

Doğuş Üniversitesi Dergisi, 16 (1) 2015, 65-78

## ULUSLARARASI GİRİŞİMCİLİK İLE İHRACAT PAZAR PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİ: TÜRKİYE'DEKİ İHRACATÇI İŞLETMELER ÖRNEĞİ<sup>(1)</sup>

### *THE LINK BETWEEN INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP AND EXPORT MARKET PERFORMANCE: EVIDENCE FROM EXPORTERS IN TURKEY*

Gültekin ALTUNTAŞ<sup>(1)</sup>, Aytuğ SÖZÜER<sup>(2)</sup>, Fatih SEMERCİÖZ<sup>(3)</sup>

<sup>(1)</sup> İstanbul Üniversitesi, Ulaştırma ve Lojistik Yüksekokulu, Ulaştırma ve Lojistik Yönetimi Anabilim Dalı

<sup>(2,3)</sup> İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Yönetimi ve Organizasyon Anabilim Dalı  
<sup>(1)</sup> altuntas@istanbul.edu.tr, <sup>(2)</sup> aytugsozuer@gmail.com, <sup>(3)</sup> fsemerci@istanbul.edu.tr

**ÖZET:** Bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki ihracatçı işletmelerin uluslararası girişimciliği ile ihracat pazar performansları arasındaki ilişkiyi incelemektir. Bu amaçla, araştırma “işletmelerin girişimcilik özellikleri ile ihracat pazarlarındaki başarıları ilişkili midir?” ve “uluslararasılaşma düzeyi ihracat pazar performansını farklılaştıran bir unsur mudur?” sorularına cevap aranmaktadır. Uluslararası girişimcilik kavramının kaynak temelli yaklaşım çerçevesinde ele alındığı araştırmanın, gözlemlenen işletmelerin Türkiye'deki herhangi bir coğrafi bölge veya sektöre bağımlı olmaması dolayısıyla, tasarım açısından özgün değer taşıdığı düşünülmektedir. Araştırma bulgularına göre yurtdışı pazarlara dönük girişimciliğe dair yönelim ve davranışların, ihracat performansına olumlu etkisi olduğu ve uluslararasılaşma düzeyi yüksek işletmeler ile diğerleri arasında ihracat pazar performansı açısından anlamlı farklılık bulunduğu ortaya çıkmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Uluslararası Girişimcilik; İhracat Performansı; Girişimcilik Yönelimi

**ABSTRACT:** The purpose of this study is to investigate the relationship between international entrepreneurship of exporters in Turkey and their export market performance. In respect, the research inquires two general questions; “Is there a link between firms’ entrepreneurial behaviors and their success in export markets?” and “Does the level of internationalization make any difference in export market performance?”. The study, which considers international entrepreneurship within the resource - based perspective, is assumed original in terms of research design, since the observations are independent of any industry or geographical region in Turkey. The findings reveal that firms’ entrepreneurial orientation and behaviors in international markets have positive effects on their export performance and there is a significant difference in export market success between internationalized firms and others.

**Keywords:** International Entrepreneurship; Export Performance; Entrepreneurial Orientation

**JEL Classification:** L10; L25; L26; M16

### 1. Giriş

Rekabetin hızla küreselleştiği, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki değişimin günlük yaşamın bir parçası haline geldiği, iş çevresinin sıklıkla karmaşık ve belirsiz olarak

<sup>1</sup> Bu çalışma, YADOP – 30294 numarasıyla İstanbul Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiş bir çalışmadır.

karakterize edildiği günümüz iş ortamı (Altuntaş ve Dönmez, 2010), işletmeleri uluslararasılaşma baskısı ile karşı karşıya bırakmakta, akademik dünyada da yönetim ve organizasyonla ilgili yeni çalışma alanları açmaktadır. Bu anlamda, odağını çokuluslu işletmelerin oluşturduğu *uluslararası yönetim* ile genellikle yeni kurulan işletmeler ve aile işletmeleriyle ilgilenen *girişimcilik* yazının kesişim alanında yer alan ve yeni bir akademik çalışma alanı olarak ortaya çıkan *uluslararası girişimcilik* (McDougall ve Oviatt, 2000: 902) kavramı, “gelecekteki mal ve hizmetlerin yaratılması için - ulusal coğrafik sınırların ötesindeki - fırsatların keşfedilmesi, tanımlanması, değerlendirilmesi ve ayırt edilen fırsatlardan yararlanılması” (Oviatt ve McDougall, 2005: 540) biçiminde tanımlanmaktadır.

Uluslararası girişimcilik kavramına yönelik akademik ilginin 1990’lardan itibaren hızla arttığı görülmektedir. *Entrepreneurship Theory and Practice* (1996, Summer; 2013, November), *Academy of Management Journal* (2000, 43/5), *International Business Review* (2005, 14), *European Management Journal* (2008, 26) gibi alanın önde gelen akademik eserleri, uluslararası girişimcilik alanı üzerine özel sayılar yayımlanmış; *Journal of International Entrepreneurship* isimli dergi de uluslararası girişimcilik ana çalışma alanı ile 2003 yılında yayın hayatına başlamıştır. Bu anlamda yapılan bilimsel çalışmalar yalnızca özel sayı ve bilimsel eserlerin yayın hayatına başlaması ile sınırlı kalmamıştır. Örneğin, Jones, Noviello ve Tang (2011), 1989 - 2009 yılları arasında uluslararası girişimcilik konulu 323 makaleyi tematik açıdan incelemiş; Kraus (2011), 1999 - 2009 döneminde konuyla ilgili yayınlanan makalelerde yer alan 2.659 atfın bilimsel analizini gerçekleştirmiş; Kiss, Danis ve Cavusgil (2012) ise gelişmekte olan ekonomilerde uluslararası girişimcilik ana teması ile 2011 yılına kadar yazılmış 88 makaleyi bilimsel açıdan irdelemiştir. Sözü edilen örnekler, uluslararası girişimciliğin akademik anlamda yeni gelişen, girişimcilik ve uluslararası yönetim kavramlarını birleştirerek bütünleşik ve kuramsal açıdan yeni bir yapı oluşturan ve gün geçtikçe daha çok ilgi çeken bir akademik araştırma alanı olduğunu işaret etmektedir.

Uluslararası girişimcilik kavramı, yalnızca gelişmiş ülkeler ve görece büyük ölçekli işletmeler açısından önem arz etmemektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yenilik sayısının hızla artması, görece daha küçük işletmelerin de kolay bir biçimde uluslararasılaşmasına (Brush, 2013); hatta iç pazar ve dış pazar ayırımıya yönelik kavramların görece daha az dile getirilmesine (Hisrich, 2013) neden olmaktadır. Bu ve benzeri bakış açılarına karşın, dünyada sayıları hızla artmakta olan gelişmekte olan ekonomilere yönelik biçimde uluslararası girişimcilik kavramını araştıran çalışmaların sayısı oldukça azdır (Kiss, Danis ve Cavusgil, 2012). Bu çalışma da, temel olarak gelişmekte olan ülkeler kavramı üzerinden yola çıkmış ve 2000 ile 2012 yılsonu verileri karşılaştırıldığında, yurtdışına yapılmış doğrudan yatırım stokunda dünyadaki payını %183 (UNCTAD, 2013); dünya mal ticaretindeki payını da %93 (WTO, 2013) oranında arttıran Türkiye örneğini ele almıştır. Söz konusu veriler, uluslararası girişimcilik bakış açısıyla değerlendirildiğinde, Türkiye’deki işletmelerin uluslararası anlamda gerçekleştirdiği faaliyetlerin sayı ve miktar bakımından artması akademik açıdan değerli bir araştırma konusu sunmaktadır.

Bu çalışma, “ihracatçı işletmelerin ihracat pazarlarındaki başarıları ile uluslararası girişimcilik özellikleri ilişkili midir?” ve “uluslararasılaşma düzeyi, ihracatçı işletmelerin ihracat pazar performanslarını farklılaştıran bir unsur mudur?” sorularına cevap aramak üzere tasarlanmıştır. Bu çerçevede bu çalışmanın temel amacı, Türkiye’de mevcut ihracatçı işletmelerin uluslararası girişimcilik yönelim ve

davranışları ile ihracat pazar performansları arasındaki ilişkiyi incelemektir. Söz konusu inceleme öncesi, öncelikle uluslararası girişimcilik kavramına yönelik olarak kavramsal çerçeve çizilerek araştırma hipotezleri oluşturulacak, ardından araştırma yöntemi aktarılacak ve gerçekleştirilen görgül araştırma sonuçları özetlenecektir.

## 2. Kavramsal Çerçeve ve Hipotezler

### 2.1. Girişimcilik ve Yurtdışı Pazar Performansı

Genel bakış açısıyla, girişimcilik, değer, büyüme, yenilikçilik, fırsatçılık, proaktiflik, risk, esneklik, vb. gibi özelliklerle ilişkilendirilirken (Altuntaş, 2010); girişimcilik yazını, ana hatlarıyla bir girişimin *neden, nasıl* yapıldığı ve sonuçta *ne* olduğuyla ilgilenmektedir (Stevenson ve Jarillo, 1990: 17-18). Sonuçta *ne* olduğu ile ilgilenen akademik araştırmaların büyük bir kısmı, girişimcilik ile örgütsel performans arasında olumlu ilişkiler olduğunu öne sürmektedir (ör. Covin ve Slevin, 1991). Benzer biçimde, girişimcilik özellikleri ile işletmelerin uluslararası düzeyde gerçekleştirdiği faaliyetler arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalara da son dönemde oldukça sık biçimde rastlanmaktadır. Bu ilişkiye dayanak sağlayan kuramsal altyapılardan birisi de, kaynak temelli yaklaşımdır (ör. Knight, 2001; Kropp, Lindsay ve Shoham, 2006; Lisboa, Skarmeas ve Lages, 2011).

Kaynak temelli yaklaşım, özünde, işletmelerin sahip olduğu kaynaklardaki farklılıkların, izlenen strateji ve gösterilen performansı açıklayan önemli bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır (Barney, 1991). Söz konusu yaklaşım bağlamında, işletmeye özgü varlık, deneyim, teknoloji ve benzeri kaynaklar, işletmenin rekabet üstünlüğünün temel unsuru olarak kabul edilmektedir (ör. Barney, 1991; Peteraf, 1993). İşletmenin sahip olduğu bilgi ve yeteneklerin koordine edilerek zamanla örgütsel rutin ve uygulamalar haline getirilmesi; bu sayede kaynakların en iyi biçimde kullanılması, işletme performansını belirleyici dinamik yetkinlikleri oluşturmaktadır (Teece, Pisano ve Shuen, 1997: 518). Bu bakış açısıyla, önemli bir dinamik yetkinlik olarak kabul edilebilecek girişimciliğin, işletmenin yurtdışı pazar faaliyetlerindeki performansı etkilemesi de doğal gözükmektedir.

Strateji yazınında, girişimcilik olgusu ilk başlarda içerikle, yani “hangi yeni işe girmeli?” sorusuyla ilgilenmiş, konu geliştikçe, dikkat, girişimcilik *süreçleri* üzerinde toplanmaya başlamıştır. Burada sözü edilen süreçler, yeni teknolojilerin denenmesine, yeni ürün/pazar fırsatlarının değerlendirilmesine veya riskli yatırımların planlanmasına imkân sağlayacak yöntem, uygulama ve yönetim tarzlarını içermektedir (Lumpkin ve Dess, 1996: 136). Bu doğrultuda, girişimcilikte “nasıl?” sorusuna cevap arayan ve süreçlere odaklanan bir yaklaşımın, yönetim uygulamalarını anlamak ve geliştirmek adına, işletme okulu için en doğru tercih olduğu ileri sürülmektedir (Stevenson ve Jarillo, 1990: 21).

Yeni bir işe girmekle sonuçlanan girişimcilik süreçlerini, Lumpkin ve Dess (1996: 136) *girişimcilik yönelimi* olarak adlandırmıştır. Yazarlar, girişimcilik yönelimi kavramını oluşturan boyutları, bağımsız hareket etme eğilimi, yenilik yapma ve risk alma iştahı, rakiplere yönelik saldırgan tutum ve piyasa fırsatlarına karşı öncü (proaktif) yaklaşımlar biçiminde belirlemişlerdir. Bazı yazarlar, sözü edilen boyutların tümünü aynen yansıtmasa da (ör. Covin ve Slevin 1989; Miller 1983), girişimcilik yönelimini, genel olarak, bir yanda öncü (ya da girişimci yönetim biçimi) diğer yanda tutucu (geleneksel yönetim biçimi) olacak biçimde bir düzlem

üzerinde değerlendirilmektedir (Okpara, 2009: 1284; Dönmez, Altuntaş ve Birgören, 2011). Bu tanımlardan yola çıkarak, *uluslararası girişimcilik* kavramı da, işletmenin değer yaratmak (McDougall ve Oviatt, 2000:903) veya rekabet üstünlüğü sağlamak (Zahra ve George, 2002: 11) için ulusal coğrafik sınırların dışındaki pazarlarda fırsatların keşfedilmesi ve bunlardan yararlanılması olarak tanımlanmaktadır.

Uluslararası pazar faaliyetlerinin en önemli unsurlarından biri ihracattır. İhracat performansının belirleyicileri üzerine yapılan yazın incelemeleri dikkate alındığında (ör. Aaby ve Slater, 1989; Chetty ve Hamilton, 1993; Dean, Mengüç ve Meyers, 2000; Katsikeas vd., 2000; Leonidou, Katsikeas ve Samiee, 2002; Zou ve Stan, 1998), işletme özelliklerinin etkili olduğu açıkça ortaya çıkmaktadır. Uluslararası girişimciliğin işletmeye özgü önemli bir yetkinlik olmasından hareketle, bu çalışmanın ilk önermesi aşağıdaki gibidir:

*Hipotez 1.* İşletmelerin yabancı pazarlara yönelik uluslararası girişimciliği ile yabancı pazarlarda elde ettikleri ihracat performansları arasında olumlu yönde bir ilişki vardır.

## 2.2. Uluslararasılaşma ve Yurtdışı Pazar Performansı

İşletmelerin uluslararasılaşması kavramı, işletmelerin yerel pazarda tedarikçileri, müşteri ve tüketicileri gerçekleştirdiği iç ve dış değer zinciri faaliyetlerinin uluslararası bir boyuta taşınmasını ifade etmektedir (Ülgen ve Mirze, 2010: 310). Bir işletme değer yaratmak amacıyla ithalat, ihracat, takas, bayilik, lisans, franchising, sözleşmeli üretim, birleşme, satın alma, ortak girişim, doğrudan yabancı yatırım gibi çok sayıda giriş biçimi kullanarak (Ülgen ve Mirze, 2010: 334-340) uluslararasılaşabilir. İşletmeler sıklıkla pazar/fırsat arayışı, kaynak arayışı, verimlilik arayışı, stratejik varlık arayışı (Dunning, 1993; Karagozoglu and Lindell, 1998) ve şebeke geliştirme arayışı (Dimitratos ve Plakoyiannaki, 2003; Freeman, Edwards ve Schroder, 2006) gibi sebeplerle yurtdışına açılmakla birlikte; bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi, ticari engellerin görece azalması, ulaştırma imkânlarının artması da işletmelerin uluslararasılaşma sürecini hızlandırmaktadır. İşletmecilik yazınında, uluslararasılaşma kavramı, safha modeli, içselleştirme kuramı, işlem maliyeti, eklektik paradigma, uluslararası şebekeler, uluslararası yeni girişimler, küresel doğanlar ve yakın dönemde de kaynak temelli yaklaşımla açıklanmaya çalışılmaktadır (Ruzzier, Hisrich ve Antoncic, 2006).

Öte yandan, örgütsel öğrenme kuramı da (March, 1991) işletmelerin yeni fırsatlar keşfetme ve keşfedilen fırsatlardan yararlanma davranışlarını anlamak için önemli bir çerçeve sunmaktadır (Lisboa, Skarmeas ve Lages, 2011: 1276). Örgütsel öğrenme, ortak bilgi ve kavrayışın geliştirildiği bir ortam aracılığıyla, var olan ve edinilen enformasyonu işleyerek dinamik ve ortaklaşa bir değişim ve uyum süreci olarak görülür (Altuntaş, 2010) ve işletmenin geçmişteki çıkarımlarını gelecekteki davranışlarına yön verecek süreçlere dönüştürmesi (Levitt ve March, 1988: 320) biçiminde ele alınırsa, daha iyi öğrenen işletmelerin, daha etkin ve verimli olmasının beklendiği sonucuna varılabilir.

Uluslararasılaşma bağlamında önem arz eden bir diğer unsur işletmenin sahip olduğu ihracat deneyimidir (Nazar ve Saleem, 2009). İşletmelerin bağlantı kurduğu pazarlar ve buralarda iş yapma biçimleri çeşitlendikçe, dış ticaret mekanizmalarını anlayışları ve ilişki çevreleri gelişecek, ihracata yönelik faaliyetleri büyüyecek (Madsen, 1989: 50) ve ihracat çeşitlilik (Ibeh, 2003) ve yoğunlukları (Suárez-Ortega ve Álamo-Vera,

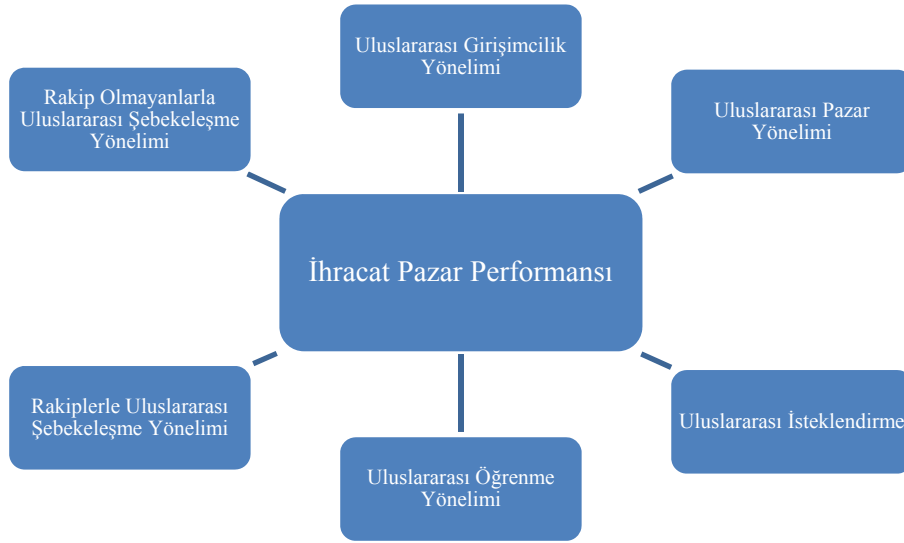
2005), dolayısıyla da deneyimleri ve işletme performansları artacaktır. Bu bakış açısıyla yazında, zaman zaman birbirleriyle çelişen sonuçlar içerse de uluslararasılaşma ile işletme performansı arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalara sıkça rastlanmaktadır. Öte yandan, bu çalışmalar sıklıkla işletmenin genel performansı üzerinde durmakta ve ihracat pazar performansına yönelik kavrayışı arttırmaya özel bir önem atfetmemektedir (Papadopoulos ve Martin, 2010: 393). Bu noktada, Cadogan, Diamantopoulos ve Siguaw (2002) işletmelerdeki ihracat satışının, toplam gelirler içindeki oranı ile ihracat performansı arasında bulduğu ilişkiden de hareketle, çalışmanın ikinci önermesi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

*Hipotez 2.* Uluslararasılaşma aşamasını geçmiş işletmelerle henüz bu aşamaya gelmemiş işletmeler arasında ihracat pazar performansı bakımından anlamlı bir farklılık vardır.

### 3. Araştırma

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırma amacı çerçevesinde, uluslararası girişimcilik özelliklerinin ihracat pazar performansı üzerindeki etkisi Şekil 1'deki araştırma modeliyle sunulmuştur. Bu kapsamda oluşturulan hipotezler “modelde ileri sürülen değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu” biçimindedir. Çalışmanın ikinci aşamasında ise, “uluslararasılaşma düzeyinin ihracat pazar performansları arasında anlamlı bir fark yaratıp yaratmadığı” test edilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

#### 3.2. Örneklem ve Veri Toplama

2012 yılında, Türkiye’de mevcut ihracatçı işletme sayısı 56.440’tır (T.C. Ekonomi Bakanlığı, 2014). Sözü edilen işletmeler, "5910 sayılı Türkiye İhracatçıları Meclisi ile İhracatçı Birliklerinin Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun” çerçevesinde örgütlenmiş ihracatçı birliklerine üye olmak zorundadırlar. Bu yapı çerçevesinde, Türkiye çapında 26 ihracatçı sektörü kapsayan 60 ihracatçı birliği mevcuttur. Bu

araştırmanın örnekleme de yargısal açıdan, 60 ihracatçı birliğinin yönetim kurulunu oluşturan 660 işletme olarak belirlenmiştir.

Veriler, geliştirilen bir anket formu aracılığıyla toplanmıştır. İşletmelere ilk önce telefonla ulaşılmış, işletmelerin genel müdürleri veya onların yönlendirdiği ihracatla ilgili yöneticilerinden elektronik ortamda hazırlanan anket formlarını cevaplamaları istenmiştir. Bu süreçte, ihracatçı birliklerinin çatı kuruluşu olan Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin (TİM) kurumsal desteği alınmış ve ankete katılım oranı yüksek gerçekleşmiştir.

Araştırma kapsamında, işletme büyüklüklerinin olası etkilerinden sakınmak için 10 kişiden az veya 250 kişiden fazla eleman çalıştıran işletmeler listeden ayıklanmış; ayrıca yabancı ortaklı olan ve ihracata son bir yıl içinde başlayan işletmeler de örneklemden çıkarılmıştır. Sonuç olarak, 437 ihracatçı işletmenin verisi kullanılabilir bulunmuş ve veri seti olarak tanımlanmıştır.

### 3.3. Ölçekler

Uluslararası girişimcilik alanında yapılan çalışmalar çoğalmakla beraber, bu değişkeni anlamaya yönelik ölçeklerin sınırlı kalması oldukça dikkat çekicidir. Sözü edilen açığı gidermek adına, Dimitratos vd. (2012) uluslararası girişimciliği işlevselleştirmeye çalışmış; daha önce sözü geçen *girişimcilik yönelimi* kavramını da içeren, *uluslararası girişimcilik kültürü* adını verdikleri altı boyutlu bir ölçek geliştirmişlerdir. Bu boyutlar; (i) uluslararası girişimcilik yönelimi, (ii) uluslararası pazar yönelimi, (iii) uluslararası isteklendirme, (iv) uluslararası öğrenme yönelimi, (v) rakip olan işletmelerle uluslararası şebekeleşme yönelimi ve (vi) rakip olmayan işletmelerle uluslararası şebekeleşme yönelimi olarak tanımlanmıştır. Sözü edilen unsurları biraz açmak gerekirse; uluslararası girişimcilik yönelimi, işletmenin yurtdışı pazarlardaki yenilikçilik faaliyetlerini, risk alma derecesini ve rakiplerden önce hareket etme tutumunu yansıtmaktadır. Uluslararası pazar yönelimi, işletmenin yabancı müşterileri için yaratabileceği değere yönelik gösterdiği tavır ve davranışı ifade etmektedir. Uluslararası isteklendirme, işletmedeki örgüt üyelerinin davranışsal olarak uluslararası yatırımlar için yönlendirilmesi ve güçlendirilmesiyle ilgilidir. Uluslararası öğrenme yönelimi, işletmenin yabancı pazarlar hakkında bilgiye erişebilmesi ve bu bilgiden etkin bir biçimde yararlanabilmesini yansıtmaktadır. Uluslararası şebekeleşme yönelimi, işletmenin sınır ötesi pazarlarda kullanacağı kaynaklardan ne kadarını, oluşturduğu ittifaklar, sosyal bağlantılar ve hatta rakipler gibi dış çevreler kanalıyla elde ettiğini ifade etmektedir (Dimitratos vd., 2012: 709-711). Geliştirilen ölçekte 23 ifade bulunmakta ve 7'li semantik farklılık ölçeği kullanılmaktadır.

Evrensel olarak, diğer bir deyişle, işletme büyüklüğü, sektörü veya coğrafi bölgeden bağımsız şekilde oluşturulmaya özen gösterilen ölçeğin, çalışma amacı doğrultusunda işletmelerin uluslararası girişimciliğini değerlendirmeye uygun olduğu düşünülmüştür. Keza, Boso, Stroy ve Cadogan (2013: 712) da örgütsel tamamlayıcılık bağlamında, değer yaratma fikrinin çoklu yetkinliklerin bir yapılandırması veya dengesi sonucunda ortaya çıktığını savunmaktadır.

Anket formunda işletmelerin yapısı ve ihracatçı özelliklerine dönük olarak düzenli ihracat yaptıkları ülke sayıları, süreleri, ihracatlarının toplam satışlar içindeki oranı gibi sorulara da yer verilmiştir.

Yazında, araştırmanın bağımlı değişkeni olan ihracat performansının ölçümü üzerine tartışmalar devam etmektedir (ör. Diamantopoulos ve Kakkos, 2007; Lages ve Lages, 2004; Zou, Taylor ve Osland, 1998). Bu inceleme için yansıtıcı (reflektif) bir ölçüm tercih edilmiş ve işletmelerin ihracat yaptıkları belirli bir pazardaki faaliyetleri, genel performansları ve beklentileri karşılama düzeyleri hakkında memnuniyet dereceleri 7'li ölçekle değerlendirilmeye çalışılmıştır.

#### 3.4. Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizleri

Uluslararası girişimcilik modelinin boyutlarına yönelik ifadeler, daha önce Dimitratos vd. (2012) tarafından kullanılarak geçerliliği ve güvenilirliği test edilmiş ölçek ve değişkenlerin uyarlanması biçiminde geliştirilmiştir. Bununla birlikte, sözü edilen çalışmalarda kullanılan ölçeklerin, –ölçüm amacına uygunluk ve cevaplayıcıların eğitim, kültür ve bilgi düzeylerini zorlamaması anlamında (Şencan, 2005: 743)– yüzey geçerliliğine yönelik kaygılar nedeniyle, akademisyen ve uygulamacılar ile de görüşülmüş ve uzlaşmıştır.

Yapı geçerliliğini test etmeye yönelik faktör analizi öncesi, ölçeklerde yer alan ifadelerin madde–toplam korelasyonlarına bakılmış ve ölçekten çıkarılması gereken herhangi bir ifade bulunamamıştır. Madde–toplam korelasyon analizi sonrası, ölçekte yer alan ifadelerin faktör çözümlenmesine uygunluklarının belirlenmesine yönelik olarak KMO (Kaiser–Meyer–Olkin) ve Bartlett testleri yapılmıştır. KMO Testi, –0,50'den büyük olması istenen– örneklem yeterlilik değerinin 0,726 ve ki kare değerinin 3.221,361 olduğunu; Bartlett Testi ise, söz konusu sonuçların istatistik açıdan anlamlı bulunduğunu göstermektedir (bkz Tablo 1).

**Tablo 1. Ölçeklerin KMO (Kaiser - Meier - Olkin) ve Bartlett Testi Sonuçları**

No.	Boyut	KMO Oranı	Chi-Square Değeri	Bartlett Testi
1	Uluslararası Girişimcilik Yönelimi (UGY)	0,586	144,736	Anlamlı (p<0,01)
2	Uluslararası Yenilikçilik Yönelimi (UYI)	0,619	160,215	Anlamlı (p<0,01)
3	Uluslararası Pazar Yönelimi (UPY)	0,747	396,709	Anlamlı (p<0,01)
4	Uluslararası İsteklendirme (UI)	0,500	132,703	Anlamlı (p<0,01)
5	Uluslararası Öğrenme Yönelimi (UOY)	0,680	467,279	Anlamlı (p<0,01)
6	Rakip Olan İşletmelerle Şebekeleşme Yönelimi (RISY)	0,696	698,261	Anlamlı (p<0,01)
7	Rakip Olmayan İşletmelerle Şebekeleşme Yönelimi (ROISY)	0,655	573,909	Anlamlı (p<0,01)
8	İhracat Pazar Performansı (IPP)	0,833	1.132,83	Anlamlı (p<0,01)

Faktör analizi ise, ölçeğin orijinalinde altı boyut olarak gözlemlenen ifadelerin yedi farklı boyut içerisinde toplandığını; yamaç – birikinti grafiğinin de bu durumu desteklediğini işaret etmektedir. Orijinal ölçekte dördüncü, altıncı ve yedinci ifade olarak yer alan ifadeler, bu çalışmada ayrı bir faktör altında birleşmektedir. Söz konusu ifadeler ayrıntılı olarak irdelediğinde, çalışmada kullanılan ifadelerin üst boyut olarak daha önce benzer çalışmalarda (ör. Altuntaş ve Dönmez, 2010) yer alan “yenilikçilik (inovasyon) yönelimi” başlığında kullanılan ifadelerle benzediği, tek farkın “uluslararası” boyut olduğu görülmüştür. Bu nedenle, bu ifadelerin, “uluslararası yenilikçilik yönelimi” olarak adlandırılması uygun görülmüştür. Ek olarak, her bir boyuta ilişkin Cronbach Alpha değeri, boyutlar arasındaki korelasyon değerlerinden büyük olduğundan ayrıştırma geçerliliğinin de sağlanmış olduğu görülür (Gaski, 1984).

Sonuç olarak, sekiz boyuta ilişkin ifadelerden oluşan ölçek üzerinde gerçekleştirilen güvenilirlik analizleri bağlamında, Cronbach Alpha değerleri, uluslararası girişimcilik yönelimi için 0,589; uluslararası yenilikçilik boyutu için 0,623; uluslararası pazar yönelimi boyutu için 0,704; uluslararası isteklendirme boyutu için 0,675; uluslararası öğrenme yönelimi boyutu için 0,806; rakip olan işletmelerle şebekeleşme boyutu için 0,869; rakip olmayan işletmelerle şebekeleşme boyutu için 0,834 ve ihracat pazar performansı boyutu için ise 0,858 olarak hesaplanmıştır (bkz. Tablo 2). Görüldüğü gibi, en düşük güvenilirlik katsayısı 0,589'dur. Güvenilirlik analizleri sonucu elde edilen Cronbach Alpha değerleri, George ve Mallery'nin (2003) önerdiği biçimde, (< 0,50 'Kabul Edilemez' olarak) değerlendirildiğinden, boyutların tümü araştırma kapsamına dâhil edilmiştir.

**Tablo 2. Güvenilirlik Analizi Sonuçları ve Açıklanan Varyans Yüzdeleri**

No.	Boyut	Cronbach Alpha Değeri	Açıklanan Varyans Yüzdeleri
1	Uluslararası Girişimcilik Yönelimi	0,589	55,144
2	Uluslararası Yenilikçilik Yönelimi	0,623	57,180
3	Uluslararası Pazar Yönelimi	0,704	47,049
4	Uluslararası İsteklendirme	0,675	75,651
5	Uluslararası Öğrenme Yönelimi	0,806	72,514
6	Rakip Olan İşletmelerle Şebekeleşme Yönelimi	0,869	79,305
7	Rakip Olmayan İşletmelerle Şebekeleşme Yönelimi	0,834	75,209
8	İhracat Pazar Performansı	0,858	65,270

### 3.5. Analiz ve Bulgular

Örneklem grubundaki işletmelere ve ihracat durumlarına ilişkin bilgiler Tablo 3'te verilmiştir. Demografik özellikler, örneklem kapsamında yer alan 437 işletmenin büyük bir çoğunluğunun 6 ila 10 yıllık ihracat deneyimine (%36,8) sahip olduğuna, 2 ila 10 farklı ülkeye (%65,7) ihracat yaptığını, satışlarının %50'sinden fazlasını (%43,2) ihracat biçiminde gerçekleştirdiğini, 50 ila 249 arasında değişen (%55,4) çalışanı istihdam ettiğini göstermektedir. Bu noktada, işletme büyüklüklerinin olası etkilerinden sakınmak için 10 kişiden az veya 250 kişiden fazla eleman çalıştıran işletmeler listeden ayıklandığını; ayrıca yabancı ortaklı olan ve ihracata son bir yıl içinde başlayan işletmelerin de örneklemden çıkarıldığı ifade edilmelidir.

**Tablo 3. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Demografik Özellikleri**

İhracat Yapılan Süre	Frekans	Yüzde (%)	İhracat Yapılan Ülke Sayısı	Frekans	Yüzde (%)
1 - 5 Yıl	107	24,5	1 Ülke	25	5,7
6 - 10 Yıl	161	36,8	2 - 10 Ülke	287	65,7
11 - 20 Yıl	115	26,3	11 - 20 Ülke	84	19,2
21 Yıl ve Üzeri	57	12,4	21 - 50 Ülke	34	7,8
			51 Ülke ve Üzeri	7	1,6
İhracat Yoğunluğu	Frekans	Yüzde (%)	İşletme Büyüklüğü	Frekans	Yüzde (%)
%25'ten Az	83	19,0	10 - 49 Çalışan	195	44,6
%25 ile %50 Arası	165	37,8	50 - 249 Çalışan	242	55,4
%50'den Fazla	189	43,2			
N = 437					

Araştırmanın birinci hipotezini test etmek için tüm işletmelere ait veriler kullanılmıştır. Başlangıç aşamasında, boyutları oluşturan ifadelerin sıralı olması nedeniyle, boyutlar arasındaki ilişkilerin belirlenebilmesi için Spearman korelasyon analizi yapılmıştır. Araştırmanın bağımlı değişkenini oluşturan ihracat pazar



performansının, uluslararası girişimcilik yönelimi ( $r = 0,225$ ;  $p < 0,01$ ), uluslararası pazar yönelimi ( $r = 0,180$ ;  $p < 0,01$ ) ve uluslararası öğrenme yönelimi ( $r = 0,178$ ;  $p < 0,01$ ) pozitif yönlü ve zayıf; uluslararası yenilikçilik yönelimi ( $r = 0,368$ ;  $p < 0,01$ ) ile ise pozitif yönlü ve orta kuvvetli bir ilişki içerisinde olduğu belirlenmiştir (Bkz. Tablo 4). Bu konudaki en dikkat çekici bulgular, ihracat pazar performansı ile rakip olmayan işletmeler arasındaki şebekeleşme yönelimi arasındaki zayıf ve negatif yönlü ( $r = -0,140$ ;  $p < 0,01$ ) ve yine ihracat pazar performansı ile uluslararasılaşma isteklendirme arasındaki zayıf ve negatif yönlü ( $r = -0,183$ ;  $p < 0,01$ ) ilişkilerdir. Bu noktada, korelasyon katsayısının 0,10'dan düşük olduğu durumların dikkate alınmadığı vurgulanmalıdır.

**Tablo 4. Boyutlara İlişkin Açıklayıcı Bilgiler ve Korelasyon Analizi Sonuçları**

No.	Boyut	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	1	2	3	4	5	6	7	8
1	UGY	3,74	1,39	1,00							
2	UYU	4,63	1,35	0,231**	1,00						
3	UPY	5,40	1,04	0,143**	0,278**	1,00					
4	UI	2,65	1,53	0,016	-0,117*	-0,248**	1,00				
5	UOY	5,04	1,46	0,099*	0,209**	0,374**	-0,279**	1,00			
6	RISY	2,88	1,68	0,223**	0,044	0,077**	0,048	0,031	1,00		
7	ROISY	4,32	1,75	-0,218**	-0,054	0,030	-0,004	0,075	-0,319**	1,00	
8	IPP	4,60	1,18	0,225**	0,368**	0,180**	-0,138*	0,178**	0,077	-0,140**	1,00

\*\* Korelasyon %1 düzeyinde anlamlıdır.

\* Korelasyon %5 düzeyinde anlamlıdır.

Araştırmanın bağımlı değişkeni ihracat pazar performansına etki eden unsurların belirlenmesine yönelik olarak gerçekleştirilen ikinci analiz çoklu doğrusal regresyon analizidir. Çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları, düzeltilmiş  $R^2$  değerinin, 0,156; F değerinin, 12,488 olduğunu; dolayısıyla istatistik açıdan anlamlı sonuçlara varılabileceğini göstermektedir. Yine analiz sonuçlarına göre, ihracat pazar performansı, uluslararası girişimcilik yönelimi ve uluslararası yenilikçilik yöneliminden pozitif; rakip olmayan işletmelerle şebekeleşme yöneliminden ise negatif biçimde etkilenmektedir (Bkz. Tablo 5).

**Tablo 5. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları**

Model		Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t Değeri	Anlamlılık
		Beta	Standart Hata	Beta		
1	Sabit	2,897	0,388		7,474	0,000
	UGY	0,094	0,040	0,112	2,374	0,018*
	UYU	0,252	0,041	0,290	6,122	0,000**
	UPY	0,071	0,056	0,063	1,261	0,208
	UI	-0,033	0,036	-0,043	-0,937	0,350
	UOY	0,040	0,040	0,049	1,006	0,315
	RISY	0,002	0,033	0,003	0,054	0,957
	ROISY	-0,074	0,032	-0,109	-2,327	0,020*

Bağımlı değişken: IPP

\*\* Regresyon %1 düzeyinde anlamlıdır.

\* Regresyon %5 düzeyinde anlamlıdır.

Çalışmanın ikinci aşamasında, işletmeler, uluslararasılaşma düzeyini geçmiş ve henüz bu düzeye ulaşmamış olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Yazında uluslararasılaşma düzeyinin belirlenmesi hakkında tartışmalar sürmekle birlikte (Kuivalainen vd., 2007:255), bu çalışmada, işletmenin ihracat satışlarının toplam

gelirleri içinde payı olarak tanımlanan ihracat yoğunluğunun en az %25 olması (ör. Knight ve Çavuşgil, 2004:133) ve birden çok ülkeyle iş yapma (ör. Oviatt ve McDougall, 1994:49) ölçütleri dikkate alınmıştır. Bu ölçütler doğrultusunda, 337 işletme belirlenmiş uluslararasılaşma düzeyinin üstünde, 100 işletme ise (ihracat yoğunluğu %25'ten az 83 işletme ve ihracat yoğunluğu fazla olmasına karşın, yalnızca 1 ülkeye ihracat yapan 17 işletme) belirlenmiş uluslararasılaşma düzeyine henüz ulaş(a)mamış olarak gruplanmıştır.

Uluslararasılaşma düzeyini geçmiş ve henüz bu düzeye ulaş(a)mamış işletmeler olarak varsayılan gruplar arasında, herhangi bir boyut bağlamında istatistiki açıdan anlamlı bir fark olup olmadığını belirlemek adına Mann-Whitney U Testi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, 0,05 anlamlılık düzeyinde, bu iki grup arasında, uluslararası girişimcilik yönelimi, uluslararası yenilikçilik yönelimi ve ihracat pazar performansı arasında anlamlı fark olduğu belirlenmiştir.

#### 4. Sonuç

Korelasyon analizi, ihracat pazar performansı ile uluslararası girişimcilik yönelimi, uluslararası yenilikçilik yönelimi, uluslararası pazar yönelimi, uluslararası öğrenme yönelimi, rakip olmayan işletmelerle şebekeleşme yönelimi ve uluslararası isteklendirme boyutları arasında çeşitli yön ve kuvvette ilişki olduğunu göstermektedir. Bu bakış açısıyla, işletmelerin belirli bir yabancı pazara dönük girişimciliğinin o pazardaki ihracat performansını belirlediğini ortaya koyan çalışmalarla (ör. Aaby ve Slater, 1989; Chetty ve Hamilton, 1993; Dean vd., 2000; Katsikeas vd., 2000; Leonidou vd., 2002; Zou ve Stan, 1998) uyum göstermektedir. Buna karşın, ilişkinin etkisini belirlemeye yönelik olarak gerçekleştirilen çoklu doğrusal regresyon analizi ise, ihracat pazar performansının yalnızca uluslararası girişimcilik yöneliminden, uluslararası yenilikçilik yöneliminden ve rakip olmayan işletmelerle şebekeleşme yöneliminden etkilendiğini belirtmektedir. İzleyen süreçte gerçekleştirilen Mann-Whitney U Testi ise, uluslararasılaşma düzeyini geçmiş ve henüz bu düzeye ulaş(a)mamış olmak üzere iki grup arasındaki farkın, ihracat pazar performansı, girişimcilik yönelimi, uluslararası yenilikçilik boyutlarından kaynaklandığını işaret etmektedir. Dolaylı olarak bu çalışma ile uluslararasılaşma düzeyi yükseldikçe ihracat pazar performansının yükseldiği (düzeltilmiş  $R^2$  değeri = 0,072; F değeri = 34,593; istatistiki açıdan anlamlı) sonucuna varılabileceğini görülmektedir. Yine analiz sonuçlarına göre, ihracat pazar performansları arasındaki farkın da, uluslararası girişimcilik yönelimi ve uluslararası yenilikçilik yöneliminden kaynaklandığı sonucuna varılabilir. Bu bakış açısıyla, ihracat pazar performansını yükseltmek isteyen işletmelerin, uluslararasılaşma düzeyini arttırmaları, bunu yaparken de girişimcilik ve yenilikçilik yönelimlerine özellikle dikkat etmeleri gerekir.

Bu çalışmanın, halen gelişmekte olan uluslararası girişimcilik alanındaki mevcut tartışmalara, Türkiye bağlamında bir perspektif sunarak katkı sağlaması beklenmektedir. Ayrıca, araştırmanın kapsam itibarıyla, Türkiye'deki ihracatçı işletmelerin uluslararası girişimciliğini inceleyen öncü bir çalışma olmasıyla da özgün bir değer taşıdığı düşünülmektedir.

Çalışma bulgularının, uluslararası iş yapan işletmelere yönetsel öngörüler sağlama imkânı da bulunmaktadır. Araştırmada, uluslararası ticarete, sektörel veya bölgesel tercihlerden çok, işletme yönetimi süreçlerine odaklanılmış; yurtdışı pazarlarda etkin

olabilmek için girişimcilik ve yenilikçilik gibi unsurların önemi vurgulanmıştır. Aynı zamanda, uluslararası ticarete deneyim ve çeşitliliğin, yurtdışı pazar etkinliğinde bir fark yaratabileceği ileri sürülmüştür. Bu sayede, işletmelerin değer yaratmak ve rekabet üstünlüğü sağlamak için uluslararası girişimciliğe ilişkin süreçleri, özellikle girişimcilik ve yenilikçilik yönelimine ait bir kavrayış geliştirmeleri ve uluslararasılaşma sürecine dönük adımlar atmaları önerisi getirilmektedir.

Araştırmanın kısıtları göz önüne alındığında, veri toplama yöntemi nedeniyle, işletmelerin ihracat performansını etkileyebilecek tüm değişkenlerin incelenemediği ortadadır. Araştırmada, kuramsal çerçeve sebebiyle, ağırlıklı olarak işletmelere ilişkin özellikler üzerinde durulmuştur. Ek olarak, çalışmanın bağımsız değişkeni olarak ele alınan ihracat pazar performansı, öznel bir ölçekle değerlendirilmiştir. Bu gibi kısıtları gidermek ve konu hakkındaki tartışmaları genişletmek adına bundan sonraki araştırmalarla, uluslararası girişimciliğin bilişsel veya şebeke düzeyinde incelemesi, ayrıca bölge veya sektör odaklı çalışmalarla daha zengin bilgilere ulaşılması mümkün gözükmektedir. Öznellikten kaynaklanan sıkıntıları gidermek adına da, özellikle ihracat pazar performansına ilişkin ölçütlerin objektif hale getirilmesi yarar sağlayacaktır. Sonuç olarak, bu çalışmanın özellikle Türkiye bağlamında, uluslararası girişimcilik üzerine yapılacak görgül araştırmalara önyak olacağı ve ışık tutacağı düşünülmektedir.

## 5. Referanslar

- AABY, N.E., SLATER, S.F. (1989). Management influences on export performance: a review of the empirical literature 1978 - 88. *International Marketing Review*, 6 (4), 7-26.ss.
- ALTUNTAŞ, G. (2010). *Girişimcilik ve stratejik yönetim ilişkisi: Bir stratejik girişimcilik modeli ve İMKB Ulusal - 100 Endeksi'nde işlem gören işletmeler üzerinde testi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İşletme Yönetimi ve Organizasyon Bilim Dalı.
- ALTUNTAŞ, G., DÖNMEZ, D. (2010). Girişimcilik yönelimi ve örgütsel performans ilişkisi: Çanakkale Bölgesi'nde faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 39 (1), 50 - 74. ss.
- BARNEY, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17 (1), 99 - 120. ss.
- BOSO, N., STROY, V.M., CADOGAN, J.W. (2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of Business Venturing*, 28, 708 - 727. ss.
- BRUSH, C.G. (2013). *International entrepreneurship: The effect of firm age on motives for internationalization*. New York: Routledge.
- CADOGAN, J.W., DIAMANTOPOULOS, A., SIGUAW, J.A. (2002). Export market - oriented activities: their antecedents and performance consequences. *Journal of International Business Studies*, 33 (3), 615 - 626. ss.
- CHETTY, S.K., HAMILTON, R.T. (1993). Firm - level determinants of export performance: a meta - analysis. *International Marketing Review*, 10 (3), 26 - 34. ss.
- COVIN, J.G., SLEVIN D.P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10 (1), 75 - 87. ss.
- COVIN, J.G., SLEVIN D.P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Fall, 7 - 25. ss.
- DEAN, D.L., MENGÜÇ, B., MYERS, C.P. (2000). Revisiting firm characteristics, strategy, and export performance relationship: A survey of the literature and an investigation of

- New Zealand small manufacturing firms. *Industrial Marketing Management*, 29, 461 - 477. ss.
- DIAMANTOPOULOS, A., KAKKOS, N. (2007). Managerial assessments of export performance: Conceptual framework and empirical illustration. *Journal of International Marketing*, 15 (3), 1 - 31. ss.
- DIMITRATOS, P., VOUDOURIS, I., PLAKOYIANNAKI, E., NAKOS, G. (2012). International entrepreneurship culture-toward a comprehensive opportunity-based operationalization of international entrepreneurship. *International Business Review*, 21, 708 - 721. ss.
- DUNNING, J.H. (1993). *Multinational enterprises and the global economy*. Reading, Mass: Addison Wesley Publishing Company.
- DÖNMEZ, D., ALTUNTAŞ, G., BİRGÖREN, T. (2011). Girişimci yönetim biçimi ve finansal performans ilişkisi: Çanakkale Bölgesi'nde faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 40 (2), 278 - 303. ss.
- FREEMAN, S., EDWARDS, R., SCHRODER, B. (2006). How smaller born - global firms use networks and alliances to overcome constraints to rapid internationalization. *Journal of International Marketing*, 14 (3), 33-63. ss.
- GEORGE, D., MALLERY, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 Update. 4<sup>th</sup> Edition*. Boston: Allyn & Bacon.
- HISRIC, R. D. (2013). *International entrepreneurship: Starting, developing and managing a global venture*. London, UK: Sage Publications.
- HONG, W., ZHU, K. (2006). Migrating to internet - based e - commerce: Factors effecting e - commerce adoption and migration at the firm level. *Information & Management*, 43, 204 - 221. ss.
- IBEH, K.I.N. (2003). On the internal drivers of export performance among Nigerian firms: Empirical findings and implications. *Management Decision*, 41 (3), 217 - 225. ss.
- JONES, M.V., COVIELLO, N., TANG, Y.K. (2011). International entrepreneurship research (1989 - 2009): A domain ontology and thematic analysis. *Journal of Business Venturing*, 26, 632 - 659. ss.
- KARAGOZOGLU, N., LINDELL, M. (1998). Internationalization of small and medium - sized technology - based firms: An exploratory study. *Journal of Small Business Management*, 36 (1), 44 - 59. ss.
- KATSIKEAS, C.S., LEONIDOU, L.C., MORGAN, N.A. (2000). Firm - level export performance assessment: Review, evaluation and development. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28 (4), 493-511. ss.
- KISS, A.N., DANIS, W.M., CAVUSGIL, S.T. (2012). International entrepreneurship research in emerging economies: A critical review and research agenda. *Journal of Business Venturing*, 27, 266 - 290. ss.
- KNIGHT, G.A. (2001). Entrepreneurship and strategy in the international SME. *Journal of International Management*, 7, 155 - 171. ss.
- KNIGHT, G.A., CAVUSGIL, S. T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born - global firm. *Journal of International Business Studies*, 35, 124 - 141. ss.
- KRAUS, S. (2011). State - of - the - art current research in international entrepreneurship: A citation analysis. *African Journal of Business Management*, 5 (3), 1020 - 1038. ss.
- KROPP, F., LINDSAY, N.J., SHOHAM, A. (2006). Entrepreneurial, market, and learning orientations and international entrepreneurial business venture performance in South African firms. *International Marketing Review*, 23 (5), 504 - 523. ss.
- KUIVALAINEN, O., SUNDQVIST, S., SERVAIS, P. (2007). Firms' degree of born - globalness, international entrepreneurial orientation and export performance. *Journal of World Business*, 42, 253 - 267. ss.
- LAGES, L.F., LAGES, C.R. (2004). The STEP scale: A measure of short - term export performance improvement. *Journal of International Marketing*, 12 (1), 36 - 56. ss.
- LEONIDOU, C.L., KATSIKEAS, C.S., SAMIEE, S. (2002). Marketing strategy determinants of export performance: A meta - analysis. *Journal of Business Research*, 55, 51 - 67. ss.
- LEVITT, B., MARCH, J. G. (1988). Organizational learning. *Annual Review of Sociology*, 14, 319 - 340. ss.

- LISBOA, A., SKARMEAS, D., LAGES, C. (2011). Entrepreneurial orientation, exploitative and explorative capabilities, and performance outcomes in export markets: A resource - based approach. *Industrial Marketing Management*, 40, 1274 - 1284. ss.
- LUMPKIN, G.T., DESS, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21 (1), 135 - 172. ss.
- MARCH, J.G. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization Science*, 2 (1), 71 - 87. ss.
- MADSEN, T.K. (1989). Successful export marketing management: Some empirical evidence. *International Marketing Review*, 6 (4), 41 - 57. ss.
- M<sup>C</sup>DOUGALL, P.P., OVIATT, B.M. (2000). International entrepreneurship: The intersection of two research paths. *Academy of Management Journal*, 43 (5), 802 - 906. ss.
- MILLER, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29 (7), 770 - 791. ss.
- NAZAR, M.S., SALEEM, H.M.N. (2009). Firm - level determinants of export determinants. *International Business & Economics Research Journal*, 8 (2), 105 - 112. ss.
- OKPARA, J.O. (2009). Strategic choices, export orientation and export performance of SMEs in Nigeria. *Management Decision*, 47 (8), 1281 - 1299. ss.
- OVIATT, B.M., M<sup>C</sup>DOUGALL, P.P. (1994). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 25 (1), 45 - 64. ss.
- OVIATT, B.M., M<sup>C</sup>DOUGALL, P.P. (2005). Defining international entrepreneurship and modeling speed of internationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, September, 537 - 553. ss.
- PAPADOPOULOS, N., MARTIN, O.M. (2010). Toward a model of the relationship between internationalization and export performance. *International Business Review*, 19, 388 - 406. ss.
- PETERAF, M.A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource - based view. *Strategic Management Journal*, 14 (3), 179-191. ss.
- RUZZIER, M., HISRIC, R.D., ANTONCIC, B. (2006). SME internationalization research: Past, present, and future. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13 (4), 476 - 497. ss.
- STEVENSON, H.H., JARILLO, J.C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11, 17 - 27. ss.
- SUAREZ - ORTEGA, S.M., ALAMO - VERA, F.R. (2005). SMES' internationalization: Firms and managerial factors. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11 (4), 258 - 279. ss.
- SUNDQVIST, S., KYLAHEIKO, K., KUIVALAINEN, O., CADOGAN, J. W. (2012). Kirznerian and Schumpeterian entrepreneurial - oriented behavior in turbulent export markets. *International Marketing Review*, 29 (2), 203 - 219. ss.
- ŞENCAN, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık Sanayi ve Ticaret A. Ő.
- TEECE, D.J., PISANO, G., SHUEN, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18 (7), 509 - 533. ss.
- T.C. Ekonomi Bakanlığı (2014). Dış Ticaret Verileri. [Eriřim adresi]: <<http://www.ekonomi.gov.tr/index.cfm?sayfa=7173D4A4 - D8D3 - 8566 - 452001910DD1747A>>, [Eriřim tarihi: 06.04.2014].
- UNCTAD (2013). World investment report 2013: Annex tables. [Eriřim adresi]: <<http://unctad.org/en/pages/DIAE/World%20Investment%20Report/Annex - Tables.aspx>>, [Eriřim tarihi: 06.01.2014].
- ÜLGEN, H., MİRZE, S. K. (2010). *İşletmelerde stratejik yönetim*, 5. bs. İstanbul: Beta Basım, Yayın, Dağıtım.
- WTO (2013), World Trade Statistics Database. [Eriřim adresi]: <<http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDDBStatProgramSeries.aspx?Language=E>>, [Eriřim tarihi: 06.01.2014].

- ZAHRA, S.A., GEORGE, G. (2002). International entrepreneurship: The current status of the field and future research agenda. M.A. HITT, R.D. IRELAND, S.M. CAMP, D.L. SEXTON (eds.), *Strategic entrepreneurship* içinde, Oxford: Blackwell.
- ZOU, S., STAN, S. (1998). The determinants of export performance: A review of the empirical literature between 1987 and 1997. *International Marketing Review*, 15 (5), 333 - 356. ss.
- ZOU, S., TAYLOR, C.R., OSLAND, G. E. (1998). The EXPERF scale: A cross - national generalized export performance measure. *Journal of International Marketing*, 6 (3), 37 - 58. ss.