

## KİŞİSEL ÖZELLİKLER KARARLARI ETKİLER, PEKİ YA İHRACAT KARARINI? İHRACAT YAPAN VE YAPMAYAN İŞLETMELERDE KARŞILAŞTIRMALI BİR UYGULAMA

Dr. Öğr. Üyesi Esra Sena TÜRKÖ  
Erzurum Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,  
[esturko@erzurum.edu.tr](mailto:esturko@erzurum.edu.tr)

Berrak YELLİCE  
Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,  
[berrak.yellice87@erzurum.edu.tr](mailto:berrak.yellice87@erzurum.edu.tr)

### Özet

*Bu çalışmanın amacı, girişimcinin kişisel özelliklerinin ihracat kararı üzerindeki etkisini araştırmaktır. Bu amaçla çalışmada, ihracat yapan ve yapmayan işletmeler arasında, girişimcinin çeşitli özellikleri ve ihracat konusunda algı düzeyi ifade eden çeşitli değişkenler açısından fark bulunma durumu araştırılmıştır. Analiz sonucuna göre, girişimcinin çeşitli kişisel özelliklerini ifade eden altı değişkenin üçünde ve ihracat algı düzeyi konusunda sunulan beş ifadenin ikisinde, ihracat yapma durumu açısından iki grup arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. İhracat yapan işletmelerin sahipleri, ihracat yapmayanlara kıyasla daha yüksek düzeyde sık sık yurtdışına çıkmakta, fuarlara katılmakta ve risk üstlenmektedir. İhracat yapmayan işletmeler, ihracat yapan işletmelere kıyasla daha yüksek düzeylerde ihracat yapmak için büyük sermaye gerektiğini ve büyük ölçekli işletme olmak gerektiğini ifade etmiştir.*

*Çalışmada ihracat oranı ile girişimcinin çeşitli özellikleri arasında ilişki bulunma durumu incelenmiş, çok zayıf pozitif yönlü ilişkiler tespit edilmiştir. Ayrıca, girişimcinin çeşitli özellikleri ile; ihracat yapma nedenleri, ihracat yapmama nedenleri ve ihracat konusunda algı düzeyi ifade eden çeşitli değişkenler açısından ilişkiler araştırılmıştır. Çalışma Bursa'da tekstil endüstrisinde faaliyet gösteren 246 işletmeye uygulanan bir saha araştırması içermektedir. Veri setinin normal dağılım gösterme durumu Tek-Örneklem Kolmogorov-Smirnov testi ile değerlendirilmiş; değişkenler arasında farklılık bulunma durumu parametrik olmayan Mann-Whitney U testi ile analiz edilmiş ve değişkenler arası ilişkiler Spearman korelasyon katsayısı ile yorumlanmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** İhracat, İhracat Kararı, Girişimcinin Kişisel Özellikleri, Bursa, Türkiye

## PERSONALITY TRAITS AFFECT DECISIONS, WHAT IF EXPORT DECISION? A COMPARATIVE STUDY ON EXPORTING AND NON-EXPORTING COMPANIES

### Abstract

*The aim of this study is to investigate the effects of the entrepreneur's personality traits on export decision. With this aim, differences between exporting and non-exporting companies, on entrepreneur's personality traits and variables representing perception on exporting are investigated. According to exporting status; mean ranks for two groups differ significantly from each other in three variables among six variables representing personality traits of the entrepreneur; and two variables among five variables representing perception on exporting. Compared to owners of the non-exporting companies, owners of the exporting-companies seem to have higher scoring for visiting abroad frequently, attending to fairs and taking risk. Compared to exporting-companies, non-exporting companies have higher scores for expressing that exporting requires big capital and big company scale.*

*The relationship between export rate and entrepreneur's personality traits are investigated, and very weak positive relations are detected, in the study. Besides, relationship between entrepreneur's personality traits; and reasons of exporting, reasons for not-exporting and variables representing perception on exporting are investigated. The study includes a field research applied to 246 firms operating in textile industry in Bursa. Normal distribution of the data set is evaluated with One-Sample Kolmogorov-Smirnov test; differences between two groups are detected with non-parametric Mann-Whitney U test; and relations between variables are interpreted with Spearman's correlation.*

**Keywords:** Export, Export Decision, Entrepreneur's Personality Traits, Bursa, Turkey

## 1. Giriş

İhracat karar süreci girişimci özellikleri ve işletme özellikleri bunlar arasındaki etkileşim ve dışsal faktörlerin etkisi ile ortaya çıkan karmaşık bir süreç olarak tanımlanmaktadır. İhracat karar süreci, ihracat konusunda bilgi edinmeyle başlayıp benimseme veya benimsememe kararına uzanan bir mantık sürecidir. Söz konusu süreç işletmelerin ihracat fikrini keşfetmesi ve haberdar olması, pazar araştırması ve bilgi toplama faaliyetleri, değerlendirme ve sonuçta ihracat kararını vermesi ile sonuçlanır (Koçak, 1997: 468-476).

Yapılan birçok araştırma ihracat yapan işletmelerle ihracat yapmayanlar arasındaki farkın önemli ölçüde girişimci özelliklerine bağlı olduğunu göstermektedir (Çavuşgil ve Naor, 1987; Ward, 1993; Beamish ve Dhanaraj, 2003; Brooks ve Rosson, 1982; Koh, 1991; Bilkey ve Teasar, 1977).

Ülkemizde ihracat üzerine çok çalışma yapılmış olmasına rağmen ihracat karar süreci daha az incelenen bir konu olarak kalmıştır. Bu çalışmanın amacı, girişimcinin kişisel özelliklerinin ihracat kararı üzerindeki etkisini araştırmaktır. Bu amaçla çalışmada, ihracat yapan ve yapmayan işletmeler arasında, girişimcinin çeşitli özellikleri ve ihracat konusunda algı düzeyi ifade eden çeşitli değişkenler açısından fark bulunma durumu araştırılmıştır.

## 2. İhracat Kararı

Johanson ve Weidesheim-Pau, (1975: 304-307) tarafından bir ihracat karar süreci modeli oluşturulmuştur. Modelde dil, kültür, politik sistem, eğitim seviyesi, ekonomik gelişmişlik düzeyi gibi faktörler bakımından benzer olan ülkelerde faaliyette bulunmanın, işletmeler için daha çekici faktörler olduğu anlatılmaktadır. Modele göre ihracat yapmak için büyük bir kaynak ve bilgi birikimi gerekmektedir. Bu nedenle işletmelerin başlangıçta yerel piyasalarda tecrübe kazandıktan sonra aşamalı olarak geliştikleri ve dışa açıldıkları belirtilmektedir.

Çavuşgil ve Nevin (1981: 115) çalışmalarında ihracat davranışını belirleyen dört unsur tespit etmişlerdir. İşletme sahibinin ihracat konusundaki uzun vadeli beklentileri, kararlılığı (örgütsel bağlılığı) ve arzusu bu unsurların üçünü oluşturmaktadır. Çalışmanın dördüncü unsuru ise işletmelerin sahip olduğu üstünlüklerdir.

Sood ve Adams (1984: 176) özellikle bilgi toplama eğiliminin ihracat karar sürecini olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuşlardır. Çavuşgil ve Naor (1987: 223) ihracatın algılanışı üzerine durarak yaşın, eğitim düzeyinin, yabancı dil bilgisinin, yurtdışı deneyimlerinin ve bilgi toplama eğiliminin ihracat kararında etkili faktörler olduğunu belirtmişlerdir (Koçak, 1997: 471-473).

İhracat kararının verilmesi üzerinde etkili olan faktörler: risk, kâr, eğitim, haberleşme, maliyet ve üretim süreçlerinden oluşmaktadır. Ayrıca belirsizlik; işletmelerin ihracat kararının, ürün satışlarının ve ihracat potansiyelinin yanı sıra üretim artışını ve maliyet düşürme faaliyetlerini de olumsuz etkiler (Sousa vd., 2016: 6).

Çavuşgil (1980) ihracat karar sürecinde, veri sağlanması ve pazar araştırmasının en önemli faktörler olduğunu belirtmiştir. Bu süreç, iç pazara yönelik açıklama, ihracat öncesi aşama, artan tecrübeyle ihracatta pasif yoğunlaşma, aktif yoğunlaşma ve kendi ihracat bağlantılarını kurma şeklindedir. Koçak (1997) ihracat karar modelini araştırdığı çalışmasında, KOBİ'lerde ihracat karar sürecini ve bu sürece etki eden faktörleri belirlemeye çalışmış, girişimcilerin fuarlara katılımlarının ve yurt dışına çıkış sıklığının artmasının ihracat karar sürecine olumlu yansıdığını ifade etmiştir. Buna karşılık, girişimcilerin yeniliğe açık olmasının, eğitim düzeyinin ve yabancı dil bilgisinin ihracata yönelik tutum üzerinde daha düşük bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Girişimcinin yaşının ise ihracat karar süreci üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir.

## 2.1. İhracat Kararında Girişimcinin Kişilik Özellikleri

İşletme sahibinin özelliklerinin ihracat kararı üzerindeki etkisini araştıran çalışmalar genellikle işletme sahibinin yaşı, eğitimi, yabancı dil bilgisi, yurtdışı deneyimleri, ihracatı algılama şekli, bilgi toplama eğilimi, pazar bilgisi araştırma ve yeniliği benimseme gibi özelliklerini işletmenin ihracat davranışı ile ilişkilendirmektedir (Türko ve Yellice, 2017: 302).

Johanson ve Paul (1975) ihracatın pazar bilgisi ve deneyim gerektirdiğini bu nedenle işletmelerin ihracat faaliyetine yurt içinde geliştikten sonra aşamalı olarak başlayabileceklerini belirtmişlerdir. Bilkey ve Tesar (1977) girişimci özellikleri ve dinamizmini ihracat kararında en önemli unsurlar olarak tanımlamışlardır. Koçak (1997) girişimcinin fuarlara katılımının ve yurt dışına çıkış sıklığının artmasının ihracat karar sürecine olumlu yansıdığı ifade etmiştir. Yöneticinin yaşının ise ihracat karar süreci üzerinde etkili olmadığı tespit edilmiştir.

Türko ve Yellice (2016) tarafından belirsizliğe tolerans düzeyinin ihracat kararı üzerindeki etkisinin araştırıldığı çalışmada; belirsizliğe tolerans düzeyi ile ihracat oranının da içinde bulunduğu 21 değişken arasında anlamlı bir ilişki bulunmamış; belirsizliğe tolerans düzeylerinin, ihracat yapan ve yapmayan işletmelerde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

Girişimcinin eğitimi, yabancı dil bilgisi, tecrübesi ve ihracat yeteneği; işletmenin ihracat yapma isteğini şekillendirmektedir (Çetin, 2016: 44). KOBİ'lerin üst düzey yöneticilerinin sık sık yurtdışına gitmeleri, daha çok pazar araştırması yapmaları ve bu böylece yabancı pazarlar konusunda daha kapsamlı bilgilere sahip olmaları işletmelerin ihracatlarına yansımaktadır (Danışman ve Sökmen, 2007: 225).

Girişimcilerin pozitif yönetsel özellikleri işletmelerin ihracata yönelme eğilimine olumlu yansımaktadır. Kanada'da faaliyet gösteren başarılı ihracatçılara yönelik yapılmış bir çalışma, en üst düzeydeki yöneticilerin beceri ve nitelikleri gibi belirli yönetsel özelliklerin, başarılı ihracat yapmanın anahtar faktörü olabileceğine dikkat çekmektedir (Kammath vd., 1989'den aktaran Das, 1994). KOBİ'lerin üst düzey yöneticilerinin sık sık yurtdışına gitmeleri, daha çok pazar araştırması yapmaları ve bu böylece yabancı pazarlar konusunda daha kapsamlı bilgilere sahip olmaları işletmelerin ihracatlarına yansımaktadır (Danışman ve Sökmen, 2007: 225).

Ayrıca girişimcilerin risk alma eğiliminin ihracat performansında önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir (Daniele, 1994; Denis ve Depelteau, 1985; Brooks ve Rasson, 1982; Bernard ve Wagner, 1997; Bernard ve Jensen, 1999; Dichtl ve Mueller, 1990; Davidsson, 1991; Çavuşgil ve Naor, 1987). Thompson (1999)'a göre girişimcilerin pazar araştırmalarına ve yeniliğe verdiği önem, ziyaret ya da başka yollarla yabancı pazarlar hakkında bilgi edinebilme becerileri ve başarıya duydukları isteklerin, işletmelerin ihracat performansı üzerinde etkisi olacaktır (Danışman ve Sökmen, 2007: 217). Diğer yandan girişimcilerin ihracat konusunda tutumlarının, işletmelerin ihracatını ve başarısını doğrudan etkilediğini gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Zou ve Stan, 1998; Aaby ve Slater, 1989; Louter, vd., 1991).

Suarez-Ortega ve Alamo-Vera, (2005: 262) çalışmalarında, daha iyi eğitim seviyesine sahip olan girişimcilerin daha açık fikirli ve uluslararası gelişmelere daha fazla ilgili olacağı düşüncesine dayanarak, eğitim seviyesi ile ihracat gelişim seviyesi arasında aynı yönlü ilişki beklemektedir.

Yönetim, ihracat karardan doğrudan sorumlu olması nedeniyle, işletmenin ihracat çabalarının başlatılmasının, geliştirilmesinin, sürdürülmesinin ve başarısının arkasındaki temel güç olarak kabul edilir (Shamsuddoha, 2004: 25). Yöneticilerin eğitimi, yabancı dil bilgisi, ihracat deneyimleri, algı ve davranışları işletmelerin ihracat kararında etkili olmaktadır. Yurtdışında eğitim görmüş ihracat yöneticileri, ihracat yapan işletmelere daha fazla katkı sağlar ve başarı getirir (Koh, 1991: 53). Ancak, işletme yöneticilerinin yeniliğe açık olmasının, eğitim düzeyinin

ve yabancı dil bilgisinin, ihracata yönelik tutum üzerinde, girişimcilere kıyasla daha düşük bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir (Koçak, 1997).

### 3. Yöntem

Saha araştırmasının tekstil endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerde yürütülmesi ve Bursa'da gerçekleştirilmesi tercih edilmiştir. Bursa Ticaret ve Sanayi Odası'na kayıtlı 1.582 hazır giyim ve konfeksiyon işletmesi ve 3.749 tekstil işletmesi ve bulunmaktadır. Çalışmanın ana kütlelerini bu iki sektörde faaliyet gösteren toplam 5.331 işletmeden oluşturmaktadır. Saha araştırması 2016 yılı Temmuz ve Ağustos aylarında, 15 Temmuz darbe girişiminden hemen sonra gerçekleştirilmiştir. Söz konusu dönemde, Türkiye'de olağanüstü koşullar geçerli olmuş, işletme ziyaretleri çok zorlaşmış, işletmeler ankete katılmak istememiştir. 478 işletme ziyaret edilmiş, 356 anket uygulanmış; ancak 100 anket çeşitli sebeplerle kullanılamamıştır. Araştırma kapsamında ancak 246 anket değerlendirmeye alınabilmiştir.

Anket formu, geniş bir literatür araştırması ve Bursa'da işletmelerle derinlemesine görüşmeler yapıldıktan sonra araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur. Sorular 5'li Likert ölçeği ile seçenlendirilmiştir. Anket formu 4 ana bölümden 22 sorudan oluşmaktadır. Birinci bölümde işletmeler hakkında genel bilgiler, ikinci bölümde işletmelerin neden ihracat yaptıkları ve yapmadıklarını araştıran sorular, üçüncü bölümde işletmelerin ihracat algı düzeyine ilişkin sorular ve dördüncü bölümde girişimcilerin çeşitli özelliklerine ilişkin sorular bulunmaktadır. Anketler, Bursa'da yer alan DOSAB, NOSAB, KESTEL ve GÜRSU organize sanayi bölgelerinde ve BUTTİM iş merkezinde yer alan işletmelere uygulanmıştır. Yapılan görüşmeler doğrudan işletme sahipleriyle veya işletmede çalışan üst düzey (genel müdür, dış ticaret müdürü vb.) yöneticilerle, bizzat araştırmacılarından biri tarafından doğrudan işletme ziyaretleriyle gerçekleştirilmiştir.

### 4. Analiz

İhracat yapan ve yapmayan işletmeler arasında, çeşitli değişkenler açısından anlamlı bir farklılık bulunma durumunu araştırmak amacıyla kullanılacak fark testinin ve korelasyon analizinin seçimi için, veri seti kategorize edilmiş değişkenler Tek Örneklem Kolmogorov-Smirnov testi ile değerlendirilmiştir. Değişkenlerin normal bir dağılım göstermediği tespit edildikten sonra ( $p = 0,00 < 0,05$ ) değişkenler arasında ihracat yapma durumuna göre farklılık bulunma durumunu tespit etmek için parametrik olmayan Mann-Whitney U testinin kullanılmasına karar verilmiştir. Tablo gösteriminde kolaylık olması için ihracat yapmayanlar "0", ihracat yapanlar "1" kodlarıyla kategorize edilmiştir. İhracat yapan ve yapmayan işletmeler arasında istatistiksel olarak bir ilişki bulunma durumunda olanların ( $p < 0,05$ ) ortalaması kalın olarak gösterilmiştir.

Değişkenler arasındaki ilişkileri analiz etmek için parametrik olmayan Spearman testinin kullanılmasına karar verilmiştir. Aralarında ilişki aranan değişkenlere ilişkin analiz sonuçları listelenmiştir. Önem düzeyine göre  $p = ,00 < 0,01$ ;  $p = ,00 < 0,05$  olduğu durumlarda, değişkenler arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Durmuş vd., 2013: 198). Spearman Korelasyon Katsayısı ( $r_s$ ) değerlendirilmesinde kullanılan sınırlar: ,00-,19 "çok zayıf"; ,20-,39 "zayıf"; ,40-,59 "orta"; ,60-,79 "güçlü"; ,80-1,0 "çok güçlü" şeklindedir (Statstutor, 2016).

246 işletmeden oluşan örneklem içinde 117 işletme ihracat yapmakta 129 işletme ise yapmamaktadır. Veri seti SPSS 22 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

#### 4.1. İhracat Yapan ve Yapmayan İşletmeler Arasındaki Farklılıklar

Tablo 4.1. İşletmelerin İhracat Algısı Açısından Karşılaştırılması

		N	Sıra Ortalaması	Sıraların Toplamı	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	P Değeri
İhracat yaparken risk yüksektir.	0	129	128,59	16588,50	6889,500	13792,500	-1,341	,180
	1	117	117,88	13792,50				
İhracat yapmak için büyük sermaye gerekir.	0	129	<b>142,24</b>	18348,50	5129,500	12032,500	-4,752	<b>,000</b>
	1	117	102,84	12032,50				
İhracat yapmak çok karlıdır.	0	129	119,22	15380,00	6995,000	15380,000	-1,064	,287
	1	117	128,21	15001,00				
İhracat bir işletme için başarı göstergesidir.	0	129	119,31	15391,00	7006,000	15391,000	-1,074	,283
	1	117	128,12	14990,00				
İhracat yapmak için büyük ölçekli işletme olmak gerekir.	0	129	<b>143,72</b>	18540,00	4938,000	11841,000	-4,902	<b>,000</b>
	1	117	101,21	11841,00				

İhracat yapan ve yapmayan işletmeler arasında, ihracat yapmak için büyük ölçekli işletme olmak gerekir ve büyük sermaye gerekir ifadelerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. İhracat yapmayan işletmeler, ihracat yapan işletmelere kıyasla daha yüksek düzeylerde ihracat yapmak için büyük sermaye gerekir ve büyük ölçekli işletme olmak gerekir ifadelerine cevap vermiştir. İhracat yaparken risk yüksektir, ihracat yapmak çok karlıdır ve ihracat bir işletme için başarı göstergesidir ifadeleri için iki grup arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Tablo 4.2. İşletmelerin Girişimci Özellikleri Açısından Karşılaştırılması

		N	Sıra Ortalaması	Sıraların Toplamı	Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	P Değeri
Değişime açık biridir	0	129	119,13	15367,50	6982,500	15367,500	-1,145	,252
	1	117	128,32	15013,50				
Sık sık yurt dışına çıkar	0	129	114,89	14820,50	6435,500	14820,500	-2,109	<b>,035</b>
	1	117	<b>133,00</b>	15560,50				
Fuarlara katılır	0	129	115,56	14907,00	6522,000	14907,000	-2,027	<b>,043</b>
	1	117	<b>132,26</b>	15474,00				
Eğitilere ve seminerlere katılır	0	129	130,57	16844,00	6634,000	13537,000	-1,812	,070
	1	117	115,70	13537,00				
Danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alır	0	129	128,26	16545,00	6933,000	13836,000	-1,157	,247
	1	117	118,26	13836,00				
Risk üstlenir	0	129	114,39	14756,00	6371,000	14756,000	-2,361	<b>,018</b>
	1	117	<b>133,55</b>	15625,00				

İhracat yapan ve yapmayan işletmeler arasında, girişimcinin 3 özelliği açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. İhracat yapan işletmelerin girişimcileri, yapmayanlara kıyasla daha yüksek ortalamalarla sık sık yurt dışına çıkmakta, fuarlara katılmakta ve risk üstlenmektedir. Diğer yandan iki grup arasında girişimcinin 3 özelliği açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. İhracat yapan ve yapmayan işletmelerin girişimcileri, benzer düzeylerde değişime açıktır, eğitim ve seminerlere katılır ve danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alırlar.



## 4.2. Değişkenler Arasındaki İlişkiler

**Tablo 4.3. İhracat Oranı ile Girişimcinin Özellikleri Arasındaki İlişkiler**

1. Değişken İhracat Oranı	2. Değişken Girişimci Özellikleri	İlişkinin Yönü ve Kuvveti	$r_s$ , n=, p<
Üretilen ürünlerin yurtdışına satış oranı	Değişime açık biridir.	<b>Çok zayıf (+)</b>	$r_s = ,143$ n=246, p=<,05
	Sık sık yurtdışına çıkar.	<b>Çok zayıf (+)</b>	$r_s = ,167$ n=246, p<,01
	Fuarlara katılır.	<b>Çok zayıf (+)</b>	$r_s = ,167$ n=246, p<,01
	Eğitime ve seminerlere katılır.	İlişki yok	$r_s = -,105$ n=246, p=101>,01
	Danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alır.	İlişki yok	$r_s = -,037$ n=246, p=563>,01
	Risk üstlenir.	<b>Çok zayıf (+)</b>	$r_s = ,182$ n=246, p<,01

İhracat oranı ile girişimcinin 4 özelliği- değişime açık biridir, sık sık yurt dışına çıkar, fuarlara katılır ve risk üstlenir ifadeleri- arasında pozitif yönlü çok zayıf ilişki bulunmaktadır. Girişimcinin değişime açık, sıklıkla yurtdışına çıkan, fuarlar katılan ve risk üstlenen bir kişi olduğu konusunda ifade düzeyi artıkça ihracat oranı artmaktadır. İhracat oranı ile girişimcinin 2 özelliği- eğitim ve seminerlere katılır ve danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alır- arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

**Tablo 4.4. İşletmelerin İhracat Yapmama Nedenleri ile Girişimcinin Özellikleri Arasındaki İlişkiler**

1. Değişken İhracat Yapmama Nedeni	2. Değişken Girişimcinin Özellikleri	İlişkinin Yönü ve Kuvveti	$r_s$ , n=, p<
Süreçler konusunda bilimiz yok.	Değişime açık biridir.	<b>Zayıf (+)</b>	$r_s = ,293$ n=129, p<,01
	Sık sık yurtdışına çıkar.	İlişki yok	$r_s = ,150$ n=129, p= 089>,01
	Fuarlara katılır.	İlişki yok	$r_s = ,027$ n=129, p= 763>,01
	Eğitime ve seminerlere katılır.	<b>Çok zayıf (+)</b>	$r_s = ,177$ n=129, p<,05
	Danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alır.	<b>Çok zayıf (+)</b>	$r_s = ,191$ n=129, p<,05
	Risk üstlenir.	İlişki yok	$r_s = -,054$ n=129, p=540>,01
Pazarlar konusunda bilimiz yok.	Değişime açık biridir.	<b>Zayıf (+)</b>	$r_s = ,376$ n=129, p<,01
	Sık sık yurtdışına çıkar.	<b>Zayıf (+)</b>	$r_s = ,277$ n=129, p<,01
	Fuarlara katılır.	İlişki yok	$r_s = ,129$ n=129, p= 144>,01
	Eğitime ve seminerlere katılır.	<b>Zayıf (+)</b>	$r_s = ,329$ n=129, p<,01
	Danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alır.	<b>Zayıf (+)</b>	$r_s = ,317$ n=129, p<,01
	Risk üstlenir.	İlişki yok	$r_s = ,053$ n=129, p= 551>,01
İç piyasaya yönelik üretim yapıyoruz.	Değişime açık biridir.	<b>Zayıf (+)</b>	$r_s = ,202$ n=129, p<,05
	Sık sık yurtdışına çıkar.	İlişki yok	$r_s = ,116$ n=129, p= 189>,01

	Fuarlara katılır.	İlişki yok	$r_s = ,028$ n=129, p= 749>,01
	Eğitime ve seminerlere katılır.	İlişki yok	$r_s = ,002$ n=129, p= 983>,01
	Danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alır.	İlişki yok	$r_s = -,010$ n=129, p=914>,01
	Risk üstlenir.	İlişki yok	$r_s = -,060$ n=129, p=497>,01
Mevcut üretim ve satışlarımızdan memnunuz.	Değişime açık biridir.	<b>Zayıf (-)</b>	$r_s = -,205$ n=129, p<,05
	Sık sık yurtdışına çıkar.	İlişki yok	$r_s = -,144$ n=129, p=103>,01
	Fuarlara katılır.	<b>Zayıf (-)</b>	$r_s = -,294$ n=129, p<,01
	Eğitime ve seminerlere katılır.	<b>Zayıf (-)</b>	$r_s = -,315$ n=129, p<,01
	Danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alır.	<b>Zayıf (-)</b>	$r_s = -,362$ n=129, p<,01
	Risk üstlenir.	<b>Zayıf (-)</b>	$r_s = -,219$ n=129, p<,01
Yeterince büyük değiliz.	Değişime açık biridir.	İlişki yok	$r_s = ,102$ n=129, p= 251>,01
	Sık sık yurtdışına çıkar.	<b>Zayıf (-)</b>	$r_s = -,195$ n=129, p<,05
	Fuarlara katılır.	İlişki yok	$r_s = ,104$ n=129, p= 243>,01
	Eğitime ve seminerlere katılır.	İlişki yok	$r_s = ,123$ n=129, p= 163>,01
	Danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alır.	İlişki yok	$r_s = -,082$ n=129, p=353>,01
	Risk üstlenir.	<b>Zayıf (-)</b>	$r_s = -,197$ n=129, p<,05

İhracat yapmayan işletmelere sunulan, ihracat yapmama nedenlerini ifade ettiği düşünülen 5 neden ile girişimcinin 6 özelliği arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. “Süreçler konusunda bilgimiz yok” ifadesini kullanma düzeyi ile; girişimcinin değişime açık biri olduğunu ifade etme düzeyi arasında pozitif yönlü zayıf ilişki; eğitim-seminerlere katıldığını ifade etme düzeyi ve danışmanlık şirketlerinden hizmet satın aldığı belirtme düzeyi arasında pozitif yönlü çok zayıf ilişki bulunmaktadır.

“Pazarlar konusundan bilgimiz yok” ifadesini kullanma düzeyi ile girişimcinin değişime açık biri olduğunu, sık sık yurtdışına çıktığını, eğitim ve seminerlere katıldığını ve danışmanlık şirketlerinden hizmet satın aldığı ifade etme düzeyleri arasında pozitif yönlü zayıf ilişki bulunmaktadır.

“İç piyasaya yönelik üretim yapıyoruz” ifadesini kullanma düzeyi ile girişimcinin değişime açık biri olduğunu ifade etme düzeyi arasında pozitif yönlü zayıf ilişki bulunmaktadır.

“Mevcut üretim ve satışlarımızdan memnunuz” ifadesini kullanma düzeyi ile girişimcinin değişime açık biri olduğunu, fuarlara katıldığını, eğitim ve seminerlere katıldığını, danışmanlık şirketlerinden hizmet satın aldığı ve risk üstlendiğini ifade etme düzeyi arasında negatif yönlü zayıf ilişki bulunmaktadır.

“Yeterince büyük değiliz” ifadesini kullanma düzeyi ile girişimcinin sık sık yurt dışına çıktığını ve risk üstlendiğini ifade etme düzeyleri arasında negatif yönlü zayıf ilişki bulunmaktadır.

**Tablo 4.5. İşletmelerin İhracat Yapmama Nedenleri İle İhracat Algı Düzeyi Arasındaki İlişkiler**

1. Değişken İhracat Yapmama Nedeni	2. Değişken İhracat Algısı	İlişkinin Yönü ve Kuvveti	$r_s$ , n=, p<
Süreçler konusunda bilginiz yok.	İhracat yaparken risk yüksektir.	İlişki yok	$r_s = ,099$ n=129, p= 262>,01
	İhracat yapmak için büyük sermaye gerekir.	<b>Zayıf (+)</b>	$r_s = ,224$ n=129, p<,05
	İhracat yapmak için büyük ölçekli işletme olmak gerekir.	İlişki yok	$r_s = ,173$ n=129, p= 050>,01
	İhracat yapmak çok karlıdır.	İlişki yok	$r_s = ,015$ n=129, p= 870>,01
	İhracat bir işletme için başarı göstergesidir.	İlişki yok	$r_s = ,003$ n=129, p= 970>,01
Pazarlar konusunda bilginiz yok.	İhracat yaparken risk yüksektir.	İlişki yok	$r_s = ,147$ n=129, p= 096>,01
	İhracat yapmak için büyük sermaye gerekir.	İlişki yok	$r_s = ,136$ n=129, p= 126>,01
	İhracat yapmak için büyük ölçekli işletme olmak gerekir.	<b>Zayıf (+)</b>	$r_s = ,286$ n=129, p<,01
	İhracat yapmak çok karlıdır.	İlişki yok	$r_s = ,064$ n=129, p= 474>,01
	İhracat bir işletme için başarı göstergesidir.	İlişki yok	$r_s = ,136$ n=129, p=264>,01
İç piyasaya yönelik üretim yapıyoruz.	İhracat yaparken risk yüksektir.	İlişki yok	$r_s = ,029$ n=129, p=745>,01
	İhracat yapmak için büyük sermaye gerekir.	İlişki yok	$r_s = ,120$ n=129, p= 176>,01
	İhracat yapmak için büyük ölçekli işletme olmak gerekir.	İlişki yok	$r_s = ,123$ n=129, p= 164>,01
	İhracat yapmak çok karlıdır.	İlişki yok	$r_s = ,057$ n=129, p= 521>,01
	İhracat bir işletme için başarı göstergesidir.	İlişki yok	$r_s = ,053$ n=129, p=549>,01
Mevcut üretim ve satışlarımızdan memnunuz.	İhracat yaparken risk yüksektir.	İlişki yok	$r_s = ,132$ n=129, p=135>,01
	İhracat yapmak için büyük sermaye gerekir.	İlişki yok	$r_s = ,085$ n=129, p=338>,01
	İhracat yapmak için büyük ölçekli işletme olmak gerekir.	İlişki yok	$r_s = ,042$ n=129, p=638>,01
	İhracat yapmak çok karlıdır.	İlişki yok	$r_s = ,026$ n=129, p=770>,01
	İhracat bir işletme için başarı göstergesidir.	İlişki yok	$r_s = ,090$ n=129, p=331>,01
Yeterince büyük değiliz.	İhracat yaparken risk yüksektir.	İlişki yok	$r_s = ,026$ n=129, p=770>,01
	İhracat yapmak için büyük sermaye gerekir.	İlişki yok	$r_s = ,140$ n=129, p=114>,01
	İhracat yapmak için büyük ölçekli işletme olmak gerekir.	İlişki yok	$r_s = ,098$ n=129, p=268>,01
	İhracat yapmak çok karlıdır.	İlişki yok	$r_s = ,159$ n=129, p=072>,01
	İhracat bir işletme için başarı göstergesidir.	İlişki yok	$r_s = ,124$ n=129, p=160>,01

İhracat yapmayan işletmelere sunulan ihracat yapmama nedenlerini ifade ettiği düşünülen 5 nedenden sadece 2'si ile, ihracat algı düzeyi konusunda sunulan 5 ifadenin 2'si arasında ilişki bulunmuştur. “Süreçler konusunda bilginiz yok” ifadesini kullanma düzeyleri ile “ihracat yaparken büyük sermaye gerekir” algısı arasında pozitif yönlü zayıf ilişki bulunmaktadır. Benzer şekilde “pazarlar konusunda bilginiz yok” ifadesini kullanma düzeyleri ile ihracat yapmak için büyük ölçekli işletme olmak gerekir algısı arasında pozitif yönlü zayıf ilişki bulunmaktadır.

**Tablo 4.6. İşletmelerin İhracat Yapma Nedenleri ile Girişimcinin Özellikleri Arasındaki İlişkiler**

1. Değişken İhracat Yapma Nedeni	2. Değişken Girişimci Özellikleri	İlişkinin Yönü Ve Kuvveti	$r_s$ , n=, p<
İç piyasadaki olumsuzluklar	Değişime açık biridir.	İlişki yok	$r_s = -,026$ n=117, p=,782 >,01
	Sık sık yurtdışına çıkar.	İlişki yok	$r_s = -,023$ n=117, p=,802>,01
	Fuarlara katılır.	İlişki yok	$r_s = -,076$ n=117, p=,416>,01
	Eğitilere ve seminerlere katılır.	İlişki yok	$r_s = ,141$ n=117, p=,130>,01
	Danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alır.	İlişki yok	$r_s = ,041$ n=117, p=,657>,01
	Risk üstlenir.	İlişki yok	$r_s = -,026$ n=117, p=,777>,01
Piyasada ihracat çok yaygın biz de yapmak istedik	Değişime açık biridir.	İlişki yok	$r_s = -,062$ n=117, p=,777>,01
	Sık sık yurtdışına çıkar.	İlişki yok	$r_s = ,029$ n=117, p=,753>,01
	Fuarlara katılır.	İlişki yok	$r_s = ,049$ n=117, p=,601>,01
	Eğitilere ve seminerlere katılır.	<b>Zayıf (+)</b>	$r_s = ,237$ n=117, p= <,05
	Danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alır.	İlişki yok	$r_s = ,093$ n=117, p=,321>,01
	Risk üstlenir.	İlişki yok	$r_s = ,065$ n=117, p=,487>,01



Kazanç çok yüksek	Değişime açık biridir.	<b>Zayıf (+)</b>	$r_s = ,237$ n=117, p= <,05
	Sık sık yurtdışına çıkar.	İlişki yok	$r_s = ,120$ n=117, p= ,199> ,01
	Fuarlara katılır.	İlişki yok	$r_s = ,173$ n=117, p= ,062> ,01
	Eğitime ve seminerlere katılır.	İlişki yok	$r_s = ,113$ n=117, p= ,227> ,01
	Danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alır.	İlişki yok	$r_s = -,005$ n=117, p= ,953> ,01
	Risk üstlenir.	İlişki yok	$r_s = ,176$ n=117, p= ,057> ,01
İç talepten daha fazla üretim kapasitesine sahibiz	Değişime açık biridir.	<b>Zayıf (+)</b>	$r_s = ,184$ n=117, p= <,05
	Sık sık yurtdışına çıkar.	<b>Zayıf (+)</b>	$r_s = ,221$ n=117, p= <,05
	Fuarlara katılır.	İlişki yok	$r_s = ,114$ n=117, p= ,220> ,01
	Eğitime ve seminerlere katılır.	<b>Zayıf (+)</b>	$r_s = ,220$ n=117, p= <,05
	Danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alır.	İlişki yok	$r_s = ,117$ n=117, p= ,208> ,01
	Risk üstlenir.	<b>Zayıf (+)</b>	$r_s = ,270$ n=117, p= <,01
Yurtdışında pazar fırsatlarının mevcudiyeti	Değişime açık biridir.	İlişki yok	$(r_s = ,157$ n=117, p= ,091> ,01
	Sık sık yurtdışına çıkar.	<b>Çok zayıf (+)</b>	$r_s = ,196$ n=117, p= <,05
	Fuarlara katılır.	<b>Zayıf (+)</b>	$r_s = ,251$ n=117, p= <,01
	Eğitime ve seminerlere katılır.	İlişki yok	$r_s = ,096$ n=117, p= ,304> ,01
	Danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alır.	İlişki yok	$r_s = ,159$ n=117, p= ,086> ,01
	Risk üstlenir.	İlişki yok	$r_s = ,114$ n=117, p= ,221> ,01

İhracat yapan işletmelere sunulan, ihracat yapma nedenlerini ifade ettiği düşünülen 5 neden ile girişimcinin 6 özelliği arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir.

“Piyasada ihracat çok yaygın olduğu için biz de ihracat yapmak istedik” ifadesini kullanma düzeyi ile girişimcinin eğitim ve seminerlere katıldığını ifade etme düzeyi arasında pozitif yönlü zayıf ilişki bulunmaktadır.

“Kazanç çok yüksek” ifadesini kullanma düzeyi ile girişimcinin değişime açık biri olduğunu ifade etme düzeyi arasında pozitif yönlü zayıf ilişki bulunmaktadır.

“İç talepten daha fazla üretim kapasitesine sahibiz” ifadesini kullanma düzeyi ile girişimcinin değişime açık biri olduğunu, sık yurtdışına çıktığını, eğitim ve seminerlere katıldığını ve risk üstlendiğini ifade etme düzeyleri arasında pozitif yönlü zayıf ilişki bulunmaktadır.

“Yurtdışında pazar fırsatlarının mevcudiyeti” ifadesini kullanma düzeyi ile girişimcinin sık yurtdışına çıktığını ifade etme düzeyi arasında pozitif yönlü çok zayıf ilişki; ve fuarlara katıldığını ifade etme düzeyi arasında pozitif yönlü zayıf ilişki bulunmaktadır.

## 5. Sonuç

İhracat yapan ve yapmayan işletmeler arasında, ihracat yapmak için büyük ölçekli işletme olmak gerekir ve büyük sermaye gerekir ifadelerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. İhracat yapmayan işletmeler, ihracat yapan işletmelere kıyasla daha yüksek düzeylerde ihracat yapmak için büyük sermaye gerekir ve büyük ölçekli işletme olmak gerekir ifadelerine cevap vermiştir. İhracat yaparken risk yüksektir, ihracat yapmak çok karlıdır ve ihracat bir işletme için başarı göstergesidir ifadeleri için iki grup arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

İhracat yapan ve yapmayan işletmeler arasında, girişimcinin 3 özelliği açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuştur. İhracat yapan işletmelerin girişimcileri, yapmayanlara kıyasla daha yüksek ortalamalarla sık sık yurt dışına çıkmakta, fuarlara katılmakta ve risk üstlenmektedir. Diğer yandan iki grup arasında girişimcinin 3 özelliği açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamıştır. İhracat yapan ve yapmayan işletmelerin girişimcileri, benzer düzeylerde değişime açıktır, eğitim ve seminerlere katılır ve danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alırlar.

Analiz sonuçları bir arada değerlendirildiğinde ihracat yapmayan işletmelerin, ihracat yapanlara kıyasla, daha yüksek düzeyde ihracat yapmak için büyük ölçekli işletme olmak

gerektiği düşüncesine sahip oldukları, daha az sıklıkla yurtdışına çıktıkları ve daha az fuarlara katıldıkları görülmektedir.

İhracat oranı ile girişimcinin 4 özelliği- değişime açık biridir, sık sık yurt dışına çıkar, fuarlara katılır ve risk üstlenir ifadeleri- arasında pozitif yönlü çok zayıf ilişki bulunmaktadır. Girişimcinin değişime açık, sıklıkla yurtdışına çıkan, fuarlar katılan ve risk üstlenen bir kişi olduğu konusunda ifade düzeyi artıkça ihracat oranı artmaktadır. İhracat oranı ile girişimcinin 2 özelliği- eğitim ve seminerlere katılır ve danışmanlık şirketlerinden hizmet satın alır- arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

İhracat yapmayan işletmelere sunulan, ihracat yapmama nedenlerini ifade ettiği düşünülen 5 neden ile girişimcinin 6 özelliği arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Bulunan ilişkiler zayıf veya çok zayıf niteliktedir. Süreçler konusunda bilgisi olmadığını ifade eden işletmelerde girişimciler daha çok değişime açıktır, daha çok eğitim ve seminerlere katılmakta ve danışmanlık şirketlerinden hizmet satın almaktadır. Pazarlar konusundan bilgisi olmadığını ifade eden işletmelerde girişimciler, daha çok değişime açıktır, daha çok sıklıkla yurtdışına çıkmaktadır, daha çok eğitim ve seminerlere katılmakta ve danışmanlık şirketlerinden hizmet satın almaktadır. İç piyasaya yönelik üretim yaptığını ifade eden işletmelerde girişimcilerin daha çok değişime açık oldukları kaydedilmiştir. Mevcut üretim ve satışlarından memnun olduklarını ifade eden işletmelerde girişimcilerin daha az değişime açık oldukları, fuarlara, eğitim ve seminerlere da az katıldıkları, danışmanlık şirketlerinden daha az hizmet satın aldıkları ve daha az risk üstlendikleri görülmektedir. Yeterince büyük olmadıklarını ifade eden işletmelerde girişimcilerin daha az sıklıkla yurtdışına çıktıkları ve daha az risk üstlendikleri görülmektedir.

İhracat yapmayan işletmelere sunulan ihracat yapmama nedenlerini ifade ettiği düşünülen 5 nedenden sadece 2'si ile, ihracat algı düzeyi konusunda sunulan 5 ifadenin 2'si arasında ilişki bulunmuştur. Süreçler konusunda bilgisi olmadığını ifade eden işletmelerde daha yüksek düzeylerde ihracat yaparken büyük sermaye gerektiği ifadesi kullanılmıştır. Benzer şekilde pazarlar konusunda bilgisi olmayan işletmelerde daha yüksek düzeylerde ihracat yapmak için büyük ölçekli işletme olmak gerektiği ifadesi kullanılmıştır. Süreçler ve pazarlar konusunda bilgisi olmadığı için ihracat yapmadığını ifade eden işletmelerde ihracat yapmak için büyük ölçekli işletme olmak gerekir algısının daha kuvvetli olduğu düşünülmektedir.

İhracat yapan işletmelere sunulan, ihracat yapma nedenlerini ifade ettiği düşünülen 5 neden ile girişimcinin 6 özelliği arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Piyasada ihracat çok yaygın olduğu için ihracat yaptıklarını ifade eden işletmelerde girişimciler eğitim ve seminerlere daha çok katılmaktadır. Kazancın yüksekliği nedeniyle ihracat yaptıklarını ifade eden işletmelerde girişimcilerin daha çok değişime açık oldukları belirtilmiştir. İç talepten daha fazla üretim kapasitesine sahip oldukları için ihracat yaptıklarını ifade eden işletmelerde girişimciler, daha çok değişime açıktır, daha sıklıkla yurtdışına çıktıkları, daha çok eğitim ve seminerlere katıldıkları ve daha çok risk üstlendikleri görülmektedir. Yurtdışında pazar fırsatlarının mevcudiyeti nedeniyle ihracat yapan işletmelerde girişimcilerin daha sıklıkla yurtdışına çıktıkları ve daha çok fuarlara katıldıkları belirtilmiştir.

#### **Kaynaklar**

- Aaby, N. E. ve Slater, S. F. (1988). "Management Influences on Export Performance: A Review of the Empirical Literature 1977-88". *International Marketing Review*. 6 (4). 7-25.
- Beamish, P. W. ve Dhanaraj, C. (2003). "A Resource-Based Approach to the Study of Export Performance". *Journal of Small Business Management*. 41 (3). 242-261.
- Bernard, A. B. ve Jensen, J. B. (1999). "Exceptional Exporter Performance: Cause, Effect or Both?". *Journal of International Economics*. 47 (1). 1-25.

- Bernard, A. B., ve J. Wagner, (1997). "Exports and Success in German Manufacturing". *Review of World Economics*. 133 (1). 134-157.
- Bilkey, W. J. ve Tesar, G. (1977). "Export Behavior of Smaller-Sized Wisconsin Manufacturing Firms". *Journal of International Business Studies*. 8 (1). 93- 98.
- Brooks, M. R. ve Rosson, P. J. (1982). "A Study of Export Behavior of Small and Medium Sized Manufacturing Firms in Three Canadian Provinces". New York: Praegar. 39-54.
- Çavuşgil, S. T. (1980). "On The Internationalization Process of Firms". *European Research*, 8 (6). 273-281.
- Çavuşgil, T. ve Naor, J. (1987). "Firm and Management Characteristics as Discriminators of Export Marketing Activity". *Journal of Business Research*. 15 (3). 221-235.
- Çavuşgil, T. ve Nevin, J. R. (1981). "Internal Determinants of Export Marketing Behavior: An Empirical Investigation". *Journal of Marketing Research*. 18 (1). 155.
- Çetin, K. (2016). İnovasyonun İhracat Performansına Etkisi: Karaman İli Örneği. KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. Konya.
- Daniele, D. (1994). "The Exporting Process: The Evolution of Small and Medium Sized Firms". *Advances in International Marketing*. 6. 32-42.
- Danışman, A. ve Sökmen, A. G. (2007). "Girişimcilik Özellikleri ve Firma Niteliklerinin İhracat Performansına Etkisi: KOBİ'ler Üzerine Bir Araştırma". *Ç. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 16 (1). 213-230.
- Das, M. (1994). "Successful and Unsuccessful Export from Developing Countries, Some Preliminary Findings". *European Journal of Marketing*. 28 (12). 19-33.
- Davidsson, P. (1991). "Continued Entrepreneurship: Ability, Need and Opportunity as Determinants for Small Firm Growth". *Journal of Business Venturing*. 6. 405-429.
- Denis, J. E. ve Depelteau, D. (1985). "Market Knowledge, Diversification and Export Expansion". *Journal of International Business Studies*. 16 (3). 77-89.
- Dichtl, E., H., Koeglmayr, G. ve Mueller, S. (1990). "International Orientation as a Precondition or Export Success". *Journal of International Business Studies*. 21 (1). 23-41.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2013). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Johanson, J. ve Weidesheim-Pau, F. (1975). "The Internationalization of the Firm: Four Swedish Cases". *Journal of Management Studies*. October. 305-322.
- Kammath, S., Rosson, P. J., Patton, D. ve Brooks, M. (1989). "Research on Success in Exporting: Past, Present and Future". *Praegar. New York*. 398-421.
- Koçak, F. A. (1997). "Bir İhracat Karar Süreci Modeli Denemesi". *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*. 52 (1-4). 467-490.
- Koh, A. C. (1991). "Relationships Among Organizational Characteristics, Marketing Strategy and Export Performance". *International Marketing Review*. 8 (3). 46-60.
- Louter, P. J., Ouwerkerk, C. ve Bakker, B. A. (1991). "An Inquiry into Successful Exporting". *European Journal of Marketing*. 25 (6). 7-23.
- Shamsuddoha, A. K (2004). Antecedents of Firm Export Performance: The role of Export Promotion Programs. Faculty of Business Queensland University of Technology Brisbane. Queensland 4000 Australia.

- Sood, H. J. ve Patrick, A. (1984). "Model of Management Learning Style as a Predictor of Export Behavior and Performance". *Journal of Business Research*. 12. 176.
- Sousa, J. D., Disdier, A. C. ve Gaigne, C. (2016). "Export Decision Under Risk". *Cesifo Working Paper*. 6134 (8). 1-50.
- Statstutor (2016). <http://www.statstutor.ac.uk/resources/uploaded/spearmans.pdf> [Erişim Tarihi: 25.08.2016.]
- Suarez, O. S. ve Alamo, V. F. (2005). "SMEs' Internationalization: Firms and Managerial Factors". *International Journal of Entrepreneurial Behaviors & Research*. 11 (4). 258-279.
- Thompson, J. L. (1999). "A Strategic Perspective of Entrepreneurship". *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*. 5 (6). 279-296.
- Türko, E. S. ve Yellice, B. (2016). "İhracat Yapmak Ya Da Yapmamak... İhracat Kararında Belirsizliğe Tolerans: Bursa'da Tekstil Endüstrisinde Bir Uygulama". *II. Uluslararası Kafkasya-Orta Asya Dış Ticaret ve Lojistik Kongresi*. 20-22 Ekim 2016. Erzurum.
- Türko, E. S. ve Yellice, B. (2017). *İhracat Yapmak Ya Da Yapmamak... İhracat Kararında Belirsizliğe Tolerans: Bursa'da Tekstil Endüstrisinde Bir Uygulama*. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi. 5 (63). 300-314.
- Ward, E. A. (1993). "Motivation of Expansion Plans of Entrepreneurs and Small Business Managers". *Journal of Small Business Management*. January. 32- 38.
- Zou, S. ve 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.