamakta ve daha fazla ara girdi çeşidinin ithal edilmesi, ihracat kapsamını genişletmektedir.

Araştırmamız kapsamında, firmaların ara malı ithalat faaliyetlerinin ihracat performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olup olmadığı araştırılacaktır. Ara malı ithal etmenin, önemli performans ölçütlerinden bir diğeri olan firma verimliliğini iyileştirip iyileştirmediği incelenecektir. Ayrıca ithal edilen ara malların teknoloji yoğunluk seviyelerinin firma ihracat performansı ve verimliliği üzerindeki etkileri analiz edilecektir.

Ara malı ithalatının etkilerini konu edinen çalışmamızın hedef ve amaçlarını daha detaylı açıklamak yerinde olacaktır. İhracat performansı açısından; firmaların ithalat faaliyetlerinin yurtdışı satışlar üzerinde olumlu bir etkisinin olup olmadığı, uluslararası ticaretten önemli kazançlar elde edilip edilmediği, diğer yandan ihracat faaliyetlerinin ithalat olasılığını artırıp artırmadığı, ara girdi ithalatı hacmini genişleten firmaların ihracat hacimlerini genişletip genişletmedikleri konularının incelenmesi amaçlanmaktadır. Firma verimliliği açısından; firmaların ara mamul ithalatçısı olmasının verimliliklerini diğer bir ifadeyle üretkenliklerini artırıp artırmadığı, ithalatın daha yüksek verimlilik ile ilişkili olup olmadığı, konularının incelenmesi hedeflenmektedir. Diğer yandan, ara malı ithalatında daha iyi yabancı teknolojiyi içeren girdilere erişimin diğer bir ifadeyle ithal edilen ara mallarındaki teknoloji yoğunluğu seviyelerinin, firmaların verimlilik kazanımlarına ve ihracat performansı artışlarına katkıda bulunup bulunmadığı çalışmamızda araştırılacaktır.

Çalışmamızda bütün bu önemli detaylar araştırılarak, Türk dış ticaret firmalarının küresel rekabette ne şekilde bir konumlanma içinde olduğu ve yoğunlukla hangi girdi stratejilerini uyguladığı incelenecektir. Literatürde Türkiye özelinde bu kapsamda ve amaçta daha önce

yapılmış firma bazlı araştırmalar çok sınırlı sayıdadır. Çalışmamız bu boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır.

5.1. Araştırma Metodolojisi ve Veri Analizinde Kullanılan Yöntemler

T.C. Ticaret Bakanlığı verilerine göre Türkiye’de 2020 yılı itibariyle 87.742 adet ihracat yapan firma bulunmaktadır.¹ Araştırmamız kapsamında, T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı ile Türkiye İstatistik Kurumu’nun müşterek çalışması eşliğinde oluşturulan A grubu mikro veri sınıfında yer alan firmalara ait veriler kullanılmıştır. Özel araştırmacı statüsünde kabul edilen kurum/kuruluşların araştırmacıları tarafından bilimsel amaçlı çalışmalarda kullanılmaları kaydıyla, olumlu sonuçlanan başvurulara istinaden erişime açılan veri setleri ile bu araştırma gerçekleştirilmiştir. İlgili resm kurumlarla yapılan yazışmalar ve akabinde alınan izinler sayesinde, söz konusu veri setlerine erişim ve çalışma imkânı sağlanmıştır.

“Yeni Yeni Dış Ticaret (Heterojen Firma) Teorileri” ve “Kaynak Temelli Teori”nin perspektiflerini benimseyen firma bazlı çalışmamız, 2009-2019 yılları arasını kapsamaktadır. Çalışmamız kapsamında oluşturulan veri seti üzerinde panel veri analizi uygulanmıştır. Bu noktada, veri analiz yöntemlerimizle ilgili detaylı açıklama yapmak yerinde olacaktır.

Bazı iktisadi ve finansal ilişkilerde tek bir boyutun yetersizliği, yatay kesit ve zaman serisi verilerinin bir arada kullanımına imkân sağlayan panel verileri gündeme getirmiştir. Zaman boyutuna sahip yatay kesit veriler yardımıyla ekonomik ilişkilerin tahmin edilmesi yöntemine “panel veri analizi” ismi verilmektedir. Yatay kesit veri, birçok birim için sadece bir dönem hakkında bilgi sunarken; zaman serisi verisi, sadece bir birimin birden çok döneme ait bilgisini vermektedir. Birden çok dönem ile birlikte birden çok birime göre bilgilerin elde edilmesi isteniliyorsa panel veri kullanılması önerilmektedir (Yerdelen Tatoğlu, 2013). Bu nedenle, çalışmamız kapsamındaki değişkenlerin ve oluşturulan veri setinin nitelikleri gereği panel veri analizi kullanılmıştır.

Araştırmamızda gerçekleştirilen panel veri analizinde; öncelikle klasik model olan Havuzlanmış En Küçük Kareler (POLS) modeli oluşturularak, bu sayede araştırmamızın veri setindeki tüm değişkenler ve oluşturulacak araştırma modellerimiz için panel veri modellemesindeki varsayımlar sınanmıştır. Ardından uygulanacak panel veri modelleme şekli belirlemesine geçilmiştir. Yapılan F-testi ve LM testi ile araştırmamız değişkenleriyle kurulacak modellerimiz için birim etkilerin olup olmadığı veya tüm birim etkilerin

¹ Söz konusu veri, www.ticaret.gov.tr sitesinden 18.03.2021 tarihinde alınmıştır.

varyanslarının sıfıra eşit olup olmadığının sınaması yapılmıştır. Gerçekleştirilen bu testler ve sonuçlarının akabinde, araştırmamız modellerinin analizlerinde, model sabitinin kesit ve zamana göre değişip değişmediğini, diğer bir ifadeyle firmalar bazında ve yıllar bazında model sabitinin etkilenip etkilenmediğini analiz eden statik panel veri regresyon analizi kullanılmıştır. Bu aşamada uygun kabul edilen model şekli belirlenerek (Sabit Etkiler Modeli veya Rastgele Etkiler Modeli) araştırmamız kapsamındaki modellerin analiz sonuçları açıklanmıştır.

Araştırma modellerimiz kapsamında gerçekleştirilen analizler için, ayrıca dinamik panel veri regresyon analizi kullanılmıştır. Bu noktada, statik panel veri regresyon analizinin kullanılmasının yanı sıra dinamik panel veri regresyon analizinin de kullanılmasının nedeni, dinamik panel analizi bir yandan büyüme ve finansal gelişme sürecinin dinamik özelliğini yansıtırken diğer yandan analizde kullanılan değişkenler arasındaki muhtemel içsellik sorununu önleyebilmektedir (Akimov ve diğ., 2009), ekonometrik olgusunun ve bir dönem gecikmeli değerlerin etkilerinin araştırılmasını gerçekleştirebilmektir. Söz konusu analizlerin sonuçları, ampirik bulgular başlığı altında özet tablolar halinde sunulmuş ve detaylı olarak yorumlanmıştır.

5.2. Araştırmanın Kısıtları, Örneklem ve Veri Seti

Ekonometrik araştırmanın en önemli aşamalarından bir tanesi, değişkenlere ait verilerin toplanmasıdır. Güvenilir kaynaklardan ve doğru olarak veri toplanmasının yanı sıra, kullanılacak modele uygun olacak şekilde veri toplanması da ekonometrik tahminlerin güvenilirliğini büyük ölçüde etkilemektedir. Bu aşamada ekonometrik analizlerde kullanılan üç çeşit veri türü bulunmaktadır. Bunlar; zaman serisi verisi, yatay kesit verisi ve panel veridir (Yerdelen Tatoğlu, 2013). Çalışmamız kapsamındaki değişkenler ve onlara ait toplanan verilerin özelliği, panel veri niteliğindedir.

Panel verilerle çalışıldığında, her bir birim tüm zamanlar boyunca gözlenmişse “dengeli panel”; bazı birimler için bazı zamanlar kayıpsa “dengesiz panel” söz konusu olmaktadır (Yerdelen Tatoğlu, 2013). Çalışmamızın veri setinde, her bir birim tüm zamanlar boyunca gözlenmiştir ve dengeli panel özelliği söz konusudur.

Çalışmamız, Türkiye İstatistik Kurumu bünyesinde ulaşılabilen A grubu mikro veri sınıfında yer alan firmalara ait olan verilerden faydalanılarak gerçekleştirilmiştir.² Yapılan resmi yazışmalar ile A grubu mikro veri sınıfındaki dört büyük veri seti için erişim izni alınmıştır. Bunlar; Dış Ticaret İstatistikleri, Mali ve Mali Olmayan Şirketler Araştırma ve Geliştirme Faaliyetleri Araştırması, Sektör Bilançoları İstatistikleri ve Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri mikro veri setleridir.

Gerçekleştirdiğimiz çalışma açısından, mikro verilere diğer bir ifadeyle firma verilerine erişim sağlama hususunda halka açık olan firmaların mali tablolarında (finansal tablolar ve gelir tablosu) bile yer almayan spesifik bir kalem olan ithalat değerleri ve detaylarına erişim sağlanabilecek yegâne yol TÜİK tarafından sağlanan A grubu mikro verilerdi. Araştırmamız kapsamında Türkiye’deki firmalar için ithalat değerlerine ancak bu şekilde erişim sağlanabilmiştir. Çünkü firmalar ile birebir görüşme yoluyla veri toplama yönteminin tercih edilmesi noktasında, çok az sayıda şirketin ithalat verilerini sunması ve sunulan bu verilerin sağlıklı olma ya da olmama durumları, birincil veri toplama yönteminin tercih edilmemesini ve araştırma konumuz için verilere erişim açısından söz konusu seçeneğin geçerli yol olarak belirlenmesini sağlamıştır. Diğer yandan, TÜİK’in karşılıklı imzalanan ve onaylanan bir protokol sayesinde araştırmacıların erişimine açtığı mikro verilerde, firma isimlerinin kesinlikle belirtilmemesi, kontrol edilebilirlik bakımından bir başka kısıt ve sınır olarak karşımıza çıkmaktaydı. Firma isimlerinin belirsiz olmasının yanı sıra, ithalat verilerinin başka hiçbir mecradan karşılaştırılabilir durumda olmaması da Türkiye firmaları için gerçekleştirdiğimiz araştırmamızın kısıtları arasında yer almaktadır.

Araştırmamız kapsamında ele alınan veri setleri ve yıllar çerçevesinde, az sayıda firmanın veri devamlılığının bulunması, örneklem büyüklüğünü etkileyerek kapsanan örneklemin (174 adet) kısmen küçük olmasına sebebiyet vermiştir. Ayrıca TÜİK ile imzalanan protokolün akabinde, gerçekleştirilecek veri tasnifleme işlemlerinin ve analizlerinin, sadece hafta içi ve mesai saatleri içinde TÜİK Veri Araştırma Merkezi’nde yapılabiliyor olması ve ancak bu çalışma şekline izin verilmesi de araştırmanın önemli diğer bir kısıtını oluşturmaktadır.

Verilerle ilgili tasnifleme işlemlerinde, bilgi devamlılığı olan ve çalışmamız kapsamında belirlenecek firmalar araştırılmıştır. Yıllara ve mikro veri seti ismine göre değişiklik gösterse de ortalama olarak 3 milyon satır veri barındıran bu dört büyük veri seti için veri ayıklama ve tasnifleme işlemleri yapılmıştır. Her bir veri seti için 2009-2019 yılları arası olmak üzere en

² TÜİK ile imzalanan bir protokol çerçevesinde veri setlerine ulaşılmış ve analizler TÜİK binasında yer alan Veri Araştırma Merkezi’nde yapılmıştır.

fazla 11 yıllık veri devamlılığı ve ulaşılabilirliği bulunmaktaydı. Bu aşamada gerçekleştirdiğimiz sorgulama sonuçlarına göre, en çok 280 firmanın verisinin dört büyük veri setinde de ilgili yıllar bazında devam ettiği belirlenmiştir. Bu firmalardan bazıları hiç ihracat yapmayan firmalar olduğu için çalışmamız kapsamında yer almamış ve çıkarılmıştır. Kimi firmalar ise, dengeli panel veri ölçütlerine göre veri devamlılıkları bulunmadığı için çalışmamız kapsamında yer almamıştır. Bütün bu işlemlerden sonra araştırmamız kapsamına giren, ilgili yıllar bazında eksiksiz veri devamlılığı bulunan ve tamamı ihracatçı olan firma sayısı 174 adet olarak belirlenmiştir. Çalışmada yalnızca imalat alanında faaliyet gösteren sektörlere mensup firmalar analiz edilmiştir. Sonuç olarak, araştırmamızın örneklem büyüklüğü toplam 174 firmadan ve 1914 gözlemden oluşmaktadır.

5.3. Araştırma Modelindeki Değişkenler ve Ölçümleri

5.3.1. Bağımlı değişkenler

5.3.1.1. İhracat performansı

Çalışmanın bağımlı değişkenlerinden biri, ihracat performansıdır. Firmaların ihracat performansı üzerine, ara malı ithalatı hacim değişimlerinin ve ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğu seviyesinin etkileri araştırılacaktır.

İhracat performansı konusunda daha önce gerçekleştirilen ve söz konusu bağımlı değişkeni finansal sonuçlara göre değerlendiren (Tookey, 1964; Bilkey ve Tesar, 1977; Aaby ve Slater, 1989; Nakos ve diğ., 1998; Shoham, 1998; Cadogan ve diğ., 2003; Danışman ve Sökmen, 2007; Kim ve Hemmert, 2016; Tekin, 2016) ilgili çalışmalara istinaden, çalışmamızda ihracat performansı finansal sonuçlara göre ele alınacaktır. Bağımlı değişkenimiz olan ihracat performansı için ihracat performansı literatüründe yaygın olarak kullanılan, ihracat yoluyla elde edilen satışların firma toplam satışlarına oranı şeklindeki “ihracat yoğunluğu” olarak da adlandırılan (Madsen, 1987; Bijmolt ve Zwart 1994; Cavusgil ve Zou 1994; Shoham, 1998; Brouthers ve Nakos 2005) ölçüt kullanılacaktır:

$$\text{İhracat Performansı (IHRPER)} = \text{Yurtdışı Satışlar} / \text{Toplam (Brüt) Satışlar}$$

Araştırma kapsamında, Sektör Bilançoları İstatistikleri mikro veri setinden, her bir firmaya ait söz konusu bağımlı değişkenin oranlamasında kullanılacak veriler tasniflenmiştir. İhracat performansı kavramını açıkladığımız başlıkta da belirtildiği gibi işletmelerin ihracat performansı; finansal performans, pazarlama performansı ve operasyonel performans

başlıklarında tekil olarak veya kümülatif biçimde ifade edilerek açıklanmaktadır (Çelik ve Çutak, 2023). Çalışmamızda firmaların finansal tablolarından faydalanarak yurt dışı satış oranlarının artma/azalma durumlarının analizlere katılacak olması; ihracat performansının finansal performans bakımından incelenmesine ve değerlendirilebilmesine imkân sağlayacaktır.

5.3.1.2. Çoklu faktör verimliliği

Çalışmanın bir diğer bağımlı değişkeni, firma verimliliğidir. Literatürde ithalat ve ihracatın firma verimliliği üzerine olan etkilerini inceleyen öncül çalışmalarda, ihracat yapan firmaların yapmayanlardan farkı, ihracat deneyimi ve öğrenme etkisinin kazandırdıkları, firmaların kendi ülkelerinde sahip olmadıkları teknolojiyi nasıl ithal ettiği ve bu teknolojiye bir süre sonra nasıl hâkim olduğu, verimli firmaların ihracatçı olup olmadıkları gibi konu başlıkları araştırılmıştır (Rhee ve diğ., 1984; Bernard ve Jensen, 1995; Bernard ve Jensen, 1999; Kraay, 1999; Wagner, 2002; Girma ve diğ., 2003; Greenaway ve Yu, 2004; Arnold ve Hussinger, 2005). Bu çalışmalarda firma verimliliği genel olarak TFV (toplam faktör verimliliği) şeklinde ölçülmüştür.

Daha iyi yabancı teknolojiyi içeren ara girdilere güncel erişim, girdi tarifelerindeki düşüş ve artışlar, yabancı ara mamul ithalatçısı olmanın verimlilik kazanımlarına etkisi, daha verimli fabrikaların ithalat pazarına girişleri ve daha verimli fabrikaların daha kaliteli girdiler satın alması durumlarını araştıran öncül çalışmalarda da (Schor, 2004; Amiti ve Konings, 2007; Kasahara ve Rodrigue, 2008; Kugler ve Verhoogen, 2009) firma verimliliği genel olarak TFV (toplam faktör verimliliği) şeklinde ölçülmüştür.

Toplam faktör verimliliği, firmaya ait tüm girdilerin hesaba katıldığı (çıktı/tüm girdiler) ve üretim değeri üzerindeki oransal değerinin hesaplandığı bir ölçümdür (örn.Çıktı/İşgücü+Makine+Sermaye+Hammadde+Enerji). Firma verilerine erişimin kolay sağlanamadığı durumlarda ve söz konusu çalışmalarda, firma verimliliği literatürde kabul edilen diğer hesaplama yöntemleri olan çoklu faktör verimliliği (çıktı/birden fazla girdi) ya da kısmi verimlilik (örn.iş gücü verimliliği (çıktı/işgücü)) ölçümü şeklinde hesaplanabilmektedir (Ar, 2006).

Çalışmamızda inceleme kapsamındaki veri setleri ve firmaların bilgilerine erişim konusunda üretim değeri, iş gücü (personel maliyeti), makine ve sermaye kalemlerine erişim sağlanabildiği ve diğer girdi verilerine ulaşamadığı için firma verimliliğinin

hesaplanmasında çoklu faktör verimliliği kullanılacaktır. Ayrıca iki veya daha fazla fiziksel girdi söz konusu olduğunda sağlıklı bir ölçüm yapabilmek zorlaştığından, verimlilik ölçümünün miktar açısından ele alınması birçok sakıncaları ve zorlukları barındırmaktadır (Gürak, 2001). Bu sebeple söz konusu formülde, verimlilik ölçümlerinde mikro düzeyde çıktılarından biri olarak kabul edilen, firmaların gerçekleştirdiği toplam üretim değeri ele alınmıştır. İşgücü veya işçilik girdisi kavramı, fiziksel olarak işçi sayısı ya da çalışma saati ile ifade edilebildiği gibi, parasal olarak da işgücü maliyeti biçiminde ifade edilebildiğinden, formülde toplam personel maliyeti kapsanmıştır (Üstün, 1997: s.56). Diğer bir üretim/girdi faktörü olan makine verimliliği açısından firmaların sahip olduğu toplam makine değeri ele alınmıştır (Ar, 2006). Formülde yer alan bir diğer üretim/girdi faktörü ise, firmaların toplam sermaye değeridir (Üstün, 1997: s.56). Araştırma kapsamında, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri ve Sektör Bilançoları İstatistikleri mikro veri setlerinden, her bir firmaya ait söz konusu bağımlı değişkenin oranlamasında kullanılacak veriler tasniflenmiştir.

$$\text{Çoklu Faktör Verimliliği (CFV)} = \text{Üretim Değeri (Çıktı)} / \text{İş gücü} + \text{Makine} + \text{Sermaye (Girdiler)}$$

5.3.2. Bağımsız değişkenler

5.3.2.1. Ara malı ithalatı hacmi

Çalışmanın bağımsız değişkeni, ara malı ithalatıdır. Bu değişken iki farklı şekilde incelemeye tabi tutulacaktır. Bunlardan biri, firmaların ara malı ithalatı hacimleridir.

Araştırma kapsamında Dış Ticaret İstatistikleri ile Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri mikro veri setlerinden, her bir firmaya ait söz konusu bağımsız değişkenin verileri tasniflenmiştir. Firmaların yurt içi ve yurtdışı mal ve hizmet satın alımlarıyla ilgili veriler aracılığıyla hesaplanmıştır.

Yeni ithal girdilere erişim yoluyla ticaretten önemli kazançlar elde edileceğini (Goldberg ve diğ., 2010), ithalat faaliyetlerinin dış satışlar üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu (Aristei ve diğ., 2013), daha fazla ara girdi çeşidinin ithal edilmesinin ihracat kapsamını artırdığını ve ithal edilen girdilerin, hem mevcut girdilerin daha fazla tamamlayıcılığını sağladığını hem de teknoloji/kalite transferi yoluyla verimliliği ve dolayısıyla ihracatı artırdığını (Bas ve Strauss-Kahn, 2014), ara girdi ithalatını genişleten firmaların, ihracatlarının hacmini ve kapsamını genişlettiğini (Feng ve diğ., 2016), ithal girdilerin kullanımının firma verimliliğindeki etkilerini (Edwards ve diğ., 2018; Zaclicever ve Pellandra, 2018; Edwards ve diğ., 2020; Zhou

ve diğ., 2020; Okafor, 2021) inceleyen ve söz konusu tespitleri yapan ilgili çalışmalara istinaden, araştırmamızda ara malı ithalat hacminin ihracat performansı ve firma verimliliği üzerindeki etkileri araştırılacaktır.

5.3.2.2. Ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğu seviyesi

Ara malı ithalatı kapsamında iki farklı şekilde inceleyeceğimiz, bir diğer bağımsız değişkenimiz firmaların ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğu seviyeleridir.

Araştırma kapsamında Dış Ticaret İstatistikleri ile Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri mikro veri setlerinden, her bir firmaya ait söz konusu bağımsız değişkenin verileri tasniflenmiştir. Firmaların yurt içi ve yurtdışı mal ve hizmet satın alışlarıyla ilgili veriler aracılığıyla ve teknoloji yoğunluğu sınıflandırmalarına göre tasniflenip hesaplanmıştır.

OECD'nin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflamasının (ISIC) 4. Revizyonu ve EUROSTAT'ın verileri temel alınarak, sektörler ve bu sektörlerin üretmiş olduğu ürün tipleri için kabul edilen teknoloji yoğunluğu sınıflamaları belirlenmiştir. Bu sınıflandırmada, 4 adet teknoloji yoğunluğu seviyesi ve bu teknoloji seviyelerine mensup sektör sınıflamaları bulunmaktadır. Ekonomik açıdan katma değeri en fazla olarak kabul edilen sektörler ve bu sektörlerce üretilen ürünler “yüksek teknoloji” sınıfına dâhil olarak konumlandırılmıştır. Bir alt seviye teknoloji yoğunluğu sınıfı “orta-yüksek teknoloji” sınıfı olarak ifade edilmektedir. Diğer bir alt seviye teknoloji yoğunluğu sınıfı “orta-düşük teknoloji” sınıfıdır. Ekonomik açıdan katma değeri en düşük olarak kabul edilen sektörler ve bu sektörlerce üretilen ürünler ise “düşük teknoloji” sınıfı olarak değerlendirilmiştir.

Çalışmamız örnekleminde yer alan firmaların ara malı ithalatları, ürün teknoloji yoğunluğu seviyelerine göre tasnif edildiğinde, söz konusu firmaların “düşük teknoloji” sınıfında ara malı ithalatı gerçekleştirmedikleri görülmektedir. Çalışmamızda incelenecek firmalar faaliyet gösterdikleri imalat sektörlerine de uygun şekilde, “yüksek teknoloji”, “orta-yüksek teknoloji” ve “orta-düşük teknoloji” sınıflarında ara malı ithalatı gerçekleştirmiş durumdadır. Ampirik analizlerimizde, firmalara ait olan bu ürün teknoloji yoğunluğu sınıfları incelemeye tabi tutulmuştur.

Ara malı ithalatındaki ürün teknoloji yoğunluğu seviyelerinin etkilerini inceleyen (Schor, 2004; Kugler ve Verhoogen, 2009; Goldberg ve diğ., 2010; Topalova ve Khandelwal, 2011; Aristei ve diğ., 2013; Bas ve Strauss-Kahn, 2014; Edwards ve diğ., 2018; Zaclicever ve Pellandra, 2018; Mazzi ve Foster-McGregor, 2021) ilgili çalışmalara istinaden,

araştırmamızda ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğu seviyesinin ihracat performansı ve firma verimliliği üzerindeki etkileri araştırılacaktır.

5.3.3. Kontrol değişkenleri

5.3.3.1. AR-GE yoğunluğu

Çalışmamızın kontrol değişkenlerinden biri, AR-GE yoğunluğudur. Araştırma geliştirme (AR-GE) faaliyetleri gerek firma bazında gerekse de ülke bazında ihracat performansı ve firma verimliliği açısından önemli bir unsur olma özelliği taşımaktadır. Söz konusu alanda gerçekleştirilen çalışmalarda, AR-GE harcamaları, üretim aşamalarında bir firmanın teknolojik gelişim ve yenilik faaliyetlerine ne kadar odaklandığını belirlemek için yaygın bir değişken olarak kullanılmaktadır. Bilgi birikimini arttırması, rekabet gücü kazanımı sağlayacak yeni ürünlerin üretilmesi ve firmaların/ülkelerin yeni pazarlara açılabilmesi sonucunda kârlılık düzeylerini önemli ölçüde arttırabileceği görüşü, çoğu araştırmada değişken olarak incelenmesini sağlamıştır (Canbay, 2020, s.138).

Belirli bir zamanda aynı derecede satıcı konsantrasyonuna sahip endüstriler (iş kolları) yaşam döngülerinde farklı aşamalarsa, sadece AR-GE harcamalarının karşılaştırılması yanıltıcı olabilir anlayışıyla; AR-GE yoğunluğunu, firma tarafından finanse edilen AR-GE/Satışlar olarak tanımlayarak ele alan ve ihracat performansını etkilediğini ifade eden (Scott, 1984; Hirsch ve Bijaoui, 1985; Bhattacharya ve Bloch, 2004; Krishnan ve diğ., 2009) ilgili çalışmalara istinaden, araştırmamız veri seti kapsamında AR-GE harcamaları ve net satışlar kalemlerine erişebildiği için, firmalara ait araştırma geliştirme faaliyetleri, AR-GE yoğunluğu $[(AR-GE \text{ Harcamaları} / \text{Net Satışlar}) \times 100]$ şeklinde ölçülecek ve kontrol değişkeni olarak yer alacaktır.

Araştırma kapsamında, Mali ve Mali Olmayan Şirketler Araştırma ve Geliştirme Faaliyetleri Araştırması ile Sektör Bilançoları İstatistikleri mikro veri setlerinden, her bir firmaya ait söz konusu kontrol değişkeninin oranlamasında kullanılacak veriler tasniflenmiştir.

5.3.3.2. Firma büyüklüğü

Çalışmamızın kontrol değişkenlerinden bir diğeri, firma büyüklüğüdür. Birçok araştırmacı, bir firmanın büyüklüğünü ihracat eğilimi ve ihracat performansı açısından kritik olarak görmektedir (Bilkey, 1978, s.36). Uluslararası ticaret ve ihracat literatüründe, geleneksel olarak firma ölçeği ile ihracat arasında pozitif bir korelasyon beklenmektedir (Aaby ve Slater, 1989; Chetty ve Hamilton, 1993; Zou ve Stan, 1998; Sousa ve diğ., 2008). Bu argümanın

temeli, daha büyük firmaların ihracatla ilgili riskleri karşılayabilmeleri ve ihracatın gerektirdiği büyük yatırımları yapabilmeleridir (Dinçer, 2021, s.28).

Firma büyüklüğünün farklı araştırmalarda farklı ölçütlerle ele alınması söz konusudur. Firma büyüklüğü kavramı; girişimci tarafından bir araya getirilen üretim araçlarının tümünün toplamı hacmi (Karalar, 1997, s.130) şeklinde tanımlanabileceği gibi, firmanın iktisadi faaliyet hacmi ve kapasitesi olarak da tanımlanabilir (Baştürk ve Ödül, 2008, s.144). Firmaların büyüklüklerinin tanımlanmasında kullanılan belli başlı niceliksel ölçütler sıralanacak olursa; işletme sermayesinin tutarı, kullanılan makinelerin miktar ve güçleri, işçi sayısı, üretim miktarı, belirli bir süre içerisinde kullanılan hammadde tutarı, personele ödenen ücret, enerji kullanımı, satış hasılatı, aktif toplamı olarak sayılabilir (Koçel, 1993, s.8). Tookey (1964)'in çalışmasında, firma büyüklüğü, firmanın sahip olduğu uzman personel sayısı ve finansal kaynaklar ile analiz edilmiştir. Firma büyüklüğünü; satış hacmi (ciro) olarak ele alan (Çavuşgil, 1976), çalışan kişi sayısını kullanarak ölçen (Wagner, 1995; Ural ve Acaravcı, 2006; Danışman ve Sökmen, 2007; Çelik (2014) ve öz sermayenin logaritması olarak ölçen (İlhan-Nas ve Kalaycıoğlu, 2016; Dinçer, 2021) ilgili çalışmalara istinaden, araştırmamızda firma büyüklüğü, firmaya ait çok daha güncel finansal veriyi barındırması açısından “Satış Hacmi (Ciro)” olarak ele alınacak ve analizlere dâhil edilecektir.

Araştırma kapsamında, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri mikro veri setinden, her bir firmaya ait kullanılacak veriler tasniflenmiştir.

5.3.3.3. Finansal kaldıraç

Çalışmamızın kontrol değişkenlerinden diğer biri, finansal kaldıraçtır. Finansal kaldıraç, bir şirketin varlıklarını finanse etmek için başvurduğu borç kullanma derecesini ya da sermayenin hangi oranda yabancı kaynaklardan, hangi oranda öz kaynaklardan karşılandığını ifade etmektedir ve şirketin faaliyetlerine devam edebilmek için ödünç aldığı sermayeye ne derece güvendiğini göstermektedir. Finansal kaldıraç oranının yüksek olması, daha fazla borçlanma ve daha yüksek borç/özsermaye oranına işaret etmekte iken daha büyük bir temerrüt ve iflas tehlikesi anlamına gelmektedir. Bir şirket için isteğe bağlı yatırımlar olarak adlandırılan araştırma-geliştirme faaliyetleri, reklam, eğitimler vb. yatırımlar ne kadar fazla ise finansal kaldıraç derecesinin de o denli düşük olması gerektiği savunulmaktadır (Long ve Malitz, 1985).

“Finansal kaldıraç konusu ağırlıklı olarak finans literatürünün ilgi alanıdır ve firma performansını etkileyen gözlemlenebilir bir risk faktörü olarak kabul edilmektedir. Yapılan az sayıda araştırmada yüksek likidite ve düşük finansal kaldıraç oranlarına sahip olan işletmelerin, bir başka deyişle finansal durumu daha iyi olanların ihracat yapma eğilimlerinin arttığı tespit edilmiştir” diyen Çelik (2014) çalışmasında, finansal kaldıraç oranı ile ihracat yoğunluğu arasında anlamlı bir ilişki tespit edememiş, fakat büyük firmalarda finansal kaldıraç oranı arttıkça ihracat yoğunluğunun arttığı bulgusuna ulaşmıştır.

“Uluslararası ticaret literatüründe, bir firmanın ihracat faaliyetinin finansal faktörlere bağlı olduğu kabul edilmektedir ve birçok makale ihracatçıların ihracatçı olmayanlara göre daha az kaldıraçlı ve daha likit olduğunu öne sürmektedir” diyen Bernini ve diğ., (2015), finansal kaldıraç oranını, yabancı kaynakların toplam aktifleri fonlamadaki payı olarak hesaplamıştır. Böylelikle, firmanın borcunun toplam varlıklara oranı olarak alternatif bir gösterge elde etmiştir. Bernini ve diğ., (2015) bu çalışmasında, ortalama olarak, düşük veya orta kaldıraçlı ihracatçılara göre yüksek kaldıraç düzeyine sahip firmaların, daha düşük üretkenlik, daha yavaş satış büyümesi, daha az ürünü ihraç eden ve daha az ihracat destinasyonu ile nitelendirildiğini ifade etmektedir.

Dinçer (2008) çalışmasında, finansal kaldıraç oranının, firmaların performans açısından etkinliğini sağlayan bir girdi değişkeni olarak kullanılabildiğini belirtmektedir. Selçuk ve Tapkı (2016) çalışmasında, kaldıraç oranını, toplam faiz getiren borcun toplam varlıklara oranı olarak ölçmüştür. Çalışma sonuçlarına göre, kaldıraç değişkeni, ihracat performansında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir katsayıya sahiptir. Bu sonuç, ortalama olarak yurtdışı satışlarının toplam satışlarına oranı daha yüksek olan firmaların, sermaye yapılarında daha fazla borç kullanan firmalar olduğunu göstermektedir.

Bütün bu çalışmalara istinaden, araştırmamızda finansal kaldıraç oranı “Toplam Borçlar / Toplam Varlıklar” olarak hesaplanacak ve kontrol değişkeni olarak analizlerde yer alacaktır. Araştırma kapsamında, Sektör Bilançoları İstatistikleri mikro veri setinden, her bir firmaya ait söz konusu kontrol değişkeninin oranlamasında kullanılacak veriler tasniflenmiştir.

5.3.3.4. Sektör

Çalışmamızda yer alan diğer bir kontrol değişkeni, sektördür. Firmaların faaliyet gösterdiği sektör, ihracat performansını etkileyen faktörlerin araştırıldığı çalışmalar arasında “sektör özellikleri”nin araştırıldığı çalışmalar ile kendine önemli bir yer edinmiş durumdadır.

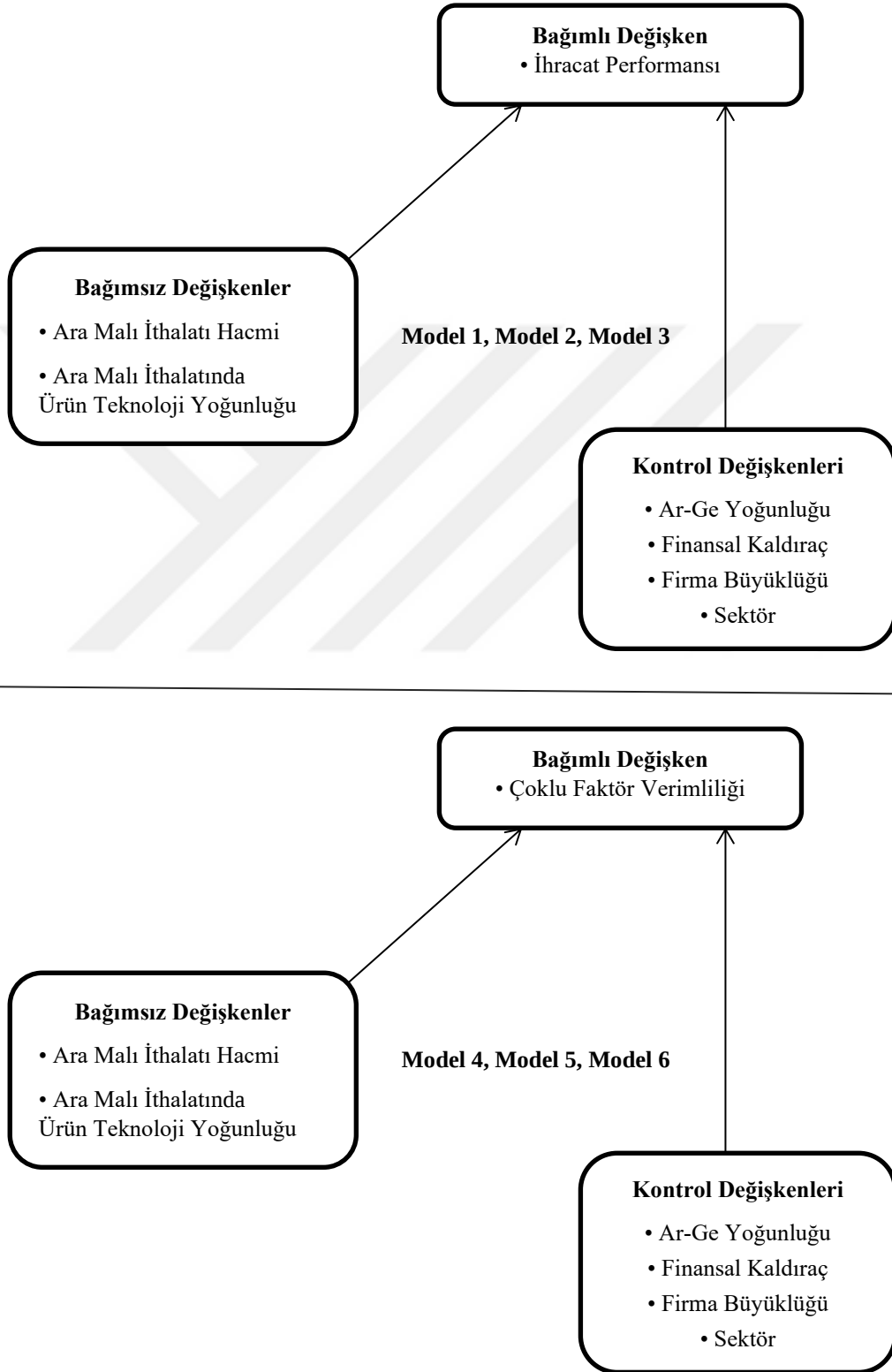
Literatürde birçok farklı çalışmada sektör değişkenine bu anlamda yer verilmiştir (Holzmüller ve Kasper, 1991; Style 1998; Hart ve Tzokas 1999; Ling-yee ve Ogunmokun 2001; Prasad ve diğ., 2001; Morgan ve diğ., 2004).

Bu nedenle sektör bağlantısı, ara malı ithalatı kullanımı ile ihracat performansı ve firma verimliliği üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir. Bu düşünceden hareketle, sektör değişkeni, çalışmamızda kontrol değişkeni olarak yer alacaktır. Çalışmamız kapsamında ele alınan sektörler, Avrupa Birliği'nde bütün ticari işlemlerde kullanılması zorunlu olan, ilk 2 hanesi ana imalat sektörünü belirten ve Türkiye'deki uluslararası ticaret veri kullanımlarında da kabul edilen ekonomik faaliyet kodları olan Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin Sınıflandırılması (NACE) kodlarına göre sıralanmış ve adlandırılmıştır.

Araştırma kapsamındaki tüm mikro veri setlerinde yer alan sektör bilgisi eşliğinde, her bir firmaya ait söz konusu kontrol değişkeni verisi tasniflenmiştir.

5.4. Araştırmanın Metodolojik Çerçevesi

Çalışmamız kapsamında ele alınan bağımlı değişkenler, bağımsız değişkenler ve kontrol değişkenleri ile incelenecek etki durumları Şekil 5.1.'de verilmiştir.



Şekil 5.1. Metodolojik Çerçeve

5.5. Araştırma Modeli ve Hipotezleri

5.5.1. Araştırma modeli

Araştırma modeli genel olarak; ihracat performansı ile ara malı ithalatı hacmi ve ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğu seviyesi arasında bir ilişki olduğu, firma üretim verimliliği ile ara malı ithalatı hacmi ve ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğu seviyesi arasında bir ilişki olduğu varsayımlarından yola çıkmaktadır. Formülize edecek olursak;

$IHRPER = f (\text{Ara Malı İthalatı Hacmi, Ara Malı İthalatında Ürün Teknoloji Yoğunluğu Seviyesi, Kontrol Değişkenleri})$

$CFV = f (\text{Ara Malı İthalatı Hacmi, Ara Malı İthalatında Ürün Teknoloji Yoğunluğu Seviyesi, Kontrol Değişkenleri})$

Çalışmamızda firma bazındaki ara malı ithalatının ihracat performansına etkilerini tespit etmek için üç model, firma bazındaki ara malı ithalatının üretim verimliliğine etkilerini tespit etmek için üç model oluşturulmuştur.

Literatürdeki çalışmalarla da uyumlu bir şekilde, ilk üç modelde, bağımlı değişken ihracat performansına etkileri olduğu öngörülen; firma ara malı ithalatı hacmi ve ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğu seviyesi değişkenleri, bağımsız değişkenler olarak kullanılmıştır

Diğer üç modelde, bağımlı değişken üretim verimliliğine (çoklu faktör verimliliği) etkileri olduğu öngörülen; firmanın ara malı ithalatı hacmi ve ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğu seviyesi değişkenleri, bağımsız değişkenler olarak kullanılmıştır. Ayrıca tüm modellerde; AR-GE yoğunluğu, firma büyüklüğü, finansal kaldıraç ve sektör değişkenleri, kontrol değişkenleri olarak kullanılmıştır.

Ara malı ithalatının, ihracat performansı ve üretim verimliliği üzerindeki etkisini araştırmak için aşağıdaki modeller oluşturulmuştur. Ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğu seviyesi değişkenleri, analizlerin başında kurulan modellerde değişkenler arasındaki doğrusal bağlantının (VIF) ölçümünde çok yüksek değerler çıkması nedeniyle ayrı ayrı modellere dâhil edilmiştir. Bu durum, doğrusal bağlantı testlerinin sunulduğu kısımda da açıklanmıştır.

Aşağıdaki denklemlerde, “i” indisi i’inci firmayı ve “t” indisi t’inci periyodu göstermektedir. Sabit parametre “ β_0 ” ile belirtilmektedir. “ β ” bağımsız değişkene ait katsayıyı, diğer bir ifadeyle eğim parametresini belirtmektedir. Bağımlı, bağımsız ve kontrol değişkenleri büyük harfli kısaltmalarla gösterilmektedir. İhracat performansındaki ve firma verimliliğindeki farklılıkları, sektörlere göre kontrol etmek için “SEKTOR” kontrol değişkeni, kukla değişken

olarak ve zamana göre kontrol etmek için “YIL” kukla değişken olarak, model hesaplamalarına katılmıştır. “u” hata terimidir.

$$IHRPER_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ITH_{i,t} + \beta_2 ITHUTY1_{i,t} + \beta_3 ARGEYOG_{i,t} + \beta_4 FINKALD_{i,t} + \beta_5 CIRO_{i,t} + \beta_6 \sum^8 SEKTOR_{i,t} + \beta_7 \sum^{11} YIL_{i,t} + u_{i,t}$$

$$IHRPER_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ITH_{i,t} + \beta_2 ITHUTY2_{i,t} + \beta_3 ARGEYOG_{i,t} + \beta_4 FINKALD_{i,t} + \beta_5 CIRO_{i,t} + \beta_6 \sum^8 SEKTOR_{i,t} + \beta_7 \sum^{11} YIL_{i,t} + u_{i,t}$$

$$IHRPER_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ITH_{i,t} + \beta_2 ITHUTY3_{i,t} + \beta_3 ARGEYOG_{i,t} + \beta_4 FINKALD_{i,t} + \beta_5 CIRO_{i,t} + \beta_6 \sum^8 SEKTOR_{i,t} + \beta_7 \sum^{11} YIL_{i,t} + u_{i,t}$$

$$CFV_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ITH_{i,t} + \beta_2 ITHUTY1_{i,t} + \beta_3 ARGEYOG_{i,t} + \beta_4 FINKALD_{i,t} + \beta_5 CIRO_{i,t} + \beta_6 \sum^8 SEKTOR_{i,t} + \beta_7 \sum^{11} YIL_{i,t} + u_{i,t}$$

$$CFV_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ITH_{i,t} + \beta_2 ITHUTY2_{i,t} + \beta_3 ARGEYOG_{i,t} + \beta_4 FINKALD_{i,t} + \beta_5 CIRO_{i,t} + \beta_6 \sum^8 SEKTOR_{i,t} + \beta_7 \sum^{11} YIL_{i,t} + u_{i,t}$$

$$CFV_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 ITH_{i,t} + \beta_2 ITHUTY3_{i,t} + \beta_3 ARGEYOG_{i,t} + \beta_4 FINKALD_{i,t} + \beta_5 CIRO_{i,t} + \beta_6 \sum^8 SEKTOR_{i,t} + \beta_7 \sum^{11} YIL_{i,t} + u_{i,t}$$

5.5.2. Ara malı ithalatının firma ihracat performansını etkilemesi ve hipotezler

Çalışmada tümevarım yöntemiyle bilimsel veriler incelenecek ve analiz edilecek, oluşturulan hipotezler cevaplandırılacaktır.

Literatür incelememizde de yer alan ve detayları aktarılan, ara malı ithalatı ile ihracat ve ihracat performansı arasındaki ilişkileri; Goldberg ve diğ.,’nin (2010) Hindistan’daki firmalar için yeni ithal girdilere erişim yoluyla ticaretten önemli kazançlar elde edilip edilmeyeceği, Aristei ve diğ.,’nin (2013) 27 tane Doğu Avrupa ve Orta Asya ülkesinin firmaları için ihracat faaliyetlerinin ithalat olasılığını artırıp artırmadığı, ithalat faaliyetlerinin ise dış satışlar üzerinde olumlu bir etkisinin olup olmadığı, Bas ve Strauss-Kahn’ın (2014) Fransa firmaları için daha fazla ara girdi çeşidinin ithal edilmesinin ihracat kapsamını artırıp artırmadığı, Feng ve diğ.,’nin (2016) Çin firmaları için ara girdi ithalatını genişleten firmaların ihracatlarının hacmini ve kapsamını geniletip genişletmediği, şeklinde inceleyen ilgili çalışmalarına istinaden çalışmamızın hipotezi, firmaların üretim aşamasında ara malı ithalatını kullanması

ile ihracat performansları arasında pozitif bir ilişkinin varlığı düşüncesiyle aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H1: *Firmaların üretimde ara malı ithalatını kullanması ile ihracat performansları arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.*

Literatür incelememizde de yer alan ve detayları aktarılan, ithal ara mallarındaki teknoloji kalitesi ile ihracat performansı arasındaki ilişkileri; Bas ve Strauss-Kahn'ın (2014) Fransa firmaları için ithal edilen girdilerin üretimdeki girdilerin daha fazla tamamlayıcılığını sağlayıp sağlamadığı ve ayrıca teknoloji/kalite transferi yoluyla verimliliği ve dolayısıyla ihracatı artırıp artırmadığı, Edwards ve diğ.,'nin (2018) Güney Afrika firmaları için girdiler özellikle gelişmiş ekonomilerden elde ediliyorsa ithalatın ihracatı artırdığı hipotezini destekleyip desteklemediği, Mazzi ve Foster-McGregor'ın (2021) Brezilya firmaları için teknolojik yeteneklerin ve ithal girdilerin kalitesinin sadece firmalara doğrudan fayda sağlamakla kalmayıp aynı zamanda ihracatta rekabet gücünü artırmada birbirlerini tamamlayıp tamamlamadığı, Massini ve diğ.,'nin (2023) çok uluslu işletmelerin uluslararası dış kaynaklardan (ithalat ve ihracat) gelen bilginin, iç bilgi (kendi Ar-Ge yatırımı) ile asimilasyonu ve entegrasyonundan kaynaklanan tamamlayıcılıklardan yararlanıp yararlanmadığı, şeklinde inceleyen ilgili çalışmalarına istinaden çalışmamızın hipotezi, firmaların ithal ettiği ara mallarındaki teknoloji yoğunluğu seviyeleri ile ihracat performansları arasında bir ilişkinin varlığı düşüncesiyle aşağıdaki şekildedir.

H2: *Firmaların ithal ettiği ara mallarındaki teknoloji yoğunluğu seviyeleri ile ihracat performansları arasında anlamlı bir ilişki vardır.*

5.5.3. Ara malı ithalatının firma verimliliğini etkilemesi ve hipotezler

Literatür incelememizde de yer alan ve detayları aktarılan, firmaların üretimde ara malı ithalatını kullanması ile firma verimliliği değişimleri arasındaki ilişkileri; Kasahara ve Rodrigue'nin (2008) Şili firmaları için yabancı ara mamul ithalatçısı olmanın üretkenliği artırıp artırmadığı, Halpern ve diğ.,'nin (2015) Macaristan firmaları için girdi çeşitlerinin tümünün ithal edilmesinin bir firmanın gelir verimliliğini ne oranda artırabildiği, Edwards ve diğ.,'nin (2018) Güney Afrika firmaları için ithalat ve ihracat yapan firmaların, ticaret yapmayan veya sadece ihracat veya ithalat yapan firmalara kıyasla firma heterojenliğinin yararıyla üretimde verimlilik, istihdam, ücretler ve sermaye yoğunluğu açısından ne oranda bir artış sergilediği, Zaclicever ve Pellandra'nın (2018) Uruguay firmaları için yabancı

girdilerin, girdilerin coğrafi kökenine göre farklı kanallardan faaliyet gösterecek olan firmaların verimliliği üzerinde olumlu bir etkisinin olup olmadığı, Edwards ve diğ.,'nin (2020) Güney Afrika firmaları için ithalatın imalat firmaları arasında daha yüksek verimlilik ile ilişkili olup olmadığı, ayrıca daha çeşitli ara girdilerin ithal edilmesinin ithal edilen girdi çeşitlerinin üretimdeki yerli çeşitleri tamamladığı fikriyle tutarlı olan daha yüksek firma verimliliği ile ilişkili olup olmadığı, Zhou ve diğ.,'nin (2020) Çin firmaları için ithalatçıların tüm büyük ölçek ve verimlilik göstergelerinde ithalatçı olmayanlardan daha iyi performans gösterip göstermediği, Okafor'un (2021) Gana firmaları için ithal edilen girdilerin üretim sürecinde kullanılmasının ihracat yapan firmalar için diğer firmalara kıyasla verimliliği artırmalarına yardımcı olup olmadığı, şeklinde inceleyen ilgili çalışmalarına istinaden çalışmamızın hipotezi, firmaların üretim aşamasında ara malı ithalatını kullanması ile verimlilik değişimleri arasında pozitif bir ilişkinin varlığı düşüncesiyle aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H3: *Firmaların üretimde ara malı ithalatını kullanması ile verimlilik değişimleri arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.*

Literatür incelememizde de yer alan ve detayları aktarılan çalışmalardan olan, firmaların üretimde kullandığı ithal ara mallarındaki teknoloji kalitesi ile firma verimliliği değişimleri arasında ilişkileri; Schor'ın (2004) Brezilya firmaları için daha iyi yabancı teknolojiyi içeren girdilere güncel erişimin ticaretin serbestleşmesinden sonra verimlilik kazanımlarına da katkıda bulunup bulunmadığı, Kugler ve Verhoogen'ın (2009) Kolombiya firmaları için daha verimli fabrikaların ithalat pazarına girip girmediği ve daha verimli fabrikaların daha kaliteli girdiler satın alıp almadığı, Topalova ve Khandelwal'ın (2011) Hindistan firmaları için daha düşük girdi tarifeleri nedeniyle daha iyi girdilere erişimden kaynaklanan rekabet yanlısı durumların firma düzeyinde üretkenliği artırıp artırmadığı, Aristei ve diğ.,'nin (2013) 27 tane Doğu Avrupa ve Orta Asya ülkesi firmaları için ithalatın yarattığı etkinin firma verimliliğindeki ve ürün inovasyonundaki artışı yönlendirip yönlendirmediği, Bas ve Strauss-Kahn'ın (2014) Fransa firmaları için ithal edilen girdilerin dolaylı olarak, girdilerin daha fazla tamamlayıcılığını sağlayıp sağlamadığı ve ayrıca teknoloji/kalite transferi yoluyla verimliliği ve dolayısıyla ihracatı artırıp artırmadığı, şeklinde inceleyen ilgili çalışmalarına istinaden çalışmamızın hipotezi, firmaların ithal ettiği ara mallarındaki teknoloji yoğunluğu seviyeleri ile verimlilik değişimleri arasında bir ilişkinin varlığı düşüncesiyle aşağıdaki şekildedir.

H4: *Firmaların ithal ettiği ara mallarındaki teknoloji yoğunluğu seviyeleri ile verimlilik değişimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.*

5.6. Ampirik Bulgular

Çalışmamız kapsamında gerçekleştirilen panel veri analizleri Stata 17 istatistik paket programıyla gerçekleştirilmiştir. Ampirik bulguların açıklanması kısmında, tanımlayıcı istatistikler, araştırmamız değişkenleriyle kurulacak modeller için panel veri modellemesinin genel geçerlilik varsayımları ve panel veri model analizlerinden elde edilen bulgular özet tablolar halinde sunularak yorumlaması yapılmıştır.

5.6.1. Veri setindeki firmalara ve sektörlere ait tanımlayıcı istatistikler

Çalışmanın örneklemini oluşturan firmaların sektörlere göre dağılımı Tablo 5.1.’de verilmiştir. Örneklem içindeki firmaların hepsi, genel kapsamda imalat sektöründedir. OECD ISIC Rev.4 sınıflandırmasında teknoloji yoğunluğuna göre gruplandırılıp isimlendirilen imalat sektörlerini, bu doğrultuda daha sağlıklı analiz edebilmek için çalışmamızda ilgili sektör adlandırmaları yapılmıştır. Firmaların %30 oranında “Makine” sektöründe yer aldıkları görülmektedir. Ardından %24’lük oran ile “Elektrikli Teçhizat” sektörü gelmektedir. “Ana Metal ve Fabrikasyon Metal Ürünleri” sektörü %17 ve “Otomotiv” sektörü %15 ile araştırmada nispeten yüksek oranla yer alan diğer sektörlerdir. “Bilgisayar, Elektronik ve Optik Ürünleri” sektörü %10 ile örneklem içinde bulunmaktadır. “Hava Taşıtları ve Uzay Araçları” sektörü, “Demiryolu aksamaları, Lokomotif ve Vagon” sektörü ile “Savunma” sektörü %1’lik bir oranla araştırmada yer almaktadır.

Tablo 5.1. Firmaların Sektörlere Göre Dağılımı

Sektör no	Sektör adı	Firma sayısı	(%)
1	Ana Metal ve Fabrikasyon Metal Ürünleri	30	17
2	Bilgisayar, Elektronik ve Optik Ürünleri	18	10
3	Elektrikli Teçhizat	42	24
4	Hava Taşıtları ve Uzay Araçları	2	1
5	Demiryolu aksamaları, Lokomotif ve Vagon	2	1
6	Makina	52	30
7	Otomotiv	26	15
8	Savunma	2	1
Toplam		174	100

Örneklem sektörleri, ürettikleri ürünlerin teknoloji yoğunluğuna göre açıklanacak olursa; “Bilgisayar, Elektronik ve Optik Ürünleri” sektörü ile “Hava Taşıtları ve Uzay Araçları” sektörü yüksek teknoloji ürün üreten sektörler içinde yer almaktadır. “Elektrikli Teçhizat” sektörü, “Demiryolu aksamaları, Lokomotif ve Vagon” sektörü, “Makine” sektörü, “Otomotiv” sektörü ile “Savunma sektörü” orta yüksek teknoloji ürün üreten sektörlerdir. “Ana Metal ve Fabrikasyon Metal Ürünleri” sektörleri ise, orta düşük ürün üreten sektörler kapsamındadır.

5.6.2. Değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler

Çalışma kapsamındaki değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri Tablo 5.2.’de sunulmuştur. Betimleyici istatistiklerde, analiz kapsamındaki bağımlı, bağımsız ve kontrol değişkenlerine ait kesite göre, zamana göre ve genel olarak olmak üzere ortalama, standart sapma, minimum ve maksimum değerler ile gözlem sayıları belirtilmiştir.

Tablo 5.2. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Değişken adı		Ort.	Std.Sap.	Min.	Max.	Gözlemler
1. İhracat Performansı	IHRPER	Genel	.3035321	.2431753	0	.9960751	1914
		Kesite (firma) göre		.2161738	.001566	.8730501	174
		Zamana (yıl) göre		.1124606	-.3439884	1.07236	11
2. Çoklu Faktör Verimliliği	CFV	Genel	7.732172	45.99983	-2.000267	1071.702	1914
		Kesite (firma) göre		34.09442	.5566757	400.5057	174
		Zamana (yıl) göre		30.97791	-388.2441	678.9289	11
3. Ara Malı İthalatı Hacmi	ITH	Genel	16.21625	2.775386	0	23.29294	1914
		Kesite (firma) göre		2.569592	8.378743	22.34771	174
		Zamana (yıl) göre		1.065118	4.285037	21.64184	11
4. Ara Malı İthalatında Ürün Teknoloji Yoğunluğu (Yüksek)	ITHUTY1	Genel	.1458127	.2362294	0	1	1914
		Kesite (firma) göre		.212909	.0000195	.937727	174
		Zamana (yıl) göre		.1034941	-.5408163	1.030644	11
5. Ara Malı İthalatında Ürün Teknoloji Yoğunluğu (Orta Yüksek)	ITHUTY2	Genel	.5906503	.3270001	0	1	1914
		Kesite (firma) göre		.293603	.00427	.9970114	174
		Zamana (yıl) göre		.145523	-.2257444	1.277279	11
6. Ara Malı İthalatında Ürün Teknoloji Yoğunluğu (Orta Düşük)	ITHUTY3	Genel	.2598776	.3243067	0	1	1914
		Kesite (firma) göre		.305957	0	.9956725	174
		Zamana (yıl) göre		.1097931	-.261384	.9829295	11

7. AR-GE Yoğunluğu	ARGEYO G	Genel	8.21123	49.13652	0	1501.241	1914
		Kesite (firma) göre		30.08831	.0127395	293.2597	174
		Zamana (yıl) göre		38.90789	-227.6408	1216.192	11
8. Firma Büyüklüğü	CIRO	Genel	18.28204	1.916153	11.28982	23.92745	1914
		Kesite (firma) göre		1.80054	14.25572	23.0587	174
		Zamana (yıl) göre		.6683145	15.2232	22.42047	11
9. Finansal Kaldıraç	FINKALD	Genel	.4189243	.2376943	.0011516	1.628913	1914
		Kesite (firma) göre		.2104489	.0235728	1.284017	174
		Zamana (yıl) göre		.1115408	-.016837	1.041626	11

Tabloda yer alan sütunlardaki istatistiki terimler ve rakamsal durumlar detaylandırılacak olursa; örneğin, araştırmamızın bağımlı değişkeni olan ihracat performansı (IHRPER) ortalama sütununda (.30) değerini almıştır. Diğer bir ifadeyle, örnekleme yer alan firmalarda ortalama olarak yurt dışı satışları toplam satışların %30'unu oluşturmaktadır. Örnekleme bu değer maksimum %99,6'ya kadar çıkabilmektedir. Diğer bağımlı değişkenimiz olan çoklu faktör verimliliği (CFV), ortalama yaklaşık 8 birim (7.73) seviyesindedir. Her bir firmaya göre verimlilik, en az (-2) birim, en fazla (1071) birim düzeyinde gerçekleşmektedir.

5.6.3. Durağanlık (birim kök) testleri

Panel veri özelliği taşıyan verilerle çalışmamız ve veriler kapsamında zaman boyutu olması nedeniyle analiz dahilindeki tüm değişkenler için seviye değerlerinde birim kök testleri gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın modellerinde yer alan tüm değişkenlere ait durağanlık (birim kök) testleri sonuçları tablo 5.3.'te verilmiştir. Yapılan üç farklı (sadece sabit içeren) birim kök testinin sonuçları sunulmuştur.

Tablo 5.3. Durağanlık (Birim Kök) Testleri

Değişken	Levin-Lin-Chu Panel Veri Birim Kök Testi (Seviye Değerleri ve Sadece Sabit İçeren Model)		Im-Pesaran-Shin Panel Veri Birim Kök Testi (Seviye Değerleri ve Sadece Sabit İçeren Model)		Harris Tzavalis Panel Veri Birim Kök Testi (Seviye Değerleri ve Sadece Sabit İçeren Model)	
	Test İstatistik Değeri (Ayarlı t)	Anlamlılık (p-değeri)	Test İstatistik Değeri (Ayarlı t)	Anlamlılık (p-değeri)	Test İstatistik Değeri (Ayarlı t)	Anlamlılık (p-değeri)
IHRPER	-17.2556	0.0000	-2.3935	0.0083	0.4754	0.0000
CFV	-23.8450	0.0000	-15.5448	0.0000	-0.2912	0.0000
ITH	-10.3043	0.0000	-15.9798	0.0000	0.5289	0.0000
ITHUTY1	-33.7149	0.0000	-8.5521	0.0000	0.2862	0.0000
ITHUTY2	-19.3403	0.0000	-6.8250	0.0000	0.3388	0.0000
ITHUTY3	-12.7046	0.0000	-6.7119	0.0000	0.3294	0.0000
ARGEYOG	-4.0817	0.0000	-6.9652	0.0000	0.0250	0.0000
CIRO	-2.7525	0.0030	-15.4139	0.0000	-0.2105	0.0000
FINKALD	-15.3743	0.0000	-3.0782	0.0010	0.5463	0.0000

Yukarıdaki tabloda yer alan üç farklı birim kök testinin sonuçları değerlendirildiğinde, tüm değişken serileri seviye değerlerinde (anlık düzey) durağan bulunmuştur. Bu nedenle, tüm seriler orijinal halleriyle (seviye değerleriyle) modelleme sürecinde kullanılabilecektir.

5.6.4. Korelasyon matrisi

Analizlere değişkenler arasındaki korelasyonun durumunu kontrol etme işlemiyle devam edilmiştir. Bu aşama ile araştırma değişkenleriyle model kurma işleminde engel teşkil edebilecek korelasyon detaylarının varlığı araştırılmıştır.

Korelasyon katsayısı doğrusal ilişki açısından (-1) ile (+1) arasında değerlerde değişebilir. Korelasyonun büyüklüğü (0-1) iki değişken arasındaki ilişkinin gücünü gösterir ve işareti değişkenlerin aynı yönde ya da zıt yönlerde artıp azaldığını belirtir (Cohen, 1988). Örneklemdaki tüm değişkenler arasındaki ikili korelasyon katsayılarını gösteren korelasyon matrisi tablo 5.4.'te verilmiştir.

Tablo 5.4. Korelasyon Matrisi

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. İhracat Performansı	1								
2. Çoklu Faktör Verimliliği	-0.07	1							
3. Ara Malı İthalatı Hacmi	0.24*	0	1						
4. Ara Malı İthalatında Ürün Teknoloji Yoğunluğu (Yüksek)	-0.24*	0.09	-0.19*	1					
5. Ara Malı İthalatında Ürün Teknoloji Yoğunluğu (Orta Yüksek)	-0.04	0.01	0	-0.36*	1				
6. Ara Malı İthalatında Ürün Teknoloji Yoğunluğu (Orta Düşük)	0.22*	-0.08	0.21*	-0.35*	-0.72*	1			
7. AR-GE Yoğunluğu	-0.11*	0.06	-0.10*	0.18*	-0.05	-0.08	1		
8. Firma Büyüklüğü	0.32*	-0.05	0.85*	-0.31*	-0.01	0.26*	-0.23*	1	
9. Finansal Kaldıraç	0.15*	0	0.09	-0.07	0	0.06	0.06	0.09	1

* %5 anlamlılık düzeyinde önemli. n=174

Tablodaki açıklayıcı değişkenlerin bağımlı değişkenler ile aralarındaki korelasyonların değeri (0,5)'in üzerinde değildir (Cohen, 1988) ve güçlü bir korelasyonun varlığına işaret etmemektedir. Değişkenler arasındaki ikili korelasyona bakıldığında, 0,3'ün üzerinde yalnızca iki değer mevcuttur. (+0,85) (Firma Büyüklüğü ile Ara Malı İthalatı Hacmi değişkenleri arasında) ve (-0,72) (Ara Malı İthalatında Ürün Teknoloji Yoğunluğu-Orta Düşük ile Ara Malı İthalatında Ürün Teknoloji Yoğunluğu-Orta Yüksek değişkenleri arasında).

5.6.5. Çoklu doğrusal bağlantının sınanması

Doğrusal bağlantı testi, tablo 5.5.'te bağımlı değişkenin ihracat performansı olduğu ve diğer tüm bağımsız ve kontrol değişkenlerinin yer aldığı model için yapılmıştır.

Tablo 5.5. IHRPER bağımlı değişkenine ait modelde tüm değişkenler için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri

Değişken	VIF	1/VIF
ITH	5.80	0.172419
ITHUTY1	23.97	0.041723
ITHUTY2	43.54	0.022970
ITHUTY3	43.40	0.023043
ARGEYOG	1.23	0.810735
CIRO	15.84	0.063132
FINKALD	1.04	0.960890
Ortalama VIF	18.35	

İhracat performansı (IHRPER) bağımlı değişkenine ait modelde tüm değişkenler için yapılan Varyans Büyütme Faktörü (VIF) testi sonuçlarının verildiği Tablo 5.5. incelendiğinde, ortalama değerin (Mean VIF) 5'in altında çıkmaması ($18,35 > 5$) ve ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğu seviyesi değişkenleri (ITHUTY1, ITHUTY2, ITHUTY3) için çok yüksek VIF değerlerinin çıkması nedenleri ile modelde çoklu doğrusallık sorunu söz konusudur. Bu nedenle ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğu seviyesi değişkenleri (ITHUTY1, ITHUTY2, ITHUTY3) ayrı ayrı modellere dâhil edilerek ihracat performansı bağımlı değişkeni üzerine üç adet model oluşturulmuştur. Söz konusu modellere ait doğrusal bağlantı (VIF) testleri aşağıda verilmiştir.

Tablo 5.6. Oluşturulan Model 1 için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri

Değişken	VIF	1/VIF
ITH	3.93	0.254208
ITHUTY1	1.15	0.866067
ARGEYOG	1.12	0.891827
CIRO	4.35	0.229704
FINKALD	1.02	0.978921
Ortalama VIF	2.32	

Ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğu seviyesi değişkenlerinin (ITHUTY1, ITHUTY2, ITHUTY3) ayrı ayrı modellere dâhil edilerek oluşturulan modellerden, Model 1 için yapılan doğrusal bağlantı (VIF) testlerine bakıldığında; ortalama değerin (Mean VIF)

($2.32 < 5$) 5'in altında çıktığı görülmektedir. Testin sonucunda modele dahil tüm bağımsız değişkenlerin değerleri de 5'in altında çıkmıştır. Örneğin, ITHUTY1 değişkeninin VIF değeri (1.15), ARGEYOG değişkeninin VIF değeri (1.12) olarak oldukça düşük değerde çıkmıştır. Kurulan modelde doğrusal bağlantı sorunu bulunmamaktadır.

Tablo 5.7. Oluşturulan Model 2 için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri

Değişken	VIF	1/VIF
ITH	3.86	0.258889
ITHUTY2	1.00	0.995336
ARGEYOG	1.12	0.896648
CIRO	4.06	0.246076
FINKALD	1.02	0.982518
Ortalama VIF	2.21	

Oluşturulan Model 2 için yapılan doğrusal bağlantı (VIF) testlerine bakıldığında; ortalama değerin (Mean VIF) ($2.21 < 5$) 5'in altında çıktığı görülmektedir. Ayrıca testin sonucunda modele dahil tüm bağımsız değişkenlerin değerleri de 5'in altında çıkmıştır. Örneğin, ITH değişkeninin VIF değeri (3.86) olarak gerçekleşmiştir. Kurulan modelde doğrusal bağlantı sorunu yoktur.

Tablo 5.8. Oluşturulan Model 3 için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri

Değişken	VIF	1/VIF
ITH	3.86	0.259007
ITHUTY3	1.08	0.929447
ARGEYOG	1.11	0.900079
CIRO	4.14	0.241368
FINKALD	1.02	0.980988
Ortalama VIF	2.24	

Oluşturulan Model 3 için yapılan doğrusal bağlantı (VIF) testlerine bakıldığında; ortalama değerin (Mean VIF) ($2.24 < 5$) 5'in altında çıktığı görülmektedir. Ayrıca testin sonucunda modele dahil tüm bağımsız değişkenlerin değerleri de 5'in altında çıkmıştır. Örneğin, ITHUTY3 değişkeninin VIF değeri (1.08) olarak oldukça düşük değerde çıkmıştır. Kurulan

modelde doğrusal bağlantı sorunu bulunmamaktadır.

Tablo 5.9. CFV bağımlı değişkenine ait modelde tüm değişkenler için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri

Değişken	VIF	1/VIF
ITH	5.80	0.172419
ITHUTY1	23.97	0.041723
ITHUTY2	43.54	0.022970
ITHUTY3	43.40	0.023043
ARGEYOG	1.23	0.810735
CIRO	15.84	0.063132
FINKALD	1.04	0.960890
Ortalama VIF	18.35	

Çoklu faktör verimliliği (CFV) bağımlı değişkenine ait modelde tüm değişkenler için yapılan Varyans Büyütme Faktörü (VIF) testi sonuçlarının verildiği Tablo 5.9. incelendiğinde, ortalama değerin (Mean VIF) 5'in altında çıkmaması ($18,35 > 5$) ve ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğu seviyesi değişkenleri (ITHUTY1, ITHUTY2, ITHUTY3) için VIF değerlerinin çok yüksek çıkması nedenleri ile modelde çoklu doğrusallık sorunu bulunmaktadır. Bu nedenle ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğu seviyesi değişkenleri (ITHUTY1, ITHUTY2, ITHUTY3) ayrı ayrı modellere dâhil edilerek, çoklu faktör verimliliği bağımlı değişkeni kapsamında da üç adet model oluşturulmuştur. Söz konusu modellere ait doğrusal bağlantı (VIF) testleri aşağıda verilmiştir.

Tablo 5.10. Oluşturulan Model 4 için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri

Değişken	VIF	1/VIF
ITH	3.93	0.254208
ITHUTY1	1.15	0.866067
ARGEYOG	1.12	0.891827
CIRO	4.35	0.229704
FINKALD	1.02	0.978921
Ortalama VIF	2.32	

Oluşturulan Model 4 için yapılan doğrusal bağlantı (VIF) testlerine bakıldığında; ortalama değerin (Mean VIF) ($2.32 < 5$) 5'in altında çıktığı görülmektedir. Ayrıca testin sonucunda modele dahil tüm bağımsız değişkenlerin değerleri de 5'in altında çıkmıştır. Örneğin, ITHUTY1 değişkeninin VIF değeri (1.15) olarak oldukça düşük değerde çıkmıştır. Kurulan modelde doğrusal bağlantı sorunu yoktur.

Tablo 5.11. Oluşturulan Model 5 için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri

Değişken	VIF	1/VIF
ITH	3.86	0.258889
ITHUTY2	1.00	0.995336
ARGEYOG	1.12	0.896648
CIRO	4.06	0.246076
FINKALD	1.02	0.982518
Ortalama VIF	2.21	

Oluşturulan Model 5 için yapılan doğrusal bağlantı (VIF) testlerine bakıldığında; ortalama değerin (Mean VIF) ($2.21 < 5$) 5'in altında çıktığı görülmektedir. Testin sonucunda modele dahil tüm bağımsız değişkenlerin değerleri de 5'in altında çıkmıştır. Örneğin, ITHUTY2 değişkeninin VIF değeri (1.00) olarak oldukça düşük değerde çıkmıştır. Kurulan modelde doğrusal bağlantı sorunu bulunmamaktadır.

Tablo 5.12. Oluşturulan Model 6 için Doğrusal Bağlantı (VIF) Testleri

Değişken	VIF	1/VIF
ITH	3.86	0.259007
ITHUTY3	1.08	0.929447
ARGEYOG	1.11	0.900079
CIRO	4.14	0.241368
FINKALD	1.02	0.980988
Ortalama VIF	2.24	

Oluşturulan Model 3 için yapılan doğrusal bağlantı (VIF) testlerine bakıldığında; ortalama değerin (Mean VIF) ($2.24 < 5$) 5'in altında çıktığı görülmektedir. Ayrıca testin sonucunda modele dahil tüm bağımsız değişkenlerin değerleri de 5'in altında çıkmıştır. Örneğin,

ITHUTY3 değişkeninin VIF değeri (1.08) olarak düşük değerde çıkmıştır. Kurulan modelde doğrusal bağlantı sorunu yoktur.

5.6.6. Panel veri modelinin tespiti

Panel veri modellemesinde Klasik Model diye adlandırılan Havuzlanmış En Küçük Kareler (POLS) Modeli ile Sabit Etkiler Modeli arasında panel veri modelinin tespiti aşamasında seçim yapabilmek için F Testi kullanılmıştır. Yapılan test ile “tüm birim etkilerin sıfıra eşit olduğu” şeklinde ifade edilen (H_0) hipotezi, diğer bir ifadeyle geçerlilik sınanmıştır. Araştırmamız kapsamındaki IHRPER bağımlı değişkenine ait üç model için yapılan F Testi sonuçları tablo 5.13’te verilmiştir.

Tablo 5.13. F Testi Sonuçları (Model 1, Model 2, Model 3)

Model	Serbestlik Derecesi (173, 1735)	F değeri (prob>F)
Model 1	32.18	0.0000
Model 2	32.95	0.0000
Model 3	32.25	0.0000

Testlerin sonuçlarına göre, tüm modeller için F değerinin 0.05’den küçük olduğu (Prob>F=0.000) görülmektedir. Bu nedenle (H_0) hipotezi reddedilmekte ve dolayısıyla birim etkilerin var olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumda Klasik Model ile araştırmaya devam etmenin uygun olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 5.14. F Testi Sonuçları (Model 4, Model 5, Model 6)

Model	Serbestlik Derecesi (173, 1735)	F değeri (prob>F)
Model 4	12.29	0.0000
Model 5	12.37	0.0000
Model 6	12.29	0.0000

Araştırmamız kapsamındaki CFV bağımlı değişkenine ait üç model için yapılan F Testi sonuçları tablo 5.14.’te verilmiştir. Testlerin sonuçlarına göre, tüm modeller için F değerinin 0.05’den küçük olduğu (Prob>F=0.000) görülmektedir. Bu nedenle (H_0) hipotezi

reddedilmekte ve birim etkilerin var olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumda klasik model ile araştırmaya devam etmek uygun değildir.

Diğer yandan, panel veri modellemesinde Klasik Model diye adlandırılan Havuzlanmış En Küçük Kareler (POLS) Modeli ile Rastgele Etkiler Modeli arasında panel veri modelinin tespiti aşamasında seçim yapabilmek için Breusch-Pagan (1980) Lagrange Çarpanı (LM) testi kullanılmıştır. Yapılan test ile “tüm birim etkilerin varyansının sıfıra eşit olduğu” şeklinde ifade edilen (H_0) hipotezi sınanmıştır. Araştırmamız kapsamındaki IHRPER bağımlı değişkenine ait üç model için yapılan LM Testi sonuçları tablo 30’da verilmiştir.

Tablo 5.15. LM Testi Sonuçları (Model 1, Model 2, Model 3)

Model	chibar2 (01)	Prob>chibar2
Model 1	25.80	0.0000
Model 2	14.11	0.0002
Model 3	19.83	0.0000

Tablo 5.15.’teki LM Testi sonuçlarına göre, tüm modeller için Prob>chibar2 değerinin 0,05’ten küçük çıktığı görülmektedir. Bu nedenle (H_0) hipotezi reddedilmekte ve tüm birim etkilerin varyanslarının sıfıra eşit olmadığı anlaşılmaktadır. Bu durumda Klasik Model ile araştırmaya devam etmenin uygun olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 5.16. LM Testi Sonuçları (Model 4, Model 5, Model 6)

Model	chibar2 (01)	Prob>chibar2
Model 4	913.94	0.0000
Model 5	688.54	0.0000
Model 6	1688.01	0.0000

Araştırmamız kapsamındaki CFV bağımlı değişkenine ait üç model için yapılan LM Testi sonuçları tablo 5.16.’da verilmiştir. LM Testi sonuçlarına göre, tüm modeller için Prob>chibar2=0.000 değerinin çıktığı görülmektedir. Bu nedenle (H_0) hipotezi reddedilmekte ve tüm birim etkilerin varyanslarının sıfıra eşit olmadığı anlaşılmaktadır. Bu durumda Klasik Model ile araştırmaya devam etmek uygun değildir.

Bu aşamada, panel veri modelinin tespiti için Sabit Etkiler ya da Rastgele Etkiler modellerinden hangisinin uygun olacağını belirlemek adına Hausman testi yapılmıştır. Yapılan test ile genel olarak “katsayılar arasındaki fark sistematik değildir” şeklinde ifade edilen (H0) hipotezi sınanmıştır. Tablo 5.17.’de araştırma modellerinden IHRPER bağımlı değişkenine ait üç model için yapılan Hausman testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 5.17. Hausman Testi Sonuçları (Model 1, Model 2, Model 3)

Model	chi2 (5)	Prob>chi2
Model 1	8.57	0.1276
Model 2	6.56	0.2555
Model 3	5.29	0.3816

Hausman Testi sonuçlarına göre, 3 model için de (Prob>chi2) değerine bakıldığında 0,05’ten büyük değerler çıktığı görülmektedir. Bu aşamada “katsayılar arasındaki fark sistematik değildir” şeklinde ifade edilen (H0) hipotezi reddedilemediğinden, Sabit Etkiler Modeli tahmincisinin tutarsız olduğuna karar verilmiştir. Bu durumda Rastgele Etkiler Modeli üzerine araştırmanın ilgili 3 modeli kurulacaktır.

Tablo 5.18. Hausman Testi Sonuçları (Model 4, Model 5, Model 6)

Model	chi2 (5)	Prob>chi2
Model 4	9.43	0.1049
Model 5	7.35	0.2142
Model 6	5.47	0.3905

Tablo 5.18’de araştırma modellerinden CFV bağımlı değişkenine ait üç model için yapılan Hausman testi sonuçları verilmiştir. Hausman Testi sonuçlarına göre, 3 model için de (Prob>chi2) değerine bakıldığında 0,05’ten büyük değerler çıktığı görülmektedir. Bu aşamada “katsayılar arasındaki fark sistematik değildir” şeklinde ifade edilen (H0) hipotezi reddedilemediğinden, Sabit Etkiler Modeli tahmincisinin tutarsız olduğuna karar verilmiştir. Bu durumda tutarlı olan Rastgele Etkiler Modeli üzerine araştırmanın ilgili 3 modeli oluşturulacaktır.

5.6.7. Rastgele etkiler modeli için heteroskedasite (değişen varyans) testi ve otokorelasyon testi

Araştırma modellerimizin oluşturulacağı Rastgele Etkiler Modeli için modelde etkinliği bozan ve herhangi bir varsayımdan sapma olup olmadığını test etmek amacıyla heteroskedasite ve otokorelasyon testleri yapılmıştır. Çıkan sonuçlara göre analizlere hangi doğrultuda devam edileceğine karar verilmiştir. Tablo 5.19’da araştırma modellerinden IHRPER bağımlı değişkenine ait üç model için yapılan heteroskedasite testi ve otokorelasyon testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 5.19. Heteroskedasite ve Otokorelasyon Testi Sonuçları (Model 1, Model 2, Model 3)

Model	Wald Testi (Heteroskedasite)		Wooldridge Testi (Otokorelasyon)	
	chi2 (174)	Prob>chi2	F (1, 173)	Prob>F
Model 1	1.2e+05	0.0000	41.801	0.0000
Model 2	2.0e+05	0.0000	41.138	0.0000
Model 3	2.0e+05	0.0000	42.390	0.0000

Heteroskedasitenin varlığını sınavan Wald Testi sonuçlarına göre; Model 1, Model 2 ve Model 3 için değerler 0,05’ten küçük olduğu için sabit varyansı ifade eden (HO) hipotezi reddedilmekte ve değişen varyansın var olduğu anlaşılmaktadır.

Otokorelasyonu sınamak için gerçekleştirilen Wooldridge Testi sonuçlarına göre; Model 1, Model 2 ve Model 3 için değerler 0,05’ten küçük olduğu için “birinci mertebeden otokorelasyon olmadığı”nı ifade eden (HO) hipotezinin reddedildiği ve söz konusu 3 modelde de otokorelasyon vardır, sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablo 5.20. Heteroskedasite ve Otokorelasyon Testi Sonuçları (Model 4, Model 5, Model 6)

Model	Wald Testi (Heteroskedasite)		Wooldridge Testi (Otokorelasyon)	
	chi2 (174)	Prob>chi2	F (1, 173)	Prob>F
Model 4	6.7e+07	0.0000	213.910	0.0000
Model 5	6.9e+07	0.0000	214.058	0.0000
Model 6	6.3e+07	0.0000	214.354	0.0000

Tablo 5.20.'de araştırma modellerinden CFV bağımlı değişkenine ait üç model için yapılan heteroskedasite testi ve otokorelasyon testi sonuçları sunulmuştur. Heteroskedasitenin varlığını sınamak için yapılan Wald Testi sonuçlarına göre; Model 4, Model 5 ve Model 6 için değerler 0,05'ten küçük çıkmış, sabit varyansı ifade eden (HO) hipotezi reddedilmiştir. Buna göre değişen varyansın olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Otokorelasyonu sınamak için yapılan Wooldridge Testi sonuçlarına göre; tablodaki değerler 0,05'ten küçük olduğu için "birinci mertebeden otokorelasyon olmadığı"nı ifade eden (HO) hipotezi reddedilmektedir. Araştırmanın ilgili 3 modelinde de otokorelasyonun var olduğu anlaşılmaktadır.

5.6.8. Rastgele etkiler modeli için birimler arası korelasyon testi

Araştırma modellerimiz için Rastgele Etkiler Modeli kapsamında birimler arası korelasyonun varlığını sınamak için Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı Testi kullanılmıştır. Tablo 5.21.'de araştırma modellerinden IHRPER bağımlı değişkenine ait üç model için yapılan Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı Testi sonuçları verilmiştir.

Tablo 5.21. Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı Testi Sonuçları (Model 1, Model 2, Model 3)

Model	chibar2(01)	Prob > chibar2
Model 1	5164.35	0.0000
Model 2	5193.82	0.0000
Model 3	5158.43	0.0000

Breusch-Pagan Lagrange Çarpanı Testi sonuçlarına göre; korelasyon matrisi ve test değerlerine göre 3 model için de değerler ($<0,05$) çıktığı için birimler arası korelasyon olmadığını ifade eden (H0) hipotezi reddedilmektedir. İlgili modeller için korelasyon söz konusudur.

Tablo 5.22. Breusch-Pagan Lagrange Çarpımı Testi Sonuçları (Model 4, Model 5, Model 6)

Model	chibar2(01)	Prob > chibar2
Model 4	2265.13	0.0000
Model 5	2246.07	0.0000
Model 6	2253.94	0.0000

Tablo 5.22.’de araştırma modellerinden CFV bağımlı değişkenine ait üç model için yapılan Breusch-Pagan Lagrange Çarpımı Testi sonuçları sunulmuştur. Test sonuçlarına göre; korelasyon matrisi ve test değerlerine göre Model 4, Model 5, Model 6 için değerlerin ($<0,05$) çıktığı görülmektedir. Bu sebeple birimler arası korelasyon olmadığını ifade eden (H_0) hipotezi reddedilmektedir. Söz konusu modeller için korelasyonun varlığı mevcuttur.

5.6.9. Robust kullanılarak oluşturulan modellerde regresyon tahmini

Panel veri analizlerinde, heteroskedasite (değişen varyans), otokorelasyon ve birimler arası korelasyonun en az birinin varlığında dirençli tahmincilerle tahmin yöntemleri kullanılmalıdır. Bu durumlardan en az birinin varlığı durumunda ya parametre tahminlerine dokunmadan standart hatalar düzeltilmeli diğer bir ifadeyle dirençli standart hatalar elde edilmeli ya da varlıkları halinde uygun yöntemlerle tahminler yapılmalıdır (Yerdelen Tatoğlu, 2013). Araştırmamız kapsamındaki 6 adet model için heteroskedasite, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon kavramları bakımından tümünün varlığı söz konusudur. Bu sebeple tahminlerimize “robust” kullanılarak devam edilmiştir. Bu şekilde dirençli standart hatalar elde edilmiştir.

5.6.9.1. Statik panel veri regresyon analizi

Gerçekleştirilen statik panel veri regresyon analizleri neticesinde, IHRPER bağımlı değişkenine göre meydana getirilmiş olan Model 1 Model 2, Model 3 ve CFV bağımlı değişkenine göre meydana getirilmiş olan Model 4, Model 5, Model 6 için oluşturulan tablolarda; modelin kukla değişkensiz değerlerini içeren sütun, sektör etkisinin incelendiği sütun ve yıl etkisinin incelendiği sütun bulunmaktadır.

5.6.9.1.1. İhracat performansı (IHRPER) bağımlı değişkeni için oluşturulan modellerde statik panel veri regresyon analizi

Tablo 5.23. Model 1 (IHRPER) için Statik Panel Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Model 1 (Kukla Değişkensiz)	P> z	SEKTÖR Etkisi	P> z	YIL Etkisi	P> z
ITH	0.004 (0.031)	0.89	0.003 (0.031)	0.92	0.022 (0.031)	0.48
ITHUTY1	-0.489 (0.241)	0.04	-0.430 (0.247)	0.08	-0.523 (0.240)	0.03
Kontrol Değişkenleri						
ARGEYOG	-0.002 (0.001)	0.03	-0.000 (0.000)	0.02	-0.000 (0.000)	0.02
CIRO	0.033 (0.049)	0.00	0.033 (0.005)	0.00	0.028 (0.007)	0.00
FINKALD	0.023 (0.023)	0.31	0.018 (0.023)	0.42	0.030 (0.023)	0.19
Kukla Değişkenler						
Sektör 2	2010 yılı		-0.064 (0.060)	0.28	-0.028 (0.012)	0.02
Sektör 3	2011 yılı		0.035 (0.047)	0.45	-0.035 (0.013)	0.01
Sektör 4	2012 yılı		0.295 (0.143)	0.04	-0.025 (0.013)	0.05
Sektör 5	2013 yılı		-0.270 (0.142)	0.06	-0.022 (0.013)	0.09
Sektör 6	2014 yılı		0.040 (0.045)	0.37	-0.030 (0.013)	0.02
Sektör 7	2015 yılı		0.111 (0.052)	0.03	-0.033 (0.014)	0.01
Sektör 8	2016 yılı		0.130 (0.142)	0.36	-0.044 (0.014)	0.00
	2017 yılı				-0.038 (0.015)	0.01
	2018 yılı				-0.009 (0.016)	0.56
	2019 yılı				0.016 (0.016)	0.33
Sabit (Constant)	-0.316 (0.069)	0.00	-0.336* (0.080)	0.00	-0.223* (0.102)	0.03
Wald chi2	110.66	0.00	130.70	0.00	153.80	0.00
R-squared	0.122		0.186		0.129	

Not: Anlamlılık seviyesi; p<=0.10, p<=0.05, p<=0.01 (parantez içindeki değer standart hata)

* Sektör 1 ve 2009 yılı değişkenleri için hesaplanan model sabiti

Model 1’de IHRPER bağımlı değişkeninin üzerinde ITH bağımsız değişkeninin etkisi istatistiksel olarak anlamsız çıkmıştır fakat pozitif bir etkiden bahsedilebilir. ITHUTY1 bağımsız değişkeninin %5 düzeyinde anlamlı fakat negatif bir etkisinin olduğu sonucu çıkmıştır. Burada ürün teknoloji yoğunluğu yüksek seviye olan ithalatın firmaların ihracat performansını negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Diğer yandan, IHRPER üzerinde ARGEYOG’nun %5 düzeyinde anlamlı fakat negatif bir etkisinin olduğu

anlaşılmaktadır. CIRO'nun ise %1 düzeyinde anlamlı ve pozitif bir etkisi mevcuttur. Bu aşamada firmaların satış hacimlerinin ihracat performanslarına pozitif yönde bir katkı sağladığı sonucu bulunmuştur. FINKALD'ın etkisi anlamsızdır. Model sabiti anlamlıdır. Model geçerlilik istatistik değeri diğer bir ifadeyle Wald Ki-kare (Wald chi2) değeri modelin geçerli ve anlamlı olduğunu göstermektedir. Modeldeki bağımsız ve kontrol değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki etki oranı %12'dir ($R^2=0.1224$).

Sektör etkileri incelendiğinde; hesaplanan model sabiti olan Sektör 1, diğer değişkenlerin etkisi göz ardı edildiğinde IHRPER açısından anlamlı ve negatif etki içermektedir. IHRPER bakımından göreceli olarak dezavantajlı konumdadır. Sektör 4, IHRPER açısından anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir. Ayrıca diğer sektörlere göre IHRPER açısından en olumlu ve iyi görünen sektör konumundadır. Sektör 5, IHRPER bakımından anlamlı ve negatif bir etkidedir. En dezavantajlı sektör konumundadır. Sektör 7 ise, anlamlı ve pozitif bir etki içermekte ve Sektör 4'den sonra avantajlı ve iyi konumda görünen ikinci sektördür. Wald Ki-kare değeri kukla değişkenli modelin anlamlı olduğunu göstermektedir.

Yıl etkileri incelendiğinde; IHRPER üzerinde 2011, 2016, 2017 yıllarında %1 düzeyinde, 2009, 2010, 2012, 2014, 2015 yıllarında %5 düzeyinde, 2013 yılında %10 düzeyinde anlamlı ve negatif bir etki bulunmaktadır. 2018 ve 2019 yıllarındaki etkiler anlamsız çıkmıştır. Bu noktada, yıllar bazında IHRPER üzerinde genel olarak azaltıcı bir etkinin söz konusu olduğu görülmektedir. Yıl kukla değişkeninin dahil edildiği modelde sabit anlamlıdır. Bağımsız ve kontrol değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki etki oranı %13'dür. Wald Ki-kare değeri modelin anlamlı olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 5.24. Model 2 (IHRPER) için Statik Panel Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler		Model 2 (Kukla Değişkensiz)	P> z	SEKTÖR Etkisi	P> z	YIL Etkisi	P> z
ITH		0.000 (0.003)	0.89	0.001 (0.003)	0.87	0.002 (0.003)	0.50
ITHUTY2		-0.014 (0.017)	0.42	-0.017 (0.018)	0.32	-0.015 (0.017)	0.39
Kontrol Değişkenleri							
ARGEYOG		-0.000 (0.000)	0.03	-0.000 (0.000)	0.03	-0.000 (0.000)	0.02
CIRO		0.033 (0.005)	0.00	0.032 (0.005)	0.00	0.029 (0.007)	0.00
FINKALD		0.025 (0.023)	0.27	0.021 (0.023)	0.37	0.033 (0.023)	0.15
Kukla Değişkenler							
Sektör 2	2010 yılı			-0.084 (0.059)	0.15	-0.027 (0.012)	0.02
Sektör 3	2011 yılı			0.033 (0.047)	0.48	-0.036 (0.013)	0.00
Sektör 4	2012 yılı			0.268 (0.143)	0.06	-0.027 (0.013)	0.04
Sektör 5	2013 yılı			-0.261 (0.143)	0.07	-0.024 (0.013)	0.07
Sektör 6	2014 yılı			0.043 (0.045)	0.34	-0.032 (0.013)	0.02
Sektör 7	2015 yılı			0.115 (0.053)	0.03	-0.035 (0.014)	0.01
Sektör 8	2016 yılı			0.114 (0.143)	0.42	-0.046 (0.014)	0.00
	2017 yılı					-0.040 (0.015)	0.01
	2018 yılı					-0.011 (0.016)	0.48
	2019 yılı					0.013 (0.016)	0.43
Sabit (Constant)		-0.312 (0.071)	0.00	-0.326* (0.080)	0.00	-0.233* (0.103)	0.02
Wald chi2		106.65	0.00	128.22	0.00	149.22	0.00
R-squared		0.112		0.182		0.117	

Not: Anlamlılık seviyesi; p<=0.10, p<=0.05, p<=0.01 (parantez içindeki değer standart hata)

* Sektör 1 ve 2009 yılı değişkenleri için hesaplanan model sabiti

Model 2’de IHRPER bağımlı değişkeninin üzerinde ITH ve ITHUTY2 bağımsız değişkenlerinin etkisi istatistiksel olarak anlamsızdır. Bu noktada ithalat hacmi miktarı ve ürün teknoloji yoğunluğu orta-yüksek seviyede olan ithalatın, firmaların ihracat performansına etkisinin anlamsız olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. ARGEYOG’nun %5 düzeyinde IHRPER üzerinde anlamlı fakat negatif bir etkisi vardır. CIRO’nun ise %1 düzeyinde anlamlı ve pozitif bir etkisi mevcuttur. FINKALD’ın etkisi anlamsızdır. Model sabiti anlamlıdır. Model geçerlilik istatistik değeri diğer bir ifadeyle Wald Ki-kare (Wald chi2) değeri modelin geçerli ve anlamlı olduğunu göstermektedir. Modeldeki bağımsız ve kontrol değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki etki oranı %11’dir ($R^2=0.1121$).

Sektör etkileri incelendiğinde; hesaplanan model sabiti olan Sektör 1, diğer değişkenlerin etkisi göz ardı edildiğinde IHRPER açısından anlamlı ve negatif etki içermektedir. IHRPER bakımından göreceli olarak dezavantajlı konumdadır. Sektör 4, IHRPER açısından anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir. Ayrıca diğer sektörlerle göre IHRPER açısından en olumlu ve iyi görünen sektör konumundadır. Sektör 5, IHRPER bakımından anlamlı ve negatif bir etkidedir. En dezavantajlı sektör konumundadır. Sektör 7 ise, anlamlı ve pozitif bir etki içermekte ve Sektör 4'den sonra avantajlı ve iyi konumda görünen ikinci sektördür. Wald Ki-kare değeri kukla değişkenli modelin anlamlı olduğunu göstermektedir.

Yıl etkileri incelendiğinde; IHRPER üzerinde 2009 yılından 2017 yılına kadar %1 düzeyi ile %10 düzeyi arasında anlamlı ve negatif bir etki söz konusudur. 2018 ve 2019 yıllarındaki etkiler anlamsız çıkmıştır. Yıl kukla değişkeninin dahil edildiği modelde sabit anlamlıdır. Bağımsız ve kontrol değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki etki oranı %12'dir. Wald Ki-kare değeri modelin anlamlı olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 5.25. Model 3 (IHRPER) için Statik Panel Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler		Model 3 (Kukla Değişkensiz)	P>> z	SEKTÖR Etkisi	P>> z	YIL Etkisi	P>> z
ITH		0.006 (0.0307)	0.83	0.007 (0.031)	0.81	0.001 (0.003)	0.72
ITHUTY3		0.831 (0.217)	0.00	0.856 (0.221)	0.00	0.085 (0.022)	0.00
Kontrol Değişkenleri							
ARGEYOG		-0.002 (0.001)	0.03	-0.002 (0.001)	0.02	-0.000 (0.000)	0.02
CIRO		0.337 (0.049)	0.00	0.334 (0.049)	0.00	0.028 (0.007)	0.00
FINKALD		0.275 (0.226)	0.22	0.229 (0.226)	0.31	0.035 (0.023)	0.12
Kukla Değişkenler							
Sektör 2	2010 yılı			-0.040 (0.059)	0.49	-0.028 (0.012)	0.02
Sektör 3	2011 yılı			0.059 (0.047)	0.21	-0.036 (0.013)	0.00
Sektör 4	2012 yılı			0.296 (0.141)	0.03	-0.025 (0.013)	0.05
Sektör 5	2013 yılı			-0.221 (0.141)	0.11	-0.022 (0.013)	0.08
Sektör 6	2014 yılı			0.073 (0.045)	0.10	-0.031 (0.013)	0.02
Sektör 7	2015 yılı			0.137 (0.052)	0.00	-0.033 (0.014)	0.01
Sektör 8	2016 yılı			0.158 (0.141)	0.26	-0.043 (0.014)	0.00
	2017 yılı					-0.038 (0.015)	0.01
	2018 yılı					-0.008 (0.016)	0.59
	2019 yılı					0.016 (0.016)	0.31
Sabit (Constant)		-0.033 (0.692)	0.00	-0.382* (0.080)	0.00	-0.240* (0.102)	0.01
Wald chi2		121.76	0.00	143.87	0.00	165.59	0.00
R-squared		0.132		0.202		0.138	

Not: Anlamlılık seviyesi; p<=0.10, p<=0.05, p<=0.01 (parantez içindeki değer standart hata)

* Sektör 1 ve 2009 yılı değişkenleri için hesaplanan model sabiti

Model 3'te IHRPER bağımlı değişkeninin üzerinde ITH bağımsız değişkeninin etkisi istatistiksel olarak anlamsızdır. ITHUTY3 bağımsız değişkeninin %1 düzeyinde anlamlı ve pozitif bir etkisi mevcuttur. Bu noktada, ürün teknoloji yoğunluğu orta-düşük seviyede olan ithalatın firmaların ihracat performansını anlamlı ve pozitif bir şekilde etkilediği sonucu çıkmıştır. IHRPER üzerinde ARGEYOG'nun %5 düzeyinde anlamlı fakat negatif bir etkisinin olduğu görülmektedir. CIRO'nun ise IHRPER üzerinde %1 düzeyinde anlamlı ve pozitif bir etkisi mevcuttur. FINKALD'ın etkisi anlamsızdır. Model sabiti anlamlıdır. Model geçerlilik istatistik değeri diğer bir ifadeyle Wald Ki-kare (Wald chi2) değeri modelin geçerli ve anlamlı olduğunu göstermektedir. Modeldeki bağımsız ve kontrol değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki etki oranı %13'dür ($R^2=0.1324$).

Sektör etkileri incelendiğinde; hesaplanan model sabiti olan Sektör 1, diğer değişkenlerin etkisi göz ardı edildiğinde IHRPER açısından anlamlı ve negatif etki içermektedir. IHRPER bakımından göreceli olarak dezavantajlı konumdadır. Sektör 4, IHRPER açısından anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir. Ayrıca diğer sektörlerle göre IHRPER açısından en olumlu ve iyi görünen sektör konumundadır. Sektör 7 ise, anlamlı ve pozitif bir etki içermektedir ve Sektör 4'den sonra avantajlı ve iyi konumda görünen ikinci sektördür. Sektör 6 da anlamlı ve pozitif bir etki içermektedir. Wald Ki-kare değeri kukla değişkenli modelin anlamlı olduğunu göstermektedir.

Yıl etkileri incelendiğinde; IHRPER üzerinde 2009 yılından 2017 yılına kadar %1 düzeyi ile %10 düzeyi arasında anlamlı ve negatif bir etki söz konusudur. 2018 ve 2019 yıllarındaki etkiler anlamsız çıkmıştır. Bu noktada, yıllar bazında IHRPER üzerinde genel olarak azaltıcı bir etkinin söz konusu olduğu görülmektedir. Yıl kukla değişkeninin dahil edildiği modelde sabit anlamlıdır. Bağımsız ve kontrol değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki etki oranı %14'tür. Wald Ki-kare değeri modelin anlamlı olduğunu ifade etmektedir.

5.6.9.1.2. Çoklu faktör verimliliği (CFV) bağımlı değişkeni için oluşturulan modellerde statik panel veri regresyon analizi

Tablo 5.26. Model 4 (CFV) için Statik Panel Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Model 4 (Kukla Değişkensiz)	P> z	SEKTÖR Etkisi	P> z	YIL Etkisi	P> z
ITH	0.215 (0.822)	0.79	0.210 (0.825)	0.80	0.461 (0.832)	0.58
ITHUTY1	14.338 (6.179)	0.02	11.260 (6.566)	0.08	12.503 (6.257)	0.04
Kontrol Değişkenleri						
ARGEYOG	0.007 (0.019)	0.70	0.010 (0.019)	0.62	0.001 (0.019)	0.95
CIRO	2.837 (1.291)	0.03	3.335 (1.313)	0.01	0.665 (1.586)	0.67
FINKALD	15.373 (5.870)	0.01	16.584 (5.923)	0.00	14.576 (5.911)	0.01
Kukla Değişkenler						
Sektör 2	2010 yılı		18.668 (10.786)	0.08	-0.446 (3.482)	0.90
Sektör 3	2011 yılı		3.167 (8.266)	0.70	0.106 (3.550)	0.98
Sektör 4	2012 yılı		-9.159 (25.416)	0.72	-0.555 (3.560)	0.88
Sektör 5	2013 yılı		-1.737 (24.960)	0.94	0.114 (3.597)	0.97
Sektör 6	2014 yılı		13.904 (7.943)	0.08	1.667 (3.653)	0.65
Sektör 7	2015 yılı		-1.260 (9.174)	0.89	0.809 (3.720)	0.45
Sektör 8	2016 yılı		8.888 (25.123)	0.72	1.156 (3.775)	0.76
	2017 yılı				4.816 (3.908)	0.22
	2018 yılı				6.771 (4.076)	0.09
	2019 yılı				6.065 (4.179)	0.15
Sabit (Constant)	-56.208 (17.083)	0.00	-71.946* (19.093)	0.00	-21.881* (22.257)	0.33
Wald chi2	55.35	0.00	62.95	0.00	62.49	0.01
R-squared	0.027		0.071		0.045	

Not: Anlamlılık seviyesi; p<=0.10, p<=0.05, p<=0.01 (parantez içindeki değer standart hata)

* Sektör 1 ve 2009 yılı değişkenleri için hesaplanan model sabiti

Model 4'te CFV bağımlı değişkeninin üzerinde ITH bağımsız değişkeninin etkisi istatistiksel olarak anlamsız çıkmıştır fakat pozitif bir etkiden bahsedilebilir. ITHUTY1 bağımsız değişkeninin %5'den küçük düzeyde anlamlı ve pozitif bir etkisi mevcuttur. Bu noktada, ürün teknoloji yoğunluğu yüksek seviyede olan ithalatın firmaların üretim verimliliğini pozitif yönde etkilediği sonucu çıkmıştır. Bununla birlikte kontrol değişkenlerinin IHRPER üzerine

olan Model 1, Model 2 ve Model 3'te sahip oldukları etkiler, CFV bağımlı değişkeni üzerine olan modellerde nispeten farklılık göstermektedir. ARGEYOG'nun CFV üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamsızdır. CIRO'nun ise %5'den küçük düzeyde CFV üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi mevcuttur. Bu aşamada firmaların üretim verimlilikleri ile satış hacimleri arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu sonucu bulunmuştur. FINKALD'ın etkisi %1 düzeyinde anlamlı ve pozitiftir. Model sabiti anlamlıdır. Wald Ki-kare (Wald chi2) değeri modelin geçerli ve anlamlı olduğunu göstermektedir. Modeldeki bağımsız ve kontrol değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki etki oranı %3'tür ($R^2=0.0265$).

Sektör etkileri incelendiğinde; hesaplanan model sabiti olan Sektör 1, diğer değişkenlerin etkisi göz ardı edildiğinde, CFV açısından anlamlı ve negatif etki içermektedir. CFV bakımından göreceli olarak en dezavantajlı konumda olan sektördür. Sektör 2, CFV açısından anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir ve diğer sektörlerle göre en olumlu ve iyi konumda görünen sektör durumundadır. Sektör 6 da CFV açısından anlamlı ve pozitif bir etki içermektedir. Wald Ki-kare değeri kukla değişkenli modelin anlamlı olduğunu göstermektedir.

Yıl etkileri incelendiğinde; CFV üzerinde 2018 yılı için %10'dan küçük düzeyde anlamlı ve pozitif bir etki söz konusudur. Diğer incelenen yıllar bazında etkiler anlamsız bulunmuştur. Yıl kukla değişkeninin dahil edildiği modelde sabit anlamlıdır. Bağımsız ve kontrol değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki etki oranı %5'tir. Wald Ki-kare değeri modelin anlamlı olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 5.27. Model 5 (CFV) için Statik Panel Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Model 5 (Kukla Değişkensiz)	P> z	SEKTÖR Etkisi	P> z	YIL Etkisi	P> z
ITH	0.194 (0.896)	0.83	0.241 (0.833)	0.77	0.555 (0.837)	0.51
ITHUTY2	1.524 (5.138)	0.77	1.277 (4.600)	0.78	1.720 (4.446)	0.70
Kontrol Değişkenleri						
ARGEYOG	0.008 (0.019)	0.70	0.008 (0.019)	0.67	-0.001 (0.019)	0.97
CIRO	5.956 (1.456)	0.00	3.274 (1.321)	0.01	0.202 (1.573)	0.90
FINKALD	19.573 (6.659)	0.00	16.303 (5.933)	0.01	14.012 (5.918)	0.02
Kukla Değişkenler						
Sektör 2	2010 yılı		23.903 (10.343)	0.02	-0.355 (3.486)	0.92
Sektör 3	2011 yılı		4.154 (8.289)	0.62	0.411 (3.551)	0.91
Sektör 4	2012 yılı		-3.305 (25.262)	0.90	-0.113 (3.558)	0.97
Sektör 5	2013 yılı		-2.297 (25.089)	0.93	0.574 (3.595)	0.87
Sektör 6	2014 yılı		14.248 (8.089)	0.08	2.147 (3.650)	0.56
Sektör 7	2015 yılı		-1.603 (9.272)	0.86	3.407 (3.712)	0.36
Sektör 8	2016 yılı		13.256 (24.996)	0.60	1.861 (3.763)	0.62
	2017 yılı				5.549 (3.897)	0.15
	2018 yılı				7.584 (4.060)	0.06
	2019 yılı				7.215 (4.145)	0.08
Sabit (Constant)	-113.464 (21.047)	0.00	-71.260* (19.252)	0.00	-14.417* (22.097)	0.51
Wald chi2	56.36	0.00	60.03	0.00	58.58	0.01
R-squared	0.029		0.052		0.025	

Not: Anlamlılık seviyesi; p<=0.10, p<=0.05, p<=0.01 (parantez içindeki değer standart hata)

* Sektör 1 ve 2009 yılı değişkenleri için hesaplanan model sabiti

Model 5'te CFV bağımlı değişkeninin üzerinde ITH ve ITHUTY2 bağımsız değişkenlerinin etkisi istatistiksel olarak anlamsız saptanmıştır. ARGEYOG değişkeninin de CFV üzerindeki etkisi anlamsızdır. CIRO'nun ise %5'den küçük düzeyde anlamlı ve pozitif bir etkisi mevcuttur. FINKALD'ın etkisi %1 düzeyinde anlamlı ve pozitifdir. Model sabiti anlamlıdır. Wald Ki-kare değeri modelin geçerli ve anlamlı olduğunu göstermektedir. Modeldeki bağımsız ve kontrol değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki etki oranı %3'tür ($R^2=0.0286$).

Sektör etkileri incelendiğinde; hesaplanan model sabiti olan Sektör 1, diğer değişkenlerin etkisi göz ardı edildiğinde, CFV açısından anlamlı ve negatif etki içermektedir. CFV

bakımından göreceli olarak en dezavantajlı konumda olan sektördür. Sektör 2, CFV açısından anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir ve diğer sektörlerle göre en olumlu ve iyi görünen sektör durumundadır. Sektör 6 da CFV açısından anlamlı ve pozitif bir etki içermektedir. Wald Ki-kare değeri kukla değişkenli modelin anlamlı olduğunu göstermektedir.

Yıl etkileri incelendiğinde; CFV üzerinde 2018 ve 2019 yılları için %10'dan küçük düzeyde anlamlı ve pozitif bir etki söz konusudur. Diğer incelenen yıllar bazında etkiler anlamsızdır. Yıl kukla değişkeninin dahil edildiği modelde sabit anlamlıdır. Bağımsız ve kontrol değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki etki oranı %3'tür. Wald Ki-kare değeri modelin anlamlı olduğunu ifade etmektedir.



Tablo 5.28. Model 6 (CFV) için Statik Panel Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Model 6 (Kukla Değişkensiz)	P> z	SEKTÖR Etkisi	P> z	YIL Etkisi	P> z
ITH	0.446 (0.821)	0.59	0.380 (0.826)	0.64	0.673 (0.829)	0.42
ITHUTY3	-13.654 (5.292)	0.01	-11.002 (5.611)	0.05	-12.541 (5.319)	0.02
Kontrol Değişkenleri						
ARGEYOG	0.006 (0.019)	0.74	0.008 (0.019)	0.67	-0.000 (0.019)	0.99
CIRO	2.697 (1.286)	0.04	3.223 (1.311)	0.01	0.484 (1.571)	0.76
FINKALD	14.674 (5.866)	0.01	16.033 (5.924)	0.01	13.907 (5.904)	0.02
Kukla Değişkenler						
Sektör 2	2010 yılı		18.290 (10.729)	0.09	-0.467 (3.481)	0.89
Sektör 3	2011 yılı		0.763 (8.439)	0.93	0.210 (3.547)	0.95
Sektör 4	2012 yılı		-6.507 (25.246)	0.80	-0.481 (3.556)	0.89
Sektör 5	2013 yılı		-7.921 (25.157)	0.75	0.266 (3.592)	0.94
Sektör 6	2014 yılı		10.064 (8.270)	0.22	1.830 (3.647)	0.62
Sektör 7	2015 yılı		-4.697 (9.339)	0.61	2.925 (3.712)	0.43
Sektör 8	2016 yılı		7.662 (25.146)	0.76	1.323 (3.764)	0.72
	2017 yılı				5.033 (3.896)	0.20
	2018 yılı				6.886 (4.065)	0.09
	2019 yılı				6.381 (4.153)	0.12
Sabit (Constant)	-51.441 (16.919)	0.00	-65.577* (19.242)	0.00	-16.763* (21.862)	0.44
Wald chi2	56.45	0.00	63.87	0.00	64.06	0.00
R-squared	0.029		0.073		0.056	

Not: Anlamlılık seviyesi; p<=0.10, p<=0.05, p<=0.01 (parantez içindeki değer standart hata)

* Sektör 1 ve 2009 yılı değişkenleri için hesaplanan model sabiti

Model 6’da CFV bağımlı değişkeninin üzerinde ITH bağımsız değişkeninin etkisi istatistiksel olarak anlamsız çıkmıştır. ITHUTY3 değişkeninin %1 düzeyinde anlamlı fakat negatif bir etkisi söz konusudur. Bu noktada, ürün teknoloji yoğunluğu orta-düşük seviyede olan ithalatın firmaların üretim verimliliğini negatif yönde azaltıcı şekilde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. ARGEYOG’nun CFV üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamsız saptanmıştır. CIRO’nun %5’den küçük düzeyde CFV üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi mevcuttur. FINKALD’ın etkisi ise, %1 düzeyinde anlamlı ve pozitifdir. Model sabiti anlamlıdır. Wald Ki-kare değeri

modelin geçerli ve anlamlı olduğunu göstermektedir. Modeldeki bağımsız ve kontrol değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki etki oranı %3'tür ($R^2=0.0293$).

Sektör etkileri incelendiğinde; hesaplanan model sabiti olan Sektör 1, diğer değişkenlerin etkisi göz ardı edildiğinde, CFV açısından anlamlı ve negatif etki içermektedir. CFV bakımından göreceli olarak en dezavantajlı konumda olan sektördür. Sektör 2, CFV açısından anlamlı ve pozitif bir etkiye sahiptir ve diğer sektörlerle göre en olumlu ve iyi görünen sektör durumundadır. Wald Ki-kare değeri kukla değişkenli modelin anlamlı olduğunu göstermektedir.

Yıl etkileri incelendiğinde; CFV üzerinde 2018 yılı için %10'dan küçük düzeyde anlamlı ve pozitif bir etki söz konusudur. Diğer incelenen yıllar bazında etkiler anlamsız bulunmuştur. Yıl kukla değişkeninin dahil edildiği modelde sabit anlamlıdır. Bağımsız ve kontrol değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerindeki etki oranı %6'dır. Wald Ki-kare değeri modelin anlamlı olduğunu ifade etmektedir.

5.6.9.2. Döviz kuru dalgalanmalarının incelenen yıllar bazında ihracat performansı ve ara malı ithalatı açısından değerlendirilmesi

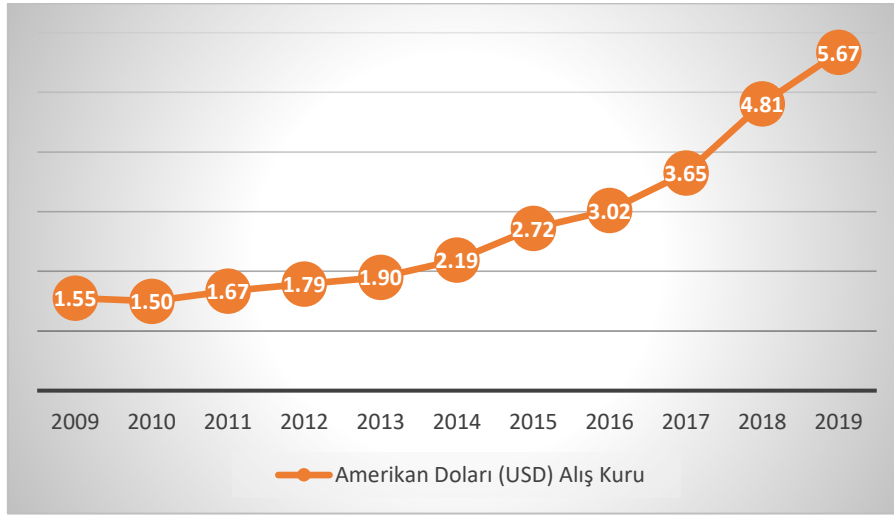
İhracat performansı bağımlı değişkeni kapsamında yıl etkilerinin incelendiği söz konusu modellerin (Model 1, Model 2, Model 3) model sabitlerinin gerçekleşen değerlerine bakıldığında, anlamlı fakat negatif değerlerin mevcut olması sebebiyle global bazda ihracat performansı bakımından dezavantajlı bir konumda bulunulduğu ve ihracat yarışına bu şekilde başlanıldığı söylenilebilir. Çünkü model sabitlerinin bu değerleri, ihracat performansı bağımlı değişkeni açısından anlamlı fakat negatif bir sabit etkiyi, başka bir deyişle başlangıcı ifade etmektedir.

Tablo 5.29. Yıllara Göre Reel Efektif Döviz Kuru

YIL	Amerikan Doları (USD) Alış Kuru	Amerikan Doları (USD) Satış Kuru
2009	1.55	1.56
2010	1.50	1.51
2011	1.67	1.68
2012	1.79	1.80
2013	1.90	1.91
2014	2.19	2.20
2015	2.72	2.73
2016	3.02	3.03
2017	3.65	3.66
2018	4.81	4.83
2019	5.67	5.69

Kaynak: TCMB

Söz konusu üç modelde de gerçekleşen benzer sonuçlara istinaden; Tablo 5.29.'da verilen döviz kuru değerleri dikkate alındığında, yıl etkilerinin anlamlı çıktığı dönemlerde Türk lirasının döviz kuruna göre nispeten göreceli olarak daha değerli olduğu görülmekte ve bu durumunda ihracat performansında sabit olumsuz bir etki meydana getirdiği gözlenmektedir. Diğer bir ifadeyle, Türk lirasının nispeten çok fazla kayba uğramadığı, döviz kuruna göre nispeten göreceli olarak daha değerli olduğu dönemlerde, teoriyle de uyumlu şekilde ihracat performansı dezavantajlı durumda gözükmemektedir. Ne zaman ki 2018 ve 2019 yıllarında Türk lirasında negatif yönlü oransal olarak daha büyük değer değişimleri gerçekleşmiş, 2018 yılından itibaren sabit etkiler anlamsız hale gelerek, ihracat performansı açısından azaltıcı etkiler belirli ölçüde ortadan kalkmıştır. Ancak Türk lirasının döviz karşısındaki değerinin azaldığı bu dönemlerde de ihracat performansı üzerinde beklenen olası pozitif etki istatistiksel olarak anlamlı şekilde gözlemlenememiştir. Öte yandan, diğer yıllarda döviz kuru karşısında meydana gelen küçük çaplı değer kaybı değişimlerinin ihracat performansı açısından birebir yansımaya sebep olmadığı görülmektedir. Meydana gelen bu durumlar, teorideki kur etkileri değerlendirmeleri ekseninde döviz kuru geçiş etkisiyle açıklanabilmektedir.



Kaynak: TCMB

Şekil 5.2. Yıllara Göre Reel Efektif Döviz Kuru Dalgalanmaları

Döviz kuru geçiş etkisi (Exchange Rate Pass-Through); nominal döviz kurundaki bir birimlik değişimin yurtiçi (ulusal para birimi cinsinden) ithalat ve yurtdışı (döviz cinsinden) ihracat fiyatlarında yol açtığı değişimdir. Ancak genel olarak döviz kuru geçiş etkisi denildiğinde, kurdaki değişimlerin ulusal para cinsinden ithalat fiyatlarına ne derece yansıdığı anlaşılmaktadır (Menon, 1996, s.434). Bu sebeple döviz kuru geçiş etkisi özetle; kurdaki %1 birim değişim nedeniyle yerel fiyatlarda meydana gelen % değişim olarak da ifade edilebilir (Arı, 2010). Döviz kuru geçiş etkisi unsurlarının başlıcaları, ticarete konu olan mallar ve bunlara ilişkin sektörlerin yapısı, üretim girdilerinin kompozisyonu, döviz kuru hareketlerinin yönü ve büyüklüğü ile beklentiler olarak sıralanmaktadır (Damar 2010, s.4) Özellikle, üretim düzeyi büyük ölçüde ithalata bağlı olan ve zorunlu olarak yüksek miktarlarda ithalat yapan, dolayısıyla da döviz kuru dalgalanmalarının kolay biçimde iç fiyatlara aktarılabilirdiği Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, döviz kuru geçiş etkilerinin yüksekliği söz konusu olabilmektedir (Tümtürk 2021, s.730). Mal ve sektör yapısı ile ilgili olarak, döviz kurunda meydana gelen dalgalanmaların ithal mallar aracılığıyla yurt içi fiyatları etkilemesinin, ihracatçı firmaların fiyatlama davranışlarına bağlı olduğu söylenebilir. Fiyatların üreticinin para birimi cinsinden belirlenmesi durumunda (Üreticinin Para Birimi Cinsinden Fiyatlama) döviz kurundaki herhangi bir değişiklik doğrudan ithalatçı ülkedeki fiyatlara yansıyacaktır. Bu durum geçiş etkisinin “tam” olduğunu göstermekte ve “Tek Fiyat Kanunu”nu ifade etmektedir. Ayrıca İthalatçı ülkede rekabetçi bir ortamın bulunmadığı durumlarda,

ihracatçıların kâr marjlarının döviz kurundaki dalgalanmalara daha az tepki verdiği söylenebilir. Böyle bir durumda döviz kuru hareketleri ithalatçının para birimine tamamıyla yansıtılır. Tam tersi durumda, yani ithalatçı ülkede rekabetçi bir ortamın bulunması durumunda ise ihracatçı firmalar piyasa paylarını kaybetmemek için daha az kâr marjına razı olabileceklerdir (Damar 2010, s.4-5).

Mevzubahis geçiş etkisi durumlarını barındıran bir ülke konumundaki Türkiye açısından bakıldığında, meydana gelen bu geçiş etkileri ve fiyat elastikiyeti ithalat dolayısıyla direkt olarak fiyatlara yansıma imkânı bulacaktır. İhracatçı firmaların ithalat ekseninde meydana getirdikleri üretim kompozisyonları, yaşanan bu fiyat değişimlerinden birebir etkilenecektir. Araştırmamız kapsamında incelenen firmaların istisnasız hepsi aynı zamanda ithalatçı firmalar olduklarından ithal girdilerin TL cinsinden fiyatının artması üretim proseslerine tesir edecektir. Firmalar meydana gelen bu geçiş etkilerini maliyet artışları çerçevesinde kendi satış fiyatlarına yansıtmak zorunda kalacaklarından, ihracat performansları da bu durumdan doğal olarak olumsuz etkilenecektir. Bu da analizler neticesinde ortaya çıkan sonuçların, ithalata bağımlı üretim sayesinde gerçekleştirilen ihracat yapısını kanıtlaması açısından önem taşımaktadır. Ayrıca model analiz sonuçlarına göre döviz (dolar) kurunun yerel para karşısında değerinin yükselmesi halinde bile ihracat performansının değer kazanması yönünde birebir bir etki meydana gelmediği ve sabit bir etkinin olmadığı görülmektedir. Çünkü bahsedildiği üzere, ülke parasının döviz (dolar) kuru karşısında değer kaybetmesi ihracat performansının artması beklentisini oluştursa da diğer yandan ithalat aracılığıyla gerçekleşen döviz kuru geçiş etkileri sayesinde fiyatların yükselmesi neticesinde ihracat performansındaki hissedilir iyileşme gerçekleşmemektedir. Ortaya çıkan bu sonuçla, döviz kuruna duyarlı ve döviz kurundaki değişimlerden direkt olarak etkilenebilen bir ithalat-ihracat yapısının mevcut olduğu görülebilmektedir.

5.6.9.3. Dinamik panel veri regresyon analizi

Gerçekleştirilen dinamik panel veri regresyon analizleri neticesinde, IHRPER bağımlı değişkenine göre meydana getirilmiş olan Model 1 Model 2, Model 3 ve CFV bağımlı değişkenine göre meydana getirilmiş olan Model 4, Model 5, Model 6 için oluşturulan tablolarda; söz konusu değişkenlere ait 1 dönem gecikmeli etkilerin durumları verilmiştir.

5.6.9.3.1. İhracat performansı (IHRPER) bağımlı değişkeni için oluşturulan modellerde dinamik panel veri regresyon analizi

Tablo 5.30. Model 1 (IHRPER) için Dinamik Panel Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Model 1	P> z
IHRPER _{t-1}	0.332 (0.088)	0.00
ITH	-0.003 (0.005)	0.62
ITH _{t-1}	0.008 (0.012)	0.47
ITHUTY1	-0.027 (0.040)	0.50
ITHUTY1 _{t-1}	-0.028 (0.074)	0.71
Kontrol Değişkenleri		
ARGEYOG	-0.000 (0.000)	0.60
ARGEYOG _{t-1}	-0.000 (0.000)	0.57
CIRO	0.023 (0.018)	0.19
CIRO _{t-1}	0.010 (0.023)	0.66
FINKALD	0.020 (0.045)	0.65
FINKALD _{t-1}	-0.031 (0.065)	0.64
Sabit (Constant)	-0.496 (0.166)	0.00
Wald chi2	57.23	0.00

Not: Anlamlılık seviyesi; p<=0.10, p<=0.05, p<=0.01 (parantez içindeki değer standart hata)

Model 1’de, IHRPER bağımlı değişkeninin üzerinde IHRPERT-1 bir dönem gecikmeli gözlem değeri değişkeninin anlamlı ve pozitif bir etkisi mevcuttur. Diğer değişkenlerin bağımlı değişken üzerinde bir dönem gecikmeli etkilerinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Diğer yandan, ITH_{t-1} bir dönem gecikmeli gözlem değeri değişkeninin istatistiksel olarak anlamlı olmayan fakat pozitif etkisinden bahsedilebilir. Model sabiti anlamlıdır. Wald Ki-kare değeri modelin geçerli ve anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 5.31. Model 2 (IHRPER) için Dinamik Panel Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Model 2	P> z
IHRPER _{t-1}	0.318 (0.084)	0.00
ITH	-0.003 (0.005)	0.58
ITH _{t-1}	0.005 (0.011)	0.64
ITHUTY2	-0.011 (0.022)	0.62
ITHUTY2 _{t-1}	-0.021 (0.051)	0.68
Kontrol Değişkenleri		
ARGEYOG	-0.000 (0.000)	0.44
ARGEYOG _{t-1}	-0.000 (0.000)	0.60
CIRO	0.018 (0.019)	0.34
CIRO _{t-1}	0.019 (0.024)	0.44
FINKALD	0.022 (0.044)	0.61
FINKALD _{t-1}	-0.026 (0.063)	0.68
Sabit (Constant)	-0.494 (0.179)	0.01
Wald chi2	66.97	0.00

Not: Anlamlılık seviyesi; p<=0.10, p<=0.05, p<=0.01 (parantez içindeki değer standart hata)

Model 2’de, IHRPER bağımlı değişkeninin üzerinde IHRPER_{t-1} bir dönem gecikmeli gözlem değeri değişkeninin anlamlı ve pozitif bir etkisi mevcuttur. Diğer değişkenlerin bağımlı değişken üzerinde bir dönem gecikmeli etkilerinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Diğer yandan, ITH_{t-1} bir dönem gecikmeli gözlem değeri değişkeninin istatistiksel olarak anlamlı olmayan fakat pozitif etkisinden bahsedilebilir. Model sabiti anlamlıdır. Wald Ki-kare değeri modelin geçerli ve anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 5.32. Model 3 (IHRPER) için Dinamik Panel Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Model 3	P> z
IHRPER _{t-1}	0.301 (0.089)	0.00
ITH	-0.003 (0.005)	0.49
ITH _{t-1}	0.004 (0.012)	0.72
ITHUTY3	0.072 (0.032)	0.02
ITHUTY3 _{t-1}	0.088 (0.053)	0.09
Kontrol Değişkenleri		
ARGEYOG	-0.000 (0.000)	0.62
ARGEYOG _{t-1}	-0.000 (0.000)	0.63
CIRO	0.025 (0.018)	0.16
CIRO _{t-1}	0.016 (0.024)	0.50
FINKALD	0.037 (0.045)	0.42
FINKALD _{t-1}	-0.033 (0.064)	0.61
Sabit (Constant)	-0.600 (0.148)	0.00
Wald chi2	69.51	0.00

Not: Anlamlılık seviyesi; p<=0.10, p<=0.05, p<=0.01 (parantez içindeki değer standart hata)

Model 3'te, IHRPER bağımlı değişkeninin üzerinde IHRPER_{t-1} bir dönem gecikmeli gözlem değeri değişkeninin anlamlı ve pozitif bir etkisi mevcuttur. ITHUTY3 değişkeninin cari dönem içindeki etkisi %5'den küçük düzeyde anlamlı ve pozitiftir. ITHUTY3_{t-1} bir dönem gecikmeli gözlem değeri değişkeninin ise, %10 düzeyinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu görülmektedir. Model sabiti anlamlıdır. Wald Ki-kare değeri modelin geçerli ve anlamlı olduğunu göstermektedir.

5.6.9.3.2. Çoklu faktör verimliliği (CFV) bağımlı değişkeni için oluşturulan modellerde dinamik panel veri regresyon analizi

Tablo 5.33. Model 4 (CFV) için Dinamik Panel Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Model 4	P> z
CFV _{t-1}	0.662 (0.092)	0.00
ITH	0.531 (0.476)	0.27
ITH _{t-1}	-0.174 (0.410)	0.67
ITHUTY1	1.463 (1.393)	0.29
ITHUTY1 _{t-1}	0.214 (6.798)	0.98
Kontrol Değişkenleri		
ARGEYOG	-0.010 (0.013)	0.45
ARGEYOG _{t-1}	-0.019 (0.021)	0.37
CIRO	5.213 (1.445)	0.00
CIRO _{t-1}	-4.320 (1.315)	0.00
FINKALD	-1.371 (2.071)	0.51
FINKALD _{t-1}	10.524 (6.162)	0.09
Sabit (Constant)	-25.119 (19.098)	0.19
Wald chi2	1074.76	0.00

Not: Anlamlılık seviyesi; p<=0.10, p<=0.05, p<=0.01 (parantez içindeki değer standart hata)

Model 4’te, CFV bağımlı değişkeninin üzerinde CFV_{t-1} bir dönem gecikmeli gözlem değeri değişkeninin anlamlı ve pozitif bir etkisi mevcuttur. CIRO değişkeninin CFV bağımlı değişkeninin üzerindeki cari dönem içindeki etkisinin anlamlı ve pozitif, bir dönem gecikmeli değerinin etkisinin ise anlamlı ve negatif olduğu görülmektedir. FINKALD_{t-1} bir dönem gecikmeli gözlem değeri değişkeninin ise, %10 düzeyinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu görülmektedir. Wald Ki-kare değeri modelin geçerli ve anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 5.34. Model 5 (CFV) için Dinamik Panel Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Model 5	P> z
CFV _{t-1}	0.664 (0.091)	0.00
ITH	0.434 (0.311)	0.16
ITH _{t-1}	-0.253 (0.251)	0.31
ITHUTY2	-1.445 (0.855)	0.09
ITHUTY2 _{t-1}	0.374 (3.064)	0.90
Kontrol Değişkenleri		
ARGEYOG	-0.009 (0.012)	0.44
ARGEYOG _{t-1}	-0.016 (0.018)	0.36
CIRO	4.218 (0.884)	0.00
CIRO _{t-1}	-3.424 (1.067)	0.00
FINKALD	-0.599 (2.032)	0.77
FINKALD _{t-1}	9.736 (4.676)	0.04
Sabit (Constant)	-19.514 (11.566)	0.09
Wald chi2	989.58	0.00

Not: Anlamlılık seviyesi; p<=0.10, p<=0.05, p<=0.01 (parantez içindeki değer standart hata)

Model 5'te, CFV bağımlı değişkeninin üzerinde CFV_{t-1} bir dönem gecikmeli gözlem değeri değişkeninin anlamlı ve pozitif bir etkisi mevcuttur. ITHUTY2 değişkeninin %10 düzeyinde anlamlı ve negatif bir etkisi mevcuttur. CIRO değişkeninin CFV bağımlı değişkeninin üzerindeki cari dönem içindeki etkisinin anlamlı ve pozitif, bir dönem gecikmeli değerinin etkisinin ise anlamlı ve negatif olduğu görülmektedir. FINKALD_{t-1} bir dönem gecikmeli gözlem değeri değişkeninin anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu görülmektedir. Wald Ki-kare değeri modelin geçerli ve anlamlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 5.35. Model 6 (CFV) için Dinamik Panel Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Model 6	P> z
CFV _{t-1}	0.664 (0.093)	0.00
ITH	0.386 (0.260)	0.14
ITH _{t-1}	-0.137 (0.251)	0.59
ITHUTY3	0.545 (1.558)	0.73
ITHUTY3 _{t-1}	-1.119 (3.453)	0.75
Kontrol Değişkenleri		
ARGEYOG	-0.009 (0.010)	0.37
ARGEYOG _{t-1}	-0.017 (0.015)	0.27
CIRO	4.409 (1.097)	0.00
CIRO _{t-1}	-3.566 (1.052)	0.00
FINKALD	-1.686 (2.331)	0.47
FINKALD _{t-1}	8.609 (5.417)	0.11
Sabit (Constant)	-20.889 (18.127)	0.25
Wald chi2	822.44	0.00

Not: Anlamlılık seviyesi; p<=0.10, p<=0.05, p<=0.01 (parantez içindeki değer standart hata)

Model 6’da, CFV bağımlı değişkeninin üzerinde CFV_{t-1} bir dönem gecikmeli gözlem değeri değişkeninin anlamlı ve pozitif bir etkisi mevcuttur. CIRO değişkeninin CFV bağımlı değişkeninin üzerindeki cari dönem içindeki etkisinin anlamlı ve pozitif, bir dönem gecikmeli değerinin etkisinin ise anlamlı ve negatif olduğu görülmektedir. Bağımlı değişken üzerinde diğer değişkenlerin bir dönem gecikmeli etkilerinin olmadığı görülmektedir. Wald Ki-kare değeri modelin geçerli ve anlamlı olduğunu göstermektedir.

Dinamik panel veri regresyon analizleri kapsamında, modellerde yer alan bağımlı değişkenler olan IHRPER ve CFV açısından kendileri üzerinde bir dönem gecikmeli etkinin tüm modellerde anlamlı ve pozitif olduğu görülmektedir. Bu sonuç firmalar açısından, mevcut durumun bir önceki dönemde pozitif yönlüyse söz konusu dönemde de pozitif yönde olduğunu ve olacağını göstermektedir. Eğer mevcut durum bir önceki dönemde negatif yönde olmuş olsaydı gecikmeli etkilerin de negatif yönde olması beklenilebilirdi.

Dinamik panel veri regresyon analizleri neticesinde, genel olarak gecikmeli etkilerin olmadığı görülmektedir. Etkilerin, Türkiye’ye özgü olarak anlık şekilde gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

Geçmişten gelen birikimler ve deneyimler sayesinde artan ya da azalan süreçlere rastlanılmadığı ifade edilebilir.



Tablo 5.36. Araştırma Hipotezleri Özeti (Statik Panel Veri Regresyon Analizi)

Araştırma Hipotezleri (Model 1, 2, 3)	Değişken Kodu	Beklenen Değer	Gerçekleşen Değer	Destek Değeri
H1: Firmaların, üretimde ara malı ithalatını kullanması ile ihracat performansları arasında pozitif bir ilişki vardır.	ITH	(+)	(+)	Hayır (Model 1, 2, 3)
H2: Firmaların, ithal ettiği ara mallarındaki teknoloji yoğunluğu seviyeleri ile ihracat performansları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	ITHUTY1	(+) / (-)	(-)**	Evet (Model 1)
	ITHUTY2	(+) / (-)	(-)	Hayır (Model 2)
	ITHUTY3	(+) / (-)	(+)**	Evet (Model 3)
Firmaya Özel Kontrol Değişkenleri				
ARGE Yoğunluğu	ARGEYOG	(+)	(-)**	Evet (Model 1, 2, 3)
Firma Büyüklüğü	CIRO	(+)	(+)**	Evet (Model 1, 2, 3)
Finansal Kaldıraç	FINKALD	(+)	(+)	Hayır (Model 1, 2, 3)
Araştırma Hipotezleri (Model 4, 5, 6)	Değişken Kodu	Beklenen Değer	Gerçekleşen Değer	Destek Değeri
H3: Firmaların, üretimde ara malı ithalatını kullanması ile verimlilik değişimleri arasında pozitif bir ilişki vardır.	ITH	(+)	(+)	Hayır (Model 4, 5, 6)
H4: Firmaların, ithal ettiği ara mallarındaki teknoloji yoğunluğu seviyeleri ile verimlilik değişimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	ITHUTY1	(+) / (-)	(+)**	Evet (Model 4)
	ITHUTY2	(+) / (-)	(+)	Hayır (Model 5)
	ITHUTY3	(+) / (-)	(-)**	Evet (Model 6)
Firmaya Özel Kontrol Değişkenleri				
ARGE Yoğunluğu	ARGEYOG	(+)	(+)	Hayır (Model 4, 5, 6)
Firma Büyüklüğü	CIRO	(+)	(+)**	Evet (Model 4, 5, 6)
Finansal Kaldıraç	FINKALD	(+)	(+)**	Evet (Model 4, 5, 6)

Not: *p<0.10, **p<0.05, ***p<0.01

Tablo 5.37. Araştırma Hipotezleri Özeti (Dinamik Panel Veri Regresyon Analizi)

Araştırma Hipotezleri (Model 1, 2, 3)	Değişken Kodu	Beklenen Değer	Gerçekleşen Değer	Destek Değeri
H1: Firmaların, üretimde ara malı ithalatını kullanması ile ihracat performansları arasında pozitif bir ilişki vardır.	ITH	(+)	(-)	Hayır (Model 1, 2, 3)
	ITH _{t-1}	(+)	(+)	Hayır (Model 1, 2, 3)
H2: Firmaların, ithal ettiği ara mallarındaki teknoloji yoğunluğu seviyeleri ile ihracat performansları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	ITHUTY1	(+) / (-)	(-)	Hayır (Model 1)
	ITHUTY1 _{t-1}	(+) / (-)	(-)	Hayır (Model 1)
	ITHUTY2	(+) / (-)	(-)	Hayır (Model 2)
	ITHUTY2 _{t-1}	(+) / (-)	(-)	Hayır (Model 2)
	ITHUTY3	(+) / (-)	(+)**	Evet (Model 3)
	ITHUTY3 _{t-1}	(+) / (-)	(+)*	Evet (Model 3)
Araştırma Hipotezleri (Model 4, 5, 6)	Değişken Kodu	Beklenen Değer	Gerçekleşen Değer	Destek Değeri
H3: Firmaların, üretimde ara malı ithalatını kullanması ile verimlilik değişimleri arasında pozitif bir ilişki vardır.	ITH	(+)	(+)	Hayır (Model 4, 5, 6)
	ITH _{t-1}	(+)	(-)	Hayır (Model 4, 5, 6)
H4: Firmaların, ithal ettiği ara mallarındaki teknoloji yoğunluğu seviyeleri ile verimlilik değişimleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	ITHUTY1	(+) / (-)	(+)	Hayır (Model 4)
	ITHUTY1 _{t-1}	(+) / (-)	(+)	Hayır (Model 4)
	ITHUTY2	(+) / (-)	(-)*	Evet (Model 5)
	ITHUTY2 _{t-1}	(+) / (-)	(+)	Hayır (Model 5)
	ITHUTY3	(+) / (-)	(+)	Hayır (Model 6)
	ITHUTY3 _{t-1}	(+) / (-)	(-)	Hayır (Model 6)

Not: *p<=0.10, **p<=0.05, ***p<=0.01

6. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Araştırmanın modelleri kapsamında toplam 4 adet hipotez test edilmektedir. Elde edilen ampirik bulguların hipotezleri destek durumları literatürden yararlanılarak ayrıntılı bir şekilde açıklanmaktadır. Son kısımda, analiz sonuçları ışığında araştırmanın değerlendirilmesi yapılmakta ve gelecek çalışmalar için tavsiyeler ifade edilmektedir.

6.1. Hipotez Sonuçları

Birinci hipotez (H1), statik panel veri regresyon analizi sonuçlarına göre desteklenmemektedir. Hipotezde firmaların, üretimde ara malı ithalatını kullanması ile ihracat performansları arasındaki ilişki ele alınmaktadır. ITH'nin Model 1, Model 2 ve Model 3'te en az %80 oranındaki anlamlılık derecesinde etkisinin bulunmamasından dolayı (H1)'in desteklenmediği görülmektedir. Birinci hipotez (H1), dinamik panel veri regresyon analizi sonuçlarına göre de desteklenmemektedir. Hipotezin dinamik panel ile araştırılmasında bir dönem gecikmeli etkilere rastlanılmamıştır. Ara malı ithalatı ile ihracat ve ihracat performansı arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalarda; Goldberg ve diğ.,'nin (2010) Hindistan'daki firmalar için yeni ithal girdilere erişim yoluyla ticaretten önemli kazançlar elde edileceğini, Aristei ve diğ.,'nin (2013) 27 tane Doğu Avrupa ve Orta Asya ülkesinin firmaları için ihracat faaliyetlerinin ithalat olasılığını artırmadığını, ithalat faaliyetlerinin ise dış satışlar üzerinde olumlu bir etkisinin olduğunu, Bas ve Strauss-Kahn'ın (2014) Fransa firmaları için daha fazla ara girdi çeşidinin ithal edilmesinin ihracat kapsamını artırdığını, Feng ve diğ.,'nin (2016) Çin firmaları için ara girdi ithalatını genişleten firmaların ihracatlarının hacmini ve kapsamını genişlettiğini tespit eden bulgularının aksine, araştırmamız hipotezinde Türk firmaları için ara malı ithalatı kullanımının ihracat performansı açısından olumlu ve anlamlı sonuçları tespit edilmemiştir.

İkinci hipotez (H2), statik panel veri regresyon analizi sonuçlarına göre yüksek oranda ve dinamik panel veri regresyon analizi sonuçlarına göre kısmi olarak desteklenmektedir. Hipotezde firmaların, ithal ettiği ara mallarındaki teknoloji yoğunluğu seviyeleri ile ihracat performansları arasındaki anlamlı ilişki araştırılmaktadır. Statik panel veri regresyon analizi sonuçlarına göre, model 3'de orta düşük seviyedeki ürün teknoloji yoğunluğu seviyesinin ihracat performansı açısından pozitif ve anlamlı bir katkı oluşturduğu hipotez açısından desteklenmektedir. Dinamik panel veri regresyon analizlerinde de bir dönem gecikmeli etkiler

açısından orta düşük seviyedeki ürün teknoloji yoğunluğu seviyesi değişkeni için aynı durum söz konusudur. Diğer yandan statik panel veri regresyon analizi sonuçlarına göre, model 1’de yüksek seviyedeki ürün teknoloji yoğunluğunun anlamlı ve negatif etkisi saptanmıştır. Fakat model 2’de orta yüksek seviyedeki ürün teknoloji yoğunluğunun anlamlı etkisi tespit edilmemiştir. Dinamik panel veri regresyon analizlerinde ise, bir dönem gecikmeli etkiler açısından yüksek ve orta yüksek seviyedeki ürün teknoloji yoğunluğu değişkenlerinin anlamlı etkisi tespit edilmemiştir. Bu sonuçlar, ithal ara mallarındaki teknoloji kalitesi ile ihracat ve ihracat performansı arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalarda; Bas ve Strauss-Kahn’ın (2014) Fransa firmaları için ithal edilen girdilerin hem üretimdeki girdilerin daha fazla tamamlayıcılığını sağladığını hem de teknoloji/kalite transferi yoluyla verimliliği ve dolayısıyla ihracatı artırdığını, Edwards ve diğ.’nin (2018) Güney Afrika firmaları için girdiler özellikle gelişmiş ekonomilerden elde ediliyorsa ithalatın ihracatı artırdığı hipotezini desteklediğini, Mazzi ve Foster-McGregor’ın (2021) Brezilya firmaları için teknolojik yeteneklerin ve ithal girdilerin kalitesinin sadece firmalara doğrudan fayda sağlamakla kalmayıp aynı zamanda ihracatta rekabet gücünü artırmada birbirlerini tamamladığını tespit eden bulgularına istinaden, ithal ara girdilerdeki ürün teknoloji yoğunluğunun ihracata sağlaması beklenen katkılar açısından tam olarak benzer sonuçlar arz etmemektedir. İhracat performansı açısından ithal ara girdilerin etkilerini belirlemeye yönelik oluşturulan araştırmamızın ilk iki hipotezinde bu sonuçların çıkmasının nedeni, ara malı ithalatının etkilerinin incelendiği çalışmalardaki örneklem ülkeleri ve firmaları nezdinde Türkiye’nin ekonomik yapı olarak farklılık arz etmesi olarak öngörülmektedir. Çünkü, daha önceki ilgili inceleme başlığımızda detayları aktarılan, Menon (1996), Damar (2010) ile Tümtürk’ün (2021) bahsettiği gibi, Türkiye’de meydana gelen döviz kuru dalgalanmaları sebebiyle oluşan döviz kuru geçiş etkilerinin yüksekliği söz konusudur. Ayrıca incelenen ülkeler bazındaki kambiyo rejimi serbestlik oranı farklılıklarının da buna sebep olması mümkündür.

Üçüncü hipotez (H3), statik panel veri regresyon analizi sonuçlarına göre desteklenmemektedir. Hipotezde firmaların, üretimde ara malı ithalatını kullanması ile verimlilik değişimleri arasındaki ilişki ele alınmaktadır. ITH’nin Model 4, Model 5 ve Model 6’da en az %60 oranında anlamlılık derecesinde etkisinin bulunmaması nedeniyle (H3)’i desteklemediği görülmektedir. Üçüncü hipotez (H3), dinamik panel veri regresyon analizi sonuçlarına göre de desteklenmemektedir. Hipotezin dinamik panel ile araştırılmasında, bir dönem gecikmeli etkilere rastlanılmamıştır. Firmaların üretimde ara malı ithalatını kullanması ile firma verimliliği değişimleri arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalarda; Kasahara ve

Rodrigue'nin (2008) Şili firmaları için yabancı ara mamul ithalatçısı olmanın üretkenliği artırdığını, Halpern ve diğ.,'nin (2015) Macaristan firmaları için girdi çeşitlerinin tümünün ithal edilmesinin bir firmanın gelir verimliliğini %22 oranında artırdığını, Edwards ve diğ.,'nin (2018) Güney Afrika firmaları için ithalat ve ihracat yapan firmaların, ticaret yapmayan veya sadece ihracat veya ithalat yapan firmalara kıyasla üretimde verimlilik, istihdam, ücretler ve sermaye yoğunluğu açısından sürekli olarak artış sergilediğini gösteren firma heterojenliğinin yararını, Zaclicever ve Pellandra'nın (2018) Uruguay firmaları için yabancı girdilerin, girdilerin coğrafi kökenine göre farklı kanallardan faaliyet gösterecek olan firmaların verimliliği üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu, Edwards ve diğ.,'nin (2020) Güney Afrika firmaları için ithalatın imalat firmaları arasında daha yüksek verimlilik ile ilişkili olduğunu, ayrıca daha çeşitli ara girdilerin ithal edilmesinin ithal edilen girdi çeşitlerinin üretimdeki yerli çeşitleri tamamladığı fikriyle tutarlı olan daha yüksek firma verimliliği ile ilişkili olduğunu, Zhou ve diğ.,'nin (2020) Çin firmaları için ithalatçıların tüm büyük ölçek ve verimlilik göstergelerinde ithalatçı olmayanlardan daha iyi performans gösterdiğini, Okafor'un (2021) Gana firmaları için ithal edilen girdilerin üretim sürecinde kullanılmasının yalnızca ihracat yapan firmalar için ihracat yapmayan firmalara kıyasla verimliliği artırmalarına yardımcı olduğunu tespit eden bulgularının aksine, araştırmamızda çıkan bulgular hipotezi desteklememektedir. Bunun nedeni, üretimde büyük oranda ithalata bağımlı bir ülke konumunda olan Türkiye'nin ithal girdi maliyetlerini direkt olarak ilgilendiren döviz kuru dalgalanmaları nedeniyle oluşan döviz kuru geçiş etkileri ve buna eşlenik olarak oluşan petrol fiyatları oynaklıkları ve enflasyonist gelişmelerden diğer ülkelere kıyasla daha yüksek oranda etkilenebilmesi olarak öngörülmektedir. Bu sayede, girdi tarifelerinin yükselmesi (Amiti ve Konings, 2007) neticesinde ithal girdilerin maliyetleri düşürücü ve üretim döngüsünde kaliteyi yükseltici etkilerinden tam anlamıyla faydalanılamadığı anlaşılmaktadır.

Dördüncü hipotez (H4), statik panel veri regresyon analizi sonuçlarına göre desteklenmektedir. Hipotezde, firmaların ithal ettiği ara mallarındaki teknoloji yoğunluğu seviyeleri ile verimlilik değişimleri arasındaki anlamlı ilişki araştırılmaktadır. Model 4, Model 5 ve Model 6 sonuçlarına göre, ITHUTY1'in etkisinin beklenildiği üzere anlamlı ve pozitif, ITHUTY3'ün etkisinin ise anlamlı ve negatif çıktığı görülmektedir. ITHUTY2 için istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi çıkmasa da pozitif bir katkısının olduğundan bahsedilebilir. Dördüncü hipotez (H4) dinamik panel veri regresyon analizi sonuçlarına göre ise, bir dönem gecikmeli etkiler açısından anlamlı değildir ve genel olarak desteklenmemektedir. Statik panel veri regresyon analizi sonuçları açısından

değerlendirildiğinde dördüncü hipotez (H4), firmaların üretimde kullandığı ithal ara mallarındaki teknoloji kalitesi ile firma verimliliği değişimleri arasında ilişkileri inceleyen; Schor'ın (2004) Brezilya firmaları için daha iyi yabancı teknolojiyi içeren girdilere güncel erişimin ticaretin serbestleşmesinden sonra verimlilik kazanımlarına da katkıda bulunduğunu, Kugler ve Verhoogen'ın (2009) Kolombiya firmaları için daha verimli fabrikaların ithalat pazarına girdiğini ve daha verimli fabrikaların daha kaliteli girdiler satın aldığını, Topalova ve Khandelwal'ın (2011) Hindistan firmaları için daha düşük girdi tarifeleri nedeniyle daha iyi girdilere erişimden kaynaklanan rekabet yanlısı durumların firma düzeyinde üretkenliği artırdığını, Aristei ve diğ.,'nin (2013) 27 tane Doğu Avrupa ve Orta Asya ülkesi firmaları için ithalatın yarattığı etkinin firma verimliliğindeki ve ürün inovasyonundaki artışı yönlendirdiğini, Bas ve Strauss-Kahn'ın (2014) Fransa firmaları için ithal edilen girdilerin dolaylı olarak, hem girdilerin daha fazla tamamlayıcılığını sağladığını hem de teknoloji/ kalite transferi yoluyla verimliliği ve dolayısıyla ihracatı artırdığını tespit eden bulgularıyla paralellik arz etmektedir. Bu sonuç, ithal ara girdilerdeki ürün teknoloji yoğunluğu seviyesi ve kalitesinin üretim verimliliği değişimlerine yaptığı olumlu katkıları Türkiye firmaları açısından da göstermektedir. Fakat ara malı ithalatının verimliliğe yapmış olduğu katkı açısından, döviz kuru geçiş etkileri sayesinde yükselen ithal girdi maliyetleri, ithal girdilere erişimi firmalar açısından zorlaştırmakta ve üretim döngüsündeki maliyetleri düşürücü ve kaliteyi yükseltici etkiden istenilen düzeyde yararlanılamaması durumunu doğurabilmektedir.

6.2. Değerlendirme ve Öneriler

Gelişmekte olan ülkelerden biri olan ve dünya ekonomisindeki payını sürekli olarak artırmayı amaçlayan Türkiye için ihracat performansının yükseltilmesi başta gelen ekonomik hedefler arasında yer almaktadır. Bu amaç doğrultusunda, üretimin verimliliğinin artırılması ve kalitesinin yükseltilmesi uluslararası ticarete rekabet edebilirliği sağlayacak unsurların en önemlilerindendir Üretimde verimlilik kavramını etkileyen etkenlerin başında ise, ara girdi temini ve kalitesi gelmektedir. Ucuz ara girdiye erişim ve temin edilen girdilerin kalitesinin ve teknoloji seviyesinin yüksekliği üretim prosesleri için büyük önem taşımaktadır. Bu noktada, ara malı konusunda ithalatın tercih edilmesi ve kullanılması, firmalara çok çeşitli dış pazarlardan ihtiyaçları olan girdileri daha ucuza ve yüksek kalitede/teknolojide temin edebilme imkânını sunabilmektedir. Dolayısıyla ithal ara girdilerin doğrudan ya da dolaylı olarak firmaların üretim verimliliklerinde ve ihracat performanslarında yaratmış olduğu

etkiler içerdği anlam açısından önemlidir. Bu bağlamda, firmalar için meydana getirdiği etkiler açısından ara malı ithalatı ve ithal girdilerdeki ürün teknoloji yoğunluğu seviyeleri, ihracat performansının ve üretim verimliliğinin belirleyici değişkenleri olarak araştırmamızda yer almaktadır. Bu bakış açısı ile oluşturduğumuz araştırma konusu ve incelemeye tabi tuttuğumuz ithalat ve ihracat açısından iki yönlü dışa açıklığı bulunan 174 adet örneklem firması ile literatürde bu konu özelinde Türkiye üzerine mikro ölçekte yapılmış çok sınırlı sayıdaki çalışma alanına katkı sunulması amaçlanmıştır. Elde edilen sonuçlar çerçevesinde, firmaların gerçekleştirdiği ara malı ithalatının ihracat performansı üzerinde olumlu bir etkisinin olup olmadığı, ara malları ithal etmenin firmaların performansını verimlilik açısından iyileştirip iyileştirmediği tespit edilmeye ve ayrıca ithal edilen ara mallarının teknoloji yoğunluğu seviyelerinin firma verimliliği ve ihracat performansı üzerindeki etkileri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Literatürde, mikro ve makro bazda ekonomik büyümede ve üretim süreçlerinde verimliliğin yükseltilmesinde uluslararası ticaretin rolü tartışmaları kapsamında, ara malı ithalatının etkileri ve sağladığı katkılar, ilgi çeken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ara malının doğrudan veya dolaylı olarak üretime ve ihracata sağladığı faydaların mikro bazda anlaşılabilmesi bakımından ara malı ithalatının firmalar açısından araştırılması elzem bir durumdur. Gerçekleştirdiğimiz çalışmada, incelenen firmalar için ITH değişkeni ile ara malı ithalatı ve olası ilişkilerin varlığının araştırılmasında, örnekleme oluşturan Türk firmaları özelinde ihracat performansı ve üretim verimliliği açısından literatürdeki çalışmalarla tam anlamıyla aynı sonuçlara ulaşamamıştır. İhracat performansı açısından ulaştığımız sonuçlar Türk firmaları özelinde; firmaların ithalat faaliyetlerinin yurtdışı satışlar üzerinde olumlu bir etkisinin olmadığını, uluslararası ticaretten elde edilen kazançları önemli düzeyde artırmadığını ve ara malı ithalatı hacminin genişlemesinin ihracat hacminin genişlemesiyle ilişkili olmadığını göstermektedir. Firma verimliliği bakımından Türk firmaları özelinde; ara mamul ithalatçısı olmanın firmaların verimliliklerini artırmadığı, daha yüksek verimlilik ile ithalatın ilişkili olmadığı anlaşılmaktadır. Diğer yandan, ara malı ithalatındaki ürün teknoloji yoğunluğunun etkilerini ITHUTY1, ITHUTY2 ve ITHUTY3 değişkenleriyle analize tabi tuttuğumuz sonuçlar, özellikle firma verimliliğinde Türk firmalarına sağladığı katkılar açısından ara malı ithalatında ürün teknoloji yoğunluğu seviyesinin önemini ve katkısını literatürle uyumlu şekilde vurgulamaktadır. Gerçekleştirmiş olduğumuz bu çalışmamız ile uluslararası ticaret literatürü açısından ara malı ithalatının ne denli önemli bir araştırma

konusu olduğu ve mikro düzeyde yapılacak daha kapsamlı çalışmalar, daha fazla detay barındıran veri setleriyle literatürün desteklenmesi gerekliliği açıkça ortaya konmuştur.

Bu çalışmanın sonuçlarının sahada ve uygulama kısmında yer alan uluslararası ticaret firmaları ve yöneticileri için faydalarından bahsedilebilir. Firmalar açısından üretim ve ihracat yapısı meydana getirilirken, ara malı süreçleri ve ara malı ithalatının en önemli planlama aşaması olarak kapsanması ve ara malı sürecinin faydalarını maksimum seviyeye çıkartabilmek için firma yöneticilerinin stratejik hedefler doğrultusunda planlamaları özenle oluşturması gerekliliğinin vurgulanması açısından önemlidir. Düzenleyici otoriteler açısından ise, ihracat performansını daha fazla yükseltebilmek adına, ara girdi ithalatına gerekli önemin gösterilmesi, kanuni düzenlemelerin yapılarak yasal zeminin daha da kuvvetlendirilmesi ve verilen desteklerin artırılması gerekliliklerinin anlaşılabilmesi için faydalıdır. Ayrıca araştırma kapsamında toplanan veri seti, belli sayıdaki örneklem firmaları için oluşturulabilmiştir. Bu veri setinin örneklem ve değişken sayısı bakımından geliştirilerek ileriki çalışmalara değerli bilgiler ve katkılar sağlaması beklenmektedir.

Araştırmada ortaya çıkan sonuçlar ve desteklenmeyen hipotezlerle ilgili literatür incelemelerimize dayanarak ihracat performansı ve üretim verimliliğiyle ilgili olarak şu öngörüler ileri sürülebilir. Bu noktada, Türkiye gibi gelişmekte olan ölkeler arasında yer alan bir ölkede için daha önceki başlıklarda detaylı şekilde bahsedildiği üzere, meydana gelen/gelebilecek döviz kuru dalgalanmaları sebebiyle döviz kuru geçiş etkileri söz konusudur. Oluşan bu geçiş etkilerinin ithalat nedeniyle doğrudan fiyatlara yansması olabilmektedir. Döviz kurlarındaki bu dalgalanmalar, ithal girdi tarifelerini de doğrudan ya da dolaylı şekilde etkilemektedir. Böylelikle üretim kompozisyonlarını ve proseslerini ithal girdilere endeksli şekilde oluşturan çoğu uluslararası ticaret firması bu durumdan olumsuz etkilenmektedir. Süregelen bu hususlar, firmaların ithal ara malı temin maliyetlerini direkt olarak ilgilendirdiğinden üretim maliyetlerine de aynı doğrultuda tesir etmektedir. Dolayısıyla, ithal girdi kullanımı ile kaynak maliyetlerini düşürmesi, üretim süreçlerini daha az maliyetle oluşturması, ithal girdilerdeki teknoloji öğreniminden faydalanması ve literatürdeki çoğu çalışmanın sonuçlarına eşlenik şekilde üretim verimliliklerini ve buna bağlı olarak ihracat performanslarını yükseltmesi beklenen Türk firmaları için Türkiye'deki reel efektif döviz kurları oynaklığının yüksek seyir etmesi, ithal ara girdi kullanımlarının üretim verimliliği ve ihracat performansı üzerinde pozitif sonuçlar doğurmasını büyük ölçüde engellemektedir. Bu çıkarımın sonucunda, Türkiye ve Türk firmaları için kaynak kısıtlarının

mevcudiyeti sebebiyle döviz kuruna duyarlı ve döviz kurundaki değişimlerden direkt olarak etkilenebilen bir ithalat-ihracat yapısının var olduğu öngörülebilmektedir (Çancı, Alabayır ve Muzır, 2024, ss.335-336).

Sonuç olarak; kapsanılan araştırma konusuna binaen meydana getirilen çalışmada, panel veri analizine uygun veriler kullanılmış ve ekonometrik yöntemler uygulanmıştır. Bu sebeple genelleştirilebilecek kanıtlar elde etmesinden dolayı araştırmanın yapısı açıklayıcı konumda ve niceldir. Kontrol değişkenleri, ihracat performansı ve üretim verimliliği belirleyicileri üzerine yapılan çalışmalara istinaden modellere dahil edilmiştir. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerine olan etkileri literatürden yararlanılarak değerlendirilmiştir. Araştırma modelimizdeki bağımsız değişkenlerden olan Ara Malı İthalatı Ürün Teknoloji Yoğunluğu Seviyesinin (ITHUTY1, ITHUTY2, ITHUTY3) İhracat Performansı (IHRPER) ve Çoklu Faktör Verimliliği (CFV) üzerine anlamlı ilişkilerinin belirgin şekilde tespit edilmesi Türk firmaları için önemli bir güncel bilgi içermektedir. Araştırmamızın tüm detay bilgileri uluslararası ticaret firmaları yönetimleri açısından yol gösterici konumdadır. Akademik alanda ise literatüre önemli bir katkı sunmaktadır. Sonuçlar, ara malı ithalatı süreçlerinin bir bütün olarak firma verimliliği ve ihracat performansı üzerindeki etkilerini Türk firmaları açısından göstermektedir. Ayrıca ampirik bulgular, ara malı ithalatı süreçlerinin araştırma alanının firmalar bazında daha kapsamlı ve detaylı şekilde genişletilmesi hususundaki önemi net şekilde vurgulamaktadır. İleride yapılabilecek bağlantılı çalışmalarda, sektör tipi ve zaman boyutunun değişkenlerin marjinal etkilerini tahmin eden eğim parametreleri üzerindeki muhtemel etkileri çalışma kapsamı genişletilerek araştırılabilir.

KAYNAKLAR

- Aaby, N. E., & Slater, S. F. (1989). Management Influences on Export Performance: A Review of the Empirical Literature 1978-1988. *International Marketing Review*, 6(4).
- Abiodun, S. T., & Mahmood, R. (2015). Fostering export performance in SMEs: The roles of export market orientation and learning orientation in turbulent environment. *International Journal of Economic Perspectives*, 9(2).
- Acikdilli, G., Mintu-Wimsatt, A., Kara, A., & Spillan, J. E. (2022). Export market orientation, marketing capabilities and export performance of SMEs in an emerging market: A resource-based approach. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 30(4), 526-541.
- Aldan, A., & Gunay, M. (2008). Entry to export markets and productivity: analysis of matched firms in Turkey (No. 0805).
- Ahn, S. H. (2017). Relationship between foreign agent operations and performance in SME exporters: Mediating effects of adaptive capability. *Journal of Korea Trade*, 21(4), 274-291.
- Akat, İ. & Atılğan, T. (1992). *Sanayi İşletmelerinde Kurumsallaşma ve Şirket Kültürü*, Beta Yayınları, Ankara.
- Akimov, A., Wijeweera, A., & Dollery, B. (2009). Financial development and economic growth: evidence from transition economies. *Applied Financial Economics*, 19(12), 999-1008.
- Alvarez, R., & López, R. A. (2005). Exporting and performance: evidence from Chilean plants. *Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'économie*, 38(4), 1384-1400.
- Ambler, T., & Styles, C. (1997). Brand development versus new product development: toward a process model of extension decisions. *Journal of Product & Brand Management*, 6(4), 222-234.
- Amiti, M., & Konings, J. (2007). Trade liberalization, intermediate inputs, and productivity: Evidence from Indonesia. *American Economic Review*, 97(5), 1611-1638.
- Appleyard, D. R., & Field, A. J. (1998). *International economics: payments, exchange rates, and macro policy*. Üçüncü Baskı.
- Ar, İ. M. (2006). Verimlilik: Nasıl 2, *Woodwork Dergisi*, Ekim/Kasım.
- Ardıç, O., & Yılmaz, P. (2002). Para-banka uluslararası iktisat ve Türkiye ekonomisi. Seçkin.
- Aristei, D., Castellani, D., & Franco, C. (2013). Firms' exporting and importing activities: is there a two-way relationship?. *Review of World Economics*, 149, 55-84.
- Argın, N. (2015). Firma Bazlı Ticaret Modelleri ve Türk Ekonomisi, Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 5(2), 661-690.

- Arnold, J. M., & Hussinger, K. (2005). Export behavior and firm productivity in German manufacturing: A firm-level analysis. *Review of world economics*, 141, 219-243.
- Arvas, M. A., & Uyar, B. (2014). Exports and firm productivity in Turkish manufacturing: an Olley-Pakes estimation. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 4(2), 243-257.
- Aw, B. Y., Chung, S., & Roberts, M. J. (2000). Productivity and turnover in the export market: micro-level evidence from the Republic of Korea and Taiwan (China). *The World Bank Economic Review*, 14(1), 65-90.
- Avenyo, E. K., Tregenna, F., & Kraemer-Mbula, E. (2021). Do productive capabilities affect export performance? Evidence from African firms. *The European Journal of Development Research*, 33, 304-329.
- Aydın, A. (2008). *Endüstri İçi Ticaret: Türkiye Üzerine Bir İnceleme*. Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bagci, K. (2010). Export diversification and productivity growth. *European Trade Study Group*, Retrieved, 5, 2015.
- Bakkalcı, A. C. (2013). Firma Bazlı Ticaret Teorilerinin Makroekonomik Doğası ve Türk Ekonomisi, *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(22), 69-98.
- Barış, G. (2003). İşletmelerin Çözmesi Gereken Bilmeceler: Rekabetçi Üstünlük, Verimlilik Dergisi, 55-82.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Barney, J. B. (2007). *Resource-based theory: Creating and sustaining competitive advantage*. Oxford University Press.
- Bas, M. (2012). Input-trade liberalization and firm export decisions: Evidence from Argentina. *Journal of Development Economics*, 97(2), 481-493.
- Bas, M., & Strauss-Kahn, V. (2014). Does importing more inputs raise exports? Firm-level evidence from France. *Review of World Economics*, 150, 241-275.
- Baştürk, F. H., & Ödül, Y. (2008). Firma Büyüklüğü ile Firma Büyümesi Arasındaki İlişkinin Gibrat Yasası Çerçevesinde Ele Alınması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (39), 142-154.
- Bernard, A. B., Jensen, J. B., & Lawrence, R. Z. (1995). Exporters, jobs, and wages in US manufacturing: 1976-1987. *Brookings papers on economic activity. Microeconomics*, 1995, 67-119.
- Bernard, A. B., & Jensen, J. B. (1999). Exceptional exporter performance: cause, effect, or both?. *Journal of international economics*, 47(1), 1-25.
- Bernard, A. B., Eaton, J., Jensen, J. B., & Kortum, S. (2003). Plants and productivity in international trade. *American economic review*, 93(4), 1268-1290.

- Bernard, A. B., Jensen, J. B., & Schott, P. K. (2006). Trade costs, firms and productivity. *Journal of monetary Economics*, 53(5), 917-937.
- Bernini, M., Guillou, S., & Bellone, F. (2015). Financial leverage and export quality: Evidence from France. *Journal of Banking & Finance*, 59, 280-296.
- Bhattacharya, M., & Bloch, H. (2004). Determinants of innovation. *Small business economics*, 22, 155-162.
- Bijmolt, T. H., & Zwart, P. S. (1994). The impact of internal factors on the export success of Dutch small and medium-sized firms. *Journal of Small business management*, 32(2), 69.
- Bilici, Ö. (2007). *Türkiye Avrupa Birliği Arasında Endüstri-İçi Ticaretin Analizi*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bilkey, W. J., & Tesar, G. (1977). The export behavior of smaller-sized Wisconsin manufacturing firms. *Journal of international business studies*, 8, 93-98.
- Bilkey, W. J. (1978). An attempted integration of the literature on the export behavior of firms. *Journal of international Business studies*, 9, 33-46.
- Bilkey, W. J. (1982). Variables associated with export profitability. *Journal of International Business Studies*, 13, 39-55.
- Bonoma, T. V. & B. H Clark. (1988). *Marketing Performance Assessment*. Boston: Harvard Business School Press.
- Brakman, S., Garretsen, H., van Maarseveen, R., & Zwaneveld, P. (2020). Firm heterogeneity and exports in the Netherlands: Identifying export potential beyond firm productivity. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 29(1), 36-68.
- Broda, C. & Weinstein, D. E. (2006). Globalization and the Gains from Variety'. *Quarterly Journal of Economics*, 121, 541-585.
- Brouthers, L. E., & Nakos, G. (2005). The role of systematic international market selection on small firms' export performance. *Journal of small business management*, 43(4), 363-381.
- Busu, M. & Trica, C.L. (2019). "Sustainability of Circular Economy Indicators and Their Impact on Economic Growth of The European Union", *Sustainability*, 11(19), 5481.
- Büyükkılıç, D. (2004). Kâr amacı gütmeyen örgütlerde verimlilik. *Milli Prodüktivite Merkezi*.
- Cadogan, J. W., Cui, C. C., & Kwok Yeung Li, E. (2003). Export market-oriented behavior and export performance: the moderating roles of competitive intensity and technological turbulence. *International marketing review*, 20(5), 493-513.
- Can, M. (2011). *Türkiye'nin Bölge Ülkeleriyle Endüstri-İçi Ticaretinin Gelişimi: 1995-2009*, Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Canbay, Ş. (2020). Türkiye'de araştırma ve geliştirme (Ar-Ge) harcamalarının ihracat üzerindeki etkileri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (63), 131-140.
- Carton, R. B., & Hofer, C. W. (2006). *Measuring organizational performance: Metrics for entrepreneurship and strategic management research*. Edward Elgar Publishing.
- Castellani, D., & Fassio, C. (2019). From new imported inputs to new exported products. Firm-level evidence from Sweden. *Research Policy*, 48(1), 322-338.
- Cavusgil, S.T. (1976). *Organizational Determinants of Firms' Export Behavior: An Empirical Analysis*. Ph.D. dissertation, The University of Wisconsin, Madison, Wisconsin.
- Cavusgil, S. T., & Nevin, J. R. (1981). Internal determinants of export marketing behavior: An empirical investigation. *Journal of marketing Research*, 18(1), 114-119.
- Cavusgil, S. T. (1984). Organizational characteristics associated with export activity. *Journal of management studies*, 21(1), 3-22.
- Cavusgil, S. T., & Zou, S. (1994). Marketing strategy-performance relationship: an investigation of the empirical link in export market ventures. *Journal of marketing*, 58(1), 1-21.
- Chen, J., Sousa, C. M., & He, X. (2016). The determinants of export performance: a review of the literature 2006-2014. *International marketing review*, 33(5), 626-670.
- Chetty, S. K., & Hamilton, R. T. (1993). Firm-level Determinants of Export Performance: A Meta-analysis. *International Marketing Review*, 10(3).
- Chrysoschoidis, G., & Theoharakis, V. (2004). Attainment of competitive advantage by the exporter-importer dyad: The role of export offering and import objectives. *Journal of Business Research*, 57(4), 329-337.
- Cirera, X., Lederman, D., Máñez, J. A., Rochina, M. E., & Sanchis, J. A. (2015). The export-productivity link for Brazilian manufacturing firms. *Economics*, 9(1), 20150022.
- Ciuriak, D. (2013). Learning by exporting: A working hypothesis. Available at SSRN 1926811.
- Clerides, S. K., Lach, S., & Tybout, J. R. (1998). Is learning by exporting important? Micro-dynamic evidence from Colombia, Mexico, and Morocco. *The quarterly journal of economics*, 113(3), 903-947.
- Cohen, J. (1988). Set correlation and contingency tables. *Applied psychological measurement*, 12(4), 425-434.
- Collis, D. J. (1994). Research note: how valuable are organizational capabilities?. *Strategic management journal*, 15(S1), 143-152.
- Crespi, G., Criscuolo, C., & Haskel, J. (2008). Productivity, exporting, and the learning-by-exporting hypothesis: direct evidence from UK firms. *Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'économie*, 41(2), 619-638.

- Cui, T. & Zhang, Y. (2022). "Research on the Impact of Circular Economy on Total Factor Carbon Productivity in China", *Environmental Science and Pollution Research*, 29, 78780-78794.
- Çancı, M., Alabayır, A., & Muzır, E. (2022). İhracatçı Firmaların Yoğunlaşma Etkisi ile Sanayi Üretim Oranı ve Reel Efektif Döviz Kuru Değişimleri Arasındaki İlişki: 2012-2019 Yılları Arası Türkiye Örneği. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 26-53.
- Çancı, M., Alabayır, A., ve Muzır, E. (2024). Ara Malı İthalatı ve Firma Verimliliği İlişkisi, Mikro Ölçekli Ampirik Bir Analiz. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 20(2), 321-338.
- Çelik, E., & Çatuk, C. (2023). Uluslararası Ticarete İhracat ve İşletmelerin İhracat Performansını Etkileyen Faktörler1. *Uluslararası Ticaret ve Lojistik Kapsamında Yönetim, Finans ve Muhasebe Yaklaşımları*, 55.
- Çelik, İ. (2014). *Türkiye’de İhracat Yapan KOBİ’lerin Ortaklık ve Sermaye Yapılarının İhracat Performansına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Daft, R.L. (2000). *Organization Theory and Design*, 7.Ed., South-Western Publishing, Ohio-USA.
- Dalgic, B., Fazlioglu, B., & Gasiorrek, M. (2015). Costs of trade and self-selection into exporting and importing: The case of Turkish manufacturing firms. *Economics*, 9(1), 20150015.
- Damar, A. O. (2010). *Türkiye’de döviz kurundan fiyatlara geçiş etkisinin incelenmesi*. Uzmanlık Yeterlilik Tezi.
- Danışman, A., & Sökmen, A. G. A. G. (2007). Girişimci özellikleri ve firma niteliklerinin ihracat performansına etkisi: Kobi’ler üzerinde bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 213-230.
- Daniels, J., & Radebaugh, L. H. (1998). *International Business, Environments and Operations*, Prentice Hall, New Jersey.
- De Loecker, J. (2007). Do exports generate higher productivity? Evidence from Slovenia. *Journal of international economics*, 73(1), 69-98.
- De Long, J. B. (2002). *Macroeconomics*, McGraw – Hill Companies, Inc., New York.
- Dış Ticaret Müsteşarlığı [DTM], (2013). <http://www.dtm.gov.tr>
- Diken, A. Ö. (2015). *Endüstri-İçi Ticaret Kavramı: Nedenleri, Ölçüm Yöntemleri ve Türkiye ile AB Arasında Endüstri-İçi Ticaretin Gelişimi (2004-2014)*. Yüksek Lisans Tezi. Konya: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dinçer, A. (2021). *Determinants of Sectoral and Firm Size Export Performance: Empirical Evidence From The Turkish Manufacturing Industry*. Doktora Tezi. Hacettepe University Graduate School of Social Sciences Department of Economics.

- Dinçer, Ö. (2003). Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, Beta Yayınları, İstanbul.
- Dinçer, E. (2008). Veri zarflama analizinde Malmquist endeksiyle toplam faktör verimliliği değişiminin incelenmesi ve İMKB üzerine bir uygulama. Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 25(2), 825-846.
- Durmaz, A., & Eren, M. S. (2018). Export performance: is it possible through knowledge and capabilities? Evidence from Turkish manufacturing firms. Journal of Global Marketing, 31(3), 180-196.
- Edwards, L., Sanfilippo, M., & Sundaram, A. (2018). Importing and firm export performance: New evidence from South Africa. South African Journal of Economics, 86, 79-95.
- Edwards, L., Sanfilippo, M., & Sundaram, A. (2020). Importing and productivity: An analysis of South African manufacturing firms. Review of Industrial Organization, 57, 411-432.
- Elkington, J. (1994). Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. California management review, 36(2), 90-100.
- Elliott, R. J., Horsewood, N. J., & Zhang, L. (2019). Importing exporters and exporting importers: A study of the decision of Chinese firms to engage in international trade. Review of International Economics, 27(1), 240-266.
- Erdil, T. S. (2014). The role of foreign intermediary relationship quality on export performance: A survey on Turkish firms. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 150, 600-608.
- Erdil, T. S., & Özdemir, O. (2016). The determinants of relationship between marketing mix strategy and drivers of export performance in foreign markets: An application on Turkish clothing industry. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 235, 546-556.
- EUROSTAT (15 Ekim 2023). <https://ec.europa.eu/eurostat>
- Faruk, O., & Subudhi, R. N. (2019). Export performance of SMEs: a review of firm-level controllable determinants. Parikalpana: KIIT Journal of Management, 15(1and2), 112-126.
- Feng, L., Li, Z., & Swenson, D. L. (2016). The connection between imported intermediate inputs and exports: Evidence from Chinese firms. Journal of International Economics, 101, 86-101.
- Foster-McGregor, N., Isaksson, A., & Kaulich, F. (2015). Importing, exporting and the productivity of services firms in Sub-Saharan Africa. The Journal of International Trade & Economic Development, 24(4), 499-522.
- Ghosh, C. (2011). Macroeconomics. PHI Learning Pvt. Ltd. ISBN 978-81-203-4306-1.
- Girma, S., Greenaway, D., & Kneller, R. (2003). Export market exit and performance dynamics: a causality analysis of matched firms. Economics letters, 80(2), 181-187.

- Goldberg, P. K., Khandelwal, A. K., Pavcnik, N., & Topalova, P. (2010). Imported intermediate inputs and domestic product growth: Evidence from India. *The Quarterly journal of economics*, 125(4), 1727-1767.
- Greenaway, D., & Yu, Z. (2004). Firm-level interactions between exporting and productivity: Industry-specific evidence. *Review of World Economics*, 140, 376-392.
- Grubel, H. G., & Lloyd, P. J. (1971). The Empirical Measurement of Intra-Industry Trade. *Economic record*, 47(120).
- Grubel, H. G., & Lloyd, P. J. (1975). Intra-industry trade: the theory and measurement of international trade in differentiated products (Vol. 12). London: Macmillan.
- Gupta, P., & Chauhan, S. (2021). Firm capabilities and export performance of small firms: A meta-analytical review. *European Management Journal*, 39(5), 558-576.
- Güleş, H. K., & Özilhan, D. (2010). Kaynak Temelli Teori Bağlamında Üretim ve Pazarlama Stratejilerinin İşletme Performansı Üzerine Etkisinin İncelenmesi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(19), 477-490.
- Gürak, H. (2001). Makro Verimlilik ve Teknoloji. *Verimlilik Dergisi*, 3, 7-14.
- Haddoud, M. Y., Onjewu, A. K. E., & Nowiński, W. (2021). Environmental commitment and innovation as catalysts for export performance in family firms. *Technological forecasting and social change*, 173, 121085.
- Haidar, J. I. (2012). Trade and productivity: Self-selection or learning-by-exporting in India. *Economic Modelling*, 29(5), 1766-1773.
- Halpern, L., Koren, M., & Szeidl, A. (2015). Imported inputs and productivity. *American Economic Review*, 105(12), 3660-3703.
- Hardy, C. C. (1978). *The Investor's Guide to Technical Analysis*. Tata McGraw-Hill Education. ISBN 978-0-07-026365-9.
- Hart, S., & Tzokas, N. (1999). The impact of marketing research activity on SME export performance: evidence from the UK. *Journal of small business management*, 37(2), 63.
- Helvacıoğlu, N. (2007). *Çokuluslu İşletmelerde Rekabet Avantajı Sağlamanın Bir Aracı Olarak Kültürel Farklılıkların Yönetimi*. Doktora Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Heredia, J., Flores, A., Heredia, W., Arango, R., & Medina, L. (2019). How innovation influences on export performance: A configuration approach for emerging economies. *Journal of technology management & innovation*, 14(4), 54-65.
- Hirsch, S., & Bijaoui, I. (1985). R&D intensity and export performance: a micro view. *Weltwirtschaftliches archiv*, 121(2), 238-251.

- Hizarci Payne, A. K., & Katrinli, A. (2021). Microfoundations of firm capabilities in the context of international business: Exploring the role of export department employees. *Management Research Review*, 44(1), 59-93.
- Holzmüller, H. H., & Kasper, H. (1991). On a theory of export performance: Personal and organizational determinants of export trade activities observed in small and medium-sized firms. *MIR: Management International Review*, 45-70.
- Husted, S. L., & Melvin, M. (1993). *International Economics*. 2.Edition, Harper Collins College Publishers: New York.
- Ilhan Nas, T., & Kalaycioglu, O. (2016). The effects of the board composition, board size and CEO duality on export performance: Evidence from Turkey. *Management Research Review*, 39(11), 1374-1409.
- Ipek, I., & Tanyeri, M. (2021). Home country institutional drivers and performance outcomes of export market orientation: the moderating role of firm resources. *International Journal of Emerging Markets*, 16(4), 806-836.
- Jüttner, U., Christopher, M., & Godsell, J. (2010). A strategic framework for integrating marketing and supply chain strategies. *The International Journal of Logistics Management*, 21(1), 104-126.
- Kahveci, E. (2013). İhracat performansı ölçütleri ve ihracat performansını etkileyen faktörler. *Verimlilik Dergisi*, (1), 43-74.
- Kalinic, I., & Brouters, K. D. (2022). Entrepreneurial orientation, export channel selection, and export performance of SMEs. *International Business Review*, 31(1), 101901.
- Karacaoğlu, Y. D. D. K. (2011). İşletmelerin Rekabet Üstünlüğü Anlayışlarını Etkileyen Öğelerin Endüstri Temelli ve Kaynak Temelli Bakış Açısına Göre Belirlenmesi: Kayseri İlinde Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(3), 119-143.
- Karalar, R., (1997). *Firma Temel Bilgiler İşlevler*, 6. Baskı, Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir,
- Kasahara, H., & Rodrigue, J. (2008). Does the use of imported intermediates increase productivity? Plant-level evidence. *Journal of development economics*, 87(1), 106-118.
- Katsikea, E., Theodosiou, M., & Makri, K. (2019). The interplay between market intelligence activities and sales strategy as drivers of performance in foreign markets. *European Journal of Marketing*, 53(10), 2080-2108.
- Kayabasi, A., & Mtetwa, T. (2016). Impact of marketing effectiveness and capabilities, and export market orientation on export performance: Evidence from Turkey. *European Business Review*, 28(5), 532-559.
- Kenen, B. P., (2000), *The International Economics*, 4.Edition, Chambridge University Press: New York.

- Khandwalla, P. N. (1977). The chemistry of effective management. *Vikalpa*, 2(2), 151-164.
- Kim, J. J., & Hemmert, M. (2016). What drives the export performance of small and medium-sized subcontracting firms? A study of Korean manufacturers. *International Business Review*, 25(2), 511-521.
- Kılıçaslan, Y., & Erdoğan, L. (2012). Industry orientation, exporting and productivity. *Modern Economy*, 3(01), 81-90.
- Koçel, T. (1993). Büyüyen işletmelerde karşılaşılan yönetim ve organizasyon sorunları. İstanbul: İTO Yayınları, 32.
- Kotabe, M., Ayebale, D., & Murray, J. Y. (2023). Relationship multiplexity, multiple resource acquisition, and export performance of emerging-market firms. *Journal of International Management*, 29(3), 101030.
- Kraay, A. (1999). Exports and economic performance: Evidence from a panel of Chinese enterprises. *Revue d'Economie du Developpement*, 1(2), 183-207.
- Krishnan, H. A., Tadeipalli, R., & Park, D. (2009). R&D intensity, marketing intensity, and organizational performance. *Journal of Managerial Issues*, 232-244.
- Kugler, M., & Verhoogen, E. (2009). Plants and imported inputs: New facts and an interpretation. *American Economic Review*, 99(2), 501-507.
- Kutlar, A., & Çabukoğlu, M. (2022). Dış Ticaret Açığı, Ara Malı İthalatı, İmalat Sanayi İhracatı ve Reel Döviz Kuru Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği. *Sakarya İktisat Dergisi*, 11(3), 303-319.
- Küçükahmetoğlu, O. (2002). Endüstri içi ticaret ve Türkiye. *İktisat İşletme ve Finans*, 17(190), 34-50.
- Lafrogne-Joussier, R., Martin, J., & Mejean, I. (2022). Supply shocks in supply chains: Evidence from the early lockdown in China. *IMF economic review*, 71(1), 170.
- Leonidou, L. C., & Katsikeas, C. S. (1996). The export development process: an integrative review of empirical models. *Journal of international business studies*, 27, 517-551.
- 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.
- Ling-yee, L., & Ogunmokun, G. O. (2001). Effect of export financing resources and supply-chain skills on export competitive advantages: implications for superior export performance. *Journal of World Business*, 36(3), 260-279.
- Liu, B. J. (2017). Do bigger and older firms learn more from exporting? Evidence from China. *China Economic Review*, 45, 89-102.
- Long, M., & Malitz, I. (1985). The investment-financing nexus: Some empirical evidence. *Midland Corporate Finance Journal*, 3(3), 53-59.

- Lundberg, H. (2019). Bank relationships' contributions to SME export performance. *International Journal of Bank Marketing*, 37(5), 1143-1164.
- Madsen, T. K. (1987). Empirical Export Performance Studies: A Review of Conceptualizations and Findings. *Advances in International Marketing*, 2, 177-198.
- Madsen, T. K. (1998). Executive insights: Managerial judgment of export performance. *Journal of International Marketing*, 6(3), 82-93.
- Maggioni, D. (2012). Learning by exporting in Turkey: an investigation for existence and channels. *Global Economy Journal*, 12(2), 1850262.
- Manova, K., & Zhang, Z. (2009). China's exporters and importers: Firms, products and trade partners (No. w15249). National Bureau of Economic Research.
- Martins, P. S., & Yang, Y. (2009). The impact of exporting on firm productivity: a meta-analysis of the learning-by-exporting hypothesis. *Review of World Economics*, 145, 431-445.
- Massini, S., Piscitello, L., & Shevtsova, Y. (2023). The complementarity effect of exporting, importing and R&D on the productivity of Ukrainian MNEs. *International Business Review*, 32(3), 102055.
- Mathews, J. A. (2002). *A Resource-Based View of Schumpeterian Economic Dynamics*, Journal of Evolutionary Economics, Springer Verlag, Sydney.
- Mazzi, C. T., & Foster-McGregor, N. (2021). Imported intermediates, technological capabilities and exports: Evidence from Brazilian firm-level data. *Research policy*, 50(1), 104141.
- Melitz, M. J. (2003). The impact of trade on intra-industry reallocations and aggregate industry productivity. *Econometrica*, 71(6), 1695-1725.
- Melitz, M. J. (2008). International trade and heterogeneous firms. *The New Palgrave dictionary of economics*, 2.
- Menon, J. (1996). The degree and determinants of exchange rate pass-through: market structure, non-tariff barriers and multinational corporations. *The Economic Journal*, 106(435), 434-444.
- Michalisin, M. D. (1996). *Strategic Assets and Firm Performance: An Empirical Study of the Resource-Based View's Main Prescription*, PhD Thesis, Kent State University Graduate School of Management
- Milli Prodüktivite Merkezi, Verimlilik Dergisi (2010). <https://verimlilikkutuphanesi.sanayi.gov.tr/Library/ShowPDF/1241> (erişim tarihi: 05.11.2023)
- Minondo, A. (2014). The Relationship between Export Status and Productivity in Services: A Firm-Level Analysis for Spain. *Bulletin of Economic Research*, 66(S1), S138-S146.
- Miroudot, S., Lanz, R., & Ragoussis, A. (2009). Trade in intermediate goods and services.

- Moghaddam, F. M., Hamid, A. B. B. A., Rasid, S. Z. A., & Darestani, H. (2011). The influence of export marketing strategy determinants on firm export performance: a review of empirical literatures between 1993-2010. *International Journal of fundamental Psychology and social sciences*, 1(2), 26-34.
- 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.
- Moric, I., Jovanović, J.Š., Đoković, R., Peković, S. & Perović, Đ. (2020). “The Effect of Phases of The Adoption of The Circular Economy on Firm Performance: Evidence From 28 EU Countries”, *Sustainability*, 12(6), 25-57.
- Mudalige, D. M. (2017). Antecedents of Export Performance of Small and Medium Scale Enterprises (SMEs) In Sri Lanka: The Role of Entrepreneur Behavior and Experience and the Moderation Role of Industry Context. *Journal of Business and Technology*, 1(2).
- Mulyanie, M., & Sundjajf, W. (2020). The Mediating Effect of the Internationalization Process on Knowledge Management and Export towards SMEs Export Performance.
- Mutlu, H. M., & Aksoy, H. (2014). Strategic orientations, firm capabilities, and export performance: An empirical analysis in Turkey. *International Journal of Economic Practices and Theories*, 4(2), 214-221.
- Nakos, G., Brouthers, K. D., & Brouthers, L. E. (1998). The impact of firm and managerial characteristics on small and medium-sized Greek firms' export performance. *Journal of global marketing*, 11(4), 23-47.
- Navarro-García, A., Sánchez-Franco, M. J., & Rey-Moreno, M. (2016). Relational governance mechanisms in export activities: Their determinants and consequences. *Journal of Business Research*, 69(11), 4750-4756.
- Ngoc, P. T. B., Vu, H. Q., & Dinh Long, P. (2022). Domestic total factor productivity with trade and heterogenous foreign direct investment in developing countries: a case of Vietnamese manufacturing. *International Journal of Emerging Markets*, 19(5), 1196-1218.
- OECD (13 Ekim 2023). <https://www.oecd.org/>
- Okafor, L. E. (2021). Export market destinations, imported intermediates, and productivity: Firm-level evidence from Ghana. *The International Trade Journal*, 35(4), 383-410.
- Ortigueira-Sánchez, L. C., Welsh, D. H., & Stein, W. C. (2022). Innovation drivers for export performance. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 1(2), 100013.
- O'Shaughnessy, N. J., (1986). Michael Porter's Competitive Advantage Revisited, *Management Decision*, 34 (6), 12.
- Özarslan, D. (2019). *İhracatın Verimlilik ve Diğer Firma Göstergelerine Etkisi: Türkiye İmalat Sanayii Örneği*. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Özdemir, E., Altıntaş, M. H., & Kılıç, S. (2017). The Effects of the Degree of Internationalization on Export Performance: A Research on Exporters in Turkey 1. *Business and Economics Research Journal*, 8(3), 611.
- Özkara, B. (1999). *Evrimsel ve Devrimsel Örgütsel Değişim*, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Pane, D. D., & Patunru, A. A. (2019). Does export performance improve firm performance? Evidence from Indonesia (No. 2019-05).
- Pane, D. D., & Patunru, A. A. (2023). The role of imported inputs in firms' productivity and exports: Evidence from Indonesia. *Review of World Economics*, 159(3), 629-672.
- Parra, M. D., & Martínez-Zarzoso, I. (2015). Imported inputs and Egyptian exports: Exploring the links. *Economics*, 9(1), 20150038.
- Piercy, N. F., Kaleka, A., & Katsikeas, C. S. (1998). Sources of competitive advantage in high performing exporting companies. *Journal of world business*, 33(4), 378-393.
- Plane, P., & Vaganzones-Varoudakis, M. A. (2018). Innovation, Productivity, Export Performance and The Investment Climate: A Study Based on Indian Manufacturing Firms' data. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 125-139.
- Polat, Ç., & Peker, K. Ö. (2021). Yatırım Malı ve Ara Mal İthalatının Büyümeye Etkisinin Türkiye Ekonomisi Perspektifinde Analizi. *Sakarya İktisat Dergisi*, 10(4), 321-334.
- Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, New York.
- Prasad, V. K., Ramamurthy, K., & Naidu, G. M. (2001). The influence of Internet-marketing integration on marketing competencies and export performance. *Journal of international marketing*, 9(4), 82-110.
- Prokopenko, J. (2005). *Productivity management: A practical handbook*. International Labour Organization.
- Puga, D. & Trefler, D. (2010). Wake up and smell the Ginseng: International trade and the rise of incremental innovation in low-wage countries. *Journal of Development Economics*, 91, 64-76.
- Ramanarayanan, A. (2020). Imported inputs and the gains from trade. *Journal of International Economics*, 122, 103260.
- Rhee, Y., Ross-Larsen, B., & Pursell, G. (1984). *Koreans competitive edge: managing the entry into world markets*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Robb, C. A., & Stephens, A. R. (2021). The effects of market orientation and proactive orientation on the export performance of South African SMEs. *Journal of Global Marketing*, 34(5), 392-410.
- Sadeghi, A., Aliasghar, O., & Bouguerra, A. (2023). Unpacking the relationship between post-entry speed of internationalization and export performance of SMEs: A capability-building perspective. *Journal of International Management*, 29(1), 100982.

- Saeed, A., & Ullah, M. Z. (2021). Productivity and Export Performance of Emerging Asian Economies. *Journal of Applied Economics and Business Studies*, 5(4), 59-96.
- Sahoo, P. K., Rath, B. N., & Le, V. (2022). Nexus between export, productivity, and competitiveness in the Indian manufacturing sector. *Journal of Asian Economics*, 79, 101454.
- Sartal, A., Ozcelik, N. & Rodriguez, M. (2020). “Bringing the Circular Economy Closer to Small and Medium Enterprises: Improving Water Circularity without Damaging Plant Productivity”, *Journal of Cleaner Production*, 256, 120363.
- Schor, A. (2004). Heterogeneous productivity response to tariff reduction. Evidence from Brazilian manufacturing firms. *Journal of Development Economics*, 75(2), 373-396.
- Scott, J. (1984). Firm versus industry variability in R&D intensity. In *R&D, patents, and productivity* (233-248). University of Chicago Press.
- Scott, B. R., & Lodge, G. C. (1985). US competitiveness in the world economy. *The International Executive*, 27(1), 26-26.
- Selçuk, E. A., & Tapki, I. G. (2016). Determinants of export propensity and performance: evidence from Turkish firm-level data. *International Journal of Economic Research*, 7(2), 1-7.
- Serti, F., & Tomasi, C. (2008). Self-selection and post-entry effects of exports: Evidence from Italian manufacturing firms. *Review of World Economics*, 144, 660-694.
- Seyidoğlu, H. (2002). *Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük*, İstanbul: Güzem Can Yayınları:18.
- Seyidoğlu, H. (2007). *Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama*. İstanbul: Güzem Can Yayınları:16.
- 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.
- Shoham, A. (1998). Export performance: A conceptualization and empirical assessment. *Journal of international marketing*, 6(3), 59-81.
- Sousa, C. M. (2004). Export performance measurement: an evaluation of the empirical research in the literature. *Academy of marketing science review*, 2004, 1.
- Sousa, C. M., Martínez-López, F. J., & Coelho, F. (2008). The determinants of export performance: A review of the research in the literature between 1998 and 2005. *International journal of management reviews*, 10(4), 343-374.
- Sraha, G., Sharma, R. R., Crick, D., & Crick, J. M. (2020). International experience, commitment, distribution adaptation and performance: a study of Ghanaian firms in B2B export markets. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(11), 1715-1738.

- Styles, C., & Ambler, T. (1994). Successful export practice: The UK experience. *International Marketing Review*, 11(6), 23-47.
- Styles, C. (1998). Export Performance Measures in Australia and the United Kingdom. *Journal of International Marketing* vol.6 (3) 12-36.
- Styles, C., & Ambler, T. (2000). The impact of relational variables on export performance: An empirical investigation in Australia and the UK. *Australian Journal of Management*, 25(3), 261-281.
- Styles, C., Patterson, P. G., & Ahmed, F. (2008). A relational model of export performance. *Journal of international business studies*, 39, 880-900.
- Subasat, T. (2010). Cari Açık nedir? Türkiye açısından doğurduğu riskler nelerdir?. Küresellenen kriz çerçevesinde Türkiye'nin cari açık sorunsalı (içinde). Eflatun Yayınları.
- Tan, Q., & Sousa, C. M. (2015). Leveraging marketing capabilities into competitive advantage and export performance. *International marketing review*, 32(1), 78-102.
- Taşcı, F. (2011). Verimlilik Artışında Emek Etkinliği Üzerine Bir Yaklaşım: Ah-Me-T Modeli. In *Journal of Social Policy Conferences* (No.61, pp.177-199). Istanbul University.
- Taymaz, E., & Yilmaz, K. (2006). Productivity and trade orientation: Turkish manufacturing industry before and after the customs union.
- TCMB (05 Aralık 2023). <https://evds2.tcmb.gov.tr/>
- Tekin, E. (2016). *Firma ve üst düzey yönetici özelliklerinin KOBİlerin ihracat performansı üzerindeki etkisi: TİM 1000 örneği*. Doktora Tezi. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Theodosiou, M., & Katsikea, E. (2013). The export information system: An empirical investigation of its antecedents and performance outcomes. *Journal of International Marketing*, 21(3), 72-94.
- Tokta, Y. T. (2002). Geçmişten günümüze verimlilik. *Verimlilik Dergisi*, 3, 7-36.
- Tookey, D. A. (1964). Factors associated with success in exporting. *Journal of Management Studies* (Wiley-Blackwell), 1(1).
- Topalova, P., & Khandelwal, A. (2011). Trade liberalization and firm productivity: The case of India. *Review of economics and statistics*, 93(3), 995-1009.
- Tucker, I. (2008). *Survey of Economics*. Cengage Learning. ISBN 978-0-324-57961-1.
- TUSİAD (2002). *Yeni Rekabet Stratejileri ve Türk Sanayisi*, Ankara
- TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri (07 Eylül 2023)
<https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=dis-ticaret-104&dil=1>

- Tümtürk, O. (2021). Döviz kurlarının fiyatlara geçiş elastikiyeti ve TCMB para politikaları. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 76(3), 729-760.
- Ural, T., & Acaravcı, S. K. (2006). The Effects of Firm's Strategic Factors on Export and Firm Performance: A Comparison of Permanent and Sporadic Exporters. Problems and Perspectives in Management, 4(4), 42-62.
- Üstün, R. (1997). İşgücünün Verimliliği Nasıl Artırılabilir?. Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(1), 55-70.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: A comparison of approaches. Academy of management review, 11(4), 801-814.
- Vergil, H., & Abasız, T. (2008). Toplam faktör verimliliği, hesaplanması ve büyüme ilişkisi: Collins Bosworth varyans ayrıştırması. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (16), 160-188.
- Wagner, J. (1995). Exports, firm size, and firm dynamics. Small Business Economics, 7, 29-39.
- Wagner, J. (2002). The causal effects of exports on firm size and labor productivity: first evidence from a matching approach. Economics letters, 77(2), 287-292.
- Wagner, J. (2007). Exports and productivity: A survey of the evidence from firm-level data. World economy, 30(1), 60-82.
- Waheeduzzaman, A. N. M., & Ryans Jr, J. K. (1996). Definition, perspectives, and understanding of international competitiveness: A quest for a common ground. Competitiveness Review: An International Business Journal, 6(2), 7-26.
- Wang, Y., Cao, W., Zhou, Z., & Ning, L. (2013). Does external technology acquisition determine export performance? Evidence from Chinese manufacturing firms. International business review, 22(6), 1079-1091.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-based View of the Firm, Strategic Management Journal, Vol. 5/2, 171-180.
- Wolff, J. A., & Pett, T. L. (2000). Internationalization of small firms: An examination of export. Journal of small business management, 38(2), 34-47.
- Yang, Y., & Mallick, S. (2010). Export premium, self-selection and learning-by-exporting: Evidence from Chinese matched firms. The World Economy, 33(10), 1218-1240.
- Yasar, M., & Rejesus, R. M. (2005). Exporting status and firm performance: Evidence from a matched sample. Economics Letters, 88(3), 397-402.
- Yasar, M., Garcia, P., Nelson, C. H., & Rejesus, R. M. (2007). Is there Evidence of Learning-by-Exporting in Turkish Manufacturing Industries?. International Review of Applied Economics, 21(2), 293-305.

- Yasar, M., & Morrison Paul, C. J. (2008). Foreign technology transfer and productivity: Evidence from a matched sample. *Journal of Business & Economic Statistics*, 26(1), 105-112.
- Yavan, N. (2015). https://acikders.ankara.edu.tr/pluginfile.php/176441/mod_resource/content/0/Hafta%2004_Ekonominin%20Temel%20Kavramlar%C4%B1%201-Mal%20ve%20Hizmet.pdf, erişim tarihi 05.03.2024.
- Yavuz, İ. (2003) Verimlilik ve Etkinlik Ölçümüne Yeni Yaklaşımlar ve İllere Göre İmalat Sanayinde Etkinlik Karşılaştırmaları, Milli Prodüktivite Yayınları, No:667, Ankara.
- Yenilmez, F. (2004). *Türkiyenin Avrupa Birliği ile Dış Ticaretinde Endüstri İçi Ticaret: Türkiye-Almanya Örneği*. Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yenilmez, F., & Bayraç, H. N. (2005). Türkiye-Almanya Arasındaki Endüstri içi Ticaretin Gelişimi ve Endüstri İçi Ticareti Etkileyen Ülke Değişkenleri. E-Akademi, Hukuk, Ekonomi ve Siyasal Bilimler Aylık İnternet Dergisi, Ekim, (44).
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2013). Panel Veri Ekonometrisi: Stata Uygulamalı. 2.Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.
- Yılmaz, Ş. E. (1992). Dış ticaret kuramlarının evrimi. Gazi Üniversitesi. Yayın No:178, İ.İ.B.F. Yayın No:57, Ankara.
- Yi, Y. (2021). Importing, Exporting, and Firms' Productivity Evolution in China. Available at SSRN 3986661.
- Yükçü, S., & Ataçan, G. (2009). Etkinlik, Etkililik ve Verimlilik Kavramlarının Yarattığı Karışıklık. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 23(4), 1-13.
- Zaclicever, D., & Pellandra, A. (2018). Imported inputs, technology spillovers and productivity: firm-level evidence from Uruguay. *Review of World Economics*, 154, 725-743.
- Zhang, C., Cavusgil, S. T., & Roath, A. S. (2003). Manufacturer governance of foreign distributor relationships: do relational norms enhance competitiveness in the export market?. *Journal of international business studies*, 34, 550-566.
- Zhang, J., & Zhu, M. (2016). Market orientation, product innovation and export performance: evidence from Chinese manufacturers. *Journal of Strategic Marketing*, 24(5), 377-397.
- Zhang, J., & Malikov, E. (2023). Detecting Learning by Exporting and from Exporters. *Journal of Productivity Analysis*, 60(1), 1-19.
- Zhou, S., Wang, Y., & Yang, M. (2020). Importing and firm productivity in China: The self-selection effect or the learning effect?. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(7), 1462-1473.

- Zou, S., Taylor, C. R., & Osland, G. E. (1998). The EXPERF scale: a cross-national generalized export performance measure. *Journal of international Marketing*, 6(3), 37-58.
- 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.



ÖZGEÇMİŞ

İlkokul, ortaokul ve lise eğitimini Bursa’da tamamladı. 2005-2009 yılları arasında Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme lisans bölümünden mezun oldu. 2010 yılında Burdur İl Jandarma Komutanlığı’nda Kısa Dönem (6 ay) Jandarma Er olarak askerlik görevini tamamladı. 2011 yılında Anadolu Üniversitesi Dış Ticaret ön lisans programını bitirdi. Özel sektörde, Aktaş Holding mali işler departmanında çalıştı. Ardından Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü bünyesindeki Bandırma Tapu Müdürlüğü’nde Uzman unvanıyla sözleşmeli olarak çalıştı ve memuriyet hayatına bu şekilde başladı. 2014-2016 yılları arasında Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası Ticaret ve Finansman Anabilim Dalı Uluslararası Ticaret ve Finansman Tezli Yüksek Lisans Programından mezun oldu. 2020 yılında kaydolduğu Yalova Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Uluslararası Ticaret ve Finansman Anabilim Dalı Uluslararası Ticaret ve Finansman Doktora Programından 2024 yılı sonu itibarıyla mezun oldu. Şu anda 5 adet TR dizin indeksinde, 1 adet Türkçe olarak uluslararası hakemli bir dergide ve 1 adet uluslararası taranan indekste İngilizce olarak yurtdışında yayımlanmış olmak üzere toplam 7 adet akademik makalesi bulunmaktadır.

TEZDEN TÜRETİLEN YAYIN VE ESERLER

TR Dizin İndeksi

Çancı, M., Alabayır, A., & Muzır, E. (2024). Ara Malı İthalatı ve Firma Verimliliği İlişkisi, Mikro Ölçekli Ampirik Bir Analiz. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 20(2), 321-338.

DİĞER YAYIN VE ESERLER

TR Dizin İndeksi

Çancı, M., Alabayır, A., & Muzır, E. (2022). İhracatçı Firmaların Yoğunlaşma Etkisi ile Sanayi Üretim Oranı ve Reel Efektif Döviz Kuru Değişimleri Arasındaki İlişki: 2012-2019 Yılları Arası Türkiye Örneği. Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 23(1), 26-53.

TR Dizin İndeksi

Çancı, M., & Alabayır, A. (2022). İthalat Hacmi ve Tüketici Güven Endeksi Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi: Türkiye Örneği (2004-2021). Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, (36), 83-94.