

T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ VE GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK PROGRAMI (ORTAK)

İHRACAT PERFORMANSI ÖNCÜLLERİ:
GAZİANTEP ÖRNEĞİ

DOKTORA TEZİ

HAZIRLAYAN
AYÇA PEKMEZ BAHÇECİ

Gaziantep – 2022

T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ VE GAZİANTEP ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK ANABİLİM DALI
ULUSLARARASI TİCARET VE LOJİSTİK PROGRAMI (ORTAK)

İHRACAT PERFORMANSI ÖNCÜLLERİ:
GAZİANTEP ÖRNEĞİ

DOKTORA TEZİ

HAZIRLAYAN
AYÇA PEKMEZ BAHÇECİ

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. HANİFİ MURAT MUTLU

Gaziantep – 2022

TEZ ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI

Doktora Tezi olarak sunduğum “**İhracat Performansı Öncülleri: Gaziantep Örneği**” başlıklı çalışmanın tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve onurumla doğrularım. 24/05/2022

Ayça PEKMEZ BAHÇECİ



ÖNSÖZ

İhracata olan bağlılığımın göstergesi olabilecek çalışmanın tasarımımda desteklerini esirgemeyen, rehberlik eden ve bilimsel bakış açısıyla ufkumu açan danışman hocam Prof. Dr. Hanifi Murat MUTLU'ya teşekkürlerimi sunarım. 2. tez danışmanım Doç. Dr. İbrahim Akben'e teşekkürlerimi sunarım.

Başta bu çalışma esnasında kaybettiğim canım babam Sadin Pekmez'i rahmetle anıyorum. Annem Nimet Pekmez ve kıymetli ablalarımın yanımda oldukları için minnettarım. Çalışma sürecinde desteğini hep hissettiğim değerli eşim Erdal Bahçeci'ye teşekkür ederim. Çalışmamı sevgili çocuklarım Yusuf ve Selim'e ithaf ediyorum.

Gaziantep, 2022

Ayça PEKMEZ BAHÇECİ

ÖZET

Gelişmekte olan ülkeler için büyümenin, gelişmiş ülkeler için kalkınmanın anahtarı olan kavramlardan biri olan ihracat; ürün, firma, endüstri ve ülke temelli olarak farklı açılardan incelenebilir. Bu çalışmanın amacı olarak, ihracat performansı ile firma yetenekleri, firmanın ihracat / kaynak taahhüdü, firmanın uluslararası yönetim deneyimi, uluslararası rekabetçi strateji ve ihracat engelleri arasındaki ilişkilere yönelik kavramsal model inşa edildi. Modelde, rekabet yoğunluğu, firma çevikliği, firma büyüklüğü ve uluslararasılaşma dereceleri kontrol değişkeni olarak ele alındı.

Araştırma hipotezleri, Güneydoğu Anadolu İhracatçıları Birliği'ne kayıtlı 204 firmadan toplanan verilerle analiz edildi. Yapılan analizle, firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ve firmanın uluslararası yönetim deneyiminin iç ve dış ihracat engellerini negatif; firmanın ihracat / kaynak taahhüdü ve uluslararası rekabetçi stratejilerin ihracat performansını pozitif etkilediği sonucuna varıldı. Firmanın müşteri belirleme kabiliyeti, pazar bilgisi yeteneği ve uluslararası deneyimi, firmanın iç ve dış ihracat engelleri algısının azalmasına neden olur. Firmanın ürünlerini farklılaştırabilmesi, düşük maliyet avantajı sağlayabilmesi ve kaynaklarını ihracata yönelik kullanabilmesi, firmanın finansal başarı, stratejik konumlanma ve memnuniyetine katkı sağlar.

Anahtar Kelimeler: İhracat Performansı, İhracat Engelleri, İhracat / Kaynak Taahhüdü, Uluslararası Yönetim Deneyimi, Uluslararası Rekabetçi Strateji.

ABSTRACT

Export, which is one of the key concepts of growth for developing countries and development for developed countries; It can be analyzed from different perspectives on the basis of product, company, industry and country. For the purpose of this study, a conceptual model was constructed for the relationships between export performance and firm capabilities, firm's export/resource commitment, firm's international management experience, international competitive strategy and export barriers. In the model, competition intensity, firm agility, firm size and internationalization degrees were considered as control variables.

The research hypotheses were analyzed with data collected from 204 companies registered in the Southeastern Anatolian Exporters' Association. According to the analysis, the knowledge capacity of the firm's capabilities and the firm's international management experience negatively affect the internal and external export barriers; It was concluded that the export / resource commitment of the firm and international competitive strategies positively affect the export performance. The firm's ability to identify customers, market knowledge capability, and international experience causes the firm's perception of internal and external export barriers to decrease. The company's ability to differentiate its products, provide low cost advantage and use its resources for export contributes to the company's financial success, strategic positioning and satisfaction.

Keywords: Export Performance, Export Barriers, Export / Resource Commitment, International Management Experience, International Competitive Strategy.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLO LİSTESİ.....	vi
ŞEKİL LİSTESİ.....	ix
KISALTMALAR LİSTESİ.....	x

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ.....	1
1.1. Problemin Tanımı.....	2
1.1.1. Problem Cümlesi.....	3
1.2. Araştırmanın Amaçları, Araştırma Soruları ve Hipotezleri.....	3
1.3. Çalışma Kapsamı.....	6
1.4. Çalışmanın Önemi.....	6
1.5. Sınırlamalar.....	8
1.6. Temel Terminoloji.....	9
1.7. Çalışmanın Yapısı.....	10

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	11
2.1.İhracat.....	11
2.2.İhracat Performansı.....	12
2.3. İhracat Performansı Öncülleri.....	12
2.3.1. Firma Yetenekleri.....	12
2.3.2. Kaynak Taahhüdü.....	13
2.3.3. Yönetim Tecrübesi.....	14
2.3.4. Uluslararası Rekabetçi Strateji.....	14
2.3.5. Rekabet Yoğunluğu.....	15
2.3.6. Firma Çevikliği.....	15
2.3.7. Firma Büyüklüğü.....	16
2.3.8. Uluslararasılaşma Derecesi	16

2.3.9. İhracat Engelleri	18
2.3. İhracat Performansı Öncüllerini Açıklayan Modeller.....	21
2.4. İhracat Performansı Öncülleri İle İlgili Çalışmalar.....	28

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM.....	95
3.1. Araştırmanın Konusu, Metodu ve Modeli.....	95
3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	99
3.3. Veri Toplama Yöntemi ve Teknikleri.....	100
3.4. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması.....	101
3.4.1. Güvenilirlik Analizi.....	101
3.4.2. Keşfedici Faktör Analizi.....	102

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ANALİZ VE BULGULAR.....	113
4.1. Normallik Testi.....	113
4.2. Demografik Bulgular.....	114
4.3. Korelasyon Analizi.....	115
4.4. Regresyon Analizi.....	120
4.5. Araştırma Hipotezleri Sonuçları.....	125

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇLAR VE ÖNERİLER.....	127
5.1. Sonuçlar ve Öneriler.....	127

KAYNAKÇA.....	134
----------------------	------------

EKLER.....	170
Ek 1. Anket Formu.....	170

TABLÖLAR LİSTESİ

Sayfa No.

Tablo 1. Gaziantep İli 2017 - 2021 Yılı İhracat Yapılan İlk 10 Ülke.....	7
Tablo 2. Gaziantep İli 2017 - 2021 Yılı İhracatındaki İlk 10 Fasıll.....	8
Tablo 3. İhracat Engelleri / Öncülleri.....	20
Tablo 4. Bu Çalışmada Kullanılan Yapılandırılmış Literatür Gözden Geçirme Metodolojisinin Grafik Akış İşlem Diyagramı / İhracat Performansı Öncülleri Alanında Yazılmış Doktora Tezleri	29
Tablo 5. Bu Çalışmada Kullanılan Yapılandırılmış Literatür Gözden Geçirme Metodolojisinin Grafik Akış İşlem Diyagramı / İhracat Performansı Öncülleri Alanında Yazılmış Yüksek Lisans Tezleri	38
Tablo 6. İhracat Performansı Öncüllerinin Ulusal Literatürünü Değerlendirmek İçin Kavramsal Bir Çerçeve.....	65
Tablo 7. İhracat Performansı Öncüllerinin Uluslararası Literatürde Değerlendirmek İçin Kavramsal Bir Çerçeve.....	87
Tablo 8. Ankette Yer Alan Değişkenlerin Ölçekleri ve Kaynakları.....	101
Tablo 9. Güvenilirlik Analizi.....	102
Tablo 10. Firma Yetenekleri Ölçeği KMO ve Barlett Testi	102
Tablo 11. Firma Yetenekleri Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları.....	103
Tablo 12. Firma Yetenekleri Ölçeği Bileşen Matrisi.....	103
Tablo 13. Kaynak Taahhüdü Ölçeği KMO ve Barlett Testi	104
Tablo 14. Kaynak Taahhüdü Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları.....	104
Tablo 15. Kaynak Taahhüdü Ölçeği Bileşen Matrisi.....	104
Tablo 16. Uluslararası Yönetim Deneyimi Ölçeği KMO ve Barlett Testi.....	105

Tablo 17. Uluslararası Yönetim Deneyimi Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları.....	105
Tablo 18. Uluslararası Yönetim Deneyimi Ölçeği Bileşen Matrisi.....	105
Tablo 19. Uluslararası Rekabetçi Strateji Ölçeği KMO ve Barlett Testi.....	106
Tablo 20. Uluslararası Rekabetçi Strateji Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları.....	106
Tablo 21. Uluslararası Rekabetçi Strateji Ölçeği Bileşen Matrisi.....	107
Tablo 22. Rekabet Yoğunluğu Ölçeği KMO ve Barlett Testi.....	107
Tablo 23. Rekabet Yoğunluğu Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları.....	108
Tablo 24. Rekabet Yoğunluğu Ölçeği Bileşen Matrisi.....	108
Tablo 25. Firma Çevikliği Ölçeği KMO ve Barlett Testi.....	108
Tablo 26. Firma Çevikliği Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları.....	109
Tablo 27. Firma Çevikliği Ölçeği Bileşen Matrisi.....	109
Tablo 28. İhracat Engelleri Ölçeği KMO ve Barlett Testi.....	109
Tablo 29. İhracat Engelleri Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları.....	110
Tablo 30. İhracat Engelleri Ölçeği Bileşen Matrisi.....	110
Tablo 31. İhracat Performansı Ölçeği KMO ve Barlett Testi.....	111
Tablo 32. İhracat Performansı Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları.....	111
Tablo 33. İhracat Performansı Ölçeği Bileşen Matrisi.....	112
Tablo 34. Normal Dağılım Testi / Çarpıklık ve Basıklık Değerleri.....	113
Tablo 35. Anketi Cevaplayanların Cinsiyet, Eğitim Durumu ve Firmadaki Görevleri..	114
Tablo 36. Anketi Cevaplayanların Yaş ve Çalışma Süresi ile Firmanın İhracat Yapma Yılı, Çalışan Sayısı ve Kuruluş Yılı.....	115

Tablo 37. Firmaların Sektörel / Faaliyet Dağılımları.....	115
Tablo 38. Korelasyon Analizi.....	119
Tablo 39. İç Engeller Regresyon Analizi.....	121
Tablo 40. Dış Engeller Regresyon Analizi.....	122
Tablo 41. İhracat Performansı Regresyon Analizi.....	123
Tablo 42. Hipotez Testi Sonuçları.....	125



ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa No.
Şekil 1. Aaby ve Slater (1989) Modeli.....	22
Şekil 2. Gemunden (1991) Modeli.....	23
Şekil 3. Çavuşgil ve Zou (1994) Modeli.....	24
Şekil 4. Katsikeas, Piercy ve Ioannidis (1996) Modeli.....	25
Şekil 5. Dhanaraj ve Beamish (2003) Modeli.....	26
Şekil 6: Tesfom ve Lutz (2006) Modeli.....	26
Şekil 7: Sousa-Martinez Lopez ve Coelho (2008) Modeli.....	27
Şekil 8: Lages (2008) Modeli.....	28
Şekil 9. Araştırma Modeli.....	95

KISALTMALAR LİSTESİ

AR-GE	: Araştırma – Geliştirme
AFA	: Açıklayıcı Faktör Analizi
AHP	: Analitik Hiyerarşi Prosesi
AMOS	: Analysis of Moment Structure
ANOVA	: Tek Yönlü Varyans Analizi
B2B	: Business to Business
B2C	: Business to Consumer
BİST	: Borsa İstanbul
BİT	: Bilgi ve İletişim Teknolojileri Gelişim Endeksi
BRIC	: Brezilya, Rusya Federasyonu, Hindistan ve Çin Halk Cumhuriyeti Oluşturduğu Ülke Grubu
CATI	: Bilgisayar Destekli Telefon Anketi
CEO	: En Üst Dereceli Yönetici
DB – 17	: Tekstil Ürünleri İmalatı ana sektörü
DEF	: Dünya Ekonomik formu
DFA	: Doğrulayıcı Faktör Analizi
DOI	: Uluslararasılaşma Derecesi
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
DYY	: Doğrudan Yabancı Yatırımlar
EKK	: En Küçük Kareler Tahmin Yöntemi
EOTS	: Endüstriyel Organizasyon Temelli Strateji

FATA	: Yabancı Varlıkların Toplamının Toplam Varlıklara Oranı
FB	: Firma Büyüklüğü
FC	: Firma Çevikliği
FİP	: Finansal İhracat Performansı
FSTS	: Yabancı Satışların Toplam Satışlara Oranı
FYBK	: Firma Yeteneklerinden Bilgi Kapasitesi
FYMIY	: Firma Yeteneklerinden Müşteri İlişkileri Yeteneği
FYUGY	: Firma Yeteneklerinden Ürün Geliştirme Yeteneği
Gİ	: Geleneksel İşletmeler
GSYİH	: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
IMPCAP	: İthal Sermaye (Makine-Teçhizat) Miktarı
İBB	: İstatistiki Bölge Birimleri
İDE	: İhracat Engelleri / Dış Engeller
İİE	: İhracat Engelleri / İç Engeller
İMKB	: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
İMMİB	: İstanbul Mâden ve Metaller İhracatçı Birlikleri ĞSO : Ğstanbul Sanayi Odası
İP	: İhracat Performansı
İPM	: İhracat Performansından Memnuniyet
İSO	: İstanbul Sanayi Odası
KDİ	: Küresel Doğan İşletmeleri
KFA	: Keşfedici Faktör Analizi

KGM	: Küresel Girişimcilik Monitörü
KMO	: Kaiser-Meyer-Olkin Testi
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KT	: Kaynak Taahhüdü
KTS	: Kaynak Temelli Strateji
NACE	: Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistikî Sınıflaması
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development
OSB	: Organize Sanayi Bölgesi
OSTS	: Yabancı Şubelerin Sayısının Toplam Şube Sayısına Oranı
PDIO	: İhracat Yapılan Ülke Sayısının Pazardaki Toplam Ülke Sayısına Oranı
PLS	: Kısmi En Küçük Kareler
POLS	: Havuzlanmış En Küçük Kareler
PPML	: Poisson Pseudo Maximum Tahmin Yöntemi
RSF	: Uluslararası Rekabetçi Stratejilerinden Farklılaştırma Stratejisi
RSM	: Uluslararası Rekabetçi Stratejilerinden Maliyet Liderliği Stratejisi
RY	: Rekabet Yoğunluğu
SEM	: Yapısal Eşitlik Modellemesi
SİP	: Stratejik İhracat Performansı
TCMB	: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TİM	: Türkiye İhracatçılar Meclisi

TMIE	: Tepe Yönetimin Uluslararası Tecrübesinin Bütün Yöneticilerin Toplam Tecrübesine Oranı
TRA1	: Kuzeydoğu Anadolu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UD	: Uluslararasılaşma Derecesi
VAR	: Vektör Otoregresif
WGI	: Dünya Yönetişim Göstergeleri
YD	: Uluslararası Yönetim Deneyimi

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

Uluslararası ticaret, her ne kadar bir takım risk unsurlarını barındırsa da hedef pazarın doğru seçimi, firma kaynaklarının doğru alanlara yönlendirilmesi, dış ticareti kolaylaştırıcı ve / veya zorlaştırıcı unsurların tespiti ve marka geliştirme çabalarına yeterince önem verilmesi olası bu risk ve tehditleri engellemeyi sağlayacak mekanizmalardır. Özellikle; uluslararası ticarete konu olan taraflar arasında, güven temelli ilişkiler geliştirilmesi ticaret potansiyelinin gelişimine ciddi katkılar sağlamaktadır. Dolayısıyla, firmaların ihracat performanslarının gelişimine etki eden faktörlerin belirlenmesi hem mikro hem de makro açıdan önem taşımaktadır.

Uluslararası ticarete firmanın ihracat performansını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Aaby ve Slater (1989) firma özellikleri, strateji, kabiliyetler ve çevre; Gemunden (1991) yerel pazar, karar vericiler, faaliyetler, firma nitelikleri ve ihracat pazar özellikleri; Çavuşgil ve Zou (1994) firma, ürün, endüstri ve ihracat pazar özellikleri; Katsikeas-Piercy ve Ioannidis (1996) objektif firma karakteristikleri, ihracatla ilgili algısal değişkenler ve ihracata bağlılık; Dhanaraj ve Beamish (2003) firma boyutu, teknolojik yoğunluk, girişimcilik ve uluslararasılaşma derecesi; Tesfom ve Lutz (2006) firma, ürün, endüstri, ihracat pazar özellikleri ve makro çevre faktörleri, Sousa-Martinez Lopez ve Coelho (2008) yerel pazar, yabancı pazar, ihracat pazarlama stratejisi, firma özellikleri ve yönetici özellikleri; Lages (2008) bir önceki yıla ait ihracat performansı, yönetim güçleri, ihracat pazar güçleri ve pazarlama karmaşıklıklarını kavramlarını dikkate alarak ihracat performansını değerlendiren çalışmalar ortaya koymuşlardır. Ürün özellikleri, yönetici özellikleri, firma özellikleri, endüstri özellikleri, pazar özellikleri, uluslararasılaşma derecesi ve ihracat pazarlama stratejisi vb. faktörler de alanda farklı yazarlar tarafından incelenmiştir. Bu faktörler farklı sektörlerde, farklı pazar koşullarında, farklı ülkelerde ve iş kültürlerinde değerlendirilmesi alana ciddi katkılar sağlayacaktır.

İhracat rakamlarındaki anlamlı artışlar, ürün, firma, endüstri, pazar ve ülke ekonomisi hatta dünya ekonomisini etkileyen bir domino etkisi yaratabilmektedir. Pozitif yönlü ivmelenmenin ülkenin makro ekonomik performansları açısından büyük öneme sahip olacağı öngörülmektedir. Bu nedenle farklı ihracat olgunlaşma düzeyine sahip firmaların ihracat performans öncüllerinin belirlenmesi hem makro karar alıcılar için hem

de bölgesel, sektörel ya da firma bazlı karar alıcıların doğru rekabetçi politikalar geliştirmelerine katkı sağlayacaktır.

1.1. Problemin Tanımı

Uluslararası ticareti oluşturan nedenlerden birinin, zengin doğu ülkelerindeki malların Baharat ve İpek Yolu üzerinden batı pazarlarına ulaştırılması yoluyla ekonomik refah ve zenginliğe ulaşılma arzusu olduğu düşünülmektedir (Gürsoy, 2016: 3).

Ertem (2015), günümüzde dış ticaretin yapılma nedenleri olarak şu noktaları vurgulamaktadır;

- Doğal beşerî kaynak yetersizliği,
- Uluslararası fiyat farklılığı,
- Gelişen piyasaların ölçek ekonomilerine yol açması,
- Daha rekabetçi bir dünyanın, şirket performansında da gelişmeye yol açması,
- Dış ticaret firmaların riskleri farklı pazarlara dağıtmasını sağlar,
- Ticari anlaşmaların ve ekonomik birleşmelerin dış ticareti teşvik etmesi,
- Talepteki mevsimlik dalgalanmaların önemsizleşmesi,
- Ülkelerarası mal farklılaştırması,
- Devletten yardım alma vb. olarak sıralanabilir.

Makro açıdan, gelişmekte olan ülkelerde ihracatın ithalatı karşılaması, gelişmiş ülkelerde ise kalkınmanın sürdürülebilir olması için ihracatın artırılması; mikro açıdan da ürün ve firma bazında farklılık yaratarak ihracat performansının geliştirilmesi son derece önemlidir. Firma bazında ihracat performansı öncüllerinin belirlenmesi, görece etkilerinin açığa çıkarılması ve farklı endüstri ve sektörler çerçevesinde ele alınması sayesinde firmalar için ihracat dinamikleri ortaya konabilecektir. Bu sayede ülkelerin makro ihracat performanslarını yönetebilecek teknik ve politik mekanizmaların da belirlenmesi mümkün olabilecektir. Bu çalışmanın ana problemi firmaların ihracat performanslarını etkileyen içsel ve dışsal faktörlerin belirlenmesi ve görece etkilerinin açığa çıkarılmasıdır. İhracat performans öncüllerinin belirlenmesi ve sektörlerle etkileri nedeniyle ihracata yön verilmesi temel problemi oluşturmaktadır. Kaynak taahhüdü, yönetim deneyimi, firma yetenekleri, uluslararası rekabetçi strateji, firma büyüklüğü, firma çevikliği, rekabet yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesi ve ihracat engelleri ile

ihracat performansı arasındaki etkilerinin neler olduğunu belirlemek önem arz etmektedir.

İhracat performansının değerlendirilmesi ile ilgili yoğun bir çalışma alanı olmasına rağmen ihracat performansının olgunlaşması adımlarında farklı yolların izlenmesi ve ihracat performans öncüllerinin il ve / veya sektör bazında inceleyen yeterli araştırma bulunmamaktadır. Bu nedenle, bu çalışmada Gaziantep ilinde faaliyet gösteren firmaların ihracat performansı öncülleri araştırılmıştır.

1.1.1. Problem Cümlesi

Bu çalışmada “Firmaların ihracata ayırdıkları kaynak miktarının, ihracat yönetim deneyimi düzeylerinin, büyüklüklerinin, uluslararasılaşma derecelerinin, hedef pazara yönelik piyasa bilgilerinin, markalaşma düzeylerinin ve ihracat engel algılarının ihracat performansını nasıl etkilediği ve bu araştırma değişkenlerinin görece etki düzeylerinin ne olduğu ” araştırmanın temel problem cümlesi olarak belirlenmiştir.

1.2. Araştırmanın Amaçları, Araştırma Soruları ve Hipotezleri

Firmaların uluslararası piyasalarda rakiplerinin hareketlerine karşı doğru konumlanmayı yaparak yer edinebilmeleri için ihracat performansı süreci önem arz etmektedir. İhracat performansı öncülleri güvenilir bir pusula olarak firmaların ihracat ile ilgili kararlarında karşılaşılan güçlükleri çözmede yardımcı olmaktadır.

Araştırmanın amacı, ihracat performansı öncüllerinin birbirleriyle ilişkilerini ve bu ilişkilerin ihracat performansına olan etkisini belirlemektir. Araştırma ihracat performansı öncülleri ve aralarındaki ilişkiyi ortaya koyarak, ihracat performansını etkileyen firmalara, sektörlere ve araştırmacılara örnek teşkil etmesi planlanmaktadır.

Bir firmanın ihracat performansı öncüllerinin olgunlaşması sürecini araştırmak için aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Firma yetenekleri (müşteri ilişkileri yeteneği, bilgi kapasitesi, ürün geliştirme yeteneği), firmanın ihracat /kaynak taahhüdü, uluslararası yönetim deneyimi, uluslararası rekabetçi stratejiler (farklılaştırma, maliyet liderliği) ile firmanın karşı karşıya kaldığı iç ihracat engelleri arasındaki ilişkinin yönü ve durumu nedir?

2. Firma yetenekleri (müşteri ilişkileri yeteneği, bilgi kapasitesi, ürün geliştirme yeteneği), firmanın ihracat /kaynak taahhüdü, uluslararası yönetim deneyimi, uluslararası rekabetçi stratejiler (farklılaştırma, maliyet liderliği) ile firmanın karşı karşıya kaldığı dış ihracat engelleri arasındaki ilişkinin yönü ve durumu nedir?
3. İhracat engelleri (İç – dış) ile ihracat performansı arasındaki ilişkinin yönü ve durumu nedir?
4. Firma yetenekleri (müşteri ilişkileri yeteneği, bilgi kapasitesi, ürün geliştirme yeteneği), firmanın ihracat /kaynak taahhüdü, uluslararası yönetim deneyimi, uluslararası rekabetçi stratejiler (farklılaştırma, maliyet liderliği) ile ihracat performansı arasındaki ilişkinin yönü ve durumu nedir?

Aşağıdaki hipotezlerin test edilmesi ile yoluyla bu sorulara yanıt aranmaya çalışılmaktadır.

H1: Firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H2: Firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H3: Firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H4: Firmanın ihracat / kaynak taahhüdü ile iç ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.

H5: Firmanın uluslararası yönetim deneyimi ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H6: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ile iç ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.

H7: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ile iç ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.

H8: Firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği ile dış ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H9: Firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ile dış ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H10: Firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ile dış ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H11: Firmanın ihracat /kaynak taahhüdü ile dış ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.

H12: Firmanın uluslararası yönetim deneyimi ile dış ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H13: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ile dış ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.

H14: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ile dış ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.

H15: İç ihracat engelleri ile ihracat performansı arasında negatif ilişki vardır.

H16: Dış ihracat engelleri ile ihracat performansı arasında negatif ilişki vardır.

H17: Firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H18: Firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H19: Firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H20: Firmanın ihracat /kaynak taahhüdü ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H21: Firmanın uluslararası yönetim deneyimi ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H22: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H23: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.

1.3. Çalışma Kapsamı

Bu çalışmada firmanın ihracat performansı ve ihracat performansı öncüllerinin belirlenme süreci araştırılmıştır. Araştırma örneklemini Güneydoğu Anadolu İhracatçılar Birliği'ne kayıtlı Gaziantep ilinde faaliyette bulunan ihracatçı firmalar olarak belirlenmiştir.

1.4. Çalışmanın Önemi

Bir ülke ekonomisini etkileyen en önemli unsurlardan biri ihracattaki gelişimdir. İhracat oranlarının artması, ihracatın ithalatı karşılaması ülke ekonomisini ileri seviyelere taşımaktadır. Firma açısından da ihracat performansının en iyi düzeylere çıkmasını sağlayacak olan olgunlaşma süreci önem arz etmektedir. Bu olgunlaşma sürecinde performans öncüllerinin belirlenerek hareket edilmesi firmaya, sektöre, bölgeye ve ülkeye katkıları büyük olmaktadır. Yani, ihracat performansının ele alınması hem mikro hem de makro açıdan büyük bir öneme sahiptir.

Türkiye'nin 2021 yılı ihracatı 225.367.676.000 \$ olup bir önceki yıla göre %32,9 artmıştır. Sektörel ayrımlara bakıldığında %75,8'i sanayi ürünlerinden oluşmaktadır. Türkiye ihracatında Almanya, Birleşik Krallık, ABD, İtalya ve İspanya ilk beş ülke içerisinde yer almaktadır. İhracat performansı açısından incelendiğinde Gaziantep ilinin 5. sırada olduğu görülmektedir. İstanbul, Kocaeli, Bursa, İzmir ve Gaziantep illeri ihracat performansında ilk 5 il arasında yer almaktadır (<https://tim.org.tr>). Dış ticaret hacmi 17.733.408.000 USD, Dış ticaret dengesi 2.938.710.000 USD, %139,72 ihracatın ithalatı karşılama oranıdır (<https://www.gto.org.tr>).

Gaziantep ilinin 2021 yılı ihracatı 10.090.210.000 \$ olup ihracatta payı 4,48'dir. 2021 yılı ihracat artışı %27 oranındadır. Gaziantep ilinin ihracat hacminin son on yılda yaklaşık üç kat artmıştır. Gaziantep ili net döviz girdisi avantajıyla dış ticaret fazlası vermiştir. Tablo 1'de Gaziantep ili son beş yılda ihracat yapılan ilk 10 ülke verilmiştir. Gaziantep ili ihracatında Irak, ABD, Birleşik Krallık, Suriye ve İran'ın ilk beş ülke içerisinde yer almaktadır. İhracat yapılan ülkeler sıralamasında Irak ve ABD'nin yeri değişmemiştir.

Tablo 1. Gaziantep İli 2017 - 2021 Yılı İhracat Yapılan İlk 10 Ülke

Yıllar	2017		2018		2019		2020		2021	
Sıra	Ülkeler	Payı%	Ülkeler	Payı%	Ülkeler	Payı%	Ülkeler	Payı%	Ülkeler	Payı%
1	Irak	24,82	Irak	20,79	Irak	18,83	Irak	16,99	Irak	15,95
2	ABD	8,48	ABD	9,19	ABD	10,49	ABD	13,99	ABD	13,25
3	Suriye	5,93	Suriye	6,47	Suriye	5,14	Birleşik Krallık	4,90	Birleşik Krallık	4,85
4	Suudi Arabistan	4,79	Suudi Arabistan	4,08	Suudi Arabistan	4,70	Suriye	3,78	Suriye	4,32
5	İran	3,96	İtalya	3,90	Birleşik Krallık	4,31	Suudi Arabistan	3,34	İran	3,50
6	İtalya	3,21	Birleşik Krallık	3,83	İtalya	3,12	Almanya	3,09	İtalya	3,31
7	Birleşik Krallık	3,02	İran	3,62	Libya	3,00	İtalya	2,96	Almanya	3,17
8	Almanya	2,67	Almanya	2,68	İran	2,89	İran	2,54	İsrail	2,47
9	Belçika	2,27	Belçika	2,14	Almanya	2,53	İsrail	2,41	Belçika	2,30
10	İsrail	2,14	Libya	2,14	İsrail	2,35	Cibuti	2,03	Libya	2,16

Kaynak: <https://tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari>

Tablo 2’de Gaziantep ili son beş yılın ihracatındaki ilk 10 fasıl, 2021 yılı sıralamasına göre düzenlenmiştir. Gaziantep ili ihracatındaki üç fasıl şunlardır: 57. Fasıl: Halılar ve diğer dokumaya elverişli maddeden yer kaplamaları %22,53, 39. Fasıl: Plastik ve plastikten mamul eşya %8,54, 19. Fasıl: Esasını hububat, un, nişasta, süt teşkil eden müstahzarlar %8,52. Gaziantep ilinin son beş yıllık ihracatına bakıldığında ilk 10 fasılda yer alan tekstil sektörünün payı %35’dir (GAİB, 2022: 1-10). Gaziantep ili makine halıları sektöründe, Türkiye makine halıları sektörü istihdamının %87,5’ini gerçekleştirmekte olup ülkenin kayıtlı üretim kapasitesinin %88’ine sahiptir (GAİB, 2022: 67). Gıda sektörünün payı ise %18’dir (GAİB, 2022: 2). Gaziantep ili için halı, tekstil ve gıda sektörleri ihracatta önde gelen sektörlerdir.

Güneydoğu Anadolu Bölgesi’ndeki iller içerisinde sosyo-ekonomik gelişmişlik oranı en yüksek il olarak Gaziantep ili yer almaktadır. Gaziantep ili sanayi ve yatırım geleneği açısından bölgenin can damarı durumundadır (Arslan ve Ay, 2007: 417). Gaziantep ilinde bulunan firmaların çalışmaya katkılarıyla çalışmanın sektörlere doğrudan ve dolaylı katkılar sağlaması beklenmektedir.

Tablo 2. Gaziantep İli 2017 - 2021 Yılı İhracatındaki İlk 10 Fasil

Gaziantep İli İhracatındaki Fasil										
Fasil	2017		2018		2019		2020		2021	
	(x1000 USD)	Payı %	(x1000 USD)	Payı %	(x1000 USD)	Payı %	(x1000 USD)	Payı %	(x1000 USD)	Payı %
57	1.478.510	22,46	1.549.187	22,32	1.723.325	23,04	1.850.327	23,34	2.273.822	22,53
39	532.723	8,09	595.250	8,58	608.140	8,13	648.502	8,18	861.568	8,54
19	510.672	7,76	608.089	8,76	685.930	9,17	810.800	10,23	860.186	8,52
15	352.665	5,36	291.668	4,20	312.331	4,18	438.943	5,54	630.076	6,24
54	388.941	5,91	438.175	6,31	462.937	6,19	403.366	5,09	623.268	6,18
56	248.940	3,78	347.705	5,01	363.184	4,86	417.579	5,27	476.382	4,72
84	170.038	2,58	212.672	3,06	273.298	3,65	304.467	3,84	461.861	4,58
11	172.020	2,61	170.173	2,45	212.848	2,85	209.881	2,65	328.611	3,26
96	321.453	4,88	327.456	4,72	341.251	4,56	322.936	4,07	319.564	3,17
52	264.591	4,02	278.302	4,01	250.703	3,35	198.310	2,50	277.268	2,75
Toplam	4.440.554	67,46	4.818.677	69,42	5.233.948	69,98	5.605.111	70,71	7.112.607	70,49
Diğer Fasıllar	2.141.769	32,54	2.122.673	30,58	2.245.294	30,02	2.321.671	29,29	2.977.604	29,51
Fasıllar Listesi Toplamı	6.582.323	100,00	6.941.350	100,00	7.479.242	100,00	7.926.783	100,00	10.090.210	100,00
2021 yılı sıralamasına göre düzenlenmiştir. Fasil adları; Fasil 57: Halılar ve diğer dokumaya elverişli maddeden yer kaplamaları, Fasil 39: Plastik ve plastikten mamul eşya, Fasil 19: Esasını hububat, un, nişasta, süt teşkil eden müstahzarlar, Fasil 15: Hayvansal ve bitkisel yağlar ve bunların müstahzarları, Fasil 54: Dokumaya elverişli suni ve sentetik lifler, Fasil 56: Votka, keçe, dokunmamış mensucat, özel iplik, sicim ve mamulleri, Fasil 84: Nükleer reaktörler, kazan: makina ve cihazlar, aletler, parçaları, Fasil 11: Değirmencilik ürünleri, malt, nişasta, inülin, buğday glütenu, Fasil 96: Çeşitli mamul eşya (kalemler, fırçalar vb.), Fasil 52: Pamuk, pamuk ipliği ve pamuklu mensucat.										

Kaynak: GAİB, 2022: 5**1.5. Sınırlamalar**

Ülke ve bölgesel açıdan büyük bir öneme sahip olan Gaziantep ili sınırları içerisinde yerleşik bulunan Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri'ne üye firmalar üzerinde yürütülen bu çalışma, sektörel ayrım gözetilmeksizin markalaşma sürecindeki / markalaşmış olan ya da olmayan tüm firmaların ihracat performansı ve öncülleri ele alınmaktadır. Araştırmanın sınırlılıkları; Gaziantep ilinin belirlenmesi, ankete katılan firmaların seçilmesi ve araştırmanın kendi değişkenleriyle değerlendirilmesidir.

1.6. Temel Terminoloji

Aşağıda verilen terimler ikinci bölümde ayrıntılı bir şekilde tartışılmıştır. Burada verilen tanım araştırmanın amacına uygun olan tanımdır.

İhracat; “Bir malın, yürürlükteki ihracat mevzuatı ile gümrük mevzuatına uygun şekilde Türkiye Gümrük Bölgesi dışına veya serbest bölgelere çıkarılmasını veyahut Müsteşarlıkça ihracat olarak kabul edilecek sair çıkış ve işlemler” olarak İhracat Yönetmeliği’nde tarif edilmektedir.

İthalat; ülke içinden farklı nedenlerle temin edilemeyen malların veya hizmetlerin diğer ülkelerden satın alınmasıdır (Kaya, 2015: 7).

Marka; “Bir ürüne, firmaya, hizmete kimliğini veren ve onu diğerlerinden ayıran işaret, kelime, simge veya cümle” olarak ifade edilmektedir (Ambrose ve Harris, 2010: 159).

Mal farklılaştırılması; Markaların mevcut müşterileri ile çalışmalarını sürdürebilmeleri, yeni müşteriler kazanabilmeleri ve küresel piyasada kalabilmeleri için ürün farklılaştırması yapmalarıdır.

Hedef pazar seçiminde; Tüketici istekleri perspektifinde / yaklaşımında insanın varlığını sürdürebilmesi ve daha sonrada toplumun kendisinden beklediği fonksiyonları yerine getirebilmesi için en şiddetlisinden başlayarak ihtiyaçlarını karşılamak durumundadır. İşte hedef pazar seçiminde bu zorunluluk dikkate alınmak suretiyle işletmelere pazarlama planlaması yapmaktadır (Şimşek, 2010: 28).

Firma yetenekleri; Firmanın performansı açısından hali hazırdaki kaynakları geliştirmesini ve dönüştürmesini sağlayan bir bilgi ve becerilerinin bütünüdür (Day, 1994: 37-52).

Kaynak taahhüdü; En iyiyi yapmak için elde bulunan değerli kaynakların nasıl tahsis edildiği veya hangi hedeflere odaklandığı ile ilgilidir (Tushman ve Nadler, 1986: 74-92).

Uluslararası yönetim deneyimi; Firma yöneticilerinin yurt dışında yaşama, çalışma gibi yurt dışı deneyimlerine sahip olma ve firmanın hedeflerine ulaşmasını sağlayabilecek bilgi birikimidir (Çavuşgil, Zou ve Naidu, 1993: 479-506).

Uluslararası rekabetçi strateji; Firmanın hedef pazar, farklılaşma veya maliyet liderliği izleme kararına dayanmaktadır (Hill, 1988: 401-412).

İhracat engelleri; Firmaların yoğun rekabet koşulları, ihracat bilgisi eksikliği, ihracat ödeme prosedürlerinin yetersiz anlaşılması / anlaşılammaması, dış pazarlara girmenin önündeki engeller vb. nedenlerle karşılaşılan zorluklardır (Alexandrides, 1971: 12-15).

Uluslararasılaşma derecesi; Firmaların kademeli olarak dış piyasalara giriş süreçlerini artırması uluslararasılaşma kavramını (Johanson ve Vahlne, 1977: 23), bunu ölçen endeks ise uluslararasılaşma derecesini vermektedir. Sullivan (1994) DOI_{INTS} ölçeğini kullanarak uluslararasılaşma derecesini ölçmeyi amaçlamaktadır (Akben, 2015: 506-507).

İhracat performansı; İhracat performansı kavramı genel olarak ihracatta yeterlilik, etkinlik ve sürekli ihracatla alakadar olma anlamlarında kullanılmaktadır (Aaby ve Slater, 1989; Madsen, 1989; Shoham, 1998; Danışman ve Sökmen, 2007; Mutlu ve Nakipoğlu, 2011: 247).

1.7. Çalışmanın Yapısı

Bu araştırma beş bölümden oluşmaktadır. Bu bölümde araştırmanın konusu, faydaları ve yöntem ile ilgili özet bilgi sunulmuştur. Bundan sonraki iki bölümde, teorik ve ampirik araştırma sunularak hipotezler açıklanmıştır. Araştırmanın sınırlamaları verilmiştir. Daha sonraki bölümlerde verilerden elde edilen sonuçlara göre hipotezler test edilmiştir. Araştırmanın bulguları analiz edilmiştir. Sonuç kısmında araştırma sonuçlarına dayanılarak öneriler sunulmuştur.

İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. İHRACAT

İnsanlığın gelişiminden beri ticarete ihtiyaç duyulmuştur. Kaynak eksikliği, uluslararası fiyat ve ürün farkı, ülkelerin gelişimi ve kalkınması gibi sebeplerle uluslararası ticaret yapılmıştır. Uluslararası ticaret sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda insanların ve toplumların değişimini beraberinde getirmiştir. Bu kadar öneme sahip olan bu kavram ihracat ve ithalat olarak iki yönde olmaktadır. İhracatın ithalata karşı daha yoğun olarak tercih edilebildiği ülkelerde gelişim hızlanmaktadır.

Dış ticaret yapan açık ülke ekonomisinde mal veya hizmetlerin bir bölümü ülke içerisinde tüketilirken, diğer bölümü gümrük sınırlarından dışarıya başka ülkelere mal / hizmet karşılığı veya para olarak satılmaktadır (Ertem, 2015: 8). İhracat; bir malın mevzuata uygun olarak Türkiye Gümrük Bölgesi'nden dışarı veya serbest bölgeye gönderilmesini ifade eder (Kaya, 2015: 6).

İhracat, malları veya hizmetleri bir bedel karşılığında üreterek farklı bir ülkedeki nihai kullanıcılarına satılması olarak tanımlanabilir (Çelik ve Ekinci, 2014: 1). İhracat; bir ürünün tasarımından üretimine, üretiminden ambalajlanmasına, taşıma biriminden reklam-tanıtımına, nihai ihracat ürünü haline gelmesinden satışına kadar belirli bir yer ve zamanda teslimine kadar geçen sürecin tümünü kapsamaktadır (Gökalp, 2000: 52). Bir firmanın dış pazarlara girmesiyle ihracat gerçekleştirilmesi uluslararasılaşma kavramının da temelini oluşturmaktadır (Altıntaş ve Özdemir, 2006: 184).

Ülke sınırları içerisinde kısmen veya tamamen üretimi gerçekleştirilen malların bir bedel karşılığında gümrük kapılarından fiili çıkışı yapılarak yurt dışına gönderilmesi ihracat olarak ifade edilmektedir. Yani bu bakımdan ihracatta, milli ekonomiden mal çıkışı, milli ekonomiye ise yerel para ya da döviz cinsinden nakit girişi olması söz konusudur. Özellikle gelişmekte olan ülkeler için ülke ekonomisine döviz girdisi olması büyük bir öneme sahiptir (Demir, 2004: 23). Ayrıca gelişmiş ülkelerde de kalkınmanın sürdürülebilir olmasında ivme kazandırmaktadır.

2.2. İHRACAT PERFORMANSI

İhracat performansı, firmaların çok önem vermelerine rağmen tanımlanması ve ölçülmesi karmaşık olan bir kavramdır. Yani ihracat performansının doğru bir şekilde ölçülmesi firma için stratejik öneme sahiptir. İhracat performans ve belirleyicileriyle ilgili bilgiler dağınık ve karmaşık durumdadır (Diamantopoulos, 1999: 444-457). Bu sebeple birçok ihracat performansı tanımlama ve belirleyicilerini ortaya koyma çalışmaları yapılmaktadır. Leonidou, Katsikeas ve Samiee (2002), ihracat performansının tanımını, bir firmanın ihracat faaliyetlerinin davranışsal, ekonomik ve diğer açılardan ortaya konan sonuçları şeklinde belirtmektedir. Diamantopoulos ve Kakkos (2007) ihracat performansının tanımını, firmaya ve çevresel koşullar dikkate alındığında firmanın ihracat hareketlerinin sonuçları olarak yapmaktadırlar.

Çavuşgil ve Zou (1994) çalışmalarında ihracat performansı firmaların stratejik ve ekonomik amaçlarına, dış pazarlara yönelik ürünün pazarlama stratejilerinin etkin hale getirilmesinden sonra ne ölçüde ulaşılabildiğinin bir göstergesi olarak ifade etmiştir. Dhanaraj ve Beamish (2003) ise ihracat performansını firmaların dış pazarlara uyguladıkları pazarlamaya yönelik kararlarının sonucunda ortaya çıkan firma yöneticilerinin memnuniyet derecesi, firma kârı ve dış pazar payı olarak belirtmektedir.

2.3. İHRACAT PERFORMANSI ÖNCÜLLERİ

İhracat performansı öncülleri; firma yetenekleri, firmanın ihracat / kaynak taahhüdü, firmanın uluslararası yönetim deneyimi, uluslararası rekabetçi strateji, rekabet yoğunluğu, firma çevikliği, firma büyüklüğü, ihracat engelleri ve uluslararasılaşma derecesi dikkate alınarak incelenmektedir.

2.3.1. Firma Yetenekleri

Temel firma yetenekleri, üreticinin ihracat pazarlaması şartlarında hedef pazarı ve ilgili kurumsal faktörleri anlama, ürün geliştirme sürecini bilgilendirmek, zenginleştirmek veya dönüştürmek için geliştirilen bilgiyi etkin bir şekilde transfer etme becerisini ifade etmektedir (Zahra, Ireland ve Hitt, 2000: 925-950).

Firma yetenekleri, bir firmanın rakiplerine göre daha çok başarılı olmasını sağlayan kısmen gizil bir değişkendir. Firma yeteneğinin temel amacı, kaynak

verimliliğinin sağlanarak firmanın hedef ve amaçlarına ulaşmasıdır (Amit ve Schoemaker, 1993: 33-47).

2.3.2. Kaynak Taahhüdü

İhracat faaliyeti firmalara, daha fazla esneklik, daha düşük kaynak taahhüdü sağladığı ve maruz kalınan riski sınırladığı için, gelişmekte olan ülkelerden dış pazara açılmak isteyen firmalar için daha uygun bir giriş şekli olduğu belirtilmektedir (Deng, Menguc ve Benson, 2003: 409-429).

Kaynak taahhüdü, firmanın (departman vb.) bazı pazar bölümleri için değeri olan bir pazar teklifini verimli veya etkin bir şekilde karşılayabilmesi için kullanabileceği maddi ve maddi olmayan varlıklar olarak ifade edilmektedir (Hunt, 2000: 85). Cooper ve Kleinschmidt (1987) ayrıca, yeterli kaynak taahhüdünün inovasyon başarısı için kritik bir faktör olduğunu yaklaşık kırk yıl önce vurgulamıştır.

İhracat açısından yüksek risk alabilen firmalar, riskli ihracat projelerine yatırım yapma eğiliminde olduklarından genellikle yeni ihracat pazarlarına büyük kaynak taahhütleri yapmaktadırlar (Kuivalainen, Sundqvist ve Servais, 2007: 253-267).

Pazar bilgisinin, firmanın uluslararası faaliyetlerini koordine etme yeteneğini ve aynı zamanda firmanın bu faaliyetlere kaynak taahhüdü verme istekliliğini artırdığını varsaymaktadır (Hadjikhani, 1997: 43-66).

Katsikeas, Samiee ve Theodosiou (2006), bir firmanın ihracat-pazarlama karması stratejisinin adaptasyon / uyarılama düzeyinin, ihracat taahhüdü ve ihracat süresi öncelikli olmak üzere firmanın birçok özelliğine bağlı olduğuna dikkat çekmektedir. Kaynak taahhüdü sayesinde birçok firmanın karşılaştıkları belirsizlikler azalmakta ve ihracat-pazarlama karması stratejileri daha etkin bir şekilde uygulanmaktadır (Christensen, Rocha ve Gertner, 1987: 61-77).

Kaynak taahhüdü, hem ihracat satışlarını hem de yöneticilerin ihracat memnuniyetini artırmak için hayati bir motivasyon sağlayarak kaynak tahsisinin verimliliğini ve etkinliğini iyileştirmektedir (Navarro, Losada, Ruzo, ve Díez, 2010b: 49-58) Kaynak taahhüdü, dış pazarlarda rekabet avantajı yaratmada bir iç kaynak avantajı olarak kaynak bağımlılığı teorisi ile uyumlu hale getirilebilir (Sraha, 2016: 53-54)

2.3.3. Yönetim Tecrübesi

Çavuşgil ve Zou (1994), spesifik olarak ihracat pazarlama stratejisi bağlamında pazarlama stratejisi uyarlama kararlarının, bir firmanın uluslararası deneyimi ve uluslararası iş katılımının kapsamı gibi yönetim güçlerinden etkilendiğini iddia etmektedir.

Yönetimin uluslararası deneyimi, firma yöneticilerinin yurtdışı deneyimine sahip olması, yurtdışında yaşamış, çalışmış olması ve firmanın ihracat amaç ve hedeflerine ulaşmasını destekleyen beceri ve yeteneklerin derecesiyle alakalı olmaktadır (Das, 1994: 19-33). Bir firma uluslararası deneyime sahip olduğunda, yöneticiler her bir ihracat pazarının belirli olasılıklarını daha iyi öğrenmekte ve farklı pazarlara pazarlama uyarlamasının karmaşık konularını uygulamak daha kolay olmaktadır (Sinkula, 1994: 35-45).

Madsen (1989), uluslararası deneyimin, piyasa mekanizmalarının ve kişisel ilişkiler ağıının daha iyi anlaşılmasına yol açtığını, bunun da pazarlama kararları ve nihayetinde yüksek performans ile sonuçlandığını ileri sürmektedir. Firmaların aktif pazar deneyimi kazandıkça, bu pazarların belirli olasılıklarını daha net anlayabileceklerini, tanıyabileceklerini ve stratejilerini ilgili pazarlara uyacak şekilde değiştirebileceklerini göstermektedir (Lages, 2008: 308-310).

2.3.4. Uluslararası Rekabetçi Strateji

Porter (1980) literatür açısından çok önemli bir konumda olan çalışmasında, firmaların verimli ölçekli tesislerin agresif inşasını vurgulayarak, deneyim ve genel gider kontrollerinden maliyet düşürmeyi başararak ve Ar-Ge, reklam ve satış gücünde maliyetleri en aza indirerek düşük maliyetli pozisyonlar izleyebileceklerini belirtmektedir.

Uluslararası rekabetçi strateji farklılaştırma ve maliyet liderliği stratejisi kavramlarıyla incelenmektedir.

Farklılaştırma stratejisi, firmaların pazardaki güçlü konumlarını korumalarına ve pazar payı gibi satışla ilgili daha yüksek performans elde etmelerine yardımcı olmaktadır. Farklılaşmış ürünlerinin kopyalanma olasılığı daha düşük ve rakiplerin taklit etmesi zor olduğundan, firmanın hedef ülkelerde daha yüksek bir pazar payı elde edebilmektedir (Su, Guo ve Sun, 2017: 357-371).

Maliyet liderliği stratejisi, firmanın mevcut bilgi ile kaynaklarının kullanımı ve uygulamasıyla yakından ilişkilidir (Su, Guo ve Sun, 2017: 357-371). Maliyet liderliği stratejisinin önemli bir başarı faktörü, üretim ve geliştirme maliyetini en aza indirmektir (Chung ve Kuo, 2018: 260-278).

2.3.5. Rekabet Yoğunluğu

Rekabet, dış pazarın en belirgin ve tipik olarak sürekli izlenen bileşeni olmakla birlikte, firmaların stratejik niyetlerinin gelişmesinde de rol oynamaktadır. Rekabet yoğunluğu, firmaların uluslararası pazarlarda nasıl performans göstereceklerini belirlemektedir (Brouthers, Nakos, Hadjimarcou ve Brouthers, 2009: 21-38).

Yurtdışı pazarlardaki rekabet yoğunluğu, mevcut pazar performansının pazarlama farklılaştırma niyetleriyle olumsuz ilişkisini yatıştırmada en önemli husustur. Stratejik yönün geliştirilmesinde ilk aşamalarda rekabetin daha geniş pazar ve endüstri faktörleri rolünün düşünülerek piyasada yer edinilmeye çalışılması gerekmektedir (Kaleka ve Morgan, 2019: 115).

2.3.6. Firma Çevikliği

Çeviklik kavramı, günümüzün rekabetçi iş ortamında kritik bir firma yeteneği olarak ortaya çıkmaktadır. Firmanın, genellikle firma kaynaklarını yeniden yapılandırmayı içeren çevredeki değışiklikleri algılama ve bunlara hızlı bir şekilde yanıt verme yeteneğini ifade etmektedir. Çeviklik firma yetenekleri yaratmak ve değıştirmek için kullanıldığından, dinamik bir firma yeteneği olarak kabul edilmektedir (Roberts ve Grover, 2012: 231-270).

Ayabakan, Bardhan ve Zheng (2017) çalışmalarında firma yeteneklerinin hiyerarşik yapısını tanımlamaktadır. Firmalar içinde daha düşük seviyedeki yeteneklerin daha yüksek seviyedeki yeteneklere yol açtığı vurgulanmaktadır. Daha yüksek dereceli yetenekler, gerçekten değerli ve nadir oldukları için sağlam bir fark avantajı yaratmaktadır. Firma çevikliği kavramını da üst düzey bir firma yeteneği olarak önem arz etmektedir.

2.3.7. Firma Büyüklüğü

Firma büyüklüğü, bir firmanın uluslararası faaliyetlerinin ana yol göstericisi olarak kullanılmaktadır (Andersson, Gabrielsson ve Wictor, 2004: 22-34). Firmaların büyüklüğünü belirleyen en önemli parametrelerden biri ise çalışan sayısıdır. Firma büyüklüğünün hem ihracat faaliyet seviyeleri hem de ihracat başarısı ile pozitif korelasyon gösterdiği ortaya konulmuştur (Moini, 1995).

Büyük firmalar ihracat faaliyetlerini desteklemek için daha fazla kaynağa, daha iyi rutine ve daha iyi işletme prosedürlerine sahip olma eğilimindedir. Bu onların iç ihracat engellerini azaltmalarına yardımcı olur. İhracattaki engeller ihracatçı firmanın büyüklüğüne göre farklılık göstermektedir (Leonidou, 1995: 29-43). Firma büyüklüğü azaldıkça ihracat performansının da azaldığını destekleyen pek çok kanıt bulunmaktadır (Bonaccorsi, 1992; Czinkota ve Ursic, 1991).

2.3.8. Uluslararasılaşma Derecesi

Uluslararasılaşma kavramı açısından, firmaların faaliyetlerini ulusal sınırlarının ötesine taşımaları olarak tanımlanmaktadır (Morgan, 1997: 73). Farklı bir tanımla uluslararasılaşma kavramı; firmaların ihracat faaliyetinde bulunmaları, yani yurt dışı pazarlara girmeleri olarak açıklanabilir. Firmaların ulusal davranış sergilemek yerine ihracata yönelmeleri ihracat davranışında içerisinde bir fonksiyon biçiminde algılanmaktadır (Çavuşgil ve Nevin, 1981: 114-119). Firmaların uluslararasılaşma yolunda ilerlemelerinin pek çok sebebi söz konusu olabilir. Stok fazlalığının aktarılması, üst düzey yöneticilerin uluslararası pazarlarla ilgili tecrübeye sahip olması, yerel pazarlarda ürün fazlalılığı, ülke dışından ürün talepleri, rekabet ortamları vb. nedenlerle uluslararasılaşma yolunda ilerlenmekte ve bunun sonucunda firmaların performanslarında iyileştirme vasıtası olarak algılanmaktadır (Rasheed, 2005: 41-54).

Firmaların uluslararası faaliyetlerindeki ülke dışındaki yönelimlerini kavramak için kullanılan terim uluslararasılaşmadır (Mutlu, 1999: 80). İç ve dış pazardaki kâr olanakları dikkate alınarak uluslararası pazarlarda faaliyet gösterme kararı alınmaktadır (Li, 2007: 117-139). Uluslararasılaşma derecesini ölçen farklı ölçütler söz konusu olmakla birlikte bunlar arasında en yaygın kullanılanı Sullivan (1994) yılında DOI_{INTS} ölçeği olarak geliştirilen, uluslararası pazarda bir firmanın belirli bir zaman perspektifindeki durumunu gösteren endekstir (Rieck, Cheah, Lau ve Lee, 2004: 13).

Sullivan (1994) göre DOI_{INTS} ölçeği, firmanın uluslararası piyasalardaki satışlarının gelişimini performans; firmanın kaynaklarını yapısal; firma yöneticilerinin uluslararası pazarlardaki tutumlarını davranışsal durum olarak ifade etmektedir.

Sullivan (1994) uluslararasılaşma derecesini formülize ederek hesaplamaktadır:

$$DOI_{INTS} = FSTS + FATA + OSTs + TMIE + PDIO$$

DOI_{INTS} (Degree of Internationalization): Uluslararasılaşma Derecesi

FSTS (Foreign Sales to Total Sales): Yabancı Satışlar / Toplam Satışlar

FATA (Foreign Assets to Total Assets): Yabancı Varlıkların Toplamı / Toplam Varlıklar

OSTs (Overseas Subsidiaries to Total Subsidiaries): Yabancı Şubelerin Sayısı / Toplam Şube Sayısı

TMIE (Top Manager's International Experience): Tepe Yönetimin Uluslararası Tecrübesi / Bütün Yöneticilerin Toplam Tecrübesi

PDIO (Psychic Dispersion of International Operations): İhracat Yapılan Ülke Sayısı / Pazardaki Toplam Ülke Sayısı

Uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörler içerisinde işletme karakteristikleri, ana ülke ve ev sahibi ülke faktörleri yer almaktadır:

✓ İşletme Karakteristikleri; firma büyüklüğü, firmanın dış ticaret bölümü / departmanı çalışan sayısı, firma yaşı, firmanın uluslararası deneyimi, firmanın yararlandığı teşviklerin sayısı, firmanın kalite belgelerinin sayısı, ulusal / uluslararası marka hakkı / sahipliği, ulusal / uluslararası ticari örgüt üyeliği, araştırma – geliştirme (Ar-Ge) yatırımlarının yoğunluğu, yeni tesis / ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, uluslararası yönelim, tescilli patent hakkı, reklam harcamaları

✓ Ana Ülke Faktörleri; politika / yasalar, rekabetin yoğunluğu, ekonomik ortam, yabancı pazar bilgisi, yatırım fırsatları hakkında bilgi verme, çifte vergi anlaşması, ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesi, bürokrasi, ana ülkenin sağladığı teşvikler,

✓ Ev Sahibi Ülke Faktörleri; pazar talebi / büyüme oranı, düşük yatırım riski, yabancı işletmelere karşı davranışlar, politik / ekonomik istikrar, ölçek ekonomisi, pazara fiziksel yakınlık, tarife ve ticaret engelleri, yasal düzenlemeler, direkt yabancı yatırımın

teşvik edilmesi, direkt yabancı yatırımların millileştirmesi riski olarak değerlendirilmektedir (Akben, 2014: 42-46).

Uluslararasılaşma Modelleri; geleneksel ve çağdaş modeller olarak incelenmektedir. Geleneksel Model; belirli aşamalar neticesinde firmaların uluslararasılaşma sürecini açıklamaya çalışan modellerden oluşmaktadır. Geleneksel Modelde; Uppsala Uluslararasılaşma Modeli, Yenilik Kaynaklı Uluslararasılaşma Modeli, 10 Adım Modeli (Miller-1993), Ara İstasyon Modeli (Yip vd.-2000), Endüstriyel Ağ Modeli (Solberg ve Durrieu-2006) yer almaktadır. Çağdaş Modelde ise belirli aşamaların takip edilmesi söz konusu değildir. Çağdaş Modelde; Adapte Edici Seçim Modeli ve Küresel Doğan İşletmeler yer almaktadır (Eyiler, 2019: 18-30).

2.3.9. İhracat Engelleri

İhracat engelleri üzerine ampirik araştırmalar ilk olarak 1960'ların ortalarında ortaya çıkmış, araştırma çabasının itici gücü 1980'lerin ve 1990'ların başında gerçekleşmiştir (Levitt, 1983: 92-102). Yıllar içerisinde önemi artarak çalışmalar devam etmiştir. İhracat engelleri, firmanın dış pazarlarda ticari operasyonlar başlatma, geliştirme veya sürdürme yeteneğini engelleyen tüm kısıtlamalar olarak tanımlanabilir (Leonidou, 2004: 281). Firma ve ürün ile ilgili algılanan engeller iç ihracat engellerini; sanayi, ihracat pazarı ve makro çevre ile ilgili algılanan engeller ise dış ihracat engellerini oluşturmaktadır (Tsfom ve Lutz, 2006: 264). İhracat yapmayan firmalar ile ihracat yapanlar ihracat engellerini farklı olarak algılamaktadırlar. İhracatçı olmayanlar, ihracat süreci hakkında çok az bilgiye sahiptir ve ihracatın önündeki engeller konusunda hiçbir deneyimi yoktur. İhracatçılar ise ihracat sürecinin temellerini öğrenmektedirler. Düzenli ihracat yapanlar, ihracatın tekniklerinde uzmanlaşmaktadırlar ve ihracatın kurumsal hedeflere ulaşmak için önemli bir mekanizma olduğunu öğrenmektedirler. Yani ihracatçılar, algılanan ihracat engelleriyle başa çıkmayı öğrenmektedirler (Sharkey, Lim and Kim, 1989: 1-11).

Uluslararasılaşan firmalar ihracat engellerinden etkilendiği durumlar söz konusu olmaktadır; ihracat yapmayanların uluslararasılaşmasını, ihracatçıların uluslararası ilerlemesini, uluslararasılaşmayı ve ihracatçıların uluslararası piyasalara yeniden girmelerini engellemektedir (Kahiya, 2018: 1173). Uluslararasılaşma ile yoğun maliyet artışına sebep olmakta, maliyetlerin artması da ihracat engellerinin artmasına neden olmaktadır.

Firmaların ihracata girişinin ve genişlemesinin önündeki engeller belirlenebilirse, kamu politika yapıcılarının ve diğer ihracat yardım kurum ve kuruluşlarının çabalarının, firmaları bu tür engellerin sonuçlarının üstesinden gelmede desteklemek için daha iyi hedeflenebileceği uzun zamandır düşünülmektedir. Bu amaçla, birçok araştırma çalışması yürütülmekte olup firmanın ihracat operasyonlarını başlatma, genişletme / sürdürme yeteneğini engelleyen / yasaklayan tutumsal, yapısal, operasyonel ve ilgili kısıtlamalardan bahsedilmektedir. İhracat engelleri, firma tarafından, ihracat öncesi ve diğer ilk aşamalardan, kapsamlı uluslararası katılım seviyelerine kadar, uluslararasılaşmanın herhangi bir aşamasında karşılaşılabileceği görülmektedir. Bununla birlikte, bu engellerin toplam doğası, bu aşamalar içerisinde ve arasında farklılık gösterme eğilimindedir (Leonidou, 1995: 33-56). Daha önceki ampirik literatürün gözden geçirilmesinde sık görülen beş ihracat engeli olduğu anlaşılmaktadır. Birincisi, ihracat yapmayan firmalar engelleri ihracatçı firmalardan farklı algılama eğilimindedir. İhracat faaliyetlerinin başlamasını engelleyen faktörlere daha fazla vurgu yaparken, ihracatçı firmalar operasyonel, prosedürel ve pazarla ilgili sorunları vurgular. İkincisi, ihracat engellerinin doğası ve ciddiyeti sadece ihracat aşamaları arasında değil, aynı zamanda ihracat geliştirme sürecinin aynı aşamasındaki firmalar arasında da farklılık gösterir. Üçüncüsü, her ülkede hüküm süren dış çevresel faktörler, algılanan ihracat engellerini büyük ölçüde etkiler. Dördüncüsü, endüstriye özgü faktörler, endüstriler arasında ihracat engellerinin algılanan ciddiyetindeki farklılıklardan genellikle sorumludur. Son olarak, firmanın büyüklüğü genellikle ihracat engellerinin doğasını ve etkisini belirler, daha küçük firmalar engelleyici etkilerini daha güçlü hissederler (Smith, Gregoire and Lu, 2006: 54-55).

Tablo 3'te ihracat engelleri ve öncülleri hakkında bilgi verilmektedir. Karakaya ve Yannopoulos (2012) finansal kaynaklar, finansal yardım, insan kaynakları, ayrımcı yasal gereklilikler, siyasal ortam / taraf tutma, kartel anlaşmaları, sosyal ve kültürel engeller, dağıtım kanalları, bilgi eksikliği (ihracat prosedürleri / pazarları), tarife engelleri, döviz kuru dalgalanmaları, rekabet, dış hükümet politikaları, yabancı iş uygulaması, ihracat prosedürleri ve bürokrasi, taşıma ve yüklemeler, yönetim taahhüdü eksikliği, yabancı dil, müşteri değiştirme maliyeti, dış hükümet politikası, ürün uyarlaması, milliyetçilik, promosyon faaliyetlerinde yapılması gereken değişiklikler, ekonomik çevre, rüşvet, yolsuzluk, yerel şirketlerin sahip olduğu maliyet avantajları, firma büyüklüğü, dış pazarlar hakkında bilgi eksikliği açısından ihracat engel ve öncüllerini değerlendirmektedir.

Tablo 3. İhracat Engelleri / Öncülleri (Karakaya ve Yannopoulos, 2012: 9-10)

İhracat Engelleri	Öncül
Finansal Kaynaklar	Finansal kaynakların eksikliği firma performansı ile ilgilidir. Finansal kaynakları olmayan firmalar ihracat yapmakta zorlanmaktadır.
Finansal Yardım	Devlet ve finans kurumlarından mali yardım eksikliği ihracatın önündeki en büyük engel olmaktadır.
İnsan Kaynakları	İhracat bilgi ve becerilerine sahip kalifiye personel eksikliği önemli bir ihracat engelidir.
Ayrımcı Yasal Gereklilikler	Bazı ülkeler, girişe engel teşkil eden yasal gereklilikler getirerek firmalara karşı ayrımcılık yapmaktadır.
Siyasal Ortam / Taraf Tutma	Bazı ülkelerdeki istikrarsız siyasi koşullar, yabancı pazara girenleri ve pazara girişi caydırmaktadır.
Kartel Anlaşmaları	Kartel anlaşmaları, pazara girişin önündeki engeller olarak görülmektedir.
Sosyal ve Kültürel Engeller	Pazara giren kişinin ülkesi ile gireceği pazar arasındaki kültürel farklılık, pazara giren kişi pazarın bilgisini edinmedikçe ve pazarlama stratejisini buna göre uyarlamadıkça büyük bir engel teşkil etmektedir.
Dağıtım Kanalları	Dış pazarlardaki bazı dağıtım kanalları milliyetçilik veya başka nedenlerle yerli firmaların ürünlerini pazarlamayı tercih etmektedir.
Bilgi Eksikliği (İhracat Prosedürleri / Pazarları)	İhracat prosedürlerine ilişkin bilgi eksikliği ve gerekli olan bürokrasi, firmaları ihracat yapmaktan caydırmaktadır.
Tarife Engelleri	Bazı ülkeler yerel ekonomilerini korumak için yüksek tarifeler uygulamaktadırlar. Bu durumun pazara giriş için etkili bir engel olduğu düşünülmektedir.
Döviz Kuru Dalgalanmaları	Başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere bazı ülkelerdeki döviz kuru oynaklığı, birçok firmanın potansiyel olarak kazançlı bazı piyasalardan uzak durmasına neden olmaktadır.
Rekabet	Yerel pazarlarda olduğu gibi, küresel pazarlarda da rekabet pazara girişin önünde bir engeldir. Daha düşük işgücü maliyetine sahip ülkelerden gelen rekabet ve güçlü yerleşik firmaların varlığı, firmaların pazarlarını genişletmek için başka alternatifler aramasına neden olmaktadır.
Dış Hükümet Politikaları	ISO sertifikası gibi ürün standartlarına ilişkin yabancı hükümet politikaları ve diğer operasyonel prosedürler pazara giriş kararlarını etkilemektedir.
Yabancı İş Uygulaması	Dış pazarlarda kullanılan iş uygulamaları genellikle piyasaya yeni girenlerin uyguladıkları uygulamalardan farklıdır. Yerel firmaların uygulamalarını adapte edememe, pazara girişi caydırmaktadır.
İhracat Prosedürleri ve Bürokrasi	Prosedür engelleri, performans ihracat faaliyetlerinden kaynaklanan engelleri içermektedir. İhracatçı ülke veya ihraç edilen pazar tarafından dayatılan, ihracat işlemleriyle ilişkili dokümantasyonun karmaşıklığı veya bürokrasi, her ikisi de giriş için önemli bir engel olarak hizmet eder.
Taşıma ve Yükleme	Ürünlerin dış pazarlara ulaştırılmasında yaşanan zorluk birçok firma için önemli bir sorun olmaktadır. Bunlar içerisindeki en büyük sorun, ulaşım imkânlarının ve teslimat süresinin eksikliği gibi görülmektedir.
Yönetim Taahhüdü Eksikliği	İhracat faaliyetlerinde yönetsel taahhüt eksikliğinin firmayı olumsuz yönde etkilemektedir.
Yabancı Dil	Yabancı müşterilerle etkin bir şekilde iletişim kuramama, uluslararası pazarlara girişin önündeki önemli bir engel olarak görülmektedir.
Müşteri Değiştirme Maliyeti	Bir tedarikçiden / satıcıdan diğerine geçişin maliyeti, firmaların yeni pazarlara girişini yavaşlatmakta veya engellemektedir. En önemli değiştirme maliyetleri, potansiyel müşteriler için zaman ve batık maliyeti içermektedir.

Dış Hükümet Politikası	Hükümetler, gümrük tarifeleri / kotalar gibi devlet politikaları ile bürokrasi ve mevzuat gibi ticaret dışı engeller yoluyla ihracatçıların faaliyetlerini kısıtlamaktadırlar.
Ürün Uyarlaması	Ürünü yerel pazarlara uyarlamak zorunluluğu, bazı ihracatçıları tarafından ticaretin önünde bir engel olarak görülmektedir.
Milliyetçilik	Milliyetçilik, yerel müşterilerin yerel olarak üretilen mal ve hizmetleri tercih etmesi açısından ihracat engeli olarak belirlenmektedir.
Promosyon Faaliyetlerinde Yapılması Gereken Değişiklikler	İhracat pazarında iletişim stratejisinin uygulanabilirliğini artırmak için tanıtım yaklaşımı da uyarlanmalıdır.
Ekonomik Çevre	Gelişmiş ülke ve gelişmekte olan ülkelerin ticaret ve lojistik süreçlerindeki farklılıklar söz konusu olmaktadır.
Rüşvet, Yolsuzluk	Yolsuzluğun ihracat için en büyük engellerden biri olduğu anlaşılmaktadır.
Yerel Şirketlerin Sahip Olduğu Maliyet Avantajları	Yerel şirketlerin ihracatçılara göre bir maliyet avantajına sahip olduğunu düşünülmektedir.
Firma Büyüklüğü	İhracat yapmayan küçük ölçekteki firmalar ulusal pazarın yeterli olduğunu düşünüp uluslararası atılımdan kaçmaktadırlar.
Dış Pazarlar Hakkında Bilgi Eksikliği	İhracat yapmayan ve ihracat yapmak isteyen firmalar için uluslararası pazarlara ilişkin bilgi eksikliği en büyük engel olmaktadır.

2.4. İHRACAT PERFORMANSI ÖNCÜLLERİNİ AÇIKLAYAN MODELLER

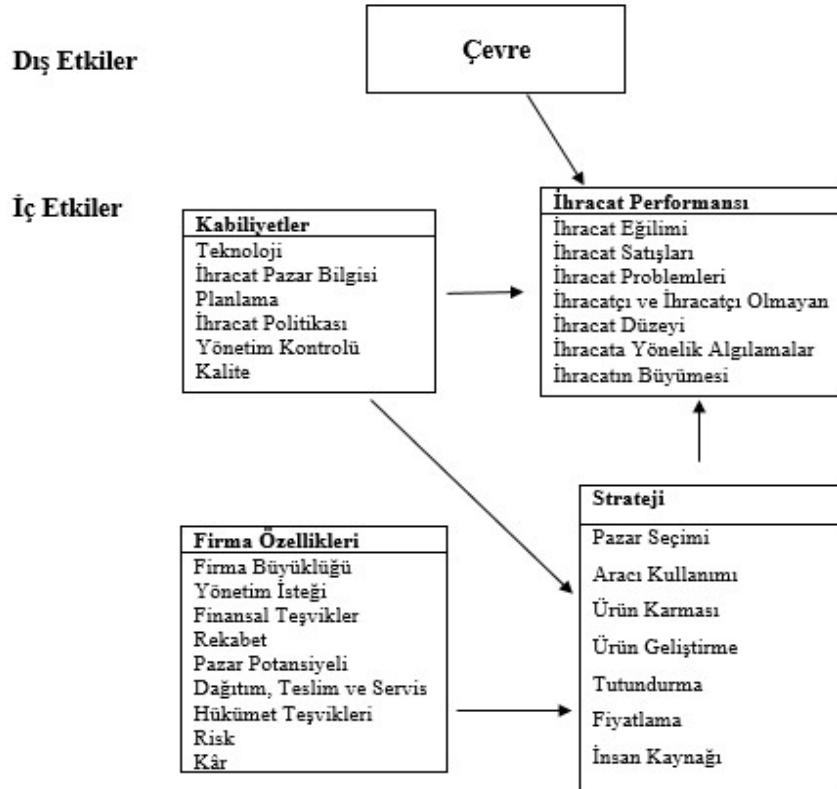
İhracat performansı öncüllerini inceleyen en yaygın modeller aşağıda sıralanmıştır;

- ✓ Aaby ve Slater (1989) Modeli,
- ✓ Gemunden (1991) Modeli,
- ✓ Çavuşgil ve Zou (1994) Modeli,
- ✓ Katsikeas-Piercy ve Ioannidis (1996) Modeli,
- ✓ Dhanaraj ve Beamish (2003) Modeli,
- ✓ Tesfom ve Lutz (2006) Modeli,
- ✓ Sousa-Martinez Lopez ve Coelho (2008) Modeli,
- ✓ Lages (2008) Modeli

Aaby ve Slater (1989), 1978 ile 1988 yılları arasında ihracat performansı konusunu ele alan 55 çalışmayı dikkate alarak yaptıkları çalışmalarında ihracat performansı modellemesini ortaya koyarak literatüre önemli bir katkıda bulunmuştur. Yönetimsel faktörler çalışmalarının temelini oluşturmaktadır. İhracat performansı öncülleri firma özellikleri, strateji ve kabiliyetler iç etkiler olarak; çevre ise dış etkiler olarak incelenmektedir. Ayrıca yönetim isteği, finansal teşvikler, rekabet, pazar

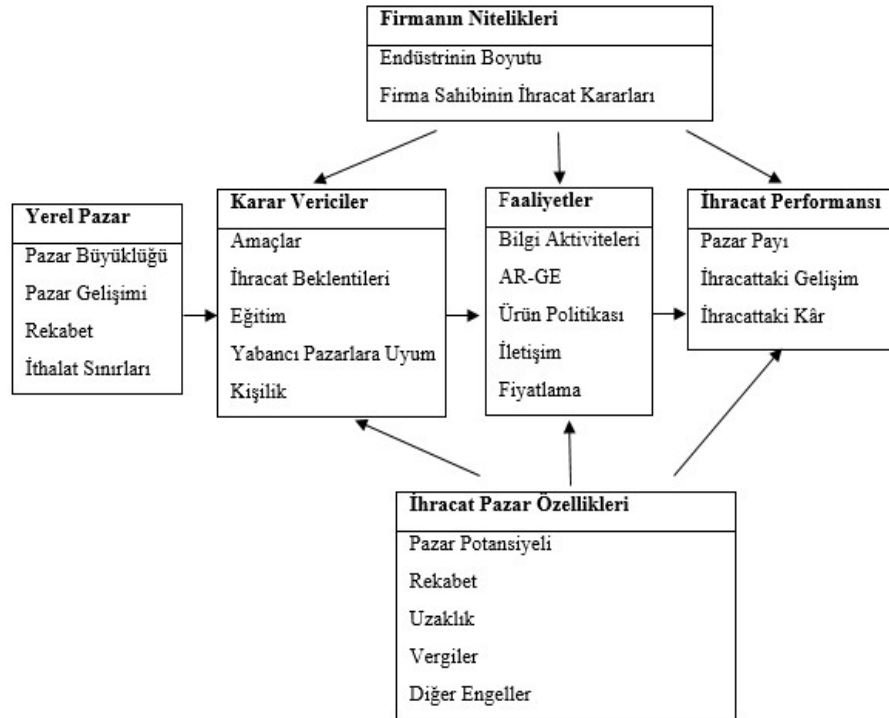
potansiyeli, dağıtım, teslim-servis, hükümet teşvikleri, risk, kâr firma büyüklüğü kavramını; teknoloji, ihracat pazar bilgisi, planlama, ihracat politikası, yönetim kontrolü, kalite kabiliyetler kavramını; pazar seçimi, aracı kullanımı, ürün karması, ürün geliştirme, tutundurma, fiyatlama, insan kaynağı strateji kavramını; ihracat eğilimi, ihracat satışları, ihracat problemleri, ihracatçı ve ihracatçı olmayan, ihracat düzeyi, ihracata yönelik algılamalar, ihracatın büyümesi ihracat performansı kavramını oluşturmaktadır.

Ölçek ekonomileri ve finansal güç özellikleriyle diğer etkiler etkileşimde olduğunda firma özellikleri önem arz etmektedir. Yani firma özellikleri ile ihracat performansı olumlu yönde etkileşimdedir. İhracat bağılılığı ve tecrübesi daha fazla olması ihracat performansının da daha fazla olmasını sağlamaktadır. Uluslararasılaşması, yönetim sorumluluğu, pazar bilgisi, planlama kapasiteleri daha yüksek firmaların ihracat performansının da daha iyi olacağı tespit edilmektedir.



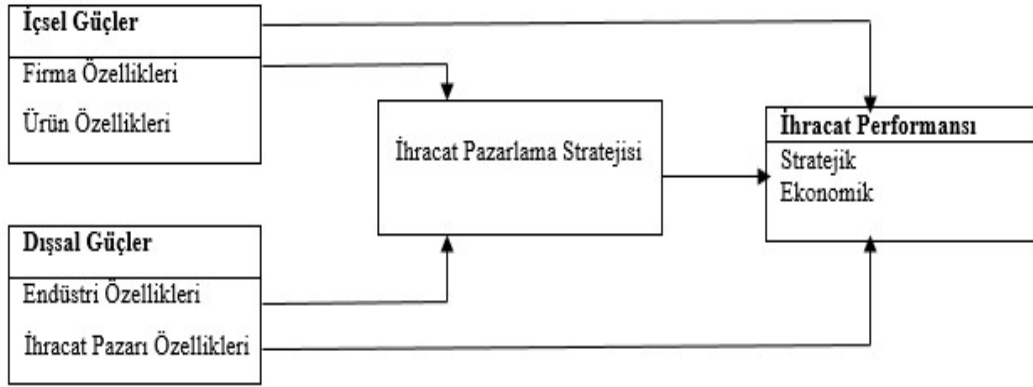
Şekil 1. Aaby ve Slater (1989) Modeli

Gemunden (1991), 1964 ile 1987 yılları arasında 50 bilimsel çalışmaya meta analiz yöntemi uygulanmıştır. Aaby ve Slater (1989) çalışmasından farklı olarak karar vericiler ile firma özelliklerini ayrı olarak değerlendirmektedir. İhracattan edinilen bilgi, Ar-Ge ve firma nitelikleri faktörlerinin ihracat performansını etkilediği anlaşılmaktadır. Firmanın niteliklerini endüstrinin boyutu ve firma sahibinin ihracat kararları; yerel pazar pazar büyüklüğü, gelişimi, rekabet ve ithalat sınırları; karar vericileri amaçlar, eğitimler, kişilikler, ihracat beklentileri ve yabancı pazarlara uyum; faaliyetleri Ar-Ge, iletişim, fiyatlandırma, bilgi aktiviteleri ve ürün politikası; ihracat pazar özellikleri rekabet, uzaklık, vergiler, pazar potansiyeli ve diğer engeller; ihracat performansını pazar payı, ihracattaki gelişim ve kâr oluşturmaktadır.



Şekil 2. Gemunden (1991) Modeli

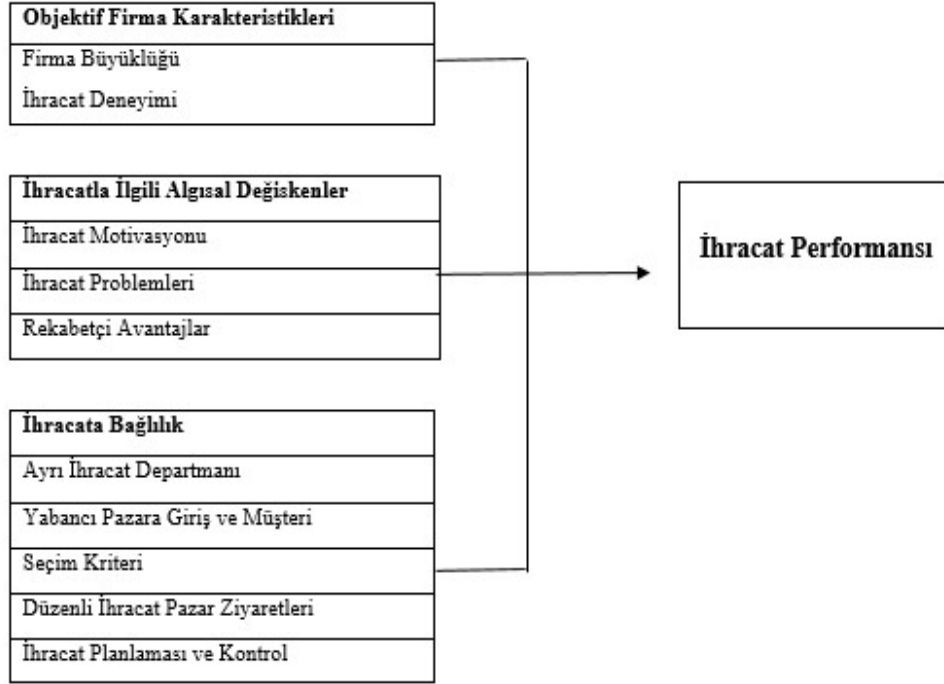
Çavuşgil ve Zou (1994) literatüre büyük katkıda bulunan araştırmalarında yeni bir model ortaya koymaktadırlar. Çalışma 202 ihracat girişimine uygulanmaktadır. İhracat performansı öncülleri ürün ve firma özellikleri iç güçler olarak; ihracat pazar ile endüstri özellikleri ise dış etkiler olarak incelenmektedir. Fiyat rekabeti, yabancı distribütör, ürün ve tutundurma adaptasyonu ihracat pazarlama stratejisi olarak iç ve dış güçlerden etkilenmektedir. İhracat pazarlama stratejisi de ihracat performansını olumlu yönde etkilemektedir.



Şekil 3. Çavuşgil ve Zou (1994) Modeli

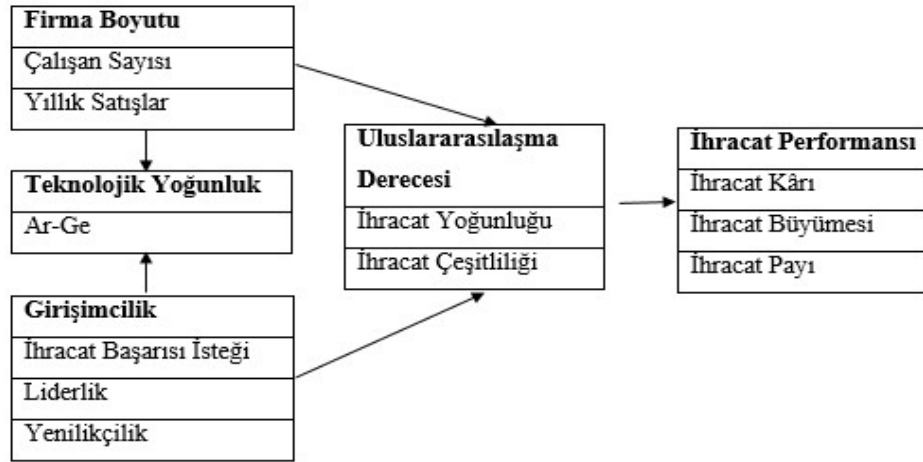
Katsikeas-Piercy ve Ioannidis (1996) ihracat performansı öncülleri firma büyüklüğü ve ihracat deneyimi objektif firma karakteristikleri olarak; rekabetçi avantajlar, ihracat motivasyonu ve problemleri ihracatla ilgili algısal değişkenler olarak; ayrı ihracat departmanı, yabancı pazara giriş – müşteri, seçim kriteri, düzenli ihracat pazar ziyaretleri, ihracat planlaması - kontrol ihracata bağlılık olarak incelenmektedir. İhracat pazar- ürün uyumu, yerel pazar baskıları, dış pazar imkânları, ihracat için rastlantısal şartlar, ulusal ihracat politikası ve yönetimin uluslararası bakış açısı ihracat dürtüsü olarak tanımlanmaktadır. Ulusal ihracat politikası ve ihracat pazar araştırmasının ihracat performansı ile olumlu yönde ilişkili olduğu ortaya konmaktadır. Bilgi ile iletişim problemleri, ihracat planlaması - kontrolünün ihracat performansı ile negatif yönde ilişkili olduğu görülmektedir. Daha sonra Leonidou, Katsikeas ve Piercy (1998) objektif - subjektif özelliklerin ile genel - spesifik özelliklerin ihracat performansına; Katsikeas-Leonidou ve Morgan (2000) çevresel, örgütsel ve yönetsel özelliklerin pazarlama stratejisi vasıtasıyla ihracat performansını etkide bulunduğunu ifade ettikleri çalışmalarla

farklı bakış açılarıyla değerlendirmektedir. Leonidou-Katsikeas & Samiee (2002) 36 bilimsel çalışma üzerinde meta analiz çalışması yapılarak tekrar incelenmektedir.



Şekil 4. Katsikeas, Piercy ve Ioannidis (1996) Modeli

Dhanaraj ve Beamish (2003) Kaynak Temelli Yaklaşım (Resource Based View) dikkate alınarak yapılan çalışmada firma büyüklüğü örgütsel; ihracat başarısı isteği, liderlik ve yenilikçilik girişimcilik; ihracat yoğunluğu ve çeşitliliği uluslararasılaşma derecesi; Ar-Ge teknolojik olarak ayırt edilerek ihracat performansına etkisini araştırılmaktadır. Dhanaraj ve Beamish (2003) modeli oluştururken Kaynak Temelli Yaklaşımdan esinlenmişlerdir. Dhanaraj ve Beamish (2003)'in oluşturdukları bu model Şekil 8'de gösterilmiştir. Finansal olarak ihracat performansını ele alan çalışma ihracat kârı, büyümesi ve payı dikkate alınarak ölçüme tabi tutulmaktadır. Uluslararasılaşma derecesi ile ihracat performansı arasında doğrudan pozitif yönde ilişki bulunmaktadır.



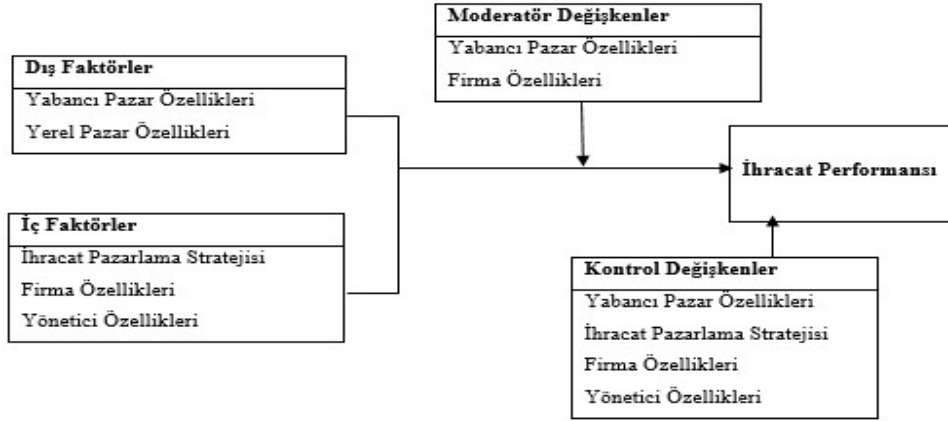
Şekil 5. Dhanaraj ve Beamish (2003) Modeli

Tesfom ve Lutz (2006) pazarlama stratejisini bir ihracat girişimi olarak firma ve ürün iç faktörler; sanayi, ihracat pazarı ve makro çevre dış faktörler tarafından belirlendiği söylendiği bir modelle çalışmalarını ortaya koymuştur. 1980-2004 yıllarını kapsayan 25 yıllık döneme ait 40 makalenin literatür taramasından oluşmaktadır. İhracat sorunlarını şirket, ürün, endüstri, ihracat pazarı ve makro çevre engelleri olarak sınıflandırılmıştır. Gelişmekte olan ülkelerde ihracat performansının belirleyicilerinin tespit edilmesi açısından anket yöntemi kullanarak test edilmesi önerisinde bulunmaktadır.



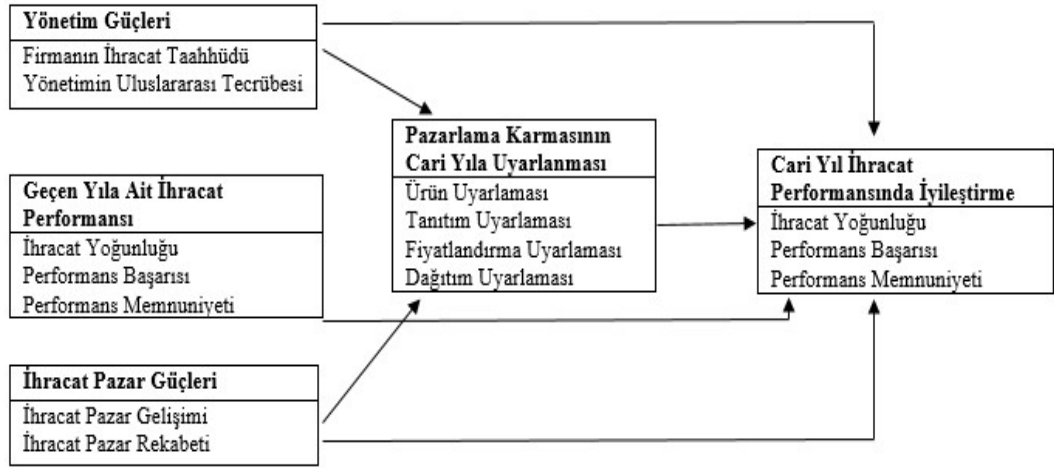
Şekil 6: Tesfom ve Lutz (2006) Modeli

Sousa-Martinez Lopez ve Coelho (2008) çalışmalarında 1998 ile 2005 yılları arasında 52 çalışmayı incelemiştir. Yerel ve yabancı pazar özellikleri dış faktörleri; ihracat pazarlama stratejisi, firma ve yönetici özellikleri iç faktörleri; yabancı pazar ve firma özellikleri moderatör değişkenleri; ihracat pazarlama stratejisi, yabancı pazar, firma ve yönetici özellikleri kontrol değişken olarak ihracat performansına etkisi araştırılmaktadır.



Şekil 7: Sousa-Martinez Lopez ve Coelho (2008) İhracat Performans Modeli

Lages ve Montgomery (2000) literatürde ilk defa geçen yıl ile cari yıl ihracat performansını model olarak ortaya koymaktadır. Firma özelliklerini - kabiliyetlerini, yöneticilerin algılarını – davranışlarını, özelliklerini ve ürün özelliklerini iç faktörler; endüstri, yerel ve yabancı pazar özelliklerini dış faktörler; ürün, fiyat, tutundurma ile dağıtım uyarlamasını pazarlama karması; ihracat yoğunluğunu, performans başarısını, performans memnuniyetini geçen yıla ait ihracat performansı olarak tanımlamaktadır. İç faktörler, dış faktörler, pazarlama karması ve geçen yıla ait ihracat performansının cari ihracat performansında iyileşmeye sebep olup olunmadığı incelenmektedir. Lages, Jap ve Griffith (2008) çalışmasında örgütsel öğrenme teorisini kullanarak kısa vadeli bir inceleme yapmaktadır. Cari yıl ile geçmiş yılın ihracat performansını karşılaştıran bir model ortaya koymaktadır. 500'den fazla ihracat yöneticisinin katıldığı bir anketin sonuçlarında cari dönem performans iyileştirmesi (performans başarısı, ihracat yoğunluğu ve performans memnuniyeti) firmanın ihracata olan bağlılığından etkilendiği gözlenilmektedir.



Şekil 8: Lages, Jap ve Griffith (2008) Modeli

2.4. İHRACAT PERFORMANSI ÖNCÜLLERİ İLE İLGİLİ ÇALIŞMALAR

İhracat performansı öncülleri ile ilgili; 31 doktora tezi, 74 yüksek lisans tezi, 45 ulusal yayın ve 50 uluslararası yayın incelenerek literatür taraması tamamlanmıştır.

İhracat performansı ve ihracat performansına etki eden faktörlerin bulunması adına yapılan Türkiye’de yayınlanmış 31 doktora tezi incelenmektedir. Tablo 4’te ihracat performansı öncülleri alanında yazılmış doktora tezleri bulunmaktadır. 6 doktora tezi hariç 25 doktora tezinde anket yöntemi kullanılmaktadır. Bunlardan 6’sı 7’li Likert Tutum Ölçeği, geri kalan 19’u 5’li Likert Tutum Ölçeği kullanarak anketlerini hazırladığı; ağırlıklı olarak ki-kare testi, T testi, faktör, regresyon ve korelasyon analizleri yapıldığı görülmektedir. Tezlerin 8’i Yapısal Eşitlik Modellemesi ile hipotezlerini test etmektedirler. Gıda, tekstil, zeytinyağı, metal, kimya, mobilya, otomotiv yan sanayi ve mücevher sektörlerinde yapılan çalışmalar mevcuttur. Pazarlama stratejisi, pazarlama karması, rekabet stratejisi, yönetici özellikleri, firma özellikleri, sektörlerin özellikleri, marka özellikleri, ürün özellikleri gibi birçok ihracat performansı belirleyicileri bağımsız değişken olarak belirlenip ihracat performansı bağımlı değişken alınarak analizleri yapılmaktadır.

Tablo 4. Bu Çalışmada Kullanılan Yapılandırılmış Literatür Gözden Geçirme Metodolojisinin Grafik Akış İşlem Diyagramı / İhracat Performansı Öncülleri Alanında Yazılmış Doktora Tezleri

İhracat Performansı Öncülleri Alanında Yazılmış Doktora Tezleri							
Araştırma Konusu	Yazar / Yazarlar ve Yılı	Kurum	Araştırmanın Amacı	Bağımlı Değişken / Değişkenler	Bağımsız Değişken / Değişkenler	Araştırma Ölçeği / Örneklemi	Araştırma Tasarımı
“İhracatçı İşletmeler ile İhracatçı Olmayan İşletmeler Arasındaki Farklılıklar ve İhracat Performansının Analizi: Zeytinyağı Sektöründe Bir İnceleme”	Atabay, İ. (2005)	Gebze Teknik Üniversitesi	İhracatçı İşletmeler ile İhracatçı Olmayan İşletmeler Arasındaki Farklılıklar ve İhracat Performansının Analizi	- İhracat Performansı; Yöneticilerce Algılanan Finansal Ölçekler - İhracat Pazarlama Karmasında Uyarlama Stratejisi	- Objektif İşletme Özellikleri - Objektif Yönetici Özellikleri, - Örgüt Kültürü - Subjektif Yönetici Özellikleri - Ürünün Dökme/Ambalajlı Olma Özelliği	5’li Likert Tutum Ölçeği / 177 Zeytinyağı Sektöründe Firma	Ki-Kare Testi, T Testi, Faktör Analizi, Regresyon Analizi, Korelasyon Analizi
“İhracat Pazar Bilgisi ve İhracat Performansı İlişkisi: İhracat Pazar Yönlülüğe İlişkin Bir Uygulama”	Kartal, B. (2006)	Celal Bayar Üniversitesi	İhracat Pazar Bilgisi ve İhracat Performansı İlişkisi	İhracat Bilgi Türleri	- Sektörlere Göre Farklılaşma - Alt Sektörlere Göre Farklılaşma - Cevaplayıcı Görevine Göre Farklılaşma - Firma Büyüklüğüne Göre Farklılaşma - Firma İş Tecrübesine Göre Farklılaşma - Firma İhracat Tecrübesine Göre Farklılaşma - Firmanın Hedef Bölgelerine Göre Farklılaşma	7’li Likert Tutum Ölçeği / 112 Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları	Frekans Dağılımları, T Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi, Korelasyon Analizi ve Regresyon Analizi Metodu

“İhracat Performansını Belirleyen Faktörler Arasındaki İlişkiler ve İhracat Başarısına Etkileri: Türkiye Örneği”	Anıl, N. K. (2009)	Celal Bayar Üniversitesi	İhracat Performansını Belirleyen Faktörler Arasındaki İlişkiler ve İhracat Başarısına Etkileri	• İhracat Performans Ölçütleri	• Dış Belirleyiciler (Yerel Pazar, Yabancı Pazar, Endüstri Özellikleri) • İç Belirleyiciler (İhracat Pazarlama Strateji Adaptasyonu, Yöneticilerin Algısı, Yöneticilerin Özellikleri, Firma Özellikleri)	5’li Likert Tutum Ölçeği / 135 İhracat Yapan Firma	Açıklayıcı Faktör Analizi, Doğrulamalı Faktör Analizi, Yapısal Eşitlik Modellemesi
“Türk Hazır Giyim Sanayinin Örnek Ürün Bazında (Denim Pantolon) Gelecekteki İhracat Performansının İncelenmesi”	Özbek, A. (2009)	Marmara Üniversitesi	Ürün Bazında Gelecekteki İhracat Performansının İncelenmesi	• Türkiye İlgili Sektör İhracatı	• Türkiye İlgili Sektör İthalatı • Yıllar • Aylar • Asgari Ücret • Borsa Fiyatı • İndeks • Kota Uygulama • Kişi Başı Gelir • Nüfus • İşsizlik • Enflasyon vd.	Yapay Sinir Ağları	Yapay Sinir Ağları, Regresyon Analizi, Arıma Analizi
“Türkiye’ye Gelen Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Türkiye’nin İhracat Performansına Etkilerinin Analizi”	Bozdağlıoğlu, Y. (2010)	Adnan Menderes Üniversitesi	Türkiye’ye Gelen Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Türkiye’nin İhracat Performansına Etkilerinin Analizi	• Döviz Kuru Şoku • Faiz Şoku • İhracat Şoku • Enflasyon Şoku • Dışa Açıklık Şoku • Sanayi Üretim Şoku • Doğrudan Yabancı Yatırımlar Şoku	• Faiz Oranı • Enflasyon Oranı • Döviz Kuru • İhracat • Dışa Açıklık Oranı • Doğrudan Yabancı Yatırımlar • Sanayi Üretimi	1992-2009 Türkiye İlgili Alan Verileri	VAR (Vektör Otoregresif) Modeli, Durağanlık, Birim kök testi
“İhracat Performansı ile İşletme Stratejileri İlişkisi”	Kahveci, E. (2010)	Ankara Üniversitesi	İhracat Performansı ile İşletme Stratejileri İlişkisi	• İhracat Performansı	• İşletme Kaynakları • İşletme Yetenekleri • Endüstri Yapısı	Veri Zarflama Analizi / Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) Sektör Bilançoları Veri Tabanında İmalat Sektöründe “DB – 17	Veri Zarflama Analizi

						Tekstil Ürünleri İmalatı” Ana Sektöründe Bulunan Firmalar (2002 – 2008)	
“The Effect of Intangible Resources and Competitive Strategies on the Export Performance of Small and Medium Sized Manufacturing Enterprises”	Kumlu, Ö. (2010)	Yeditepe Üniversitesi	Belirsiz Kaynakların ve Rekabetin Etkisi Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin İhracat Performansı Stratejileri	• İhracat Performansı	• Rekabetçi İhracat Stratejisi • Maddi Olmayan Kaynaklar	5’li Likert Tutum Ölçeği / 271 Metal, Kimya, Mobilya ve Tekstil Sanayisinde İhracatçı Firma	Ölçüm Ölçeği Analizi, Revize Model, Regresyon Analizi, Faktör Analizi
“Pazar Yönlü İşletme Anlayışının İhracat Bağlamındaki Belirleyicileri ve İhracat Performansına Etkileri”	Aydoğan, O. (2012)	İstanbul Üniversitesi	Pazar Yönlü İşletme Anlayışının İhracat Bağlamındaki Belirleyicileri ve İhracat Performansına Etkileri	• İhracat Performansı • İhracat Pazar Yönlü İşletme Faaliyetleri	• Formallik • Merkezilik • İhracat Koordinasyonu • Eğitim Sistemleri • İhracat Bağımlılığı • İhracat Tecrübesi • Çevresel Faktörler	5’li Likert Tutum Ölçeği / 397 İstanbul Mâden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB) Üyesi Yerli Sermayeli, Aktif İhracatçı İşletmeler	Keşfedici Faktör Analizi, Anova, Doğrulamalı Faktör Analizi, AMOS, Yapısal Eşitlik Modellemesi
“Evaluating The Dynamics of Export Performance: Moderating Effects of Proximate Environment on Firm Strategies and Export Performance”	Astarlıoğlu, M. (2013)	Boğaziçi Üniversitesi	İhracat Performansı Dinamiğinin Değerlendirilmesi	• İhracat Performansı	• Maliyet Liderliği Stratejisi • Farklılaşma Stratejisi • Odak Stratejisi • Faktör Koşulları • Talep Koşulları • Bağlantılı ve Destekleyici Endüstriler • Firma Rekabet Stratejisi • Hükümet	5’li Likert Tutum Ölçeği / 154 Türkiye İhracatçıları Meclisi Listesindeki İhracatçı Firma	Regresyon Analizi, Korelasyonu Analizi
“İhracat Performansı İle Uluslararası Rekabet Gücünün Yapısal Belirleyicileri Arasındaki İlişki: OECD ve BRIIC Ülkeleri Uygulaması”	Alper, S. (2014)	Hacettepe Üniversitesi	İhracat Performansı İle Uluslararası Rekabet Gücünün Yapısal Belirleyicileri ve İhracat Performansı Arasındaki İlişki	• İhracat Performansı	• İhracat arz denklemlerindeki geleneksel gelir ve fiyat değişkenleri • Dünya Ekonomik formu (DEF) ’nun her yıl yayınladığı uluslararası rekabet gücü endeksinin dört yapısal bileşenine ilişkin endeks değerleri	2006 - 2013 Dönemi, 34 Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) Üyesi Ülke ve Brezilya, Rusya Federasyonu, Hindistan ve Çin Halk Cumhuriyeti tarafından oluşturulan BRIIC	Panel Veri Analizi

						Ülkelerinin Dahil Olduğu Toplam 39 Ülke	
“Ürün Adaptasyonu ile İhracat Performansı Arasındaki İlişki: Mobilya, Hazır Giyim ve Deri Sektörü Üzerinde Bir Araştırma”	Öz, F. (2014)	Afyon Kocatepe Üniversitesi	Ürün Adaptasyonu ile İhracat Performansı Arasındaki İlişki	• Ürün Adaptasyonu • İhracat Performansı	• İşletme Özellikleri • Yönetici Özellikleri • Hedef Pazarlarla İlgili Engeller • Firma Beklentileri • Ürün Markası • Ürün Özellikleri • Ambalajlama • Ürün Garantisi • Reklam Temaları	5’li Likert Tutum Ölçeği / 389 Türkiye İstatistik Kurumunun Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflamasına (NACE) Bağlı Olarak Türkiye Genelinde Marmara Bölgesinde Yer Alan İhracatçı Firma	Ki-Kare Bağımsızlık Testi
“Yükselen Pazarlarda Yenilikçiliğin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi”	Zengin, A. Y. (2014)	Gazi Üniversitesi	Yükselen Pazarlarda Yenilikçiliğin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi	• İhracat Performansı	• Patent ve Faydalı Model Oranları	2001-2012 27 Yükselen Pazar Ülkeleri	Panel Data Analizi
“Tekstil Sektöründe İnovasyon ve İhracat Performansı: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği”	Çütücü, İ. (2015)	Gaziantep Üniversitesi	İnovasyon ve İhracat Performansı	• Firmaların İhracat Miktarı	• AR-GE • Patent • Çalışan Sayısı • Eğitim • Faaliyet Yılı • Üniversite Mezunu Çalışan Sayısı • Yatırım Planı • Fuar Katılımı • Kalite Belgesi	Açık Ve Kapalı Uçlu Sorular / 207 Güneydoğu Anadolu Bölgesindeki Tekstil İhracatı Yapan Firma	Frekans Analizi, Ki-Kare Bağımsızlık Testi, Korelasyon Analizi, T Testi, Levene Testi ile Varyans ve Yatay Kesit Analizi
“Avrupa Birliği ve Türkiye’de İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının İhracat Performansına Etkisi: Ekonometrik Bir Analiz”	Mete, E. (2015)	Karadeniz Teknik Üniversitesi	Avrupa Birliği ve Türkiye’de İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının İhracat Performansına Etkisi	• İhracat Performansı	• Devlet Yardımları • Diğer Yardımlar	Panel Veri Analizi / Dünya Bankası Veri Tabanı (EX-GDP) – Dünya Ticaret Örgütü Veri Tabanı (IMPCAP) – Staff Working Paper (AID)	Panel Birim Kök Testi, Panel Eş-Bütünleşme Analizi, Panel Nedensellik Analizi
“Kaynak Tabanlı İhracat Performansı: Türkiye İSO 500 İhracatçı İmalat İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama”	Songur, A. (2015)	Süleyman Demirel Üniversitesi	Kaynak Tabanlı İhracat Performansı	• Kaynak Tabanlı İhracat Performansı	• Deneyimsel Kaynaklar • Ölçek Kaynakları • Finansal Kaynaklar • Bilgisel Yetenekler	5’li Likert Tutum Ölçeği / İSO500 Listesi 196 Büyük İmalat Sanayi Kuruluşu	Doğrulamalı Faktör Analizi, Varyans Analizi, Regresyon Analizi, Yapısal Eşitlik Modeli

					• Müşteri İlişkileri Yetenekleri • Ürün Geliştirme Yetenekleri		
“Uluslararası Pazarlama Karması Adaptasyon Stratejilerinin İhracat Performansına Etkisi ve Mücevher Sektörü Uygulaması”	Karaca, A. (2016)	Haliç Üniversitesi	Uluslararası Pazarlama Karması Adaptasyon Stratejilerinin İhracat Performansına Etkisi	• İhracat Performansı	• Ürün Adaptasyonu • Fiyat Adaptasyonu • Tutundurma Adaptasyonu • Dağıtım Adaptasyonu	5’li Likert Tutum Ölçeği / 138 Mücevher Sektöründe İhracat Yapan Firma	Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA), Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), Yapısal Eşitlik Modeli
“Firma ve Üst Düzey Yönetici Özelliklerinin KOBİ’lerin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Tim 1000 Örneği”	Tekin, E. (2016)	Karadeniz Teknik Üniversitesi	Firma ve Üst Düzey Yönetici Özelliklerinin KOBİ’lerin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi	• İhracat Performansı	• Firma Özellikleri • Üst Düzey Yönetici Özellikleri	5’li Likert Tutum Ölçeği / 211 Türkiye İhracatçıları Meclisi Listesindeki İhracatçı Firma	Çoklu Regresyon, Açıklayıcı Faktör Analizi, Korelasyon Analizi
“Küresel Doğan İşletmelerin Uluslararasılaşma Sürecinde Örgütsel Kabiliyetleri ve Bunların İhracat Performansına Etkileri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma”	Atlı, H. (2017)	Manisa Celal Bayar Üniversitesi	Küresel Doğan İşletmelerin Uluslararasılaşma Sürecinde Örgütsel Kabiliyetleri ve Bunların İhracat Performansına Etkileri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma	• İşletmelerin Uluslararasılaşma Süreci • İhracat Performansı	• Küresel Doğan İşletmelerin Uluslararasılaşma Süreci • Örgütsel Kabiliyetler	7’li Likert Tutum Ölçeği / 112 Ege İhracatçıları Birlikleri Listesindeki İhracatçı Firma	T Testi, Lojistik Regresyon, Çoklu Doğrusal Regresyon
“İhracat Performansını Etkileyen Faktörlerin Pazarlama Politikalarına Etkileri: Konya Otomotiv Sektörüne Yönelik Bir Araştırma”	Cura, F. (2017)	Selçuk Üniversitesi	İhracat Performansını Etkileyen Faktörlerin Pazarlama Politikalarına Etkileri	• Pazarlama Politikaları • Ürün/Hizmet Odaklı Pazarlama Politikası • Fiyat Odaklı Pazarlama Politikası • Tutundurma Odaklı Pazarlama Politikası • Dağıtım Odaklı Pazarlama Politikası • Müşteri Odaklı Pazarlama Politikası	• İhracat Dış Faktörler • İhracat Karşılaşılan Sorunlar • İhracat İlgili Güçlü - Zayıf Yönler	5’li Likert Tutum Ölçeği / Konya’da İhracat Yapan Otomotiv Yan Sanayi İşletmeleri	Normallik Testleri, Frekans Analizi, Güvenilirlik Analizi, Geçerlilik Analizi, Tanımlayıcı İstatistikler, Varyans Analizi (Anova Testleri), Korelasyon Analizi, Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi
“İhracat Performansının Kurumsal ve Kaynak Temelli	İpek, İ. (2017)	Dokuz Eylül Üniversitesi	İhracat Performansının Kurumsal ve Kaynak Temelli Öncülleri	• İhracat Performansı	• Üretim ve Araştırma - Geliştirme Kaynakları • Firma Kaynakları	29 İhracat Yöneticileri İle Yapılan Yarı Yapılandırılmış	PLS Yol Analizi, Focus Grup Çalışması, Güvenilirlik Analizi,

Öncülleri: İhracat Pazar Yöneliminin Aracılık Rolü”					• Bilgi Kaynakları • İhracat Pazar Yönelimi	Görüşme, 221 Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren ihracatçı firma	Doğrulamalı Faktör Analizi
“Rekabetçi Bir Yaklaşımla İhracat Performansını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Türk İmalâtçı-İhracatçı Firmaları Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma”	Kalaycıoğlu, O. (2017)	Gebze Teknik Üniversitesi	Rekabetçi Bir Yaklaşımla İhracat Performansını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi	• İhracat Performansı • Maliyet Avantajı • Ürün Avantajı • Hizmet Avantajı	• Maliyet Liderliği • Ürün Farklılaştırma • Hizmet Farklılaştırma • Enformasyon Yetenekleri • İlişki Kurma Yetenekleri • Pazarlama Yetenekleri • Konum Avantajı • Rekabet Yapısı	7’li Likert Tutum Ölçeği / 281 Türkiye İhracatçıları Meclisi Listesindeki İhracatçı Firma	Açıklayıcı Faktör Analizi, Doğrulamalı Faktör Analizi, AMOS, Yapısal Eşitlik Modeli
“Uluslararası Pazar Bölümlendirme ve Konumlandırma Stratejilerinin İhracat Performansına Etkisi: Türk İhracatçıları Üzerine Bir Araştırma”	Kara, A. (2017)	Marmara Üniversitesi	Uluslararası Pazar Bölümlendirme ve Konumlandırma Stratejilerinin İhracat Performansına Etkisi	• İhracat Performansı • Finansal Performans • Pazar Bölümlendirme	• Firma Büyüklüğü • B2C/B2B Odaklılığı • İhracat Önceliği • İhracat Satışlarındaki Artış • Yenilikçi Odaklı Ürün Farklılaştırma • Odaklanma, Bölge Merkezli, Optimizasyon ve Ülkeler Stratejilerinin Kullanımı • Satış Odaklı Dağıtım Kanalı Farklılaştırma, Yenilikçi Odaklı Ürün Farklılaştırma, Performans Odaklı Ürün Farklılaştırma, Müşteri-Ürün Odaklılık, Maliyet Liderliği • Stratejilerinin Kullanımı	7’li Likert Tutum Ölçeği / 191 Türkiye İhracatçıları Meclisi Listesindeki İhracatçı Firma	Açıklayıcı Faktör Analizi, Doğrulamalı Faktör Analizi, Yapısal Eşitlik Modeli, Post Hoc Testleri
“Firma Kaynakları ve Rekabet Stratejilerinin İhracat Performansı Üzerinde Etkisi:	Ahmadi, G. A. (2018)	Dokuz Eylül Üniversitesi	Firma Kaynakları ve Rekabet Stratejilerinin	• İhracat Performansı	• Firma Soyut Kaynaklar • Firma Somut Kaynaklar	5’li Likert Tutum Ölçeği / 273 İran Ticaret Odasına Kayıtlı Gıda	Korelasyon Analizi, Varyans Analizi (ANOVA), LSD

Seçilmiş Tarım Ürünleri İhracatı Üzerinde Bir Uygulama”			İhracat Performansı Üzerinde Etkisi			Sektöründe Bulunan KOBİ	Testi, T-Test, Çoklu Değişkenli Regresyon Analizleri
“Stakeholder and Resource-Based Antecedents and Export Performance Outcomes of Green Business Strategy”	Bıçakcıoğlu, N. (2018)	Dokuz Eylül Üniversitesi	Yeşil İşletmeler Stratejisinin Paydaş ve Kaynak Temelli Öncülleri ve İhracat Performansı Sonuçları	• Yeşil İşletmeler Stratejisinin Paydaş ve Kaynak Temelli Öncülleri • İhracat Piyasa Performansı • İhracat Finansal Performans	• Yetenekler • Kaynaklar • Paydaş Baskıları • Kurumsal Tabanlı Faktörler • Ağ Tabanlı Faktörler • Dış Faktörler	7’li Likert Tutum Ölçeği / 22 Firma Yöneticisi - 235 Türk İhracat İmalatçı İşletmeler	Yapısal Eşitlik Modeli, Karma Metod Yaklaşımı
“İşletmelerin İhracat Performansına Ülke Kredi Notunun Etkisi: Ampirik Bir Araştırma”	İri, R. (2018)	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	İşletmelerin İhracat Performansına Ülke Kredi Notunun Etkisi	• İhracat Performansı	• Ülke Kredi Notları (Standart&Poor’s, Moody’s, Fitch ve 1994 – 2001 – 2013 Yıllarındaki Veriler)	Panel Veri (İSO500 ve Kredi Derecelendirme Kuruluşlarının Verileri - 5’li Likert Tutum Ölçeği / 312 İSO500 İşletmesi	Panel Birim Kök Testi, Sınır Testi, Betimsel Analizler, Keşifsel Faktör Analizi
“Mobilya Endüstrisinde İhracat Performansının Belirleyicilerinin Analizleri: Bulanık AHP ve Karar Ağacı Modellemesi”	Aytekin, A. (2019)	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi	İhracat Performansının Belirleyicilerinin Analizleri	• İhracat Performansı	• Marka, Reklam, Ambalaj • Müşteri Memnuniyeti • Rekabet Durumu • İhracat Yapısı • Çevresel ve Ekonomik Faktörler • Yönetim Tarzı ve Biçimi • AR-GE Faaliyetleri • Personel Durumu	7’li Likert Tutum Ölçeği / 182 Mobilya Sektöründe Firma	Mann Whitmney U Testi, Pearson Korelasyon Analizi, Regresyon Analizi, Bulanık AHP ve Karar Ağacı Modellemesi
“Psikolojik Mesafe ve Pazarlama Karması Adaptasyonunun İhracat Performansı Üzerine Etkisi: Bir Ölçek Geliştirme ve İlişkisel Analiz Çalışması”	Demirağ, F. (2019)	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	Psikolojik Mesafe ve Pazarlama Karması Adaptasyonunun İhracat Performansı Üzerine Etkisi	• İhracat Performansı	• Psikolojik Mesafe Öncülleri • Psikolojik Mesafe • Pazarlama Karması Adaptasyonu	5’li Likert Tutum Ölçeği / 221 Türkiye’de İhracat Yapan Firma	Karma Araştırma Yöntemi; Nitel Veriler Görüşmeler Yöntemiyle, Nitel Veriler İse Açıklayıcı Faktör Analizi, Doğrulamalı Faktör Analizi
“E-Perakende İşletmelerinde Marka Gücü ve Tedarikçi İlişkilerinin Firma Yönelimleri ve İhracat	İyiler, Z. (2019)	İstanbul Okan Üniversitesi	Firma Yönelimleri, Stratejik Kaynaklar ve Uluslararası E-Perakende	• Firma Performans • Firma Kârlılığı	• Pazar Yönelimi, • Girişimcilik Yönelimi • Dış • Pazar Yönelimi	5’li Likert Tutum Ölçeği / Yurt İçi E-Ticaret ve E-İhracat	Mann Whitmney U Testi, Kruskal Wallis Test, Açıklayıcı Faktör Analizi, Doğrulamalı

Performansı Arasındaki Aracı Rolü”			Performansı Arasındaki İlişki		• Marka Gücü ve • Tedarikçi İlişkilerinin Rolü	Alanlarında Faaliyet Gösteren 231 Şirket	Faktör Analizi, AMOS, Yapısal Eşitlik Modeli
“Uluslararası Pazarlama Karması Stratejilerinin ve Porter’ın Elmas Modeli Boyutlarının İhracatçı Firmaların Performanslarıyla İlişkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”	Sağlam, M. (2019)	Marmara Üniversitesi	Uluslararası Pazarlama Karması Stratejilerinin ve Porter Elmas Modeli Boyutlarının İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi	• İhracat Performansı	• Uluslararası 4P Stratejileri • Porter Elmas Boyutları • Dijital Dönüşüm • Hükümet • Şans	5’li Likert Tutum Ölçeği / 520 Türkiye İhracatçıları Meclisi’ne kayıtlı firma	Güvenirlilik Analizi, Açıklayıcı Faktör Analizi, Doğrulamalı, Faktör Analizi, AMOS, Yapısal Eşitlik Modellemesi
“Kurumsallaşma ve İhracat Performansı İlişkisi: Türkiye Örneği”	Salahoğlu, H. P. (2019)	İstanbul Okan Üniversitesi	Kurumsallaşma ve İhracat Performansı İlişkisi	• İhracat Performansı • Kurumsallaşma	• Endeks • İhracat • Hasıla • Oran	2010-2017 BIST (Borsa İstanbul’da İşlem Gören 100 Hisse Senedi) Kurumsal Yönetim Endeksi, İstanbul Sanayi Odasına Kayıtlı 21 Firma	Regresyon Analizi, Hausman Testi, Granger Nedensellik Testi, Panel Birim Kök Testi, Panel Veri analizi, ARDL Modeli
“Farklı İhracat Performansına Sahip İşletmelerdeki Otantik Liderlik Algısının, Yenilikçilik Davranışı Üzerindeki Etkisinde Girişimcilik Yöneliminin Aracılık Rolü”	İşlek, A. E. (2021)	İstanbul Ticaret Üniversitesi	Farklı İhracat Performansına Sahip Firmaların Girişimcilik Aracılık Rolü Otantik Liderlik Algısının, Yenilikçilik Davranışı Üzerindeki Etkisi	• İhracatı Performansı Artan İşletmede Yenilikçi Davranış • İhracatı Performansı Azalan İşletmede Yenilikçi Davranış	• İhracatı Performansı Artan İşletmede Otantik Liderlik Algısı • İhracatı Performansı Azalan İşletmede Otantik Liderlik Algısı • İhracatı Performansı Artan İşletmede Girişimcilik Yönelimi • İhracatı Performansı Azalan İşletmede Girişimcilik Yönelimi	2013-2018 Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) İhracatçıları Listesindeki 22 Firma / 438 Beyaz Yakalı Personel	Güvenirlilik Analizi, Açıklayıcı Faktör Analizi, Doğrulamalı, Faktör Analizi, T testi, Korelasyon Analizi

İhracat performansı öncülleri ve ihracat performansı öncüllerinin etkilerinin belirlenmesi için ihracat performansı konusunda Türkiye’de yayınlanmış 74 yüksek lisans tezi incelenmektedir. Tablo 5’te ihracat performansı öncülleri alanında yazılmış yüksek lisans tezleri bulunmaktadır. Tabloda da görüldüğü gibi nitel değerlendirme, panel veri analizi gibi analizlerde bulunmakta olup çoğunlukla anket yönetimi kullanılarak analiz edilen verilerle ihracat performansı test edilmektedir. Doktora tezlerinde olduğu gibi 5’li Likert ölçeği ağırlıklı olarak kullanılmaktadır. Kaynak tabanlı ihracat, uluslararasılaşma stratejisi, pazarlama stratejisi, pazarlama karması, rekabet stratejisi, yönetici - firma – sektör özellikleri, marka – ürün özellikleri gibi birçok ihracat performansı belirleyicileri bağımsız değişken olarak belirlenip ihracat performansı bağımlı değişken alınarak analizleri yapılmaktadır.

Tablo 5. Bu Çalışmada Kullanılan Yapılandırılmış Literatür Gözden Geçirme Metodolojisinin Grafik Akış İşlem Diyagramı / İhracat Performansı Öncülleri Alanında Yazılmış Yüksek Lisans Tezleri

İhracat Performansı Öncülleri Alanında Yazılmış Yüksek Lisans Tezleri							
Araştırma Konusu	Yazar / Yazarlar ve Yılı	Kurum	Araştırmanın Amacı	Bağımlı Değişken / Değişkenler	Bağımsız Değişken / Değişkenler	Araştırma Ölçeği / Örneklemi	Araştırma Tasarımı
“Türk İmalat Sanayiinin İhracat Performansının Seçilmiş Ülkeler Açısından Değerlendirilmesi”	Tatarer, Ö. (2004)	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Türk İmalat Sanayiinin İhracat Performansının Doğu Asya Ülkeleri Açısından Değerlendirmek	• İhracat Performansı	• Pazar Bileşim Etkisi • Pazara Uyum Etkisi • Mal Bileşim Etkisi • Mal Uyum Etkisi	Grubel Lloyd Endeksi, 1992-2002 261 Türk İmalat Sanayiindeki İşletme	Sabit Pazar Payı Analizi, Karşılaştırmalı Üstünlükler Analizi
“Türk Hazır Giyim Sektöründe İhracat Pazarlaması Performansının Analizi”	Usbaş, A. (2005)	İstanbul Teknik Üniversitesi	İhracat Pazarlama Performansının Değerlendirilmesi	• İhracat Performansı	• Uluslararasılaşma Süreci • Pazar Hedeflemeye Yönelik Uygulamalar • Ürün Kararları • Fiyat Kararları • Dağıtım Kararları • Tutundurma Kararları • Rekabet Avantajları • Çevre Faktörleri	Türkiye’nin İlk ve İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu’ndan Rasgele Seçim / 9 İstanbul Sanayi Odasına Kayıtlı Firma	Mülakat
“Teknolojik Gelişmelerin İhracat Performansı Üzerine Olası Etkileri: 1980 Sonrası Türkiye Örneği”	Bozkurt, K. (2006)	Muğla Üniversitesi	Patentler ve Sektörel İhracat Performansı Arasındaki İlişki	• İhracat Performansı • Patent	• Yerleşik Patent Stokları • Yerleşik Olmayan Patent Stokları • Teknolojik Uzmanlaşma • Sektörel İthalat	1985-2001 Türkiye’deki 9 İmalat Sanayi Sektörü	Panel Veri Analizi
“Üst Düzey Yönetici ve İnsani Sermaye Özelliklerinin Kobi İhracat Performansı Üzerindeki Etkileri”	Mert, A. (2007)	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	Türkiye’deki Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ) İhracat Davranışlarını Belirleyen Ögeler ve KOBİ’lerin İhracat Performansı Arasındaki Muhtemel İlişkiler	• Dış Ticaret Oranları • İhraç Edilen Ülke Sayısı • İhracattaki Gecikmeler	• CEO (Yönetici) Yaşı • CEO Eğitim Seviyesi • CEO Görev Süresi • CEO Yabancı Dil Becerileri • CEO Uluslararası Deneyimi • Beşeri Sermaye • Yabancı Dil Yetenekleri	2005 Bursa ve Ankara İllerinde Yer Alan 147 KOBİ	T Testi, Varyans Analizi

“İhracat Performansını Etkileyen Faktörlerin Analizi: Denizli’de Bir Firma Örneği”	Karagül, G. (2007)	Pamukkale Üniversitesi	İhracat Performansını Etkileyen Faktörler	• İhracat Performansı	• Firma Bilgileri ve Özellikleri	Denizli’de Bir Firma ve ilgili veriler	Firmanın Ekonomik Verilerinin Analizi
“Türkiye’de İhracat Performansını Etkileyen Makro Değişkenlerin Ekonometrik Analizi”	Sezen, S. (2008)	Trakya Üniversitesi	Türkiye’de İhracat İle Makro Değişkenler Arasındaki İlişki	• İhracat Performansı	• Yabancı Sermaye • Döviz Kuru • Faiz Oranı Enflasyon • İthalat	1980-2007 Yıllık Zaman Serisi / TCMB (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası), Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ve Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)’nin Elektronik Verileri	Zaman Serisi Analizi, Durağanlık Testi, Birim Kök Testi, Engle-Granger Esbütünleşme (Koentegrasyon) Analizi, Hata Düzeltme Modeli
“Üretim Yapan İşletmelerde İhracatta Kullanılan Teşvik ve Desteklemelerin İhracat Performansı Üzerine Etkisi ve Kullanımda Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri”	Taşpınar, M. (2008)	Selçuk Üniversitesi	Konya İli’ndeki Önemli Bir Yere Sahip Üretim Yapan İşletmelerin İhracat Teşvikleri Konusundaki Sıkıntıları, Hâlihazırdaki Sorunlarının İncelenmesi ve Bu Sorunlara İlişkin Çözüm Önerileri Sunulması	• İhracat Performansı	• İşletmelerin Faaliyet Süreleri • İstihdam Sayıları • Üst Yönetim Durumları • Üst Düzey Yönetici Eğitim Durumu • Kalite Belgesine Sahip Olma Durumu • İhracat Departmanına Sahip Olma Durumu • Yabancı Dil Bilgisi • İhracata Yönelik Teşviklerinden Yararlanma Durumu • İhracat Teşvikleri Konusunda Yardım Alma Durumu • Yurt Dışı Fuarlara Katılma Durumu • AR-GE Yatırımları	Açık-Kapılı Uçlu Sorular / Konya Organize Sanayi Bölgesi (OSB)’nde Otomotiv Yan Sanayinde Faaliyet Gösteren 56 İşletme	T Testi, Frekans Analizi, Kruskal Wallis Test
“The Impact of Cultural Sensitivity and Communication on	Bopieva, A. (2009)	Marmara Üniversitesi	İhracatçı – Distribütör İlişkilerinin ve İhracat Performansının	• İhracat Performansı	• Sadakat • Güven • Kültürel Duyarlılık • Paylaşılan Değerler	5’li Likert Tutum Ölçeği / 2007 Türkiye İhracatçıları Meclisi’nin Belirlediği En Fazla	Doğrulamalı Faktör Analizi ve Regresyon Analizi

Exporter - Distributor Relations and on Export Performance”			Kültürel Duyarlılık ve İletişime Etkisi		• İletişim	İhracat Yapan Firmalardan 114 Firma	
“Türkiye’nin Sabit Pazar Payı Analizine Göre AB Pazarındaki İhracat Performansı”	Usta, S. (2009)	Ege Üniversitesi	Türk İmalat Sanayinin AB Ülkelerindeki İhracat Performansı	• İhracat Performansı	• Pazar Bileşim Etkisi • Pazara Uyum Etkisi • Mal Bileşim Etkisi • Mal Uyum Etkisi	Grubel Lloyd Endeksi, 1999-2008 Dönemine İlişkin AB’nin Topluluk İçi ve Topluluk Dışı 97 Sektörün Dış Ticaret Verileri	Sabit Pazar Payı Analizi, Karşılaştırmalı Üstünlükler Analizi
“Dış Pazarlara Açılmada Markalaşmanın Önemi: Turquality®’nin İhracat Performansına Etkileri”	Ünnü, G. (2009)	Ege Üniversitesi	Turquality® Desteği’nden Yararlanma Düzeyinin İhracat Performansı Üzerine Etkileri	• İhracat Performansı	• Marka Performansı • İhracata Bağlılık • İhracat Bilgisi • Üst Yönetimin İhracat Pazar Çevresine Yönelik Algısı • İhracat Stratejisi • İhracat Tecrübesi • Turquality® Desteği’nden Yararlanma Düzeyi	5’li Likert Tutum Ölçeği / Turquality® Desteği’nden Yararlanmaya Hak Kazanan 22 İşletme	Betimsel İstatistiksel Teknikler, Güvenilirlik Analizi, Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way Anova), Çoklu Regresyon Analizi, Basit Regresyon Analizi, Pearson Korelasyon Analizi, Kısmi Korelasyon Analizi
“Türkiye’de İmalat Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların İhracat Performansı Üzerinde Genel Müdür Karakteristiklerinin Etkisi”	Öz, Ö. (2010)	Boğaziçi Üniversitesi	Türkiye’de yönetici genel karakteristikleri ile ihracat yönelimi arasındaki ilişki	• İhracat Performansı	• Yaş • Eğitim Düzeyi • Yabancı Ülke Etkisi	2006-2007 İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda (İMKB) İşlem Gören 38 İmalat Şirketi	Frekans Analizi, Mann-Whitney-U testleri
“Ar-Ge Harcamalarının Türkiye ve Karşılaştırmalı Olan Ülkelerdeki İmalat Sektörlerinin İhracat Performansına Olan Etkisi”	Yıldırım, İ. (2010)	Boğaziçi Üniversitesi	Ar-Ge Harcamalarının Türkiye ve Karşılaştırmalı Olan Ülkelerdeki İmalat Sektörlerinin İhracat Performansına Olan Etkisi	• İhracat Performansı	• Kimyasal ve İlgili Sektörlerin Pazar Payı • Malzeme Sektöründe Mamul Mallar İçin Dünya’daki İhracat Pazar Payı • Makine ve Taşıma Ekipmanları Sektöründe Dünya’daki İhracat Pazar Payı	Türkiye ve İlgili Veriyi Barındıran Yedi Adet Karşılaştırmalı Gelişmekte Olan Ülke	Sabit Etkiler, Panel Veri Analizi

					• Çeşitli Mamuller Sektörü Dünya'daki İhracat Pazar Payı • Ülke ve Yıl Bazında Yüzde Olarak GSYİH (Gayri Safi Yurt İçi Hasıla) İçindeki AR-GE Harcamaları • Ülke ve Yıl Bazında Yüzde Olarak GSYİH İçindeki Devletin AR-GE Harcamaları • Ülke ve Yıl Bazında Yüzde Olarak GSYİH İçindeki Ticari İşletme AR-GE Harcamaları		
“Türkiye ve İsrail’in İhracat Performansı Üzerine Bir Karşılaştırma”	Bilgütay, H. (2011)	Gaziantep Üniversitesi	Türkiye ve İsrail’in İhracat Performansı Üzerine Bir Karşılaştırma	• İhracat Performansı	• İhracat Oranları • Dış Ticaret Oranları • Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) • Dış Ticaret Hacmi • Kişi Başına İhracat Miktarı • İhracatın İthalatı Karşılama Düzeyi • İhracatın Teknolojik Yoğunluğa Göre Yapısı	1962-2005 Türkiye ve İsrail İhracat Performansı Verileri	Zaman Serisi
“Kurumsal Yönetim Bağlamında Yönetim Kurulu Yapılarının İhracat Performansına Etkileri: Türkiye Örneği”	Kalaycıoğlu, O. (2011)	Karadeniz Teknik Üniversitesi	Kurumsal Yönetim Bağlamında Yönetim Kurulu Yapılarının İhracat Performansına Etkileri	• İhracat Performansı	• Yönetim Kurulunda Üye Sayısının Artışı • Yönetim Kurulu Başkanı ile İcradan Sorumlu Üst Yönetici Ayrımı • Yönetim Kurullarında İcracı Olmayan Üye Sayısının Artışı	5’li Likert Tutum Ölçeği / 2007-2009 Türkiye İhracatçılar Meclisi’nin Belirlediği En Fazla İhracat Yapan Firmalardan 221 Firma	Korelasyon Analizi, Friedman Testi, Regresyon Analizi
“Firmaların Uyguladığı Pazarlama Stratejilerinin İhracat Performansları Üzerindeki Etkileri”	Bilgin, H. N. (2012)	Adnan Menderes Üniversitesi	Firmaların Uyguladığı Pazarlama Stratejilerinin İhracat	• İhracat Performansı	• Hedefleme Stratejileri • Ürün Stratejileri • Fiyat Stratejileri • Dağıtım Stratejileri	5’li Likert Tutum Ölçeği / 79 Bursa İli Hazır Giyim ve Konfeksiyon Firmaları	Güvenirlilik Analizi, Frekans Analizi

			Performansları Üzerindeki Etkileri		- Tutundurma Stratejileri - Algısal Performans Bilgileri		
“Uluslararası Genişleme Stratejileri ve Pazarlama Kararnının İhracat Performansı Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Rusya’ya Tekstil İhracatı Üzerinde Bir Uygulama”	Güleç, G. (2012)	Hacettepe Üniversitesi	Uluslararası Genişleme Stratejileri ve Pazarlama Kararnının Uyarlanması Kararnının İhracat Performansı Üzerindeki Etkileri	İhracat Performansı	- Firmaların Uluslararası Genişleme Stratejisi - Üründe Uyarlama Stratejisinin Belirlenmesi - Tutundurmada Uyarlama Stratejisinin Belirlenmesi - Dağıtımda Uyarlama Stratejisinin Belirlenmesi - Fiyatlandırmada Uyarlama Stratejisinin Belirlenmesi	5’li Likert Tutum Ölçeği / 2009-2011 Türkiye’de Faaliyet Gösteren Rusya’ya Tekstil İhracatı Yapan 50 İşletme	T Testi
“Kaynak Temelli Yaklaşım İle Üretici Firmaların Pazarlama Yeterliliklerinin İhracat Performansları Üzerine Etkilerinin İncelenmesi”	Nalçacı, G. (2012)	Çağ Üniversitesi	Kaynak Temelli Yaklaşım İle Üretici Firmaların Pazarlama Yeterliliklerinin İhracat Performansları Üzerine Etkilerinin İncelenmesi	İhracat Performansı	- Farkındalık - Bilgi Alışverişi - Sürdürülebilirlik	Örnek Olay Metodu / 14 Çeşitli Sektörlerden Üretici Firma	Kritik Vaka Metodu, Görüşme Tekniği, Sabit Karşılaştırmalı Analiz Metodu
“E-Pazarlama Yöneliminin İhracat Performansı Üzerine Etkisi: Gaziantep İlinde Bir Araştırma”	Sürer, A. (2012)	Gaziantep Üniversitesi	Stratejik Yönelimlerin Birbirleri Arasındaki İlişkileri İncelerken Bu İlişkilerin, İşletmelerin İhracat Performansları Üzerindeki Etkilerini Değerlendirmek	İhracat Performansı	- Pazar Yönelimi - E-Pazar Yönelimi - Girişimcilik Yönelimi - Teknoloji Yönelimi	5’li Likert Tutum Ölçeği / Gaziantep İlinde Faaliyet Gösteren, İhracat Yapan Ve Çalışan Sayısı 10’un Üzerinde Olan 144 Firma	Regresyon Analizi, Korelasyon Analizi
“İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Girişte Karşılaştıkları Engellerin İhracat Performansı Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Dış Ticaret Sermaye Şirketleri Üzerine Bir Araştırma”	Kalender, S. (2013)	Trakya Üniversitesi	Uluslararası Pazarlara Girişte Karşılaşılan Engellerin Şirketlerin İhracat Performansları Üzerindeki Etkilerinin Dış Ticaret Sermaye Şirketleri Kapsamında Değerlendirilmesi	- İhracat Satış Hacmi - İhracat Pazar Payı - Yeni İhracat Pazarına Giriş Hızı - Kârlılık Üzerine Etkisi - İhracat Performansı - Rakiplerine Göre İhracat Satış Hacmi - Rakiplerine Göre İhracat Pazar Payı	Uluslararası Pazarlara Giriş Engelleri	5’li Likert Tutum Ölçeği / Dış Ticaret Sermaye Şirketi Statüsüne Sahip 51 İşletmede Çalışan 144 Personel	T Testi, Anova Testi (Tek Yönlü Varyans Analizi), Regresyon Analizi, Korelasyon Analizi

				• Rakiplerine Göre Yeni İhracat Pazarına Giriş Hızı • Rakiplerine Göre Kârlılık Üzerine Etkisi			
“İhracat Performansına Etki Eden Faktörler ve Pazarlama Planlama Yeteneği ile İhracat Performansı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma”	Kaplan, M. (2013)	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	İhracat Performansına Etki Eden Faktörler ve Pazarlama Planlama Yeteneği ile İhracat Performansı İlişkisi	• İhracat Performansı • Pazarlama Planlama Yeteneği	• Firma Çalışanlarının Bilgi ve Deneyimi • Firmanın İhracat Deneyimi • Firmanın İhracat Pazar Bilgisi • İhracat Bağlılığı • Pazarlama Planlama Yeteneği	5’li Likert Tutum Ölçeği / Türkiye’de Otomotiv Yan Sanayi Alanında Faaliyet Gösteren 244 Firma (Çalışan Sayısı 50’nin Üzerinde Olan)	Regresyon Analizi, Korelasyon Analizi
“Avrupa Birliği’ne Üyelik Sürecinde İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının İşletmelerin İhracat Performansı Açısından Değerlendirilmesi”	Sapmaztürk, C. (2013)	Atılım Üniversitesi	Avrupa Birliği’ne Üyelik Sürecinde İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının İşletmelerin İhracat Performansı Açısından Değerlendirilmesi	• İhracat Performansı	• Objektif Kriterler • Subjektif Kriterler	1980-2011 Türkiye Makro ve Mikro Değerler	SWOT Analizi
“The Interrelation Between Internal and External Factors, Adaptation Strategies and Export Performance in International Marketing: An Application on Clothing Industry”	Bıçakçıoğlu, N. (2014)	Dokuz Eylül Üniversitesi	Uluslararası Pazarlamada İçsel ve Dışsal Faktörler, Adaptasyon Stratejileri ve İhracat Performansı Arasındaki Etkileşim	• İhracat Performansı	• Uluslararası Pazarlama Stratejilerini Etkileyen İçsel Faktörler • Uluslararası Pazarlama Stratejilerini Etkileyen Dışsal Faktörler • Adaptasyon Stratejileri	Türkiye’de Ege Bölgesi’nde Faaliyet Gösteren 100 Hazır Giyim Firması	Doğrulayıcı Faktör Analizi, Yapısal Eşitlik Modeli
“Türkiye’de İhracat Yapan Kobi’lerin Ortaklık ve Sermaye Yapılarının İhracat Performansına Etkisi”	Çelik, İ. (2014)	Galatasaray Üniversitesi	Türkiye’de İhracat Yapan Kobi’lerin Ortaklık ve Sermaye Yapılarının İhracat Performansına Etkisi	• İhracat Performansı	• Firma Yaşı • Firma Büyüklüğü • Çalışan Başına Yaratılan Katma Değer • Firma Net Kârlılık Oranı	2009-2011 Türkiye İhracat Kredi Bankası A.Ş. (Eximbank) Veri Tabanındaki 845 Firma	Panel Veri Analizi

					• Firmanın Yabancı Ortağının Bulunup Bulunmadığı • Firmanın Tüzel Kişilik Ortaklık Payı • Finansal Kaldıraç Oranı		
“Gıda Sanayi Dış Ticareti İhracat Performansı Mersin İli Örneği”	Ersöz, S. (2014)	Mersin Üniversitesi	Gıda Sanayi Dış Ticareti İhracat Performansı	• İhracat Performansı	• Mal Etkisi • Rekabet Etkisi • Pazar Etkisi	Mersin İli Gıda Sanayi Alt Sektörleri; Et ve Et Ürünleri, Hububat ve Hububat Ürünleri, Meyve ve Sebzeler, Çeşitli Yenilebilir Ürünler, Tütün ve Tütün Mamulleri	Sabit Piyasa Payı Yöntemi
“İkili Vize Serbestliği Anlaşmalarının Ülke İhracat Performansına Etkileri: Türkiye Örneği”	Özdemir, Z. (2014)	Süleyman Demirel Üniversitesi	İkili Vize Serbestliği Anlaşmalarının Ülke İhracat Performansına Etkileri	• İhracat Performansı	• Gelir • Mesafe • Nüfus • Döviz Kuru • Vize Kukla Değişkeni • Gelen Kişi Sayısı	1984-2013 Türkiye’nin Vize Muafiyeti Anlaşması Yapmış Olduğu Yirmi İki Ülkeye Yapılan İhracat Verileri	Hausmann Testi, Otokorelasyon Testi, Panel Veri Analizi
“Türkiye’de İhracatın Teşvik ve Geliştirilmesi Araçlarından Faydalanan İşletmeler ile Faydalanmayan İşletmeler Arasındaki İhracat Performansının Karşılaştırılması: Konya’da İmalat Sektöründe Ampirik Bir Çalışma”	Yalçın, G. (2015)	KTO Karatay Üniversitesi	İhracat Teşviklerinden Yararlanan Firmalar İle Yararlanmayan Firmaların İhracat Performanslarının Karşılaştırılması	• İhracat Performansı	• İhracat Teşviklerinden Yararlanma Durumu • İşletmeye Sağladığı Katkı • Memnun Kalma Durumları	5’li Likert Tutum Ölçeği / Konya’da İmalat Sektöründe Faaliyet Gösteren 104 İhracatçı İşletme	Anova, Korelasyon Analizi
“İhracat Performansının Modellenmesi: Türkiye Örneği”	Akçelik, B. (2016)	Yaşar Üniversitesi	İhracat Performansının Modellenmesi	• İhracat Performansı	• Firma Özellikleri • İhracat Algısı • İhracat Bağlılığı • İhracat Teşvikleri • İhracat Sorunları	7’li Likert Tutum Ölçeği / 120 İzmir İlindeki İhracat Yapan Firmalar	Korelasyon Analizi ve Regresyon Analizi Metodu

“Kurumsal Kalitenin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: G-20 Ülkeleri İçin Ampirik Bir Çalışma”	Arslan, A. (2016)	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	Kurumsal Kalitenin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi	• İhracat (2005 Baz Yılı)	• Reel Efektif Döviz Kuru • Dünya Reel Geliri • Kurumsal Kalite • Dünya Petrol Fiyatları • Dünya Doğalgaz Fiyatları	1996-2012 G-20 Ülkeleri İhracat Performansı Verileri	Panel Regresyon, Panel Birim Kök Testi
“The Determinants of High-Technology Export Performance: An Empirical Investigation In Brict”	Avşar, D. (2016)	Boğaziçi Üniversitesi	Yüksek Teknoloji İhracat Performansının Belirleyicileri	• Yüksek Teknoloji İhracat Performansı	• Ulusal Yönelim • İnovasyon • Üretken Kapasite • Finansal Piyasaların Gelişimi • Nitelikli İş Gücü	2006-2014 BRIC ile Türkiye İhracat Performansı Verileri	Panel Veri Analizi, Regresyon Analizi
“İnovasyonun İhracat Performansına Etkisi: Karaman İli Örneği”	Çetin, K. (2016)	KTO Karatay Üniversitesi	İnovasyonun İhracat Performansına Etkisi	• İhracat Performansı	• Firma Özellikleri • İnovasyon Yapma Düzeyi • İnovasyon Süreci • İhracat Süreci	5’li Likert Tutum Ölçeği / Karaman İli 108 Sanayi İşletmesi	Ki-Kare, Doğrusal Regresyon, T Testi
“Uluslararası Ticarete Yönelik Pazarlama Yeteneklerinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Kayseri İlinde Bir Uygulama”	Çinar, B. (2016)	Balıkesir Üniversitesi	Pazarlama Yeteneklerinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi	• İhracat Performansı	• Müşteri Odaklılık • Rekabet Odaklılık • Yenilik Odaklılık • Pazarlama Karması Yeteneği • Stratejik Pazarlama Yeteneği	5’li Likert Tutum Ölçeği / Kayseri İli Organize Sanayi Bölgesi’nde İhracat Yapan 153 Firma	Açıklayıcı Faktör Analizi, Korelasyon Analizi, Yapısal Eşitlik Modellemesi
“Uluslararası Girişimciliğin İşletmelerin İhracat Performansına Etkisi: Manisa Organize Sanayi Bölgesi Örneği”	Kurt, İ. (2016)	Celal Bayar Üniversitesi	Uluslararası Girişimciliğin İşletmelerin İhracat Performansına Etkisi	• İhracat Pazar Performansı	• Uluslararası Girişimcilik Yönelimi • Uluslararası Öğrenme Yönelimi • Uluslararası İsteklendirme Yönelimi • Uluslararası Pazar Yönelimi • Rakiplerle İşbirliği Yönelimi • Rakip Olmayanlarla İşbirliği Yönelimi	5’li Likert Tutum Ölçeği / Manisa Organize Sanayi Bölgesi(OSB)’Nde Faaliyet Gösteren Orta Ve Büyük Ölçekli 120 İşletme	Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA), Korelasyon Analizi

“Doğu Afrika Ülkelerinin İhracat Performansının Belirleyicileri”	Mohamoud, A. S. (2016)	Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi	Yedi Doğu Afrika Ülkesinin İhracat Performansında Etkili Olan Değişkenleri Tespit Etmek Ve Doğu Afrika’nın İhracat Performansına Uygun Çözümler Önermek	• İhracat Performansı	• İş gücü • Endüstrileşme • Doğrudan yabancı yatırımlar • Döviz kuru • Enflasyon • Gayri Safi Yurt İçi Hasıla Büyüme Oranı	1990-2014 OECD Ulusal Hesap Veri Dosyası	Korelasyon Analizi, Havuzlanmış En Küçük Kareler (POLS), F-Testi, Hausmann Testi, Otokorelasyon Testi, Wald Testi, Panel Veri Analizi
“İhracat Performansının Belirleyicileri: Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Örneği”	Parlakgöl, M. (2016)	Boğaziçi Üniversitesi	Sektör Bazında İhracat Performansının Belirleyicileri	• İhracat Performansı	• Yöneticinin Eğitimi • Yöneticinin Uluslararası Tecrübesi • Şirket Büyüklüğü • Şirketin Yaşı • Bir Gruba Aitlik • Eximbank Desteği • Ar-Ge Harcaması • Yenilikçilik	Türkiye’de Tekstil ve Hazır Giyim Sektöründe Faaliyet Gösteren 58 İhracatçı Şirketi	Kolmogorov Smirnov Testi, Shapiro-Wilks Normallik Testi, Mann-Whitney U Testi, Kruskal-Wallis Testi T Testi, Anova Testi,
“Kümelenmenin KOBİ’lerin İhracat Performansına Etkisi: Kuyumcukent Örneği”	Şahin, Ş. (2016)	İstanbul Ticaret Üniversitesi	Kümelenmenin KOBİ’lerin İhracat Performansına Etkisi	• İhracat Performansı	• Firma Stratejisi ve Rekabet Durumu • Faktör Koşulları • Talep Koşulları • İlgili Destekleyici Endüstriler • Şans • Devlet	5’li Likert Tutum Ölçeği / İstanbul Mücevher İhracatçıları Birliği’nden Alınan Bilgiler Doğrultusunda Kuyumcukent’te 45 Mücevher İhracatçısı Firma	Frekans Dağılımı, T Testi
“Kobi'lere Yönelik Demografik Faktörlerin İhracat Performansına Etkisi: Konya İmalat Sektöründe Bir Araştırma”	Aktaş, M. A. (2017)	KTO Karatay Üniversitesi	Kobilere Yönelik Demografik Faktörlerin İhracat Performansına Etkisi	• İhracat Performansı	• Çevre • Firma Karakteri • İş Stratejileri	5’li Likert Tutum Ölçeği / 152 Konya İlnde Sanayi Bölgesinde İmalat (Üretim) Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmeler	Doğrulamalı Faktör Analizi, T Testi, ANOVA
“İmalat Sanayiinde Teknoloji Transferi, İnovasyon, İhracat ve Firma Performansı İlişkilerinin İncelenmesi: İhracat ve İnovasyon”	Alan, M. A. (2017)	Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi	İmalat Sanayiinde Teknoloji Transferi, İnovasyon, İhracat ve Firma Performansı İlişkilerinin İncelenmesi	• İhracat • Firma Performansı	• Teknoloji Transferi • İnovasyon	5’li Likert Tutum Ölçeği / 252 Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) kayıtlı firma	Yapısal Eşitlik Modeli

Türkiye'deki İhracatçı Firmalarda Bir Uygulama"							
"Katma Değerin İhracat Performansına Etkisinin Ölçülmesi ve Türk İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama"	Ayar, B. (2017)	Marmara Üniversitesi	Katma Değerin İhracat Performansına Etkisinin Ölçülmesi	İhracat Performansı	- Katma Değer - Ar-Ge - İnovasyon - Markalaşma - Tasarım - İşletme Özellikleri - Uluslararası Bağlılık - Uluslararası Deneyim - Çevresel Özellikler	5'li Likert Tutum Ölçeği / 313 Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) kayıtlı firma	Güvenirlilik Analizi, Regresyon Analizi, Faktör Analizi, Kruskal Wallis Tek Yönlü Varyans Analizi, T Testi
"İhracat Performansı Döviz Kurunun Etkisi: "Tanzanya'nın Örnek Bir Araştırması"	Omar, H. H. (2017)	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	İhracat Performansı Döviz Kurunun Etkisi	İhracat Performansı	- Döviz Kuru - Dış Talep	Tanzanya'nın 1993:01'den 2016:04'e Kadar Olan Dönemi	Vektör Otoregresif (VAR) Modeli, Granger Nedensellik Testi
"OECD Üyesi Ülkelere Yönelik Türk Beyaz Eşya Sektörünün İhracat Performansı: Türkiye'deki Beyaz Eşya İhracatçılarına Bir Model Önerisi"	Başer, A. (2018)	KTO Karatay Üniversitesi	OECD Üyesi Ülkelere Yönelik Bir Türk Sektörünün İhracat Performansı	İhracat Performansı	- İthalat Oranları - İhracat Oranları	2013-2017 Beyaz Eşya Sektörü Alt Elemanlarından Buzdolabı (Dondurucu Dahil), Bulaşık Makinesi, Çamaşır Makinesi ve Fırın İçin Ürün Bazlarında İkincil Veriler	Zaman Serisi
"Lojistik Performansının, Firma Performansı ve İhracat Performansına Etkisi: TRA1 Düzey 2 Bölgesinde Bir Uygulama"	İnamoğlu, N. (2018)	Bayburt Üniversitesi	TRA1 Düzey 2 Bölgesinde Faaliyette Bulunan İhracatçı Firmaların, Lojistik Performanslarının, Firma Performansları ve İhracat Performansları Arasındaki İlişki	İhracat Performansı	- Lojistik Performansı - Firma Performansı	5'li Likert Tutum Ölçeği / Bayburt, Erzincan Ve Erzurum İllerini Kapsayan TRA 1 Düzey 2 Bölgesindeki 50 İhracatçı Firma	T Testi, Anova Testi, Regresyon Analizi, Korelasyon Analizi
"İhracata Yönelik Devlet Teşvik ve Desteklerinin İhracat Performansı ve Uluslararasılaşma Düzeyi Üzerine Etkisi"	Kuşanaç, I. (2018)	Gaziantep Üniversitesi	İhracata Yönelik Devlet Teşvik ve Desteklerinin İhracat Performansı ve Uluslararasılaşma Düzeyi Üzerine Etkisi	- İhracat Performansı - Uluslararasılaşma Düzeyi	- İhracatta Karşılaşılan Zorluklara Yönelik Algı - İhracata Yönelik Desteklerden Yararlanma Düzeyi	5'li Likert Tutum Ölçeği / Gaziantep İlinde Faaliyet Gösteren İhracatçı Firmalar	Regresyon Analizi, Korelasyon Analizi

					• İhracatçı Firmanın Kişisel Bağ, Network Ve Bağlantı Düzeyi		
“Bilgi Yayılımlarının Ülkelerin İhracat Performansına Etkisi: Panel Data Yaklaşımı”	Özsoy, S. (2018)	TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi	Doğrudan Yabancı Sermaye Girişlerinin ve Yenilikçi Faaliyetlerin Ülkelerin İhracat Performansının İyileştirilmesinde Bilgi Yayılımı Kanalı Olarak Hareket Edip Etmediğini Araştırmak	• İhracat Performansı	• İnsan Sermayesi • Niteliği • Finansal Gelişimi • Küreselleşme Düzeyi • Bilgi Yayılım Kanalları	2002-2015 Gelişmiş ve Gelişmekte Olan 114 Ülke	Panel Veri Analizi
“İnsan Kaynakları Yönetimi ve Toplam Kalite Yönetimin Firma İhracat Performansı Üzerine Etkisi: Gaziantep Örneği”	Yiğit, M. Ş. (2018)	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	İnsan Kaynakları Yönetimi ve Toplam Kalite Yönetimin Firma İhracat Performansı Üzerine Etkisi	• İhracat Performansı • Yurt Dışı Müşteri ile İlişkiler	• Toplam Kalite Yönetimi (Üst Yönetim Katılımı, Çalışan Kalite Eğitimi, Çalışan Yetkilendirilmesi, Müşteri Odaklılık) • İnsan Kaynakları Yönetimi (İşe Alım ve Seçim, Eğitim ve Geliştirme, Performans Değerlendirme)	5’li Likert Tutum Ölçeği / Gaziantep İli’nde İhracat Yapan 216 Firma Personeli	Barlett Testi, Keşfedici Faktör Analizi (KFA), Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA), Korelasyon Analizi
“Dış Pazarlara Girişte Markalaşmanın Önemi ve Turquality’nin İhracat Performansına Olan Etkilerinin İncelenmesi”	Akbaş, G. (2019)	İstanbul Ticaret Üniversitesi	Dış Pazarlara Girişte Markalaşmanın Önemi ve Turquality’nin İhracat Performansına Olan Etkileri	• İhracat Performansı • Markalaşma	• Dış Pazarlara Giriş • Turquality Desteği	5’li Likert Tutum Ölçeği / İstanbul İli’nde Turquality Desteği Alan 67 Firma Yetkilisi	Frekans Dağılımı, T Testi, Anova Testi
“Doğrudan Yabancı Yatırımların Türkiye’nin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi”	Akman, A. S. (2019)	Uludağ Üniversitesi	Doğrudan Yabancı Yatırımların Türkiye’nin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi	• İhracat Performansı	• Doğrudan Yabancı Yatırımlar • Sanayi Üretim Endeksi • Üretici Fiyat Endeksi • Reel Döviz Kuru • Ticari Kredi Faiz Oranları	2015-2018 Merkez Bankası ve Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) Verileri	Birim Kök Analizi, Hodrick-Prescott Ayırıştırması, Heteroskedasticity-LM Testi, Cusum – Cusum Q Testi, Autoregressive Distributed Lag (ARDL) Sınır Testi, Eş Bütünleşme Analizi

“Lojistik İnovasyon Yeteneğinin Rekabet Gücü ve İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Kahramanmaraş İlinde Bir Alan Çalışması”	Balkar, O. E. (2019)	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	Lojistik İnovasyon Yeteneğinin Rekabet Gücü ve İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi	• İhracat Performansı	• Lojistik İnovasyon Yeteneği (Sürekli İyileştirme Odaklı Yetenek ve Süreç Odaklı Yetenek) • Rekabet Gücü	5’li Likert Tutum Ölçeği / Kahramanmaraş İlinde Faaliyet Gösteren 100 İhracatçı İşletme	Frekans Analizi, Regresyon Analizi, Korelasyon Analizi, Faktör Analizi
“Merkez Kurumlar Olarak Finansal Sistem ve Devletin Politika ve Uygulamalarının Küçük ve Orta Ölçekli Firmaların İhracat Performansına Etkisi Üzerine Nitel Bir Araştırma”	Duman Akyol, Z. (2019)	Sakarya Üniversitesi	Merkez Kurumlar Olarak Finansal Sistem ve Devletin Politika ve Uygulamalarının Küçük ve Orta Ölçekli Firmaların İhracat Performansına Etkisi	• İhracat Performansı	• Türkiye’de Devletin İş Dünyasına Yönelik Uygulamaları • Devletin İş Dünyasına Yönelik Uygulamaları • Türkiye’deki Finans Bankacılık Sistemi ve Kredi Mekanizması	Mülakat / Doğu Anadolu ve Batı Bölgelerinde ihracat yapan 11 firma yöneticisi	Nitel Veri Analizi
“Coğrafi İşaret Tescilli Aydın İnciri, Ege Sultani Üzümlü, Giresun Fındığı Dış Pazarlarında Türkiye’nin İhracat Dekompozisyon Analizi”	Ege, M. (2019)	Akdeniz Üniversitesi	Sektörel Türkiye’nin İhracat Dekompozisyon Analizini Yapmak	• İhracat Performansı	• Global Etki • Sektörel Etki • Coğrafi Etki • Rekabet Etkisi	1989-2019 Türkiye’nin Fransa, Almanya, Amerika, İtalya ve İsviçre’ye yaptığı ihracat verileri	Pazar-Kayma Analizi
“İhracat Performansında Pazarlama İstihbaratının Rolü: TR83 Bölgesindeki Kobiler Üzerinde Bir Araştırma”	Ersoy, C. K. (2019)	Ondokuz Mayıs Üniversitesi	Pazarlama İstihbaratının İhracat Performansına Etkisi	• İhracat Performansı	• Pazarlama İstihbaratı • Ticari Bilgileri Edinme Sıklığı • Pazarlama İstihbarat Kaynakları Kullanım Sıklığı • Toplam Satışlardaki İhracat Oranı • İşletme İhracat Oranı Artışı • Dış Ticaret Performansı	5’li ve 7’li Likert Ölçeği / 204 Samsun, Amasya, Çorum ve Tokat illerinde yer alan ve ilgili ticaret odalarına kayıtlı ihracatçı KOBİ	Regresyon Analizi, Tukey ve LSD Testi Yöntemleri

“Mobilya Sektöründe İnovasyonun İhracat Performansına Etkisi: İzmir İli Üzerine Ampirik Bir Çalışma”	Karadayı, İ. (2019)	Manisa Celal Bayar Üniversitesi	Firmaların Yenilik Yeteneklerinin İhracat Performansına Etkisi	• İhracat Performansı	• Süreç Yeniliği • Ürün Yeniliği • Davranışsal Yenilik • Yetenekleri • Stratejik Yenilik • Yetenekleri	5’li Likert Tutum Ölçeği / 80 İzmir İli Sınırları İçerisinde Mobilya Sektöründe İhracat Yapan Firmalar	Faktör Analizi, Varyans Analizi, Korelasyon Analizi, Post HocTests – Tukey
“İhracat Performansının Firma Bazında Belirleyicileri”	Kesim, A. H. (2019)	Boğaziçi Üniversitesi	İhracat Performansının Firma Bazında Belirleyicilerini Tespit Etmek	• İhracat Performansı	• Yöneticinin Eğitim Seviyesi • Yabancı Dil Kabiliyeti • İhracat Motivasyonları • Firmanın İhracat Pazarlama Stratejileri • Organizasyonel İhracat Taahhüdü	5’li Likert Tutum Ölçeği / 58 İstanbul Sanayi Odası’nın “Türkiye’nin En Büyük 1000 Üretim Şirketi” Listesinden Alınmış Firma	Regresyon Analizi
“Tedarik Zinciri Yönetiminin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Çorum İmalat Sanayi Üzerinde Bir Uygulama”	Kılıç, H. (2019)	Hitit Üniversitesi	Tedarik Zinciri Yönetiminin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi	• İhracat Performansı; Finansal İhracat Performansı, Stratejik İhracat Performansı, İhracat Girişiminden Memnuniyet	• Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulamaları; Teknoloji Kullanımı, İç İlişkiler, Dış İlişkiler, Ürün Geliştirme, Nakliye, Stok Yönetimi	5’li Likert Tutum Ölçeği / 35 Çorum İli İmalat Sanayinde Faaliyet Gösteren ve Ticaret Sanayi Odasına Kayıtlı İhracatçı Firmalar	Regresyon Analizi, Stepwise Tekniği, Korelasyon Analizi
“Küme Kaynaklarının ve Firma Kaynaklarının İhracat Performansına Etkisine Yönelik Bir Araştırma”	Koçak, M. (2019)	Sakarya Üniversitesi	Küme Kaynaklarının ve Firma Kaynaklarının İhracat Performansına Etkisi	• İhracat Performansı	• Küme Kaynakları • Firma Kaynakları	5’li Likert Tutum Ölçeği / 328 İnegöl (Bursa) ve Siteler (Ankara)’de Bulunan Mobilya Sektöründe Firma	Güvenirlilik Analizi, Korelasyon Analizi, Regresyon Analizi

“Reel Döviz Kurunun Firmaların İhracat Performansına Etkisi: Farklı Sektörlerdeki Firmalar Üzerine Ampirik Bir İnceleme”	Küpcü, O. (2019)	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	Reel Döviz Kurunun Firmaların İhracat Performansına Etkisi	• İhracat Performansı	• Döviz Kuru • Katma Değer • Sermaye • Emek Oranı	İstanbul Sanayi Odası (ISO) 500 Listesindeki 2005 – 2016 Yılları Arasında Kesintisiz Verileri Olan 6 Farklı Sektör Grubundaki 69 Firma	F-Testi, Breusch –Pagan Testi, Hausmann Testi, Greene Likelihood Testi, Pesaran Testi, Driscoll Kraay Yöntemi, Panel Veri Analizi
“İhracat Performansını Etkileyen İşletme İçi Faktörler: Konya’da İmalat Sanayii Üzerine Bir Araştırma”	Mercan, A. (2019)	KTO Karatay Üniversitesi	İhracat Performansını Etkileyen İşletme İçi Faktörleri Belirlemek	• İhracat Performansı	• Firma Çalışanlarının Bilgi ve Deneyimi • Firmanın İhracat Deneyimi • Firmanın İhracat Pazar Bilgisi • İhracat Bağlılığı • İhracat Pazarlama Planlama Yeteneği	5’li Likert Tutum Ölçeği / 144 Konya İli İmalat Sanayiinde Faaliyet Gösteren Firmalarda Çalışan	Regresyon Analizi, ANOVA Testi
“Tedarikçi Entegrasyonu ve Çevresel Belirsizliğin İhracat Performansına Etkisi”	Özcan, C. (2019)	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	Tedarikçi Entegrasyonu ve Çevresel Belirsizliğin İhracat Performansına Etkisi Belirlemek	• İhracat Performansı	• Tedarikçi Entegrasyonu • Çevresel Belirsizlik	5’li Likert Tutum Ölçeği / 153 Gaziantep’te bulunan üretim işletmesi	Keşfedici Faktör Analizleri; Varimax Döndürme Yöntemi İle KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) “Örnekleme Yeterliliğinin Ölçümü Testi”, Bartlett’in (Bartlett’s Test Of Sphericity) “Küresellik Testi” İle Faktör Analizi, Doğrulayıcı Faktör Analizleri, Güvenirlilik Analizi, Regresyon Analizi, Varyans Analizi, Anova Testi, Yapısal Eşitlik Modeli

“Dünya Çapındaki Firmaların İnovasyon, İş İlişkileri ve Ülke Düzeyinde Bağlamsal Etkenleri Kapsamında İhracat Performansı: 2008'den 2015'e GEM Verilerini Kullanan Bir Analiz”	Qadır, S. A. (2019)	İstanbul Şehir Üniversitesi	Dünya Çapındaki Firmaların İnovasyon, İş İlişkileri ve Ülke Düzeyinde Bağlamsal Etkenleri Kapsamında İhracat Performansı	• İhracat Performansı	• Firma Yaşı • Yenilik • Yaş • Cinsiyet • Sanayi Sektörü • Diğer Girişimci • İşe Özgü Karakteri	Küresel Girişimcilik Monitörü (KGM) Verilerinden 70 Veri Seti	Çoklu Doğrusal Regresyon, Hiyerarşik Doğrusal Modeller, Varyans Analizi
“Türkiye’nin Seçilmiş Bazı Sektörlerinde İhracat Performansını Belirleyen Faktörler”	Sağiroğlu, N. (2019)	Galatasaray Üniversitesi	İhracat Performansını Belirleyen Faktörler	• İhracat Performansı	• Devlet Yardımları • İhracata İlişkin Engeller / Kotalar • İhracat İlişkin Vergiler	2009-2018 TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) Verileri	Zaman Serisi
“Türkiye’nin İhracatının Taşıma Modlarına Göre Dağılımı, Bütünleştirilmiş Lojistik Stratejisinin Türkiye’nin İhracat Performansına Olası Etkileri: Konya’da İhracat Yapan Firmalar Üzerinde Bir Çalışma”	Sağlam, M. (2019)	KTO Karatay Üniversitesi	Taşıma Modları, Lojistik Stratejiler ve İhracat Performansı Arasındaki İlişkiyi Belirlemek	• İhracat Performansı	• İhracat Lojistik Performansı • İşletme Yaşı • İşletme Büyüklüğü • İhracat Tecrübesi • Lojistik Faaliyeti Yöneten Birim • İhracat Şekli • İhracat Sıklığı • İhracat Taşıma Modları • İhracatta Karşılaşılan Problemler	5’li Likert Tutum Ölçeği / 101 Konya İlinde İhracat Yapan Firma	Frekans Analizi, Güvenirlilik Analizi, KMO - Brartlett’s Testi, Faktör Analizi, Shapiro-Wilk Testi, Skewness Değeri - Kurtosis Değeri, Anova Testi, Tukey Testi, Games-Howell Testi

“Uluslararası Tutundurma Stratejileri İle İhracat Performansı Arasındaki İlişkide Rekabet İstihbaratının Düzenleyici Rolü”	Sancı, T. (2019)	Gazi Üniversitesi	Rekabet İstihbaratı, Uluslararası Tutundurma Stratejileri ve İhracat Performansı Arasındaki İlişkinin Tespiti	• İhracat Performansı	• Rekabet İstihbaratı • Uluslararası Tutundurma Stratejileri	5’li Likert Tutum Ölçeği / 356 Ankara ilinde faaliyet gösteren ihracatçı firma	Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) - Barlett testi, Faktör Analizi, Güvenirlilik Analizi, Korelasyon Analizi, Doğrusal Regresyon Analizi, Hiyerarşik Regresyon Analizi
“Kurumsal Yapı ve ARGE Harcamalarının İhracat Performansına Etkisi: Çekim Modeli Analizi”	Tan, M. (2019)	Pamukkale Üniversitesi	Kurumsal Yapı ve ARGE Harcamalarının İhracat Performansına Etkisini Belirlemek	• İhracat Performansı	• Demokrasi • Hukuk Devleti • Yönetişim Etkinliği • Yolsuzluk • Arge Harcamaları	2000-2015 35 OECD ve 5 BRICS ülkesi / Dünya Yönetişim Göstergelerinde (WGI) İfade Özgürlüğü ve Hesap Verebilirlik endeksi	Çekim Modeli, Panel EKK (En Küçük Kareler Tahmin Yöntemi), Bayer, Bergstrand, PPML (Poisson Pseudo Maximum Tahmin Yöntemi)
“Merkez Kurumlar Olarak Finansal Sistem ve Devletin Politika ve Uygulamalarının Küçük ve Orta Ölçekli Firmaların İhracat Performansına Etkisi Üzerine Nitel Bir Araştırma”	Taş, A. (2019)	Sakarya Üniversitesi	Merkez Kurumlar Olarak Finansal Sistem ve Devletin Politika ve Uygulamalarının Küçük ve Orta Ölçekli Firmaların İhracat Performansına Etkisi	• İhracat Performansı	• Devletin İş Dünyasına Yönelik Uygulamaları • Finans-Bankacılık ve Kredi Mekanizması • Firmaların İhracat Faaliyeti İçin Seçtiği Ülkeleri Seçme Nedenleri ve İhracat Faaliyetine Karar Verme Sebepleri • Devlet Kurumları ve Bürokratların Etkisi • Türk Dış Politikası	Görüşme Tekniği / Doğu Anadolu Bölgesinde ve Batı Bölgelerimizde Faaliyet Gösterip İhracat Kalemi Bulunan 11 Firma Yöneticisi	Mülakat
“Rekabetçi Bir Yaklaşımla İhracat Performansını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: ISO-500 Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma”	Tipi, İ. (2019)	Marmara Üniversitesi	Rekabet Stratejileri ile İhracat Performansının Belirlenmesi	• İhracat Performansı	• Rekabet Stratejileri; Maliyet Liderliği Stratejisi, Farklılaştırma Stratejisi, Odaklanma Stratejisi	5’li Likert Tutum Ölçeği / İstanbul Sanayi Odası (ISO) Birinci 500 Büyük Firma Arasından 103 Firma	T Testi, Varyans Analizi (Anova), Pearson Korelasyon, Regresyon Analizleri

“Pazar ve İnovasyon Yönelimliliğinin İhracat İşletmelerinin İnovasyon, İhracat ve İşletme Performansına Etkileri”	Yörükoğlu, Ö. (2019)	Bursa Uludağ Üniversitesi	Pazar Yönelimliliği, İnovasyon Yönelimliliği, İşletme Performansı ve İhracat Performansı Arasındaki İlişkinin Tespiti	İhracat Performansı	- Pazar Yönelimliliği - İnovasyon Yönelimliliği - İşletme Performansı	5’li Likert Tutum Ölçeği / 527 İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birliği, Uludağ İhracatçıları Birliği ve İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birliklerine üye işletme	Güvenirlilik Analizi, Yapısal Eşitlik Modeli, SmartPLS Blindfolding Analizi
“Avrupa Birliği Ülkelerinde Doğrudan Yabancı Yatırımların İhracat Performansına Etkisi (1990-2018)”	Yurt, Ö. F. (2019)	Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi	Avrupa Birliği Ülkelerinde Doğrudan Yabancı Yatırımların İhracat Performansına Etkisi	İhracat Performansı	- Doğrudan Yabancı Yatırımlar (DYY) - Ekonomik Büyüme	1990-2018 12 Avrupa Birliği (AB) Ülkesi Veri Seti	Panel Veri Analizi, Sabit Etiketler Modeli, ANOVA F Testi, Breushch-Pagan Lagrange Çarpımı (Breushch-Pagan LMTesti), Hausman Testi, Durağanlık (Birim Kök) Testi
“İnovasyon, Pazarlama ve Yönetişim Yeteneklerinin Türk Firmalarının İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi”	Yüzak, G. (2019)	Yaşar Üniversitesi	İnovasyon, Pazarlama, Yönetişim Yeteneklerinin İhracat Performansına Etkisi	İhracat Performansı	- Pazarlama Yetenekleri - İnovasyon Yetenekleri - CEO (Chief Executive Officer) Özellikleri - Yönetim Kurulu Özellikleri	Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) İlk 1000 İhracatçıları Listesinde 30 İhracatçı Firma	Regresyon Analizi, Korelasyon Analizi
“Devlet Teşvikleri ve İhracat Performansı İlişkisi: Bir Meta-Analiz Çalışması”	Altun, O. (2020)	Dokuz Eylül Üniversitesi	Devlet Teşvikleri ve İhracat Performansı Arasındaki İlişkinin Araştırılması	İhracat Performansı	İhracat Teşvikleri	22 Ayrı Çalışma, 50 Korelasyon ve 5316 Şirket Verisi	Korelasyon Analizi, Meta Analiz Çalışması
“Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Türkiye’nin İhracat Performansına Etkisi”	Aykulteli, D. F. (2020)	Akdeniz Üniversitesi	Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Türkiye’nin İhracat Performansına Etkisi	İhracat Performansı	BİT (Bilgi ve İletişim Teknolojileri Gelişim Endeksi)	2007 – 2018 Bilgi ve İletişim Teknolojileri Gelişim Endeksi	Betimsel Analiz, Duyarlılık Analizi

“KOBİ’lerin İhracat Faaliyetlerinde Karşılaştıkları Sorunların İhracat Performansına Etkileri: Konya Tarım Makineleri Sektöründe Bir Araştırma”	Demirel, F. (2020)	KTO Karatay Üniversitesi	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) İhracat Performanslarının Artırılması	İhracat Performansı	- Finansman Fonksiyonuyla İlgili Sorunlar - Pazarlama Fonksiyonuyla İlgili Sorunlar - Yönetim Fonksiyonuyla İlgili Sorunlar - Üretim Fonksiyonuyla İlgili Sorunlar	5’li Likert Tutum Ölçeği / 57 Konya İlinde Faaliyet Gösteren Makine İhracatçıları Birliği’ne Kayıtlı Firma	Çapraz Tablo (Crosstab), Korelasyon Analizi, Regresyon Analizi ve ANOVA Testi (One-Way ANOVA)
“Uluslararası Pazarlama Sürecinde Pazarlama Planlama Yeteneği İle İhracat Performansı Arasındaki İlişki: Konya Örneği”	Güven, Ö. F. (2020)	Necmettin Erbakan Üniversitesi	Uluslararası Pazarlama Sürecinde Pazarlama Planlama Yeteneği İle İhracat Performansı Arasındaki İlişki	İhracat Performansı	- Firmanın İhracat Deneyimi - Firma Çalışanlarının İhracat Deneyimi - İhracat Pazar Bilgisi - İhracat Bağlılığı - Firma Pazarlama Planlama Yeteneği	5’li Likert Tutum Ölçeği / 157 Konya ilinde ihracat yapan işletme	Frekans Analizi, Betimsel Analiz, Normallik Kontrolleri Shapiro Wilk Testi ya da Kolmogorov-Smirnov Testi, Regresyon Analizi, Korelasyon Analizi
“Yenilikçi Stratejilerin İhracat Performansına Etkisi”	Hassani, A. (2020)	İstanbul Ticaret Üniversitesi	Yenilikçi Stratejilerin İhracat Performansına Etkisi	İhracat Performansı; İhracat Büyümesi, İhracat Hacmi, İhracat Kâr Payı, Performans Memnuniyeti	Yenilikçi Stratejiler; Yetenekleri Tahsis Eden Kaynaklar, Stratejik Yetenekler, Yönetim Yetenekleri, Kültür Yetenekleri, Organizasyonel Beceriler, Öğrenme Becerileri	5’li Likert Tutum Ölçeği / Yapı Kimyasalları, Yapı Malzemeleri ve Tekstil Konularında İhracat Yapan Şirketlerde 208 Rasgele Seçilmiş Çalışan	Doğrulamalı Faktör Analizi, Güvenirlilik Analizi, Regresyon Analizi

“İhracat Pazarlamasında Uluslararası Pazar Araştırmasının Önemi ve İhracat Performansına Etkisi: Tarım Sulama Sektöründe Bir Uygulama”	Keskin, M. S. (2020)	KTO Karatay Üniversitesi	İhracat Pazarlamasında Uluslararası Pazar Araştırmasının Önemi ve İhracat Performansına Etkisi	• İhracat Performansı	• İhracat Faaliyetlerinden Yararlanma Derecesi • Bilgi Kaynaklarından Yararlanma Derecesi • Uluslararası Pazar Araştırması Yapma Sıklığı	5’li Likert Tutum Ölçeği / 45 Konya İli Tarım Sulama Sektöründe Faaliyet Gösteren Firma	Regresyon Analizi, Korelasyon Analizi
“Pazarlama Kültürü, İhracat Pazarlama Stratejileri ve İhracat Performansı: Elazığ İli Örneği”	Tunç, Ş. (2020)	Fırat Üniversitesi	Pazarlama Kültürü, İhracat Pazarlama Stratejileri ve İhracat Performansı	• İhracat Performansı	• Pazarlama Kültürü • Pazarlama Yetenekleri • Pazarlama Etkinliği	Elazığ İlinde Mermer Ve İnşaat Sektöründe Faaliyet Gösteren ve 3 Yıl (2016-2017-2018) Sürekli Olarak İhracat Yapmış Olan 5 İhracatçı Firma	Görüşme Yarı Yapılandırılmış Mülakat Tekniği

İhracat performansı ve ihracat performansına etki eden öncüller hakkında ulusal ve uluslararası yayınlanmış çalışmalara bakılarak bir yapı çerçevesi oluşturulmuştur. Toplamda 45 ulusal yayın ve 50 uluslararası yayın incelenmiştir. Ulusal ve uluslararası yayınların tanımlayıcı özeti Tablo 6’da ve Tablo 7’de sunulmaktadır. Tablo 6’da ve Tablo 7’de gösterilen kavramsal çerçeve, betimsel analiz açısından literatürün değerlendirilmesine rehberlik edeceği düşünülmektedir. Tablo 6, ihracat performansı öncüllerinin çeşitli tetikleyicileri olduğunu göstermektedir. Genel tetikleyiciler; ürün, yönetici, firma, pazar, piyasa ve uluslararasılaşma özelliklerini içerir.

Türkiye’de son yıllarda ihracat performansı belirleyicilerinin tespitinin yapılması için birçok çalışma yapılmıştır.

Basılğan (2020) Bursa’nın İnegöl ilçesinde ihracat yapan 186 mobilya firmasına yüz yüze görüşme tekniği uygulayarak anket verileri elde etmiştir. Ordinal Lojistik Regresyon modeli uygulanmıştır. İhracat performansı belirleyici; firma özellikleri, yönetim özellikleri, ihracat pazarlama stratejisini içsel faktörler ve endüstri özellikleri, dış piyasa özellikleri, iç piyasa özelliklerini dışsal faktörler olarak ele alınmıştır. Çalışmanın sonucunda birincil modelde dış ticaret bölümünün olması, çalışanların sayısı, ihracat tecrübesi; ikincil modelde ar-ge bölümünün olması, web sitesinin yabancı dilde olması ihracat performansı belirleyicilerinin en önemlileri olarak belirlenmiştir.

Ortakarpuz ve Aydın (2020) Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)’nin 1995 – 2018 yılları arasında İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBB Sınıflandırması) Düzey 2’ye kadar detaylandırılmış, 26 alt bölge rakamlarından elde edilen veriler incelemiştir. Pearson korelasyon analizi yöntemi ile işletmelerin girişimcilik özellikleri; patent, yenilik, tasarım, marka tescili ve faydalı model ile ihracat performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. Marka tescili en yüksek düzeyde, faydalı model ise en düşük düzeyde ihracat performansına etkili olduğu ortaya konmuştur.

Hızarcı Payne ve Katrinli (2020) çalışmasında ihracat departmanı çalışanlarının bilişsel kabiliyet, eğilimler, firma dinamik kabiliyetleri ve ihracat performansı arasındaki ilişki ele alınmıştır. Firma dinamik yetenekleri üzerindeki keşfedilmemiş rollerine ve bunların ihracat performansı üzerindeki dolaylı etkilerine ışık tutulması amaçlanmıştır. Firma yeteneklerinin ihracat performansını olumlu etkilediği sonucuna varılmıştır.

Atlı ve Kartal (2020) Küresel Doğan İşletmelerin (KDİ) ve Geleneksel İşletmelerin (Gİ) ihracat performansına etkileri araştırılmış, Ege İhracatçı Birlikleri’ndeki 112 ihracatçı KOBİ, 51’i Küresel Doğan İşletmeleri ve 61’i Geleneksel İşletmeleri olarak anket yöntemi uygulanmıştır. Frekans analizi, faktör analizi, T testi, lojistik regresyon ve

çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Sonuçlarda KDİ'lerde finansal teşvikler, ürünün pazarlanması; Gİ'lerde ilave olarak yönetsel konularda destekler, dış pazarlardaki rekabet gücünü artıracakı tespit edilmiştir.

Bıçakçioğlu Peynirci ve İpek (2020) ihracat pazar bilgisi oluşturma, ihracat pazar bilgisi yayılımı, ihracat pazarına cevap verilebilirlik, ölçümsel ve bağlamsal moderatörler ile ihracat performansı arasındaki ilişkiye meta analiz yöntemiyle bakılmıştır. İhracat pazar yönelimlerinin ihracat performansını olumlu etkilediği ortaya konulmuştur.

Aktepe ve Ateş (2020) Ankara'da bulunan üniversitelerin teknokentlerindeki 44 ihracatçı firmadan veriler elde edilerek betimsel analiz uygulamıştır. İnovasyon ve ihracat performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. İnovasyonel davranışların ihracat performansını olumlu etkilediği sonucu desteklenmiştir. Bütçe, teşvik / desteklerden yararlanılması, müşteri bulma problemlerinin çözülmesiyle ihracat performansının olumlu etkilenileceği sonucuna varılmıştır.

Tunç ve Yücel (2020) Elazığ'da Mermer ve İnşaat sektöründe ihracat yapan 5 firmayla Mülakat tekniği uygulanarak araştırma yapmıştır. İhracat pazarlaması stratejileri, pazarlama kültürü, iç – dış faktörler ve ihracat performansı arasındaki ilişki ele alınarak bunların ihracat performansını etkilediği özellikle iç – dış faktörlerin yüksek bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Öztürk (2020) Ticaret Bakanlığı'nın 2019 yılında Devam Eden URGE Projeleri listesindeki 2016 yılında onaylanan kümeler araştırma örneklemini oluşturmuştur. 27 firmaya anket yöntemi uygulanmıştır. Çalışmada küme stratejisini benimseyen Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) ihracat performansının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Küme kaynakları ihracat performansını olumlu etkilerken, küme kaynaklarıyla devlet teşvikleri arasında ilişki bulunamamıştır.

Duman Akyol (2019) Batı ve Doğu Anadolu Bölgesindeki ihracat yapan 10 firmanın yöneticisine Mülakat Tekniği yardımı ile nitel veri analizi yapmıştır. Devlet ve finans sisteminin ihracat performansını etkilediği sonucuna varılmıştır.

Sağlam (2019) İstanbul ilindeki 249 ihracatçı firmanın yöneticisine anket yöntemi ile ulaşılmış olup Anova ve T testi analizi yapmıştır. Sektör, firma deneyimi, firma büyüklüğü ile yöneticinin kademesi, deneyimi, eğitim durumuna göre ihracat performanslarının farklılık arz ettiği gözlenilmiştir.

Öz ve Özmen (2019) deri, hazır giyim ve mobilya sektöründe faaliyet gösteren 389 ihracatçı firmaya anket yöntemi uygulamıştır. Regresyon analizi ve ki-kare testi yapılarak, ihracat performansına ürün adaptasyonun pozitif etkisi olduğu görülmüştür.

Yücel (2019) ihracat performansını belirleyicileri olarak pazarlama karması değişkenlerini ele almıştır. İhracat pazarlama stratejileri ile ihracat performansı arasında doğrudan bir ilişkiden bahsedilmiştir. Pazarlama karması değişkenleri standardizasyon, hedef pazar seçimi, adaptasyon ile firma özellikleri, çevresel, yönetsel, örgütsel faktörler ihracat performansını etkilediği belirtilmiştir.

Sağlam ve Pirtini (2019) İstanbul ilindeki 249 ihracat firma yetkilisine anket yöntemi uygulanmış, verilerin analizinde regresyon ve korelasyon analizi tercih edilmiştir. Uluslararası pazarlama karması stratejilerinin ihracat performansını etkilediği görülmüştür. Çelik, hizmet vb. sektörler için dağıtım stratejilerinin; gıda, tekstil vb. sektörler için ürün stratejilerinin en önemli pazarlama karması stratejisi olduğu belirlenmiştir.

Çakıt ve Özerhan (2018) Ekonomi Bakanlığı verilerinde bulunan sektörel ticaret heyet programlarındaki 60 firmaya anket yapmıştır. Regresyon ve korelasyon analizleri sonucunda pazara giriş destekleri ve ilgili pazar araştırmaları kapsamında sektörel ticaret heyetlerinin firmaların ihracat performanslarına olumlu etkileri olduğu gözlenilmiştir.

Ayar ve Erdil (2019) Türkiye genelindeki 313 ihracatçı işletmeye Bilgisayar Destekli Telefon Anketi (CATI) yöntemi ile veri analizi yapmıştır. Çalışma sonucunda Ar-Ge, inovasyon faaliyetleri ve ihracat performansı arasında olumlu bir ilişki olduğu, öğrenme kültürünün artırılması, desteklenmesiyle rekabet ve bütçe avantajları elde edilebileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Koç, Biçimveren ve Çınar (2018) Kayseri, Bursa ve Balıkesir illerindeki 321 firma ile anket çalışması yaparak verilere faktör ve regresyon analizi yapılmıştır. Rekabet yoğunluğunun düzenleyicisi moderatör olarak firma yenilikçiliğinin ihracat performansına olumlu etkileri ortaya konulmuştur.

Kara ve Gürdal (2017) çalışmasında 2014 yılının Türkiye İhracatçıları Meclisi ilk 1000 ihracatçı firma listesindeki 21 sektörden 191 firma araştırmaya katılmıştır. AMOS, yapısal eşitlik modeli ve faktör analizleri yapılmıştır. Firmalar örgütsel hareket ederek uluslararası pazar bölümlendirme, konumlandırma stratejileriyle ihracat performansını arttırabileceği düşünülmektedir.

Sarihan, İncaz ve Yaprak (2017) İstanbul İhracatçıları Birliği'nde faaliyet gösteren 34 ihracatçı firmaya anket yapmıştır. İhracata yönelik verilen devlet teşviklerinin bir firma açısından önemi vurgulanmasına rağmen gerekli bilgiden yoksun olan firmaların ihracat için verilen devlet teşvikleri ile ihracat performansı ilişkilendirilememiştir.

Sarihan ve Tepeci (2017) Ege İhracatçılar Birliği'ne listesindeki Manisa ilinde bulunan 141 ihracatçı firmanın anket verilerine anket güvenilirlik, faktör, T testi, regresyon ve korelasyon analizleri sonucunda davranış, ürün - süreç ve pazarlama yeniliği becerilerinin firmaların ihracat performansına olumlu ölçüde etkilediğini tespit etmiştir.

Toklu (2017) Türkiye ile Gürcistan komşu sınırındaki Hopa / Artvin Sarp bölgesindeki firmalara yapılan anketlerde pazarlama stratejisi, pazar çekiciliği, girişimcilik ve engellerin ihracat satış performansına etkisini araştırmıştır. Yapısal eşitlik modeli uygulanarak engellerin ihracat performansı üzerinde etkisi bulunamamışken, pazar çekiciliği, girişimcilik ve pazarlama stratejisinin ihracat performansına pozitif etkisi olduğu görülmüştür.

Tanrıverdi ve Altıntaş (2017) Web of Science (WoS) veritabanında 2000 ile 2018 yıllarında yayınlanmış, ihracat performansı hakkında yapılmış akademik yayınlara bilimsel haritalama yöntemi ile 674 yayına bakmıştır. Atıf, tema, yayın sayısı ve h-endeksi bakımından inceleyerek; inovasyon, performans, strateji, verimlilik ve firma büyüklüğü konuları temel konular olarak belirlendiği gözlenmiştir.

Astarlıoğlu (2017) ihracat destek programları, çevresel tehdit ile kurumsal kalitenin ihracat performansı üzerine etkileri üzerine çalışma yapmıştır. Türkiye ve Hollanda'da bulunan 325 Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin anket verilerine kısmi en küçük kareler regresyon yöntemi uygulanarak ihracat performansı ile ihracat destek programları arasında olumlu etki olduğu sonucuna varılmıştır.

Çetin ve Gedik (2017) Karaman ilinde bulunan 108 ihracatçı firmaya uygulanan anket yönteminde Ki-Kare testi, T testi ve doğrusal regresyon analizleri yapılarak inovasyon ile ihracat performansı arasındaki olumlu ilişki ortaya konulmaya çalışılmıştır. İşletmenin temel / ağırlıklı pazar yapısı, Ar-Ge harcamaları, inovasyon yapma isteği ve yeteneğinin ihracat performansı üzerine etkisinin modelize edildiği bir çalışma olarak görülmektedir.

Çınar ve Koç (2017) müşteri odaklılık, rekabet odaklılık, pazarlama karmaşıklık yeteneği, stratejik pazarlama yeteneğinin ihracat performansı üzerine etkisinin araştırılması için Kayseri'deki 153 ihracatçı firmaya anket yöntemi uygulamıştır. Açıklayıcı faktör analizi (AFA), güvenilirlik analizi, PLS yapısal eşitlik modeli ve faktör analizi yapılmıştır. Müşteri ve rekabet odaklılığın pazarlama karmaşıklık yeteneğine, pazarlama karmaşıklığının stratejik pazarlama yeteneğine ve stratejik pazarlama yeteneğinin ihracat performansına olumlu etkisi olduğu belirlenmiştir.

Tekin ve Nas (2017) Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) veri tabanındaki 257 firmanın anket verilerine keşfedici faktör analizi, güvenirlik analizi ve korelasyon analizi yapmıştır. Firma, demografik, girişimcilik ve sosyal ağ özelliklerinin ihracat performansı üzerine etkileri değerlendirilmiştir. Uluslararasılaşma hızı, teknoloji düzeyi, üst düzey yöneticilerin özelliklerinin ihracat performansına pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anıl ve Eti-İçli (2016) İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri, İstanbul Maden ve Metaller ve İstanbul İhracatçı Birlikleri listesindeki 287 ihracat yapan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeye ulaşılarak anket çalışması yapmıştır. Güvenirlik analizi ve açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Gelişmekte olan ülkelerdeki KOBİ'leri ihracat performansının değerlendirilmesi açısından önem arz eden çalışma ürün - fiyat - dağıtım - tutundurma adaptasyonu, planlama kapsamlı - esneklik - koordinasyon, psikolojik uzaklık, ihracata bağlılık faktörlerinin KOBİ'lerin ihracat performansını etkilediğini ortaya koymuştur.

Kurt ve Bilge (2016) Manisa Organize Sanayi Bölgesi'nde (OSB) ihracat yapan orta ve büyük ölçekli firmaların dış ticaret bölümlerindeki 120 çalışana anket uygulamıştır. Yapılan varyans, faktör ve korelasyon analizleri sonucunda uluslararası girişimcilik ile ihracat performansı arasında anlamlı ilişki olduğu görülmüştür.

Durukan ve Hamşioğlu (2015) pazarlama yetenekleri, pazar yönlülük ile ihracat performansını arasındaki ilişkinin tespiti için Ankara ilindeki ihracatçılara yapılan 200 anketin yapısal eşitlik modeliyle değerlendirilmesinde pazar yönlülük - ihracat performansı, pazarlama yetenekleri - ihracat performansı ve pazar yönlülük - pazarlama yetenekleri arasında pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Öz (2015) yönetici özellikleri ile ürün adaptasyonunun ihracat performansına etkisini tespit etmek amacıyla Marmara Bölgesi'ndeki mobilya sektöründe yer alan 107 ihracatçı KOBİ'ye uygulanan anket verilerinin güvenirlik ve korelasyon analizleriyle değerlendirilmesi sonucunda ilişkinin yönü pozitif olarak bulunmuştur.

Papatya, Papatya ve Songur (2015) Türkiye İSO-500 listesinde bulunan 196 firmaya uygulanan anketler için regresyon ve doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Kaynak Tabanlı Kuram; deneyimsel kaynaklar, finansal kaynaklar, ölçek kaynakları, bilgi temelli yetenekler, yeni ürün geliştirme yetenekleri ve müşteri ilişkileri yetenekleri olarak dikkate alınarak deneyimsel kaynakların pazar payını ve ölçek kaynaklarının pazar payı ve kârlılığını olumlu etkilediği görülmüştür.

Sözüer, Semerciöz ve Altuntaş (2015)  alışmasında Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) listesindeki 437 ihracatçı firmaya anket yöntemiyle ulaşılmış, korelasyon analizi yapılmış, kaynak tabanlı uluslararası girişimcilik ile ihracat pazar performansı arasındaki ilişkinin olumlu yönde olduğu belirlenmiştir. Uluslararasılaşma düzeyi daha yüksek olan firmaların ihracat pazar performansının da daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Eren (2014) Türkiye'deki 386 otomotiv yan sanayi firmasına uygulanmış anketlerde regresyon ve korelasyon analizleri vasıtasıyla elde edilen sonuçlarda, pazarlama farklılaşması, maliyet liderliği, rekabet yoğunluğu ve ihracat performansı üzerine kurulmuş olan modelde, müşteri hizmet ve pazarlama farklılaşmasının ihracat performansı ile olumlu yönde ilişkili olduğunu belirlemiştir.

Kaplan ve Eren (2014) otomotiv yan sanayinde bulunan 153 firmaya uygulanmış anket verileri faktör ve korelasyon analizi yapılarak elde edilen sonuçlarda firmanın ihracat pazar bilgisinin, deneyiminin, ihracat bağlılığının, çalışanların bilgi ve tecrübesinin ihracat performansını ve pazarlama planlama becerilerini aynı zamanda birbirlerini de olumlu etkilediği kabul g rm ştir.

Kılıç ve  ınar (2014) tasarım üretimi, marka üretim ile ihracat performansını değerlendirilmek amacıyla  orum ilinde 23 tekstil ve hazır giyim sektöründeki firmaya yapılan anket verileri çoklu doğrusal regresyon modeli kullanarak yorumlamıştır. Esnek  retim düzeyi ile orijinal marka üretimi ve ihracat performansı arasında anlamlı ilişki olmadığı, diğer özellikler arasında ise anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yücel ve Kara (2014) Elazığ'da bulunan ticaret odasına kayıtlı 27 ihracatçı firmaya uygulanmış ankete MANOVA testi yaparak ihracat pazarlaması stratejilerinin çevresel, yönetsel faktörler ve firma özellikleri ile aynı zamanda ihracat performansı ile da aralarında anlamlı ilişki olduğu belirlemiştir.

Başer ve Tekelioğlu (2013) Ankara ili makine sektöründeki 98 KOBİ'nin demografik bilgileri ile yapılan odak grup ile anket çalışması sonucunda küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ekonomik açıdan önemi vurgulanmış, büyüme, pazar alanlarını geliştirme, finansal riskleri azaltma, devlet teşviklerinin artması gibi durumların ihracat performansına olumlu yönde etki edeceği yönünde görüş bildirilmiştir.

Çütçü (2013) Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ndeki 254 ihracatçı firmaya anket uygulanarak frekans analizi yapılmış, bölgenin genel yapısı incelenmiş ve firmaların ihracat performansını etkileyen faktörler belirlenerek ihracatçı firmaların kalkınmaya etkisini vurgulamıştır.

Güleç ve Eryiğit (2013) Türkiye’de Rusya’ya tekstil eşyası ihracatı gerçekleştiren 50 firma ürün, tutundurma, dağıtım, fiyat uygulaması açısından değerlendirmiş olup yapılan T testleri farklılaşma stratejisinin yoğunlaşma stratejisine göre, tutundurma stratejisinin ihracat performansı standardizasyonuna göre firmalara daha yüksek oranlarda fayda sağladığı ön plana çıkmıştır.

Kahveci (2013) ihracat performansı ölçütleri ürün, işletme, piyasa, sektör ve pazarlama stratejisi olarak; finansal (objektif), finansal olmayan (subjektif) ve bileşik ölçütler olarak; içsel - dışsal, kontrol edilebilir – kontrol edilemez faktörler olarak incelediği çalışmada ihracat performansının belirleyicilerinin tespitinin işletmeler için önemini vurgulamıştır.

Yıldırım ve Erul (2013) Karaman, Aksaray ve Konya illerinde bulunan 129 ihracatçı firmaya anket tekniğiyle güvenilirlik, regresyon ve ANOVA analizleri uygulanarak ihracat performansı belirleyicileri olarak işletme, örgütsel, yönetsel ve çevresel özellikler değerlendirilmiştir.

Sürer ve Mutlu (2012) Gaziantep ilindeki 144 ihracatçı firmaya uyguladığı anket çalışmasında yapılan güvenilirlik, faktör ve regresyon analizleri sonucunda pazar ve e-pazarlama eğilimlerinin ihracat performansına kısmi etki ettiğini belirtmiştir. Girişimcilik eğilimi ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki olduğu, teknoloji eğilimi ile ihracat performansı arasında ise pozitif ilişki olmadığı tespit edilmiştir.

Kahveci (2012) Kaynak Temelli Strateji (KTS) pazar odaklı davranış, girişimcilik, yöneticilerini özellikleri, teknoloji, Ar-Ge, ihracat - pazar bilgisi, işletme kaynakları, yetenekler ve işletmeler arası bağlantılar olarak; Endüstriyel Organizasyon Temelli Strateji (EOTS) ihracat stratejileri ürün adaptasyonu, standartlaşması, uluslararası çeşitlendirme, çevresel faktörler, işletme büyüklüğü, piyasa bilgisi, uluslararası piyasa seçimi, pazar potansiyeli, devlet desteği, işletme stratejileri, rekabet ve ülke farklılıkları olarak gruplandırılarak ihracat performansı ile arasındaki ilişkiyi incelemiştir.

Nas ve Kalaycıoğlu (2011) Türkiye İhracatçılar Meclisinin (TİM) ilk 500 firmadan 315 Anonim Şirket’e uygulanan anket tekniğine Friedman testi, Kendall-Tau korelasyon analizi ve Robust regresyon analizi yapmıştır. Yönetim kurulu başkanı, üye sayısı, icracı olmayan üye sayısı ile ihracat performansı arasındaki ilişki incelenmiş olup üye sayısı ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki olduğu gözlenmiştir.

Mutlu ve Nakıpoğlu (2011) Güneydoğu İhracatçılar Birliği listesinde Gaziantep ilinde bulunan 37 ihracatçı firmaya anket tekniği ile ulaşılarak faktör, regresyon ve

korelasyon analizleri yapmıştır. Uluslararası pazarın benzerlik düzeyi, uluslararası pazarlama stratejisi, uluslararası pazardaki rekabetçi avantaj, kontrol değişkenleri ile ihracat performansı arasındaki ilişkilerin açıklandığı modelde pazarlama karmaasının ihracat performansını olumlu etkilediği gözlenmiştir. Sadece firma büyüklüğü ve yabancı pazara ilişkin benzerlik algısında negatif yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir.



Tablo 6. İhracat Performansı Öncüllerinin Ulusal Literatürünü Değerlendirmek İçin Kavramsal Bir Çerçeve

Araştırmalar / Çalışmalar	Yazar / Yazarlar	Konu / Amaç	Metod	Ulusal / Uluslararası
“Pazar Yönelimli Firmaların İhracat Performansında Stratejik Seçimlerin Aracı Rolü: Uluslararası Lojistik Firmaları Üzerine Bir Araştırma”	Özmutlu Yıldırım, S. (2021)	Lojistik Sektöründeki Stratejik Seçimleri ve Firmaların Pazar Yönelimlerinin İhracat Performansına Etkisini Tespit Etmek	Anket Yöntemi	Ulusal
“Teknokentlerde Faaliyet Gösteren İnovatif İşletmelerin İhracat Performansı Üzerine Bir Araştırma”	Aktepe, C. ve Ateş, G. (2020)	Teknokentlerde Faaliyet Gösteren İnovatif İşletmelerin İhracat Performansının Araştırılması	Betimsel Analiz Yöntemi İle Nitel Değerlendirme	Ulusal
“Küresel Doğan İşletmelerin Uluslararasılaşma Sürecinde Örgütsel Kabiliyetleri ve Bunların İhracat Performansına Etkileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma”	Ath, H. ve Kartal, B. (2020)	Küresel Doğan İşletmelerin (KDİ) Uluslararasılaşma Sürecinde Örgütsel Kabiliyetlerini ve İhracat Performansına Etkilerini Belirlemek	Anket Yöntemi	Ulusal
“İhracat Performansının Belirleyicileri Üzerine Firma Düzeyli Bir Analiz”	Basılğan, M. (2020)	İhracat Performansının Belirleyicileri Analiz Etmek	Anket Yöntemi	Ulusal
“İhracat Pazar Yönelimi Boyutlarının İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Bir Meta-Analiz Çalışması”	Bıçakçioğlu Peynirci, N. ve İpek, İ. (2020)	İhracat Pazar Yönelimi ve İhracat Performansı Arasındaki İlişki	Meta – Analiz Yöntemi	Ulusal
“Micro-Foundations of Firm Dynamic Capabilities & Export Performance: A Conceptual Approach Addressing the Role of Export Department Employees”	Hızarcı Payne, A. K. ve Katrinli, A. (2020)	Firma Dinamik Kabiliyetleri ve İhracat Performansı Arasındaki İlişki	Derleme	Ulusal
“İhracat Performansı İle İşletmelerin Girişimcilik Özellikleri İlişkisi: Türkiye Örneği”	Ortakarpuz, M. ve Aydın, Ö. (2020)	İhracat Performansı ile İşletmelerin Girişimcilik Özellikleri Arasındaki İlişkiyi Belirlemek	Veri Seti ile Nitel Değerlendirmeler	Ulusal

“Kümelenme Stratejisi ile KOBİ’lerin İhracat Performansı İlişkisinin İncelenmesi”	Öztürk, A. (2020)	Kümelenme Stratejisi ile Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin İhracat Performansı İlişkisinin Araştırılması	Anket Yöntemi	Ulusal
“Pazarlama Kültürü, İhracat Pazarlama Stratejileri ve İhracat Performansı Arasındaki İlişkinin Nitel Analiz Yöntemi İle İncelenmesi”	Tunç, Ş. ve Yücel, N. (2020)	Pazarlama Kültürü, İhracat Pazarlama Stratejileri ve İhracat Performansı Arasındaki İlişkiyi Belirlemek	Nitel Analiz Yöntemi	Ulusal
“Merkez Kurumlar Olarak Finansal Sistem ve Devletin Politika ve Uygulamalarının Küçük ve Orta Ölçekli Firmaların İhracat Performansına Etkisi Üzerine Nitel Bir Araştırma”	Duman Akyol, Z. (2019)	Finans ve Devlet Sisteminin İhracat Performansına Etkilerini Araştırmak	Nitel Analiz Yöntemi	Ulusal
“Ürün Adaptasyonu İle İhracat Performansı Arasındaki İlişki: Mobilya, Hazır Giyim ve Deri Sektöründe Bir Araştırma”	Öz, F. ve Özmen, A. (2019)	İhracat Performansı İle Ürün Adaptasyonu Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi	Anket Yöntemi	Ulusal
“Firma ve Yönetici Özelliklerine Göre İhracat Performans Düzeylerinin İncelenmesi: İstanbul İli İhracatçı Firmalar Üzerine Bir Araştırma”	Sağlam, M. (2019)	Firma ve Yönetici Özelliklerinin İhracat Performansına Etkisinin Saptanması	Anket Yöntemi	Ulusal
“Uluslararası Pazarlama Karmaşı Stratejilerinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Sektörler Arası Karşılaştırma”	Sağlam, M. ve Pirtini, S. (2019)	Uluslararası Pazarlama Karmaşı Stratejilerinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi	Anket Yöntemi	Ulusal
“İhracat Pazarlaması Stratejileri İle Firma Performansı İlişkisi”	Yücel, A. (2019)	İhracat Pazarlaması Stratejileri, Firma Performansı, İhracat Performansı Arasındaki İlişkiyi Ortaya Koymak	Nitel Değerlendirme	Ulusal

“İnovasyon ve Ar-Ge Faaliyetlerinin İhracat Performansına Etkisi: Türk İşletmeleri Üzerine Algısal Bir Araştırma”	Ayar, B. ve Erdil, T. S. (2019)	Araştırma Geliştirme Yöntemlerinin ve Yenilikçiliğin Yönetici Algısından Yola Çıkarak İhracat Performansını Etkileyip Etkilemediğinin Tespit Edilmesi	Anket Yöntemi	Ulusal
“Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Kapsamında Sektörel Ticaret Heyetlerinin İşletmelerin İhracat Performanslarına Etkisi”	Çakıt, G. T. ve Özerhan, Y. (2018)	Pazar Araştırması, Pazara Giriş Desteği Kapsamında Sektörel Ticaret Heyetlerinin Firmaların İhracat Performanslarına Etkisini Belirlemek	Anket Yöntemi	Ulusal
“Firma Yenilikçiliği ve İhracat Performansı Arasındaki İlişki Üzerinde Rekabet Yoğunluğunun Düzenleyici Etkisi”	Koç, F., Biçimveren, L. ve Çınar, B. (2018)	Firma Yenilikçiliği ile İhracat Performansı Arasındaki İlişkide Rekabet Yoğunluğunun Düzenleyici Etkisinin Tespit Edilmesi	Anket Yöntemi	Ulusal
“Yerel Piyasa Koşullarının İhracat Performansı Üzerine Etkileri: Hollanda ve Türkiye’deki KOBİ’Ler Üzerine Kantitatif Bir Çalışma”	Astarlıoğlu, M. (2017)	Yerel Piyasa Koşullarının İhracat Performansı Üzerine Etkilerini Belirlemek	Anket Yöntemi	Ulusal
“İnovasyon ve İhracat Performansı İlişkisi: Karaman Örneği”	Çetin, K. ve Gedik, H. (2017)	İnovasyonun İhracat Performansına Etkisinin Araştırılması	Anket Yöntemi	Ulusal
“Pazarlama Yeteneklerinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi”	Çınar, B. ve Koç, F. (2017)	Pazarlama Yeteneklerinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi	Anket Yöntemi	Ulusal
“Uluslararası Pazar Bölümlendirme ve Konumlandırma Stratejilerinin İhracat Performansına Etkisi: Türk İhracatçıları Üzerine Bir Araştırma”	Kara, A. ve Gürdal, S. (2017)	Uluslararası Pazar Bölümlendirme, Konumlandırma Stratejileri ve Örgütsel Faktörlerin İhracat Performansına Etkisini Değerlendirmek	Anket Yöntemi	Ulusal
“Manisa İlindeki İhracatçı Firmaların Yenilik Yeteneklerinin İhracat Performanslarına Etkileri”	Sarıhan, A. Y. ve Tepeci, M. (2017)	Firmaların Yenilik Yeteneklerinin İhracat Performanslarına Etkileri	Anket Yöntemi	Ulusal

“Devlet Teşviklerinin Firmaların İhracat Performansına Etkisi: İstanbul İhracatçıları Örneği”	Sarıhan, A. Y., İncaz, S. ve Yaprak, B. (2017)	Devlet Teşviklerinin Firmaların İhracat Performansına Etkilerini Belirlemek	Anket Yöntemi	Ulusal
“İşletmelerin İhracat Performansı: Bibliyometrik Analiz”	Tanrıverdi, İ. ve Altıntaş, M. H. (2017)	İşletmelerin İhracat Performansı Bibliyometrik Analizinin Yapılması	Bibliyometrik Analiz	Ulusal
“Firma ve Üst Düzey Yönetici Özelliklerinin Türkiye’de Faaliyette Bulunan KOBİ’lerin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi”	Tekin, E. ve Nas, T. İ. (2017)	KOBİ’lerdeki Firma ve Üst Düzey Yönetici Özelliklerinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisini Belirlemek	Anket Yöntemi	Ulusal
“Satışların İhracat Performansı Açısından Araştırılması: Sarp Sınır Kapısında Nicel Bir Çalışma”	Toklu, İ. T. (2017)	Satışların İhracat Performansı Açısından Önemini Vurgulamak	Anket Yöntemi	Ulusal
“KOBİ’lerin İhracat Performansını Belirleyen Faktörler”	Anıl, N. T. ve Eti-İçli, G. (2016)	Gelişmekte Olan Ülkelerdeki KOBİ’lerin İhracat Performansını Belirleyen Faktörlerin Tespit Edilmesi	Anket Yöntemi	Ulusal
“Uluslararası Girişimcilik ve İhracat Performansı İlişkisi: Manisa Örneği”	Kurt, İ. ve Bilge, H. (2016)	Uluslararası Girişimcilik ve İhracat Performansı Arasındaki İlişkiyi Açıklanmak	Anket Yöntemi	Ulusal
“Pazar Yönlülük, Pazarlama Yeteneklerinin Rekabet Avantajı Elde Etmede İhracat Performansı Üzerine Etkileri: Ankara İli İhracat İşletmelerinde Bir Uygulama”	Durukan, T. ve Hamşioğlu, B. (2015)	Pazar Yönlülük, Pazarlama Yeteneklerinin Rekabet Avantajı Elde Etmede İhracat Performansı Üzerine Etkilerinin Araştırılması	Anket Yöntemi	Ulusal
“Firmaların İhracat Performanslarında Yönetici Özellikleri ve Ürün Adaptasyonu Arasındaki İlişkisi: Mobilya Sektöründen Örnek Bir Uygulama”	Öz, F. (2015)	Yönetici Özellikleri ile Ürün Adaptasyonunun İhracat Performansına Etkisini Tespit Etmek	Anket Yöntemi	Ulusal

“Sürdürülebilir Rekabetçi Üstünlük Sağlamada Kaynak Tabanlı İhracat Performansı: Türkiye İSO-500 İhracatçı İmalat İşletmelerinde Bir Araştırma”	Papatya, N., Papatya, G. ve Songur, A. (2015)	Kaynak Tabanlı İhracat Performansının Değerlendirilmesi	Anket Yöntemi	Ulusal
“Uluslararası Girişimcilik ve İhracat Pazar Performansı: Türkiye’deki İhracatçı İşletmeler”	Sözüer, A., Semerciöz, F. ve Altuntaş, G. (2015)	Kaynak Tabanlı Uluslararası Girişimcilik ve İhracat Pazar Performansı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi	Anket Yöntemi	Ulusal
“Jenerik Rekabet Stratejilerinin Firmaların İhracat Performansına Etkisi”	Eren, M. Ş. (2014)	Jenerik Rekabet Stratejilerinin Firmaların İhracat Performansına Etkisinin Tespit Edilmesi	Anket Yöntemi	Ulusal
“Firmanın İhracat Yetkinliklerinin İhracat Performansına Etkisi”	Kaplan, M. ve Eren, S. S. (2014)	Firmanın İhracat Yetkinliklerinin İhracat Performansına Etkisinin Açıklanması	Anket Yöntemi	Ulusal
“Yerel Tekstil ve Hazır Giyim İşletmelerinin Orijinal Marka Üretim Düzeyi ve İhracat Performanslarında Orijinal Tasarım Üretiminin Rolü: Çorum Tekstil Sektörü’ndeki İşletmelere Yönelik Bir Uygulama”	Kılıç, S. ve Çınar, R. (2014)	Tasarım Üretimi, Marka Üretim ile İhracat Performansını Değerlendirilmek	Anket Yöntemi	Ulusal
“İhracat Pazarlaması Stratejilerinin Firma Performansı Üzerine Etkileri: Elazığ’daki İhracat Firmaları Üzerine Bir Uygulama”	Yücel, A. ve Kara, C. (2014)	İhracat Pazarlaması Stratejilerinin Firma Performansı Üzerine Etkilerinin Belirlenmesi	Anket Yöntemi	Ulusal
“Makine Sektöründeki KOBİ’lerde İhracat Performansına Etki Eden Faktörler: Ankara Örneği”	Başer, H. ve Tekelioğlu, S. (2013)	KOBİ’lerin İhracat Performansına Etki Eden Faktörleri Tespit Etmek	Odak Grup Görüşmeleri ve Anket Yöntemi	Ulusal

“İhracatçı Firmaların Kalkınmaya Etkisi ve Firmaların İhracat Performansını Etkileyen Faktörler: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Üzerine Bir Uygulama”	Çütçü, İ. (2013)	Firmaların İhracat Performansını Etkileyen Faktörler Belirlenerek İhracatçı Firmaların Kalkınmaya Etkisini Vurgulamak	Anket Yöntemi	Ulusal
“Uluslararası Pazarlama Stratejisinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Rusya’ya Tekstil İhracatı Üzerinde Bir Uygulama”	Güleç, G. ve Eryiğit, C. (2013)	Uluslararası Pazarlama Stratejisinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi	Anket Yöntemi	Ulusal
“İhracat Performansı Ölçütleri ve İhracat Performansını Etkileyen Faktörler”	Kahveci, E. (2013)	İhracat Performansı Ölçütleri ve İhracat Performansını Etkileyen Faktörler Tanımlamak	Nitel Değerlendirme	Ulusal
“İşletmelerin İhracat Performanslarının Değerlendirilmesi: Aksaray, Konya ve Karamanda Bir Araştırma”	Yıldırım, M. H. ve Erul, E. E. (2013)	İhracat Performansını Belirleyen Faktörlerin Tespit Edilmesi	Anket Yöntemi	Ulusal
“Pazar, E-Pazarlama, Girişimcilik ve Teknoloji Yönelimlerinin İhracat Performansı Üzerine Etkileri”	Sürer, A. ve Mutlu, H. M. (2012)	Pazar, E-Pazarlama, Girişimcilik ile Teknoloji Yönelimlerinin İhracat Performansına Etkilerinin Belirlenmesi	Anket Yöntemi	Ulusal
“İşletme Stratejileri ve İhracat Performansı İlişkileri”	Kahveci, E. (2012)	İşletme Stratejileri ile İhracat Performansı Arasındaki İlişkiyi Açıklamak	Nitel Değerlendirme	Ulusal
“Uluslar Arası Pazarlama Stratejilerinin İhracat Performansı Üzerine Etkisi”	Mutlu, H. M. ve Nakipoğlu, A. (2011)	Uluslar Arası Pazarlama Stratejilerinin İhracat Performansı Üzerine Etkisini Değerlendirmek	Anket Yöntemi	Ulusal
“Yönetim Kurulu Yapısının İhracat Performansı Üzerindeki Etkileri: Türkiye Örneği”	Nas, T. İ. ve Kalaycıoğlu, O. (2011)	Yönetim Kurulu Yapısının İhracat Performansı Üzerindeki Etkilerini Araştırmak	Anket Yöntemi	Ulusal

Tablo 7’de ihracat performansı ile ilgili uluslararası boyutun görülebilmesi için uluslararası yayınlanmış çalışmalar yer almıştır. Uluslararası literatürde yapılan araştırmalardan bir kısmı aşağıda verilmiştir.

Robb ve Stephens (2021) pazar yönelimi, proaktif yönelim, pazar kapasitesi, yenilik ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 259 Güney Afrikalı KOBİ’den örnekler toplanarak yapısal eşitlik modeli kullanılarak analiz edilmiştir. Uyaran-organizma-tepki modelini kullanmış, ayrıca arabuluculuk testleri de dahil edilmiştir. Piyasa yöneliminin ve proaktif yönelimin küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ihracat performansının gelişimine katkıda bulunacağı belirtilmiştir. Pazar yönelimi ve proaktif yönelim, gelişmekte olan piyasa firmalarının, ihracat performansını iyileştirmeyi hedeflerken sınırlı kaynaklarından yararlanmak için kullanabilecekleri değerli stratejik yönelimler olarak değerlendirilmiştir.

Lê, Nhâ ve Phong (2020) Mekong Deltası’ndaki 170 deniz ürünleri firmasından toplanan anket verileri güvenilirlik, faktör analizi ve doğrusal regresyon analizi yaparak değerlendirmiştir. İhracat performansını etkileyen faktörler belirlenmeye çalışılmıştır. Sonuçlar, temel yetkinlikler, itibar / yetenekler, ilişkiler ve marka imajı dâhil olmak üzere dört faktör grubunun bu faktörleri oluşturduğunu göstermiştir.

Shayo (2020) Arusha, Darüsselam ve Zanzibar’da turizm sektöründe 202 ihracatçı firmadan anket verileri elde ederek rekabetçi saldırganlığı ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Tanzanya’nın turizm sektörü merceğe altına alınmıştır. SmartPLS-3 yazılımı, kısmi en küçük kare yapısal eşitlik modelleme (PLS-SEM) tekniği kullanarak analizi uygulamıştır. Sonuçlar, rekabetçi saldırganlık ile ihracat performansı arasında güçlü ve pozitif bir ilişki olduğunu göstermiştir. Çoklu grup moderasyon analizinde mekanik ve organik firmalar arasında rekabetçi saldırganlık ve ihracat performansı ilişkileri değerlendirildiğinde önemli farklılıkların olmadığı gözlenmiştir. Turizm firmalarının rekabetçi saldırganlığı benimsemeleriyle ihracat performanslarının artacağı belirtilmiştir.

Sraha, Sharma, Crick ve Crick (2020) karma yöntem benimsenerek 18 görüşme tekniği yapılmıştır. Uluslararası deneyim, ihracat taahhüdü, dağıtım uyarlaması ve ihracat performansının modelize edildiği çalışma, Gana’da uluslararasılaşan 116 işletmeden elde edilen anket verilerini kısmi en küçük kare yapısal eşitlik modelleme (PLS-SEM) tekniği kullanarak, uluslararası deneyim ve ihracat performansı arasındaki ilişki üzerinde ihracat taahhüdünün tam bir

arabuluculuk etkisi kurmuştur. Ayrıca, dağıtım adaptasyonunun ihracat taahhüdü - performans ilişkileri üzerindeki moderatör etkisi olduğu vurgulanmıştır.

Hızarcı Payne ve Katrinli (2020) uluslararası pazarlarda ihracat birimlerinde çalışanların ihracat performansına olan katkılarının incelenmesi amaçlanmıştır. İhracat yöneticileriyle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. İhracat yöneticilerinin özellikleri, firmanın yeteneklerini dikkate alınan nitel bir değerlendirmeye yer verilmiştir.

Firma yöneticilerinin iletişimsel becerileri ve örgütsel davranışları firma yeteneklerinin olumlu olmasını sağladığı belirtilmiştir. Firma yeteneklerinin pozitif yönde olması da ihracat performansını olumlu yönde etkilediği vurgulanmıştır. Ayrıca ekip çalışmasının firma yeteneklerine katkıda bulunduğu ifade edilmiştir.

Muis (2020) Endonezya'daki 9 ildeki 108 Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerden (KOBİ'ler) anketlerle toplanarak yapısal eşitlik modeli ile analiz etmiştir. Pazar oryantasyonu uygulamasının ihracat pazarlama performansına etkisinin ölçülmesi amaçlanmıştır. İhracat pazarlama stratejisi ile ihracat pazarlama yeteneğinin aracılık rolü üstelendiği belirtilmiştir. Pazar yöneliminin ihracat pazarlama stratejisi, ihracat pazarlama kapasitesi ve ihracat pazarlama performansı üzerinde önemli bir etkisi olduğu gösterilmiştir. Pazar yönelimi, ihracat pazarlama performansını hem doğrudan hem de ihracat pazarlama stratejisi ve ihracat pazarlama yeteneği yoluyla etkilediği gözlenmiştir. Yani, pazar yönelimi ve ihracat pazarlama performansı ilişkisine ihracat pazarlama stratejisi ve yeteneği tarafından müdahale edildiği görüşü desteklenmiştir.

Saputraa, Abdurachmanb ve Kuncoroc (2020) Endonezya'da 154 ihracat odaklı KOBİ'nin anket verilerine çift regresyon yöntemini kullanarak yol analizi içeren ilişkisel nicel yöntem oluşturmuştur. Uluslararasılaşma sürecinin bilgi yönetimi ve ihracatta KOBİ'lerin ihracat performansına yönelik aracılık etkisini incelemiştir. Uluslararasılaşma sürecinin bilgi yönetimi ve KOBİ'lerin ihracat performansını etkileyen dinamik yetenekler üzerinde arabulucu bir etkiye sahip olduğunu gösterilmiştir. Bilgi yönetimi ve dinamik yetenekler, KOBİ'lerin ihracat performansı üzerinde doğrudan etkiye sahip olduğu gözlenmiştir. Arabuluculuk etkisinin değeri doğrudan etkisinden daha düşük olduğundan uluslararasılaşma sürecinin bilgi yönetimi ve dinamik yeteneklerin KOBİ'lerin ihracat performansına olan etkisini artırdığını göstermiştir.

Mysen ve Tronvoll (2020) yabancı satış acenteleri arasındaki performans belirsizliğinin ve fırsatçı davranışların ihracat performansını nasıl etkilediğini inceleyen ilk çalışmalardan biri olduğunu vurgulamıştır. İhracatçının yabancı satış temsilcisi performansını değerlendirmedeki zorluklarının, doğrudan veya dolaylı olarak ihracat performansını ne ölçüde etkilediğinin incelemesi amaçlanmıştır. İşlem maliyeti teorisi ile ana-temsilci teorisini bütünleştirmiştir. 101 Norveçli firmaya uygulanan anket verileri Yapısal Eşitlik Modellemesiyle analiz edilmiştir. Satış temsilcisi performans belirsizliğinin ihracat performansı ile negatif ilişkili olduğu görülmüştür. Performans belirsizliği, satış temsilcisinin fırsatçı davranışıyla olumlu yönde ilişkili olsa da, fırsatçılık ihracat performansını önemli ölçüde etkilemediği gözlenmiştir. İhracat performansının azalmasının değerlendirme probleminin yarattığı uyum maliyetlerinin, fırsatçı davranışın yarattığı maliyetlerden daha önemli olduğu görülmüştür.

İpek ve Tanyeri (2020) Türkiye'deki 221 ihracatçı firmaya anket yöntemi uygulamıştır. Yapısal eşitlik modellemesiyle kavramsal model değerlendirilmiştir. Kaynak temelli görüş çerçevesinde ekonomik, düzenleyici ve sosyokültürel çevre bakımından, ihracat pazar yönelimi ile ihracat performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. Yerel kurumlar ve ihracat pazarı yönelimi arasındaki ilişkilerde bilgiye dayalı ve yönetsel kaynaklar açısından firma kaynaklarının moderatör rolü belirtilmiştir. Yüksek bilgi temelli ve yönetsel kaynak seviyelerinin, ulusal kurumlar ile ihracat pazarı yönelimi arasındaki bağı güçlendirdiği vurgulanarak, ihracat pazar yönelimi ile ihracat performansını olumlu etkilediği öne çıkarılmıştır.

Katsikea, Theodosiou ve Makri (2019) Yunanistan'daki 168 ihracat yapan küçük ve orta ölçekli firmalara anket verileriyle Yapısal Eşitlik Modellemesi çalışılmıştır. KOBİ'lerin ihracat başarısını etkin bir ihracat satış stratejisinin geliştirilmesine bağlı olduğunu vurgulamıştır. İhracat pazarı istihbaratı oluşturma ve yayma faaliyetlerinin, ihracat satış stratejisinin önemli itici güçleri olduğunu göstererek ihracat satış stratejilerinin geliştirilmesini desteklediği ve kolaylaştırdığını göstermiştir. İhracat satış stratejisinin ihracat performansı üzerinde önemli olumlu etkileri gözlenmiştir. İhracatçı firmaların piyasa istihbaratı faaliyetlerine katılması gerektiği ifade edilmiştir.

Saad ve Ramlee (2019) yenilikçilik, risk alma, proaktiflik, rekabetçi saldırganlık ve özerklik kavramlarının uluslararası fırsat tanıma ile ihracat performansına etkisini araştırmıştır. Veri toplamaya ihracat faaliyetlerinde bulunan

Malezya'daki 180 imalatçı KOBİ dâhil edilerek yapısal eşitlik modeli uygulanmıştır. Firma özellikleri ve uluslararası pazardaki fırsatları değerlendirilmesinin ihracat performansına olumlu etki ettiği gözlenmiştir. Girişimci yönelimin, uluslararası fırsatların bir arabulucu olarak tanınması yoluyla ihracat performansı üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Lundberg (2019) çeşitli banka destek türlerinin küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracat performansını nasıl etkilediğini araştırmıştır. Çalışma yöntemi, üretim yapan 135 İsveç KOBİ'sini kapsayan anket, en küçük kareler regresyonu ve korelasyon kullanılarak test edilmiştir. İhracat performansı yükseldikçe uluslararası ticaretin banka finansmanına atfedilen öneminin büyüdüğü tespit edilmiştir. Bankaların sağladığı işlem ve döviz hizmetlerinin önemi büyük olmasına rağmen piyasa sayısının artışıyla etkinin azaldığı belirtilmiştir. Banka bağlantılarından bilgi paylaşımı veya destek için önemli bir sonuç bulunamamıştır.

Chung, Yang ve Won (2019) 815 Koreli giyim ve tekstil küçük ve orta ölçekli işletmenin (KOBİ) yetenekleri ve ihracat performansı arasındaki ilişkilerin anlaşılabilmesi için hiyerarşik (aşamalı) regresyon modellerini önermiştir. Hem teknolojik kabiliyetin hem de yabancı yatırım yeteneklerinden yararlanma kabiliyetinin stratejik ihracat performansı; pazarlama kapasitesi, finansal ihracat performansı; teknolojik kabiliyetin hem de yabancı yatırım yeteneklerinden yararlanma kabiliyetinin kendi markalı ürünleri ihraç eden KOBİ'ler için stratejik ihracat performansı; pazarlama kapasitesi kendi markalı ürünleri ihraç eden KOBİ'lerin finansal ihracat performansı ile daha güçlü bir şekilde ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda stratejik ihracat performansının finansal ihracat performansı ile olumlu yönde ilişkili olduğu vurgulanmıştır.

Hasaballah, Genc, Bin Mohamad ve Ahmed (2019) çalışmasında farklı ilişkisel değişkenlerin ihracat performansı üzerindeki etkisini ve bu ilişkisel değişkenler arasındaki etkileşimi açıklayan kapsamlı bir model geliştirilmesi amaç edinilmiştir. İlişki bağlamsal değişkenler; adaptasyon, işbirliği, iletişim ve ilişki sonucu değişkenler; güven, bağlılık olarak belirtilmiştir. İlişkisel değişkenlerin önemi konusundaki fikir birliğine rağmen, kanıtlar ihracat performansını etkileme biçimleri açısından karışık olduğu gözlenmiştir. Mevcut çalışmalar ve bulgulara dayalı olarak teorik bir model geliştirilmiştir. Önerilen modelde, ilişkisel sonuç değişkenleri, ilişkisel bağlamsal değişkenlerin ihracat performansı üzerindeki etkisine aracılık ettiği ortaya konulmuştur.

Heredia, Flores, Heredia, Arango ve Medina (2019) Brezilya, Meksika, Şili ve Peru ülkelerden 201 ihracatçı firmanın anket verileri nitelikli karşılaştırmalı analiz yaparak yorumlamıştır. Rekabet stratejileri, kurumsal faktörler ve pazarlama kapasitesi kapsamında ihracat performansına ilişkin inovasyonu incelemiştir. Teknolojik yetenek derecesinin ihracat pazarına bağlı olduğunu görmüştür. Ayrıca, teknolojik yeterlilik, stratejilerin uygulanmasıyla yapılandırılması ihtiyacı, kurumsal faktörlere ve pazarlama kabiliyetine bağlamıştır.

Hofer, Niehoff-Hoeckner ve Totzek (2019) firmaların ihracat fiyatlandırmasının ihracat performansına etkilerini temel olarak dikkate almıştır. İhracat performansının belirleyicileri, özellikle ihracat fiyatlandırması ve fiyat adaptasyonunun organizasyonel yönlerini, sözleşmelerin uygulanması ve ihracat pazarının yolsuzluk sıraları dâhil olmak üzere ihracat pazarı özelliklerinin ılımlı rolü araştırılmıştır. Avusturya ve Almanya'daki 295 ihracatçı firmanın ilgili ihracat pazarlarına ilişkin ikincil verileri kullanarak, regresyon ve korelasyon analizi yapılarak, hem iç fiyatlandırma koordinasyonunun yoğunluğunun hem de fiyat adaptasyonunun ihracat performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu gösterilmiştir. Spekülatif ihracat pazarlarında iç fiyatlandırma koordinasyonunun yoğunluğunun ihracat performansına katkıda bulunduğu vurgulanmıştır.

Faruk ve Subudhi (2019) küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) performanslarını arttırabilmeleri için ihracat performanslarının arttırılması gerektiğini belirtmiştir. İhracat performans belirleyicilerin tanımlanmasıyla, KOBİ'lerin daha iyi ihracat performansının firma düzeyinde kontrol edilebilir belirleyicileri haline geldiği ifade edilmiştir. İhracat performansının firma düzeyinde kontrol edilebilir belirleyicileri olarak; firma özellikleri, kaynakları / yetenekleri, ihracat pazarlama stratejisi ve yönetim özellikleri verilmiştir.

Myint (2019) Kaynak Tabanlı Görüş çerçevesinde firmaların yönetsel ve çevresel faktörlerinin ihracat performansı üzerindeki etkisini keşfetmeyi amaçlamıştır. Myanmar'daki hazır giyim endüstrisindeki 32 firmaya uygulanan veriler regresyon analizi ile test edilmiştir. Firma büyüklüğü, firma teknolojisi, ihracat pazarlama stratejisi, yönetim taahhüdü, yönetim davranış / algıları, uluslararası deneyim, yetersiz elektrik, liman zorlukları, bürokratik ihtiyaçlar, mali yardım ve teknik yardımın firmanın ihracat performansı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu gösterilmiştir. Daha iyi ihracat pazarlama stratejileri uygulanmasıyla ihracat performansının arttırılabileceği önerilmiştir. İhracat engelleri ile ilgili

olarak, hazır giyim üreticileri, yetersiz elektrik ve liman zorlukları gibi engelleri aşmak için firmanın kaynaklarını yeniden tahsis etmeleri gerektiği vurgulanmıştır.

Sinkovics, Kurt ve Sinkovics (2018) firmaların ihracatta ve uluslararasılaşma sürecinde karşılaştıkları engellerin göz ardı edebilecek düzeye indirilebilmesi için kapsamlı bir ağ oluşturma kavramı olan eşleştirmeye dikkat çekmiştir. Küçük ölçekli ihracatçı firmaların algılanan ihracat engelleri ve ihracat performansı üzerindeki etkisini değerlendirmişlerdir. Eşleştirme, algılanan iç / dış ihracat engellerinin ihracat performansı ile bağlantısını etkileyen bir moderatör değişken olarak tanımlanmıştır. 106 Birleşik Krallık merkezli ihracatçı küçük ve orta ölçekli işletmeden (KOBİ) oluşan bir örneklemi ile yapısal eşitlik modeli kullanarak eşleştirmenin, algılanan iç ihracat engellerinin ihracat performansı üzerindeki olumsuz etkisini hafiflettiği belirtilmiştir. İhracat deneyiminin ve taahhüdünün, yöneticilerin algıladıkları iç ve dış ihracat engellerini azalttığı vurgulanmıştır. Bir ağ aracı olarak eşleştirmenin ihracat engellerini tolere etmede yardımcı olabileceği savunulmuştur.

Thanh, Minh, Thanh, Minh ve Kim (2018) firma özellikleri / yetenekleri, ihracat pazarlama stratejileri, yerli pazar, ihracat pazar, endüstriyel ve yönetsel özelliklerin ihracat performansına etkisini araştıran bir model tasarlamıştır. Çalışma, nitel ve nicel araştırma yöntemlerini birleştirmiştir. Araştırma kavramlarını ölçmek için kullanılan gözlemsel değişkenleri değiştirmek için 10 ihracatçı ve ekonomi uzmanıyla görüşülerek nitel araştırma yöntemi gerçekleştirilmiştir. Kantitatif araştırma, modeli test etmek ve hipotezleri araştırmak için Güney Vietnam'daki Mekong Deltası'nda 305 ihracatçı ile doğrudan görüşülerek anket yöntemi gerçekleştirilmiştir. Güvenilirlik analizi, açıklayıcı faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modellemesi aracılığıyla değerlendirilmiştir. Sonuçlar, ihracat performansı, ihracat pazarlama stratejisinden, özelliklerinden ve yeteneklerinden, sektör özelliklerinden, yönetim özelliklerinden, ilişkisel faktörlerden, iç pazar özelliklerinden ve dış pazar özelliklerinden; ihracat pazarlama stratejisi, özelliklerden ve yeteneklerden, yönetim özelliklerinden etkilendiğini göstermiştir.

Sharma, Sraha ve Crick (2018) ihracat teşvik programları ve ihracat performansı arasındaki ilişkide dış pazar çekiciliğinin aracı rolünü incelemiştir. Nicel ve nitel yöntemin birleştiği karma yöntemle analizler gerçekleştirilmiştir. 18 ihracatçı firma yöneticisiyle görüşme tekniği uygulanarak, 116 Ganalı firmaya ise

anket yöntemi uygulanarak verilere ulaşılmıştır. Faktör analizi ve pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Dış pazarın çekiciliği için tam arabuluculuk etkileri bulunmuştur. Bu, ihracat teşvik programları dış pazar çekiciliğinin araya giren değişkeni aracılığıyla ihracat performansını artırabileceğini göstermiştir.

Imiru (2018) firma özelliklerinin, çevresel özelliklerin ve pazarlama karması stratejisinin ihracat pazarlama performansı üzerindeki etkisini araştırmıştır. Etiyopya'da 253 deri / deri ile ilgili ürünler ve tekstil / hazır giyim ihracatçısı firmanın anket verilerine korelasyon, regresyon ve yol analizi yapılmıştır. Firma özellikleri, sektör özellikleri, ihracat pazar özellikleri ve ürün adaptasyonun ihracat performansını önemli ölçüde etkilemiştir. Firma özellikleri, ihracat performansını önemli ölçüde etkilediği ve kısmen ürün uyarlamasına aracılık ettiği gözlenmiştir. Ürün özellikleri, ihracat pazarı özellikleri ve sektör özellikleri, ihracat pazarı performansını önemli ölçüde etkilemiştir.

Durmaz ve Eren (2018) belirli Kaynak Tabanlı Yaklaşım öğelerinin birbirleriyle ve ihracat performansı arasındaki ilişkileri incelemiştir. Kaynak Tabanlı Yaklaşım unsurlarından bilgi ve deneyim olarak kaynak; pazarlama, üretim, ürün geliştirme, lojistik ve hizmet farklılaştırması olarak yetenekler tercih edilmiştir. 291 İstanbul'da faaliyet gösteren imalatçı firma personeline uygulanmıştır. Yapısal eşitlik modellemesiyle çalışma değerlendirilmiştir. Pazarlama planlama ve hizmet farklılaştırma yeteneklerinin ihracat performansı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu gözlenmiştir. Ürün geliştirme yetenekleri ile hizmet farklılaştırma yetenekleri arasında ilişki bulunamamış, fakat firmaların bilgi ve deneyimlerinin pazarlama planlama yetenekleri üzerindeki yoğun etkisi bulunmuştur.

Ahn (2017) yabancı temsilci faaliyetleri, piyasa bilgi yönetimi, uyarlanabilir yetenek ve ihracat performansının dahil olduğu bir model önermiştir. Pazar bilgisi yönetimi ve ihracat performansı arasındaki ilişkide uyarlanabilir yeteneğin aracılık rolüne odaklanılmıştır. Firma büyüklüğü ve uluslararası firma süresi kontrol değişkenler olarak ele alınmıştır. Kore'de ihracat yapan 152 küçük ve orta büyüklükteki işletmeden (KOBİ) anket verileri toplanmıştır. Yapısal eşitlik modellemesiyle gerçekleştirilen analizde bir firmanın yabancı temsilcilerle ilgili operasyon kalitesinin pazar bilgisi yönetiminin kalitesini güçlü bir şekilde etkilediğini ve dolayısıyla ihracat performansını etkilediğini göstermiştir. Pazar

bilgisi yönetimi ve ihracat performansı arasındaki ilişkide, özellikle uyarlanabilir yeteneğin aracılık rolü oynadığı belirlenmiştir.

Viet, Tan, Thanh ve Kim (2017) firma özellikleri / yetenekleri, iç piyasa, dış piyasa, endüstriyel ve yönetsel özelliklerin ihracat pazarlama stratejisi ve ihracat performansına etkilerini araştıran bir model geliştirmiştir. Ayrıca ihracat pazarlama stratejisi ile ihracat performansı arasındaki ilişki de değerlendirilmiştir. Vietnam'da Mekong Deltası bölgesinde 10 deniz ürünleri firmasının yönetim kurulu başkanı ile odak grup çalışması ve 305 firmaya anket yöntemi yapılarak nitel ve nicel açıdan değerlendirme yapılmıştır. Anket verilerine faktör analizi ve yapısal eşitlik modeli uygulanmıştır. İhracat performansı değişkeni ihracat pazarlama stratejisi, firma özellikleri / yetenekleri, sektör özellikleri, yönetim özellikleri, iç pazar özellikleri ve dış pazar özelliklerinden etkilenmiştir. İhracat pazarlama stratejisi değişkeni ise firma özelliklerinden / yeteneklerinden, sektör özelliklerinden, yönetim özelliklerinden, iç pazar özelliklerinden ve dış pazar özelliklerinden etkilenmiştir.

Karedza ve Govender (2017) pazarlama faktörleri ile ihracat performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. Gıda işleme, tekstil, ayakkabı ve mobilya imalatında çalışan 345 KOBİ'ye anket uygulanmıştır. Müşteri odaklılık, müşteri değeri, ihracat pazarlama engelleri, endüstriyel, ihracat pazarlama özellikleri ve ihracat performansı arasındaki ilişkiyi değerlendirmiştir. Yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak veriler analiz edilmiştir. Müşteri odaklı firmaların ihracat performanslarını artıracakları belirtilmiştir. Ayırt edici yetenekler aynı zamanda bir firmanın performansını belirleyen iç etkilere ve bir firmanın performansını artırmak için benimseyebileceği pazar odaklı stratejilerden biri olarak sınıflandırılmıştır. İhracat pazarlama engellerinin firmanın ihracat performansı üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğunu da ortaya konmuştur.

Mudalige (2017) girişimci özellikleri ile ihracat performansı arasındaki ilişki yetenekler açısından test etmiştir. Girişimci oryantasyonun, sosyal sermayenin ve beşerî sermayenin, başarılı ihracat performansına yol açan girişimcinin önemli yetenekleri olduğunu savunmuştur. Bu yeteneklerin, girişimcinin uluslararası pazarda gerekli olan dinamik bir duruş geliştirmesine izin veren sinerji ve tamamlayıcı bir rol oynadığı söylenmiştir. Sri Lanka'da 197 ihracat KOBİ'sinden oluşan örneklem anket yöntemi ile kısmi en küçük kareler yapılandırılmış denklem modelleme (PLS-SEM / Yapısal Eşitlik Modeli) yöntemi

kullanılarak analiz etmiştir. Girişimci yeteneklerinin, yani girişimci oryantasyonun, sosyal sermayenin ve beşeri sermayenin KOBİ'lerin ihracat performansı üzerinde önemli bir pozitif etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, çoklu grup analizi kullanılarak, KOBİ'nin faaliyet gösterdiği endüstri bağlamının ilişki üzerinde ılımlı bir etkiye sahip olduğu belirtmiştir.

Monteiro, Soares ve Rua (2017) çalışmasında kaynak temelli bakış açısına ve dinamik yetenekler görüşünün, bir firmanın kaynaklarının ve yeteneklerinin rekabet avantajını belirlediği öne sürülmüştür. 265 Portekizli ihracat şirketlerinin anket verileri, maddi olmayan kaynakların ihracat performansı üzerindeki etkisini tahmin etmek için doğrusal bir regresyon modeli uygulanmıştır. Bu amaçla yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Dinamik yeteneklerden ve girişimcilik yöneliminden ihracat performansının doğrudan etkilendiği gözlenmiştir. Maddi olmayan kaynakların girişimcilik yönelimi üzerinde dinamik yetenekler aracılığıyla dolaylı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Dinamik yeteneklerin ve girişimci yönelimin katalizör rolü vurgulanmıştır.

Özdemir, Altıntaş ve Kılıç (2017) ihracatçı firmaların uluslararasılaşmasını değerlendirerek ihracat performansına etkisini belirlemek amaç edinilmiştir. Türkiye İhracatçılar Meclisi'nde (TİM) 13 ihracat birliğine kayıtlı ihracat şirketlerine yapılan anket verilerine yapısal eşitlik modeli uygulanmıştır. Uluslararasılaşma derecesi (DOI) ve hız bileşeni araştırma modeline eklenmiştir. Satış, ülke ve insan faktörleri olarak gruplandırılan boyutların ikinci dereceden uluslararasılaşma derecesi olarak gruplandırıldığı ve bu boyutların firmaların ihracat performanslarını olumlu etkilediği görülmüştür. Çalışma sonuçları, pazarlama yöneticilerinin uluslararasılaşma sürecinde satış, ülke ve insan faktörleri gibi alt boyutlara ve uluslararasılaşma derecesinin içeriğine özel önem vermesi ve bu bağlamda ihracat performansını takip etmesi gerektiğini göstermiştir.

Navarro-García, Sánchez-Franco ve Rey-Moreno (2016) yabancı yatırım temsilcileri ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. İhracatçının yabancı yatırım temsilcilerine bağımlılığı, uluslararası yetenekleri, dış pazar ortamı, ilişkisel normlar ve ihracat performansı arasındaki karşılıklı ilişkiler değerlendirilmiştir. Yani yabancı yatırım temsilciliğine bağımlılığının, uluslararası yeteneklerin ve dış pazar ortamının bilgi alışverişi iş birliğinin esnekliği aracılığıyla ihracat performansına etkisi modelize edilmiştir. 212 İspanyol ihracatçı firmaya anket yöntemi benimsenerek ulaşılmış ve veri analizi yapısal eşitlik modellemesi

kullanarak yapılmıştır. İlişkisel normların ihracat performansını olumlu etkilediği gözlenmiştir. İhracatçının ilişkisel normlara bağımlılığının arttıkça bu ilişkilerin devam etmesi yönünde görüşün arttığı belirtilmiştir.

Koo, Kim ve Kim (2016) ihracat firmalarının B2B bağlamlarındaki dahili pazarlama yeteneklerinin ihracat pazarlama stratejilerini, B2B pazarlama karmasını ve ihracat performansını nasıl etkilediği üzerine çalışmıştır. Güney Kore'nin Kyongnam eyaletindeki ihracat firmalarının 90 ihracat yöneticisine uygulanan anket regresyon ve faktör analiziyle test edilmiştir. B2B ihracat firmalarının dahili pazarlama yetenekleri olarak pazarlama organizasyon kabiliyeti, pazarlama insan kaynakları kabiliyeti, pazarlama finans kabiliyeti ve pazarlama altyapısını kullanmıştır. Dinamik yetenekler teorisinden yararlanarak, dahili pazarlama yeteneklerini ihracat pazarlama stratejileri ve B2B pazarlama karması ve ihracat performansı ile birleştiren bir model geliştirilmiştir. Pazarlama altyapısının hem ihracat pazarlama stratejileri hem de B2B pazarlama karması üzerinde olumlu etkileri olduğunu tespit edilmiştir. Ayrıca bulgular, B2B ihracat firmalarının ihracat yöneticilerinin, ihracat performansını iyileştirmek için pazarlama altyapısını geliştirmeleri gerektiğini ortaya koymuştur. Dahili pazarlama yetenekleri ve B2B pazarlama karması görünümü ile ihracat performansı arasında bağlantı kurarak ihracat pazarlaması alanına katkıda bulunmuştur.

Nas ve Kalaycıoğlu (2016) ihracat performansının belirleyicileri tespit edilmesini hedeflemişlerdir. 2007-2010 yılları arasında 221 ihracatçı firmanın verilerine regresyon ve korelasyon analizleri kullanarak, yönetim kurulu büyüklüğü ile tüm ihracat performansı ölçütleri arasında önemli ölçüde olumlu bir ilişki olduğu bulunmuştur. Yönetim kurulu başkanı ve icra kurulu başkanı (CEO) pozisyonlarının ayrılmasının ihracat performansı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca, profesyonel temsilin firmaların ihracat performansına ilişkin tüm ölçüleri ne azalttığı ne de artırdığı fikri desteklenmemiştir. Büyük çaptaki yönetim kurulları, ihracat performansını üst seviyelere çıkarabilmek için daha fazla bakış açısı çeşitliliği kaynağı yaratacağı öngörülmüştür. Ayrıca, uluslararasılaşma sürecinde daha fazla risk alabilecekleri belirtilmiştir.

Pinho (2016) sosyal sermaye ve kaynaklar kümesinin bağlılığı ile işbirliği açısından değerlendirilmesini ve bunların ihracat performansını nasıl etkilediğini araştırmıştır. 91 küçük ve orta ölçekli işletme ihracatçılarından oluşan örneklem anket uygulanmış ve analizinde kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi

kullanılmıştır. Sosyal sermayenin ihracat performansı üzerinde olumlu ve doğrudan etkisi söz konusudur. İhracatçılar ve aracılar arasında yüksek sosyal sermayenin varlığının hem yüksek bağlılığı hem de yüksek işbirliğini etkilediği doğrulanmıştır. Çalışma, sosyal sermaye ile ihracat performansı arasındaki ilişkide işbirliğinin aracılık etkisini de göstermiştir.

Kayabasi ve Mtetwa (2016) pazarlama etkinliği, pazarlama yetenekleri, ihracat pazar yönelimi ve ihracat performansı arasındaki ilişkileri incelemiştir. Kaynak tabanlı yaklaşımla, ihracat pazar yönelim davranışının pazarlama yetenekleri ve pazarlama etkinliği üzerindeki rolünü değerlendirerek ihracat performansının açıklamasına katkıda bulunulmak istenmiştir. İhracat pazar yöneliminin, pazarlama etkinliğinin ve pazarlama yeteneklerinin ihracat performansının öncülleri olup olmadığını analiz edilmiştir. Türkiye Ege bölgesindeki 443 ihracat firmasına anket yöntemi uygulanmış ve keşfedici, doğrulayıcı faktör analizleri ile yapısal eşitlik modellemesi yapılmıştır. İhracat pazar yöneliminin pazarlama yetenekleri ve pazarlama etkinliği üzerinde; pazarlama etkinliğinin ise ihracat performansı üzerinde önemli bir etkisi olduğu ortaya konmuştur. İhracat pazarı yöneliminin pazarlama yeteneklerinin geliştirilmesinde en etken kavram olduğu belirtilmiştir. Pazarlama etkinliği ihracat performansının açıklanmasına katkıda bulunmuştur.

Erdil ve Özdemir (2016) firma özelliklerinin ve pazarlama karması stratejilerinin ihracat performansı üzerindeki etkilerini incelemiştir. İhracat performansının öncülleri olarak firmaya özgü özellikler ve dış faktörler belirlenmiştir. Türk giyim-tekstil endüstrisinde 118 ihracatçı firmaya uygulanan ankete faktör, regresyon ve korelasyon analizi yapılarak pazarlama karması stratejisi ve ihracat performansı üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Rekabet stratejileri teorisine dayanarak, modele pazarlama karması stratejisi eklenmiş ve ihracat performansı üzerindeki aracılık etkisi incelenmiştir. Ampirik sonuçlar, firma özelliklerinin, çevresel özelliklerin, uluslararası deneyimin ve uluslararası taahhüdün Türk giyim ihracat firmalarındaki daha yüksek seviyelerde ihracat performansı ile bağlantılı olduğunu göstermiştir.

Chen, Sousa ve He (2016) çalışmada ihracat performansının belirleyicileri üzerine yapılan çalışmaları sentezlemek ve değerlendirmek amaçlanmıştır. 2006-2014 yılları arasında yayınlanan 124 makaleyi gözden geçirilerek hazırlanmıştır. Çok sayıda yeni belirleyicinin tanımlandığını, veri

kalitesi ve istatistiksel önyargıların önemli ölçüde dikkat çektiğini ve etkileşim ile dolaylı ilişkilerin dikkate alındığını göstermiştir. Bununla birlikte, ihracat performansı kavramı araştırmalarında, teorik temelin eksikliği, tutarsız test sonuçları ve araştırma çerçevesi ile istatistiksel metodolojilerdeki yetersizlik nedeniyle hala sınırlı olduğu belirtilmiştir.

Ahamed, Stump ve Skallerud (2015) ilişki kalitesinin işlem maliyeti değişkenleri ile ihracat performansı arasındaki bağlantıya nasıl aracılık ettiğini araştırmıştır. İlişkiye özgü varlıklar ve belirsizlik ihracat performansını hem doğrudan hem de ilişki kalitesi yoluyla etkilemiştir. Bangladeş'deki 185 ihracatçı kuruluştan anket verileri kısmi en küçük kareler yöntemiyle test edilmiştir. İşlem maliyeti ekonomisinin ve ilişkisel değişim teorilerinin birbiriyle tamamlayıcı olduğunu önermesi öne çıkarılmıştır. Sonuçlar, çalışmanın sadece varlık özgülüğünün ve belirsizliğin ihracat performansı üzerindeki doğrudan etkisini değil, aynı zamanda daha önce test edilmemiş veya açıklığa kavuşturulmamış ilişki kalitesi yoluyla dolaylı etkilerini de hesaba kattığı için ortaya çıkarılması amaç edinilmiştir.

Abiodun ve Mahmood (2015) Nijerya'daki 201 ihracatçı KOBİ'den toplanan anket verilerinin üzerinde faktör analizi ve yapısal eşitlik modellemesi kullanarak öğrenme yönelimi, ihracat pazarı yönelimi ve çevresel yönelimi potansiyel etkisinin benimsenmesinin uygunluğuna ilişkin önceki araştırma sonuçlarını yeniden incelemiştir. İhracat pazarı yönelimi ve öğrenme yönelimi, ihracat performansı ile olumlu yönde ilişkilendirilmiştir. Çevresel karışıklık, ihracat pazarı yönelimi ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi yumuşatmakta olduğu belirtilmiştir. Çevresel karışıklığın, Sahara alt Afrika ülkelerinden birinde ihracat yapan KOBİ'ler üzerindeki hafifletici etkisini değerlendirmiştir. İhracat pazarı yönelimi ile ihracat performansı arasındaki ilişkide çevresel yönelimlerin yumuşatılması için destek bulamamıştır.

Tan ve Sousa (2015) dinamik yetenekler ve rekabet avantajı teorisini kullanarak, pazarlama yeteneklerinin ihracat performansı üzerindeki rolü araştırılmıştır. Yani, pazarlama yetenekleri, rekabet avantajı ve ihracat performansı arasındaki ilişkilere odaklanılmıştır. Pazarlama yetenekleriyle ilgili literatürün meta analizi yapılmış ve çok değişkenli analizlerle AMOS kullanılmıştır. Rekabet avantajının pazarlama yetenekleri ile ihracat performansı arasındaki ilişkide önemli bir aracı rolü üstlendiği gözlenmiştir. Özellikle, düşük maliyet avantajı ve

farklılaşma olarak rekabet avantajının pazarlama yeteneklerinin ihracat performansı üzerindeki etkisine olumlu bir şekilde aracılık ettiği belirlenmiştir.

Sousa, Lenger ve Martínez-lópez (2014) çalışma Portekiz'deki 273 ihracat yapan KOBİ örneği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Stratejik kararların alınmasında yönetsel algıların önemi vurgulanarak yöneticilerin stratejik kararlar ve sonuçta ortaya çıkan performans sonuçları hakkındaki algılarının önemi araştırılmıştır. Yöneticilerin psikolojik mesafesinin temel belirleyicileri ile bunun uluslararası fiyatlandırma kararları ve firmaların ihracat performansı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ayrıca fiyat adaptasyonunun ihracat performansı üzerindeki ikinci dereceden etkileri de araştırılmıştır. Literatürde fiyat adaptasyonu ve ihracat performansının doğrusal bir ilişkiye sahip olduğu varsayıldığından, bunun özellikle önemli olduğu vurgulanmıştır. Sonuçlar, yöneticilerin algılarının fiyatlandırma kararları ve sonuçta ortaya çıkan performans sonuçları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ve ayrıca fiyat adaptasyonunun ihracat performansı ile ters U şeklinde bir ilişkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Erdil (2014) dış aracılık ilişkisi kalitesinin ihracat performansı üzerindeki etkilerini incelemiştir. İşbirliği, güven ve bağlılığın ihracat performansına etkileri değerlendirilmiştir. Türkiye İstanbul'daki beyaz eşya ve tekstil sektörlerinde 104 ihracat yapan firma yöneticilerine anket yöntemi uygulanarak regresyon ve korelasyon analizi yapılmıştır. Aracılık ilişkisinin kalitesi ile ihracat performansı arasındaki nedensel ilişkinin yalnızca doğrudan olmadığını ortaya koymaktadır. Bağlılığın pozitif olarak ihracat performansı ile ilişkili olduğunu belirlenmiştir.

Roy, Purohit ve Vyas (2014) ihracat performansı belirleyicilerinin tespitine odaklanmıştır. İhracat performansı belirleyicileri, genel yönetim, insan kaynakları, pazarlama, finans ve operasyonlardan oluşan ayırt edici yetkinlik faaliyetleri ve girişimcilik yönelimini içermekte olduğu belirtilmiştir. Hindistan'ın Rajasthan eyaletindeki yedi endüstri sektöründeki 397 küçük ve orta ölçekli işletme (KOBİ) ankete dâhil edilmiş ve iki aşamalı bir yapısal eşitlik modelleme uygulanmıştır. Sonuçlar, firmalar arasında ayırt edici yetkinlik faaliyetleri, girişimcilik yönelimi ve ihracat performansı arasında orta güçlükte bir ilişki olduğunu göstermiştir. Firmaların uyguladıkları yetkinlik faaliyetleri arasında finans ve pazarlama öne çıkan faaliyetler olarak gözlenmiştir.

Zhang ve Zhu (2014) kaynak temelli görüşe dayanan çalışma, pazar yönelimi açısından pazarlama ile ilgili kaynakların ve inovasyon oryantasyonu ile

kaynakları açısından inovasyonla ilgili kaynakların, yeni ürün performansı ile genel ihracat performansı açısından ihracatçıların performansı üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Pazar oryantasyonu ve ihracat performansı bağlantısında çevresel yönelimin ılımlı rolü olduğu belirtilmiştir. Çin’de Pekin, Shenzhen ve Şanghay illerindeki 220 imalat yapan ihracatçı arasında yapılan anket araştırması, söz konusu yapılar arasında olumlu ilişkiler olduğunu ortaya koymuştur. Doğrulamalı faktör analizi, regresyon ve korelasyon analizi yapılmıştır. Pazar yöneliminin yeni ürünü nasıl iyileştirdiği etki mekanizmasını incelemiştir. Kaynak temelli görüşe dayalı inovasyon oryantasyonu ve inovasyon kaynakları yoluyla performans ve ihracat performansı, ürün inovasyon faaliyetinde yer alan üç yapı arasında ayırım yaparak ve araştırmayı iç piyasalardan ihracat piyasalarına doğru genişletmiştir.

Kahiya ve Dean (2014) ihracat performansının öncüllerini yapı-yürütme ve performans paradigması, kaynak temelli görünüm, teorik şablonlar, rasyonel seçim ve algısal görünüm parametreler dâhilinde incelenmiştir. Model firma faktörleri, stratejik ve algısal faktörlerin ihracat performansı üzerine etkisi üzerine inşa edilmiştir. Yeni Zelanda’dan 118 ihracatçıdan elde edilen anketler doğrusal regresyon analizi kullanılarak test edilmiştir. Sonuçlar, stratejik faktörlerin hem ihracat yoğunluğunun hem de ihracat yoğunluğu büyümesinin güçlü belirleyicileri olduğunu ve ardından ihracat engellerinin olduğunu belirlemiştir. Firma faktörleri ihracat performansını tahmin etmede daha düşük açıklayıcı güç ürettiği ortaya atılmıştır. İhracat performansı ölçüleriyle ilgili olarak, ihracat yoğunluğu en yüksek etkinliği taşıdığı söylenmiştir. İhracat performansının öncelikle ürünler, pazarlar ve sipariş oluşturma yaklaşımları ile ilgili stratejik girişimlere bağlı olduğunu ve firma faktörlerinin doğasında bulunan kaynak ve doğal seleksiyon temelli avantajlara dolaylı olarak meydan okuduğunu göstermiştir.

Mutlu ve Aksoy (2014) Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı 2012 Altın Takı Sektörü Raporları’na göre Türkiye, altın takı üretiminde ve altın takı ihracatında dünya liderlerinden biri olup Türkiye’de yaklaşık 500 ihracatçı firma bulunduğu belirtilmiştir. Bu nedenle çalışmada Türk mücevher ihracatçı firmalarında stratejik yönelimler (müşteri, girişimci ve marka) ile ihracat performansı arasındaki ilişkileri incelenmiştir. Ayrıca müşteri ilişkileri kabiliyeti ve marka kabiliyeti bakımından firma kabiliyetinin ihracat performansı üzerindeki etkilerini araştırılmıştır. 33 kuyumculuk sektöründeki ihracatçı firmaya uygulanan anket verileri korelasyon ve regresyon analizleri ile test edilmiştir. Sonuçlar,

araştırma değişkenleri arasında güçlü ilişkiler olduğunu göstermiştir. İhracat performansı ile hem ülke hem de ürün çeşitliliği arasındaki ilişki pozitif korelasyon katsayılarına sahip olup ihracatçı firmalar için çeşitliliğin önemi vurgulanmıştır. Araştırma bulgularında, tüm stratejik yönelimlerin önemli etkilerinin olmadığını ancak regresyon sonuçları müşteri yöneliminin ihracat performansını olumsuz etkilediğini gözlenmiştir. İhracat pazarındaki firma kabiliyetine ilişkin sonuçlar, müşteri ilişkileri yeteneğinin olumlu, marka yönetimi kabiliyetinin ise ihracat performansı üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Bu durum, mücevher ihracatçısı firmaların marka yönetimi kabiliyetinden ziyade müşteri ilişkilerini geliştirmeyi tercih edeceklerini algısını ortaya çıkarmıştır. Her ihracat pazarı için marka yönetimi yeteneğinin geliştirilmesi, özellikle kuyumculuk sektöründe yüksek maliyetler gerektirebildiği belirtilmiştir. İhracat pazarındaki markalaşma performansının, müşteri ilişkileri performansından ziyade ihracat performansı üzerinde daha güçlü bir etkisi söz konusu olduğu vurgulanmıştır. Çalışma, ihracat pazarı ve kuyumculuk sektöründeki müşteri ilişkilerinin gücünü ortaya koymuştur.

Theodosiou ve Katsikea (2013) ihracat bilgi sistemi dört temel boyuttan oluştuğu; bilgi kaynakları, bilgi edinme, bilgi yayma ve bilgi kullanımı şeklinde ifade edilmiştir. Bu dört boyutunu birbirine bağlayan etki zincirini, örgütsel yapının (resmileştirme ve merkezileştirme) ihracat bilgisinin yayılması üzerindeki etkisini ve ihracat bilgi sistemi ile ihracat performansı arasındaki ilişkiyi değerlendiren kapsamlı bir kavramsal çerçeve geliştirilmiş ve deneysel olarak test edilmiştir. Ayrıca belirli çevresel güçlerin (piyasa karışıklığı ve yoğunluk rekabeti) hafifletici etkileri de araştırılmıştır. 191 İngiliz işletmesine yapılan anketler T testi ve denetleme analizleriyle test edilmiştir. Bulgular, küçük ve orta ölçekli ihracatçıların başarısında bilgi işlemenin kritik rolünü desteklemiştir.

Wang, Cao, Zhou ve Ning (2013) inovasyon stratejisinin kurumlar arası boyutunun ihracat performansına etkisini inceleyerek ihracat performansının belirleyicilerini ön plana çıkarmışlardır. 2000 ve 2003 yılları arasında içe yönelik teknoloji lisanslaması yapan 141 Çin imalat firmasına yapılan ankete regresyon ve korelasyon analizi yapılmıştır. Sonuçlar, dış teknoloji satın almalarının Çinli firmaların ihracat performansını olumlu yönde etkilediğini göstermiştir. Ayrıca dış teknoloji kullanımının ihracat performansı, yerli ve yabancı kaynaklarına bağlı olarak değiştiği gözlenmiştir. Yabancı ülkelere teknoloji satın alan ihracatçı

firmalar, yurt içinde geliştirilen teknolojiyi kullananlardan daha iyi performans gösterdiği ortaya konulmuştur.

Cho (2012) girişimcilik ve ürün farklılaştırma yetenekleri ihracat performansının belirleyicileri olarak alınarak etkilerini araştırmıştır. Ayrıca ürün farklılaştırma yeteneklerinin girişimcilik ve ihracat performansı arasındaki aracılık etkisinin olup olmadığı bakılmıştır. 152 Kore'deki küçük ve orta ölçekli imalatçı firmaya yapılan anketlerin analizi kısmi en küçük kareler yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Küçük ve orta ölçekli imalat işletmelerinin risk toleransı ve inovasyonu, girişimciler ve ürün farklılaştırma yetkinliği, her ikisinde de ihracat performansını olumlu yönde etkilediği gözlenmiştir. Ürün farklılaştırma yeteneklerinin ihracat performansı üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu doğrulanmıştır. Ürün farklılaştırma kapasitesindeki aracılık etkisinin analizinde, inovasyon ve ihracat performansı arasında önemli bir aracılık etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ancak aracılı etkiler, önemli bir risk toleransı göstermiştir. Firmaların büyüme aşamasında daha fazla ürün farklılaştırma kabiliyetine ihtiyaç duyan inovasyonu aktif olarak takip etme ihtiyacını ortaya koymuştur. Risk toleransından ziyade inovasyona dayalı ürün farklılaşmasını vurgulamaya çalışılmıştır.

Moghaddam, Bin Abdul Hamid, Abdul Rasid ve Darestani (2011) 1993 ile 2010 yılları arasında yayınlanan makaleler nitel değerlendirme amacıyla gözden geçirilmiş, ihracat pazarlama stratejisi unsurlarının firma ihracat performansı üzerindeki etkisini değerlendirilmiştir. İhracat pazarlama stratejisine bağlı olarak firmanın ihracat performansını artırmak için kapsamlı ve sistematik bir literatür çalışmasına dayalı olarak sentezlenmiş bir model tasarlanmıştır. Çalışmada ihracat pazarlama stratejisi; fiyat stratejisi, ürün stratejisi, promosyon stratejisi, yer stratejisi olarak sınıflandırılmıştır.

Stoian, Rialp ve Rialp (2011) kaynak temelli yaklaşıma dayalı olarak, iç (yönetimsel ve örgütsel) ve dış (çevresel) ihracat performansı belirleyicilerinin etkisi araştırılmıştır. 146 İspanyol küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) anket verilerine regresyon analizi ve yapısal eşitlik modellemesi uygulanmıştır. Sonuçlar, yönetimsel yabancı dil becerilerinin ve uluslararası iş bilgisi, firmanın ihracat taahhüdü ve sektörün teknolojik yoğunluğu, ihracat performansının en çok etkileyen öncülleri olduğu belirtilmiştir. Ayrıca, nesnel ve öznel ihracat performansı ölçütleri arasında güçlü bir pozitif ilişki gözlemlenmiştir.

Tablo 7. İhracat Performansı Öncüllerinin Uluslararası Literatürde Değerlendirmek İçin Kavramsal Bir Çerçeve

Araştırmalar / Çalışmalar	Yazar / Yazarlar	Konu / Amaç	Metod	Ulusal / Uluslararası
“The Effects of Market Orientation and Proactive Orientation on the Export Performance of South African SMEs”	Robb, C. A. and Stephens, A. R. (2021)	Pazar Oryantasyonunun ve Proaktif Oryantasyonun Güney Afrika KOBİ'lerinin İhracat Performansına Etkilerini Araştırmak	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Studying Factors Affecting The Export Performance Of Seafood Enterprises İn The Mekong Delta”	Lê, N. T. , Nhã, H. T. and Phong, N. T. (2020)	Deniz Ürünleri İşletmelerinin İhracat Performansını Etkileyen Faktörleri Analiz Etmek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Relationship Between Competitive Aggressiveness And Export Performance Of Tourism Firms İn Tanzania: The Role Of Organizational Structure”	Shayo, F. A. (2020)	Turizm Firmalarının Rekabetçi Saldırganlığının İhracat Performansı Üzerindeki Etkisini Belirlemek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“International Experience, Commitment, Distribution Adaptation And Performance: A Study Of Ghanaian Firms İn B2B Export Markets”	Sraha, G., Sharma, R. R., Crick, D. and Crick, J. M. (2020)	Uluslararası Deneyim, Taahhüt, Dağıtım Uyarlaması ve Performans Arasındaki İlişkinin Tespit Etmek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Microfoundations Of Firm Capabilities İn The Context Of İnternational Business, Exploring The Role Of Export Department Employees”	Hızarcı Payne, A. K. and Katrinli, A. (2020)	İhracat Departmanlarında Çalışanların İhracat Performansına Etkisini Araştırmak	Nitel Değerlendirme	Uluslararası
“Marketing Strategy and Capability as the Mediators in Relationship of Market Orientation and Export Performance: A Case Study of Rattan Processing SMEs”	Muis, I. (2020)	Pazar Yönelimi ve İhracat Performansı Arasındaki İlişkinin Tespit Edilmesi	Anket Yöntemi	Uluslararası

“The Mediating Effect of the Internationalization Process on Knowledge Management and Export towards SMEs Export Performance”	Saputraa, D., Abdurachmanb, E. and Kuncoroc, E. A. (2020)	Uluslararasılaşma Sürecinin Bilgi Yönetimi ve İhracatta KOBİ İhracat Performansına Aracılık Etkisi	Anket Yöntemi	Uluslararası
“The Influence On Export Performance Of Performance Ambiguity Among Foreign Sales Agents”	Mysen, T. M. and Tronvoll, B. (2020)	Yabancı Satış Acenteleri Arasındaki Performans Belirsizliğinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Home Country Institutional Drivers And Performance Outcomes Of Export Market Orientation: The Moderating Role Of Firm Resources”	İpek, İ. and Tanyeri, M. (2020)	Firma Kaynaklarının Moderatör Rolü ile Ana Ülke Kurumsal İtici Güçleri ve İhracat Pazarı Oryantasyonunun Performans Sonuçlarının Değerlendirilmek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Relationships Between the Capabilities and Export Performance of Korean Clothing and Textiles SMEs and the Moderating Effects of Export Mode on These Relationships”	Chung, J. E., Yang, H. and Won, J. H. (2019)	Kore Hazır Giyim ve Tekstil KOBİ'lerinin Yetenekleri ile İhracat Performansları Arasındaki İlişkiler ve İhracat Modunun Bu İlişkiler Üzerindeki Moderatör Etkilerini Tespit Etmek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Export Performance of SMEs: A Review of Firm - Level Controllable Determinants”	Faruk, O. and Subudhi, R.N. (2019)	KOBİ'lerin İhracat Performansı: Firma Düzeyinde Kontrol Edilebilir Belirleyiciler Üzerine Bir İnceleme Yapmak	Nitel Değerlendirme	Uluslararası
“Exploring the interface of relationship marketing and export performance A conceptual perspective”	Hasaballah, A. H., Genc, Ö. F., Bin Mohamad, O. and Ahmed, Z. U. (2019)	İlişkisel Pazarlama ve İhracat Performansının Arasındaki İlişkiyi Belirlemek	Nitel Değerlendirme	Uluslararası
“How Innovation Influences on Export Performance: A Configuration Approach for Emerging Economies”	Heredia, J., Flores, A., Heredia, W., Arango, R. and Medina, L. (2019)	İnovasyonun İhracat Performansını Etkisini Araştırmak	Nitel Değerlendirme	Uluslararası

“Organizing and Implementing Export Pricing: Performance Effects and Moderating Factors”	Hofer, K. M., Niehoff-Hoeckner, L. M. and Totzek, D. (2019)	İhracat Fiyatlandırmasının Düzenlenmesi ve Uygulanması: Performans Etkileri ve Denetleyici Faktörler	Anket Yöntemi	Uluslararası
“The Interplay Between Market Intelligence Activities And Sales Strategy As Drivers Of Performance In Export Markets”	Katsikea, E., Theodosiou, M., and Makri, K. (2019)	İhracat Pazarlarında Performansın İtici Gücü Olarak Pazar İstihbaratı Faaliyetleri İle Satış Stratejisi Arasındaki Etkileşimin Belirlenmesi	Anket Yöntemi	Uluslararası
“The Export Performance Of Myanmar Garment Industry”	Myint, Y. M. (2019)	Myanmar Giyim Sektörünün İhracat Performansı İncelemek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Bank Relationships’ Contributions to SME Export Performance”	Lundberg, H. (2019)	Banka İlişkilerinin KOBİ İhracat Performansına Katkılarını Belirlemek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Entrepreneurial Orientation and Export Performance among Malaysian Small and Medium-Sized Exporters: The Mediating Role of International Opportunity Recognition”	Saad, F. M. N. M. and Ramlee, A. A. (2019)	Küçük ve Orta Ölçekli İhracatçılar Arasında Girişimcilik Oryantasyonu ve İhracat Performansı: Uluslararası Fırsatların Tanınmasının Aracılık Rolü	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Export Performance: Is It Possible through Knowledge and Capabilities? Evidence from Turkish Manufacturing Firms”	Durmaz, A. and Eren, M. S. (2018)	Kaynak Tabanlı Yaklaşımla İhracat Performansını Değerlendirmek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“The Mediating Role of Marketing Strategy in the Effect of Antecedents on Export Performance of Leather and Textile Exporting Companies in Ethiopia”	Imiru, G. A. (2018)	İhracat Performansına Öncüllerin Etkisinde Pazarlama Stratejisinin Aracı Rolünü Keşfetmek	Anket Yöntemi	Uluslararası

“Export Promotion Programmes And The Export Performance Of Ghanaian Firms The Mediating Role Of Foreign Market Attractiveness”	Sharma, R. R., Sraha, G. and Crick, D. (2018)	İhracat Teşvik Programları ve İhracat Performansı: Dış Pazar Çekiciliğinin Arabulucu Rolünü İncelemek	Anket Yöntemi ve Nitel Değerlendirme	Uluslararası
“The Effect Of Matching On Perceived Export Barriers And Performance İn An Era Of Globalization Discontents: Empirical Evidence From UK SMEs”	Sinkovicsa, R. R., Kurt, Y. and Sinkovics, N. (2018)	Eşleştirmenin Küçük İhracatçı Firmaların Algılanan İhracat Engelleri ve İhracat Performansı Üzerindeki Etkisini İncelemek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“The Empirical Study On Seafood Export Performance In The Mekong Delta, Vietnam”	Thanh, V. N., Minh, H. P., Thanh, L. N., Minh, D. P. and Kim, N. V. (2018)	İhracat Performansına İlişkin Ampirik Çalışma Yapmak	Anket Yöntemi ve Nitel Değerlendirme	Uluslararası
“Relationship Between Foreign Agent Operations And Performance In SME Exporters Mediating Effects Of Adaptive Capability”	Ahn, S. H. (2017)	KOBİ İhracatçılarında Yabancı Acente İşlemleri ve Performans Arasındaki İlişki: Uyarlanabilir Yeteneğin Aracılık Etkilerini Belirlemek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Enhancing The Export Performance Of The SMEs In The Manufacturing Sector In Zimbabwe”	Karedza, G. and Govender, K. K. (2017)	Kobi'lerin İhracat Performansının Artırılmasını Sağlamak	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Linking Intangible Resources And Export Performance The Role Of Entrepreneurial Orientation And Dynamic Capabilities”	Monteiro, A. P., Soares, A. M. and Rua, O. L. (2017)	Somut olmayan kaynakları birbirine bağlamak ve ihracat performansı etkisini İncelmek: Girişimci oryantasyonun rolü ve Dinamik yetenekler	Anket Yöntemi	Uluslararası
“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”	Mudalige, D. M. (2017)	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ'ler) İhracat Performansının Öncülleri: Girişimci Davranışı ve Deneyiminin Rolü ve Endüstri Bağlamının Moderasyon Rolünü Belirlemek	Anket Yöntemi	Uluslararası

“The Effects of the Degree of Internationalization on Export Performance: A Research on Exporters in Turkey”	Özdemir, E., Altıntaş, M. H. and Kılıç, S. (2017)	Uluslararasılaşma Derecesinin İhracat Performansına Etkilerini Belirlemek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Determinants Of Export Performance: Case Of Seafood Firms İn Viet Nam”	Viet, B. N., Tan, B. L., Thanh, V. N. and Kim, N. V. (2017)	İhracat Performansının Belirleyicilerini Tespit Etmek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“The Determinants Of Export Performance: A Review Of The Literature 2006-2014”	Chen, J., Sousa C. M. P. and He, X. (2016)	İhracat Performansının Belirleyicilerini Tespit Etmek	Nitel Değerlendirme	Uluslararası
“The Determinants of Relationship Between Marketing Mix Strategy and Drivers of Export Performance in Foreign Markets: An Application on Turkish Clothing Industry”	Erdil, T. S. and Özdemir, O. (2016)	Pazarlama Karması Stratejisi ile Dış Pazarlarda İhracat Performansını Etkileyen Etmenler Arasındaki İlişkinin Belirleyicilerinin Tespit Edilmesi	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Impact Of Marketing Effectiveness And Capabilities, And Export Market Orientation On Export Performance Evidence From Turkey”	Kayabasi, A. and Mtetwa, T. (2016)	Pazarlama Etkinliği, Yeteneklerinin Ve İhracat Pazarı Oryantasyonunun İhracat Performansı Üzerindeki Etkisini Belirlemek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“The Effects Of Internal Marketing Capability On Export Marketing Strategy, B2B Marketing Mix And Export Performance”	Koo, K. R., Kim, S. J. and Kim, K. H. (2016)	Dahili Pazarlama Yeteneğinin İhracat Pazarlama Stratejisi, B2B Pazarlama Karması ve İhracat Performansı Üzerindeki Etkilerini Araştırmak	Anket Yöntemi	Uluslararası
“The Effects Of The Board Composition, Board Size And CEO Duality On Export Performance Evidence From Turkey”	Nas, T. I. and Kalaycıoğlu, O. (2016)	CEO, Yönetim Kurulu Yapısı ve Yönetim Kurulu Büyüklüğünün İhracat Performansı Üzerindeki Etkileri	Anket Yöntemi	Uluslararası

“Relational Governance Mechanisms In Export Activities: Their Determinants And Consequences”	Navarro-García, A., Sánchez-Franco, M. J. and Rey-Moreno, M. (2016)	İhracat Faaliyetlerinde İlişkisel Yönetişim Mekanizmaları Tespit Etmek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Social Capital And Export Performance Within Exporter - Intermediary Relationships The Mediated Effect Of Cooperation And Commitment”	Pinho, J. C. (2016)	İşbirliği Ve Bağlılığın Aracı Etkisi İle İhracatçı-Aracı Kurum İçinde Sosyal Sermaye ve İhracat Performansı İlişkilerini İncelemek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Fostering Export Performance in SMEs: The Roles of Export Market Orientation and Learning Orientation in Turbulent Environment”	Abiodun, S. T. and Mahmood, R. (2015)	KOBİ’lerde İhracat Performansının Arttırılması: İhracatın Roller Çalkantılı Ortamda Pazar Yönelimi ve Öğrenme Yönelimi	Anket Yöntemi	Uluslararası
“The Mediating Effect of Relationship Quality on the Transaction Cost–Export Performance Link: Bangladeshi Exporters' Perspectives”	Ahamed, A. F. M. J., Stump, R. L. and Skallerud, K. (2015)	İlişki Kalitesinin İşlem Maliyeti-İhracat Performansı Üzerindeki Aracı Etkisi Bağlantısının Tespit Edilmesi	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Leveraging Marketing Capabilities Into Competitive Advantage And Export Performance”	Tan, Q and Sousa, C. M. P. (2015)	Pazarlama Yeteneklerinden Rekabet Avantajı ve İhracat Performansını Elde Etmek	Meta-Analiz, AMOS	Uluslararası
“The Role Of Foreign Intermediary Relationship Quality On Export Performance: A Survey On Turkish Firms”	Erdil, T. S. (2014)	Dış Aracılık İlişkisi Kalitesinin İhracat Performansı Üzerindeki Rolünün Araştırılması	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Export Performance: Multiple Predictors And Multiple Measures Approach”	Kahiya, E. T. and Dean, D. L. (2014)	İhracat Performansı: Birden Çok Öngörücü ve Birden Çok Önlem Yaklaşımı Açısından İncelenmesi	Anket Yöntemi	Uluslararası

“Strategic Orientations, Firm Capabilities, and Export Performance: An Empirical Analysis in Turkey”	Mutlu, H. M. ve Aksoy, H. (2014)	Stratejik Yönelimler, Firma Yetenekleri ve İhracat Performansı Arasındaki İlişkiyi Araştırmak	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Antecedents of Export Performance of SMEs in Rajasthan State”	Roy, A., Purohit, H. and Vyas, V. (2014)	KOBİ’lerin İhracat Performansının Öncüllerini Belirlemek	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Testing for Linear and Quadratic Effects between Price Adaptation and Export Performance: The Impact of Values and Perceptions”	Sousa, M. P. C., Lenger, J. F. B. and Martínez-lópez F. J. (2014)	Fiyat Uyarlaması ve İhracat Performansı Arasındaki Doğrusal ve İkinci Dereceden Etkilerin Test Edilmesi: Değerlerin ve Algıların Etkisi	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Market Orientation, Product Innovation And Export Performance: Evidence From Chinese Manufacturers”	Zhang, J. and Zhu, M. (2014)	Pazar Yönelimi, Ürün Yeniliği ve İhracat Performansı Arasındaki İlişkiyi Araştırmak	Anket Yöntemi	Uluslararası
“The Export Information System: An Empirical Investigation Of Its Antecedents And Performance Outcomes”	Theodosiou, M. and Katsikea, E. (2013)	İhracat Bilgi Sistemi: Öncüllerinin ve Performans Sonuçlarının İncelenmesi	Anket Yöntemi	Uluslararası
“Does External Technology Acquisition Determine Export Performance? Evidence From Chinese Manufacturing Firms”	Wang, Y., Cao, W., Zhou, Z. and Ning, L (2013)	Teknoloji ile İhracat Performansı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesini Sağlamak	Anket Yöntemi	Uluslararası
“In Relation to Entrepreneurship and Export Performance of Small and Medium Manufacturing Firm, the Mediating Effect of Product Differentiation Capabilities”	Cho, Y. S. (2012)	Küçük ve Orta Ölçekli İmalatçı Firmaların Girişimcilik ve İhracat Performansına İlişkin Ürün Farklılaştırma Yeteneklerinin Aracılık Etkisini Araştırmak	Anket Yöntemi	Uluslararası
“The Influence of Export Marketing Strategy Determinants on Firm Export	Moghaddam, F. M., Bin Abdul Hamid, A. B., Abdul Rasid, S. Z. and Darestani, H. (2011)	İhracat Pazarlama Stratejisi Belirleyicilerinin Firma İhracat Performansına Etkisini İncelemek	Nitel Değerlendirme	Uluslararası

Performance: A Review of Empirical literatures Between 1993-2010”				
“Export Performance Under The Microscope: A Glance Through Spanish Lenses”	Stoian, M. C., Rialp, A. and Rialp, J. (2011)	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ'ler) İhracat Performansı Belirleyicilerinin Ortaya Çıkarmak	Anket Yöntemi	Uluslararası

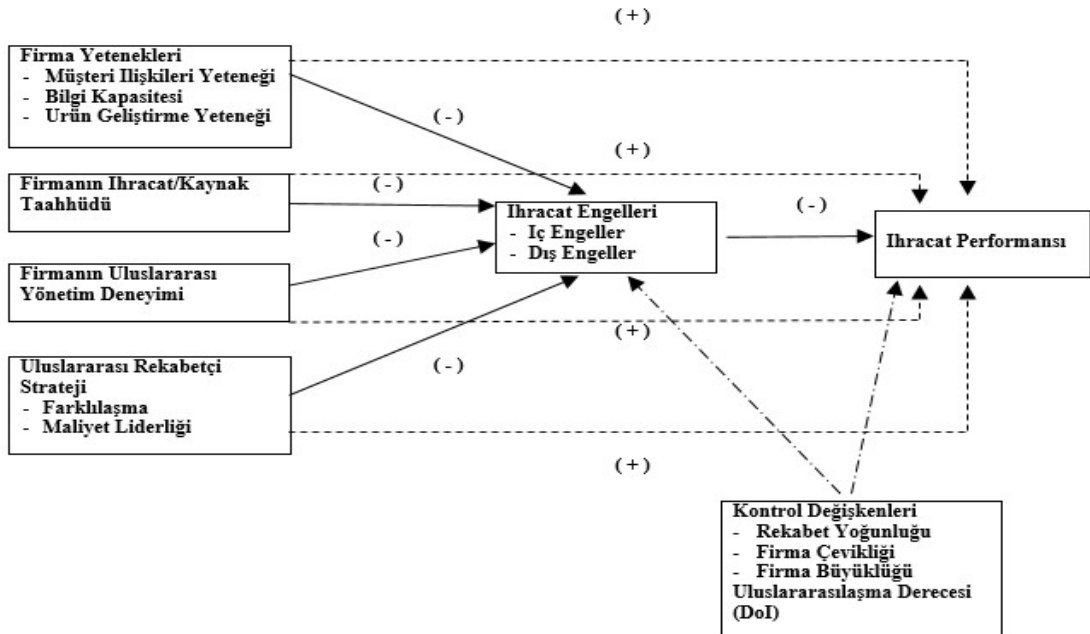
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM

Araştırmanın konusu, metodu, modeli, evreni, örnekleme, veri toplama teknikleri ve uygulaması çalışmanın bu bölümünde sunulmuştur. Ayrıca metodoloji kısmında keşfedici faktör analizi ve güvenilirlik analizine yer verilmiştir.

3. 1. ARAŞTIRMANIN KONUSU, METODU VE MODELİ

Araştırma tasarımı yapılırken ihracat performansı öncülleri konu olarak belirlenmektedir. Yurt içinde anket yöntemi ile analiz yapılarak araştırmanın metodu nicel olarak ortaya konmaktadır. Araştırma modeli; kaynak taahhüdü, yönetim deneyimi, firma yetenekleri, uluslararası rekabetçi stratejinin ihracat engelleri ve ihracat performansına etkisi üzerine inşa edilmektedir. Rekabet yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesi, firma büyüklüğü ve çevikliği kontrol değişkenlerdir. Bu kapsamda oluşturulan araştırma modeli Şekil 9’da gösterilmektedir.



Şekil 9. Araştırma Modeli

(Adu-Gyamfi ve Korneliussen (2013), çalışması temel alınarak geliştirildi.)

Aşağıdaki hipotezler ışığında araştırma modeli tasarlanmıştır:

H1: Firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H2: Firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H3: Firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H4: Firmanın ihracat /kaynak taahhüdü ile iç ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.

H5: Firmanın uluslararası yönetim deneyimi ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H6: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ile iç ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.

H7: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ile iç ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.

H8: Firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği ile dış ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H9: Firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ile dış ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H10: Firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ile dış ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H11: Firmanın ihracat /kaynak taahhüdü ile dış ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.

H12: Firmanın uluslararası yönetim deneyimi ile dış ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.

H13: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ile dış ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.

H14: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ile dış ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.

H15: İç ihracat engelleri ile ihracat performansı arasında negatif ilişki vardır.

H16: Dış ihracat engelleri ile ihracat performansı arasında negatif ilişki vardır.

H17: Firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H18: Firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H19: Firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H20: Firmanın ihracat /kaynak taahhüdü ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H21: Firmanın uluslararası yönetim deneyimi ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H22: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.

H23: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.

Firma yetenekleri, firmaların mevcut kaynakları pazarla ilgili değer çıktılarına dönüştürdüğü karmaşık koordineli beceri, bilgi ve faaliyet kalıpları olarak ifade edilebilir (Morgan, 2012: 102-119). Firma yetenekleri; müşteri ilişkileri yeteneği, bilgi kapasitesi ve ürün geliştirme yeteneği olarak değerlendirilebilmektedir. Firma yetenekleri ile iç ve dış ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki söz konudur.

Kaynak taahhüdü, organizasyonel ve yönetsel kaynakların bir ihracat girişimine tahsis edilme derecesi olarak tanımlanabilir (Lages, Jap ve Griffith, 2008: 304-326). Bir

firma, ihracatını kaynaklar için taahhüt ettiğinde, kaynaklar etkin ihracat için ihtiyaç duyulan yeteneklerin geliştirilmesine yardımcı olduğundan performans üzerinde olumlu bir etkiye sahip olma eğilimindedir (Aggarwal, 1986: 44-56). Bu araştırma, artan kaynak taahhüdünün ihracat engellerinde bir azalmaya yol açıp açmadığını analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Yöneticiler, pazarlama stratejisini etkiler ve belirler. Uluslararası pazarlardaki yönetim tecrübesi, yöneticilerin uygun stratejileri geliştirmek için karmaşık piyasayı değerlendirmelerini sağlar (Çavuşgil ve Zou, 1994: 1-21). Yönetimin deneyim eksikliği firmaların ihracat faaliyetlerine engel teşkil etmektedir (Ibeh, 2004: 94-110). Bu araştırma, yönetsel uzmanlığın önemi vurgulayarak uluslararası yönetim tecrübesi ile ihracat engelleri arasında negatif yönlü bir ilişki olduğunu test etmektedir.

Bir firmanın güçlü / zayıf yönleri, finansal kaynaklar, teknoloji kullanımı, marka kimliği vb. rakiplerine göre varlık ve beceri profilini oluşturmaktadır. Firmanın değerleri, seçilen stratejiyi uygulamak zorunda olan kilit yöneticiler ile diğer personelin motivasyonları ve ihtiyaçları olarak görülmektedir. Değerlerle birleşen güçlü / zayıf yönler, firmanın başarılı bir şekilde benimseyebileceği ve uygulayabileceği rekabet stratejisinin sınırlarını belirlemektedir (Porter, 1980). Uluslararası rekabet stratejisinin hem maliyet liderliği hem de farklılaştırma stratejisinden oluştuğu çoğu çalışmada yer almaktadır (Douglas ve Rhee, 1989: 437-463). Uluslararası rekabetçi strateji ile ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki beklenmektedir.

İhracat engelleri firmaya özgüdür ve genellikle mevcut kurumsal kaynaklar veya ihracat pazarlamasına yönelik yaklaşımlarla bağlantılıdır (Leonidou, 2004: 279-303). İç engeller şirket engelleri veya ürünle ilgili engellerden oluşur (Tefom ve Lutz, 2006: 262-281). Ampirik çalışmalar, ihracat engellerinin yönetim algısı ile ihracat performansı arasında negatif bir ilişki olduğunu göstermektedir (Madsen, 1987: 177-198). İhracat engelleri iç ve dış engeller olarak incelenmektedir. Bu araştırma, ihracat engelleri ile ihracat performansı arasında negatif bir ilişki olduğu hipotezini test etmektedir.

Firma yetenekleri, firma ihracat yöneticilerinin ihracat pazarında doğru konumlanmalarıyla ihracat avantajı sağlamaktadır (Barney, 1991: 99-120) Araştırma hipotezleri; müşteri ilişkileri yeteneği, bilgi kapasitesi ve ürün geliştirme yeteneği açısından değerlendirilen firma yetenekleri ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki olup olmadığını sorgulamaktadır.

İhracat girişimlerine bağlı olarak planlama ve stratejiler açısından iyileştirme ihracat kaynak taahhüdünün artmasıyla mümkündür. Firmalar strateji uyarlaması

yaparken ihracata daha fazla yöneldiklerinde daha motive edici bir durum içerisinde olmaktadır (Lages, Jap ve Griffith, 2008: 308). Firmanın ihracat hedeflerine ulaşmada daha fazla kaynak taahhüdü ayırması ihracat performansını doğrudan etkilemektedir (Aaby ve Slater, 1989; Bilkey, 1978; Diamantopoulos ve Inglis, 1988; Shoham, 1999; Tookey, 1964; Zou ve Stan, 1998). Dolayısıyla, firmanın ihracat / kaynak taahhüdü ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki beklenmelidir.

Uluslararası ticaret yapılırken alanında bilgi sahibi olmayan firma çalışanlarının fırsat ve tehdit ayrımını tam anlamıyla yapamadıklarından dolayı daha düşük (Nakos, Brouthers ve Brouthers, 1998; 23-47); alanında bilgi sahibi olan firma çalışanlarının ise uluslararası pazar ve ağları daha iyi kavramaları neticesiyle daha yüksek performans gösterdikleri vurgulanmaktadır (Lages ve Montgomery, 2001; 6). Firmanın uluslararası yönetim deneyimi ile ihracat performansı arasında pozitif bir ilişki vardır.

Maliyet liderliği, firma müşterilerine yeni üretim teknikleri gibi değer katan tekliflerin ortaya konabilmesiyle verimliliği arttırmaktadır (Aulakh, Kotabe ve Teegen 2000; Hill 1988; Sullivan ve Bauerschmidt 1991). Pazarlama farklılaştırması, marka geliştirme süreçleri gibi müşterilere özgün bir değer sunulmasına olanak sağlamaktadır (Samiee ve Roth 1992; Styles ve Ambler 1994). Hizmet farklılaştırması, rakiplerine kıyasla daha ileri düzeyde müşterilere özgü programların uygulanmasıyla müşteri desteği avantajı elde edilmektedir (Çavuşgil ve Zou 1994; Roth ve Morrison 1992). Uluslararası rekabetçi strateji uygulanırken bu kilit noktalar dikkate alınarak hedef müşteriler için stratejik seçimlerde planlı kaynak ve yetenek alanları belirlenmektedir (Morgan, Kaleka ve Katsikeas, 2004: 94). Farklılaştırma ve maliyet liderliği bakımından uluslararası rekabetçi stratejinin ihracat performansı üzerindeki pozitif etki yaratma beklenmektedir.

3. 2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri'ne kayıtlı Gaziantep il sınırları içerisinde faaliyet gösteren firmalar araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak, olasılığa dayalı olmayan örneklem teknikleri içerisinde yer alan kolayda örneklem yöntemi uygulanmaktadır. Güneydoğu Anadolu İhracatçıları Birliği'ne kayıtlı 204 firma örneklem dâhil edilmektedir.

GAİB, diğer ihracatçı birlikleri gibi Türkiye İhracatçıları Meclisi (TİM) çatısı altında faaliyet gösteren kuruluşlardan biridir. 1984 yılında Gaziantep merkezli olarak kurulmuştur. Güneydoğu Anadolu Halı İhracatçıları Birliği, Güneydoğu Anadolu Tekstil

ve Hammaddeleri İhracatçıları Birliği, Güneydoğu Anadolu Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği ve Güneydoğu Anadolu Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği olarak dört farklı sektörden ihracatçı birliğinin bir arada bulunduğu bir yapıya sahiptir. Gaziantep ilinde 3.467 aktif ihracat yapan firma olup 2021 yılında 908'i ilk kez ihracat yapmıştır. 2020 yılına kadar ihracat performansında 6. sırada yer alırken son iki yılda 5. sıraya yükselmiştir. 2021 yılı 10.090.210 bin USD ihracat, 7.357.583 bin USD ithalat gerçekleştirerek ihracattaki payı %4,48 ve ithalattaki payı %2,71 olarak belirlenmiştir (GAİB, 2022: 1-6).

3.3. Veri Toplama Yöntemi ve Teknikleri

Araştırmada, birincil kaynaklardan veri toplanması kararlaştırılmıştır. Çalışmada, veri toplama yöntemi olarak tam yapılandırılmış bir form kullanılarak anket yöntemine başvurulmuştur. Birincil kaynaklar ile öncelikle telefonla, araştırma hakkında kısa bilgi verilerek yüzyüze görüşme randevusu alınmıştır. Görüşmeyi kabul eden firmalarla yüzyüze anket uygulanmıştır. Ancak bazı firmalar, özellikle Covid-19 pandemi kısıtlamaları nedeniyle ve zamansal uyumsuzluklar gibi engeller belirterek yüzyüze görüşmeyi kabul etmemişlerdir. Bu firmalardan araştırmaya katılmak isteyenlere bir web uygulaması üzerinden anket form uzantısı gönderilerek, araştırmaya katılmaları sağlanmıştır. Anket ifadeleri, geçerliliği ve güvenilirliği daha önceden test edilmiş ölçeklerin bu çalışma kapsamında adapte edilerek hazırlanmış ifadelerden oluşmaktadır. Anket ifadeleri hazırlanırken, alanında 7 uzman kişiye yüzyüze danışılmıştır. İfadelerin açık, net ve anlaşılır olması için özen gösterilmiştir. Anket 81 ifadeden, 11 bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk kısmında (1 - 9 bölüm) kaynak taahhüdü, yönetim deneyimi, ihracat engelleri, firma yetenekleri, rekabet yoğunluğu, firma çevikliği, uluslararası rekabetçi strateji, uluslararasılaşma derecesi ve ihracat performansını ölçmek için tespit edilmiş ifadelerin yer aldığı görülmektedir. 5'li Likert tipi ifadeler 1-8 bölümlerinde ölçek olarak kullanılmaktadır. Anketin son kısmı demografik bilgiler, firma bilgileri, firma büyüklüğü ve uluslararasılaşma derecesini ölçen ifadelerden oluşmaktadır.

Tablo 8'de çalışmada yer alan değişkenlerin ölçekleri ve kaynakları gösterilmektedir. Firmanın ihracat / kaynak taahhüdü, uluslararası yönetim deneyimi, ihracat engelleri, firma yetenekleri, rekabet yoğunluğu, firma çevikliği, firma büyüklüğü, uluslararası rekabetçi strateji, uluslararasılaşma derecesi ve ihracat performansı değişkenleri yer almaktadır.

Tablo 8. Ankette Yer Alan Değişkenlerin Ölçekleri ve Kaynakları

Değişkenler	Kaynaklar
Firmanın İhracat / Kaynak Taahhüdü	Lages (2008)
Firmanın Uluslararası Yönetim Deneyimi	Lages (2008)
İhracat Engelleri	Sinkovics, Kurt ve Sinkovics (2018)
Firma Yetenekleri	Kaleka ve Morgan (2019)
Rekabet Yoğunluğu	Kaleka ve Morgan (2019)
Firma Çevikliği	Tallon ve Pinsonneault (2019)
Firma Büyüklüğü	Bonaccorsi (1992)
Uluslararası Rekabetçi Strateji	Chung ve Wen Ho - Hsiao (2021)
İhracat Performansı	Zou, Taylor ve Osland (1998)
Uluslararasılaşma Derecesi	Sullivan (1994)

3.4. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması

Toplanan veriler, bir istatistik paket programı aracılığıyla, geçerlilik ve güvenilirlik analizlerine tabi tutulmuş ve ölçeklerin bilinen yapısal formuna uygunluğunu tekrar değerlendirmek amacıyla faktör analizine tabi tutulmuştur.

3.4.1. Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi, bir ölçeğin değerlendirmek istediği ölçeği tutarlı ve istikrarlı bir şekilde ölçme derecesidir (Peter, 1979: 6-17). Cronbach alpha katsayısının en az 0,7 olması gerekir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2010).

Tablo 9’da ankette yer alan ölçeklere ait güvenilirlik analizi verilmiştir. Analiz sonucunda 11 ifadeden oluşan firma yetenekleri ölçeğinin cronbach alpha katsayısı 0,930, 4 ifadeden oluşan firmanın ihracat/kaynak taahhüdü ölçeğinin cronbach alpha katsayısı 0,875, 4 ifadeden oluşan firmanın uluslararası yönetim deneyimi ölçeğinin cronbach alpha katsayısı 0,858, 13 ifadeden oluşan uluslararası rekabetçi strateji ölçeğinin cronbach alpha katsayısı 0,891, 8 ifadeden oluşan firma çevikliği ölçeğinin cronbach alpha katsayısı 0,861, 5 ifadeden oluşan rekabet yoğunluğu ölçeğinin cronbach alpha katsayısı 0,799, 11 ifadeden oluşan ihracat engelleri ölçeğinin cronbach alpha katsayısı 0,897, 7 ifadeden oluşan uluslararasılaşma derecesi ölçeğinin cronbach alpha katsayısı 0,731, 9 ifadeden oluşan ihracat performansı ölçeğinin cronbach alpha katsayısı 0,929 olarak tespit edilerek yüksek seviyede güvenilir oldukları görülmüştür.

Tablo 9. Güvenilirlik Analizi

Ölçekler	Cronbach's Alpha Katsayısı	İfade Sayısı
Firma Yetenekleri	0,930	11
Firmanın İhracat/Kaynak Taahhüdü	0,875	4
Firmanın Uluslararası Yönetim Deneyimi	0,858	4
Uluslararası Rekabetçi Strateji	0,891	13
Firma Çevikliği	0,861	8
Rekabet Yoğunluğu	0,799	5
İhracat Engelleri	0,897	11
Uluslararasılaşma Derecesi	0,731	7
İhracat Performansı	0,929	9

3.4.2. Keşfedici Faktör Analizi

Çok sayıda değişken arasındaki ilişkilerden faydalanarak, ortak boyutların belirlenmesi ve daha az sayıda ortak boyutta toplanan faktörlerin elde edilebilmesi için faktör analizi kullanılmaktadır. Açımlayıcı (keşfedici) ve doğrulayıcı faktör analizi olarak iki şekilde ele alınmaktadır (Güriş ve Astar, 2015: 415).

Faktörlerin tespiti için keşfedici faktör analizi uygulanmıştır. Varimax döndürme yöntemi tercih edilmiştir. Faktör analizi yapılırken KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) Örneklem Yeterliliğinin Ölçümü Testi ve Bartlett Küresellik Testi dikkate alınmıştır.

Firma yetenekleri keşfedici faktör analizi için Tablo 10'da firma yetenekleri ölçeğinin KMO ve Bartlett testi sonuçları verilmiştir. KMO değeri 0,899 olup faktör analizi yapmak için örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu tespit edilmiştir. Bartlett Küresellik Testi'nde 1788,210 ki-kare değeri, 55 serbestlik derecesi ile $p < 0,01$ olup ifadeler arasındaki korelasyon ilişkileri faktör analizi yapmak için uygun bulunmuştur.

Tablo 10. Firma Yetenekleri Ölçeği KMO ve Bartlett Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliğinin Ölçümü		,899
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	1788,210
	Df	55
	Sig.	,000

Tablo 11’de firma yetenekleri ölçeğinin toplam açıklanan varyans oranları verilmiştir. Firma yetenekleri ölçeği için müşteri ilişkileri yeteneği 3 maddeden, bilgi kapasitesi 5 maddeden ve ürün geliştirme yeteneği 3 maddeden oluşan 3 faktörü içeren analizin toplam varyansın %80,504’ünü açıkladığı tespit edilmiştir.

Tablo 11. Firma Yetenekleri Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları

Toplam Açıklanan Varyans Oranları									
Bileşen	Başlangıç Özdeğerleri			Karesi Alınmış Toplamların Çıkarımı			Karesi Alınmış Toplamların Rotasyonu		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	6,502	59,107	59,107	6,502	59,107	59,107	3,514	31,947	31,947
2	1,231	11,187	70,294	1,231	11,187	70,294	2,739	24,898	56,845
3	1,123	10,210	80,504	1,123	10,210	80,504	2,602	23,658	80,504

Tablo 12’de firma yetenekleri ölçeğinin döndürülmüş bileşenler matrisi verilmiştir. Firma yetenekleri müşteri ilişkileri yeteneği, bilgi kapasitesi ve ürün geliştirme yeteneği olmak üzere üç boyutta ele alınmıştır. Müşteri ilişkileri yeteneği boyutunun faktör yükleri 0,802 ile 0,859, bilgi kapasitesi boyutunun faktör yükleri 0,650 ile 0,894 ve ürün geliştirme yeteneği boyutunun faktör yükleri 0,732 ile 0,880 aralığındadır.

Tablo 12. Firma Yetenekleri Ölçeği Bileşen Matrisi

Maddeler	Faktörler		
	Firma Yetenekleri		
	Müşteri İlişkileri Yeteneği	Bilgi Kapasitesi	Ürün Geliştirme Yeteneği
fymiy1	,802		
fymiy2	,855		
fymiy3	,859		
fybk1		,712	
fybk2		,894	
fybk3		,848	
fybk4		,819	
fybk5		,650	
fyugy1			,865
fyugy2			,880
fyugy3			,732

Tablo 13'te kaynak taahhüdü ölçeğinin keşfedici faktör analizi için KMO ve Barlett testi sonuçları verilmiştir. Faktör analizi yapılması için örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu KMO değeri 0,815 değerine bakılarak anlaşılmıştır. Barlett Küresellik Testi sonucu 461,913 ki-kare değeri, 6 serbestlik derecesi ile $p < 0,01$ olup ifadeler arasındaki korelasyon ilişkileri faktör analizi yapmak için uygun bulunmuştur.

Tablo 13. Kaynak Taahhüdü Ölçeği KMO ve Barlett Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçümü		,815
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	461,913
	Df	6
	Sig.	,000

Tablo 14'te kaynak taahhüdü ölçeğinin toplam açıklanan varyans oranları verilmiştir. Kaynak taahhüdü 4 maddeden tek faktörden oluşmuştur. Analizin toplam varyansın %73,874'ünü açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 14. Kaynak Taahhüdü Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları

Toplam Açıklanan Varyans Oranları									
Bileşen	Başlangıç Özdeğerleri			Karesi Alınmış Topamların Çıkarımı			Karesi Alınmış Topamların Rotasyonu		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	2,955	73,874	73,874	2,955	73,874	73,874	2,955	73,874	73,874

Tablo 15'te kaynak taahhüdü ölçeğinin döndürülmüş bileşenler matrisi verilmiştir. Kaynak taahhüdü boyutunun faktör yükleri 0,761 ile 0,906 aralığında bulunmuştur.

Tablo 15. Kaynak Taahhüdü Ölçeği Bileşen Matrisi

Maddeler	Faktörler
	Kaynak Taahhüdü
kt1	,906
kt2	,871
kt3	,892
kt4	,761

Uluslararası yönetim deneyimi ölçeği keşfedici faktör analizi için KMO ve Barlett testi sonuçları Tablo 16’da yer verilmiştir. KMO değeri 0,786 olup faktör analizi yapmak için örneklem büyüklüğü yeterli bulunmuştur. Barlett Küresellik Testi’nde 374,026 ki-kare değeri, 6 serbestlik derecesi ile $p < 0,01$ olup ifadeler arasındaki korelasyon ilişkileri faktör analizi yapmak için uygun olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 16. Uluslararası Yönetim Deneyimi Ölçeği KMO ve Barlett Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçümü		,786
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	374,026
	Df	6
	Sig.	,000

Uluslararası yönetim deneyimi ölçeğinin toplam açıklanan varyans oranları Tablo 17’de verilmiştir. Uluslararası yönetim deneyimi 4 maddeden ve tek faktörden oluşan analizin toplam varyansın %70,218’ini açıkladığı tespit edilmiştir.

Tablo 17. Uluslararası Yönetim Deneyimi Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları

Toplam Açıklanan Varyans Oranları									
Bileşen	Başlangıç Özdeğerleri			Karesi Alınmış Toplamların Çıkarımı			Karesi Alınmış Toplamların Rotasyonu		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	2,809	70,218	70,218	2,809	70,218	70,218	2,809	70,218	70,218

Tablo 18’de uluslararası yönetim deneyimi ölçeğinin döndürülmüş bileşenler matrisinde faktör yükleri 0,804 ile 0,870 aralığında tespit edilmiştir.

Tablo 18. Uluslararası Yönetim Deneyimi Ölçeği Bileşen Matrisi

Maddeler	Faktörler
	Kaynak Taahhüdü
kt1	,804
kt2	,870
kt3	,845
kt4	,831

Tablo 19’da uluslararası rekabetçi strateji ölçeği keşfedici faktör analizi KMO ve Barlett testi sonuçları verilmiştir. KMO değerine bakılmış (0,878) ve faktör analizi yapmak için örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu tespit edilmiştir. 1246,454 ki-kare değeri, 78 serbestlik derecesi ile $p < 0,01$ olduğu Barlett Küresellik Testi sonuçları, ifadeler arasındaki korelasyon ilişkilerinin faktör analizi yapılması için uygundur.

Tablo 19. Uluslararası Rekabetçi Strateji Ölçeği KMO ve Barlett Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçümü		,878
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	1246,454
	Df	78
	Sig.	,000

Tablo 20’de uluslararası rekabetçi strateji ölçeğinin toplam açıklanan varyans oranları verilmiştir. Uluslararası rekabetçi strateji ölçeği için farklılaşma stratejisi 6 maddeden ve maliyet liderliği stratejisi 7 maddeden toplam 13 maddeden ve 2 faktörden oluşan analizin toplam varyansın %56,903’ünü açıkladığı görülmüştür.

Tablo 20. Uluslararası Rekabetçi Strateji Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları

Toplam Açıklanan Varyans Oranları									
Bileşen	Başlangıç Özdeğerleri			Karesi Alınmış Toplamların Çıkarımı			Karesi Alınmış Toplamların Rotasyonu		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	5,696	43,815	43,815	5,696	43,815	43,815	3,902	30,017	30,017
2	1,701	13,088	56,903	1,701	13,088	56,903	3,495	26,887	56,903

Tablo 21’de uluslararası rekabetçi strateji ölçeğinin döndürülmüş bileşenler matrisinde farklılaşma boyutunun faktör yükleri 0,446 ile 0,824, maliyet liderliği boyutunun faktör yükleri ise 0,406 ile 0,816 aralığında tespit edilmiştir.

Tablo 21. Uluslararası Rekabetçi Strateji Ölçeği Bileşen Matrisi

Maddeler	Faktörler	
	Uluslararası Rekabetçi Strateji	
	Farklılaşma	Maliyet Liderliği
rsf1	,824	
rsf2	,715	
rsf3	,777	
rsf4	,745	
rsf5	,640	
rsf6	,446	
rsm11		,816
rsm12		,719
rsm13		,648
rsm14		,687
rsm15		,406
rsm16		,782
rsm17		,769

Rekabet yoğunluğu ölçeği keşfedici faktör analizi için Tablo 22’de rekabet yoğunluğu ölçeğinin KMO ve Barlett testi sonuçları verilmiştir. KMO değeri 0,812 olup faktör analizi yapmak için örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu tespit edilmiştir. Barlett Küresellik Testi’nde 296,543 ki-kare değeri, 10 serbestlik derecesi ile $p < 0,01$ olup ifadeler arasındaki korelasyon ilişkileri faktör analizi yapmak için uygun bulunmuştur.

Tablo 22. Rekabet Yoğunluğu Ölçeği KMO ve Barlett Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçümü		,812
Bartlett’in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	296,543
	Df	10
	Sig.	,000

Tablo 23’te görüldüğü gibi rekabet yoğunluğu 5 maddeden ve tek faktörden oluşan analizin toplam varyansın %56,110’unu açıkladığı anlaşılmıştır.

Tablo 23. Rekabet Yoğunluğu Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları

Toplam Açıklanan Varyans Oranları									
Bileşen	Başlangıç Özdeğerleri			Karesi Alınmış Topamların Çıkarımı			Karesi Alınmış Topamların Rotasyonu		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	2,806	56,110	56,110	2,806	56,110	56,110	2,806	56,110	56,110

Tablo 24'te rekabet yoğunluğu ölçeğinin döndürülmüş bileşenler matrisi verilmiştir. Rekabet yoğunluğu boyutunun faktör yükleri 0,671 ile 0,806 aralığında tespit edilmiştir.

Tablo 24. Rekabet Yoğunluğu Ölçeği Bileşen Matrisi

Maddeler	Faktörler
	Rekabet Yoğunluğu
ry1	,791
ry2	,727
ry3	,671
ry4	,742
ry5	,806

Firma çevikliği ölçeği keşfedici faktör analizi için Tablo 25'te firma çevikliği ölçeğinin KMO ve Barlett testi sonuçlarında KMO değeri 0,864 olup faktör analizi yapmak için örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu tespit edilmiştir. Barlett Küresellik Testi sonucunda 627,195 ki-kare değeri, 28 serbestlik derecesi ile $p < 0,01$ olup ifadeler arasındaki korelasyon ilişkileri faktör analizi yapmak için uygun bulunmuştur.

Tablo 25. Firma Çevikliği Ölçeği KMO ve Barlett Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçümü		,864
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	627,195
	Df	28
	Sig.	,000

Tablo 26’da anlaşılabacağı gibi firma çevikliği ölçeği 8 maddeden ve tek faktörden oluşan analizin toplam varyansın %51,334’ünü açıkladığı tespit edilmiştir.

Tablo 26. Firma Çevikliği Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları

Toplam Açıklanan Varyans Oranları									
Bileşen	Başlangıç Özdeğerleri			Karesi Alınmış Toplamların Çıkarımı			Karesi Alınmış Toplamların Rotasyonu		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	4,107	51,334	51,334	4,107	51,334	51,334	4,107	51,334	51,334

Tablo 27’de firma çevikliği ölçeğinin döndürülmüş bileşenler matrisinde faktör yüklerinin 0,625 ile 0,810 aralığında olduğu görülmüştür.

Tablo 27. Firma Çevikliği Ölçeği Bileşen Matrisi

Maddeler	Faktörler
	Firma Çevikliği
fc1	,721
fc2	,724
fc3	,751
fc4	,625
fc5	,704
fc6	,810
fc7	,695
fc8	,689

Tablo 28’de ihracat engelleri ölçeği keşfedici faktör analizinde KMO değeri 0,906 olup faktör analizi yapmak için örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu tespit edilmiştir. Barlett Küresellik Testi’nde 1038,487 ki-kare değeri, 55 serbestlik derecesi ile $p < 0,01$ olup ifadeler arasındaki korelasyon ilişkileri faktör analizi yapmak için uygundur.

Tablo 28. İhracat Engelleri Ölçeği KMO ve Barlett Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçümü		,906
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	1038,487
	Df	55
	Sig.	,000

İhracat engelleri ölçeğinin toplam açıklanan varyans oranlarına görüldüğü üzere Tablo 29’da yer verilmiştir. İhracat engelleri ölçeği iç engeller boyutu 7 maddeden ve dış engeller boyutu 4 maddeden 2 faktörden oluşan analizin toplam varyansın %60,325’ini açıkladığı bulunmuştur.

Tablo 29. İhracat Engelleri Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları

Toplam Açıklanan Varyans Oranları									
Bileşen	Başlangıç Özdeğerleri			Karesi Alınmış Topamların Çıkarımı			Karesi Alınmış Topamların Rotasyonu		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	5,445	49,502	49,502	5,445	49,502	49,502	3,327	30,248	30,248
2	1,190	10,822	60,325	1,190	10,822	60,325	3,308	30,076	60,325

Tablo 30’da ihracat engelleri ölçeğinin döndürülmüş bileşenler matrisi verilmiştir. İhracat engelleri iç engeller ve dış engeller olmak üzere iki boyutta ele alınmıştır. İç engeller boyutunun faktör yükleri 0,482 ile 0,742, dış engeller boyutunun faktör yükleri ise 0,780 ile 0,836 aralığında tespit edilmiştir.

Tablo 30. İhracat Engelleri Ölçeği Bileşen Matrisi

Maddeler	Faktörler	
	İhracat Engelleri	
	İç Engeller	Dış Engeller
iie1	,663	
iie2	,715	
iie3	,714	
iie4	,742	
iie5	,681	
iie6	,482	
iie7	,608	
ide1		,782
ide2		,784
ide3		,836
ide4		,780

İhracat performansı ölçeği keşfedici faktör analizi için Tablo 31’de ihracat performansı ölçeğinin KMO ve Barlett testi sonuçları verilmiştir. KMO değeri 0,892 olup faktör analizi yapmak için örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu ve Barlett Küresellik Testi’nde 1365,904 ki-kare değeri, 36 serbestlik derecesi ile $p < 0,001$ olup ifadeler arasındaki korelasyon ilişkileri faktör analizi yapmak için uygun olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 31. İhracat Performansı Ölçeği KMO ve Barlett Testi

KMO ve Bartlett Testi		
Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliğinin Ölçümü		,892
Bartlett'in Küresellik Testi	Yaklaşık Ki-Kare	1365,904
	Df	36
	Sig.	,000

Tablo 32’de anlaşılabacağı üzere ihracat performansı ölçeğinin toplam açıklanan varyans oranları verilmiştir. İhracat performansı ölçeği 3 faktörden; finansal ihracat performansı 3 maddeden, stratejik ihracat performansı 3 maddeden ve ihracat performansından memnuniyet 3 maddeden oluşan analizin toplam varyansın %81,236’sını açıkladığı bir yapıya ulaşılmıştır. Toplam açıklanan varyansın bazı çalışmalarda %50’sinin, bazı çalışmalarda ise %75’in üzerinde olmasının kabul edilebilir olduğu ifade edilmektedir (Beavers, Lounsbury, Richards, Huck, Skolits, ve Esquivel: 2013: 8)

Tablo 32. İhracat Performansı Ölçeği Toplam Açıklanan Varyans Oranları

Toplam Açıklanan Varyans Oranları									
Bileşen	Başlangıç Özdeğerleri			Karesi Alınmış Toplamların Çıkarımı			Karesi Alınmış Toplamların Rotasyonu		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	5,787	64,305	64,305	5,787	64,305	64,305	2,498	27,756	27,756
2	,776	8,625	72,930	,776	8,625	72,930	2,491	27,679	55,435
3	,748	8,306	81,236	,748	8,306	81,236	2,322	25,801	81,236

Tablo 33'te görüleceği gibi ihracat performansı ölçeğinin döndürülmüş bileşenler matrisi verilmiştir. Finansal ihracat performansı boyutunun faktör yüklerinin 0,788 ile 0,806, stratejik ihracat performansı boyutunun faktör yüklerinin 0,666 ile 0,838 ve ihracat performansından memnuniyet boyutunun faktör yüklerinin ise 0,781 ile 0,837 aralığında olduğu görülmüştür.

Tablo 33. İhracat Performansı Ölçeği Bileşen Matrisi

Maddeler	Faktörler		
	İhracat Performansı		
	Finansal İhracat Performansı	Stratejik İhracat Performansı	İhracat Performansından Memnuniyet
fip1	,806		
fip2	,793		
fip3	,788		
sip1		,838	
sip2		,817	
sip3		,666	
ipm1			,837
ipm2			,801
ipm3			,781

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ANALİZ VE BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde; normallik testi, demografik bulgular, regresyon analizi ve korelasyon analizi ve araştırma hipotezleri sonuçları verilmiştir.

4.1. Normallik Testi

Tablo 34’te değişkenlere ait çarpıklık ve basıklık değerleri verilmiştir. Normal dağılıma yaklaşılmaması için çarpıklık ve basıklık katsayılarının -3 ile +3 arasında olması beklenir (Karagöz, 2019: 352-358). Yapılan testte firma yetenekleri ölçeğinin değerleri çarpıklık -0,608 ile basıklık 0,987, firmanın ihracat/kaynak taahhüdü ölçeğinin değerleri çarpıklık -1,700 ile basıklık 3,469, firmanın uluslararası yönetim deneyimi ölçeğinin çarpıklık -0,853 ile basıklık 0,541, uluslararası rekabetçi strateji ölçeğinin çarpıklık -0,168 ile basıklık 0,031, firma çevikliği ölçeğinin çarpıklık -0,179 ile basıklık -0,148, rekabet yoğunluğu ölçeğinin çarpıklık -0,650 ile basıklık 0,725, ihracat engelleri ölçeğinin çarpıklık 0,432 ile basıklık 0,040, uluslararasılaşma derecesi ölçeğinin çarpıklık 0,273 ile basıklık -0,284, ihracat performansı ölçeğinin çarpıklık -0,580 ile basıklık 0,809 olarak tespit edilerek değerlere ve histograma da bakılarak normal dağılıma yaklaştığı anlaşılmıştır.

Tablo 34. Normal Dağılım Testi / Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Değişkenler	Çarpıklık	Basıklık
Firmanın İhracat / Kaynak Taahhüdü	-1,700	3,469
Firmanın Uluslararası Yönetim Deneyimi	-0,853	0,541
İhracat Engelleri	0,432	0,040
Firma Yetenekleri	-0,608	0,987
Rekabet Yoğunluğu	-0,650	0,725
Firma Çevikliği	-0,179	-0,148
Uluslararası Rekabetçi Strateji	-0,168	0,031
İhracat Performansı	-0,580	0,809
Uluslararasılaşma Derecesi	0,273	-0,284

4.2. Demografik Bulgular

Çalışmanın anket uygulamasında demografik bilgilerin elde edilebileceği bir bölüm oluşturulmuştur. Araştırma örnekleminin, araştırma evrenini doğru yansıttığının belirlenmesi açısından ankette demografik bulgular yer almıştır. Tablo 35'te anket sorularını cevaplayanların cinsiyet, eğitim durumu ve firmadaki görevleri verilmiştir. Anketi cevaplayanların %82,8'nin erkek, %17,2'sinin ise kadındır. Eğitim durumu açısından %70,1'inin lisans, %16,7'sinin lisansüstü, %10,3'ünün lise, %2,9'unun ilköğretim mezunu olduğu belirlenmiştir. Firmadaki görevlerine bakıldığında %52,5'inin üst düzey yönetici, %34,3'ünün bölüm/departman yöneticisi ve %13,2'sinin ise diğer (ihracat bölümü personeli) olarak yer aldıkları görülmüştür.

Tablo 35. Anketi Cevaplayanların Cinsiyet, Eğitim Durumu ve Firmadaki Görevleri

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	35	17,2	17,2
Erkek	169	82,8	100,0
Toplam	204	100,0	100,0
Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
İlköğretim (İlkokul ve Ortaokul)	6	2,9	3,0
Lise	21	10,3	13,3
Lisans	143	70,1	83,3
Lisansüstü	34	16,7	100,0
Toplam	204	100,0	100,0
Görev	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Üst Düzey Yönetici	107	52,5	52,5
Bölüm/Departman Yöneticisi	70	34,3	86,8
Diğer	27	13,2	100,0
Toplam	204	100,0	100,0

Tablo 36'da anket sorularını cevaplayanların yaş ve çalışma süresi ile firmanın ihracat yapma yılı, çalışan sayısı ve kuruluş yılı verilmiştir. Anket sorularını cevaplayanların 18 ile 65 yaş arasında olduğu, 1 yıl ile 45 yıl arasında çalışma sürelerine sahip oldukları gözlenmiştir. Çalışma süresi kısa olanların, ihracat bölümü personeli olduğu görülmüştür. Firmaların ihracat yapma yılı 1 yıl ile 50 yıl arasında değiştiği,

firmaların çalışan sayısının en az 1 ile en çok 14000 olduğu ve firmaların kuruluş yıllarının en eski olanı 1952 yılında, en yeni olanın 2021 yılında olduğu tespit edilmiştir. Firmada çalışan sayısı düşük olanların, üretimden ziyade alım-satım yaptığı belirlenmiştir.

Tablo 36. Anketi Cevaplayanların Yaş ve Çalışma Süresi ile Firmanın İhracat Yapma Yılı, Çalışan Sayısı ve Kuruluş Yılı

	Minimum	Maksimum	Standart Sapma	Ortalama
Yaş	18	65	9,65	36,06
Çalışma Süresi	1	45	7,39	8,10
Firmanın İhracat Yapma Yılı	1	50	9,79	11,67
Çalışan Sayısı	1	14000	1099,58	331,36
Kuruluş Yılı	1952	2021	16,07	2000,19

Tablo 37’de ankete katılan firmaların sektörel dağılımı verilmiştir. Tekstil sektöründen 36, halı sektöründen 34, gıda sektöründen 32, ayakkabı sektöründen 24, iplik sektöründen 14, makine sektöründen 12, kimya sektöründen 9, hijyen-sağlık sektöründen 9, plastik sektöründen 8, inşaat sektöründen 6, ambalaj sektöründen 4 ve diğer sektörlerden 16 firma ankete katılmıştır.

Tablo 37. Firmaların Sektörel / Faaliyet Dağılımları

Sektörler	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Tekstil	36	17,6	17,6
Halı	34	16,7	34,3
Gıda	32	15,7	50,0
Ayakkabı	24	11,8	61,8
İplik	14	6,9	68,7
Makine	12	5,9	74,6
Kimya	9	4,4	79,0
Hijyen ve Sağlık	9	4,4	83,4
Plastik	8	3,9	87,3
İnşaat	6	2,9	90,2
Ambalaj	4	2,0	92,2
Diğer	16	7,8	100,0
Toplam	204	100,0	

4.3. Korelasyon Analizi

Korelasyon, değişkenler arasındaki ilişkinin derecesini gösteren ölçüdür (Yılmaz, 2010: 157). Tablo 38’de korelasyon analizi verilmiştir.

Analizde ihracat performansı ile kaynak taahhüdü ($r= 0,325, p<0,01$), uluslararası yönetim deneyimi ($r= 0,417, p<0,01$), firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği ($r= 0,419, p<0,01$), firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ($r= 0,553, p<0,01$), firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ($r= 0,552, p<0,01$), uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ($r= 0,757, p<0,01$), uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ($r= 0,632, p<0,01$), firma çevikliği ($r= 0,561, p<0,01$), uluslararasılaşma derecesi ($r= 0,424, p<0,01$), firma ihracat yılı ($r= 0,254, p<0,01$) aralarında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. İhracat performansı ile iç ihracat engelleri ($r= -0,394, p<0,01$), dış ihracat engelleri ($r= -0,297, p<0,01$) arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Analizde iç ihracat engelleri ile dış ihracat engelleri ($r= 0,629, p<0,01$) arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. İç ihracat engelleri ile kaynak taahhüdü ($r= -0,165, p<0,01$), uluslararası yönetim deneyimi ($r= -0,351, p<0,01$), firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği ($r= -0,385, p<0,01$), firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ($r= -0,456, p<0,01$), firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ($r= -0,379, p<0,01$), uluslararası rekabetçi stratejilerden farklılaştırma stratejisi ($r= -0,374, p<0,01$), uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ($r= -0,286, p<0,01$), firma çevikliği ($r= -0,364, p<0,01$), uluslararasılaşma derecesi ($r= -0,316, p<0,01$), firma büyüklüğü ($r= -0,138, p<0,05$), aralarında negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Analizde dış ihracat engelleri ile kaynak taahhüdü ($r= -0,203, p<0,01$), uluslararası yönetim deneyimi ($r= -0,285, p<0,01$), firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği ($r= -0,342, p<0,01$), firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ($r= -0,435, p<0,01$), firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ($r= -0,345, p<0,01$), uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ($r= -0,283, p<0,01$), uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ($r= -0,138, p<0,05$), firma çevikliği ($r= -0,272, p<0,01$), uluslararasılaşma derecesi ($r= -0,209, p<0,01$), firma büyüklüğü ($r= -0,180, p<0,01$), firma ihracat yılı ($r= -0,202, p<0,01$) aralarında negatif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Analizde kaynak taahhüdü ile uluslararası yönetim deneyimi ($r= 0,735, p<0,01$), firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği ($r= 0,161, p<0,05$), firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ($r= 0,326, p<0,01$), firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ($r= 0,285, p<0,01$), uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ($r= 0,316, p<0,01$), uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ($r=$

0,193, $p<0,01$), firma çevikliği ($r= 0,390$, $p<0,01$), uluslararasılaşma derecesi ($r= 0,167$, $p<0,05$) aralarında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Analizde uluslararası yönetim deneyimi ile firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği ($r= 0,255$, $p<0,05$), firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ($r= 0,396$, $p<0,01$), firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ($r= 0,321$, $p<0,01$), uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ($r= 0,431$, $p<0,01$), uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ($r= 0,339$, $p<0,01$), firma çevikliği ($r= 0,469$, $p<0,01$), uluslararasılaşma derecesi ($r= 0,184$, $p<0,05$) aralarında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Analizde firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği ile firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ($r= 0,594$, $p<0,01$), firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ($r= 0,541$, $p<0,01$), uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ($r= 0,437$, $p<0,01$), uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ($r= 0,242$, $p<0,01$), firma çevikliği ($r= 0,359$, $p<0,01$), uluslararasılaşma derecesi ($r= 0,339$, $p<0,01$) aralarında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Analizde firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ile firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ($r= 0,639$, $p<0,01$), uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ($r= 0,558$, $p<0,01$), uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ($r= 0,384$, $p<0,01$), firma çevikliği ($r= 0,447$, $p<0,01$), uluslararasılaşma derecesi ($r= 0,347$, $p<0,01$), firma büyüklüğü ($r= 0,189$, $p<0,01$), aralarında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Analizde firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ile uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ($r= 0,605$, $p<0,01$), uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ($r= 0,385$, $p<0,01$), firma çevikliği ($r= 0,501$, $p<0,01$), uluslararasılaşma derecesi ($r= 0,280$, $p<0,01$), firma büyüklüğü ($r= 0,158$, $p<0,05$), firma ihracat yılı ($r= 0,166$, $p<0,05$) aralarında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Analizde uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ile uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ($r= 0,592$, $p<0,01$), firma çevikliği ($r= 0,607$, $p<0,01$), uluslararasılaşma derecesi ($r= 0,352$, $p<0,01$), firma büyüklüğü ($r= 0,149$, $p<0,05$), firma ihracat yılı ($r= 0,231$, $p<0,01$) aralarında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Analizde firma çevikliği ile rekabet yoğunluğu ($r= 0,294$, $p<0,01$), uluslararasılaşma derecesi ($r= 0,232$, $p<0,01$) aralarında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Bunun yanı sıra uluslararasılaşma derecesi ile firma ihracat

yılı ($r= 0,337$, $p<0,01$), firma ihracat yılı ile firma büyüklüğü ($r= 0,161$, $p<0,05$) aralarında da pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur.



Tablo 38. Korelasyon Analizi

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
		ip	iie	ide	kt	yd	fymiy	fybk	fyugy	rsf	rsm	ry	fc	ud	fb	iy
1	İhracat Performansı	1														
2	İhracat Engelleri / İç Engeller	-,394**	1													
3	İhracat Engelleri / Dış Engeller	-,297**	,629**	1												
4	Kaynak Taahhüdü	,325**	-,165*	-,203**	1											
5	Uluslararası Yönetim Deneyimi	,417**	-,351**	-,285**	,735**	1										
6	Firma Yeteneklerinden Müşteri İlişkileri Yeteneği	,419**	-,385**	-,342**	,161*	,255**	1									
7	Firma Yeteneklerinden Bilgi Kapasitesi	,553**	-,456**	-,435**	,326**	,396**	,594**	1								
8	Firma Yeteneklerinden Ürün Geliştirme Yeteneği	,552**	-,379**	-,345**	,285**	,321**	,541**	,639**	1							
9	Uluslararası Rekabetçi Stratejilerinden Farklılaştırma Stratejisi	,757**	-,374**	-,283**	,316**	,431**	,437**	,558**	,605**	1						
10	Uluslararası Rekabetçi Stratejilerinden Maliyet Liderliği Stratejisi	,632**	-,286**	-,138*	,193**	,339**	,242**	,384**	,385**	,592**	1					
11	Rekabet Yoğunluğu	,038	,089	,072	,122	,122	,048	,016	-,040	,077	,020	1				
12	Firma Çevikliği	,561**	-,364**	-,272**	,390**	,469**	,359**	,447**	,501**	,607**	,434**	,294**	1			
13	Uluslararasılaşma Derecesi	,424**	-,316**	-,209**	,167*	,184*	,339**	,347**	,280**	,352**	,228**	,026	,232**	1		
14	Firma Büyüklüğü	,114	-,138*	-,180**	,102	,070	,081	,189**	,158*	,149*	,052	-,066	,104	,055	1	
15	Firma İhracat Yılı	,254**	-,078	-,202**	,067	,060	,122	,116	,166*	,231**	,157*	,121	,114	,337**	,161*	1

Not:

ip: İhracat Performansı; iie: İhracat Engelleri / İç Engeller; ide: İhracat Engelleri / Dış Engeller; kt: Kaynak Taahhüdü; yd: Uluslararası Yönetim Deneyimi; fymiy: Firma Yeteneklerinden Müşteri İlişkileri Yeteneği; fybk: Firma Yeteneklerinden Bilgi Kapasitesi; fyugy: Firma Yeteneklerinden Ürün Geliştirme Yeteneği; rsf: Uluslararası Rekabetçi Stratejilerinden Farklılaştırma Stratejisi; rsm: Uluslararası Rekabetçi Stratejilerinden Maliyet Liderliği Stratejisi; ry: Rekabet Yoğunluğu; fc: Firma Çevikliği; ud: Uluslararasılaşma Derecesi; fb: Firma Büyüklüğü; iy: Firma İhracat Yılı

** 0,01 düzeyinde anlamlı, *0,05 düzeyinde anlamlı

4.4. Regresyon Analizi

Model analizi için hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Bu araştırmada model, parçalara ayrılarak analiz edilmiştir. İlk kısımda Tablo 39’da görüldüğü gibi ihracat engelleri / iç engeller bağımlı değişken olarak ele alındığı regresyon analizi yapılmıştır. İkinci kısımda Tablo 40’te ihracat engelleri / dış engeller bağımlı değişken olarak girilmiş ve analiz uygulanmıştır. Üçüncü kısımda Tablo 41’de gösterildiği gibi ihracat performansı bağımlı değişkeni dâhil edilerek yapısal model oluşturulmuştur.

Hiyerarşik regresyon analizi yapılırken ilk kısımda ihracat engelleri / iç engeller bağımlı değişken olarak alınmıştır. Birinci aşamasında modelde kontrol değişkenleri olan rekabet yoğunluğu, firma çevikliği, firma büyüklüğü ve uluslararasılaşma derecesi, ikinci aşamasında kaynak taahhüdü, uluslararası yönetim deneyimi, firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği, firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi, firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği, uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi, uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi bağımsız değişkenleri tercih edilmiştir.

İkinci kısımda ihracat engelleri / dış engeller bağımlı değişken olarak alınmıştır. İkinci kısmın birinci aşamasında modelde kontrol değişkenleri olan rekabet yoğunluğu, firma çevikliği, firma büyüklüğü ve uluslararasılaşma derecesi; ikinci aşamasında kaynak taahhüdü, uluslararası yönetim deneyimi, firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği, firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi, firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği, uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi, uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi bağımsız değişkenleri yer almıştır.

Üçüncü kısımda yani son adımda ihracat performansı bağımlı değişken olarak alınmıştır. İkinci kısmın birinci aşamasında modelde kontrol değişkenleri olan rekabet yoğunluğu, firma çevikliği, firma büyüklüğü ve uluslararasılaşma derecesi; ikinci aşamasında kaynak taahhüdü, uluslararası yönetim deneyimi, firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği, firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi, firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği, uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi, uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi; üçüncü aşamasında ise ihracat engelleri iç ve dış engelleri olarak bağımsız değişkenler eklenmiştir.

Tablo 39. İç Engeller Regresyon Analizi

No	Bağımsız Değişken	β	$\beta(\text{Std})$	t	R ²	F
1	Sabit Terim	4,451		10,303	,245	12,543***
	ry	,194	,167	2,250**		
	fc	-,526	-,401	-5,235***		
	fb	-7,595E-5	-,041	-,584		
	ud	-,233	-,225	-3,130***		
2	Sabit Terim	4,540		9,152	,335	6,676***
	ry	,169	,145	1,938**		
	fc	-,401	-,306	-2,935***		
	fb	-9,367E-5	-,051	-,732		
	ud	-,178	-,172	-2,318**		
	kt	,318	,313	2,793***		
	yd	-,336	-,351	-2,986***		
	fymiy	-,106	-,108	-1,221		
	fybk	-,170	-,164	-1,681*		
	fyugy	,041	,043	,434		
	rsf	,056	,051	,479		
	rsm	,009	,008	,098		
*** p<0,01 düzeyinde anlamlı; ** p<0,05 düzeyinde anlamlı; * p<0,10 düzeyinde anlamlı						

Regresyon analizinin birinci kısım birinci aşamasında ihracat engelleri / iç engeller (iie) bağımlı değişken, kontrol değişkenleri olan rekabet yoğunluğu (ry), firma çevikliği (fc), firma büyüklüğü (fb) ve uluslararasılaşma derecesi (ud) ise bağımsız değişkenler olarak analiz edildiğinde (F= 12,543, p<0,01) modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bağımsız değişkenler, ihracat engelleri / iç engeller bağımlı değişkenini %24,5 açıklamaktadır. Firma büyüklüğü dışındaki bağımsız değişkenlerin ihracat engelleri / iç engeller üzerinde etkisinin olduğu anlaşılmıştır. Rekabet yoğunluğu (p<0,05) pozitif, firma çevikliği ve uluslararasılaşma derecesi (p<0,01) negatif etkilidir. Firma çevikliği daha güçlü negatif yönlü etkiye sahip olduğu gözlenmiştir.

İkinci aşamasında kaynak taahhüdü (kt), uluslararası yönetim deneyimi (yd), firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği (fymiy), firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi (fybk), firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği (fyugy), uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi (rsf), uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi (rsm) bağımsız değişkenleri eklendiğinde (F= 6,767, p<0,01) modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Yeni bağımsız değişkenlerin eklenmesiyle ihracat engelleri / iç engeller bağımlı değişkenini %33,5'ini açıklamaktadır. Yani %9'luk bir açıklama oranı artışının yansıdığı görülmüştür. Rekabet yoğunluğu (p<0,05) ve kaynak taahhüdü (p<0,01) bağımsız değişkenlerinin ihracat engelleri / iç engeller üzerinde pozitif; firma çevikliği (p<0,01), uluslararasılaşma derecesi (p<0,05),

uluslararası yönetim deneyimi ($p<0,01$) ve firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ($p<0,1$) negatif etkili olduğu belirlenmiştir. Uluslararası yönetim deneyimi daha güçlü bir etkiye sahiptir. Analiz sonuçlarına göre ‘H2: Firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.’ ve ‘H5: Firmanın uluslararası yönetim deneyimi ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.’ hipotezleri desteklendi.

Tablo 40. Dış Engeller Regresyon Analizi

No	Bağımsız Değişken	β	$\beta(\text{Std})$	t	R ²	F
1	Sabit Terim	3,475		7,012	,128	5,685***
	ry	,154	,124	1,556		
	fc	-,359	-,256	-3,113***		
	fb	,000	-,131	-1,715*		
	ud	-,161	-,145	-1,882*		
2	Sabit Terim	3,682		6,397	,214	3,673***
	ry	,123	,099	1,219		
	fc	-,233	-,167	-1,472		
	fb	,000	-,123	-1,621		
	ud	-,097	-,088	-1,090		
	kt	,169	,156	1,283		
	yd	-,232	-,227	-1,781*		
	fymiy	-,046	-,044	-,455		
	fybk	-,299	-,270	-2,540***		
	fyugy	,001	,001	,013		
	rsf	,049	,042	,360		
	rsm	,163	,137	1,447		
*** p<0,01 düzeyinde anlamlı; ** p<0,05 düzeyinde anlamlı; * p<0,10 düzeyinde anlamlı						

Regresyon analizinin ikinci kısım birinci aşamasında ihracat engelleri / dış engeller (ide) bağımlı değişken, kontrol değişkenleri olan rekabet yoğunluğu (ry), firma çevikliği (fc), firma büyüklüğü (fb) ve uluslararasılaşma derecesi (ud) ise bağımsız değişkenler olarak analiz edildiğinde ($F= 5,685$, $p<0,01$) modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Kontrol değişkenleri, ihracat engelleri / dış engeller bağımlı değişkenini %12,8’ini açıklamaktadır. Rekabet yoğunluğu dışındaki bağımsız değişkenlerin ihracat engelleri / dış engeller üzerinde etkisinin olduğu; firma büyüklüğü ($p<0,10$), uluslararasılaşma derecesi ($p<0,10$) ve firma çevikliği ($p<0,01$) negatif etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Firma çevikliğinin güçlü etkisi devam etmektedir.

İkinci aşamasında kaynak taahhüdü (kt), uluslararası yönetim deneyimi (yd), firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği (fymiy), firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi (fybk), firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği (fyugy), uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi (rsf), uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet

liderliği stratejisi (rsm) bağımsız değişkenleri eklendiğinde ($F= 3,673$, $p<0,01$) modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Yeni bağımsız değişkenlerin eklenmesiyle ihracat engelleri / dış engeller bağımlı değişkenini %21,4'ünü açıklamaktadır. Uluslararası yönetim deneyimi ($p<0,10$) ve firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ($p<0,01$) ihracat engelleri / dış engeller bağımlı değişkenine negatif etkilidir. Uluslararası yönetim deneyimi güçlü etkisi devam ederken firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi etkisinin güçlendiği görülmüştür. Sonuçlara göre 'H9: Firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.' ve 'H12: Firmanın uluslararası yönetim deneyimi ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.' hipotezleri desteklendi.

Tablo 41. İhracat Performansı Regresyon Analizi

No	Bağımsız Değişken	β	$\beta(\text{Std})$	t	R^2	F
1	Sabit Terim	1,366		4,165	,468	34,126***
	ry	-,196	-,187	-3,010***		
	fc	,668	,563	8,771***		
	fb	,000	,080	1,352		
	ud	,275	,294	4,868***		
2	Sabit Terim	,280		,938	,705	32,138***
	ry	-,086	-,082	-1,641*		
	fc	,136	,115	1,655*		
	fb	5,101E-5	,031	,662		
	ud	,136	,146	2,945***		
	kt	,103	,112	1,502		
	yd	-,075	-,086	-1,105		
	fymiy	,025	,028	,479		
	fybk	,051	,054	,828		
	fyugy	,032	,037	,557		
	rsf	,408	,411	5,791***		
	rsm	,291	,288	4,974***		
3	Sabit Terim	,604		1,602	,709	27,358***
	ry	-,074	-,071	-1,395		
	fc	,108	,091	1,275		
	fb	4,387E-5	,026	,564		
	ud	,124	,132	2,626***		
	kt	,125	,136	1,783*		
	yd	-,099	-,114	-1,414		
	fymiy	,018	,020	,335		
	fybk	,038	,040	,608		
	fyugy	,035	,040	,606		
	rsf	,412	,415	5,844***		
	rsm	,292	,289	4,949***		
	iie	-,069	-,076	-1,196		
	ide	-,003	-,003	-,057		
*** p<0,01 düzeyinde anlamlı; ** p<0,05 düzeyinde anlamlı; * p<0,10 düzeyinde anlamlı						

Regresyon analizinin son bölümünde yani üçüncü kısım birinci aşamasında ihracat performansı (ip) bağımlı değişken, kontrol değişkenleri olan rekabet yoğunluğu (ry), firma çevikliği (fc), firma büyüklüğü (fb) ve uluslararasılaşma derecesi (ud) ise bağımsız değişkenler olarak analiz edildiğinde ($F= 34,126$, $p<0,01$) modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu tespit edilmiştir. İlgili bağımsız değişkenler, ihracat performansı bağımlı değişkenini %47'sini açıklamaktadır. Firma büyüklüğü dışındaki bağımsız değişkenlerin ihracat performansı üzerinde etkisinin olduğu; rekabet yoğunluğunun ($p<0,01$) negatif yönlü ve firma çevikliği ile uluslararasılaşma derecesinin ($p<0,01$) pozitif yönlü etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Firma çevikliği ve uluslararasılaşma derecesinin etkileri çok güçlü olduğu anlaşılmıştır.

İkinci aşamasında kaynak taahhüdü (kt), uluslararası yönetim deneyimi (yd), firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği (fymiy), firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi (fybk), firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği (fyugy), uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi (rsf), uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi (rsm) bağımsız değişkenleri eklendiğinde ($F= 32,138$, $p<0,01$) modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu ve %71'ini açıkladığı tespit edilmiştir. Rekabet yoğunluğunun ($p<0,10$) negatif yönlü etkisi devam etmektedir. Uluslararasılaşma derecesi, uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi, uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ($p<0,01$) ve firma çevikliği ($p<0,10$) ihracat performansı bağımlı değişkenine pozitif yönlü etkilidir.

Üçüncü aşamasında ihracat engelleri / iç engeller ve ihracat engelleri / dış engeller bağımsız değişkenleri eklendiğinde ($F= 27,358$, $p<0,01$) modelin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Yeni ihracat engelleri / iç engeller ve ihracat engelleri / dış engeller bağımsız değişkenlerinin eklenmesiyle ihracat performansı bağımlı değişkeninin %71'ini açıklamaktadır. Kaynak taahhüdü ($p<0,10$), uluslararasılaşma derecesi, uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ve uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ($p<0,01$) ihracat performansı bağımlı değişkenine pozitif etkilidir. İkinci ve üçüncü aşamada da uluslararası rekabetçi stratejilerin etkisi çok güçlü olarak devam etmiştir. Analiz sonuçlarına göre 'H20: Firmanın ihracat /kaynak taahhüdü ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.' ve 'H23: Uluslararası rekabetçi stratejilerden maliyet liderliği stratejisi ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.' hipotezleri desteklendi.

4.5. Araştırma Hipotezleri Sonuçları

Tablo 42. Hipotez Testi Sonuçları

Hipotezler	Sonuçlar
H1: Firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H2: Firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.	Desteklendi
H3: Firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H4: Firmanın ihracat /kaynak taahhüdü ile iç ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.	Desteklenmedi
H5: Firmanın uluslararası yönetim deneyimi ile iç ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.	Desteklendi
H6: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ile iç ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.	Desteklenmedi
H7: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ile iç ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.	Desteklenmedi
H8: Firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği ile dış ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H9: Firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ile dış ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.	Desteklendi
H10: Firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ile dış ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H11: Firmanın ihracat /kaynak taahhüdü ile dış ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.	Desteklenmedi
H12: Firmanın uluslararası yönetim deneyimi ile dış ihracat engelleri arasında negatif bir ilişki vardır.	Desteklendi
H13: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ile dış ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.	Desteklenmedi
H14: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ile dış ihracat engelleri arasında negatif ilişki vardır.	Desteklenmedi
H15: İç İhracat engelleri ile ihracat performansı arasında negatif ilişki vardır.	Desteklenmedi
H16: Dış İhracat engelleri ile ihracat performansı arasında negatif ilişki vardır.	Desteklenmedi
H17: Firma yeteneklerinden müşteri ilişkileri yeteneği ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.	Desteklenmedi
H18: Firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.	Desteklenmedi
H19: Firma yeteneklerinden ürün geliştirme yeteneği ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.	Desteklenmedi
H20: Firmanın ihracat /kaynak taahhüdü ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.	Desteklendi
H21: Firmanın uluslararası yönetim deneyimi ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.	Desteklenmedi
H22: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden farklılaştırma stratejisi ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.	Desteklendi
H23: Uluslararası rekabetçi stratejilerinden maliyet liderliği stratejisi ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki vardır.	Desteklendi

Tablo 42’de hipotezler ve sonuçları verilmektedir. Firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ve firmanın uluslararası yönetim deneyimi ile iç ihracat engelleri arasında negatif; firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi ve firmanın uluslararası yönetim deneyimi ile dış ihracat engelleri arasında negatif; firmanın ihracat /kaynak taahhüdü, uluslararası rekabetçi stratejiyi oluşturan farklılaştırma ve maliyet liderliği stratejileri ile ihracat performansı arasında pozitif ilişki olduğu önerilen hipotezler desteklenmektedir.



BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

5.1. Sonuçlar ve Öneriler

İhracat, bir firmanın veya kuruluşun uluslararası pazarlara girmek adına uygulayabileceği en işlevsel ve basit metottur (Bradley, 1999: 284). Bu bakımdan, firmaların uluslararasılaşma yolundaki ilk durakları ihracattır (Başer, 2018: 3-41). Firmaların girişimci ruha sahip olmaları uluslararasılaşma hızlarını artırırken ihracat performanslarının da artmasını sağlamaktadır (Çavuşgil ve Naor, 1987: 222). İhracat, firmanın dışa açılan kapısı gibi düşünüldüğünde ihracat performansının önemi gözler önüne serilmektedir. Bu nedenle, ihracat performansı öncüllerinin tespit edilmesi ve etkileri dikkate alınarak çalışmanın tasarımı yapılmaktadır.

Araştırma örneklemini Güneydoğu Anadolu İhracatçılar Birliği'ne kayıtlı Gaziantep ilinde faaliyette bulunan ihracatçı firmalar olarak belirlenmiştir. Türkiye'de örnekleme yöntemi kolayda örnekleme olarak ele alınmıştır. Verilerin elde edilmesi sürecinde anket yöntemi kullanılmıştır. Güneydoğu Anadolu İhracatçılar Birliği'ne kayıtlı Gaziantep ilinde faaliyette bulunan 207 ihracatçı firmaya ulaşılmıştır. 204 firmanın anket verileri analiz içerisinde değerlendirilebilmiştir. Tekstil, halı, gıda, ayakkabı, iplik, makine, kimya, hijyen-sağlık, plastik, inşaat, ambalaj ve diğer sektörlerden firmalar ankete katılmıştır. Gaziantep ilinde öncü olan sektörlerde çalışmada ağırlıklı yer verilmiştir. Veri analizinde güvenilirlik testi, normallik testi, korelasyon analizi ve hiyerarşik regresyon analizi yapılarak modelize edilmiştir.

Araştırma modelinde kaynak taahhüdü, uluslararası yönetim deneyimi, firma yetenekleri (müşteri ilişkileri yeteneği, bilgi kapasitesi ve ürün geliştirme yeteneği), uluslararası rekabetçi strateji (farklılaştırma ve maliyet liderliği) bağımsız değişkenleri önce ihracat engelleri (iç ve dış engeller) daha sonra ihracat performansı ile aralarındaki ilişki değerlendirilmektedir. Ayrıca ihracat engelleri de bağımsız değişken olarak alınıp ihracat performansına etkisi de araştırılmaktadır. Kontrol değişkenleri olarak rekabet yoğunluğu, firma çevikliği, firma büyüklüğü ve uluslararasılaşma derecesi seçilmektedir. Uluslararasılaşma derecesi (DoI) belirli zaman aralığında firmaların, uluslararası pazarlara ilgisinin yapısal olarak göstergesidir (Rieck, Cheah, Lau ve Lee, 2004: 13). Bu

yüzden, uluslararasılaşma derecesi Sullivan (1994) DOI_{INTS} ölçeğine göre hesaplanarak ankette bu bölümdeki ilk dört soru analize dâhil edilmektedir.

Analize alınan ölçek değerlerinin güvenilirlik düzeyi yüksek seviyelerde olduğu tespit edilerek çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılarak normal dağılıma yaklaştığı söylenebilmektedir.

Korelasyon analizinde ele alınan ilişkiler değerlendirilmiştir. İhracat performansı ile kaynak taahhüdü, uluslararası yönetim deneyimi, firma yetenekleri (müşteri ilişkileri yeteneği, bilgi kapasitesi ve ürün geliştirme yeteneği), uluslararası rekabetçi strateji (farklılaştırma ve maliyet liderliği), firma çevikliği, uluslararasılaşma derecesi, firma ihracat yılı aralarında pozitif yönlü anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. İç ihracat engelleri ile dış ihracat engelleri arasında pozitif; ihracat performansı ile iç ihracat engelleri ve dış ihracat engelleri arasında ise negatif yönlü anlamlı ilişki gözlenmiştir.

Korelasyon analizinde iç ihracat engelleri ve dış ihracat engelleri ile kaynak taahhüdü, uluslararası yönetim deneyimi, firma yetenekleri (müşteri ilişkileri yeteneği, bilgi kapasitesi ve ürün geliştirme yeteneği), uluslararası rekabetçi strateji (farklılaştırma ve maliyet liderliği), firma çevikliği, uluslararasılaşma derecesi, firma büyüklüğü aralarında negatif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur. Ayrıca dış ihracat engelleriyle firma ihracat yılı arasında da negatif yönlü ilişki görülmüştür.

Model analizi için hiyerarşik regresyon analizi yapılırken ilk kısımda ihracat engelleri / iç engeller, ikinci kısımda ihracat engelleri / dış engeller, üçüncü kısımda ihracat performansı regresyon analizi yapılmıştır. Model istatistiksel açıdan anlamlı çıkmıştır. İlk kısımda birinci aşamasında ihracat engelleri / iç engeller bağımlı değişken, kontrol değişkenleri bağımsız değişkenler; ikinci aşamasında kontrol değişkenleri ve araştırma değişkenleri bağımsız değişkenler olarak ele alınmıştır. İkinci kısımda ihracat engelleri / dış engeller bağımlı değişken alınırken aynı şekilde birinci aşamada kontrol değişkenleri, ikinci aşamada kontrol değişkenleri ve araştırma değişkenleri bağımsız değişkenler olarak yer almıştır. Üçüncü kısımda ihracat performansı bağımlı değişken; sırasıyla kontrol değişkenleri, kontrol değişkenleri-araştırma değişkenleri ve ihracat engelleri de bağımsız değişken olarak eklenerek analiz sonlandırılmıştır.

Firma yetenekleri; firma kaynaklarının pazar değerlerine kattığı beceri, bilgi ve faaliyet bütünlüğüken (Morgan, 2012: 102-119), rakiplerine göre varlık ve beceri profili durumunu; firmanın güçlü ve zayıf yönleri, finansal kaynakları, teknolojik üstünlükleri ve marka kimliğinin güçlü olması ifade etmektedir (Porter, 1980).

Sharkey, Lim ve Kim (1989) göre ihracat yapan ve yapmayan firmaların ihracat engellerini algılama biçimleri farklılık göstermektedir. İhracat yapmayan firmalar, bilgi ve uluslararası deneyim eksikliği sebebiyle iç ve dış ihracat engellerinin algılanmasında tecrübesizlerdir. Düzenli olarak ihracat yapan firmalar ise ihracat süreçlerine hakim, uzmanlaşma, bilgi kapasitesi açısından kurumsal olarak hazırdırlar ve ihracat engelleri algısıyla baş edebilmektedirler.

Çalışmada firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi arttıkça iç ihracat engelleri algısı azalmaktadır. Potansiyel müşteri belirleme, ihracat pazarlarında bağlantı kurma, ihracat pazarındaki rekabetçi ürünleri izleme, kritik pazar bilgilerini ve ihracat pazar bilgilerini elde etme becerilerinin artmasıyla ihracatla ilgili yönetsel zaman yetersizliği, kalifiye personel eksikliği, ihracat için kullanılabilecek atıl üretim kapasitesinin bulunmaması, yabancı pazarlarda yeterli depolama tesislerinin bulunmaması, yabancı pazarlar için yeni ürünler geliştirmede zorluk, yabancı pazarlara ilişkin sınırlı pazar bilgisi ve iş fırsatlarını belirlemede zorluk algılarının azaldığı görülmektedir. Aynı zamanda firma yeteneklerinden bilgi kapasitesi arttıkça dış ihracat engelleri algısı da azalmaktadır. Potansiyel müşteri belirleme, ihracat pazarlarında bağlantı kurma, ihracat pazarındaki rekabetçi ürünleri izleme, kritik pazar bilgilerini ve ihracat pazar bilgilerini elde etme becerilerinin artmasıyla ihracat prosedür / dokümanlarının tam olarak bilinmemesi, yurtdışı müşterilerle iletişimde yetersizlik, farklı sosyo-kültürel çevrenin getirdiği engeller ve yabancı firmaların iş uygulama / süreçlerinin bilinmemesi algılarının da düştüğü tespit edilmektedir.

Karakaya ve Yannopoulos (2012) göre firmalarda bilgi ve beceri sahibi kalifiye personel eksikliği ihracat önündeki önemli engellerden biridir. Uluslararası süreçlerdeki bürokrasi ve bilgilerin tam olmaması, firmaları ihracat girişimlerinden caydırmaktadır. Ayrıca, dış pazar uygulamalarında deneyimler farklılık göstermektedir. Bu farklılık yerel firmaların pazara girişi önünde engel teşkil etmektedir.

Firmaların kalifiye personele sahip olmasıyla uluslararası piyasalarda müşterilere ulaşma ve iletişim hızında ivme kazandırarak iç ve dış engeller algısının azalmasında önemli bir etken haline geldiği çalışmada savunulmaktadır. Firma kalifiye personelin ihracat sürecinde bilgi kapasitesini kullanma aşamaları sıralanmaktadır: (1) Ürün ve pazarını belirler, (2) Bu pazarla alakalı potansiyeli olan müşterilere ulaşır, (3) Yurt dışına seyahatte bulunur, (4) Yapılacak seyahatler esnasında müşterilerin depolama alanı ve pazarlama yeteneklerini keşfeder, (5) Bu keşife istinaden doğru müşteri bulunur. Bu özelliklere sahip olan personelin firmada yer alması firmanın yönetsel zaman

problemini ortadan kaldırmaktadır. Yeterli müşteri potansiyelinin bulunmasıyla atıl üretim kapasitesi sorunu da çözüme kavuşmaktadır. Yeni iş fırsatlarını yakalamada kolaylık ve inovatif ürün yelpazesini genişletmektedir. Belirlenen müşterilerle o ülkedeki gümrük prosedür ve dökümantasyon ile iş uygulama ve süreçleri de görüşülmektedir. Pazarda belirlenen veya iş yapılması hedeflenen firmalarla aynı dili konuşmak, iletişim problemini en asgari düzeye indirmektedir. Sosyo-kültürel çevre yapısı gözlenmektedir.

Ibeh (2004) göre firma yönetiminin uluslararası deneyim eksikliği, ihracat faaliyetlerini engellemekte; Sinkovics, Kurt ve Sinkovics (2018) göre firma yöneticilerinin algıladıkları iç ve dış ihracat engellerini azaltmaktadır. Çavuşgil ve Zou (1994) göre uluslararası yönetim deneyimi, yönetimin karmaşık piyasayı değerlendirerek uygun stratejileri benimsemesini sağlamaktadır.

İhracat deneyiminin artması yöneticiler tarafından algılanan ihracat engellerini azalttığı daha önceki çalışmalarda ampirik olarak kanıtlanmaktadır (Katsikeas ve Morgan, 1994; Leonidou, 2000; Shoham ve Albaum, 1995; Sinkovics, Kurt ve Sinkovics, 2018). Leonidou (2000), bir firmanın daha az ihracat deneyimine sahip olmasıyla, ihracat engelleri algısının daha yoğun bir şekilde algılandığını öne sürmektedir.

Çalışmada firmanın uluslararası yönetim deneyimi arttıkça iç ihracat engelleri algısı azalmaktadır. İhracat eğitim ve seminerlerine katılım sağlayabilen, ana ihracat pazarlarına yönelik yabancı ticari istihbaratları yakından takip eden, yurt dışı ve ihracat deneyimi yüksek firmaların yönetsel zaman yetersizliği, sınırlı pazar bilgisi, markalaşma yolundaki ürün geliştirmede ve iş fırsatlarını belirlemede karşılaşılan zorlukları daha kolay aşabilmektedir. Uluslararası deneyim kazanılması hedef pazarda dökümantasyon, iletişim, iş uygulama ve süreçlerinin akışının daha hızlı olmasını sağlamaktadır.

Adu-Gyamfi ve Korneliussen (2013) göre uluslararası yönetim deneyiminin ihracat performansına pozitif etkisi olduğu görüşü desteklenmemektedir. Çalışmada uluslararası yönetim deneyimi ile ihracat performansı arasında anlamlı ilişki olduğu fakat uluslararası yönetim deneyiminin ihracat performansı üzerinde negatif etkisi tespit edilememiştir.

Navarro, Losada, Ruzo, ve Díez (2010b) göre ihracat kaynak taahhüdü, ihracat satışları ve yönetimin ihracat memnuniyeti arttırmayı motive ederek kaynak tahsisinin daha etkin ve verimli hale getirmektedir. Lages, Jap ve Griffth (2008) göre ihracat kaynak taahhüdünün artışı, ihracat girişimlerinin etkisiyle planlama ve stratejileri iyileştirmektedir. Firmaların daha fazla kaynak taahhüdü ayırması, ihracat performansını

doğrudan etkileyerek ihracat hedeflerine ulaştırmaktadır (Aaby ve Slater, 1989; Bilkey, 1978; Diamantopoulos ve Inglis, 1988; Shoham, 1999; Tookey, 1964; Zou ve Stan, 1998). Aggarwal (1986) göre firma kaynaklarını ihracata yönelik yeteneklerin geliştirmesi için kaynak taahhüt ettiğinde, ihracat performansında pozitif bir etki görülmektedir. Yani, kaynak taahhüdü (Lages ve Montgomery, 2004: 1188) ve ihracat performansı (Lages, Jap ve Griffith, 2008: 317; Navarro, Losada, Ruzo ve Diez, 2010: 56) arasında olumlu bir ilişki söz konusudur. Erdil ve Özdemir (2016) kaynak taahhüdünün ihracat performansı üzerinde olumlu etkisinden bahsetmektedir. Sraha, Sharma, Crick ve Crick (2020) ihracat/kaynak taahhüdünün, ihracat performansına olumlu katkıda bulunduğunu ifade etmektedir. Stoian, Rialp ve Rialp (2011) göre kaynak taahhüdünün ihracat performansı üzerinde kısmi olarak olumlu bir etkisi vardır. Firma yöneticilerinin yabancı dil bilgisi, kaynak taahhüdü ve sektörün teknolojik yoğunluğu ihracat başarısı için şirketin en önemli varlıklarını oluşturmaktadır.

Lages, Jap ve Griffith (2008) firmanın ihracat / kaynak taahhüdü ile ihracat performansı arasında olumlu bir ilişki olduğu görüşünü savunmaktadırlar. Firmanın önemli uluslararası deneyime sahip olmak yerine ihracat taahhüdünün cari yıldaki ihracat performans iyileştirmesini kolaylaştırdığını göstermektedir. Bu durum, yönetim deneyiminin kısa vadeden ziyade uzun vadede performansı etkileyebileceğini ortaya koymaktadır.

Çalışmada firmanın ihracat /kaynak taahhüdü arttıkça ihracat performansı arttığı görüşünü desteklemektedir. Firmaların ihracat için düzenli ve sistemli planlama yapılması, yeterli personel, ihracat faaliyetlerinin desteklenmesi ve ihracata daha fazla mali kaynak ayrılmasıyla ihracatta yüksek kârlılık, yüksek satış hacmi ve hızlı büyüme sağlanmaktadır. Bununla birlikte, küresel rekabet gücü, stratejik konum ve küresel pazar payı güçlenmektedir. İhracatta finansal ve stratejik performanslar güçlendikçe, ihracattaki satış, başarı ve beklentiler karşılanmaktadır.

Adu-Gyamfi ve Korneliussen (2013) göre kaynak taahhüdünün ihracat engelleri üzerinde negatif ilişkisi olmadığı vurgulanmaktadır. Çalışmada kaynak taahhüdü ile ihracat engelleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmasına rağmen kaynak taahhüdünün ihracat engelleri üzerindeki negatif etkisi bulunamamıştır.

Adu-Gyamfi ve Korneliussen (2013) göre ihracat engelleri ile ihracat performansı arasında negatif bir ilişki olduğu görüşü desteklenmemektedir. Bu durum, yükselen pazarda ihracat firmalarının iyi performans göstermesiyle, fiili ihracatı yapanlar üzerinde baskı oluşturmasıyla açıklanmaktadır. Fiili ihracat firmalarının ihracat ile ilgili

sorumlulukları üstlenememelerinden dolayı ihracat önündeki iç engeller algısı artmaktadır. Firmalar ihracat bölümünde kalifiye elemanlarla ilgili zorluk çekeabilmekte ve dolayısıyla iç ihracat engel algısı artabileceği öngörülmektedir. Bunun sonucunda, gelişmekte olan pazarlardaki firmalar, kaynakların büyük bir kısmını tüketmekte ve zayıf yönetim kaynaklarını genişletmek için dış pazarlara açılma girişimlerinde bulunmaktadırlar. Bu durum, firmaları oldukça savunmasız halde bırakmaktadır (Pangarkar, 2008: 475-485) ve ihracat performansı arttıkça kötüleşmiş gibi gözüken iç ihracat engelleri algısına katkıda bulunmaktadır (Adu-Gyamfi ve Korneliussen, 2013: 366).

Çalışmaların çoğunda uluslararası rekabetçi stratejinin, maliyet liderliği ve farklılaştırma stratejisinden oluştuğu görülmektedir (Douglas ve Rhee, 1989: 437-463). Maliyet liderliği stratejisinde, firmaların üretim ve geliştirme maliyetlerini en aza indirerek başarı sağlanmaktadır (Chung ve Kuo, 2018: 260-278). Maliyet liderliğinde verimi artırmak için firma müşterilerine yeni üretim teknikleri gibi değer katan teklifler sunmaktadır (Aulakh, Kotabe ve Teegen 2000; Hill 1988; Sullivan ve Bauerschmidt 1991).

Porter (1980) göre düşük maliyet avantajı; 1) Firmaya ortalamanın üzerinde getiri, 2) Rekabete karşı savunma, 3) Güçlü alıcılara karşı durma 4) Daha fazla esneklik sağlayarak tedarikçilere karşı konumlanma 5) Ölçek ekonomileri açısından önemli giriş engelleri sağlama 6) Sektördeki rakiplerine göre ikame ürünler karşısında doğru konumlanmayı sağlamaktadır. Bu durum, firmayı beş rekabet gücünün tümüne karşı korumaktadır. Maliyet liderliği, yüksek pazar payı avantajı, hammaddelere kolay erişim avantajı, yeni ürün tasarımlarıyla üretimde kolaylık sağlamayı ve geniş ürün yelpazesıyla büyük müşterilere ulaşarak maliyetleri dağıtmayı sağlamaktadır.

Farklılaştırma stratejisi, firmaların farklılaşmış ürünlerini rakiplerinin kopyalaması ve taklit etmesi daha zor olduğundan pazarda daha güçlü konumlanmalarına ve daha yüksek performans elde etmelerine neden olmaktadır (Su, Guo ve Sun, 2017: 357-371).

Porter (1980) göre farklılaştırma; firmanın pazarda benzersiz bir ürün veya hizmet yaratarak piyasaya sunmasıdır. Tasarım, marka imajı, bayi ağı, müşteri hizmetleri, teknolojik gelişmeler ve özellikler gibi birçok konuda farklılaştırma söz konusu olabilmektedir. Farklılaşma stratejisi sağlanarak beş rekabetçi güçle başa çıkmak için savunulabilir bir konum yaratılabilir. Porter (1980) göre farklılaştırma avantajı; 1) Müşterilerin marka sadakati nedeniyle fiyata karşı düşük hassasiyet oluşturma, 2) Düşük maliyetli konuma sahip olma ihtiyacını kaldıran marjları artırma, 3) Benzersizlik ve

müşteri sadakati sebebiyle giriş engelleri sağlama, 4) Tedarikçilerin gücüyle başa çıkmak için daha yüksek marjlar sağlama, 5) Alıcıların alternatifinin az veya olmaması ve fiyata duyarlılığın az olması alıcı gücünü azaltması, 6) Sektördeki rakiplerine göre ikame ürünler karşısında doğru konumlanmayı sağlamaktadır.

Çalışmada farklılaşma ve maliyet liderliği açısından uluslararası rekabetçi strateji artarken ihracat performansı artmaktadır. Promosyon, reklam, inovatif faaliyetler ve yüksek kaliteyle birlikte güçlü bir marka oluşturmak yüksek kârlılık, yüksek satış hacmi ve hızlı büyüme beraberinde getirmektedir. Bu yükselişle beraber, küresel rekabet gücü, stratejik konum ve küresel pazar payı artmaktadır. Bunun neticesinde ihracat performansında memnuniyet yakalanmaktadır. Rakiplere kıyasla, firmanın malzeme, üretim ile dağıtım maliyetlerinin düşük olması, sürekli iyileştirme ivmesi kazanması, maliyet lideri konumunda olması ve uluslararası işletim sisteminin gücünün artmasıyla ihracat performansında gözle görülür bir artış olmaktadır. Aynı veya benzer kalitedeki ürünler piyasada daha rekabet edilebilir hale gelmektedir. Rekabet edilebilirlik büyük satış hacminin yakalanmasında ve stratejik konumun belirlenmesinde merdiven basamaklarından biri olmaktadır. Sürdürülebilir büyüme ve küresel pazar payının artmasını beraberinde getirmektedir.

İhracat performansı öncüllerinin bir model çerçevesinde incelenmesini sağlayan bu çalışma, öncül çalışma olarak ele alınıp farklı evren, örneklem ile analiz metodlarıyla karşılaştırma yapılabileceği veya farklı öncüllerin modele dâhil edilebileceği, ilerideki çalışmalara ışık tutacağı öngörülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aaby, N. E. ve Slater, D. S. (1989). Management Influences on Export Performance: A Review of the Empirical Literature 1978-88. *International Marketing Review*, 6, 7-26.
- Abiodun, S. T. and 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), 28-48.
- Adu-Gyamfi, N. ve Korneliussen, T. (2013). Antecedents of Export Performance: The case of an Emerging Market. *International Journal of Emerging Markets*, 8(4), 354-368.
- Aggarwal, S. C. (1986). South American Exports and Imports: Potentials and Problems. *Management International Review*, 26(4), 44-56.
- Ahamed, A. F. M. J., Stump, R. L. and Skallerud, K. (2015). The Mediating Effect of Relationship Quality on the Transaction Cost–Export Performance Link: Bangladeshi Exporters' Perspectives. *Journal of Relationship Marketing*, 14(15), 152-169.
- Ahmadi, G. A. (2018). *Firma Kaynakları ve Rekabet Stratejilerinin İhracat Performansı Üzerinde Etkisi: Seçilmiş Tarım Ürünleri İhracatı Üzerinde Bir Uygulama*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.
- Ahn, S. H. (2017). Relationship Between Foreign Agent Operations And Performance İn SME Exporters Mediating Effects Of Adaptive Capability. *Journal of Korea Trade*, 21(4), 274-291.
- Akbaş, G. (2019). *Dış Pazarlara Girişte Markalaşmanın Önemi ve Turquality'nin İhracat Performansına Olan Etkilerinin İncelenmesi*. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Akben, İ. (2014). *İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesini Etkileyen Faktörler, Uluslararasılaşma Derecesi ve Performans İlişkisi: Bir Alan Çalışması*. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Kahramanmaraş.

Akben, İ. (2015). İşletmelerin Uluslararasılaşması: İşletmelerin Karakteristikleri ve Uluslararasılaşma Derecesi İlişkisi. *Akademik Bakış Dergisi*, 49(Mayıs-Haziran), 505-527.

Akçelik, B. (2016). *İhracat Performansının Modellenmesi: Türkiye Örneği*. Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Akman, A. S. (2019). *Doğrudan Yabancı Yatırımların Türkiye'nin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi*. Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Uludağ.

Aktaş, M. A. (2017). *Kobilere Yönelik Demografik Faktörlerin İhracat Performansına Etkisi: Konya İmalat Sektöründe Bir Araştırma*. KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Aktepe, C. ve Ateş, G. (2020). Teknokentlerde Faaliyet Gösteren İnovatif İşletmelerin İhracat Performansı Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 3042-3054.

Alan, M. A. (2017). *İmalat Sanayiinde Teknoloji Transferi, İnovasyon, İhracat ve Firma Performansı İlişkilerinin İncelenmesi: Türkiye'deki İhracatçı Firmalarda Bir Uygulama*. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ağrı.

Alexandrides, C. G. (1971). How the Major Obstacles to Exporting can be Overcome. *Atlantic Economic Review*, May, 12-15.

Alper, S. (2014). *İhracat Performansı İle Uluslararası Rekabet Gücünün Yapısal Belirleyicileri Arasındaki İlişki: OECD ve BRIIC Ülkeleri Uygulaması*. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.

Altıntaş, M. H. ve Özdemir, E. (2006). İhracat İşletmelerinin Uluslararasılaşması: Türkiye’de Faaliyet Gösteren Kobi’lere Yönelik Bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 184.

Altun, O. (2020). *Devlet Teşvikleri ve İhracat Performansı İlişkisi: Bir Meta-Analiz Çalışması*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Ambrose, G. ve Harris, P. (2010). *Görsel Grafik Tasarım Sözlüğü* (B. Barhana, Çev.) İstanbul: Literatür Yayıncılık. 159.

Amit, R. and Schoemaker, P. (1993). Strategic Assets and Organizational Rents. *Strategic Management Journal*, 14, 33-47.

Andersson, S., Gabrielsson, J. and Wictor, I. (2004). International Activities in Small Firms: Examining The Factors Influencing the Internalization and Export Growth of Small Firms. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 21(1), 22-34.

Anıl, N. K. (2009). *İhracat Performansını Belirleyen Faktörler Arasındaki İlişkiler ve İhracat Başarısına Etkileri: Türkiye Örneği*. Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Manisa.

Anıl, N. T. ve Eti-İçli, G. (2016). KOBİ’lerin İhracat Performansını Belirleyen Faktörler. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 63-78.

Arslan, A. (2016). *Kurumsal Kalitenin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: G-20 Ülkeleri İçin Ampirik Bir Çalışma*. On Sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.

Arslan, İ. ve Ay, H. M. (2007). Güneydoğu Anadolu Bölgesine Yönelik Uygulanan İktisadi Politikalar. *KMU İİBF Dergisi*, 13(Aralık), 417.

Astarlıoğlu, M. (2013). *Evaluating The Dynamics of Export Performance: Moderating Effects of Proximate Environment on Firm Strategies and Export Performance*. Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.

Astarlıoğlu, M. (2017). Yerel Piyasa Koşullarının İhracat Performansı Üzerine Etkileri: Hollanda ve Türkiye'deki KOBİ'ler Üzerine Kantitatif Bir Çalışma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 35(3), 1-18.

Atabay, İ. (2005). *İhracatçı İşletmeler ile İhracatçı Olmayan İşletmeler Arasındaki Farklılıklar ve İhracat Performansının Analizi: Zeytinyağı Sektöründe Bir İnceleme*. Gebze Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Gebze.

Atlı, H. (2017). *Küresel Doğan İşletmelerin Uluslararasılaşma Sürecinde Örgütsel Kabiliyetleri ve Bunların İhracat Performansına Etkileri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Gebze.

Atlı, H. ve Kartal, B. (2020). Küresel Doğan İşletmelerin Uluslararasılaşma Sürecinde Örgütsel Kabiliyetleri ve Bunların İhracat Performansına Etkileri Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(Özel Sayı), 207-234.

Aulakh, P. S., Kotabe, M. and Teegen, H. (2000). Export Strategies and Performance of Firms from Emerging Economies: Evidence from Brazil, Chile and Mexico. *Academy of Management Journal*, 43(3), 342-361.

Avşar, D. (2016). *The Determinants of High-Technology Export Performance: An Empirical Investigation In Brict*. Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Ayabakan, S., Bardhan, I. R. and Zheng, Z. A Data Development Analysis Approach to Estimate IT-Enabled Production Capability. *MIS Q.*, 41(1), 189-205.

Ayar, B. (2017). *Katma Değerin İhracat Performansına Etkisinin Ölçümlemesi ve Türk İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Ayar, B. ve Erdil, T. S. (2019). İnovasyon ve Ar-Ge Faaliyetlerinin İhracat Performansına Etkisi: Türk İşletmeleri Üzerine Algısal Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 13(49), 45-68.

Aydoğan, O. (2012). *Pazar Yönlü İşletme Anlayışının İhracat Bağlamındaki Belirleyicileri ve İhracat Performansına Etkileri*. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.

Aykulteli, D. F. (2020). *Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Türkiye'nin İhracat Performansına Etkisi*. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.

Aytekin, A. (2019). *Mobilya Endüstrisinde İhracat Performansının Belirleyicilerinin Analizleri: Bulanık AHP ve Karar Ağacı Modellemesi*. Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Zonguldak.

Balkar, O. E. (2019). *Lojistik İnovasyon Yeteneğinin Rekabet Gücü ve İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Kahramanmaraş İlinde Bir Alan Çalışması*. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş.

Basılğan, M. (2020). İhracat Performansının Belirleyicileri Üzerine Firma Düzeyli Bir Analiz. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 12 (1), 106-144.

Başer, A. (2018). *OECD Üyesi Ülkelere Yönelik Türk Beyaz Eşya Sektörünün İhracat Performansı: Türkiye'deki Beyaz Eşya İhracatçılarına Bir Model Önerisi*. KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Başer, H. ve Tekelioğlu, S. (2013). Makine Sektöründeki KOBİ'lerde İhracat Performansına Etki Eden Faktörler: Ankara Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(2), 112-121.

Beavers, A. S., Lounsbury, J. W. Richards, J. K., Huck, S. W., Skolits, G. J. and Esquivel, S. L. (2013). Practical Considerations for Using Exploratory Factor Analysis in Educational Research. *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 18(6), 8.

Bıçakcıoğlu, N. (2014). *The Interrelation Between Internal and External Factors, Adaptation Strategies and Export Performance in International Marketing: An Application on Clothing Industry*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Bıçakcıoğlu, N. (2018). *Stakeholder and Resource-Based Antecedents and Export Performance Outcomes of Green Business Strategy*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.

Bıçakcıoğlu Peynirci, N. ve İpek, İ. (2020). İhracat Pazar Yönelimi Boyutlarının İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Bir Meta-Analiz Çalışması. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 15(3), 1043-1060.

Bilgin, H. N. (2012). *Firmaların Uyguladığı Pazarlama Stratejilerinin İhracat Performansları Üzerindeki Etkileri*. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Aydın.

Bilgütay, H. (2011). *Türkiye ve İsrail'in İhracat Performansı Üzerine Bir Karşılaştırma*. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.

Bilkey, W. J. (1978). An Attempted Integration of the Literature on the Export Behavior of Firms. *Journal of International Business Studies*, 9(1), 33-46.

Bonaccorsi, A., (1992). On the Relationship between Firm Size and Export Intensity. *Journal of International Business Studies*. 23(4). 605-635.

Bopieva, A. (2009). *The Impact of Cultural Sensitivity and Communication on Exporter - Distributor Relations and on Export Performance*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Brouthers, L. E., Nakos, G., Hadjimarcou, J. and Brouthers, K. D. (2009). Key Factors for Successful Export Performance for Small Firms. *Journal of International Marketing*, 17(3), 21-38.

Bozdağlıoğlu, Y. (2010). *Türkiye'ye Gelen Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Türkiye'nin İhracat Performansına Etkilerinin Analizi*. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Aydın.

Bozkurt, K. (2006). *Teknolojik Gelişmelerin İhracat Performansı Üzerine Olası Etkileri: 1980 Sonrası Türkiye Örneği*. Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Muğla.

Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

Bradley, F. (1999). *International Marketing Strategy*. UK:Prentice Hall. 284.

Chen, J., Sousa C. M. P. and He, X. (2016). The Determinants Of Export Performance: A Review Of The Literature 2006-2014. *International Marketing Review*, 33(5), 626-670.

Cho, Y. S. (2012). In Relation to Entrepreneurship and Export Performance of Small and Medium Manufacturing Firm, the Mediating Effect of Product Differentiation Capabilities. *International Commerce and Information Review*, 14(3), 113-138.

Christensen, C., Rocha, A and Gertner, R. K. (1987) An Empirical Investigation Of The Factors Influencing Exporting Success Of Brazilian Firms. *Journal of International Business Studies*, 18(3), 61-77.

Chung, H. F .L. and Wen Ho – Hsiao (2021). International Competitive Strategies, Organizational Learning and Export Performance: A Match and Mis-Match Conceptualization. *European Journal of Marketing*, 55(10), 2794-2822.

Chung, H. F .L. and Kuo, T. (2018). When and How Managerial Ties Matter in International Competitive Strategy, Export Financial and Strategic Performance Framework: A Standardized or Customized Approach?. *European Journal of Marketing*, 52(1/2), 260-278.

Chung, J. E., Yang, H. and Won, J. H. (2019). Relationships Between the Capabilities and Export Performance of Korean Clothing and Textiles SMEs and the Moderating Effects of Export Mode on These Relationships. *Clothing and Textiles Research Journal*, 37(1), 3-19.

Cooper, R. G. and Kleinschmidt, E. J. (1987). New Products: What Separates Winners From Losers? *Journal of Product Innovation Management*, 4(1), 90-111.

Cura, F. (2017). *İhracat Performansını Etkileyen Faktörlerin Pazarlama Politikalarına Etkileri: Konya Otomotiv Sektörüne Yönelik Bir Araştırma*. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya.

Czinkota, M. R. and Ursic, M. L., (1991). Classification of Exporting Firms According to Sales and Growth into a Share Matrix. *Journal of Business Research*. 22.

Çakıt, G. T. ve Özerhan, Y. (2018). Pazar Araştırması ve Pazara Giriş Desteği Kapsamında Sektörel Ticaret Heyetlerinin İşletmelerin İhracat Performanslarına Etkisi. *Bankacılık ve Finansal Araştırmalar Dergisi (BAFAD)*, 5(1), 1-18.

Çavuşgil, S. T. ve Naor, J. (1987). Firm and Management Characteristics as Discriminators of Export Marketing Activity. *Journal of Business Research*, 15, 221-235.

Çavuşgil, S. T. ve Nevin R. J. (1981). Internal Determinants Of Export Marketing Behavior: An Empirical Investigation. *Journal of Marketing Research*, 17(Şubat), 114-119.

Çavuşgil, S. T. and Zou, S. (1994). Marketing Strategy Performance Relationship: An Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures. *Journal of Marketing*, 58(1), 1-21.

Cavusgil, S. T., Zou, S. and Naidu, G. M. (1993). Product and Promotion Adaptation in Export Ventures: An Empirical Investigation. *Journal of International Business Studies*, 24(3), 479-506.

Çelik, F. ve Ekinci, M. B. (2014). *Firmalar ve Bankalar İçin Dış Ticaret Yazışmaları* (2.Baskı). İstanbul: Türkmen Kitabevi. 1.

Çelik, İ. (2014). *Türkiye’de İhracat Yapan Kobi’lerin Ortaklık ve Sermaye Yapılarının İhracat Performansına Etkisi*. Galatasaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Çetin, K. (2016). *İnovasyonun İhracat Performansına Etkisi: Karaman İli Örneği*. KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Çetin, K. ve Gedik, H. (2017). İnovasyon ve İhracat Performansı İlişkisi: Karaman Örneği. *UIİİD-IJEAS*, 2017 (22. UPK Ahmet Hamdi İslamoğlu Özel Sayısı), 109-126.

Çetindaş, A. (2018). *İmalat İşletmelerinde Tedarik Zinciri Entegrasyonunun Lojistik Performansına Etkisinde Çevresel Belirsizliğin Düzenleyici Rolü*. Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Gaziantep.

Çınar, B. (2016). *Uluslararası Ticarete Yönelik Pazarlama Yeteneklerinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Kayseri İlinde Bir Uygulama*. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.

Çınar, B. ve Koç, F. (2017). Pazarlama Yeteneklerinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(3), 115-143.

Çütçü, İ. (2013). İhracatçı Firmaların Kalkınmaya Etkisi ve Firmaların İhracat Performansını Etkileyen Faktörler: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Üzerine Bir Uygulama. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(15), 151-184.

Çütçü, İ. (2015). *Tekstil Sektöründe İnovasyon ve İhracat Performansı: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği*. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Gaziantep.

Danışman, A. ve Sökmen, A. G. (2007). Girişimci Özellikleri ve Firma Niteliklerinin İhracat Performansına Etkisi: Kobi'ler Üzerinde Bir Araştırma. *C.U. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 213-230.

Das, M. (1994). Successful And Unsuccessful Exporters From Developing Countries: Some Preliminary Findings. *European Journal of Marketing*, 28(12), 19-33.

Day, G. S. (1994). The Capabilities of Market - Driven Organizations. *Journal of Marketing*, 58(4), 37-52.

Demir, M., (2004). *Dış Ticaret İşlemleri ve Muhasebesi*. Detay Yayıncılık, Ankara, 23.

Demirağ, F. (2019). *Psikolojik Mesafe ve Pazarlama Karması Adaptasyonunun İhracat Performansı Üzerine Etkisi: Bir Ölçek Geliştirme ve İlişkisel Analiz Çalışması*. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Kütahya.

Demirel, F. (2020). *KOBİ'lerin İhracat Faaliyetlerinde Karşılaştıkları Sorunların İhracat Performansına Etkileri: Konya Tarım Makineleri Sektöründe Bir Araştırma*. KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Deng, J., Menguc, B. and Benson, J. (2003). The Impact Of Human Resource Management On Export Performance Of Chinese Manufacturing Enterprises. *Thunderbird International Business Review*, 45(4), 409-429.

Dhanaraj, C. and Beamish, P. W. (2003). A Resource- Based Approach To The Study Of Export Performance. *Journal of Small Business Management*, 41(3), 242-261.

Diamantopoulos, A. (1999). Export Performance Measurement: Reflective Versus Formative Indicators. *International Marketing Review*, 16(6), 444-457.

Diamantopoulos, A. and Inglis, K. (1988). Identifying Differences Between High- and Low-Involvement Exporters. *International Marketing Review*, 5(2), 52-60.

Diamantopoulos, A. and Kakkos, N. (2007), Managerial Assessments of Export Performance: Conceptual Framework and Empirical Illustration. *Journal of International Marketing*, 15(3), 1-31.

Douglas, S.P. and Rhee, D.K. (1989). Examining Generic Competitive Strategies in U.S. and European Market. *Journal of International Business Studies*, 20(3), 437-463.

Duman Akyol, Z. (2019). *Merkez Kurumlar Olarak Finansal Sistem ve Devletin Politika ve Uygulamalarının Küçük ve Orta Ölçekli Firmaların İhracat Performansına Etkisi Üzerine Nitel Bir Araştırma*. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.

Duman Akyol, Z. (2019). Merkez Kurumlar Olarak Finansal Sistem ve Devletin Politika ve Uygulamalarının Küçük ve Orta Ölçekli Firmaların İhracat Performansına Etkisi Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Yorum-Yönetim-Yöntem Uluslararası Yönetim-Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 7(1), 45-60.

Durmaz, A. and 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.

Durukan, T. ve Hamşioğlu, B. (2015). Pazar Yönlülük, Pazarlama Yeteneklerinin Rekabet Avantajı Elde Etmede İhracat Performansı Üzerine Etkileri: Ankara İli İhracat İşletmelerinde Bir Uygulama. *JEBPIR*, 1(2), 1-19.

Eğre, M. (2019). *Coğrafi İşaret Tescilli Aydın İnciri, Ege Sultani Üzümü, Giresun Fındığı Dış Pazarlarında Türkiye'nin İhracat Dekompozisyon Analizi*. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.

Erdil, T. S. (2014). The Role Of Foreign Intermediary Relationship Quality On Export Performance: A Survey On Turkish Firms. *10th International Strategic Management Conference; Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150(14), 600-608.

Erdil, T. S. and 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(16), 546 – 556.

Eren, M. Ş. (2014). Jenerik Rekabet Stratejilerinin Firmaların İhracat Performansına Etkisi. *Journal of Yasar University*, 9(34), 5998-6022.

Ertem, Ü. (2015). *Dış Ticaret İşlemleri*. Bursa: Ekin Basım Yayın. 8 - 30.

Ersoy, C. K. (2019). *İhracat Performansında Pazarlama İstihbaratının Rolü: TR83 Bölgesindeki KOBİler Üzerinde Bir Araştırma*. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Samsun.

Ersöz, S. (2014). *Gıda Sanayi Dış Ticareti İhracat Performansı Mersin İli Örneği*. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Mersin.

Eyiler, R. Y. (2019). *Sektörün Uluslararasılaşmasında Markalaşmanın Önemi: Türkiye Kuyumculuk Sektöründe Bir Araştırma*. İstanbul Ticaret Üniversitesi. Dış Ticaret Enstitüsü, Doktora Tezi. İstanbul.

Faruk, O. and Subudhi, R.N. (2019). Export Performance of SMEs:A Review of Firm-Level Controllable Determinants. *Parikalpana - KIIT Journal of Management*, 15(2), 112-126.

Gaziantep Ticaret Odası. (2022). <https://www.gto.org.tr/tr/yayinlar/kod/faaliyet-raporu-2021-31.html>.

Gemunden, H. G. (1991). Success Factors of Export Marketing: A Meta- Analytic Critique of the Empirical Studies. *New Perspectives on International Marketing*, Routledge, London, 33- 62.

Gökalp, F. (2000). Liberilizasyon sürecinde Türkiyenin Dış Ticaret Hadleri. *DEÜ Dergisi*, 15(1), 52.

Güleç, G. (2012). *Uluslararası Genişleme Stratejileri ve Pazarlama Karmasının Uyarlanması Kararının İhracat Performansı Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Rusya'ya Tekstil İhracatı Üzerinde Bir Uygulama*. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Güleç, G. ve Eryiğit, C. (2013). Uluslararası Pazarlama Stratejisinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Rusya'ya Tekstil İhracatı Üzerinde Bir Uygulama. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 50(577), 73-88.

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB). (2022). *Bölge İlleri 2021 İhracat Performansları*. İpar-1. 1-10. <https://www.gaib.org.tr/tr/ihracat-rakamlari/2.html>.

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB). (2022). *Gaziantep İhracat Pazar Araştırması Raporu*. İpar-2. 1-6. <https://www.gaib.org.tr/tr/ihracat-rakamlari/2.html>.

Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri (GAİB). (2022). *Halı Sektörü Analizi*. İpar-3. 67. <https://www.gaib.org.tr/tr/ihracat-rakamlari/2.html>.

Güriş, S. ve Astar, M. *Bilimsel Araştırmalarda SPSS ile İstatistik*. Der Yayınları. 2. Basım. 415.

Gürsoy, Y. (2016). *Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi* (10.Baskı). Bursa: Ekin Basım Yayın. 3.

Güven, Ö. F. (2020). *Uluslararası Pazarlama Sürecinde Pazarlama Planlama Yeteneği İle İhracat Performansı Arasındaki İlişki: Konya Örneği*. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Hadjikhani, A. (1997). A note on the criticisms against the internationalization process model. *Management International Review*, 37(2), 43-66.

Han, J. K., Kim, N. and Srivastava, R. K. (1998). Market Orientation And Organizational Performance: Is Innovation A Missing Link?. *Journal of Marketing*, 62(October), 30-45.

Hasaballah, A. H., Genc, Ö. F., Bin Mohamad, O. and Ahmed, Z. U. (2019). Exploring the interface of relationship marketing and export performance, A conceptual perspective. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 21(2), 126-148.

Hassani, A. (2020). *Yenilikçi Stratejilerin İhracat Performansına Etkisi*. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Heredia, J., Flores, A., Heredia, W., Arango, R. and Medina, L. (2019). How Innovation Influences on Export Performance: A Configuration Approach for Emerging Economies. *Journal of Technology Management & Innovation*, 14(4), 54-65.

Hızarcı Payne, A. K. ve Katrinli, A. (2020). Micro-Foundations of Firm Dynamic Capabilities & Export Performance: A Conceptual Approach Addressing the Role of Export Department Employees. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(2), 981-992.

Hill, C. W. L. (1988). Differentiation Versus Low Cost or Differentiation and Low Cost: A Contingency Framework. *The Academy of Management Review*, 13, 401-412.

Hofer, K. M., Niehoff-Hoeckner, L. M. and Totzek, D. (2019). Organizing and Implementing Export Pricing: Performance Effects and Moderating Factors. *Journal of International Marketing*, 27(1), 74-94.

Hunt, S. (2000). A General Theory Of Competition. *Sage Publications*, Thousand Oaks, CA, 85.

Ibeh, K. I. N. (2004). Furthering export participation in less performing developing countries: the effects of entrepreneurial orientation and managerial capacity factors. *International Journal of Social Economics*, 3(1/2), 94-110.

İhracat Yönetmeliği, 06.01.1996 tarih ve 22515 sayılı Resmi Gazete, s.1.

İmamoğlu, N. (2018). *Lojistik Performansının, Firma Performansı ve İhracat Performansına Etkisi: Tra1 Düzey 2 Bölgesinde Bir Uygulama*. Bayburt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Bayburt.

Imiru, G. A. (2018). The Mediating Role of Marketing Strategy in the Effect of Antecedents on Export Performance of Leather and Textile Exporting Companies in Ethiopia. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*, 18(2), 26-42.

İpek, İ. (2017). *İhracat Performansının Kurumsal ve Kaynak Temelli Öncülleri: İhracat Pazar Yöneliminin Aracılık Rolü*. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.

İpek, İ. and Tanyeri, M. (2020). Home country institutional drivers and performance outcomes of export market orientation: the moderating role of firm resources. *International Journal of Emerging Markets*, 1746-8809.

İri, R. (2018). *İşletmelerin İhracat Performansına Ülke Kredi Notunun Etkisi: Ampirik Bir Araştırma*. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Niğde.

İşlek, A. E. (2021). *Farklı İhracat Performansına Sahip İşletmelerdeki Otantik Liderlik Algısının, Yenilikçilik Davranışı Üzerindeki Etkisinde Girişimcilik Yöneliminin Aracılık Rolü*. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.

İyiler, Z. (2019). *E-Perakende İşletmelerinde Marka Gücü ve Tedarikçi İlişkilerinin Firma Yönelimleri ve İhracat Performansı Arasındaki Aracı Rolü*. İstanbul Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.

Johanson, J. and Vahlne, J. E. (1977). The Internationalization Process of the Firm-A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32.

Kahiya, E. T. (2018). Five Decades of Research on Export Barriers: Review and Future Directions. *International Business Review*, 27, 1172-1188.

Kahiya, E. T. and Dean, D. L. (2014). Export Performance: Multiple Predictors And Multiple Measures Approach. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 26(3), 378-407.

Kahveci, E. (2010). *İhracat Performansı ile İşletme Stratejileri İlişkisi*. Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.

Kahveci, E. (2012). İşletme Stratejileri ve İhracat Performansı İlişkileri. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 4(6), 2-34.

Kahveci, E. (2013). İhracat Performansı Ölçütleri ve İhracat Performansını Etkileyen Faktörler. *Verimlilik Dergisi*, 13(1), 43-74.

Kalaycıoğlu, O. (2011). *Kurumsal Yönetim Bağlamında Yönetim Kurulu Yapılarının İhracat Performansına Etkileri: Türkiye Örneği*. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Trabzon.

Kalaycıoğlu, O. (2017). *Rekabetçi Bir Yaklaşımla İhracat Performansını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Türk İmalâtçı-İhracatçı Firmaları Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma*. Gebze Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Gebze.

Kaleka, A. and Morgan, N. A. (2019). How Marketing Capabilities and Current Performance Drive Strategic Intentions in International Markets. *Industrial Marketing Management*. 78(1), 108-121.

Kalender, S. (2013). *İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Girişte Karşılaştıkları Engellerin İhracat Performansı Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Dış Ticaret Sermaye Şirketleri Üzerine Bir Araştırma*. Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Edirne.

Kaplan, M. (2013). *İhracat Performansına Etki Eden Faktörler ve Pazarlama Planlama Yeteneği ile İhracat Performansı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale.

Kaplan, M. ve Eren, S. S. (2014). Firmanın İhracat Yetkinliklerinin İhracat Performansına Etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 1-31.

Kara, A. (2017). *Uluslararası Pazar Bölümlendirme ve Konumlandırma Stratejilerinin İhracat Performansına Etkisi: Türk İhracatçıları Üzerine Bir Araştırma*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.

Kara, A. ve Gürdal, S. (2017). Uluslararası Pazar Bölümlendirme ve Konumlandırma Stratejilerinin İhracat Performansına Etkisi: Türk İhracatçıları Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Journal of Social Sciences*, 1(17), 69-95.

Karaca, A. (2016). *Uluslararası Pazarlama Karması Adaptasyon Stratejilerinin İhracat Performansına Etkisi ve Mücevher Sektörü Uygulaması*. Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.

Karadayı, İ. (2019). *Mobilya Sektöründe İnovasyonun İhracat Performansına Etkisi: İzmir İli Üzerine Ampirik Bir Çalışma*. Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Manisa.

Karagöz, Y. (2019). *SPSS Amos Meta Uygulamalı Nitel-Nicel-Karma Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği*. İstanbul: Nobel Yayın. 2. Basım. 352-358.

Karagül, G. (2007). *İhracat Performansını Etkileyen Faktörlerin Analizi: Denizli’de Bir Firma Örneği*. Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Denizli.

Karakaya, F. ve Yannopoulos, P. (2012). Relationship between Export Support, Export Barriers and Performance for Canadian SMEs. *Journal of Euromarketing*, 9-10.

Karedza, G. and Govender, K. K. (2017). Enhancing The Export Performance Of The SMEs In The Manufacturing Sector In Zimbabwe. *Academy of Marketing Studies Journal*, 21(2), 1-19.

Kartal, B. (2006). *İhracat Pazar Bilgisi ve İhracat Performansı İlişkisi: İhracat Pazar yönlülüğüne İlişkin Bir Uygulama*. Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Manisa.

Katsikeas, C. S. and Morgan, R. E. (1994). Differences in Perceptions of Exporting Problems Based on Firm Size and Export Market Experience. *European Journal of Marketing*, 28(5), 17-35.

Katsikea, E., Theodosiou, M., and Makri, K. (2019). The İnterplay Between Market İntelligence Activities And Sales Strategy As Drivers Of Performance İn Export Markets. *European Journal of Marketing*, 1-46.

Katsikeas, C., Leonidou, L., Morgan, N. (2000). Firm Level Export Performance Assessment: Review, Evaluation And Development. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 28(4), 493-511.

Katsikeas, C., Piercy, N. F. and Ioannidis, C. (1996). Determinants of Export Performance in a European Context. *European Journal of Marketing*, 30(6), 6-35.

Katsikeas, S. C., Samiee, S and Theodosiou, M. (2006). Strategy Fit and Performance Consequences of İnternational Marketing Standardisation. *Strategic Management Journal*, 27(9), 867-890.

Kaya, F. (2015). *Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi* (5.Basım). İstanbul: Beta Basım Yayım. 6 -7.

Kayabasi, A. and 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.

Kesim, A. H. (2019). *İhracat Performansının Firma Bazında Belirleyicileri*. Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Keskin, M. S. (2020). *İhracat Pazarlamasında Uluslararası Pazar Araştırmasının Önemi ve İhracat Performansına Etkisi: Tarım Sulama Sektöründe Bir Uygulama*. KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Kılıç, H. (2019). *Tedarik Zinciri Yönetiminin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Çorum İmalat Sanayi Üzerinde Bir Uygulama*. Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Çorum.

Kılıç, S. ve Çınar, R. (2014). Yerel Tekstil ve Hazır Giyim İşletmelerinin Orijinal Marka Üretim Düzeyi ve İhracat Performanslarında Orijinal Tasarım Üretiminin Rolü: Çorum Tekstil Sektörü'ndeki İşletmelere Yönelik Bir Uygulama. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(2), 165-194.

Koç, F., Biçimveren, L. ve Çınar, B. (2018). Firma Yenilikçiliği ve İhracat Performansı Arasındaki İlişki Üzerinde Rekabet Yoğunluğunun Düzenleyici Etkisi. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 1(21), 77-97

Koçak, M. (2019). *Küme Kaynaklarının ve Firma Kaynaklarının İhracat Performansına Etkisine Yönelik Bir Araştırma*. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.

Koo, K. R., Kim, S. J. and Kim, K. H. (2016). The Effects Of İnternal Marketing Capability On Export Marketing Strategy, B2B Marketing Mix And Export Performance. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 26(1), 51–65.

Kuivalainen, O., Sundqvist, S. ve Servais, P. (2007). Firms' Degree of Born-Globalness, İnternational Entrepreneurial Orientation And Export Performance. *Journal of World Business*, 42(1), 253-267.

Kumlu, Ö. (2010). *The Effect of Intangible Resources and Competitive Strategies on the Export Performance of Small and Medium Sized Manufacturing Enterprises*. Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.

Kurt, İ. (2016). *Uluslararası Girişimciliğin İşletmelerin İhracat Performansına Etkisi: Manisa Organize Sanayi Bölgesi Örneği*. Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Manisa.

Kurt, İ. ve Bilge, H. (2016). Uluslararası Girişimcilik ve İhracat Performansı İlişkisi: Manisa Örneği. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4685-4696.

Kuşanaç, I. (2018). *İhracata Yönelik Devlet Teşvik ve Desteklerinin İhracat Performansı ve Uluslararasılaşma Düzeyi Üzerine Etkisi*. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.

Küpcü, O. (2019). *Reel Döviz Kurunun Firmaların İhracat Performansına Etkisi: Farklı Sektörlerdeki Firmalar Üzerine Ampirik Bir İnceleme*. Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.

Lages, L. F. (2000). A Conceptual Framework of the Determinants of Export Performance: Reorganizing Key Variables and Shifting Contingencies in Export Marketing. *Journal of Global Marketing*, 13(3), 29-51.

Lages, L.F., Jap, S.D. and Griffith, D.A. (2008). The role of past performance in export ventures: a short-term reactive approach. *Journal of International Business Studies*, 39(2), 304-326.

Lê, N. T. Nhã, H. T. and Phong N. T. (2020). Studying factors affecting the export performance of seafood enterprises in the Mekong Delta. *Nguyễn Thị Lệ và cộng sự. Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh*, 15(1), 183-197.

Leonidou, L.C. (1995). Export Stimulation Research: Review, Evaluation and Integration. *International Business Review*, 4(2), 33-56.

Leonidou, L.C. (1995a). Empirical Research on Export Barriers: Review, Assessment and Synthesis. *Journal of International Marketing*, 3(1), 29-43.

Leonidou, L. C. (2000). Barriers to Export Management: An Organizational and Internationalization Analysis. *Journal of International Management*, 6(2), 121-148.

Leonidou, L.C. (2004). An Analysis Of The Barriers Hindering Small Business Export Development. *Journal of Small Business Management*, 42(3), 279-303.

Leonidou, L. C., Katsikeas C. S. and Piercy, N. F. (1998). Identifying Managerial Influences on Exporting: Past Research and Future Directions. *Journal of International Marketing*, 6(2).

Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S. and Samiee, S. (2002). Marketing Strategy Determinants of Export Performance: A Meta- Analysis. *Journal of Business Research*, 55(1), 51-67.

Levitt, T. (1983). The Globalization of Markets. *Harvard Business Review*, May-June, 92-102.

Li, L.(2007). Multinationality and Performance: A Synthetic Review and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 9(2), 117-139.

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 Conceptualisations and Findings. Cavusgil, S. T. and Axinn, C. (Eds). *Advances in International Marketing*, 2, JAI Press. Greenwich. CT. 177-198.

Madsen, T. K. (1989). Executive Insights: Managerial Judgment of Export Performance. *Journal of International Marketing*, 6(3), 82-93.

Mercan, A. (2019). *İhracat Performansını Etkileyen İşletme İçi Faktörler: Konya'da İmalat Sanayii Üzerine Bir Araştırma*. KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Mert, A. (2007). *Üst Düzey Yönetici ve İnsani Sermaye Özelliklerinin Kobi İhracat Performansı Üzerindeki Etkileri*. Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Mete, E. (2015). *Avrupa Birliği ve Türkiye'de İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının İhracat Performansına Etkisi: Ekonometrik Bir Analiz*. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Trabzon.

Miller, M. M. (1993). Executive Insights: The 10 Step Road to Success in Foreign Markets, *Journal of Internatioanl Marketing*, 1(2), 89-100.

Moghaddam, F. M., Bin Abdul Hamid, A. B., Abdul Rasid, S. Z. and 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 & Social Sciences (IJFPSS)*, 1(2), 26-34.

Mohamoud, A. S. (2016). *Doğu Afrika Ülkelerinin İhracat Performansının Belirleyicileri*. Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Alanya.

Moini, A. H. (1995). An Inquiry Into Successful Exporting: An Empirical Investigation Using A Three- Stage Model. *Journal of Small Business Management*, 33(3), 9-25.

Monteiro, A. P., Soares, A. M. and Rua, O. L. (2017). Linking İntangible Resources And Export Performance The Role Of Entrepreneurial Orientation And Dynamic Capabilities. *Baltic Journal of Management*, 12(3), 329-347.

Morgan, R. E. (1997). Export Stimuli and Export Barriers: Evidence From Empirical Research Studies. *European Business Review*. 97(2), 68-79.

Morgan, N. A. (2012). Marketing and Business Performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1), 102-119.

Morgan, N. A., Kaleka, A. and Katsikeas, C. S. (2004). Antecedents of Export Venture Performance: A Theoretical Model and Empirical Assessment. *Journal of Marketing*, 68(1), 90-108.

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*, 87-119.

Muis, I. (2020). Marketing Strategy And Capability As The Mediators İn Relationship Of Market Orientation And Export Performance: A Case Study of Rattan Processing SMEs. *Binus Business Review*, 11(1), 31-42.

Mutlu, E. (1999). *Uluslararası işletmecilik*. İstanbul: Beta Yayıncılık. 80.

Mutlu, H. M. ve 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.

Mutlu, H. M. ve Nakipoğlu, A. (2011). Uluslar Arası Pazarlama Stratejilerinin İhracat Performansı Üzerine Etkisi. *Electronic Journal of Social Sciences*. 10(38), 245 - 261.

Myint, Y. M. (2019). The Export Performance Of Myanmar Garment Industry. *J. Myanmar Acad. Arts Sci*, 17(8), 75-99.

Mysen, T. M. and Tronvoll, B. (2020). The Influence On Export Performance Of Performance Ambiguity Among Foreign Sales Agents. *European Business Review*, 32(2), 277-296.

Nakos, G., Brouthers, K. D. and 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.

Nalçacı, G. (2012). *Kaynak Temelli Yaklaşım İle Üretici Firmaların Pazarlama Yeterliliklerinin İhracat Performansları Üzerine Etkilerinin İncelenmesi*. Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Mersin.

Nas, T. İ. ve Kalaycıoğlu, O. (2011). Yönetim Kurulu Yapısının İhracat Performansı Üzerindeki Etkileri: Türkiye Örneği. *Conference: II. Örgüt Kuramı Çalıştayı*, 61-79.

Nas, T. I. and Kalaycıoğlu, 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.

Navarro, A., Losada, F., Ruzo, E., and Díez, J. A. (2010b). Implications Of Perceived Competitive Advantages, Adaptation Of Marketing Tactics And Export Commitment On Export Performance. *Journal of World Business*, 45(1), 49-58.

Navarro-García, A., Sánchez-Franco, M. J. and Rey-Moreno, M. (2016). Relational Governance Mechanisms In Export Activities: Their Determinants And Consequences. *Journal of Business Research*, 69(16), 4750-4756.

Omar, H. H. (2017). *İhracat Performansı Döviz Kurunun Etkisi: "Tanzanya'nın Örnek Bir Araştırması*. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Ortakarpuz, M. ve Aydın, Ö. (2020). İhracat Performansı ile İşletmelerin Girişimcilik Özellikleri İlişkisi: Türkiye Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 11(2), 413-429.

Öz, F. ve Özmen, A. (2019). Ürün Adaptasyonu İle İhracat Performansı Arasındaki İlişki: Mobilya, Hazır Giyim ve Deri Sektöründe Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(29), 550-579.

Öz, F. (2014). *Ürün Adaptasyonu İle İhracat Performansı Arasındaki İlişki: Mobilya, Hazır Giyim Ve Deri Sektörü Üzerinde Bir Araştırma*. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Afyonkarahisar.

Öz, F. (2015). Firmaların İhracat Performanslarında Yönetici Özellikleri ve Ürün Adaptasyonu Arasındaki İlişkisi: Mobilya Sektöründen Örnek Bir Uygulama. *JEBPIR*, 1(2), 109-126.

Öz, Ö. (2010). *Türkiye’de İmalat Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların İhracat Performansı Üzerinde Genel Müdür Karakteristiklerinin Etkisi*. Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Özbek, A. (2009). *Türk Hazır Giyim Sanayinin Örnek Ürün Bazında (Denim Pantolon) Gelecekteki İhracat Performansının İncelenmesi*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.

Özcan, C. (2019). *Tedarikçi Entegrasyonu ve Çevresel Belirsizliğin İhracat Performansına Etkisi*. Hasan Kalyoncu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.

Özdemir, E., Altıntaş, M. H. and Kılıç, S. (2017). The Effects of the Degree of Internationalization on Export Performance: A Research on Exporters in Turkey. *Business and Economics Research Journal*, 8(3), 611-626.

Özdemir, Z. (2014). *İkili Vize Serbestliği Anlaşmalarının Ülke İhracat Performansına Etkileri: Türkiye Örneği*. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Isparta.

Özmutlu Yıldırım, S. (2021). Pazar Yönelimli Firmaların İhracat Performansında Stratejik Seçimlerin Aracı Rolü: Uluslararası Lojistik Firmaları Üzerine Bir Araştırma. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(4), 2063-2079.

Öztürk, A. (2020). Kümelenme Stratejisi ile KOBİ'lerin İhracat Performansı İlişkisinin İncelenmesi. *Journal of Business and Trade (JOINBAT)*, 1(1), 27-43.

Özsoy, S. (2018). *Bilgi Yayılımlarının Ülkelerin İhracat Performansına Etkisi: Panel Data Yaklaşımı*. TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Pangarkar, N. (2008), Internationalization and Performance of Small and Medium-Sized Enterprises. *Journal of World Business*, 43(4), 475-485.

Papatya, N., Papatya, G. ve Songur, A. (2015). Sürdürülebilir Rekabetçi Üstünlük Sağlamada Kaynak Tabanlı İhracat Performansı: Türkiye İSO-500 İhracatçı İmalat İşletmelerinde Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(21), 1-30.

Parlakgöl, M. (2016). *İhracat Performansının Belirleyicileri: Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Örneği*. Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Peter, J. P. (1979). Reliability: A Review of Psychometric Basics and Recent Marketing Practices. *Journal of Marketing Research*, 16, 6-17.

Pinho, J. C. (2016). Social Capital And Export Performance Within Exporter-Intermediary Relationships The Mediated Effect Of Cooperation And Commitment. *Management Research Review*, 39(4), 425-448.

Porter, M. (1980). *Competitive Strategy*. The Free Press. New York, NY.

Rasheed, H. S. (2005). Foreign Entry Mode and Performance: The Moderating Effects of Environment. *Journal of Small Business Management*, 43(1), 41-54.

Rieck, O., Cheah, J., Lau, A. ve Lee, S. (2004). The Relationship Between the Degree of Internationalization and Firm Performance in the Telecommunication Industry. ITS. *Europe 16th European Regional Conference*, 4(6), 13.

Robb, C. A. and Stephens, A. R. (2021). The Effects of Market Orientation and Proactive Orientation on the Export Performance of South African SMEs. *Journal Of Global Marketing*, 1-19.

Roberts, N. and Grover, V. (2012). Leveraging Information Technology Infrastructure to Facilitate a Firm's Customer Agility and Competitive Activity: An Empirical Investigation, *J. Manag. Inf. Syst.*, 28(4), 231-270.

Roth, K. and Morrison A. J. (1992). Business-Level Competitive Strategy: A Contingency Link to Internationalization. *Journal of Management*, 18(3), 473-487.

Roy, A., Purohit, H. and Vyas, V. (2014). Antecedents of Export Performance of SMEs in Rajasthan State. *Vilakshan, XIMB Journal of Management*, 11(2), 57-80.

Qadır, S. A. (2019). *Dünya Çapındaki Firmaların İnovasyon, İş İlişkileri ve Ülke Düzeyinde Bağlamsal Etkenleri Kapsamında İhracat Performansı: 2008'den 2015'e GEM Verilerini Kullanan Bir Analiz*. İstanbul Şehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Saad, F. M. N. M. and Ramlee, A. A. (2019). Entrepreneurial Orientation and Export Performance among Malaysian Small and Medium-Sized Exporters: The Mediating Role of International Opportunity Recognition. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 9(2), 151-164.

Sağroğlu, N. (2019). *Türkiye'nin Seçilmiş Bazı Sektörlerinde İhracat Performansını Belirleyen Faktörler*. Galatasaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Sağlam, M. (2019). *Türkiye'nin İhracatının Taşıma Modlarına Göre Dağılımı, Bütünleştirilmiş Lojistik Stratejisinin Türkiye'nin İhracat Performansına Olası Etkileri: Konya'da İhracat Yapan Firmalar Üzerinde Bir Çalışma*. KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Sağlam, M. (2019). *Uluslararası Pazarlama Karması Stratejilerinin ve Porter'ın Elmas Modeli Boyutlarının İhracatçı Firmaların Performanslarıyla İlişkisinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.

Sağlam, M. (2019). Firma ve Yönetici Özelliklerine Göre İhracat Performans Düzeylerinin İncelenmesi: İstanbul İli İhracatçı Firmalar Üzerine Bir Araştırma. *Yıldız Social Science Review*, 5(1), 85-102.

Sağlam, M. ve Pirtini, S. (2019). Uluslararası Pazarlama Karması Stratejilerinin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Sektörler Arası Karşılaştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(35), 433-459.

Salahoğlu, H. P. (2019). *Kurumsallaşma ve İhracat Performansı İlişkisi: Türkiye Örneği*. İstanbul Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.

Samiee, S. and Roth K. (1992). The Influence of Global Marketing Standardization on Performance. *Journal of Marketing*, 56(April), 1-17.

Sancı, T. (2019). *Uluslararası Tutundurma Stratejileri İle İhracat Performansı Arasındaki İlişkide Rekabet İstihbaratının Düzenleyici Rolü*. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Saputraa, D., Abdurachmanb, E. and Kuncoroc, E. A. (2020). The Mediating Effect of the Internationalization Process on Knowledge Management and Export towards SMEs Export Performance. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(12), 550-562.

Sapmaztürk, C. (2013). *Avrupa Birliği'ne Üyelik Sürecinde İhracata Yönelik Devlet Yardımlarının İşletmelerin İhracat Performansı Açısından Değerlendirilmesi*. Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Sarihan, A. Y., İncaz, S. ve Yaprak, B. (2017). Devlet Teşviklerinin Firmaların İhracat Performansına Etkisi: İstanbul İhracatçıları Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 31(3), 755-775.

Sarihan, A. Y. ve Tepeci, M. (2017). Manisa İlindeki İhracatçı Firmaların Yenilik Yeteneklerinin İhracat Performanslarına Etkileri. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, ICMEB17 Özel Sayısı, 867-879.

Sezen, S. (2008). *Türkiye'de İhracat Performansını Etkileyen Makro Değişkenlerin Ekonometrik Analizi*. Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Edirne.

Sharkey, T. W., Lim, J. S. and Kim, K. I. (1989). Export Development And Perceived Export Barriers: An Empirical Analysis Of Small Firms. *Management International Review*, 29(2), 1-11.

Sharma, R. R., Sraha, G. and 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.

Shayo, F. A. (2020). Relationship Between Competitive Aggressiveness and Export Performance of Tourism Firms in Tanzania: The Role of Organizational Structure. *The Pan-African Journal of Business Management*, 4(1), 1-18.

Shoham, A. (1998). Export Performance: A Conceptualization and Empirical Assessment. *Journal of International Marketing*, 6(3), 59-81.

Shoham, A. (1999). Bounded Rationality, Planning, Standardization of International Strategy and Export Performance: A Structural Model Examination. *Journal of International Marketing*, 7(2), 24-50.

Shoham, A. and Albaum, G. S. (1995). Reducing the Impact of Barriers to Exporting: A Managerial Perspective. *Journal of International Marketing*, 3(4), 85-105.

Sinkovics, R. R., Kurt, Y. and Sinkovics, N. (2018). The Effect Of Matching On Perceived Export Barriers And Performance İn An Era Of Globalization Discontents: Empirical Evidence From UK SMEs. *International Business Review*, 27(5), 1065-1079.

Sinkula, J. (1994). Market İnformation Processing And Organizational Learning. *Journal of Marketing*, 58(1), 35-45.

Smith, D., Gregoire, P. and Lu, M. (2006). Managers' Perceptions of Export Barriers: A Cross-Cultural Perspective of Service Firms. *Journal of Transnational Management*, 12(1), 51-68.

Solberg, C. A. and Durrieu, F. (2006). Access to Networks and Commitment to Internationalization as Precursors to Marketing Strategies Markets, *Management International Review*, 46(1), 57-83.

Songur, A. (2015). *Kaynak Tabanlı İhracat Performansı: Türkiye İSO 500 İhracatçı İmalat İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama*. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Isparta.

Sousa, C., Martinez-Lopez, F. and Coelho, F. (2008). The Determinants Of Export Performance: A Review Of The Research İn The Literature Between 1998 And 2005. *International Journal Of Management Reviews*, 10(4), 343-374.

Sousa, M. P. C., Lenger, J. F. B. and Martínez-López F. J. (2014). Testing for Linear and Quadratic Effects between Price Adaptation and Export Performance: The Impact of Values and Perceptions. *Journal of Small Business Management*, 52(3), 501–520.

Sözüer, A., Semerciöz, F. ve Altuntaş, G. (2015). Uluslararası Girişimcilik ve İhracat Pazar Performansı: Türkiye’deki İhracatçı İşletmeler. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 16(1), 65-78.

Sraha, G. A. K. (2016). *Export Performance Of Ghanaian Firms In The Agricultural, Handicraft And Manufacturing Industries*. Victoria University of Wellington. Doctor of Philosophy.

Sraha, G., Sharma, R. R., Crick, D. and Crick, J. M. (2020). International Experience, Commitment, Distribution Adaptation And Performance: A Study Of Ghanaian Firms İn B2B Export Markets. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(11), 1715–1738.

Stoian, M. C., Rialp, A. and Rialp, J. (2011). Export Performance Under The Microscope: A Glance Through Spanish Lenses. *International Business Review*, 20(11), 117-135.

Styles, C. and Ambler, T. (1994). Successful Export Practice: The UK Experience. *International Marketing Review*, 11(6), 23-47.

Su, Z., Guo, H. and Sun, W. (2017). Exploration and Firm Performance: The Moderating Impact of Competitive Strategy. *British Journal of Management*, 28(3), 357-371.

Sullivan, D. (1994) Measuring the Degree of Internationalization of a Firm. *J Int Bus Stud*, 25(2), 325-342.

Sullivan, D. and Bauerschmidt, A. (1991). The Basic Concepts of International Business Strategy: A Review and Reconsideration. *Management International Review*, 31(Special Issue), 111-124.

Sürer, A. (2012). *E-Pazarlama Yöneliminin İhracat Performansı Üzerine Etkisi: Gaziantep İlinde Bir Araştırma*. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.

Sürer, A. ve Mutlu, H. M. (2012). Pazar, E-Pazarlama, Girişimcilik ve Teknoloji Yönelimlerinin İhracat Performansı Üzerine Etkileri. *IUYD '2012*, 3(2), 27-52.

Şahin, Ş. (2016). *Kümelenmenin KOBİ'lerin İhracat Performansına Etkisi: Kuyumcukent Örneği*. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi İstanbul.

Şimşek, Ş. (2010), *İşletme Bilimlerine Giriş* (17.Basım). Konya: Eğitim Akademi. 28.

Tallon, P. and Pinsonneault, A. (2019). Competing Perspectives on the Link Between Strategic Information Technology Alignment and Organizational Agility: Insights From a Mediation Model. *MIS Quarterly*, 35(2), 463-486.

Tan, M. (2019). *Kurumsal Yapı ve ARGE Harcamalarının İhracat Performansına Etkisi: Çekim Modeli Analizi*. Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Denizli.

Tan, Q and Sousa, C. M. P. (2015). Leveraging Marketing Capabilities Into Competitive Advantage And Export Performance. *International Marketing Review*, 32(1), 78-102.

Tanrıverdi, İ. ve Altıntaş, M. H. (2017). İşletmelerin İhracat Performansı: Bibliyometrik Analiz. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17(3), 294-311.

Taş, A. (2019). *Merkez Kurumlar Olarak Finansal Sistem ve Devletin Politika ve Uygulamalarının Küçük ve Orta Ölçekli Firmaların İhracat Performansına Etkisi Üzerine Nitel Bir Araştırma*. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.

Taşpınar, M. (2008). *Üretim Yapan İşletmelerde İhracatta Kullanılan Teşvik ve Desteklemelerin İhracat Performansı Üzerine Etkisi ve Kullanımda Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Tatarer, Ö. (2004). *Türk İmalat Sanayiinin İhracat Performansının Seçilmiş Ülkeler Açısından Değerlendirilmesi*. Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Tekin, E. (2016). *Firma ve Üst Düzey Yönetici Özelliklerinin KOBİ'lerin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi: Tim 1000 Örneği*. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Trabzon.

Tekin, E. ve Nas, T. İ. (2017). Firma ve Üst Düzey Yönetici Özelliklerinin Türkiye’de Faaliyette Bulunan KOBİ’lerin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 72(4), 1185 – 1217.

Tesfom, G. and Lutz, C. (2006), A Classification Of Export Marketing Problems Of Small And Medium Sized Manufacturing Firms In Developing Countries. *International Journal of Emerging Markets*, 1(3), 262-281.

Thanh, V. N., Minh, H. P., Thanh, L. N., Minh, D. P. and Kim, N. V. (2018). The Empirical Study On Seafood Export Performance In The Mekong Delta, Vietnam. *Academy of Marketing Studies Journal*, 22(2), 1-14.

Theodosiou, M. and Katsikea, E. (2013). The Export Information System: An Empirical Investigation of Its Antecedents and Performance Outcomes. *Journal of International Marketing*, 21(3), 72-94.

Tipi, İ. (2019). *Rekabetçi Bir Yaklaşımla İhracat Performansını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: ISO-500 Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma*. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Toklu, İ. T. (2017). Satışların İhracat Performansı Açısından Araştırılması: Sarp Sınır Kapısında Nicel Bir Çalışma. *Journal of Human Sciences*, 14(1), 24-38.

Tookey, D. A. (1964). Factors Associated with Success in Exporting. *Journal of Management Studies*, 1(1), 48-66.

Tunç, Ş. (2020). *Pazarlama Kültürü, İhracat Pazarlama Stratejileri ve İhracat Performansı: Elazığ İli Örneği*. Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Elazığ.

Tunç, Ş. ve Yücel, N. (2020). Pazarlama Kültürü, İhracat Pazarlama Stratejileri ve İhracat Performansı Arasındaki İlişkinin Nitel Analiz Yöntemi İle İncelenmesi. *Kadim Akademi SBD*, 4(2), 16-38.

Tushman, M. and Nadler, D. (1986). Organizing for Innovation. *California Management Review*, 28, 74-92.

Türkiye İhracatçılar Meclisi, 05.04.2022, <https://tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari>

Usbaş, A. (2005). *Türk Hazır Giyim Sektöründe İhracat Pazarlaması Performansının Analizi*. İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Usta, S. (2009). *Türkiye'nin Sabit Pazar Payı Analizine Göre AB Pazarındaki İhracat Performansı*. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Ünnü, G. (2009). *Dış Pazarlara Açılmada Markalaşmanın Önemi: Turquality®'nin İhracat Performansına Etkileri*. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Viet, B. N., Tan, B. L., Thanh, V. N. and Kim, N. V. (2017). Determinants Of Export Performance: Case Of Seafood Firms In Viet Nam. *Business and Economic Horizons*, 13(5), 724-737.

Wang, Y., Cao, W., Zhou, Z. and Ning, L (2013). Does External Technology Acquisition Determine Export Performance? Evidence From Chinese Manufacturing Firms. *International Business Review*, 22(13), 1079-1091.

Yalçın, G. (2015). *Türkiye'de İhracatın Teşvik ve Geliştirilmesi Araçlarından Faydalanan İşletmeler ile Faydalanmayan İşletmeler Arasındaki İhracat Performansının Karşılaştırılması: Konya 'da İmalat Sektöründe Ampirik Bir Çalışma*. KTO Karatay Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Yıldırım, İ. (2010). *Ar-Ge Harcamalarının Türkiye ve Karşılaştırmalı Gelişmekte Olan Ülkelerdeki İmalat Sektörlerinin İhracat Performansına Olan Etkisi*. Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Yıldırım, M. H. ve Erul, E. E. (2013). İşletmelerin İhracat Performanslarının Değerlendirilmesi: Aksaray, Konya ve Karaman’da Bir Araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 376-386.

Yılmaz, B. (2010). *İstatistik*. İstanbul: Nobel Yayın. 3. Basım. 157.

Yiğit, M. Ş. (2018). “İnsan Kaynakları Yönetimi ve Toplam Kalite Yönetimin Firma İhracat Performansı Üzerine Etkisi: Gaziantep Örneği”. Hasan Kalyoncu Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep.

Yip, G. S., Biscarri, J. G. and Monti, A. J. (2000). The Role of Internationalization Process in The Performnce of Newly Interationalizing Firms. *Journal of Inter Marketing*, 8(3), 10-35.

Yörükoğlu, Ö. (2019). *Pazar ve İnovasyon Yönelimliliğın İhracat İşletmelerinin İnovasyon, İhracat ve İşletme Performansına Etkileri*. Bursa Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Bursa.

Yurt, Ö. F. (2019). *Avrupa Birliğı Ülkelerinde Doğrudan Yabancı Yatırımların İhracat Performansına Etkisi (1990-2018)*. Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Tokat.

Yücel, A. (2019). İhracat Pazarlaması Stratejileri İle Firma Performansı İlişkisi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29(1), 205-225.

Yücel, A. ve Kara, C. (2014). İhracat Pazarlaması Stratejilerinin Firma Performansı Üzerine Etkileri: Elazığ’daki İhracat Firmaları Üzerine Bir Uygulama. *Fırat Üniversitesi Harput Araştırmaları Dergisi*, I(1), 149-172.

Yüzak, G. (2019). *İnovasyon, Pazarlama ve Yönetişim Yeteneklerinin Türk Firmalarının İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi*. Yaşar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Zahra, S. A., Ireland, R. D. and Hitt, M. A. (2000). International Expansion by New Venture Firms: International Diversity, Mode of Market Entry, Technological Learning and Performance. *Academy of Management Journal*, 43(5), 925-950.

Zengin, A. Y. (2014). *Yükselen Pazarlarda Yenilikçiliğin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi*. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.

Zhang, J. and Zhu, M. (2014). Market Orientation, Product İnnovation And Export Performance: Evidence From Chinese Manufacturers. *Journal of Strategic Marketing*, 24(5), 377–397.

Zou, S. and 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.

Zou, S., Taylor, C. R. And Osland, G. E. (1998). The EXPERF Scale: A cross-National Generalized Export Performance Measure. *Journal of International Marketing*, 6(3), 37.

EKLER

ANKET FORMU

Sayın Yönetici,

Bu anket “İhracat Performansı Öncülleri: Gaziantep Örneği” adlı doktora tezinin verilerini elde etme amacıyla hazırlanmıştır. Bu çalışma sadece bilimsel amaçlı kullanılacak olup kesinlikle katılımcıya ait bilgiler ve cevaplar gizli tutulacaktır. Verilerin analizlerinde kesinlikle şirketinizin adı kullanılmayacaktır.

Araştırmaya katkılarınız için teşekkür ederiz.

Saygılarımızla.

İletişim: Prof.Dr. H. Murat MUTLU - Öğr.Gör. Ayça PEKMEZ BAHCECİ

Gaziantep Üniversitesi Tel / Fax.

FİRMANIN İHRACAT/KAYNAK TAAHHÜDÜ Aşağıda verilen ifadeler, firmanın ihracat/kaynak taahhüdünü ölçmeye yöneliktir. Firmanın ihracat/kaynak taahhüdünü düşünerek katılım derecenize göre ilgili seçeneğin karşısına “X” işareti koymak suretiyle belirtiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Firmamız, ihracat için sistemli planlama yapar.					
2.	Firmamız, ihracat için yeterli insan kaynağı ayırır.					
3.	Firma yönetimimiz, ihracat faaliyetlerine tam destek verir.					
4.	Firmamızda, ihracata iç pazarlardan daha fazla mali kaynak ayrılır.					
FİRMANIN ULUSLARARASI YÖNETİM DENEYİMİ Aşağıda verilen ifadeler, firmanın uluslararası yönetim deneyimini ölçmeye yöneliktir. Firmanın uluslararası yönetim deneyimini düşünerek katılım derecenize göre ilgili seçeneğin karşısına “X” işareti koymak suretiyle belirtiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
5.	Genel olarak ihracat takım arkadaşlarımızın ihracat deneyimi yüksektir.					
6.	Yöneticilerimiz, yeterli yurt dışı deneyimine sahiptir.					
7.	Yöneticilerimiz sıklıkla ihracat eğitim ve seminerlerine katılırlar.					
8.	Yöneticilerimiz, ana ihracat pazarlarına yönelik yabancı ticari istihbaratları yakından takip ederler.					
İHRACAT ENGELLERİ Aşağıda verilen durumlar, ihracat engelleri ile karşılaşma sıklığınızı ölçmeye yöneliktir. İhracat engellerini düşünerek katılım derecenize göre ilgili seçeneğin karşısına “X” işareti koymak suretiyle belirtiniz.		Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Sıklıkla	Her Zaman
İÇ ENGELLER						
9.	İhracatla ilgili yönetsel zaman yetersizliği					
10.	İhracatla ilgili kalifiye personel eksikliği					
11.	İhracat için kullanılabilir atıl üretim kapasitesinin bulunmaması					
12.	Yabancı pazarlara ilişkin sınırlı pazar bilgisi					
13.	Yabancı pazarlara ilişkin iş fırsatlarını belirlemede zorluk					
14.	Yabancı pazarlarda yeterli depolama tesislerinin bulunmaması					
15.	Yabancı pazarlar için yeni ürünler geliştirmede zorluk					
DIŞ ENGELLER						
16.	İhracat prosedür ve dokümanlarının tam olarak bilinmemesi					
17.	Yurtdışı müşterilerle iletişimde yetersizlik					
18.	Farklı sosyo-kültürel çevrenin getirdiği engeller					
19.	Yabancı firmaların iş uygulama ve süreçlerinin bilinmemesi					

	FİRMA YETENEKLERİ Aşağıda verilen durumlar, firma yeteneklerinin belirlenmesi hususuna yöneliktir. En yakın gördünüz rakibinizle mukayese ederek, firma yeteneklerinizi düşünerek katılım derecenize göre ilgili seçeneğin karşısına “X” işareti koymak suretiyle belirtiniz.	Daha Düşük	Düşük	Aynı	Yüksek	Daha Yüksek
	MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YETENEĞİ (Rakiplerimle mukayese ettiğimde,)					
20.	yabancı müşterilerin gereksinimlerini anlama yeteneğimiz					
21.	yabancı müşterilerle yakın ilişki kurma ve sürdürme yeteneğimiz					
22.	yabancı müşterilerle yakın dağıtım ilişkileri kurma ve sürdürme yeteneğimiz					
	BİLGİ KAPASİTESİ (Rakiplerimle mukayese ettiğimde,)					
23.	potansiyel müşterilerin belirleme yeteneğimiz					
24.	kritik pazar bilgilerini elde etme yeteneğimiz					
25.	ihracat pazar bilgilerini elde etme yeteneğimiz					
26.	ihracat pazarlarında bağlantı kurma yeteneğimiz					
27.	ihracat pazarındaki rekabetçi ürünleri izleme yeteneğimiz					
	ÜRÜN GELİŞTİRME YETENEĞİ (Rakiplerimle mukayese ettiğimde,)					
28.	ihracat müşterilerimiz için yeni ürünler geliştirme yeteneğimiz					
29.	mevcut ürünleri iyileştirme/değiştirme yeteneğimiz					
30.	üretim sürecinde yeni yöntem/fikirleri benimseme yeteneğimiz					
	REKABET YOĞUNLUĞU Aşağıda verilen durumlar, rekabet yoğunluğunu ölçmeye yöneliktir. Rekabet yoğunluğunu düşünerek katılım derecenize göre ilgili seçeneğin karşısına “X” işareti koymak suretiyle belirtiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katlıyorum	Kesinlikle Katlıyorum
31.	Sektörümüzde acımasız bir rekabet var.					
32.	Sektörümüzde birçok promosyon savaşları var.					
33.	Sektörümüzde, bir firmanın sunabileceği herhangi bir teklifi, rakip bir firma da kolayca sunabilir.					
34.	Sektörümüzde en ayırt edici özellik, fiyat rekabetidir.					
35.	Sektörümüzde, neredeyse her gün yeni bir rekabet hamlesi duyuyoruz.					
	FİRMA ÇEVİKLİĞİ Aşağıda verilen durumlar, rekabet çevikliği ölçmeye yöneliktir. Firmanız aşağıdaki işlemleri ne kadar kolay ve hızlı gerçekleştirebileceğini düşünerek katılım derecenize göre ilgili seçeneğin karşısına “X” işareti koymak suretiyle belirtiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katlıyorum	Kesinlikle Katlıyorum
	(Çevik: Kolaylıkla ve hızla)					
36.	Toplam tüketici talebindeki değişikliklere çevik bir biçimde yanıt veririz					
37.	Bir ürünü/hizmeti tek bir müşteriye uyacak şekilde çevik bir biçimde özelleştirebiliriz					
38.	Rakipler tarafından yeni ürün/hizmet lansmanlarına çevik bir biçimde tepki veririz					
39.	Rakiplerin fiyatlarındaki değişikliklere karşı çevik bir biçimde yeni fiyatlandırma çizelgeleri sunabiliriz					
40.	Yeni bölgesel/uluslararası pazarlara çevik bir biçimde açılırız					
41.	Satışa sunulan ürün/hizmet çeşitliliğini çevik bir biçimde hem genişletme hem de azaltma yönlü değiştirebiliriz					
42.	Daha iyi, hızlı ve ucuz ürün/hizmetler üretmek için yeni teknolojileri çevik bir biçimde benimseyebiliriz					
43.	Daha düşük maliyet, daha iyi kalite veya teslimat süreleri için tedarikçileri çevik bir biçimde değiştirebiliriz					

	ULUSLARARASI REKABETÇİ STRATEJİ Aşağıda verilen durumlar, uluslararası rekabetçi strateji hususunu belirlemeye yöneliktir. Ürünün hedef ülkede işleyişine ilişkin rekabet stratejilerinin kapsamında düşünülerek katılım derecenize göre ilgili seçeneğin karşısına "X" işareti koymak suretiyle belirtiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	FARKLILAŞMA					
44.	İhracat pazarlarında, güçlü bir marka adı oluşturduk					
45.	İhracat pazarlarında, reklam ve promosyon ile farklılaştık					
46.	İhracat pazarlarında, müşterilere rakiplere göre üstün fayda sağladık					
47.	Ürünlerimiz, yüksek kalitededir					
48.	Mevcut ürünümüzü sürekli iyileştiririz					
49.	İhracat pazarlarında, rakip firmalar ürünümüzün bir benzerini sunamaz					
	MALİYET LİDERLİĞİ					
50.	Üretim maliyetleri, rakiplerimizden daha düşüktür					
51.	Uluslararası işletim sistemi, maliyetimizi düşürür					
52.	Ölçek ekonomileri, maliyet avantajı elde etmemizi sağlar					
53.	Sanayide maliyet lideri konumundayız					
54.	Maliyeti düşürmek için süreci iyileştirmeye devam ederiz					
55.	Rakiplere göre daha düşük dağıtım maliyetine sahibiz					
56.	Rakiplerimizden daha düşük malzeme maliyetine sahibiz					
	İHRACAT PERFORMANSI Aşağıda verilen durumlar, ihracat performansını ölçmeye yöneliktir. Finansal, stratejik olarak ihracat performansı ve ihracat performansından memnuiyeti dikkate alarak katılım derecenize göre ilgili seçeneğin karşısına "X" işareti koymak suretiyle belirtiniz.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
	FİNANSAL İHRACAT PERFORMANSI (Son üç yıllık dönem dikkate alındığında, firmamız)					
57.	ihracat satışlarında yüksek kârlılık yakalamıştır.					
58.	ihracat satışlarında yüksek satış hacmi yaratmıştır.					
59.	ihracat satışlarında hızlı bir büyüme kaydetmiştir.					
	STRATEJİK İHRACAT PERFORMANSI (Son üç yıllık dönem dikkate alındığında, firmamız)					
60.	ihracatta küresel rekabet gücü geliştirmiştir.					
61.	ihracatta stratejik konumunu güçlendirmiştir.					
62.	ihracatta küresel pazar payını önemli ölçüde artırmıştır.					
	İHRACAT PERFORMANSINDAN MEMNUNİYET (Son üç yıllık dönem dikkate alındığında, firmamız)					
63.	ihracat performansı çok tatmin edici olmuştur.					
64.	ihracatta çok başarılı olmuştur.					
65.	ihracatta beklentilerimizi tam olarak karşılamıştır.					
	ULUSLARARASILAŞMA DERECEŚİ Aşağıda verilen durumlar, uluslararasılaşma derecesini ölçmeye yöneliktir. Firmanızın son üç yıllık ortalama performansını dikkate alarak cevaplayınız.					
66.	Firmanızın toplam satışları içinde ihracat satışlarının yüzdesini belirtiniz. (İhracat satışları/Toplam satışlar)		%.....			
67.	Firmanızın toplam kârı içinde ihracat faaliyetlerinden elde edilen kârın yüzdesini belirtiniz. (İhracat kârı/Toplam kâr)		%.....			
68.	Firmanızın toplam varlıkları içinde yabancı varlıkların yüzdesini belirtiniz. (Yabancı varlıklar/Toplam varlıklar)		%.....			
69.	Firmanızdaki yöneticilerinizin uluslararası pazarlardaki deneyimini belirtiniz. (100 üzerinden puanlayınız)					

70.	Firmanızın toplam şubeler içinde yabancı şubelerin oranını belirtiniz. (Yabancı şubelerinin sayısı/Toplam şube sayısı)	%.....
71.	Firmanızın toplam satış elemanı sayısı içinde ihracat elemanlarının sayısının oranını belirtiniz. (İhracat elemanlarının sayısı/Toplam satış elemanı sayısı)	%.....
72.	Firmanızın son üç yılda ihracat yaptığı ülke sayısını lütfen belirtiniz.	%.....

DEMOGRAFİK BİLGİLER

Aşağıda verilmiş olan demografik bilgileri size uygun olarak doldurunuz.

1. Cinsiyetiniz: () Kadın () Erkek
2. Yaşınız: (Lütfen Belirtiniz)
3. Eğitim Düzeyiniz: () İlköğretim (İlkokul ve Ortaokul) () Lise () Lisans () Lisansüstü
4. Firmadaki Göreviniz: () Üst Düzey Yönetici () Bölüm/Departman Yöneticisi
() Diğer (Lütfen Belirtiniz)
5. Firmadaki Çalışma Süreniz: (Lütfen Belirtiniz)

FİRMANIZ HAKKINDA BİLGİLER

Aşağıda verilen ifadeleri firmanıza uygun olarak işaretleyiniz.

1. Firmanızın kaç yıldır düzenli ihracat yaptığını belirtiniz:
2. Ana sanayi sektörünüz belirtiniz:
3. Firmanızda kaç kişi çalıştığını belirtiniz:
4. Firmanızın Kuruluş Yılı:

Araştırma sonuçları hakkında bilgi almak istiyorsanız e-posta adresinizi belirtiniz:@.....