



T.C.  
KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANA BİLİM DALI

**İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMA  
DERECESİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER,  
ULUSLARARASILAŞMA DERECESİ VE  
PERFORMANS İLİŞKİSİ: BİR ALAN ÇALIŞMASI**

**İBRAHİM AKBEN**

**DOKTORA TEZİ**

**KAHRAMANMARAŞ  
Eylül - 2014**



**T.C.**  
**KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İŞLETME ANA BİLİM DALI**

**İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMA  
DERECESİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER,  
ULUSLARARASILAŞMA DERECESİ VE  
PERFORMANS İLİŞKİSİ: BİR ALAN ÇALIŞMASI**

**DANIŞMAN: Doç. Dr. Salih YEŞİL**

**İBRAHİM AKBEN**

**DOKTORA TEZİ**

**KAHRAMANMARAŞ**  
**Eylül - 2014**

KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANA BİLİM DALI

İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMA DERECESİNİ ETKİLEYEN  
FAKTÖRLER, ULUSLARARASILAŞMA DERECESİ VE PERFORMANS  
İLİŞKİSİ: BİR ALAN ÇALIŞMASI

DOKTORA TEZİ

Kod No :

Bu Tez 16/09/2014 Tarihinde Aşağıdaki Jüri Üyeleri Tarafından  
Oy Birliği/Oy Çoğunluğu ile Kabul Edilmiştir.

Doç. Dr. Salih YEŞİL  
Ünvanı, Adı Soyadı, İmzası  
BAŞKAN

Prof.Dr. İsmail BAKAN  
Ünvanı, Adı Soyadı, İmzası  
ÜYE

Prof.Dr. Mustafa TAŞLIYAN  
Ünvanı, Adı Soyadı, İmzası  
ÜYE

Doç.Dr. Hüseyin AĞIR  
Ünvanı, Adı Soyadı, İmzası  
ÜYE

Yrd. Doç. Dr. Tuba BÜYÜKBEŞE  
Ünvanı, Adı Soyadı, İmzası  
ÜYE

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Doç.Dr. Murat KARABULUT  
Unvan, Adı Soyadı, İmzası  
Enstitü Müdürü

Bu çalışma.....tarafından desteklenmiştir.

Proje No:.....

Not: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANA BİLİM DALI

ÖZET

DOKTORA TEZİ

İŞLETMELERİN ULUSLARARASILAŞMA DERECESİNİ  
ETKİLEYEN FAKTÖRLER, ULUSLARARASILAŞMA DERECESİ  
VE PERFORMANS İLİŞKİSİ: BİR ALAN ÇALIŞMASI

İBRAHİM AKBEN

Danışman : Doç. Dr. Salih YEŞİL

Yıl : 2014, Sayfa: 210+16

Jüri : Doç.Dr. Salih YEŞİL (Başkan)

: Prof.Dr. İsmail BAKAN (Üye)

: Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN (Üye)

: Doç. Dr. Hüseyin AĞIR (Üye)

: Yrd.Doç. Dr. Tuba BÜYÜKBEŞE (Üye)

Bu çalışmanın temel amacı, işletmelerin uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörleri belirlemek. Bu faktörlerin uluslararasılaşma derecesi ve işletme performanslarına olan etkilerini ortaya koymaktır. Bu amaçla öncelikle konuya ilişkin yerli ve yabancı literatür taranarak kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Daha sonra Fortune 500 Türkiye listesinde yer alan işletmeler üzerinde bir alan çalışması yapılmıştır. Elde edilen veriler SPSS programında analiz edilerek araştırmanın hipotezleri test edilmiştir.

Çalışmanın sonucunda: işletme karakteristiklerinin, ana ülke faktörlerinin ve ev sahibi ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi (DOI) üzerinde pozitif ve kısmi bir etkiye sahip olduğu; işletme karakteristiklerinin, ana ülke faktörlerinin ve ev sahibi ülke faktörlerinin işletme performansı üzerinde pozitif ve kısmi bir etkiye sahip olduğu; uluslararasılaşma derecesinin işletme performansı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Sonuçlar ayrıca, işletmelerin uluslararasılaşma derecesinin işletme karakteristiklerine göre kısmen farklılık gösterdiği; işletme performanslarının uluslararasılaşma derecesine göre farklılık gösterdiği. Son olarak ta sonuçlar, ana ülke faktörleri ve işletme karakteristikleri ile işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisinin

**olduğu; ancak ev sahibi ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin herhangi bir aracılık etkisinin olmadığı belirlenmiştir.**

**Anahtar Kelimeler: Uluslararasılaşma Derecesi, Ana lke Faktörleri, Ev Sahibi lke Faktörleri, İşletme Karakteristikleri, İşletme Performansı**

**DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION  
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES  
KAHRAMANMARAŞ SÜTÇÜ İMAM UNIVERSITY**

**ABSTRACT**

**Ph D THESIS**

**FACTORS AFFECTING OF DEGREE OF INTERNATIONALIZATION  
OF THE COMPANIES, RELATIONSHIP BETWEEN DEGREE OF  
INTERNATIONALIZATION AND PERFORMANCE: A FIELD STUDY**

**İBRAHİM AKBEN**

Supervisor : Assoc. Prof. Dr. Salih YEŞİL

Year : 2014 , Pages: 210+16

Jury : Assoc. Prof. Dr. Salih YEŞİL (Chairperson)

: Prof.Dr. İsmail BAKAN (Member)

: Prof. Dr. Mustafa TAŞLIYAN (Member)

: Assoc. Prof. Dr. Hüseyin AĞIR (Member)

: Assist. Prof. Dr. Tuba BÜYÜKBEŞE (Member)

The main purpose of this study is, firstly, to determine the factors affecting the degree of internationalization of companies, and then to reveal the impact of these factors on the degree of internationalization and business performance. For that purpose, the conceptual framework was formed by reviewing the national and international literature on the subject. Next, a field study was carried out on the companies ranked in Fortune 500 Turkey list. Research hypotheses were tested by analyzing the obtained data with SPSS software.

The results showed that company characteristics, home country factors and host country factors had a positive and partial effect on degree of internationalization (DOI); company characteristics, home country factors and host country factors had a positive and partial effect on business performance; degree of internationalization had a positive effect on business performance. Results also showed that there was a partial meaningful difference in terms of degree of internationalization based on company characteristics; there was a meaningful difference in terms of business performance based on degree of internationalization.

**Moreover, results indicated; a partial mediation effect of degree of internationalization in the relationship between the home country factors and business performance; a partial mediation effect of degree of internationalization in the relationship between the company characteristics and business performance; but no mediation effect of degree of internationalization in the relationship between the host country factors and business performance.**

**Keywords: Degree of Internationalization, Home Country Factors, Host Country Factors, Company Characteristics, Business Performance**

## ÖN SÖZ

Küresel bir iş dünyasında, büyük bir rekabetin sürdüğü reddedilemez bir gerçektir. İşletmelerin rekabet güçlerini koruyarak rekabet edebilmeleri, işletmelerin performansları dolayısıyla da varlıklarını devam ettirebilmeleri adına son derece önemlidir. Buda işletmelerin, sahip oldukları karakteristikleri iyi değerlendirerek hem ana ülke hem de ev sahibi ülkelerin sahip olduğu ve işletmelerin kararlarını etkileyen faktörleri, doğru yorumlayarak ve buna uygun stratejiler geliştirerek uluslararası pazarlara açılmaları ile mümkündür. Bu nedenle işletmelerin uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörler, uluslararasılaşma derecesi ve performans ilişkisi konusu tez konusu olarak seçilmiştir.

Tez; giriş, konu ile önceki çalışmalar, uluslararası işletmecilik ve temel kavramlar, uluslararasılaşma, teorileri ve stratejileri, uluslararasılaşma derecesi ve işletme performansı, araştırmanın ilgili hipotezleri, metodoloji, araştırmanın bulguları ve sonuçlarının yer aldığı dokuz bölümden oluşmaktadır.

Tezi hazırlamada emeği geçen ve destek veren başta tez danışmanım olan sayın Doç. Dr. Salih YEŞİL olmak üzere sayın Prof. Dr. İsmail BAKAN ve sayın Doç. Dr. Hüseyin AĞIR'a, teşekkür ederim.

Ayrıca, tezimde yardımlarını ve desteklerini eksik etmeyen, Yrd. Doç. Dr. Tuba BÜYÜKBEŞE, Yrd. Doç. Dr. H.Murat MUTLU, Yrd. Doç.Dr. Ulaş ÖZCAN ve Dr. Fikret SÖZBİLİR'e teşekkür ederim.

Bugünlere gelmemde büyük pay sahibi olan, hayatımın her aşamasında desteklerini esirgemeyen annem ve babama sağladıkları maddi ve manevi desteklerinden ve göstermiş oldukları büyük sabır, anlayış ve fedakârlıktan dolayı minnettarım.

İbrahim AKBEN  
Eylül, 2014



## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	I
ABSTRACT.....	III
ÖN SÖZ.....	V
İÇİNDEKİLER.....	VI
TABLolar LİSTESİ.....	X
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	XV
KISALTMALAR.....	XVI
1. GİRİŞ.....	1
1.2. Çalışmanın Önemi .....	3
1.3. Çalışmanın Modeli.....	4
1.4. Çalışmanın Planı.....	4
2. KONUS İLE İLGİLİ ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR.....	6
3. ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK ve TEMEL KAVRAMLAR.....	11
3.1. Uluslararası İş (International Business).....	11
3.2. Uluslararası İşletmecilik (International Business).....	11
3.3. Uluslararası Yönetim (International Management).....	12
3.4. Uluslararası İşletme (International Company).....	12
3.5. Çok Uluslu İşletme (Multinational Company).....	12
3.6. Global İşletme (Global Company).....	13
3.7. Uluslar Ötesi İşletme (Transnational Corporation).....	13
3.8. Uluslar Üstü İşletme (Supranational Corporation).....	13
3.9. Ana Ülke (Parent / Home Country).....	13
3.10. Ev Sahibi Ülke (Host Country) .....	13
3.11. Üçüncü Ülke (Third Country) .....	13
3.12. Uluslararasılaşma Derecesi (Degree of Internationalization).....	14
3.13. Uluslararası İşletmeciliğin Çevresi.....	14
3.13.1. Uluslararası İşletmecilikte Etkili Üç Değişik Çevre Boyutu.....	14
3.13.1.1. Yerel Çevre (Domestic Environment).....	14
3.13.1.2. Yabancı Çevre (Foreign Environment).....	15
3.13.1.3. Uluslararası Çevre (International Environment).....	15
4. ULUSLARARASILAŞMA, ULUSLARARASILAŞMA TEORİLERİ ve ULUSLARARASILAŞMA STRATEJİLERİ.....	17
4.1. Uluslararasılaşma Kavramı (Concept of Internationalization).....	17
4.2. Uluslararasılaşmanın Altında Yatan Faktörler.....	17
4.2.1. İtici Faktörler (Re-aktif Faktörler).....	18
4.2.2. Çekici Faktörler (Pro-aktif Faktörler).....	19
4.3. Uluslararasılaşma Teorileri.....	20
4.3.1. Endüstriyel Örgüt Teorisi.....	21
4.3.2. İşlem Maliyetleri Teorisi.....	21
4.3.3. Eklektik Teori.....	22
4.3.4. Yurtdışında Yatırım Karar Süreci.....	22
4.3.5. Uppsala Uluslararasılaşma Modeli (U Model).....	24
4.3.6. İnovasyon Uluslararasılaşma Modeli (I Modeli).....	24
4.3.7. Ağ (Network) Teorisi.....	25
4.3.8. Global Doğanlar.....	26
4.4. Uluslararasılaşma Stratejileri.....	26
4.4.1. İhracata Dayalı Uluslararasılaşma Stratejileri .....	29

4.4.1.1. İhracat (Exporting).....	29
4.4.1.1. (1). Dolaysız İhracat (Direct Exporting).....	30
4.4.1.1. (2). Dolaylı İhracat (Indirect Exporting).....	30
4.4.2. Ortaklıklar.....	31
4.4.2.1. Lisans Anlaşmaları (Licensing).....	31
4.4.2.2. Franchising.....	32
4.4.2.3. Sözleşmeli Üretim (Contract Manufacturing).....	33
4.4.2.4. Yönetim Sözleşmesi (Management Contracts).....	34
4.4.2.5. Montaj Operasyonları (Assembly Operations).....	35
4.4.2.6. Ortak Girişim (Joint Venture).....	35
4.4.2.7. Konsorsiyum (Consortium).....	36
4.4.2.8. Anahtar Teslim Projeler (Turnkey Project).....	37
4.4.2.9. Yap –İşlet-Devret Sözleşmeleri (Built – Operate –Transfer).....	37
4.4.3. Doğrudan Yabancı Yatırım (Foreign Direct Investment).....	38
5. ULUSLARARASILAŞMA DERECEŚİ, ETKİLEYEN FAKTÖRLER ve İŞLETME PERFORMANSI.....	40
5.1. Uluslararasılaşma Derecesi.....	40
5.2. Uluslararasılaşma Derecesini Etkileyen Faktörler.....	42
5.2.1. İşletme Karakteristikleri.....	42
5.2.2. Ana Ülke Faktörleri.....	44
5.2.3. Ev Sahibi Ülke Faktörleri.....	46
5.3. İşletme Performansı ve Göstergeleri.....	47
6. ULUSLARARASILAŞMA DERECEŚİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ULUSLARARASILAŞMA DERECEŚİ ve PERFORMANS İLİŞKİŚİ ve İLGİLİ HİPOTEZLER.....	50
6.1. İşletme Karakteristikleri ve Uluslararasılaşma Derecesi’ne İlişkin Hipotezler.....	50
6.2. Ana Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi’ne İlişkin Hipotezler.....	55
6.3. Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi’ne İlişkin Hipotezler.....	56
6.4. Ana Ülke Faktörleri, Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi İle İşletme Performansı’na İlişkin Hipotezler.....	58
6.4.1. Ana Ülke Faktörleri ve İşletme Performansına İlişkin Hipotezler.....	58
6.4.2. Ev sahibi Ülke Faktörleri ve İşletme Performansına İlişkin Hipotezler....	61
6.4.3. Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İle İlgili Hipotezler..	63
6.4.4. İşletme Karakteristikleri ve İşletme Performansı İle İlgili Hipotezler.....	63
6.4.5. Uluslararasılaşma Derecesi, İşletme Karakteristikleri ve İşletme Performansına İlişkin Diğer Hipotezler.....	67
6.4.6. Ana Ülke Faktörleri, Ev Sahibi Ülke Faktörleri, İşletme Karakteristikleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansına İlişkin Aracılık Etkileri Hipotezleri.....	69
7. METODOLOJİ.....	74
7.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı.....	74
7.2. Ana Kütle ve Örneklem Seçimi.....	74
7.3. Araştırmanın Prosedürü, Verilerin Toplanması ve Geri Dönüşüm Oranı.....	75
7.4. Araştırmanın Kısıtları ve Güvenilirliği.....	78
7.5. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli.....	78
8. ARAŞTIRMANIN BULGULARI.....	88
8.1. Araştırmanın Güvenirlilik Analizi Sonuçları.....	88

8.2. İşletme Karakteristikleri İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler .....	89
8.2.1. İşletmelerin Faaliyet Yıllarına İlişkin Bulgular .....	89
8.2.2. İşletmelerin Faaliyette Buldukları Sektörlere İlişkin Bulgular .....	90
8.2.3. İşletmelerin Büyüklüğüne (Çalışan Sayıları) İlişkin Bulgular .....	90
8.2.4. İşletmelerin Dış Ticaret Departmanı Çalışan Sayısına İlişkin Bulgular .....	91
8.2.5. İşletmelerin Sahip Olduğu Ulusal ve Uluslararası Kalite Belgesi Sayısına İlişkin Bulgular .....	91
8.2.6. İşletmelerin Sahip Olduğu Marka ve Tescilli Patent Sayısına İlişkin Bulgular .....	92
8.2.7. İşletmelerin Sahip Olduğu Uluslararası Deneyime İlişkin Bulgular .....	93
8.2.8. İşletmelerin Yararlandığı Teşviklerin Sayılarına İlişkin Bulgular .....	93
8.2.9. İşletmelerin Cirolarına Göre Ar- Ge Paylarına (Yoğunluklarına) İlişkin Bulgular .....	95
8.2.10. İşletmelerin Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarına İlişkin Bulgular .....	95
8.2.11. İşletmelerin Uluslararası Operasyonlarının Fiziksel Dağılımına İlişkin Bulgular .....	96
8.2.12. İşletmelerin Reklam Harcamaları'na (Yoğunluğu) İlişkin Bulgular .....	96
8.2.13. İşletmelerin Ticari Örgüt Üyelğine İlişkin Bulgular .....	97
8.3. Araştırma Modelinde Yer Alan Diğer Değişkenler İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler .....	97
8.3.1. İşletmelerin Uluslararası Yönelimlerine İlişkin Bulgular .....	98
8.3.2. Ana Ülke Faktörlerine İlişkin Bulgular .....	99
8.3.3. Ev Sahibi Ülke Faktörlerine İlişkin Bulgular .....	102
8.3.4. İşletme Performansına İlişkin Bulgular .....	104
8.4. Araştırmanın Temel Bulgularına İlişkin Analizler .....	107
8.4.1. Korelasyon Analizi .....	107
8.4.2. Korelasyon Analizi Sonuçları .....	107
8.4.3. Regresyon Analizi .....	121
8.4.4. Regresyon Analizi Sonuçları .....	121
8.4.4.1. İşletme Karakteristikleri ve Uluslararasılaşma Derecesi İle İlgili Analizler .....	121
8.4.4.2. Ana Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi İle İlgili Analizler .....	123
8.4.4.3. Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi İle İlgili Analizler .....	124
8.4.4.4. Ana Ülke Faktörleri ve İşletme Performansına İlişkin Analizler .....	125
8.4.4.5. Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve İşletme Performansına İlişkin Analizler .....	128
8.4.4.6. Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansına İlişkin Analizler .....	131
8.4.4.7. İşletme Karakteristikleri ve İşletme Performansına İlişkin Analizler .....	132
8.4.5. ANOVA (Varyans) ve t-Testi Analizleri .....	137
8.4.6. ANOVA (Varyans) ve t-Testi Analizi Sonuçları .....	137
8.4.6.1. Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Karakteristikleri ANOVA Analizi Sonuçları .....	138
8.4.6.2. Marka Sahipliği ve Tescilli Patent Hakkı Sahipliğine İlişkin t-Testi Analizi Sonuçları .....	143

8.4.6.3. İşletme Performansı ve Uluslararasılaşma Derecesi ANOVA Analizi Sonuçları.....	144
8.5. Regresyon Analizindeki Aracı Etkiler.....	147
8.5.1. Ana Ülke Faktörleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İlişkisi.....	148
8.5.1.1. Rekabet Yoğunluğu, Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı İlişkisi.....	149
8.5.1.2. Çifte Vergi Anlaşmaları, Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı İlişkisi.....	151
8.5.1.3. Ana Ülke Faktörleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve Objektif İşletme Performansı İlişkisi.....	153
8.5.2. Ev Sahibi Ülke Faktörleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İlişkisi.....	153
8.5.2.1. Politik ve Ekonomik İstikrar, Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı İlişkisi.....	153
8.5.2.2. Ölçek Ekonomisi İmkani, Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı İlişkisi.....	156
8.5.2.3. Ev Sahibi Ülke Faktörleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve Objektif İşletme Performansı İlişkisi.....	157
8.5.2.3.1. Ölçek Ekonomisi İmkani, Uluslararasılaşma Derecesi ve İhracat Satışları İlişkisi.....	158
8.5.3. İşletme Karakteristikleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İlişkisi.....	160
8.5.3.1. Teşviklerin Sayısı, Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı İlişkisi.....	160
8.5.3.2. Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu, Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı İlişkisi.....	162
8.5.3.3. Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı, Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı İlişkisi.....	164
8.5.3.4. Uluslararası Yönelim, Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı İlişkisi.....	166
8.5.3.5. Tescilli Patent Sahipliği, Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı İlişkisi.....	168
8.5.4. İşletme Karakteristikleri ile Objektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesi Aracılık Etkisi.....	170
8.5.4.1. Ulusal ve Uluslararası Teşvik Sayıları, Uluslararasılaşma Derecesi ve İhracat Satışları İlişkisi.....	169
8.5.4.2. Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu, Uluslararasılaşma Derecesi ve İhracat Satışları İlişkisi.....	172
8.5.4.3. Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı, Uluslararasılaşma Derecesi ve İhracat Satışları İlişkisi.....	174
8.5.4.4. Uluslararası Yönelim ile Uluslararasılaşma Derecesi ve İhracat Satışları İlişkisi.....	176
9. SONUÇ ve TARTIŞMA.....	179
9.1. Genel Değerlendirme ve Öneriler.....	190
KAYNAKLAR.....	193
ÖZ GEÇMİŞ EKLER	

## TABLolar LİSTESİ

<b><u>Tablolar</u></b>	<b><u>Sayfa</u></b>
Tablo 4.1. İşletmeler Neden Uluslararası Pazarlara Girerler.....	18
Tablo 4.2. Fırsatlar ve Tehditlerle Uluslararasılaşmanın İtici ve Çekici Faktörlerinin İlgisi.....	20
Tablo 4.3. Yatırım Kararı Kriterleri.....	23
Tablo 5.1. Uluslararasılaşma İçin Kullanılan İndikatörler.....	41
Tablo 7.1. İşletme Karakteristikleri ve Uluslararasılaşma Derecesi İle İlgili Hipotezler.....	79
Tablo 7.2. Ana Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesine İlişkin Hipotezler.....	79
Tablo 7.3. Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi İle İlgili Hipotezler.....	80
Tablo 7.4. Ana Ülke Faktörleri ve İşletme Performansı İle İlgili Hipotezler.....	80
Tablo 7.5. Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve İşletme Performansı İle İlgili Hipotezler.....	81
Tablo 7.6. Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İle İlgili Hipotezler.....	81
Tablo 7.7. İşletme Karakteristikleri ve İşletme Performansı İle İlgili Hipotezler.....	82
Tablo 7.8. İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Karakteristikleri İle İlgili Farklılık Hipotezleri.....	83
Tablo 7.9. Ana Ülke Faktörleri, Ev sahibi Ülke Faktörleri ve İşletme Karakteristiklerinin İşletme Performansına Etkisi Analizinde, Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi İle İlgili Hipotezler....	84
Tablo 8.1. Araştırmada Yer Alan Ölçeklere İlişkin Güvenirlilik Analizi Sonuçları.....	88
Tablo 8.2. İşletmelerin Faaliyet Yılları Değişkenine Göre Dağılımı.....	89
Tablo 8.3. İşletmelerin Faaliyette Buldukları Sektörlere Göre Dağılımı.....	90
Tablo 8.4. İşletmelerin Çalışan Sayıları Değişkenine Göre Dağılımı.....	91
Tablo 8.5. İşletmelerin Dış Ticaret Departmanı Çalışan Sayıları Değişkenine Göre Dağılımı.....	91
Tablo 8.6. İşletmelerin Sahip Oldukları Ulusal Kalite Belgeleri Sayısı Değişkenine Göre Dağılımı.....	92
Tablo 8.7. İşletmelerin Sahip Oldukları Uluslararası Kalite Belgeleri Sayısı Değişkenine Göre Dağılımı.....	92
Tablo 8.8. İşletmelerin Sahip Olduğu Ulusal ve Uluslararası Marka Sahipliği, Tescilli Patent Sahipliği Değişkenine Göre Dağılımı.....	93
Tablo 8.9. İşletmelerin Sahip Olduğu Uluslararası Deneyim Değişkenine Göre Dağılımı.....	93
Tablo 8.10. İşletmelerin Ulusal Teşviklerden Yararlanma Sayısı Değişkenine Göre Dağılımı.....	94
Tablo 8.11. İşletmelerin Uluslararası Teşviklerden Yararlanma Sayısı Değişkenine Göre Dağılımı.....	94
Tablo 8.12. İşletmelerin Cirolarına Göre Ar-Ge Yatırımlarının Yoğunluğu Değişkenine Göre Dağılımı.....	95

Tablo 8.13. İşletmelerin Cirolarına Göre Yeni Tesis ve Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu Değişkenine Göre Dağılımı.....	95
Tablo 8.14. İşletmelerin Uluslararası Operasyonlarının Fiziksel Dağılımı Değişkenine Göre Dağılımı.....	96
Tablo 8.15. İşletmelerin Cirolarına Göre Reklam Harcamaları Değişkenine Göre Dağılımı.....	96
Tablo 8.16. İşletmelerin, Ulusal Ticari Örgüt Üyeliği Değişkenine Göre Dağılımı.....	97
Tablo 8.17. İşletmelerin, Uluslararası Ticari Örgüt Üyeliği Değişkenine Göre Dağılımı.....	97
Tablo 8.18. İşletmelerin Uluslararası Yönelimlerine İlişkin Analiz Sonuçları.....	99
Tablo 8.19. Ana Ülke Faktörlerine İlişkin Analiz Sonuçları.....	101
Tablo 8.20. Ev Sahibi Ülke Faktörlerine İlişkin Analiz Sonuçları.....	103
Tablo 8.21. İşletmelerin Sübjektif İşletme Performanslarına Yönelik Analiz Sonuçları.....	106
Tablo 8.22. İşletme Karakteristikleri ve Uluslararasılaşma Derecesi Korelasyon Analizi Sonuçları.....	111
Tablo 8.23. Ana Ülke Faktörleri, Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi Korelasyon Analizi Sonuçları.....	112
Tablo 8.24. Ana Ülke Faktörleri ve Sübjektif İşletme Performansı Korelasyon Analizi Sonuçları.....	113
Tablo 8.25. Ana Ülke Faktörleri ve Objektif İşletme Performansı Korelasyon Analizi Sonuçları.....	114
Tablo 8.26. Ev sahibi Ülke Faktörleri ve Sübjektif İşletme Performansı Korelasyon Analizi Sonuçları.....	115
Tablo 8.27. Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Objektif İşletme Performansı Korelasyon Analizi Sonuçları.....	116
Tablo 8.28. Uluslararasılaşma Derecesi, Sübjektif ve Objektif İşletme Performansı Korelasyon Analizi Sonuçları.....	117
Tablo 8.29. İşletme Karakteristikleri Sübjektif İşletme Performansı Korelasyon Analizi Sonuçları.....	118
Tablo 8.30. İşletme Karakteristikleri ve Objektif İşletme Performansı Korelasyon Analizi Sonuçları.....	119
Tablo 8.31. İşletme Karakteristikleri, Uluslararasılaşma Derecesi Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	123
Tablo 8.32. Ana Ülke Faktörleri, Uluslararasılaşma Derecesi Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	124
Tablo 8.33. Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	125
Tablo 8.34. Ana Ülke Faktörleri ve Sübjektif İşletme Performansı Tekli Regresyon Analizi Sonuçları.....	126
Tablo 8.35. Ana Ülke Faktörleri ve Objektif İşletme Performansları (Kar, ROE, ROS ve ROA) Tekli Regresyon Analizi Sonuçları.....	127
Tablo 8.36. Ana Ülke Faktörleri ve Objektif İşletme Performansı (Satışlar) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	127
Tablo 8.37. Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Sübjektif İşletme Performansı Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	129

Tablo 8.38. Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Objektif İşletme Performansı (ROA, Satışlar) Tekli Regresyon Analizi Sonuçları.....	130
Tablo 8.39. Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Objektif İşletme Performansı (ROS) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	130
Tablo 8.40. Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Objektif İşletme Performansı (İhracat Satışları) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	130
Tablo 8.41. Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı Tekli Regresyon Analizi Sonucu.....	131
Tablo 8.42. Uluslararasılaşma Derecesi ve Objektif İşletme Performansı (İhracat Satışları Tekli Regresyon Analizi Sonuçları.....	132
Tablo 8.43. İşletme Karakteristikleri ve Sübjektif İşletme Performansı Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	133
Tablo 8.44. İşletme Karakteristikleri ve Objektif İşletme Performansı (ROE) Tekli Regresyon Analizi Sonuçları.....	134
Tablo 8.45. İşletme Karakteristikleri ve Objektif İşletme Performansı (ROS) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	134
Tablo 8.46. İşletme Karakteristikleri ve Objektif İşletme Performansı (Kar) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	135
Tablo 8.47. İşletme Karakteristikleri ve Objektif İşletme Performansı (Satışlar) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	135
Tablo 8.48. İşletme Karakteristikleri ve Objektif İşletme Performansı (İhracat Satışları) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	136
Tablo 8.49. İşletme Karakteristikleri ve Objektif İşletme Performansı (ROA) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları.....	136
Tablo 8.50. İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletmelerin Yararlandığı Ulusal ve Uluslararası Teşvik Sayıları ANOVA Analizi Sonuçları .....	139
Tablo 8.51. İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletmelerin Yararlandığı Ulusal ve Uluslararası Teşvik Sayıları Tukey Testi Sonuçları.....	139
Tablo 8.52. İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletmelerin Cirolarından Ayırdığı Yeni Tesis Ekipman Payları ANOVA Analizi Sonuçları.....	140
Tablo 8.53. İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletmelerin Cirolarından Ayırdığı Yeni Tesis Ekipman Paylarına Göre Tukey Testi Sonuçları..	140
Tablo 8.54. İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletmelerin Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımına Göre ANOVA Analizi Sonuçları.....	141
Tablo 8.55. İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletmelerin Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı Tukey Testi Sonuçları.....	142
Tablo 8.56. İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletmelerin Uluslararası Yönelimi ANOVA Analizi Sonuçları.....	143
Tablo 8.57. İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletmelerin Sahip Olduğu Tescilli Patent Hakkı Değişkenine Göre t-Testi Sonuçları.....	144
Tablo 8.58. İşletmelerin Sübjektif Performansları ve Uluslararasılaşma Derecesine Göre ANOVA Analizi Sonuçları.....	144
Tablo 8.59. İşletmelerin Sübjektif Performansları ve Uluslararasılaşma Derecesi Tukey Testi Sonuçları.....	145

Tablo 8.60. İşletmelerin İhracat Satışları ve Uluslararasılaşma Derecesine Göre ANOVA Analizi Sonuçları.....	146
Tablo 8.61. İşletmelerin İhracat Satışları ve Uluslararasılaşma Derecesine Göre Tukey Testi Sonuçları .....	146
Tablo 8.62. Rekabet Yoğunluğu İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	149
Tablo 8.63. Rekabet Yoğunluğu İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları .....	150
Tablo 8.64. Çifte Vergi Anlaşmaları İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	151
Tablo 8.65. Çifte Vergi Anlaşmaları İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları.....	152
Tablo 8.66. Politik ve Ekonomik İstikrar İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	154
Tablo 8.67. Politik ve Ekonomik İstikrar İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları.....	155
Tablo 8.68. Ölçek Ekonomisi İmkani İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	156
Tablo 8.69. Ölçek Ekonomisi İmkani İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	158
Tablo 8.70. Ölçek Ekonomisi İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları.....	159
Tablo 8.71. İşletmenin Yararlanmış Olduğu Teşviklerin Sayısı, Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	161
Tablo 8.72. Teşviklerin Sayısı ile Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları.....	162
Tablo 8.73. İşletmenin Sahip Olduğu Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu, Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	163
Tablo 8.74. İşletmenin Sahip Olduğu Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu, Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları.....	164
Tablo 8.75. Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı, Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	165
Tablo 8.76. Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı ile Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları.....	166
Tablo 8.77. İşletmenin Uluslararası Yönelimi, Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	167
Tablo 8.78. Uluslararası Yönelim ile Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları.....	168



Tablo 8.79. Tescilli Patent Sahipliği, Sübjektif İşletme Performansı İlişkinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	169
Tablo 8.80. Ulusal ve Uluslararası Teşvik Sayıları, İhracat Satışları İlişkinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	171
Tablo 8.81. Ulusal ve Uluslararası Teşvik Sayıları ile İhracat Satışları İlişkinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları .....	172
Tablo 8.82. Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu İle İhracat Satışları İlişkinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	173
Tablo 8.83. Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu ile İhracat Satışları İlişkinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları.....	174
Tablo 8.84. Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı İle İhracat Satışları İlişkinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	175
Tablo 8.85. Uluslararası Yönelim İle İhracat Satışları İlişkinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	176
Tablo 8.86. Uluslararası Yönelim ile İhracat Satışları İlişkinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları.....	177
Tablo 9.1. Araştırmada Yer Alan Ana Hipotezlerin Kabul / Red Durumu.....	182

## ŞEKİLLER LİSTESİ

<u>Sekiller</u>	<u>Sayfa</u>
Şekil 1. Araştırmanın Genel Modeli; İşletme Karakteristikleri, Ana Ülke Faktörleri ve Ev Sahibi Ülke Faktörlerin, Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İlişkileri.....	4
Şekil 4.1. Kullanılan Uluslararasılaşma Stratejileri Konik Öğrenme Çerçevesi.....	27
Şekil 4.2. İşletmelerin Uluslararasılaşma Stratejileri.....	29
Şekil 7.1. Araştırmanın Modeli; İşletme Karakteristikleri, Ana Ülke Faktörleri, Ev Sahibi Ülke Faktörleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İlişkileri.....	87
Şekil 8.1. Korelasyon Analizleri Sonucunda Değişkenler Arası İlişki Bulunan Model; İşletme Karakteristikleri, Ana Ülke Faktörleri ve Ev Sahibi Ülke Faktörleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İlişkileri.....	120
Şekil 8.2. X'in Y'ye Etkisinde M'nin Aracılık Etkisi.....	147
Şekil 8.3. Rekabet Yoğunluğu İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	150
Şekil 8.4. Çifte Vergi Anlaşmaları İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	152
Şekil 8.5. Politik ve Ekonomik İstikrar İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	155
Şekil 8.6. Ölçek Ekonomisi İmkânı İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	157
Şekil 8.7. Ölçek Ekonomisi İmkânı İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	159
Şekil 8.8. İşletmenin Yararlanmış Olduğu Teşviklerin Sayısı İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	161
Şekil 8.9. İşletmenin Sahip Olduğu Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	163
Şekil 8.10. Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	165
Şekil 8.11. Uluslararası Yönelim İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	167
Şekil 8.12. Tescilli Patent Sahipliği İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	169
Şekil 8.13. Ulusal ve Uluslararası Teşvik Sayıları İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	171
Şekil 8.14. Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	173
Şekil 8.15. Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	175
Şekil 8.16. Uluslararası Yönelim İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi.....	177

## KISALTMALAR

DOI:	Degree of Internationalization; Uluslararasılaşma derecesi
FSTS:	Foreign Sales to Total Sales; Yabancı satışların, toplam satışlara oranı
FATA:	Foreign Assets to Total Assets; Yabancı varlıkların, toplam varlıklara oranı
OSTS:	Overseas Subsidiaries to Total Subsidiaries; Yabancı şubelerin, toplam şube sayısına oranı
TMIE:	Top Manager's International Experience; Üst düzey yöneticinin uluslararası deneyimi
PDIO:	Psychic Dispersion of International Operations; Uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı
FRTR:	Foreign Revenue to Total Revenue; Yabancı gelirlerin toplam gelire oranı
HHI:	Herfindahl – Hirshman Index; Herfindahl – Hirshman indeksi
IC:	Internationalization Coefficient; Uluslararasılaşma katsayısı
ROA:	Return on Assest; Varlıkların geri dönüş oranı
ROI:	Return on Investment; Yatırımların geri dönüş oranı
ROS:	Return on Sales; Satışların geri dönüş oranı
ROE:	Return on Equity; Özkaynakların geri dönüş oranı
GSYİH:	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla

## 1.GİRİŞ

Günümüzde hızlı bir şekilde devam eden küreselleşme süreci ve sürecin getirdiği değişim etkisi ve bunun bir sonucu olarak artan rekabet işletmeleri birçok rakiple hem ulusal hem de uluslararası alanda karşı karşıya getirmektedir. Bundan dolayı işletmeler rekabet güçlerini kaybetmemek ve ayakta kalabilmek için dinamik bir yapıya bürünerek sürekli olarak kendilerini yenilemek zorunda kalmaktadırlar. İşletmeler ulusal alanda içerisinde buldukları rekabet ortamından, uluslararasılaşarak kaçınmış olsalar da, uluslararası rekabet ortamında daha güçlü rakiplerle karşılaşmaları son derece sıradan bir durumdur. Bu durum da işletmelerin performanslarını ister istemez olumlu veya olumsuz şekilde etkilemektedir.

Bu tez çalışmasının odak noktasını uluslararasılaşma derecesi oluşturmaktadır. Uluslararasılaşma; “işletmelerin faaliyetlerini ulusal sınırların dışına yayması şeklinde tanımlanmaktadır” (Erkutlu ve Eryiğit, 2001: 150). Uluslararasılaşma derecesi (DOI) ise bir işletmenin belirli bir zaman diliminde uluslararası pazarlara olan ilgisinin bir resmini vermeye çalışan yapısal bir indikatördür (Rieck vd., 2004: 13). Bir işletmenin uluslararasılaşma derecesini hesaplamak için ise çalışmanın ilgili kısmında açıklanan ve Sullivan (1994) tarafından geliştirilen DOI<sub>INTS</sub> ölçeği kullanılmaktadır.

İşletmelerin uluslararasılaşma derecesini (DOI) etkileyen birçok faktör söz konusudur (Dharanaj ve Beamish, 2003; Elango, 2003; Sökmen, 2006; Wismiarsi, 2008, Olmos, 2011). Bu faktörler işletmenin uluslararası faaliyetlerini etkileyen, işletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri ve ev sahibi ülke faktörleridir. Bu tez çalışmasıyla da bu faktörlerin uluslararasılaşma derecesi ve işletme performansına etkilerini belirlemek amaçlanmıştır. Bu tez çalışmasının amaçlarını daha ayrıntılı olarak şu şekilde sıralamak mümkündür:

- İşletme karakteristiklerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkisini belirlemek,
- Ana ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkisini belirlemek,
- Ev sahibi ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkisini belirlemek,
- İşletme karakteristiklerinin işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemek,
- Ana ülke faktörlerinin işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemek,
- Ev sahibi ülke faktörlerinin işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemek,
- Uluslararasılaşma derecesinin işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemektir.

Çalışmanın diğer amaçları ise:

- İşletmelerin uluslararasılaşma derecelerinin işletme karakteristiklerine göre farklılık gösterip göstermediklerini belirlemek,
- İşletmelerin performanslarının uluslararasılaşma derecesine göre farklılık gösterip göstermediklerini belirlemek,
- Ana ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisini belirlemek,
- Ev sahibi ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisini belirlemek,

- İşletme karakteristikleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisini belirlemek şeklinde sıralanabilir.

Çalışmada, öncelikle konuya ilişkin geniş bir literatür taraması yapılarak kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Daha önce bu konu ile ilgili olarak yapılmış olan benzer çalışmaların özetlendiği bölümün ardından, uluslararası işletmecilik ve temel kavramlar bir sonraki bölümde uluslararasılaşma, uluslararasılaşma teorileri ve uluslararasılaşma stratejileri, takip eden bölümde ise uluslararasılaşma derecesi ve işletme performansı kavramlarına yer verilmiştir. Araştırmanın hipotezlerinin geliştirildiği bölümde ise işletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri, ev sahibi ülke faktörleri ve uluslararasılaşma derecesi ve işletme performansı arasındaki ilişkiler ve ilgili hipotezler geliştirilmiştir. Bir sonraki bölümde ise araştırmanın metodolojisi ile ilgili bilgilere yer verilmiştir. Metodoloji bölümünden sonra ise, araştırma hipotezinin test edilmesi amacıyla ilgili analizler yapılarak, elde edilen bulgular yorumlanmış ve araştırmanın sonuç ve tartışma kısmı ile çalışma sonlandırılmıştır.

Çalışma, Fortune 500 Türkiye listesinde yer alan işletmeler üzerinde yapılan bir alan çalışması ile desteklenmiş ve çalışmanın sonunda özet olarak şu bulgulara ulaşılmıştır:

- İşletme karakteristiklerinin işletmelerin uluslararasılaşma derecesi (DOI) üzerinde pozitif yönde ve kısmi bir etkiye sahip olduğu,
- Ana ülke ve ev sahibi ülke faktörlerinin işletmelerin uluslararasılaşma derecesi (DOI) üzerinde pozitif yönde ve kısmi bir etkiye sahip olduğu,
- İşletme karakteristiklerinin işletme performansı üzerinde pozitif yönde ve kısmi bir etkiye sahip olduğu,
- Ana ülke faktörlerinin işletme performansı üzerinde pozitif yönde ve kısmi bir etkiye sahip olduğu,
- Ev sahibi ülke faktörlerinin işletme performansı üzerinde pozitif yönde ve kısmi bir etkiye sahip olduğu,
- Uluslararasılaşma derecesinin işletme performansı üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahip olduğu,
- İşletme karakteristiklerinin işletme performansı üzerinde pozitif yönde ve kısmi bir etkiye sahip olduğu,
- İşletmelerin uluslararasılaşma derecelerinin işletme karakteristiklerine göre kısmen farklılık gösterdiği,
- İşletme performanslarının işletmelerin uluslararasılaşma derecesine göre farklılık gösterdiği,
- Ana ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisi belirlenmiştir. İşletme karakteristiklerinin işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisi belirlenmiştir. Buna karşın ev sahibi ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisine sahip olmadığı belirlenmiştir.

## 1.2. Çalışmanın Önemi

Son yıllarda küreselleşmenin hızla artması ile birlikte hızla değişen dünya ve küresel piyasa koşulları sonucunda ortaya çıkan rekabet ortamı işletmeleri uluslararasılaşmaya ve uluslararası pazarlarda faaliyet göstermeye yöneltmektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde uluslararasılaşma konusu hem işletmeler hem de ülkeler açısından çok önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu tez çalışması da bu konuyu ele alıp detaylı bir şekilde irdeleyerek ve bir alan çalışması yardımıyla mevcut durumu ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bununla birlikte yapılan alan çalışmasının bulguları ışığında işletmelerin, uluslararasılaşma derecelerini ve işletme performansını artırabilmeleri için önerilerde bulunacaktır.

Bu tez çalışmasına başlamadan konu ile ilgili geniş bir literatür taraması yapılmıştır. Yapılan literatür taraması sonucu bu tez çalışmasının konusu ile ilgili olarak benzer olabilecek ama kapsam olarak daha dar bir çerçevede ele alınmış ulusal ve uluslararası bazı çalışmalara rastlanmıştır. Bu çalışmalar bir sonraki bölüm olan konu ile ilgili önceki çalışmalar başlığı altında özetlenmiştir. Literatürde yer alan söz konusu bu çalışmaların konuyu dar bir perspektiften ve tek boyutuyla ele aldıkları ve bu yüzden konu ile ilgili olarak çok sınırlı kaldıkları belirlenmiştir. Bu nedenle bu tez çalışmasının daha önceki çalışmalardan önemli farkları şu şekilde özetlenebilir:

- Alan çalışmasının ulusal bazda daha geniş bir alanda Türkiye’de faaliyet gösteren uluslararası işletmeleri içerir bir şekilde yapılması,
- Uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörler (işletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri ve ev sahibi ülke faktörleri) açısından diğer çalışmalara göre daha kapsamlı olması,
- Uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörleri, uluslararasılaşma derecesini ve işletme performansını da içine alan üç boyutu da bir arada barındırarak bir model önerisinde bulunması,
- Literatürdeki daha önceki çalışmalarda rastlanmayan uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisinin araştırılması,
- Analizinin içine aldığı üç boyut (uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörler, uluslararasılaşma derecesi ve işletme performansı) açısından diğer çalışmalardan daha kapsamlı olması ve konuyu daha geniş bir perspektiften ele almasıdır.

Bu perspektiflerden değerlendirildiğinde, bu tez çalışması önemli bir değere sahip olmaktadır ve özellikle de daha sonra yapılacak olan çalışmalara da ışık tutması açısından önem arz etmektedir.

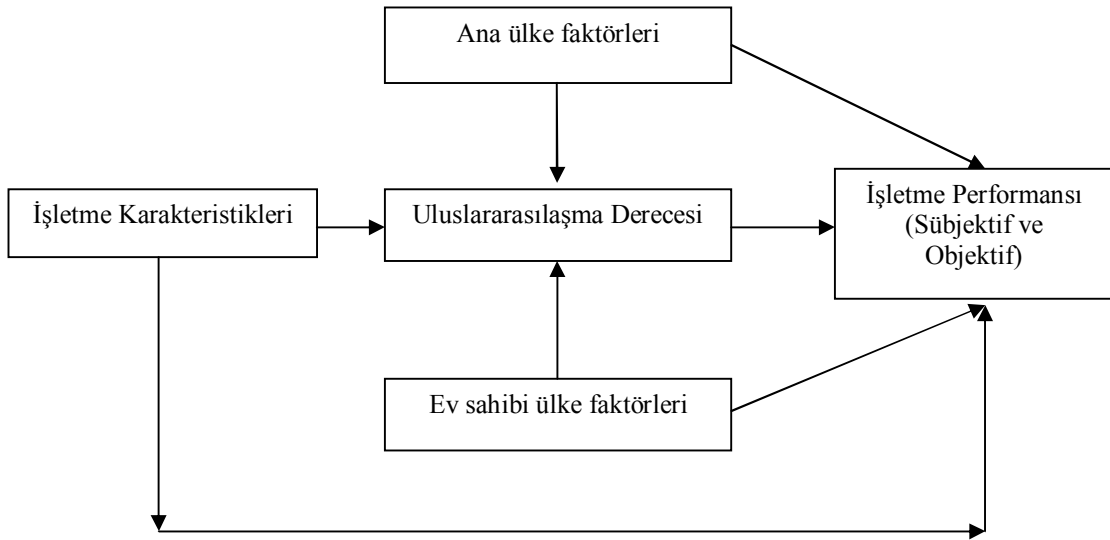
Araştırma sonucunda elde edilen bulgular uluslararasılaşma derecesini ve performansını artırmayı hedefleyen her işletme için büyük önem arz edeceği düşünülmektedir. Diğer taraftan elde edilen bulguların uluslararasılaşma konusunda dikkat edilecek hususlar, hangi konularda iyileştirmelere gidilmesi gerektiği ve hangi faktörlerin ortadan kaldırılması gibi birçok konuya ışık tutacak nitelikte olması beklenmektedir.

### 1.3. Çalışmanın Modeli

Bu çalışma, genel olarak işletmelerin uluslararasılaşma derecesi üzerinde durmaktadır. Bu kapsamda tez üç boyut içermektedir. Bunlar:

- Uluslararasılaşma derecesi,
- Uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörler (işletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri, ev sahibi ülke faktörleri),
- İşletme performansdır (Sübjektif ve Objektif).

Çalışma bu üç boyut arasındaki ilişkiler üzerine kurulmuş ve bu boyutların arasındaki ilişkileri araştırmaktadır. Bu ilişkiler ve bu doğrultuda oluşturulmuş amaçlar çerçevesinde aşağıda gösterilen (Şekil 1) model oluşturulmuştur.



**Şekil 1.** Araştırmanın Genel Modeli: İşletme Karakteristikleri, Ana Ülke Faktörleri ve Ev Sahibi Ülke Faktörleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İlişkileri

Araştırmanın amaçları çerçevesinde ve literatüre dayanarak hipotezler oluşturulup test edilecektir. Elde edilen bulguların ilgili konuların literatürüne katkı sağlaması ve işletmeler için faydalı bilgiler ve tavsiyeler içermesi hedeflenmektedir.

### 1.4. Çalışmanın Planı

Bu tez çalışması başlıca iki kısımdan oluşmaktadır. Çalışmanın birinci kısmında konuya ilişkin geniş bir literatür taraması yapılacaktır. Yapılacak olan literatür taramasının yerli ve yabancı kitap, tez, makale, bildiri vb. çalışmaların taranması şeklinde yapılması planlanmaktadır. Literatür taraması, işletmelerin uluslararasılaşma dereceleri, uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörler ve işletme performansı gibi konuları anlamada, ilgili faktörleri belirlemede ve bunların nasıl ölçüleceğinin ortaya konmasında yardımcı olacaktır. Çalışmanın ikinci kısmında ise uluslararası işletmeleri kapsayan bir alan çalışması yapılacaktır.

Bu amaçla tezde izlenecek yolu detaylı bir şekilde sıralamak mümkündür:

- Literatür taraması yapılarak kavramsal-kuramsal çerçevenin oluşturulması ve konuya ilişkin yapılmış çalışmaların incelenmesi,
- Alan çalışmasının kurgulanması,
- Literatür çalışmasına dayanarak araştırma hipotezlerinin geliştirilmesi,
- Araştırma değişkenlerini kapsayacak ve hipotezlerin test edilmesine olanak sağlayacak bir taslak anket formunun hazırlanması,
- Anket çalışmasının yapılabilmesi için ilgili kurum, kuruluş ve kişilerle iletişime geçilmesi,
- Hazırlanan anket formunda yer alan soru ve önermelerin doğru anlaşılıp anlaşılmadığının öğrenilebilmesi adına pilot çalışmanın yapıp gerekli düzeltmelerin yapılması,
- Anket verilerinin elektronik ortamda toplanması ve gerekli halde diğer teknikler yardımıyla anket çalışmasının tamamlanması,
- Kavramsal çerçeveye bağlı kalınarak belirlenen hipotezlerin test edilmesi amacıyla istatistiksel analizlerin yapılması,
- Elde edilen bulguların yorumlanması ve sonuç raporunun hazırlanması.

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm; işletmelerin karakteristiklerini ölçmeye yönelik sorulardan, ikinci bölüm; uluslararasılaşma derecesini ölçmeye yönelik sorulardan, üçüncü bölüm; uluslararasılaşma derecesini belirleyen faktörleri ölçmeye yönelik sorulardan, dördüncü ve son bölümde ise işletmelerin performanslarını ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Çalışmanın evreni olarak Fortune 500 Türkiye listesinde üç yıl (2010, 2011 ve 2012) üst üste yer alan ve uluslararası faaliyet olarak en az ihracat yapan işletmeler seçilmiştir. Anket verileri elektronik ortamda oluşturulmuş olan form yardımıyla elde edilmiştir.

Alan çalışmasından elde edilen veriler SPSS 16.0 istatistik paket programı aracılığıyla, önce güvenilirlik analizi ve tanımlayıcı istatistik (frekans vb), Regresyon, Korelasyon, Anova ve t-Testi gibi istatistiksel analiz yöntemleri kullanılmak suretiyle oluşturulan hipotezler test edilecek ve elde edilen bulgular yorumlanacaktır.



## 2. KONU İLE İLGİLİ ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Bu tez çalışmasına başlamadan önce, literatür taraması kapsamında, hem yurt içinde hem de yurt dışında konu ile ilgili olarak yapılmış olan çalışmalar araştırılmıştır. Araştırma sonucunda, bu tez çalışması ile ilgili olarak hem doğrudan hem de dolaylı olarak yapılmış çalışmalar irdelenmiştir. Yapılan çalışmalar, yurt içinde ve yurt dışında yapılmış çalışmalar olarak iki kategoride incelenip genel bir değerlendirme yapılarak bu araştırmanın literatürdeki yeri ve önemi belirlenmeye çalışılmıştır.

### Yurt içinde Yapılan Çalışmalar

**Özkandemir (2004);** Çalışmada ülke ekonomisinin bel kemiğini oluşturan KOBİ'ler, KOBİ'lerin küreselleşme sürecindeki yeri, KOBİ'lerde uluslararasılaşma (ihracat yoğunluğu) ve performans arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Ayrıca Türkiye'de ihracat yoğunluğunun ve yabancı sermayenin KOBİ'lerin performansı ile ilişkili olup olmadığı araştırılmıştır. Çalışmanın sonucunda Türkiye'de KOBİ'lerin uluslararasılaşmasının artmasının performanslarını arttırmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

**Sökmen (2006);** Çalışmada anket yöntemi kullanılarak (KOSGEB) KOBİ bilgi sistemine kayıtlı olan ihracatçı KOBİ'ler üzerine yapılan tez çalışmasında, uluslararasılaşma derecesi ve ihracat performansı üzerinde firma özellikleri ve üst düzey yöneticilerin girişimcilik özelliklerinin etkisi araştırılmıştır. Araştırma sonuçları, firma büyüklüğü ve üst düzey yöneticilerin girişimcilik özellikleriyle uluslararasılaşma derecesi arasında ilişki bulunmadığını göstermiştir. Buna karşın, firmanın teknoloji düzeyi ve ihracat desteklerinden yararlanabilme yeteneği ile uluslararasılaşma derecesi arasında kısmen pozitif yönde bir ilişki olduğu ifade edilmiştir. Benzer şekilde firma büyüklüğü ile ihracat performansı arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır. Buna karşın, üst düzey yöneticilerin girişimcilik özellikleri, firmanın teknolojik düzeyi, ihracat desteklerinden yararlanma yeteneği ve uluslararasılaşma derecesi ile ihracat performansı arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu bulunmuştur. Araştırmanın sonucunda, elde edilen bulgular, firma özellikleri ile üst düzey yöneticilerin girişimcilik özelliklerinin uluslararasılaşma derecesi ve ihracat performansı üzerindeki etkileri değerlendirilmiş ve çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

**Şahin (2006);** Çalışmada öncelikle uluslararasılaşma süreçleri ve uluslararası faaliyet göstermek amacıyla firmaların seçtiği yöntemlere dair literatür taraması yapılmış ve genel kabul gören teorilere yer verilmiştir. Çalışmanın temel alanında ise, uluslararasılaşmanın firma finansal performansına etkisini anlayabilmek için, öncelikle performansı etkileyecek potansiyeller anlaşılmaya çalışılmış ve firma performansı ile uluslararasılaşma süreci arasındaki ilişki literatürde yer alan hipotezlere dayanarak resmedilmeye çalışılmıştır. Literatür taramasından elde edilen bulgulara dayanarak mevcut hipotezlerle de desteklenen uluslararası faaliyet göstermenin firma finansal performansına beklenen ve tatmin edici düzeyde bir etkisi olduğu öngörüsünde bulunulmuştur. Çalışmanın sonucunda, firmaların finansal performanslarının uluslararasılaşma faaliyetine başladıktan sonra anlamlı bir artış gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır.

**Altıntaş ve Özdemir (2006);** Bu çalışmada, Türkiye'de faaliyet gösteren KOBİ'lerin uluslararasılaşma yapıları analiz edilmiştir. Yapılan analiz uluslararasılaşma hızı ve tercih edilen uluslararasılaşma modeli ile uluslararasılaşma derecesinin

ölçülmesini içerir bir şekildedir. Araştırmada web tabanlı anket yönteminden yararlanılmıştır. Çalışmaya KOBİ özelliğinde olan 137 Türk işletmesi katılmıştır.

Bu araştırmada genel olarak KOBİ niteliğindeki Türk işletmelerinin uluslararasılaşmasının analizinin yapılması amaçlanmış ve uluslararasılaşma konusunda tercih edilen modeller ve uluslararasılaşma derecesinin hesaplanması temelinde ihracat deneyimi, uluslararasılaşma hızı ve pazara yayılma oranları saptanmıştır. Çalışmanın sonucunda işletmelerin ilk olarak girdikleri ülke pazarları Almanya, Yunanistan ve Fransa olarak tespit edilmiştir. İşletmelerin uluslararasılaşma modelleri belirlenmiştir. Buna göre işletmelerin en çok Network uluslararasılaşma modelini tercih ettikleri belirlenmiştir. Son olarak da Türk işletmelerinin Avrupa pazarlarına yönelik olarak uluslararasılaşma dereceleri tespit edilmiştir.

**Erkan (2011);** Çalışmanın amacı yönetim kurulu üyelerinin özelliklerinin uluslararasılaşma performansı üzerindeki etkisini belirlemektir. Çalışmaya göre Kaynak temelli yaklaşım (KTY) çalışmanın teorik çerçevesini oluşturmaktadır. Bu teorinin uluslararası iş idaresi literatüründe kullanımı gitgide yaygınlaşmakta ve gelişmekte olan ekonomilerin incelenmesinde kullanılması uygun görülmektedir.

Kaynak temelli yaklaşım'a göre, bir firmanın rekabet gücü, değerli, eşsiz ve ikame edilemeyen ve nadir kaynaklardan türetilmiştir. Yönetim kurulu üyeleri de firmanın insan kaynaklarının bir parçası olduğu için, yönetim kurulu üyesi özelliklerinin bir firmanın uluslararasılaşma performansını etkilemesi beklenmektedir. Bu çalışmada, daha yüksek eğitim düzeyi, yüksek yabancı ülke etkisine maruz kalma ve yönetim kurul üyelerinin genç olmasının daha iyi uluslararasılaşma performansına sahip olan şirketlerde gözlenmesi beklenmektedir. Çalışmanın örnekleme İMKB Ulusal 100 Endeksine dahil edilmiş olan firmalar içinden seçilmiştir. Veri esas olarak arşivleme yoluyla gerekli durumlarda ise işletmelerle doğrudan iletişim ile toplanmıştır. Frekans analizi, Mann-Whitney testleri ve korelasyon analizleri veri analizi için kullanılmıştır. Mann-Whitney testleri sonucunda farklı düzeyde uluslararasılaşma performansı ile firmaların yönetim kurulları üyelerinin özellikleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark saptanmamıştır. Ancak korelasyon analizi sonucunda, eğitim düzeyi ve yabancı ülke etkisine maruz kalma ile uluslararasılaşma performansı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir ilişki belirlenmiştir.

### **Yurt Dışında Yapılan Çalışmalar**

**Sullivan (1994);** Çalışma uluslararasılaşma derecesi konusunda yapılan ilk ve önemli bir çalışmadır. Çalışmada uluslararasılaşma derecesi ile ilgili ölçek geliştirmek için 74 Amerikan çok uluslu işletmesinde bir alan çalışması şeklinde uygulanmıştır. Çalışma sonucunda daha sonraki çalışmalara ışık tutması amacıyla, uluslararasılaşma derecesi için ölçek geliştirilmiş ve alan çalışmasına dâhil olan işletmeler için uluslararasılaşma dereceleri hesaplanmıştır.

**Riahi – Belkaoui (1999);** Çalışmada firmanın uluslararasılaşma derecesi ile firmanın pazar değeri ve öz kaynaklarının değeri arasındaki ilişki değer yaklaşımı yöntemi kullanılarak araştırılmıştır. Uluslararasılaşma derecesi olarak iki yöntem kullanılmıştır. Bunlardan biri yabancı gelirlerin toplam gelire oranı (FRTR) ve ikincisi ise yabancı varlıkların toplam varlıklara oranıdır (FATA). Çalışmanın alan çalışması 100 Amerikan şirketinde yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda uluslararasılaşma

derecesinin öz kaynakların değeri ve firmanın pazar değeri üzerinde pozitif etkisi olduğu bulunmuştur.

**Lu ve Beamish (2001);** Çalışmada KOBİ'lerin uluslararasılaşmalarının firma performansları üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Çalışmada uluslararası işletmecilik ve girişimcilik literatüründen geliştirilen ve direkt yabancı yatırım ve ihracat faaliyetleri ile ilgili hipotez geliştirilmiştir. Çalışmanın alan çalışması ise KOBİ özelliği gösteren 164 Japon işletmesinde uygulanarak, hipotezler test edilmiştir. Çalışmanın sonucunda uluslararasılaşmanın işletme performansı üzerinde pozitif etkisi bulunmuştur.

**Hsu (2003);** Çalışmada firmaların uluslararasılaşması ve performans araştırmalarının bir uzantısı olarak, işletmelerin uluslararasılaşması sonucundaki performansları araştırılmıştır. Çalışmada sadece doğrudan uluslararasılaşmanın performansa etkisi değil dolaylı olarak ise ürün çeşitliliği ve ana ülkenin dışa açıklığı gibi faktörler kullanılıp modellenerek, uluslararasılaşma ve performans arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çalışmada yöntem olarak yapısal eşitlik modeli (YEM) kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda ürün çeşitliliğinin, çok uluslu işletmelerin heterojenliği ve performansı arasındaki ilişkiyi modere ettiği, ana ülkenin dışa açıklığının ise uluslararasılaşma ve performans arasındaki ilişkiyi modere ettiği belirlenmiştir.

**Rieck vd. (2004);** Çalışmanın temelinde uluslararasılaşma derecesi ve telekomünikasyon hizmet firmalarının performansları incelenmiştir. Çalışmada öncelikle uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak literatüre katkıda bulunmak amaçlanmıştır. Çalışmada ilk olarak Tobin's Q ve ekonomik performans ölçüleri kullanılmıştır. Alan çalışmasında ise 2003 yılında ilk 100 telekomünikasyon firması içerisinde yer alan 51 işletmenin dataları istatistiksel olarak analiz edilmiştir ve bu yolla telekomünikasyon sektöründeki Ağ (network) etkisi gibi araştırılması mümkün olan faktörlerin sayısının etkisi araştırılmıştır. Çalışmanın sonucunda işletmenin uluslararasılaşması sonucunda, işletmelerin performanslarının artmasını sağlayabilecek ve telekomünikasyon sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin uluslararasılaşması konusunda stratejik karar almaları hakkında önemli olabilecek bazı önerilerde bulunulmuştur.

**Sieler (2008);** Çalışmada öncelikle uluslararasılaşma ve uluslararasılaşma teorileri ile ilgili olarak geniş bir literatür taraması yapılmıştır. Bu çalışma sonucunda alan çalışmasında kullanılacak olan hipotezler geliştirilmiştir. Çalışmanın alan çalışması kısmında ise uluslararasılaşma ve şirketlerin performansları arasındaki ilişkide, değer zinciri konfigürasyonu, şirket içi bilgi akışı, sosyal kontrol mekanizması, bağlı şubelerin ekonomisi, örgütsel boşluk, endüstri üyeliği, coğrafi menşe-i vb. olguların moderatörlük etkileri araştırılmış ve bu yönde hipotezler kurulmuştur. Çalışmanın sonucunda, uluslararasılaşma ve işletme performansı ilişkisinde değer zinciri konfigürasyonu, şirket içi bilgi akışı, sosyal kontrol mekanizması, endüstri üyeliği ve coğrafi orijin gibi değişkenlerin moderatörlükleri ile ilgili hipotezler desteklenmiştir. Ancak uluslararasılaşma ile performans ilişkisinde bağlı şirketin otonomi sahibi olmasının moderatörlüğü ve uluslararasılaşma ve performans ilişkisinde örgütsel boşluğun moderatörlüğü ile ilgili hipotezler ise reddedilmiştir.

**Araújo (2008);** Bu çalışmada, uluslararasılaşmanın firma performansı üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Çalışmada öncelikle konu ile ilgili olarak bir literatür taraması yapılmıştır. Çalışmada uluslararasılaşma derecesinin Portekiz'de faaliyet gösteren KOBİ'lerin performansları üzerindeki pozitif etkilerinin olduğu

savunulmuştur. Çalışmanın alan çalışmasında anket yöntemi kullanılarak ankette KOBİ'lerin yöneticilerinin uluslararasılaşmaya eğilimleri, uluslararasılaşmanın nedenleri, faaliyette bulunulacak olan yabancı pazarın seçimi ve uluslararasılaşma stratejileri gibi konular araştırılmıştır. Çalışmanın sonucunda uluslararasılaşmanın, KOBİ'lerin finansal performansını, verimliliğini, know-how ve takım çalışması yeteneğini, ISO standartlarının uygulamasını ve pazarlama programının hem adaptasyonu hem de standardizasyonu vb. faktörleri artırdığı bulunmuştur.

**Wisniarski (2008);** Çalışmada işletme karakteristikleri, uluslararası pazar yönelimi ve uluslararasılaşma derecesi ilişkisi araştırılmıştır. Uluslararasılaşma derecesi tek parça olmayan yani bazı alt boyutlardan meydana gelen bir ölçü kullanılarak ölçülmüştür. Çalışma sonucunda işletme karakteristiklerinin (işletme büyüklüğü, uluslararası deneyim) uluslararasılaşma derecesini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca işletme karakteristikleri ve uluslararasılaşma derecesi ilişkisinde uluslararası pazar yöneliminin aracılık etkisinin olduğu belirlenmiştir.

**Cheng (2009);** Çalışmada uluslararasılaşma ve işletme performansı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çalışmanın alan çalışması Yeni Zelanda'da yer alan çokuluslu işletmeler üzerinde yapılmıştır. Önceki çalışmalar irdelenerek uluslararasılaşma derecesinin firma performansı üzerine etkisi ile ilgili olarak hipotezler geliştirilmiştir. Çalışmaya göre firmalar için Tobin's Q (firmanın pazar değerinin varlıklarının yerine koyma maliyetine bölünmesi ile hesaplanan bir finansal performans kriteri) değeri hesaplanmış ve bu oran oldukça yüksek çıkmıştır. Çalışmanın sonucunda işletme özelliklerinden, işletme büyüklüğünün firma performansını negatif yönde ve güçlü bir şekilde etkilediği sonucu ortaya çıkmıştır.

**Xuemei (2011);** Çalışmada bir firmanın uluslararasılaşma derecesi ile performans arasındaki ilişki araştırılmıştır. Çalışmanın, alan çalışmasında 1985-2009 yılları arasında Çin'de faaliyet gösteren ve devletin sahip olduğu 5 bankanın dataları analiz edilmiştir. Çalışma uluslararasılaşma derecesi olarak yabancı varlıkların / toplam varlıklara oranı (FATA) ile 5 bankanın performansını ölçen, Return On Assest (ROA) kullanılarak yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda ise uluslararasılaşma derecesi ve firma performansı arasında pozitif yönlü ve zayıf bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca bu bulgular tartışılmıştır.

**Seno – Alday (2011);** Bu tez çalışmasında öncelikle uluslararasılaşma ve uluslararasılaşma teorileri ile ilgili olarak geniş bir literatür taraması yapılmıştır. Çalışmada uluslararasılaşmanın işletme performansına etkileri araştırılmıştır. Bu yüzden uluslararasılaşma derecesi olarak yabancı satışların, toplam satışlara oranı (FSTS) ve literatürde çok nadir kullanılan Herfindahl-Hirschman Index (HHI) ve Uluslararasılaşma Katsayısı (IC)'nin objektif işletme performansı göstergeleri olan ROS ve ROA değerleri üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Çalışmanın sonucunda FSTS ile ROS ve ROA arasında ikinci dereceden "U" şekli ilişkisi tespit edilmiştir. Ancak "IC" ve "HHI" nin ROS ve ROA üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkileri olmadığı belirlenmiştir.

Literatür taraması sonucunda, uluslararasılaşma derecesi ve işletme performansı ile ilgili olarak, yurt içinde ve yurt dışında yapılmış olan çalışmalardan önemli olanlar teorileri, yöntemleri ve bulguları açısından özetlenmeye çalışılmıştır.

Literatürde yer alan söz konusu bu çalışmaların konuyu dar bir perspektiften, sınırlı ve tek boyutuyla ele aldıkları ve bu yüzden konu ile ilgili olarak çok sınırlı kaldıkları belirlenmiştir. Bu nedenle bu tez çalışmasının daha önceki çalışmalardan önemli farkları şu şekilde sıralanabilir:

- Alan çalışmasının ulusal bazda daha geniş bir alanda Türkiye’de faaliyet gösteren uluslararası işletmeleri içerir bir şekilde yapılması,
- Uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörler (işletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri ve ev sahibi ülke faktörleri) açısından diğer çalışmalara göre daha kapsamlı olması,
- Uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörleri, uluslararasılaşma derecesini ve işletme performansını da içine alan üç boyutu da bir arada barındırarak bir model önerisinde bulunması,
- Literatürdeki daha önceki çalışmalarda rastlanmayan uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisinin de araştırılması,
- Analizinin içine aldığı üç boyut (uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörler, uluslararasılaşma derecesi ve işletme performansı) açısından diğer çalışmalardan daha kapsamlı olması ve konuyu daha geniş bir perspektiften ele almasıdır.

Bu perspektiflerden değerlendirildiğinde, bu tez çalışması önemli bir değere sahip olmaktadır ve özellikle de daha sonra yapılacak olan çalışmalara da ışık tutması açısından önem arz etmektedir.

Çalışmanın bu bölümünde, uluslararasılaşma, uluslararasılaşma derecesi ve işletme performansı gibi konularda daha önceki yapılan çalışmalara yer verildikten sonra bir sonraki bölüm olan üçüncü bölümde ise tez çalışmasının temel konuları olan uluslararası işletmecilik ve temel kavramlar gibi konulara yer verilecektir.

### 3. ULUSLARARASI İŞLETMECİLİK ve TEMEL KAVRAMLAR

İnsanların ve ülkelerin hiç olmadığı kadar bağımsız hale geldiği çok karmaşık bir dünyada yaşıyoruz. Kitle iletişim, medya, hız, lojistik sistemleri ve uydu vasıtasıyla haberleşme dünyanın her yanını daha önce hiç olmadığı kadar yakın hale getirmiştir (Tayeb, 1992: 1). Bunun sonucu olarak uluslararası işletmecilik faaliyetleri dünya çapında her geçen gün hızla gelişmektedir.

Uluslararası işletmecilik olgusu, dünya ekonomisinin küreselleşmesinin bir sonucu olarak son yıllarda önemi git gide artan bir hal almıştır. Bir çok işletme rekabet gücü elde etmek ve rakiplerinin önüne geçmek için uluslararası sınırların dışındaki cazip fırsatları değerlendirmek amacıyla uluslararasılaşma ile yakından ilgilenmektedir. Bu ilgi de ister istemez işletmelerin uluslararası işletme olmalarını sağlamaktadır.

Uluslararası işletmecilik yeni bir olgu olmayıp, dünyada binlerce yıldır uygulanıyor olmasına rağmen şekli, metodu ve önemi sürekli olarak gelişmektedir. Ticaret yapan ülkeler arasında, çok yönlü ve gelişen iş tekniklerince mal, kaynak ve sermayenin ülkeler arasında akışı tarih boyunca devam etmiştir (Ajami vd., 2006: 5). İşletmeler, karlı yabancı pazarlardan yüksek karlar elde etme, yurt dışında yerleşik mevcut müşterilere daha iyi hizmet, üretim ve pazarlamada ölçek ekonomilerinden faydalanma, ürün geliştirme ve pazarların maliyetlerini amortize etmek gibi bir çok sebepten dolayı sahip oldukları yetenekleri dahilinde uluslararası işletmeciliğe girişirler (Cavusgil vd., 2009: 4).

Bu bölümde uluslararası işletmecilikle yakından ilgili olarak literatürde geçen uluslararası iş, uluslararası işletmecilik, uluslararası yönetim, uluslararası işletme, çokuluslu işletme, global işletme, uluslar ötesi işletme, uluslar üstü işletme, ana ülke, ev sahibi ülke, üçüncü ülke ve uluslararasılaşma derecesi gibi kavramlara yer verilmiştir.

#### 3.1. Uluslararası İş (International Business)

Genellikle iş faaliyeti bir ülkenin kendi sınırları içerisinde gerçekleşir. “Malların alımı, satımı ve hizmeti bir ülke içinde gerçekleşen iç işler olarak” tanımlanır (Dlabay ve Scott, 2011: 8). Uluslararası iş ise bundan farklı olarak, “bireysel, işletme ve örgütlerin amaçlarını gerçekleştirmek için ulusal sınırların ötesinde tasarlanan ve taşınan işlemlerden oluşur”. Bu işlemler genellikle çok çeşitli şekillerde olur. Öncelikle uluslararası iş, ithalat-ihracat ve direkt yabancı yatırım şeklinde meydana gelebilir. Daha sonraki aşamada ise bir işletmeye tamamıyla sahiplik ve ortak girişimcilik (Joint Venture) olarak ve bunlara diğer uluslararasılaşma stratejileri olan lisans anlaşmaları, franchising ve yönetim anlaşması eklenebilir (Czinkota vd., 2011: 5).

#### 3.2. Uluslararası İşletmecilik (International Business)

Uluslararası işletmecilik, “bir işletmenin, iki veya daha çok bağımsız ülke içinde ya da arasında yer alan her türlü işletme faaliyeti” olarak ifade edilmektedir (Mutlu, 2008: 8). Başka bir tanımda ise uluslararası işletmecilik “bireysel ya da organizasyonel ihtiyaçları tatmin etmek amacıyla ulusal sınırların dışında yer alan uluslar üstü bir çalışmadır” (Rugman vd., 2006: 5).

Uluslararası işletmecilik faaliyetleri iki ana kategoriye ayrılmaktadır (Koparal, 2004: 3). Bunlar; uluslararası ticaret ve uluslararası yatırımdır. Bir işletme ürün ve hizmetlerin ihracat ve ithalatı ile meşgul olduğu zaman dış ticaret gerçekleşir.

Diğer taraftan bir işletme ana ülkesinin dışında işletmecilik faaliyetleri yürütmek amacıyla kaynak transfer ettiği zaman ise uluslararası yatırım meydana gelir (Koparal, 2004: 3).

İşletmeler, uluslararası işletmecilik faaliyetlerine başlamadan önce şu uluslararası unsurları ve bunların yan etkilerini de göz önüne alabilmelidirler (Czinkota vd. 2011: 5):

- İş fikrimiz ne kadar iyi ya da uluslararası pazarlarda hizmet için ne kadar uygun,
- Pazara ticaret yaparak mı, yatırım yaparak mı girmeliyiz,
- Tedariklerimiz yurt içinden mi yurt dışından mı olmalı,
- Yerel şartlar için gerekli olan hangi ürünleri ayarlamalıyız,
- Küresel rekabet tehditlerimiz nedir, ne beklemeliyiz ve bu tehditlere nasıl karşı atakta bulunabiliriz.

### 3.3. Uluslararası Yönetim (International Management)

Uluslararası yönetim, “örgütün maddi ve insan kaynaklarının tedarik, dağıtım ve kullanımını etkili bir şekilde koordine ederek, global çevre içinde dinamik denge durumunu korumasını sağlayarak, global amaçlarına ulaştırılması süreci” olarak adlandırılmaktadır (Mutlu, 1999: 9). Uluslararası yönetim normal iş uzmanlığının ötesinde, çoklu kur sisteminin dönüşümü, yerel müşterileri ve yasaları anlamak, örgütsel faaliyetleri ülkelerin iş düzenlemelerine uyumlu hale getirebilmek gibi bazı becerileri gerektirir (15.04.2014, [www.businessdictionary.com](http://www.businessdictionary.com)).

### 3.4. Uluslararası İşletme (International Company)

Uluslararası işletme, “kendi ülkesi dışında bir veya daha fazla ülkede faaliyet gösteren işletmelerdir” diye tanımlanabilir (Mutlu, 1999: 9). Başka bir tanımda ise “birden fazla ülkede, bireyler ve işletmeler arasında malların ve hizmetlerin karşılıklı değişimi” olarak ifade edilmiştir (06.05.2014, [www.businessdictionary.com](http://www.businessdictionary.com)). Uluslararası işletmeler, yalnız ülke içinde değil yabancı ülkelerde de çeşitli faaliyet dallarından biri ya da birkaçında üretim ve/veya satış yapan işletmelerdir. Bunlar dış ülkelerde faaliyet göstermekle beraber, dışarıda sınırlı yatırımları olan, çoğunlukla firma ana ülkesi vatandaşının yönetiminde bulunan işletmelerdir (Ünsar, 2007: 696). Uluslararası işletme kavramı literatürde birçok kaynakta çokuluslu ve global işletme kavramları yerine de kullanılmaktadır (Mutlu, 1999: 9).

Uluslararası işletmeler, ticaretin ve küreselleşmenin liberalleşmesi, özellikle fikri mülkiyet haklarını koruma, ödemelerin kolaylaşması ve ithalatın ve ihracatın yerleşmesi ve dağılık işletmelerin yönetiminde bilgi ve iletişim teknolojisi konularındaki gelişmeler tarafından büyük ölçüde etkilenmiştir (O'Connor, 2010: 31).

### 3.5. Çok Uluslu İşletme (Multinational Company)

Çokuluslu işletmelerin kesin bir tanımı yapılmamış olmakla birlikte, literatürde çok sayıda tanıma rastlamak mümkündür. Genel bir tanımla çokuluslu işletmeler, “iki veya daha fazla ülkede mülkiyeti kısmen veya tamamen kendisine ait olarak üretim ve pazarlama faaliyetleri yürüten, kendisine ait işletme stratejileri olan ve bu stratejileri tüm bağlı kuruluşları veya şubelerinde uygulayan işletmelerdir” (Mutlu, 1999: 10). Çok uluslu işletme, “birçok ülkede doğrudan yatırım yapan, net karının % 20-50’sini yabancı

ülkelerdeki faaliyetlerinden sağlayan ve her ülkede uygulanabilecek yönetim kararları geliştirebilen işletme” olarak da tanımlanmıştır (Cemalcılar, 2000: 320).

### **3.6. Global İşletme (Global Company)**

Global işletme, “faaliyetlerini dünya çapında sürdüren, ileri teknoloji kullanan, global ürün, fiyat, vb. politikalar yürüten, dünya vatandaşı yöneticiler tarafından yönetilen işletmeler” olarak ifade edilmektedir (Mutlu, 1999: 10). Global işletme teriminden mülkiyet ve yönetimin dağılmış olabileceği anlaşılabilenekte ise de bir işletmenin yerkürenin her yanında faaliyette bulunabilmesi için bu şart gerekli değildir (Şatıroğlu, 1984: 10).

### **3.7. Uluslar Ötesi İşletme (Transnational Corporation)**

Uluslararası ötesi işletme, “uluslararası ya da ülkeler arası sınırların ötesine geçebilen işletme anlamında olup, çokuluslu işletmelerin politik, ekonomik hatta ideolojik sınırları tanımadığını belirtir” (Şatıroğlu, 1984: 9).

Eğer bir işletmenin sahipliği ve yönetiminde belirli bir ulus ya da ulusların ağırlığı yoksa diğer bir ifade ile işletmenin mülkiyet ve yönetimi çok farklı uluslardan oluşan kişilere ait ise, işletmenin yapı ve faaliyetlerinde ulusal bir kimlikten söz edilemez (Mutlu, 2008: 9).

### **3.8. Uluslar Üstü İşletme (Supranational Corporation)**

Uluslar üstü işletme, “uluslararası bir anlaşma ile kurulan, uluslararası bir organ tarafından tescil ve kontrol edilmek ve bu organa vergi ödemek suretiyle varlığını sürdüren, gerektiğinde hukuki olarak milliyetini ortadan kaldıran işletmelerdir” (Mutlu, 2008: 9).

### **3.9. Ana Ülke (Parent / Home Country)**

Ana ülke, “çok uluslu işletmenin menşeinin bulunduğu ülkedir” (Mutlu, 2008: 10). Örneğin; General Motors’un ana ülkesi Amerika Birleşik Devletleri, Mercedes’in ana ülkesi Almanya ve Fiat’ın ana ülkesi ise İtalya’dır.

### **3.10. Ev Sahibi Ülke (Host Country)**

Ev sahibi ülke, “çok uluslu işletmelerin faaliyette bulunduğu ve/veya yatırım yaptığı ülkelerdir” (Mutlu, 2008: 10). Örneğin; Ana ülkesi Güney Kore olan Hyundai’nin Türkiye’deki yatırımlarından dolayı Türkiye burada ev sahibi ülke durumundadır.

### **3.11. Üçüncü Ülke (Third Country)**

Üçüncü ülke ise, “ana ülke ve ev sahibi ülke dışında kalan ve çokuluslu işletmelerin faaliyetlerine çeşitli şekillerde katılan ülkelerdir” (Mutlu, 2008: 11). Bu katılım üretim faktörlerinden herhangi birinin tedariki ile ilgili olabileceği gibi bilgi veya yönetici transferleri şeklinde de olabilir (Mutlu, 2008: 11). Örneğin; Türkiye’de faaliyet gösteren Hyundai’nin üretimi sırasında çalışan Güney Kore ve Türkiye



dışındaki ülkelerden gelen işgüçleri de istihdam edilmektedir. Bunlar üçüncü ülke vatandaşları olarak adlandırılmaktadırlar.

### 3.12. Uluslararasılaşma Derecesi (Degree of Internationalization)

Uluslararasılaşma derecesi (DOI) bir işletmenin belirli bir zaman diliminde uluslararası pazarlara olan ilgisinin bir resmini vermeye çalışan yapısal bir indikatördür (Rieck vd., 2004: 13). Uluslararasılaşma derecesi, işletme faaliyetleri içerisinde dış pazarlara yönelik olarak yapılan çalışmaların ağırlığının belirlenmesidir.

Bunun da tespit edilmesinde en basit yöntem, işletme gelirlerinin ne kadarlık kısmının yurtdışındaki faaliyetlerden geldiğinin anlaşılmasına dayanmaktadır (Cengiz vd., 2007: 7). Uluslararasılaşma derecesinin ölçülmesinde Sullivan (2004) tarafından geliştirilen bazı indeksler birlikte kullanılmaktadır. Uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak detaylı bilgilere beşinci bölümde daha ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

### 3.13. Uluslararası İşletmeciliğin Çevresi

İşletmeler, hem iç hem de dış çevreye sahiptirler. İç çevre, “işletmenin üzerinde önemli ölçüde kontrol sahibi olduğu çevredir” (Koparal, 2004: 6). Dış çevre ise “işletmenin, üzerinde çok az kontrol sahibi olduğu ya da hiçbir kontrole sahip olmadığı çevredir” (Koparal, 2004: 6).

Uluslararası faaliyet gösteren işletmeler ise uluslararası işletme çevresinin etkisi altındadırlar. Uluslararası işletme çevresi, işletmenin uluslararası faaliyetlerini doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen faktörler olarak karşımıza çıkar. Uluslararası işletmelerin, yerel işletmelerden farklı olmasının nedeni bu işletmelerin faaliyetlerinin üç değişik çevre boyutu ile ilgili olmasından kaynaklanmaktadır (Mutlu, 2008: 56). Uluslararası işletmecilikte etkili olan bu üç değişik çevre:

- Yerel çevre (domestic environment),
- Yabancı çevre (foreign environment),
- Uluslararası çevre (international environment), olarak isimlendirebilirler (Mutlu, 2008: 58).

İşletme uluslararası bir çevrede faaliyet gösteriyorsa çevreyi oluşturan etmenlerin etkileri de değişim gösterecektir. Zaten yerel işletmelerde bile bu etmenleri kontrol etmek oldukça güçtür. Oysa işletmeler bildik tanıdık yerel şartlarda doğmuş ve faaliyet göstermektedirler. Bu çevreler değiştikçe ve yabancılaştıkça ise güçlük çok daha fazla hissedilmeye başlanmaktadır (Mutlu, 2008: 56). Aşağıda uluslararası işletmeleri etkileyen üç çevre boyutu detaylı bir şekilde incelenmektedir.

#### 3.13.1. Yerel Çevre (Domestic Environment)

İşletmenin menşeinin bulunduğu çevre, yerel (ulusal) çevre olarak adlandırılmaktadır (Mutlu, 2008: 59). Bu çevre nispeten diğer iki çevreye (yabancı ve uluslararası) göre daha bilindik ve tanıdık faktörleri kapsamaktadır. Yerel işletmelerin faaliyet gösterdikleri çevre bu tür bir çevredir (Mutlu, 2008: 59-60). Yerel çevre, uluslararası işletmenin ana ülkesinin, ekonomik, politik, yasal ve sosyo-kültürel çevresi ile ilgilidir (Jain vd., 2011: 246). Bundan dolayı işletmeler bu yerel çevre faktörlerinden hem negatif hem de pozitif yönde etkilenebilirler. Bu söz konusu yerel çevrelerden kısaca bahsetmek gerekirse;

Ekonomik çevre; her ülkedeki özellikle de işletmenin ana ülkesindeki ekonomik durum, ülkenin endüstriyel yapısı, gelir düzeyi ve gelir dağılımı ile ilgilidir (Tenekecioğlu, 2003: 272). Bu faktörler işletmelerin faaliyetlerini önemli derecede etkileyebilmektedirler.

Politik ve yasal çevre; işletmelerin ana ülkelerinin politik ve yasal yapıları özellikle de uluslararasılaşmayı etkileyen politikalar işletmelerin hem faaliyetlerini hem de uluslararasılaşmalarını etkileyen önemli faktörlerdendir (Cemalcılar, 2000: 316).

Sosyo-kültürel çevre; özellikle de insanların değer yargılarını, tutumlarını, davranış biçimlerini, kültürel alışkanlıklarını, olaylara bakış açılarını, yaşam biçimlerini oluşturan ve etkileyen unsurların bulunduğu çevredir (Ülgen ve Mirze, 2013: 86). Bu unsurlar işletmelerin yerel çevrelerindeki faaliyetlerini etkileyebilmektedir.

### **3.13.2. Yabancı Çevre (Foreign Environment)**

Bir işletme için yabancı çevre, kendi ülkesi sınırları dışında faaliyet gösterdiği ülkelerin çevre faktörlerinden oluşmaktadır (Mutlu, 2008: 60). Başka bir deyişle; işletmenin ana merkezinin bulunduğu ülkenin dışında oluşup işletmenin ömrünü ve gelişimini etkileyen ve kontrol edilemeyen güçlerin tümüne verilen addır (Mutlu, 2008: 60). Yabancı çevre, uluslararası işletmenin ait olduğu ülke dışındaki çevresi ile ilgilidir ve politik ve yasal, ekonomik ve teknolojik çevreyi içermektedir (Jain vd., 2011: 246).

Politik ve yasal çevre; bütün ülkelerin politik ve yasal yapıları büyük ölçüde birbirinden farklıdır. Uluslararasılaşarak bir işletme faaliyette bulunacağı ülkeleri bu yönlerden de incelenmelidir (Cemalcılar, 2000: 316).

Ekonomik çevre; her ülkedeki ekonomik durum özellikle de işletmelerin faaliyette bulunduğu ev sahibi ülkenin endüstriyel yapısı, gelir düzeyi ve gelir dağılımı önemlidir (Tenekecioğlu, 2003: 272). Ekonomik çevre, yabancı bir çevresel faktör olarak işletmelerin faaliyetlerini önemli derecede etkilemektedir.

Teknolojik çevre; teknolojik gelişmeler, dünyanın her köşesinde uluslararası işletmecilik uygulamaları ile kazandırılabilir. Bu gelişmeler sadece ürün ve hizmetler şeklinde değil, aynı zamanda çağdaş yönetim, üretim, pazarlama ve lojistik sistemleri biçiminde de gerçekleşir. İletişim ve bilgi teknolojilerindeki çarpıcı gelişmeler sayesinde, işletmenin giderlerinden sağlanan tasarruf sayesinde kazanımları ev sahibi ülkedeki yerel ortaklar, tedarikçi işletmeler ve eğitim kurumlarıyla paylaşılır (Koparal, 2004: 5).

### **3.13.3. Uluslararası Çevre (International Environment)**

Ülkeler birbirleriyle ticari ilişkilere başladıkları andan itibaren birbirlerinin müşterisi olurlar. Böylece işletmeler hem yerel hem de uluslararası çevre koşullarıyla başa çıkmak zorunda kalırlar. Uluslararası çevre; (1) yerel güçler ve yabancı çevresel güçler arasında (2) iki ülkeden birindeki yan kuruluşun diğer ülkedeki müşterilerle iş yaptığı zaman iki ülke arasında oluşan etkileşim olarak tanımlanabilir (Mutlu, 2008: 62). Diğer taraftan uluslararası çevre; IMF, Dünya Bankası, GATT, Dünya Ticaret Örgütü vb. örgütler tarafından etkilenir. Uluslararası işletme çevresinin çeşitli uygulanış biçimleri, bir işletmenin uluslararası ticaretine engel olabilir ya da kolaylaştırabilir (Jain vd., 2011: 246).

Uluslararası çevre özellikle belirli iş tipleri için çok önemlidir. Özellikle de ithalat ve ihracat konusunda faaliyet gösteren sektörler için önemlidir. Yabancı pazarlarda meydana gelen bir resesyon ya da koruma politikası ihracata dayalı sektörlerde güçlükler meydana getirebilir (Jain vd., 2011: 14).

Uluslararası çevrede etkili olan çevresel faktörler; demografik çevre, ekonomik çevre, teknolojik çevre ve politik ve hukuki çevre bu faktörlerden bazılarıdır (Jain vd., 2011: 245).

Demografik çevre; nüfusun büyüklüğü, büyüme oranı, yaş, cinsiyet, etnik grup ve bunların coğrafi dağılımları demografik çevreyi oluşturur (Hamilton ve Webster, 2012: 177). Aynı zamanda demografik çevrede işletmelerin uluslararası çevrelerini oluşturan önemli faktörlerden biridir.

Ekonomik çevre; uluslararası ticareti etkileyen ekonomik faktörleri işaret eder. Bu faktörler ekonomik şartlar, ekonomik politikalar, ekonomik sistem, iş dönüşümünün evreleri yabancı yatırım, uluslararası organizasyonlar (IMF, World Bank, WTO, vb.), uluslararası ticaret anlaşmaları vb. olarak sıralanabilirler. Ekonomik çevre uluslararası çevrenin en önemli parçasıdır (Jain vd., 2011: 247). Bundan dolayı bu çevre işletmelerin uluslararası faaliyetlerini önemli ölçüde etkiler.

Teknolojik çevre; Teknoloji, bir ülkenin ekonomik ve sosyal gelişmesinde olduğu gibi uluslararası çevresel bir faktör olarak ta bir firmanın başarısının önemli belirleyicilerindendir (Cherunilam, 2007: 112).

Teknolojideki değişimler ürünlerdeki, hizmetlerdeki, hayat tarzlarındaki ve yaşam koşullarındaki değişimleri de beraberinde getirir. Elektronik, telekomünikasyon, taşımacılık ve bilgi teknolojileri alanında bazı yeni ürünler işletmenin yönetimini önemli derecede etkilemektedir (Jain, 2011: 269). Dolayısıyla teknolojik çevre uluslararası işletmelerin faaliyetlerini de etkileyen çok önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Politik ve hukuki çevre; uluslararası politik çevre, yerel ve yabancı politik çevrenin karşılıklı etkileşiminden ortaya çıkar. Uluslararası politik çevre çok hızlı değişir ve bu değişiklikler yerel ekonomiyi ve yerel politik çevreyi etkilediği gibi uluslararası iş çevresini de etkiler (Jain vd., 2011: 248). Yasal (hukuki) çevre ise uluslararası işletmenin faaliyetlerini gerçekleştirdiği ülkenin kural, politika ve yasalarını, uluslararası işletmenin ana ülkesinin politika ve yasalarını ve uluslararası ticareti etkileyen kural ve düzenlemeleri kapsar (Jain vd., 2011: 248).

Çalışmanın bu bölümünde uluslararası işletmecilik ile ilgili temel kavramlara yer verilmiştir, bu çalışmanın bir sonraki bölümü olan dördüncü bölümde ise uluslararasılaşma, uluslararasılaşma teorileri ve uluslararasılaşma stratejileri gibi konulara yer verilecektir.

#### 4. ULUSLARARASILAŞMA, ULUSLARARASILAŞMA TEORİLERİ ve ULUSLARARASILAŞMA STRATEJİLERİ

Çalışmanın dördüncü bölümü olan bu bölümde, uluslararasılaşma, uluslararasılaşma teorileri ve uluslararasılaşma stratejileri gibi konulara yer verilmiştir.

##### 4.1. Uluslararasılaşma Kavramı (Concept of Internationalization)

Uluslararasılaşma (internationalization) terimini tam olarak açıklamak oldukça zordur. İşletmelerin veya büyük grupların uluslararası faaliyetlerindeki dış hareketleri açıklamada uluslararasılaşma terimi kullanılmaktadır (Mutlu, 2008: 84). Bu genel kullanım sonucu şöyle bir tanım yapılabilir: “artan uluslararası faaliyetlere girme yöntemidir” (Lawrence ve Luostarinen, 1988; aktaran, Mutlu, 2008: 84). Diğer bir tanıma göre ise uluslararasılaşma, “işletmelerin ulusal sınırların dışına faaliyetlerini yaymasıdır” (Erkutlu ve Eryiğit, 2001: 149). Bu olgu tarihsel olarak çok eskilere götürülebilir de, bugünkü anlamıyla uluslararasılaşma çağımıza özgüdür (Erkutlu ve Eryiğit, 2001: 149). İşletmeler uluslararası pazarda yer almaya başladığında uluslararası nitelik kazanmış olmaktadır. Bu; ister ihracat yoluyla olsun, ister direkt yatırım ya da diğer uluslararasılaşma stratejileri biçiminde olsun fark etmemektedir (Erkutlu ve Eryiğit, 2001: 150).

##### 4.2. Uluslararasılaşmanın Altında Yatan Faktörler

Dünya ticaret sisteminde, uluslararası rekabet olarak bilinen uluslararası pazar paylaşım çabaları yoğunlaşmıştır. Bu çabaların bir kısmı iç pazarın korunması üzerine yoğunlaşırken önemli bir bölümü ise uluslararası pazarlara açılma yönünde mevcut sorunların aşılmasına yöneliktir (Tenekecioğlu, 2004: 171). Dünya pazarlarının hızla şekil değiştirmesi küçük büyük bütün işletmelerin sadece büyüme için değil aynı zamanda ayakta kalabilmek içinde uluslararasılaşmaya yönelmelerine sebep olmuştur (Czinkota vd., 2009: 225).

Uluslararasılaşma kararı ve hangi ülkenin pazarına girilmesine karar verilmesi birbiriyle çok yakından ilişkilidir. Aynı zamanda verilecek olan uluslararasılaşma kararı işletmelere, uluslararasılaşma konusunda da rehberlik eder (Tayeb, 1992: 8). Bu açılardan değerlendirildiğinde bir işletmeyi uluslararasılaşmaya yönlendirecek birçok faktör vardır. Bunların her biri hem yalnız başlarına hem de bir ya da daha fazlası ile birlikte etkili olabilirler (Grünig ve Morschett, 2012: 28).

Uluslararasılaşmanın altında yatan faktörler literatürde farklı isimlerle (içsel-dışsal nedenler, iten – çeken faktörler) ele alınmıştır. İşletmeler imkânları dâhilinde çeşitli sebeplerden dolayı uluslararasılaşmaya yönelirler ve bu sebepler genel olarak şu şekilde sıralanabilir (Cavusgil ve Knight, 2009: 6; Hodgetts, 1997: 422):

- Pazar çeşitlendirme yoluyla büyümenin yollarını arama,
- Kazançlı yabancı pazarlardan yüksek karlar elde etme,
- Üretim ve pazarlamanın ölçek ekonomilerinden yararlanma,
- Bir çok pazarda pazarlama ve ürün geliştirmeden maliyetleri amorti etmek,
- Yabancı etkisinden yeni ürün fikirleri elde etme,
- Yerel pazarlardaki rekabet etkisinden daha fazlasıyla karşı karşıya kalmak,
- Ayrıca üst düzey yöneticiler işletmeyi uluslararasılaşmaya zorlayabilir.

Mutlu (2008)'e göre uluslararasılaşma nedenleri çok çeşitli olabilir. Ama uluslararasılaşmayı cazip kılan en önemli faktör kar'dır. Henüz yeni ve keşfedilmemiş pazarlardaki karlılık pek çok işletme için çok büyük cazibe taşımaktadır. Ayrıca kar'ın bir diğer özelliği de ev sahibi ülkelerin yabancı yatırımcılara sağladığı vergi kolaylıkları ile de ilgilidir. İkinci önemli nedenin istikrar olduğunu söyleyebiliriz. Pek çok işletme kendi ülkesinde sattığı malın daha fazlasını üretebilir. Yabancı pazarlar kapasitenin değerlendirilmesinde önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bu nedenle işletmeler, üretim ve satışlarında istikrar sağlayıcı bir yöntem olan uluslararasılaşmayı hedefleyebilirler (Mutlu, 2008: 93).

Czinkota vd., (2004)'e göre işletmeler bir çok itici ve çekici faktörlerin etkisi ile birlikte uluslararasılaşmayı gerçekleştirirler. Bu faktörlerden birincisi işletmeleri uluslararasılaşma faaliyetlerine başlamayı özendiren çekici faktörlerdir. İkincisi ise işletmelerin uluslararası faaliyetlere başlamaları için zorlayan itici faktörler olarak sınıflandırılabilirler. İşletmeleri uluslararasılaşmaya iten ve çeken bu faktörler Tablo 4.1'de özetlenmiştir:

**Tablo 4.1.** İşletmeler Neden Uluslararası Pazarlara Girerler (Czinkota vd., 2004: 4).

<i>Çekici Faktörler</i>	<i>İtici Faktörler</i>
Kar avantajı, Rakipsiz ürünler, Teknolojik avantaj, Ayrıcalıklı bilgi, Yönetimin zorlaması, Vergi avantajı, Ölçek ekonomileri,	Rekabet baskıları Aşırı üretim Azalan iç satışlar Aşırı kapasite İç pazarın doyması, Müşterilere ve limanlara yakınlık

#### 4.2.1. İtici Faktörler (Re-aktif Faktörler)

İtici faktörlere içsel nedenlerde denmektedir (Yeşil, 2010: 56). Bu nedenler, işletmelerin ya kendi bünyeleri içinde ya da içinde bulunduğu çevrenin yapısından kaynaklanan zorluklarla ilgilidir. İçsel nedenler, iç yasal engeller ve iç ekonomik tıkanıklıklar, işletmenin üstün yönlerinin değerlendirilmesi ve işletmenin örgütlenme yapısının sağladığı yararlar biçiminde ifade edilirler (Mutlu, 2008: 94). Bu içsel nedenler şu şekilde açıklanabilirler:

*İç yasal engeller ve iç ekonomik tıkanıklıklar;* İşletmelerin, ulusal sınırları içinde gelişmesi, yatay ve dikey büyümesi, tekelleşme yoluna gitmek suretiyle serbest piyasa ve serbest rekabet koşullarını tehlikeye sokacak düşüncesi ülkelerin bazı sınırlayıcı önlemler almasına neden olabilir. Örneğin ülkedeki anti-tröst kanunlar yürürlüğe girebilir (Mutlu, 2008: 94). Bu da işletmelerin uluslararası işlere yönelmelerine sebep olabilir.

*İşletmenin üstün yönlerinin değerlendirilmesi;* İşletmenin yeni teknoloji geliştirmesi, üretimde tecrübe, ustalık, pazarlama ve organizasyon konularında sahip oldukları üstünlükler ve işletmelerin diğer karakteristikleri uluslararası nitelik kazanmada önemli etmenlerdir. İşletmeler böylece, temel yetenekleri ve üstün yönlerini kullanarak uluslararası alanda rekabet avantajı sağlayabilirler (Thomson vd., 2007: 196; aktaran, Mutlu, 2012: 97).

*İşletmenin örgüt yapısının sağladığı yararlar;* işletmelerin büyümesi, faaliyetlerinin çeşitlilik göstermesi ve birçok bölgeye yayılması örgüt yapısında da birçok değişime

neden olmaktadır. İşletmelerin özelliklerine ve seçecekleri bölümlere ayırma türüne göre örgütlenmiş olması uzman yöneticilere olan ihtiyacı da artıracaktır (Mutlu, 2008: 95).

Birçok işletme aktif olarak uluslararası faaliyetlere karışmak istemez, çünkü uluslararası işlerde risk ve maliyetler çok yüksektir, ödemeler oran olarak düşüktür veya işletme araştırmaları aktif olarak sürdürmek için bu gibi fırsatları yeterince değerlendiremez. Bu işletmeler, aynı zamanda küreselleşmenin getirdiği ve kendi kontrolleri dışında gelişen olaylar yüzünden uluslararası faaliyetlere katılmak zorunda kalırlar (Mendenhall vd., 1995: 221).

İtici faktörler, işletmeleri iç ekonomideki değişiklik veya baskılardan dolayı yeni pazarlarda arayışa girmelerini teşvik eder. Rekabetçilik baskısı buna bir örnektir. Aşırı üretim ise başka bir itici faktördür. İç pazardaki darboğaz süresince aşırı stokları eritmek için yabancı pazarlar ideal bir pazaryeri sağlayabilir. İç satışlardaki azalma, satış hacimlerindeki veya pazar payındaki ölçülü olup olmaması anahtar bir motivasyon aracıdır buna ek olarak aşırı kapasite güçlü bir motivasyon aracıdır. Bütün ekipmanlar tamamen kullanışlı değilse, sabit maliyetlerin başarıyla dağıtılması için işletmeler dış pazarları ideal bir yol olarak görebilirler. Son bir itici faktör ise müşteriler ve diğer hedef pazarlar için yakın olmaktır (Czinkota vd., 2009: 228).

#### 4.2.2. Çekici Faktörler (Pro-aktif Faktörler)

Çekici faktörler de dışsal nedenler olarak adlandırılırlar (Mutlu, 2008: 96). Dışsal nedenler; işletmenin kendi bünyesi içinde bulunduğu çevrenin yapısından kaynaklanan zorlamaların dışında kalan, daha çok işletmelerin faaliyet göstereceği yeni ülke şartlarının getirdiği zorluklar ve kolaylıklarla ilgilidir. Bu nedenler; ülkeler arasındaki ticaret engellerinin kaldırılması ve uluslararası organizasyonların etkisi, araştırma geliştirme ve teknolojik yenilikler, üretim faktörlerinin elde edilmesiyle ilgili zorluklar olarak ifade edilirler (Mutlu, 2008: 96). Bu dışsal faktörler şu şekilde açıklanabilir:

*Ülkelerarası ticaret engellerinin kaldırılması ve uluslararası organizasyonların etkisi;* Ortak pazarın kurulması, Avrupa Ekonomik Topluluğun kurulması ve Dünya Bankası ve Uluslararası Para Fonu gibi kuruluşlar ülkelerarası yakınlaşmayı sağlamakta, Uluslararası Para Fonu'da uluslararası ticaretin yaygınlaşmasına yardım etmektedir (Mutlu, 2008: 96 - 97). Bu organizasyonlara işletmelerin üyelik faaliyetlerin artması işletmelerin uluslararası faaliyetlerinin artmasına yardımcı olmaktadır.

*Araştırma geliştirme ve teknolojik yenilikler;* II. Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemlerde, ülkeler artan bir hızla araştırma ve geliştirme çalışmalarına önem vermişlerdir. Birçok işletme kendi bünyesi içinde büyük paralar harcayarak araştırma geliştirme birimleri kurmuşlardır (Mutlu, 2008: 97). İşletmeler Ar-Ge faaliyetlerini iyi bir şekilde organize ederek, dış pazarlarda daha çok şansa sahip olabilir (Koparal, 2004: 75). Teknolojik gelişmelerin sonucunda, haberleşme ve ulaştırma sanayinde de gelişmeler kaydedilmiş ve işletmelerin ülke dışına yatırım yaptıktan sonra karşılaştıkları yönetim, koordinasyon ve kontrol sorunları da büyük ölçüde azalmıştır (Mutlu, 2008: 97).

*Üretim faktörlerinin elde edilmesi ile ilgili zorluklar;* İşletmelerin ana ülkelerinin dışındaki ülkeler ve/veya uluslararası pazarlarda bulunan ve işletmeleri uluslararasılaşmaya ve uluslararası faaliyetlere çeken faktörler olarak bilinirler. Aynı zamanda pazarına girilecek ülkedeki, işgücü ucuzluğu, hukuki yapı, ülkenin ekonomik

durumu, yönetim şekli, vergi sistemi, ülkede bulunan teşvikler, pazara yakınlık vb. faktörler bir şirketi uluslararası faaliyetlere yönlendiren olgulardır (Yeşil, 2010: 57).

Uluslararası arenada kar en büyük çekici faktördür. Karlarını artırmak için işletmeler hem yeni pazarlara satış yaparak, satış hacimlerini artırırılar hem de deniz aşırı pazarlarda düşük maliyetli üretim yaparlar. Buna rağmen yüksek kar beklentileri hemen gerçekleşmez. Özellikle de uluslararasılaşma faaliyetleri yeni başladıysa, maliyetlerin ayarlanması genellikle karlılığı azaltır (Czinkota vd, 2009: 227-228). Rakiplerin faaliyette bulunmadığı ve yabancı pazarlardaki benzersiz ürünler ya da teknoloji avantajı da şüphesiz diğer önemli çekici faktörlerden biridir (Czinkota vd. 2009: 228). Başka bir önemli çekici faktörde, deniz aşırı pazarlardaki vergi avantajlarıdır. Hükümetler ihracatı desteklemek adına imtiyazlı vergi anlaşmaları kullanıyorlarsa, işletmeler hem yabancı pazarlarda düşük fiyatlar sunarak rekabet ederler hem de yüksek karlar elde ederler (Czinkota vd., 2009: 228).

Bir diğer çekici faktör ise, ölçek ekonomisidir. İşletmenin üretim tesislerinin ölçeği büyüdükçe verimlilikte sağlanan artış veya birim başına düşen sabit maliyetlerin düşmesidir (Şahin, 2004: 281). Bu yüzden işletmelerin ölçek ekonomisi imkânından faydalanma isteği de önemli bir çekici faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. İtici ve çekici faktörlerin bazılarının uluslararasılaşma yolu ile ev sahibi ülkelerdeki muhtemel tehlikelere karşı önlem alma ve ev sahibi ülkelerdeki fırsatları yakalama ile ilgili bağlarını Tablo 4.2'de görmek mümkündür (Grünig ve Morschett, 2012: 33).

**Tablo 4.2.** Fırsatlar ve Tehditlerle Uluslararasılaşmanın İtici ve Çekici Faktörlerinin İlgisi (Grünig ve Morschett, 2012: 33).

<i>Uluslararasılaşmanın İtici ve Çekici Faktörler</i>	<i>Tehlikelere Karşı Önlem</i>	<i>Fırsatları Yakalama</i>
Yeni müşterilere erişmek	***	**
Ölçek ve kopyalamanın maliyet faydaları	***	*
Düşük maliyet, ucuz hammadde ve ucuz işçiliğe erişim	***	*
Riskleri dağıtma / dengeleme	***	**
Yeni işletmelere erişim		***
Küresel müşterilere erişim	**	***
Stratejik güç kazanma		***

\*\*\* Çok önemli bağ, \*\*Önemli bağ, \*Bağ

### 4.3. Uluslararasılaşma Teorileri

Uluslararasılaşmanın teorileri üç yolla açıklanabilir; işletmeler yurtdışında niçin üretim yapabilir, işletmeler yerli işletmelerle rekabet etmeyi nasıl başarabilirler ve çok uluslu işletmeler özellikle yerel avantajları kullanmak suretiyle hangi ev sahibi ülkelerde üretim yapabilirler ? (Dunning ve McQueen, 2013: 79). Literatürde yapılan araştırmalarda farklı modeller kullanılmış ve ele alınan işletmelerin uluslararasılaşma süreçleri ve bu süreçlerin temel dinamikleri ve özellikleri açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmalarda, dikkate alınan modellerin, araştırmaya konu olan işletmelerin uluslararasılaşma süreçlerini tam anlamıyla açıklayamadıkları ortaya çıkmıştır (Yeşil, 2010: 43). Uluslararasılaşma teorileri, literatürde başlıca Endüstriyel Örgüt Teorisi, İşlem Maliyetleri Teorisi, Eklektik Teori, Yurtdışında Yatırım Kararı Süreci, Uppsala Uluslararasılaşma Modeli, İnovasyon Uluslararasılaşma Modeli, Ağ (network) Teorisi ve Global doğanlar şeklinde kendini göstermektedir.

### 4.3.1. Endüstriyel Örgüt Teorisi

Endüstriyel örgüt, özellikle de işletmelerin birbirleriyle rekabet etme yolları olmak üzere, pazarların ve endüstrilerin işleyişleri ile ilgilidir (Cabral, 2000: 3). Endüstriyel örgüt teorisi, 1970'lerin başlangıcından bu yana önemli bir gelişme kaydetmiştir ve mikroekonomi kültürünün merkezi bir bileşeni durumundadır (Tirole, 1988: XI). Seksenli yılların stratejisi olarak adlandırılan endüstriyel örgüt ekonomileri, dışsal çevrenin işletmelerin stratejik hareketlerindeki hakimiyetini açıklayan beş öncül teoriye dayanmaktadır (O'Keeffe vd., 1998: 2). Bunlar Neoklasik yaklaşım, Bain tipi endüstriyel örgüt, Schumpeterian görüş, Chicago okulu ve İşlem maliyetleri ekonomisidir (Güleş ve Özilhan, 2010: 480).

Literatürde en çok kullanılan endüstriyel örgüt teorisi örneği, Porter tarafından geliştirilen ve endüstriyel örgüt teorilerinin stratejiye uygulanmasıyla gerçekleştirilen "beş rekabetçi güç" modeli olarak da bilinen görüştür (Porter, 1997: 1; aktaran, Oktay, 2006: 25). Modele göre mevcut rakipler arasındaki rekabet, alıcıların pazarlık gücünden, tedarikçilerin pazarlık gücünden, potansiyel rakiplerin tehdidinden ve ikame mal ve hizmetlerin tehdidinden etkilenmektedir ve bu beş rekabetçi güç arasındaki ilişki, endüstrilerdeki rekabet yoğunluğunun belirleyici faktörleridir (Kotelnikov, 2006; aktaran, Güleş ve Özilhan, 2010: 480).

Porter, bir endüstrinin rekabet yapısını belirleyen beş rekabetçi güç ile başa çıkmada ve endüstrideki rakipleri alt etmede kullanılacak üç genel stratejinin ise, maliyet liderliği, farklılaşma ve odaklanma olduğunu öngörmektedir. Porter'a göre uygun rekabet stratejisinin seçiminde ve uygulanmasında endüstri yapısının ayrıntılı değerlendirilmesine işletmenin güçlü yönlerinin tespit edilmesine olanak sağlayan "değer zinciri" modeli kullanılmalıdır (Güleş ve Bülbül, 2004: 53- 60; aktaran, Güleş ve Özilhan, 2010: 480).

Porter tarafından ortaya atılan, beş güç modeli endüstrilerin analizi için yararlıdır ancak işletmelerin analizi için uygun değildir. Aslında 1980'lerde Porter modelinin işletme seviyesinde endüstride kullanımı sadece işletmelerin strateji geliştirmeleri için değil aynı zamanda endüstri ve rekabet politikaları üretkenler arasındaki diyalogunun bozulmasına da katkıda bulunmuştur (O'Keeffe vd., 1998: 2).

### 4.3.2. İşlem Maliyetleri Teorisi

Coase ve Williamson (1975) tarafından geliştirilen işlem maliyetleri teorisi değer yaratma boyutu ile ilişkilidir (Schweizer, 2005). Teoriye göre işletmeler üretim ve işlem maliyetlerini minimum yapma kriterine göre hareket ederler ve buna göre ortaklık yapılarını belirlerler (Kurtaran, 2007: 369). İşletmenin, işlem maliyetleri düşük olduğu zaman, işletmeler hedef pazarın faydalarından yararlanmak için pazara güvenme eğilimi gösterirler fakat maliyetler yükselince tam sahipli satış şubesi (bağlı iştirak gibi) daha hiyerarşik uluslararasılaşma şekline bürünürler (Pešková, 2006: 28).



### 4.3.3. Eklektik Teori

Eklektik teori bir ülkenin sahip olduğu işletmelerinin ve üretim faaliyetlerinin derece ve şekilleri ile birlikte başka ülkelerin işletmelerinin (yabancı işletmelerin) bu ülkedeki üretimlerini açıklamaya yönelik genel bir çerçeve sunar (Dunning, 1993: 76).

Başka bir deyişle bu teori, ülkelerin ve işletmelerin sahip oldukları olanaklara yoğunlaşarak, yabancı direkt yatırımları açıklamaya çalışmaktadır (Göksu ve Canitez, 1999: 21). Eklektik teoriye göre uluslararasılaşma stratejileri, üç grupta toplanan değişkenlerle belirlenmektedir. Bunlar; stratejik değişkenler, çevresel değişkenler ve işlemin spesifik değişkenleridir (Bell, 1993: 210, aktaran; Aydın, 1997: 37).

O’Gorman ve McTiernan, (2000: 142-143)’ e göre de eklektik teoride bir işletmenin uluslararasılaşması için üç faktör söz konusudur:

- Birincisi, uluslararasılaşmada başarı sağlayan işletmelerin, işletmeye özgü olan ya da sahipliğinden sağladığı avantajlar. Bu faktörler işletmeye ait teknoloji, yönetsel ve pazarlama yetenekleri, ürün farklılaştırma ve ölçek ekonomileridir,
- İkincisi, uluslararasılaşma için gerekli olan doğal kaynaklar ve uluslararası ticaret anlaşmaları gibi ülkeye özgü avantajlardır,
- Üçüncüsü ise deniz aşırı işletmeler için, bu avantajların satılıp satılmayacağı ya da uluslararasılaşma aracılığıyla tam sahiplik avantajının sömürülmesini dikte eden uluslararasılaşma avantajlarıdır. Bu faktörler yapım maliyeti ve sözleşmelerin uygulanması ve satılan teknolojinin değeri ile ilgili alıcıların belirsizliği gibi faktörler bu kararı etkiler.

Çok uluslu işletmelerin en uygun karar verebilmeleri için çok sayıda değişkeni ele alarak işletmelerin uzun vadeli değerini maksimum yapacak uluslararasılaşma stratejisini belirlemeleri gerekmektedir. % 100 mülkiyetle uluslararasılaşma stratejisi, global bir strateji uygulanmak istendiğinde, global stratejik koordinasyona ihtiyaç olduğunda spesifik know-how sonucu olarak yüksek miktarda gelir elde edildiğinde veya işletmenin spesifik know-how’ı büyük gizlilik gerektirdiğinde tercih edilebilir (Bell, 1994: 210, aktaran; Aydın, 1997: 37).

Yabancı bir ülkede üretimde kullanılan faktörler ucuz olabileceği gibi, ihracat stratejisine başvurmak da yüksek navlun giderleri nedeniyle maliyetli olabilir. Diğer yünden maliyet faktörünün yanında, işletmeleri yabancı ülkelerde yatırım yapmaya zorlayan hâsılatla ilgili faktörlerden de söz edilebilir. Örneğin ihracata uygun olmayan yüksek gümrük vergileri ve engelleri veya pazardaki müşterilere daha kaliteli hizmet ve mal sunma arzusu önemli olabilir (Dickson, 1994: 135; aktaran, Göksu ve Canitez, 1999: 20-21).

### 4.3.4. Yurtdışında Yatırım Karar Süreci

Yurtdışında yatırım kararı vermek isteyen bir işletme için bu süreçte genellikle dikkat edilmesi gereken bazı unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurlar şu şekilde sıralanabilirler (Aharoni, 1999: 3):

- Birincisi, süreçte yer alan sosyal sisteme bağlı organizasyonda herhangi bir seçim yapmak,
- İkincisi, uzun bir zamanda oluşan kararların süreci,
- Üçüncüsü, kararların belirsizlik altında alınması,
- Dördüncüsü, organizasyonların sahip olduğu hedefler,

- Sonuncusu ise, karar vericilerin faaliyetlerindeki hesaba katılması gereken birçok sınırlayıcı olmasıdır.

Yabancı bir ülkede yatırım yapmayı düşünen uluslararası bir yatırımcının, yatırım kararı alırken dikkate aldığı temel ve ikincil kriterler aşağıda özet bir tabloda kısaca açıklanmaya çalışılmıştır (Özyıldız, 1998: 4-5):

**Tablo 4.3.** Yatırım Kararı Kriterleri (Özyıldız, 1998: 4-5).

<i>Yatırım Kararında Dikkate Alınan Ana Kriterler</i>	<i>Yatırım Kararında Dikkate Alınan, İkincil Kriterler</i>
Pazara giriş olanakları	Mali rejim (vergi oranları, teşvikler, destekler)
İş ortamı anlayışı	İşgücü konuları
Büyümenin istikrarı	Komünikasyon olanakları
Yerel iş ortamı (vergi, teşvikler, maliyet)	Özgül lojistik ve komünikasyon sorunları
Sektöre ilişkin geçmiş deneyimler	Tüm diğer kriterlerde yeterlilik
Sorumlu kuruluşların davranışı	
Komünikasyon olanakları	
Özgül sorunlar (yatırım mekânı, gayrimenkul)	

Yapılacak yatırımın türü (tevsî, tamamlama, yeni), büyük ölçüde dikkate alınan ana ve ikincil kriterleri farklılaştırmaktadır. Ancak genel olarak yatırım kararı verilirken dikkate alınan temel kriterler uluslararasılaşma olanakları ile uluslararası iş ortamıdır. İş ortamı açısından ulaşım olanakları, istikrarlı bir ekonomi (döviz kuru, enflasyon) ve çalışma mevzuatı (sendikalaşma vb.) yatırımcının dikkate alacağı temel konulardır. Söz konusu kriterlerin değerlendirilmesi ile yatırımcı ilk aşama olarak kabaca yatırım yapabileceği ülkeleri tespit edebilecektir (Bayraktar, 2003: 14). Yatırım yerinin daha belirgin hale gelebilmesi için uluslararası yatırımcının söz konusu ülkeleri yerinde inceleyerek, iş ortamını, işgücü konularını, ilgili kurumların uygulamalarını, yetersizlik durumlarını değerlendirmesi gerekecektir. Bir sonraki aşamada ise yatırım yapılması düşünülen ülkeler her yönden (teşvikler, işgücü, telekomünikasyon, diğer altyapı unsurları, ilgili kurumlar vb.) değerlendirmeye tabi tutularak karar sürecine girilecektir (Bayraktar, 2003: 15).

Yukarıda genel hatlarıyla anlatılan yatırım kriterleri dışında yatırımcıların göz önünde bulundukları ve ülkelerin genel imajını etkileyen faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Bayraktar, 2003: 15):

- Ülkedeki yaşam standardı,
- Genel eğitim düzeyi,
- Yabancı dil konuşma oranı,
- Genel olarak yasal düzenlemeler,
- Mevcut doğal kaynaklar,
- Yurtiçi rekabet koşulları,
- İşgücü piyasasına ilişkin ayrıntılar,
- Güvenlik sorunları.

Bunlar ve benzer konuları yurtdışında bir yatırım kararı almadan önce mümkün olduğunca dikkat etmek gerekmektedir.

#### 4.3.5. Uppsala Uluslararasılaşma Modeli (U Model)

Uppsala uluslararasılaşma modeli ile ilgili ilk araştırmalar İskandinav ülkesi araştırmacıları olan 1977 yılında Johanson ve Vahlne tarafından yapılmıştır. Bundan dolayı Uppsala Okulu referans verilmektedir. Uppsala uluslararasılaşma modeli, işletmenin uluslararasılaşma sürecinin karakteristiklerini açıklar (Johanson ve Vahlne, 2009).

Bu model ilk olarak işletmelerin uluslararası faaliyetlerini ana ülkeye fiziksel mesafe olarak yakın olan ev sahibi ülkelere gerçekleştirdiğini ve yavaş yavaş psikolojik olarak uzak ülkelere hareket ettiğini ifade etmektedir. Psikolojik mesafe dil, eğitim, iş uygulamaları, kültür ve endüstriyel gelişim bakımından farklılıkları ifade etmektedir. Bu bakımdan yakın olan pazarlar ilk olarak tercih edilmektedir. Model ayrıca işletmenin yeni bir yabancı ülkede faaliyet göstermek istediğinde ilk olarak daha az kaynak gerektiren faaliyetlere ve yöntemlere başvurmakta olduğunu ve daha sonra burada tecrübe ve bilgi kazanmasıyla beraber faaliyetlerinin özellik ve derecesini artırdığını ifade etmektedir. Uppsala uluslararasılaşma modelinde uluslararasılaşma süreci dört aşamadan meydana gelmektedir. Bu aşamalar şu şekilde sıralanır (Johanson ve Wiedersheim-Paul, 1975):

- **Birinci Aşama:** Düzenli bir ihracat faaliyeti yoktur.
- **İkinci Aşama:** İhracat dolaylı olarak bağımsız acenteler ya da temsilciler aracılığıyla yapılmaktadır,
- **Üçüncü Aşama:** Satış temsilciliklerinin (bağlı iştiraklerin) kurulması,
- **Dördüncü Aşama:** Yabancı üretim ve imalat.

İşletme bu uluslararasılaşma modelinde, uluslararasılaşmaya düşük bir katılımdan, yüksek bir katılıma doğru hareket eder. Bu modele göre işletme uluslararasılaşmaya başlangıç olarak bağımsız ihracat acenteleri ya da temsilcilikler vasıtasıyla başlar. İşletme uluslararasılaşmaya sınırlı bir kaynakla katılmakta ve ev sahibi ülkeye daha az bilgi ile girmektedir. Bir sonraki adımda ise ev sahibi ülkelerde daha az riskli olan satış şubeleri (bağlı iştirakler) kurmaktadır (Johnson ve Turner, 2010: 238).

Uluslararası faaliyetler genel bilgilerin yanında özellikli pazar bilgisi gerektirmektedir. Pazar bilgisi pazarda yaşanan tecrübelerden elde edilmektedir. Bu bilgi, bir ülkeden diğerine taşınabilir ve böylece işletme pazarını genişletebilir. Bilgi, işletmenin insan kaynağının bir boyutu olarak kabul edilebilir. Sonuç olarak, pazar hakkında ne kadar çok bilgi elde edilirse o kadar çok değerli olur ve pazar hakkında derin bir bilgi sahibi olmak uluslararasılaşma stratejisi kararından daha güçlü bir varlıktır (Erkutlu ve Eriğit, 2001: 157).

#### 4.3.6. İnovasyon Uluslararasılaşma Modeli (I - Modeli)

İnovasyon uluslararasılaşma modeli (I-Modeli), Cavuşgil (1980) tarafından geliştirilmiştir. İnovasyon uluslararasılaşma modeline (I-Modeli) göre uluslararasılaşma bir adımlar serisi olarak görülürken, işletmeler için bir İnovasyon (yenilik) olarak ihracatı da göz önüne alır (Cavuşgil, 1990; aktaran, Johnson ve Turner, 2010: 238).

Bu bağlamda uluslararasılaşmanın genişlediği dönemler, inovasyon'un (yenilikçiliğin) nüfuz etmesiyle derinliğinin ve miktarının artması ile açıklanabilir. Cavuşgil'in (1990) uluslararasılaşma temelinin bazı adımlarla olduğunu ifade etmiştir

(Cavusgil, 1990; aktaran, Johnson ve Turner, 2010: 238). Bu modelin adımları ve her bir adımda gerçekleşen faaliyetler şu şekilde özetlenebilir (Gankema vd., 2000: 17):

- *Adım 1 Yerel pazarlama:* Bu aşamada işletme sadece yerel pazarla ilgilenmektedir ve hiç ihracat yapmamaktadır. İşletme ihracatla hiç ilgilenmemekte ve diğer işlerle çok meşguldür ya da ihracat siparişlerini karşılayabilecek bir kapasiteye sahip değildir. Bu adımda ihracatın satışlara oranı sıfırdır.
- *Adım 2 İhracat öncesi aşama:* İşletme bu aşamada bilgi arayışı ve ihracat faaliyetlerinin yapılabilirliğini değerlendirmektedir. Buna rağmen maliyet, risk dağıtım vb. temel bilgiler hakkında hala bilgi sahibi değildir. Bu aşamada ihracatın satışlara oranı sıfıra yakındır.
- *Adım 3 İhracat aşaması:* İşletme bu aşamada ihracata küçük çapta başlamaktadır. Fiziksel ve kültürel mesafe sınırlıdır. İhracata ilgi daha çok küçük çaplarda ve aralıklı olarak gerçekleşmektedir. Bu aşamada ihracatın satışlara oranı % 0 - 9 arasında değişiklik göstermektedir.
- *Adım 4 İhracata aktif ilgi aşaması:* Bu aşamada bir çok ülkede ihracat satışlarının artırılması adına sistematik bir çaba sarf edilmektedir. Bu faaliyetleri destekleyecek uygun bir örgüt yapısı da yer almaya başlamıştır. Bu aşamada ihracatların satışlara oranı % 10 - 39 arasında değişmektedir.
- *Adım 5 İhracata yoğunlaşma aşaması:* Bu aşamada işletme yabancı pazarlara önemli derecede bağlı kalmaktadır. Yöneticiler sürekli olarak sınırlı kaynakların yerel pazarlara mı yoksa yabancı pazarlara mı aktarılacağı seçimiyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Bir çok işletme bu aşamada lisans anlaşmaları ya da direkt yatırımla ilgilenmeye başlarlar. Bu aşamada ihracatın satışlara oranı % 40 ve daha fazladır.

Uluslararasılaşma bu şekilde bir işletmenin ekonomik veya sosyal potansiyelinde bir değişiklik yapmasını tahrik eder. Bu, uluslararasılaşmayı yaratan ve teşvik eden iç ve dış yenilikçi modeli vurgulayan önerilerdir. Bu şekilde, yenilikçilik yeni pazarlara girmek için işletmeyi teşvik eden önemli bir faktördür (Johnson ve Turner, 2010: 239).

#### 4.3.7. Ağ (Network) Teorisi

Ağ teorisi, işletme veya işletmelerin üst düzey yöneticileri ile ilgili olarak hem çok zengin hem de çok karmaşıktır. İşletme ve üst yöneticilerinin bir bütün olarak ağları ile ilgilidir (Etemad, 2013: 49). Ağ teorisi literatürde network, çevre vb. şekillerde de kullanılmaktadır.

Bu ağ, işletmelerin herhangi bir şekilde ilişki içinde olduğu başka işletmeleri ve üst düzey yöneticilerin meslektaşlarından oluşan arkadaş çevrelerini kapsar. Uluslararasılaşmada ağ'lar uzun dönemli ilişkiler olarak tanımlanır. Ağlar aşağıdaki bir veya daha fazla yöntem kullanılarak oluşturulur (Johnson ve Turner, 2010: 241):

- Ülke içindeki işletmelerin yeni ağlarla yeni ilişkiler kurma,
- Bu ağlar içine artan bir şekilde nüfuz ederek ilişkileri geliştirme,
- Mevcut ağlarla bağlantı kurma.

İşletmeler, uluslararası olmanın avantajından yararlanabilmek için farklı ülkelerdeki faaliyetlerini de koordine etmek zorundadırlar. Uluslararasılaşmış işletmenin gelişmesinde uluslararası entegrasyonlar (bütünleşmeler) oldukça önemlidir. Buna rağmen işletmelerin ihtiyaç duyduğu koordinasyon muhtemelen diğer uluslararası işletmelerin ihtiyaç duyduğundan daha azdır (Johanson ve Mattson, 2013: 302). Bu model bir işletmenin uluslararasılaşmasının ağırlıklı olarak içinde bulunduğu ağa bağlı olduğunu ifade etmektedir. Bu modelde kurulan uzun dönemli sıkı ilişkiler sonucunda, işletmelerin uluslararası pazarlarda kendi olanakları gibi, işbirliği yaptığı işletmenin olanaklarını kullanmasını da öngörmektedir. Bunu gerçekleştirebilmek için de tek şart işletmenin ağa bağlı olmasıdır (Yeşil, 2010: 50).

#### 4.3.8. Global Doğanlar

Birçok büyük ölçekli işletme uluslararasılaşmada benzer adımlar takip eder. Tipik olarak, bu işletmeler iç pazarlarda kendilerini geliştirirler ve sonra genellikle ihracat yaparak uluslararasılaşmayı denerler. Uluslararası satışlarını artırmaları olarak, birçok yabancı pazarda kademeli olarak pazarlama ve üretim faaliyetlerine girerler. Bu geleneksel model birçok işletme tarafından takip ediliyor gibi görünmesine rağmen bazı yeni işletmeler çeşitli adımlardan geçmeden doğrudan küresel pazarlara girerler. Bu işletmeler “Global Doğanlar” olarak adlandırılırlar (Gillespie ve Hennessey, 2011: 224).

Global doğan işletmeler, coğrafi çeşitlendirme yoluyla mevcut müşterilerine veya yerel pazarlarına olan bağımlılıklarını en aza indirmek gibi çeşitli içsel güçlerin bir sonucu olarak da proaktif bir şekilde uluslararasılaşma arayışına girmektedir. Birçok endüstride hızla artan rekabet karşısında işletmeler stratejik bir hamle olarak proaktif bir şekilde uluslararasılaşmaktadırlar. Global doğan işletmeler, yabancı pazar fırsatlarını belirlemek, yabancı firmalarla ortaklık arayışına girmek ve rekabet üstünlüğü elde etmek için örgütsel becerilerini zenginleştirmek amacıyla daha saldırgan bir tavır sergilemektedir (Çavuşgil vd., 2011: 36). Global doğma trendi, uluslararasılaşmaya izin veren ve küresel işleri yönetebilen bilgi teknolojilerindeki gelişmeler ile daha önce hiç olmadığı kadar hızlanmıştır (Knight ve Cavusgil, 2004: 137).

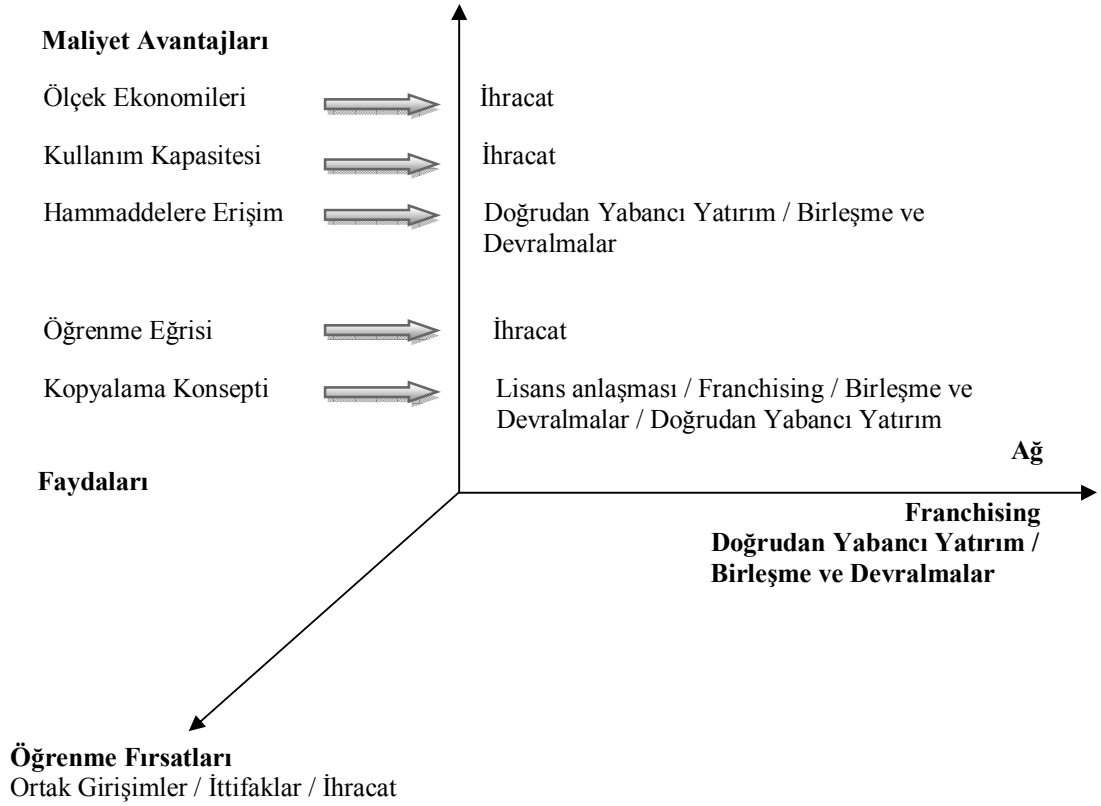
Global sermaye hareketlerinin çoğalması, ortak proje çalışmalarının artışı, iletişim ağlarının genişlemesi, bilgiye ulaşmanın hızının artışı ve maliyetinin düşmesi, kamu, yerel ve global sübvansiyonların katma değeri yüksek, pazar potansiyelinin olduğu mamullere yönelmesi, işletmeleri global doğan işletme olma yönünde teşvik eden diğer unsurlar olarak görülebilir (Çiçek ve Demirer, 2009: 10).

#### 4.4. Uluslararasılaşma Stratejileri

Uluslararasılaşma, işletmelerin ulusal sınırlarının dışına faaliyetlerini yaymasıdır (Erkutlu ve Eryiğit, 2001: 149). Uluslararasılaşma stratejileri literatürde uluslararası pazarlara giriş stratejileri, olarak da ifade edilmektedir. Öncelikle bir işletme yabancı bir ülkede alım, satım ya da üretim yapmaya karar veriyse, en iyi uluslararasılaşma stratejisine karar vermelidir (Kotler ve Armstrong, 1994: 622).

Birçok işletme uluslararasılaşma için ayrı bir özen gösterirler. Uluslararasılaşma stratejisi olarak; bir işletme ihracatı tercih edebilir çünkü risk minimumdur, başka bir işletme lisans anlaşmalarını tercih edebilir çünkü para kazanmak için kolay bir yoldur, diğer bir işletme direkt yabancı yatırımı tercih edebilir çünkü kontrolün tamamıyla kendisinde olmasını isteyebilir. Buna rağmen uluslararasılaşma stratejileri çok

sınırlayıcıdır (Kotler, 1991: 415). Uluslararasılaşma stratejilerinin ve işletmelere sağladığı avantajları aşağıdaki şekilde görmek mümkündür.



**Şekil 4.1.** Kullanılan Uluslararasılaşma Stratejileri ve Konik Öğrenme Çerçevesi (Verdin ve Heck, 2001: 114).

Şekil incelendiğinde; uluslararasılaşma stratejilerini ihracat olarak belirleyen işletmeler, ev sahibi ülkelerdeki, ölçek ekonomileri imkânlarından yararlanırlar ve bunun yanında faaliyette buldukları ülkeler hakkında geniş bir öğrenme imkânı elde edebilirler. Ayrıca ihracat stratejisini kullanmak işletmelerin fazla kapasitelerini değerlendirme imkânı sunar. Doğrudan yabancı yatırım ve Birleşme & Devralma stratejilerini kullanan işletmeler ise ucuz ve kolay hammaddeye erişme imkânı elde ederler. Bunun yanı sıra, Lisans anlaşmaları, Franchising, Birleşme & Devralma ve Doğrudan yabancı yatırım stratejilerini kullanan işletmeler ise yaptıkları işlerle ilgili ürün ve hizmetleri taklit edebilme imkânına sahip olabilirler.

Globalleşmenin etkisi ile dünyada meydana gelen hızlı gelişim ve değişimler işletme-yönetim dünyasını ve işletmeleri de çok yoğun bir biçimde etkilemekte, kullanılan üretim teknolojilerinden ürün özelliklerine, tüketici talep ve tercihlerinden pazar bünyelerine kadar pek çok yapıyı tekrar tanımlamayı gerekli hale getirmektedir (Cengiz vd., 2007: 3).

İşletmeler uluslararasılaşırken birçok güçlüklerle karşılaşır ve bunlarla baş etmek zorunda kalırlar. Uluslararasılaşma çabalarındaki en önemli güçlüklerden biri yönetimin sorumluluğunun artmasıdır. Yönetimin sorumluluğu uluslararasılaşma stratejilerinin her birine göre değişim göstermektedir. Bu sorumluluk, bilgiye, tecrübeye, yönetim sezgisine, motivasyona, kararlılığa ve değişimi oluşturan faaliyetlere bağlıdır (Mutlu, 2008: 100).

Özellikle iletişim ve taşımacılık sistemlerindeki teknolojik gelişmeler, işletmelerin yeni pazarlara ulaşmalarını çok kolay hale getirmiştir. Bütün bu gelişmelerde, uluslararasılaşmayı ve takibini kolaylaştırma ile birlikte işletmelere çok büyük kolaylıklar ve avantajlar sağlayarak maliyetleri ve riskleri azaltmaya yardımcı olmuştur. İşletmelerin uluslararasılaşma stratejileri çok çeşitlidir. Bu yöntemler bir takım değişkenlerin etkisi altındadır. Sayılan bu değişkenlerin, yönetimce değerlendirilmesi sonucunda işletmeler uluslararasılaşma stratejilerini belirleme aşamasına gelirler. Uluslararasılaşma stratejisi önemli bir karardır. Zira bu noktada yanlış karar verilmesi işletmenin başarısını doğrudan etkileyecektir (Akturan, 2008: 640).

Her uluslararasılaşma stratejisinin bir takım avantaj ve dezavantajları vardır. İşletmenin yönetim ve finansal kaynakları açısından her uluslararasılaşma stratejisinin bazı gereksinimleri olur. Yöneticiler bir uluslararasılaşma stratejisi seçtiklerinde genellikle şu ana değişkenlere dikkat ederler (Cavusgil vd, 2009: 7; Terpstra ve Sarathy, 1995: 317; aktaran, Mutlu, 2008: 101):

- İşletmenin amaç ve hedefleri; karlılık, pazar paylaşımı veya rekabetçilik pozisyonu,
- İşletmenin, finansal, organizasyonel ve teknolojik kaynakları ve kullanılabilir yeterlilikleri,
- Hedef ülkedeki, yasal, kültürel ve ekonomik şartlar ve dağıtım ve taşımacılık sistemleri gibi işletme altyapısının gerekleri,
- İşletmenin hedef ve amaçları ile ilgili yabancı girişimin riskleri,
- Pazara daha sonra giren işletmelerde ve işletmelerin rekabetinin doğması ya da mevcut rekabetin devam etmesi,
- Pazarda müşteriler için sunulan ürün veya hizmetlerin karakteristikleri,
- İşletmenin büyüklüğü ve kapasitesi,
- Ürün ve hizmetlerin sayısı ve özellikleri,
- Hedef ve pazarların sayıları ve büyüklükleri,
- Tahmini satış potansiyelleri,
- Esneklik,
- Teknoloji,
- Siyasi koşullar,

Yukarıda sayılan değişkenlerin, yönetimce değerlendirilmesi sonucunda işletmeler uluslararasılaşma stratejilerini belirleme aşamasına gelirler (Mutlu, 2008: 101). Bu stratejiler Şekil 4.2’de gösterilmiştir.



**Şekil 4.2.** İşletmelerin Uluslararasılaşma Stratejileri (McCarthy ve Perreault, 1987: 576; aktaran, Mutlu, 2008: 101)

Her bir uluslararasılaşma stratejisinin içerdiği risk farklı olmakla birlikte, firmanın kontrol alanı ve kar potansiyeli de seçilen yöntemle göre farklılık göstermektedir. Örneğin, uluslararasılaşma stratejilerinden en riskli olanı üretim tesisini yabancı ülkede firmanın kendisinin kurmasıdır. Ancak tüm kontrol firmanın elinde olur ve kar potansiyeli çok yüksektir (Cengiz vd, 2007: 23).

#### 4.4.1. İhracata Dayalı Uluslararasılaşma Stratejileri

Uluslararasılaşma stratejilerinden biri ve en az riskli olanı, ihracata dayalı olan uluslararasılaşma stratejileridir. İhracata dayalı uluslararasılaşma stratejileri; dolaysız ihracat ve dolaylı ihracat stratejilerinden oluşmaktadır. Bu stratejiler detaylı bir şekilde aşağıda açıklanmıştır.

##### 4.4.1.1. İhracat (Exporting)

İhracat, ülke dışı faaliyet biçimlerinden en kolay olanı ve en sık tercih edilenidir. İhracat aynı zamanda uluslararası ticaretin en eski biçimidir. Günümüzde ihracat faaliyetlerinin yaklaşık % 90'ından fazlası özel işletmeler tarafından üstlenilmektedir (Koparal, 2004: 76). İhracat, malların ya da hizmetlerin bir ülkeden diğer bir ülke ya da ülkelere pazarlanması, satılması ve dağıtılması olarak tanımlanır (Leeman, 2010: 12).

Literatürde ihracatın çeşitli tanımlarının olması ile birlikte, ihracat yönetmeliğine göre ihracat; bir malın ya da ekonomik değerlerin yürürlükteki ihracat mevzuatı ile gümrük mevzuatına uygun şekilde fiili ihracatın yapılması ve kambiyo mevzuatına göre bedelsiz ihracat hariç bedelinin yurda getirilmesi veya müsteşarlıkça ihracat olarak kabul edilecek sair çıkışlarıdır (Ecer ve Canitez, 2005: 2). Uluslararasılaşmanın en kolay yolu işletmenin kendisine veya başkasına ait mal ve hizmetleri yurt dışına satmasıdır. Bunun için de mevcut mamulleri genellikle ambalaj dışında bir değişikliğe uğratmadan veya alıcı ülkenin isteklerine göre değiştirerek satabilir (Tek, 1990: 188-



189). Bu nedenle ihracat uluslararasılaşmak için en yaygın kullanılan stratejidir (Douglas ve Craig, 1995: 155). İhracatın stratejisinin iki şekli vardır, bunlar dolaysız ve dolaylı ihracattır.

#### 4.4.1.1. (1) Dolaysız İhracat (Direct Exporting)

Dolaysız (doğrudan) ihracatta işletme, ülke içinde ürettiği ürünleri doğrudan yabancı müşterilere satar ve böylece aracı kullanmaksızın tüm ilgili faaliyetleri kendisi üstlenir (Koparal, 2004: 77). Önemli ticari engellerin bulunmadığı durumlarda, doğrudan ihracat firmanın kesin ihracat tercihi olmaktadır (Koparal, 2004: 77). İşletmeler kendi ihracatlarını kendileri yapabilirler. Bir miktar yatırım ve risk vardır ama potansiyel bir getirisi mevcuttur. İşletmeler ihracatı birkaç şekilde sürdürürler (Kotler, 1991: 413). Bunlar şu şekilde sıralanırlar:

*Ana ülke temelli ihracat departmanı veya bölümleri:* Bir ihracat satış yöneticisi satış işlemini gerçekleştirir ve ihtiyaç olarak piyasa yardımını alırlar. Kar merkezi olarak bütün ihracat faaliyetlerini icra etme konusunda kendi kendine yeterli hale dönüşebilirler (Kotler, 1991: 413).

*Deniz aşırı şubeler veya bağlı iştirakler:* Deniz aşırı bir satış şubesi, yabancı bir pazarda satış programının kontrolü konusunda ve imalatçının başarısı konusunda imkân tanır. Bunun yanı sıra satış şubeleri dağıtım, depolama ve promosyon merkezi bir gösterge ve müşteri ilişkileri merkezidir (Kotler, 1991: 413).

*Gezici ihracat satış temsilcileri:* İşletme bu mümessilleri iş temini için zaman zaman yurt dışına gönderir (Tek, 1998: 270).

*Yabancı ülke temelli distribütörler veya acenteler:* Distribütörler genelde malları akreditifle satın alıp malik olurlar. Acenteler ise, firma adına malları satarlar. Acentelere o ülkede firmayı tek temsil yetkisi veya genel yetkiler verilebilir (Tek, 1998: 270).

#### 4.4.1.1. (2) Dolaylı İhracat (Indirect Exporting)

Dolaylı ihracat, yerli firma ülke içinde ürettiği ürün ve hizmetleri ya aracılar vasıtasıyla ya da bu ürünleri ihraç ürünleriyle birleştiren bir başka yerli imalatçıya satmak suretiyle yabancı firmalara satar (Koparal, 2004: 77) Dolaylı ihracat, dolaysız ihracata göre çok daha kolaydır. Çünkü ne özel bir uzmanlık alanı gerektirir ne de fazla masraf. Ana ülkedeki ihracatçı aracı kuruluşlar veya kişiler işi yaparlar. Yönetim yalnızca emirleri verir (Mutlu, 2008: 102).

İşletmeler için dolaylı ihracatta kullanılan başlıca dört aracı vardır (Kotler, 1991: 413) bunlar şu şekilde sıralanabilir:

*Ana ülke temelli ihracat tacirleri:* Bu aracılar imalatçıların üretimlerini kendi hesaplarına yurtdışına satarlar (Kotler, 1991: 413).

*Ana ülke temelli ihracat acenteleri:* Bu yöntemde acente, komisyon, faiz vb. karşılığında yabancı müşteri bulma sorumluluğunu üstlenir. Bu durumda firma tüm riskle birlikte dış satıma ilişkin bazı işleri kendi üstüne alır. Bu grup içinde değişik varyasyonlara da rastlanabilir (Tek, 1998: 268).

*İşbirliği organizasyonları:* Bir işbirliği organizasyonu ihracat faaliyetlerini birkaç üretici adına yaparlar.

Bu faaliyetlerini kısmen de olsa üretici firmaların yönetimi altında yaparlar. Bu aracı şekli meyve vb. temel ürünlerin üreticilerince sıkça kullanılırlar (Kotler, 1991: 413).

*İhracat – yönetim işletmesi:* Bu araçlar, ihracatçının malını satın alır ve yurt dışında kendi hesaplarına satarlar (Tek, 1998: 268).

Dolaylı ve dolaysız (doğrudan) ihracat bir birine benzer gibi görünse de aralarında bazı farkların bulunduğunu söylemek mümkündür. Dolaylı ve dolaysız ihracat arasındaki başlıca farkları aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Koparal, 2004: 77):

- Dolaylı ihracat, doğrudan ihracata kıyasla düşük maliyetlidir ve daha az zaman alıcıdır,
- Dolaylı ihracat daha az taahhüt gerektirir ve daha düşük risk içerir ve böylece pek çok firmaya ilk kez uluslararası pazara rekabet edip girme fırsatı sağlar,
- Dolaylı ihracat, yabancı ithalatçılarla iş ilişkisi geliştirme ihtiyacı duymaksızın satış ile ilgilenen tepkisel firmalara daha çekici gelmektedir.
- Dolaylı ihracat yöntemleri, çoğunlukla daha sonra denizaşırı ihracat yapacak uluslararası işletmelere girdi üreten küçük firmalar tarafından kullanılır.
- Dolaylı ihracata yabancı alıcı ürünlerin olumsuz koşullarda, geç ve aranan özelliklere uymayan biçimde ulaştığını iddia ettiği zaman, dolaylı ihracat yapan firma kalite, teslim zamanı ve ihracat işleminin diğer yönleri üzerinde kontrolü kaybeder.

#### 4.4.2. Ortaklıklar

Sözleşmeye dayalı olan uluslararasılaşma stratejileri, Lisans anlaşmaları, Franchising, Sözleşmeli Üretim, Yönetim Sözleşmesi, Montaj Operasyonları Ortak Girişimler (Joint Venture), Konsorsiyum, Anahtar Teslim Projeler ve Yap-İşlet-Devret Modeli stratejilerinden oluşmaktadır. Bunlar aşağıda detaylı bir şekilde açıklanmaktadır.

##### 4.4.2.1. Lisans Anlaşmaları (Licensing)

Licensing kelime anlamı olarak; ruhsat vermek veya yetki vermek (Warren, 1998: 375) anlamına gelir. Lisans anlaşmaları üreticilere uluslararası pazarlarla ilgilenmenin basit bir yolunu sunar (Kotler, 1991: 414). Lisans anlaşmaları ile bir işletme ticari marka, patent, ticari sır veya diğer benzer entelektüel nitelikteki değerlerini bir royalti (lisans ücreti) ya da başka bir ücret karşılığında arz eder (Berkowitz vd, 1994: 659).

Bu anlaşmalar bir imalatçının uluslararası piyasalara girişinin nispeten kolay yollarından biridir. Buna göre lisans veren, bir imalat sürecinin, tekniğinin, markanın, patentin, ticari bir sırrın belirli bir ücret veya royalti (lisans ücreti) karşılığında lisansı alan tarafından kullanılması konusunda karşı tarafla bir anlaşma yapar. Böylece lisansı veren çok az bir riskle o pazara girmiş, lisansı alanda üretim uzmanı veya tanınmış ve/veya isim kazanmış olur (Tek, 1990: 190). Bir lisans anlaşması üstlenen bir işletme (lisansör) soyut nitelikteki haklarını başka bir firmaya (lisansiye) bahşeder. Birleşik devletler İç Gelir Servisi (IRS) soyut nitelik arz eden hakları beş kategoride sınıflandırır (Daniels ve Radebaugh, 1989: 460):

- Patentler, icatlar, formüller, işlemler, dizaynlar ve modeller,
- Telif hakları, yazınsal, müziksel veya sanat değeri taşıyan düzenlemeler,
- Markalar, marka isimleri, logolar,
- İmtiyazlar, yetkiler, sözleşmeler ve
- Metotlar, programlar, prosedürler, sistemler vb, dir.

Lisans anlaşmalarının genelde franchising'in avantajlarıyla paralel şekilde birçok avantajı vardır. Bu avantajları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Sherman, 2011: 371):

- Risk, gelişme ve dağıtım maliyetini yaymak,
- Pazara daha çabuk nüfuz etmek,
- İlk baştaki lisans verme ücretinden kazanma ve royalti (lisans ücreti) gelirleri ile devam etmesi,
- Müşteri sadakatini artırma,
- Mevcut ve test edilmiş yeni teknolojileri test etme imkânı sunmadır.

Avantajlarının yanı sıra lisans anlaşmalarının hiç de küçümsenmeyecek sayıda dezavantajları da mevcuttur (Mendenhall vd.,1995: 233; Aswathappa, 2010: 28; Durukan, 2005: 282). Bunlar:

- Ürün veya servis başarılı olursa, işletme lisans vermek yerine işleri kendisi, yaparsa lisans vermesine göre şirketin geliri daha az olur,
- İşletme kalite için yabancı lisansiye'ye bağlı kalırsa, etkili ve ürün veya servisin yükselmesi ve lisansiye etkili olmazsa bunu lisansöre yansıtacaktır,
- İşletme, yani lisansiye potansiyel bir rakip olabilir,
- Teknoloji paylaşımı için belirli bir miktar gereklidir ve işletme teknolojisini geliştirmede risk kaybedebilir,
- Kalitenin kontrolünün kaybedilmesi,
- Üçüncü ülke pazarında potansiyel bir rakip oluşturma,
- Teknolojiyi çaldırma riski,
- Sözleşmelerin beş veya on yıllık bir süreyi kapsamaması nedeniyle, lisans alan işletmenin üretim teknolojisinin tamamını öğrendiğinde ve sözleşme süresinin sonunda lisans veren işletme için bir rakip haline gelmesi,
- Dış pazardaki başarının tamamen lisans alan işletmeye bağlı olması,
- Lisans alan işletmenin satış, tutundurma ve dağıtım faaliyetlerinde yetenekleri sınırlı ise veya gereken çabayı gösteremiyorsa, lisans veren işletme hedeflediği dış pazara istediği ölçüde giremeyecektir.

Lisans anlaşmalarında, lisansiye başarılı olursa işletme daha fazla kardan vazgeçmiş olur ve anlaşma sona erdiğinde kendisine yeni rakip yaratmış olabilir (Kotler ve Armstrong, 1994: 623). O yüzden bu uluslararasılaşma stratejisini seçmeden önce avantaj ve dezavantajlarını detaylı bir şekilde değerlendirmek gerekmektedir.

#### 4.4.2.2. Franchising

Franchising kelime anlamı olarak imtiyaz hakkı (Warren, 1998: 257) anlamına gelir. Franchising, franchise verenle franchise alan arasında gerçekleşen ve franchise verenin franchise alana kendisi adına belirli bir ücret veya satışların belirli bir yüzdesi şeklinde royalti (kullanım ücreti) adı verilen ödeme karşılığında iş yapma imkanı verdiği karşılıklı bir anlaşmadır (Cengiz vd., 2007: 69).

Franchising, franchiser'ın (entelektüel varlıkların sahibi) belirli bir ücret karşılığında franchisee'ye (izin verilen firma), franchiser tarafından belirlenen biçimde bir işletmecilik faaliyetini üstlenmesi için franchiser'ın ticari marka, marka adı, pazarlama tekniği ya da özel bir faaliyet sistemi gibi entelektüel varlıkların kullanma izni verme konusunda anlaştığı bir tür lisans anlaşmasıdır (Koparal, 2004: 84).

Bu anlaşmanın başarısını garanti etmek için, franchiser aynı zamanda standart personel eğitim programları ve olanakları (örneğin, McDonald's Hamburger Üniversitesi), pazarlama ve yönetim teknikleri, kalite kontrol ve diğer lojistik destek türleri gibi destek hizmetlerini sağlamayı da kabul eder (Koparal, 2004: 84). Franchising, uluslararası olarak bir hizmet başarısı ve ürün markası sunarak, yerel bir işletmeye franchise vermek suretiyle sermaye paylaşımı ile uluslararasılaşmasına olanak tanır (Buckley ve Paliwoda, 1994: 29).

Franchising anlaşmalarının özellikle de uluslararası işletmelere sağladığı birçok avantajından bahsedilebilir, bu söz konusu avantajlar şu şekilde sıralanabilir (Koparal, 2004: 85):

- Franchisee, etkili bir faaliyet sistemiyle desteklenen, başarılı ve büyük ölçüde yaratılmış talebi bulunan ürün ve hizmetlerin üretimi işine girer. Uygulanan yüksek derecedeki standardizasyon ürün ve ortak hizmetlerin (örneğin, McDonald'sın büyük M'si) derhal tanınabilirliği anlamına gelmektedir. Özünde, franchisee ürün ve hizmetteki ispatlanmış bir kavramı (Örneğin, fast-food) uygulamaktadır,
- Franchisee'ye, ürün ve pazar geliştirmenin başlangıç maliyetlerine katılmaksızın geniş kar potansiyeli olan bir endüstride büyüme fırsatı verir,
- Ev sahibi ülke, dünyanın en saygın firmaları tarafından faaliyet yeri olarak seçilmekten bazı yararlar ve prestij sağlar.

Franchising'in avantajlarının yanında, uluslararası işletmeler için birkaç dezavantajı da bilinmektedir bu dezavantajları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Koparal, 2004: 85):

- Özünde, franchise ispatlanmış bir ürün ve hizmet başarısı aşağı yukarı garanti edilmiş ünlü ve tanınır olmazsa; franchise, sonunda küçük karşılığı olan ürün ya da hizmeti tanıtmada risk alır,
- Bazı ülkelerde franchising sözleşmesi kolayca uygulanamaz,
- Ürün zaten ev sahibi ülke dışında geliştirildiği için, franchising ülke içi Ar-Ge bedeli olarak kabul edilir.

#### 4.4.2.3. Sözleşmeli Üretim (Contract Manufacturing)

Sözleşmeli üretim, yurt dışında üretimi tercih eden işletmeler için diğer bir alternatif uluslararasılaşma stratejisidir. Sözleşmeli üretimde mamulün üretimi dış pazarda yerel bir üreticiye yaptırılır. Pazarlama faaliyetleri ise genellikle bu şekilde uluslararasılaşan işletme tarafından gerçekleştirilir. Ancak bu seçeneğin geçerli olabilmesi için dış pazarda üretimi gerçekleştiren işletmenin mamulü istenilen kalite ve miktarda üretebilme yeteneğine sahip olması lazımdır (Karafakıoğlu, 1997: 223).

Firma, yabancı bir firmaya malının üretim ve pazarlama yetkisini verme yerine, pazarlama sorumluluğunu kendisinde tutmayı tercih edebilir. Firma, üretim için dışarıda yatırım yapmaya hazır olmayabilir. Örneğin, ABD'nin ünlü departmanlı mağazalar zinciri Sears, Meksika, İspanya vb., ülkelerde departmanlı mağaza açmak için bu yönetimi uygulamıştır. Böylece sattığı birçok ürünü yerel üreticilere sözleşmeyle ürettirmiştir (Tek, 1999: 266).

Uluslararasılaşma stratejilerinin hepsinde olduğu gibi, üretim sözleşmesinin de avantaj ve dezavantajları vardır. Sakıncalı dezavantajları olmasına rağmen, birçok şirket için avantajları daha ağır basmaktadır.

Bazı belli başlı avantajları şu şekilde sıralanmaktadır (Albaum vd., 1995: 236):

- Minimum oranda nakit, zaman yatırımı ve yöneticilik yeteneği gerektirir. Özellikle rizikolu pazarlarda arzu edilir ve yeni bir pazara hızlı bir girişe izin verir,
- Pazarlama üzerinde kontrol sağlar ve satış sonrasında hizmeti ve bir markayı korur,
- Para riskleri ve mali problemlerden uzak durulmasını sağlar,
- Özellikle üretimi yerel bir üreticinin üstlenmiş olması istenilir (çünkü içeride sıkı kontroller veya yüksek gümrük duvarları vardır ya da hükümet yerel üretici ister) fakat pazarın büyüklüğü bir yatırımı garanti etmez,
- Bir ürüne, üretildiği yerin malı olarak etiketlendirilmesine müsaade eder ki buda aşırı milliyetçiliği daha güçlü kılan bir duygudur,
- Ülke içi ortallıklardan yabancı şube, bayii veya ortak girişimlerden kaçmak fiyatlamaya problemlerini artırabilir.

Sözleşmeli üretimin, avantajlarının yanı sıra bilinmesi gereken birkaç potansiyel dezavantajı da mevcuttur (Albaum vd., 1995: 236). Bunlar:

- Birincisi, üreticiden müteahhit firmaya transfer edilen kazanç,
- İkincisi, lisanslama gibi, yüksek kalitede ürün üretimi için know-how sahibi olacak potansiyel bir rakip. Bu özellikle de araştırma ve know-how bilgisinin değişim anlaşmalarının gerçekleştiği zaman (ki bazen bu iki şirket içinde faydalı olabilir).
- Üçüncü olarak, genellikle tatmin edici bir üretici bulmak zordur ve hatta daha sonra bir teknoloji transferine gereksinim duyulabilir.

Ayrıca sözleşmeli üretim bir şirketin ürünlerini başka bir ülkede üreterek uluslararasılaşmayı sağlarken, iyi kalitedeki ürünün üretildiği ülkenin menşei damgası taşımasıyla sanki o ülkenin malıymış gibi lanse edilmesine yol açabilir (Albaum vd., 1995: 236). Bu da uluslararası işletme için oldukça sakıncalı bir durumdur.

#### 4.4.2.4. Yönetim Sözleşmesi (Management Contracts)

Yönetim sözleşmesinde, yerli firma sermaye veren yabancı firmaya yönetim know-how'ı sağlar (Kotler ve Armstrong, 1994: 623). Böylece yerli firma maddi ürünler yerine belirli bir hizmet (yönetim hizmetleri) ihraç etmektedir. Bu yöntem uluslararasılaşmayı en az riskle yerine getirme olanağı sağlar. İşe başlar başlamaz gelir getirir. Eğer bir süre içinde firmaya yönettiği firmanın bir bölüm payını alma opsiyonu tanırsa anlaşma daha da çekici hale gelebilir (Tek, 1999: 267). Bir firmanın sahip olabileceği en önemli yönetim varlıklarından biri yönetim sözleşmesidir. Sermaye ve teknolojinin büyük bir kazancı olmasına rağmen, kalifiye yönetim yetersizliği birçok hükümet girişimcisinin karşılaştığı zorluklardır (Daniels ve Radebaugh, 1989: 471).

Yönetim yetkisini alan firma için yönetim sözleşmesinin başlıca yararı, işletmenin etkin bir biçimde faaliyet göstermesi ve kilit personelinin eğitimi için elverişli yönetim yetkisini memnuniyetle ele geçirmesidir. Yönetim sözleşmesinin sözleşme yapan firmaya başlıca yararı, değerli yönetsel becerilerden ve olanaklarından dünya çapında yararlanma fırsatı sağlamasıdır. Bunun yanı sıra riskleri önemli ölçüde düşürür çünkü firma proje üzerinde geniş kontrol uygular (Koparal, 2004: 86). Yönetim sözleşmesinde diğer uluslararasılaşma stratejileri gibi bazı sakıncaları bulunmaktadır (Koparal, 2004: 86). Bunlar:

- Sözleşme yapan firmanın teknolojisine aşırı bağımlı hale gelip, işinin temel aşamaları üzerinde kontrolü kaybedebilmesidir,
- Firmanın hünerlerini ve kaynaklarını transfer etmek suretiyle potansiyel bir rakip yaratarak, gelecekteki sözleşme fırsatlarını sınırlandırmasıdır.

Yönetim sözleşmesi uluslararası işletmecilik için oldukça düşük bir riske sahiptir. Diğer bazı uluslararasılaşma stratejilerinde olduğu gibi, sabit tesisler kurma sözü yoktur. Savaş, doğal afet vb. olumsuz durumlarda zarar görürse devredilebilir. Şartlar çok kötü giderse üst yöneticisi, yönettiği işletmeden rahatlıkla ayrılır (McCarthy ve Perreault, 1988: 384). Hilton otelleri zinciri bütün dünyada otellerinin yönetimi için bu yöntemi kullanır (Kotler ve Armstrong, 1994: 623).

#### 4.4.2.5. Montaj Operasyonları (Assembly Operations)

Montaj operasyonları da, uluslararasılaşma stratejisinin bir varyasyonu olarak görülmektedir, Amerika gümrük servisine göre anlamı: yapılmış parçaların birleştirilmesi veya düzenlenmesidir. Katı parçaların birleştirilmesi veya düzenlenmesi için kullanılan bu yöntemler; kaynaklamak, perçinlemek, lehimlemek, zamkla yapıştırmak, haddelemek ve dikmek olabilir (Mutlu, 2008: 116–117). Yurt dışında üretim işine girilmek istendiğinde dış pazarda ihracat ve yerel üretimin karışımı olan montaj üretimi stratejisi orta ya da uzlaşıcı bir yoldur. Firma monte edilecek parçaları veya ürün içeriklerini o ülkeye gönderir ve orada monte edilir. Türkiye’de başta otomobil sanayi olmak üzere birçok sanayi montajla başlamıştır. Bu yöntem ulaştırma ve gümrük tarife maliyetlerini azaltır ve firmanın yerel gereksinimlere daha iyi cevap vermesini kolaylaştırır (Tek, 1999: 266).

Şüphesiz montaj, firmanın yurt dışında yatırım yapmasını gerektirir. Ancak bu yatırımın büyüklüğü dış pazarın büyüklüğüne ve buna göre belirlenen montaj biriminin ölçeğine göre çok farklıdır. Hatta, montaj lisansla gerçekleştiriliyorsa, ana firmanın herhangi bir yatırım yapması bile zorunlu olmayabilir (Karafakıoğlu, 1997: 223).

Montaj operasyonlarında, işletmeler ihtiyaç duyacakları her parçayı, maliyet açısından en optimum olan ülkelerde ürettirebilirler. Örneğin; Otomobil üreten işletmelerde genellikle durum bu şekildedir, işletmeler arabanın farklı aksamalarını farklı farklı ülkelerde ürettirebilirler ve montaj ile bu parçaları birleştirilerek nihai ürün olan otomobili oluştururlar ve böylece uygun maliyetle faaliyetlerini gerçekleştirmiş olurlar.

#### 4.4.2.6. Ortak Girişim (Joint Venture)

Ortak girişimler yabancı bir işletmenin katılımıyla ürünlerin veya hizmetlerin yabancı bir ülkede üretilmesi ve pazarlanması şeklinde olan uluslararasılaşma stratejilerinden biridir (Kotler ve Armstrong, 1994: 623). Ortak girişimler çokuluslu ya da uluslararası işletmenin finansal yükünü azaltırken finansal kaynaklardan daha fazla yararlanmasına imkan sağlar (Yüksel, 1999: 141-142). Ortak girişimleri hukuki olarak tanımlamak gerekirse; ortak girişim (Joint Venture), birbirinden bağımsız birden fazla gerçek veya tüzel kişilerin belirli bir işi veya sürekli bir faaliyeti gerçekleştirmek için bir araya geldikleri sözleşmeler şeklinde tanımlanmaktadır (Kaymak ve Ercan, 2006: 1293).

Her uluslararasılaşma stratejisinde olduğu gibi ortak girişiminde hem avantajları hem de dezavantajları vardır.

Ortak girişimlerin uluslararası işletmeye sağladığı yararları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Koparal, 2004: 85):

- Uluslararası işletmenin, sermayesinin tamamını tehlikeye atılmaz, risk yerel işletme ile paylaşılır,
- Yerel işletmenin, ev sahibi ülkeye ilişkin sahip olduğu, tüm değerli bilgiler uluslararası işletme ile paylaşılır,
- Uluslararası işletme, yerel ortağın daha önce kurduğu bu bağlantılardan yararlanarak ev sahibi ülke hükümetiyle iyi ilişkiler geliştirebilir ve bu şekilde siyasi üstünlükler sağlanabilir,
- Maliyetlerde azalma sağlanabilir,
- Rakiplere teknolojik üstünlük sağlanabilir,
- Pazarda rekabetçi üstünlük elde edilebilir,
- Kaynaklara daha kolay ulaşılabilir,
- Politik baskılar azalabilir,
- Yeni pazarlara girmek kolaylaşabilir.

Ortak girişimlerin avantajlarının olduğu gibi, uluslararası işletmeler açısından taşıdığı dezavantajları da mevcuttur, bu dezavantajlar iki noktada yoğunlaşmaktadır (Koparal, 2004: 86). Bunlar:

- Kontrol olanağının azalması nedeniyle, uluslararası işletme kontrolü kaybedebilir,
- Karların yerel ortakla paylaşımı gerektirdiği için, uluslararası işletme daha az bir karla yetinmek zorunda kalabilir.

Ortak girişimin uygulamasından örnek göstermek gerekirse; Benetton, üretim ve pazarlama tesisleri kurmak için, dış pazarlarda o ülke işletmeleri ile ortaklaşa hareket etmektedir. Ortak girişim, uluslararası pazarlamayı etkileyen makro çevre faktörlerinden politik ve ekonomik faktör risklerini azaltır. Bulunulan ülkelerin kendi işletmeleriyle beraber çalışıldığından risk azalmakta, ancak ortak hareket edilen yerel ortağın üretim kapasitesi ve teknolojik durumu büyük risk oluşturmaktadır (Durukan, 2005: 282- 283).

#### 4.4.2.7. Konsorsiyum (Consortium)

Konsorsiyum iki veya daha fazla işletmenin, büyük sermayeye gereksinme duyulan konuların “liman, demiryolu, köprü ve baraj vb. gibi” yaptırılması amacıyla yaptıkları işbirliğidir (Şimşek, 2009: 81). Başka bir tanımla da konsorsiyum; bir’den çok sayıda, çok uluslu şirket mülkiyeti paylaşırlarsa bu ortak çalışma şeklinde olan iş modellerine “Konsorsiyum” denilir (Tek, 1999: 267). Ancak bir de Yap-İşlet-Devret (BOT) gibi modellerinde işi yapmak için konsorsiyumlar kurulmaktadır. Örneğin, Airbus üretim ve pazarlaması için Avrupa Konsorsiyum’u kurulmuştur. Türkiye’de de Çanakkale Boğazı köprüsü, otoyollar, İstanbul Boğazı köprüleri, barajlar vb. projeler için söz konusu olan iş modelleri konsorsiyumlardır (Tek, 1999: 267). Burada en büyük avantaj uluslararası işletmelerin bu paylaşma sayesinde birbirlerinin teknik ve sermaye olanaklarından yararlanmakta ve birleşme sonucunda ortaya çıkan sinerji’yi kullanmaktır. Böylece işletmeler yalnız başlarına yapamayacakları çok büyük işlerin üstesinden kolayca gelebilmektedirler.

Konsorsiyum’larda projenin gerçekleşmesinden sonra yapılan bu işbirliği geçerliliğini kaybetmektedir. Elde edilen kar ise işletmeler arasında paylaşılır (01.05.2014, [muhasebeturk.org](http://muhasebeturk.org)).

#### 4.4.2.8. Anahtar Teslim Projeler (Turnkey Projects)

Anahtar teslim projeler (Turnkey projects), çok uluslu bir işletmenin bir üretim tesisi kurup, personeli eğitmesi ve tesisi projenin bitimiyle birlikte kullanıma hazır hale getirmesidir (Tek, 1999: 266). Anahtar teslim projeler havaalanı, limanlar, güç santralleri, barajlar veya çok büyük fabrikalar gibi tipik projeler içerir. Anahtar teslim projelerin büyüklüğü nedeniyle, hizmet sağlayan şirketler için önemli ölçüde gelir sağlayabilir (Mendenhall vd., 1995: 236). Anahtar teslim projeler, kimya, ilaç, petrol rafine etmek ve metal işleme sanayileri gibi pahalı ve kompleks üretim teknolojilerinin hepsi için yaygındır (Hill, 2008: 406).

Anahtar teslim projelerin uluslararası işletmeler için bazı yararları mevcuttur bu yararlarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Koparal, 2004: 87; Paul, 2011):

- Firmaya özel teknik know-how'ından yararlanma fırsatı sağlar,
- Konsorsiyumdaki projelerle ilgili firmaların bir araya getirdikleri toplu finansal kaynaklardan ve tecrübelerden yararlanmayı mümkün hale getirir,
- Ev sahibi ülkeler için başlıca yararı ise, sermaye alt yapılarını kurmalarında daha uygun ve daha hızlı bir seçenek sağlaması ve yabancı hükümetler ile uluslararası kuruluşlar tarafından sağlanan finansal yardım ve düşük maliyetli proje
- Bilgi kazanılabilir,
- Geleneksel direkt yabancı yatırım'a (FDI) göre daha az risk,

Anahtar teslim projelerin avantajlarının yanı sıra uluslararası işletmeler için bazı dezavantajları mevcuttur bu dezavantajlarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Koparal, 2004: 87; Paul, 2011: 397):

- Anahtar teslim projelerinin birçoğunun nispeten kısa dönemli yapısı ve hükümetleri ilgilendiriyor olması, firmanın ev sahibi ülkeyle uzun dönemli ilişkiler kuramayacağı anlamına gelir; fakat bir ülkedeki başarı, başka ülkeler tarafından yapılacak sözleşmeleri cezpt edebilir,
- Firmanın transfer ettiği teknolojiden yerel firmalar gerçek anlamda yarar sağlayabilir ve ilerde firmanın benzer projelerdeki en büyük rakibi durumuna gelebilir,
- Firma teknolojisini ve diğer kaynaklarını transfer ettiği zaman, gerçekte rekabetçi üstünlüğünün bir kısmını da transfer eder ve bu durumdan uzun dönemde hiçbir çıkar sağlamaz.
- Yabancı bir ülkede uzun vadeli değildir,
- Bir rakip yaratabilir,
- Teknoloji satma süreci rekabet gücü avantajını satma süreci haline gelebilir.

#### 4.4.2.9. Yap - İşlet - Devret Sözleşmeleri (Build-Operate-Transfer)

Yap-İşlet-Devret sözleşmeleri, bir ülkenin temel alt yapı yatırımlarının gerçekleşmesinde iş finansmanı sağlamayı ve özel kesime açılmayı amaçlayan oldukça yeni bir uygulamadır. Bu yöntem yardımıyla ülkede elektrik santralleri, barajlar, hava alanları, karayolları ve yer altı metroları gibi büyük yatırım projelerinin gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır (Mutlu, 2008: 121).

Yap-İşlet-Devret modelinde, devletin finansman yetersizliği içinde bulunması nedeniyle yerine getiremediği bazı altyapı yatırımları belirli koşullar altında özel sektör tarafından gerçekleştirilmektedir (Ataç, 2007: 94).



Yap-işlet-devret bir işletmenin dizaynı, inşası ve ekipmanlarla donatılması bütün bir fabrikayı veya üretim sistemini ve daha sonra önceden belirlenmiş bir fiyat için satın alıcıya tekrar dönen bir çeşit anahtar teslim projedir (Steers ve Nardon, 2006: 209). Örneğin: Bir Tepe Akfen gruplarının ortak girişimi olan TAV Havalimanları Holding, yurt içinde ve yurtdışında gerçekleştirdiği birçok Havalimanı projesini gerçekleştirdikten sonra, bu havalimanlarının bir süre işletmesini yapmaktadır (01.05.2014, [tavhavalimanlari.com.tr](http://tavhavalimanlari.com.tr)).

#### 4.4.3. Doğrudan Yabancı Yatırım (Foreign Direct Investment)

Doğrudan yabancı yatırım, üretici işletmenin riski tek başına üstlenerek, uzun süreli kalabileceğine inandığı yabancı ülke pazarında (ev sahibi ülkede) üretim, tutundurma, satış ve dağıtım faaliyetlerini yürütmesidir (Durukan, 2005: 283).

Birçok faktör çokuluslu işletmeleri, ortak girişimde bulunmak yerine doğrudan yabancı yatırım yapmaya doğru itmektedir. Taşıma maliyetlerinin sürekli yükselmesi, yüksek vergi oranları, ithalat kotaları ve hükümet teşvikleri gibi birçok faktör çok uluslu işletmelerin doğrudan yabancı yatırım yapmayı tercih etmesine neden olabilmektedir (Mutlu, 2008: 122). Doğrudan yabancı yatırımın en önemli özelliği, firmanın kendi geleceğine ve ev sahibi ülkenin geleceğine olan taahhüdünü göstermesidir (Koparal, 2004: 77).

Doğrudan yabancı yatırımı gerçekleştirmeden önce uluslararası işletmelerin, kullanabileceği, başlıca önemli karar verme ekipmanları bulunmaktadır ve bu ekipmanları, şu şekilde sıralamak mümkündür (Welch vd., 2007: 324). Bunlar:

- Doğrudan yabancı yatırım ve ek olarak diğer operasyon şekilleri,
- Sahiplik seviyesi,
- Devralma (Acquisition), sıfırdan yeni yatırım (Greenfield),
- Devralma (Acquisition) hedefleri,
- Direkt yabancı yatırım paket içeriği,
- Yerleşim (ülke / bölge / şehir),
- Operasyonun derinliği,
- Finans.

Bir uluslararası işletme ihracatta deneyim kazanmışsa ve ev sahibi ülkede yeteri kadar büyümüşse, doğrudan yabancı yatırım yapmanın birçok avantajı vardır. Bunlar (Kotler ve Armstrong, 1994: 624):

- İşletme, ucuz işçilik veya hammadde yabancı hükümet teşvikleri ve nakliye tasarrufu imkânına kavuşabilir,
- İşletme büyük işler yaptığı için ev sahibi ülkede iyi bir imaj geliştirebilir,
- Genellikle işletme hükümetle, müşterilerle, tedarikçilerle ve dağıtıcılarla iyi ilişkiler geliştirebilir ve yerel pazarda, üretime daha iyi adapte olabilir,
- Sonunda işletme yatırımın tüm kontrolünü elinde tutar ve bu yüzden uzun dönemde iyi bir üretim ve pazarlama politikaları geliştirerek uluslararası amaçlarını gerçekleştirebilir.

Doğrudan yabancı yatırımın avantajlarının yanı sıra birçok dezavantajı da bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Kotler, 1991: 415):

- En büyük dezavantajları işletmelerin büyük yatırımlarının riske maruz kalmasıdır, Örneğin, bloke edilmiş ya da devalüe edilmiş para, kötüleşen pazar koşulları veya kamulaştırma,
- Şirket indirimleri az bulabilir veya üretimi durdurulabilir,
- Ev sahibi ülke, işletmede çalışanların mevcut ücretlerinin artırılmasını isteyebilir veya artırılması için rica da bulunabilir,
- Mucuk, (2001)'e göre; büyük bir yatırımı, ülkede bloke edilmiş veya devalüe edilme nedeniyle değerini kaybetmiş yerel paralar, kötüye giden bir pazar durumu gibi risklerle karşı karşıya getirmesidir.

## 5. ULUSLARARASILAŞMA DERECEŚİ, ETKİLEYEN FAKTÖRLER ve İŞLETME PERFORMANSI

Çalışmanın beşinci bölümü olan, bu bölümde tez çalışmasının odak noktalarını oluşturan, uluslararasılaşma derecesi, uluslararasılaşma derecesini belirleyen faktörler ve işletme performansı konuları ele alınmıştır.

### 5.1. Uluslararasılaşma Derecesi

Uluslararasılaşma derecesi (DOI) bir işletmenin belirli bir zaman diliminde uluslararası pazarlara olan ilgisinin bir resmini vermeye çalışan yapısal bir indikatördür (Rieck vd., 2004: 13). Uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak vurgulanması gereken temel nokta, işletme faaliyetleri içerisinde dış pazarlara yönelik olarak yapılan çalışmalarının ağırlığının belirlenmesidir (Cengiz vd., 2007: 7). Bir işletmenin uluslararasılaşma derecesinin belirlenmesinde ne gibi bir yöntem kullanılacağı da tartışılması gereken bir konudur. Bunun için kullanılan en basit yöntem işletmenin dış satışlarının toplam satışlarına oranlanmasıdır. İşletmenin genel satışlarının içindeki dış satışlarının oranı ne kadar yüksekse işletmenin uluslararasılaşma derecesi de o kadar büyük olacaktır. Bu ölçümleme çok basit olmasına rağmen, işletmenin uluslararası faaliyetlerinin yapısı ve kapasitesi hakkında az bilgi vermek gibi bir dezavantaja sahiptir (Mutlu, 2008: 84). Bundan dolayı Sullivan (1994), uluslararasılaşma derecesinin hesaplanabilmesi için bir ölçek geliştirmiştir. Bu ölçeğe göre uluslararasılaşma derecesi oranı, bir işletme için; 0,00 – 5,00 arasında bir değer alır ve buna göre;

0,00 = Uluslararasılaşma ile ilgisi yok,

5,00 = Uluslararasılaşma ile en üst düzeyde ilgili, anlamına gelmektedir.

Uluslararasılaşma derecesini hesaplamak için Sullivan (1994) tarafından geliştirilen DOI<sub>INTS</sub> ölçeği kullanılmaktadır (Altıntaş ve Özdemir, 2006: 186). Bir uluslararası işletmenin uluslararasılaşma derecesi aşağıdaki formül kullanılarak hesaplanabilir (Sullivan, 1994: 335).

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

Aşağıda Sullivan (1994)'ün geliştirmiş olduğu DOI<sub>INTS</sub> ölçeğinde kullanılan parametreler tek tek açıklanmıştır:

DOI: Degree of Internationalization; Uluslararasılaşma Derecesi,

Foreign Sales to Total Sales (FSTS): Yabancı Satışlar / Toplam Satışlar oranı. Literatürde FSTS uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak bazı çalışmalarda kullanılmış olan bir parametredir (Mlinarič ve Mlinarič, 2010; Chen ve Tan, 2010; Ebneith ve Theuvsen, 2006; Kennelly ve Lewis, 2004; Altıntaş ve Özdemir, 2006; Sullivan, 1994; Sieller, 2008; Chen ve Tan, 2012).

Foreign Assets to Total Assets (FATA): Yabancı Varlıkların Toplamı / Toplam Varlıklar. Literatürde FATA, uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak bazı çalışmalarda kullanılmış olan bir parametredir (Altıntaş ve Özdemir, 2006; Sullivan, 1994; Sieler, 2008).

Overseas Subsidiaries to Total Subsidiaries (OSTS): Yabancı Şubelerin Sayısı / Toplam Şube Sayısı. Literatürde OSTs uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak bazı çalışmalarda kullanılmış olan bir parametredir (Altıntaş ve Özdemir, 2006; Sullivan, 1994; Sieler, 2008).

Top Manager's International Experience (TMIE): Tepe Yönetimin Uluslararası Tecrübesi / Bütün Yöneticilerin Toplam Tecrübesi. Literatürde TMIE, uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak bazı çalışmalarda kullanılmış olan bir parametredir (Altıntaş ve Özdemir, 2006; Sullivan, 1994).

Psychic Dispersion of International Operations (PDIO): İhracat Yapılan Ülke Sayısı / Pazardaki Toplam Ülke Sayısı. Literatürde PDIO, uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak bazı çalışmalarda kullanılmış olan bir parametredir (Altıntaş ve Özdemir, 2006; Sullivan, 1994; Sieler, 2008).

Uluslararasılaşma derecesi literatürde, Uluslararasılaşma Derecesi Skalası haricinde, uluslararasılaşma indeksleri olarak Çokulusluluk İndeksi ve Çokulusluluk Faaliyetleri Yayılma İndeksi olarak ta kullanılabilir (Dörrenbächer, 2000: 122). Bu indeksler:

- UNTAC tarafından (1995)'te kullanılan, Transnationality Index (Çok Ulusluluk İndeksi)
- Ietto ve Gilles (1998)'te kullanılan, Transnational Activities Spread Index (Çok Ulusluluk Yayılma İndeksi)
- Sullivan (1994)'te kullanılan Degree of Internationalization Scale (Uluslararasılaşma Derecesi Skalası) gibi indekslerdir.

**Tablo 5.1.** Uluslararasılaşma İçin Kullanılan İndikatörler (Dörrenbächer, 2000: 122)

<i>Çokulusluluk İndeksi (UNTAC 1995)</i>	<i>Çokulusluluk Faaliyetleri Yayılma İndeksi (Ietto – Gilles, 1998)</i>	<i>Uluslararasılaşma Derecesi Skalası (Sullivan, 1994)</i>
Yabancı Satışların, Toplam Satışlara Oranı	Yabancı Satışların, Toplam Satışlara Oranı	Yabancı Satışların, Toplam Satışlara Oranı
Yabancı Varlıkların, Toplam Varlıklara Oranı	Yabancı Varlıkların, Toplam Varlıklara Oranı	Yabancı Varlıkların, Toplam Varlıklara Oranı
İhracat Çalışanları Sayısının, Toplam Çalışanlara Oranı	İhracat Çalışanları Sayısının, Toplam Çalışanlara Oranı	Yabancı Bağlı İştiraklerin, Toplam Bağlı İştiraklere Oranı
		Üst Düzey Yöneticilerin Uluslararası Deneyimi
		Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı

## 5.2. Uluslararasılaşma Derecesini Etkileyen Faktörler

Literatürde genellikle uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörler olarak işletme karakteristiklerine yer verilmiş olmasına rağmen, literatürdeki ana ülke ve ev sahibi ülke faktörlerini konu alan çalışmalar da baz alınarak, bu çalışma da ana ülke faktörleri ve ev sahibi ülke faktörleri de uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörler olarak değerlendirilerek araştırılmıştır.

### 5.2.1. İşletme Karakteristikleri

İşletme karakteristikleri literatürde işletmelerin sahip olduğu özellikler olarak da kullanılmaktadır. İşletmelerin karakteristikleri, işletme yaşı (faaliyet yılları), büyüklük, büyüme oranı, işletmenin uluslararası özellikte olması, örgüt yapısı ve işletmenin itibar sahibi olması gibi değişik şekillerde sınıflandırılabilir (Pfister, 2009: 81).

Literatürde, işletme karakteristiklerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştırın bazı çalışmalara ulaşılmıştır. Bunlardan Wismiarsi (2008)'in çalışmasında işletme karakteristikleri olarak işletme büyüklüğü, uluslararası deneyim ve uluslararası yönelim gibi faktörler kullanılmış ve çalışmada bunların uluslararasılaşma derecesine etkileri araştırılmıştır. Literatür taramasında ulaşılan diğer çalışmalarda ise işletme karakteristiklerinin (uluslararasılaşma derecesine etkileri dışında) çeşitli şekillerde analizlerde kullanıldığı görülmüştür. Bu çalışmada ise daha önceki çalışmalar baz alınarak diğer işletme karakteristikleri de uluslararasılaşma derecesini belirleyen faktörler olarak kullanılmıştır. Literatür taraması sonucunda ulaşılan ve işletme karakteristiklerinin yer aldığı çalışmalar şu şekilde sıralanabilir.

*İşletme büyüklüğü:* İşletmeleri, büyüklüklerine göre sınıflandırırken işletmenin kuruluş yerinin büyüklüğü, istihdam edilen personelin sayısı, üretim ve satış hacmi, öz sermaye, faaliyet karı vb. kıstaslar önem arz eder (Şimşek, 2009: 56). Bu çalışmada da çalışan sayısı işletmenin büyüklük göstergesi olarak kabul edilmiş ve değişken olarak işletme büyüklüğünü temsil etmektedir. Literatürde işletme büyüklüğü uluslararasılaşma ile ilgili olarak bazı çalışmalarda kullanılmıştır (Lu ve Beamish 2000, 2001; Mlinarič ve Mlinarič, 2010; Fleury vd., 2007; Pattnaik ve Elango, 2009; Hsu ve Boggs, 2003; Jung ve Bansal, 2009; Giovannetti vd., 2009; Hsu, 2006; Lavie ve Miller, 2008; Sadaghiani vd., 2011; Lin vd., 2011; Chang, 2011).

*İşletmenin dış ticaret departmanı çalışan sayısı:* Dış ticaret departmanı çalışan sayısı ile ilgili olarak literatür taramasında direkt olarak herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu değişken işletmenin çalışan sayısının işletme büyüklüğünü temsil etmesinden yola çıkılarak, işletmenin dış ticaret departmanının büyüklüğünü temsil etmesi amacı ile bu çalışmada işletme karakteristiği olarak kullanılmıştır.

*İşletme yaşı:* Bu çalışmada, işletme yaşı işletmenin ne kadar süredir faaliyet gösterdiğini temsilen kullanılmıştır. Literatürde işletme yaşı uluslararasılaşma ile ilgili olarak bazı çalışmalarda kullanılmıştır (Zhou vd., 2007; Mlinarič ve Mlinarič, 2010; Elango, 2006; Olmos, 2011; Bausch ve Krist, 2007; Jung ve Bansal, 2009; Chen ve Tan, 2010, 2012; Lin vd., 2011; Lavie ve Miller, 2008).

*Uluslararası deneyim:* Bir uluslararası işletmenin uluslararası pazardaki faaliyet süresini temsil etmektedir. Literatürde uluslararası deneyim uluslararasılaşma ile ilgili

olarak bazı çalışmalarda kullanılmıştır (Wismiarsi, 2008; Chen ve Hsu, 2010) ve diğere bazı çalışmalarda kullanılmıştır (Musteen vd., 2010; Sadaghiani vd., 2011; Rättich vd., 2011).

*Teşviklerin sayısı:* İşletmenin yararlanmış olduğu ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısını temsil etmektedir. Literatürde teşvik sayısına uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak herhangi bir çalışmaya ulaşılammıştır. Bu açıdan Teşvik sayılarına bu çalışmada uluslararasılaşma derecesini belirleyen bir işletme karakteristiği olarak yer verilmiştir.

*Kalite belgelerinin sayısı:* Kalite, bir mamul veya hizmetin önceden belirlenen standartlara uygunluk göstermesi şeklinde tanımlanır (Şimşek, 2001: 358). Kalite belgeleri ise bu uygunluk neticesinde işletmelere verilen belgelerdir. Bu çalışmada kalite belgelerinin sayısı işletmenin hem ulusal hem de uluslararası olarak sahip olduğu belgelerin sayısını temsil etmektedir. Literatürde kalite belgelerinin sayısı ile ilgili olarak herhangi bir çalışmaya ulaşılammıştır. Kalite belgelerinin sayısı bu çalışmada uluslararasılaşma derecesini belirleyen bir işletme karakteristiği olarak kullanılmıştır.

*Ulusal ve uluslararası marka sahipliği:* Marka, ticari eşyalar üzerine konulan ve eşyayı üreteni veya satanı tanıtmayıp, eşyayı benzerlerinden ayırt etmeye yarayan özel bir işaret veya kelime olarak tanımlanabilir (Şimşek, 2009: 25). Literatür taramasında marka sahipliği ile ilgili olarak herhangi bir çalışmaya ulaşılammıştır. Bu çalışmada ilk defa ulusal ve uluslararası marka sahipliği, işletmenin hem ulusal hem de uluslararası alanda sahip olduğu marka hakkını temsil etmektedir ve bu çalışmada uluslararasılaşma derecesini belirleyen bir işletme karakteristiği olarak kullanılmıştır.

*Ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği:* İşletmenin hem ulusal hem de uluslararası arenada sahip olduğu ticari bir örgüt üyeliğini temsil etmektedir. Literatür taramasında ticari örgüt üyeliği ile ilgili olarak herhangi bir çalışmaya ulaşılammıştır. Bu çalışma da ise uluslararasılaşma derecesini belirleyen bir işletme karakteristiği olarak kullanılmaktadır.

*Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğu:* Ar-Ge, mevcut bir ürünün daha etkin ve ucuz üretilmesi ya da halen hiç üretilmemiş ama ileride pazarda ön almak amacıyla herhangi bir alanda araştırmaya kaynak ayırmak şeklinde tanımlanabilir (Ar-Ge grubu çalışma raporu, 2004: 21). Bu çalışmadaki Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğu işletmenin toplam cirosundan Ar-Ge yatırımlarına ayırdığı miktarı temsil etmektedir. Literatürde ise Ar-Ge yatırımları uluslararasılaşma ile ilgili olarak bazı çalışmalarda kullanılmıştır (Chen ve Hsu, 2010; Lu ve Beamish, 2000, 2001; Carpenter ve Sanders, 2004; Lu ve Beamish, 2002; Hsu ve Boggs, 2003; Jung ve Bansal, 2009; Lin vd., 2011; Hsu, 2006; Lavie ve Miller, 2008; Boas ve González, 2007; Lee vd., 2010; Wahid, 2010).

*Yeni tesis ve ekipman yatırımlarının yoğunluğu;* İşletmelerin cirolarından yeni tesis ve ekipmanlara ayırmış oldukları payı temsil etmektedir. Literatürde yeni tesis ve ekipman yatırımlarının yoğunluğu ile ilgili herhangi bir çalışmaya ulaşılammıştır. Bu çalışmada ise uluslararasılaşma derecesini belirleyen bir işletme karakteristiği olarak kullanılmaktadır.

*Uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı;* İşletmelerin uluslararası faaliyetlerini devam ettirdiği ülkelerin sayısını temsil etmektedir. Literatür çalışmasında bu tür bir çalışmaya ulaşılammıştır ve bu çalışmada da ilk defa uluslararasılaşma derecesini belirleyen bir işletme karakteristiği olarak kullanılmaktadır.

*Uluslararası yönelim:* Bir işletmenin üst düzey yönetiminin uluslararasılaşmaya ne kadar ilgi duyduğu ile ilgilidir. Literatürde, uluslararası yönelim uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak (Sieler, 2008; Wismiarsi, 2008) çalışmalarında uluslararasılaşma derecesini belirleyen bir işletme karakteristiği olarak kullanılmıştır.

*Tescilli patent:* “Yeni bir üretim yöntemi ya da herhangi bir yenilik bulan ve bunları yeni mal ve hizmetler üretmek üzere kullanma hakkına sahip bir kimsenin bulunduğu yeniliği veya üretim yöntemini ve bunların yardımıyla piyasaya çıkardığı bir mala yalnız kendisinin sahip olması, başkalarının izinsiz olarak onları kullanmalarını veya kopya etmelerini engelleme hakkını veren tescil edilmiş bir ayrıcalık veya imtiyaz” şeklinde ifade edilir (Şimşek, 2009: 26). Literatürde tescilli patent hakkı ile ilgili işletme karakteristiği olarak kullanan bir çalışmaya ulaşılammıştır. Tescilli patent sahipliği bu çalışmada işletmelerin sahip olduğu karakteristiklerinden biri olarak değerlendirilerek uluslararasılaşma derecesini belirleyen bir faktör olarak kullanılmıştır.

*Reklam harcamaları:* Reklam; ürün, hizmet, fikir, örgüt, mekân ve kişilerin kimliği belirli bir kişi veya kuruluş tarafından bir bedel karşılığında yüz yüze olmayan bir şekilde sunumu ve tutundurulması etkinlikleridir (Şimşek, 2009: 382). Reklam harcamaları ya da literatürde yer alan diğer adıyla reklam yoğunluğu, bu çalışmada işletmenin cirosundan reklam harcamalarına ayırdığı payı temsil etmektedir. Literatürde reklam harcamaları uluslararasılaşma ile ilgili olarak bazı çalışmalarda kullanılmıştır (Chen ve Hsu, 2010; Lu ve Beamish, 2000, 2001, 2002; Hsu, 2006).

### 5.2.2. Ana Ülke Faktörleri

Ana ülke, “çok uluslu işletmenin menşeinin bulunduğu ülkedir” (Mutlu, 2008: 10). Ana ülke faktörleri ise işletmelerin menşei bulunduğu ülkelerin sahip olduğu faktörlerdir. Bu faktörler uluslararasılaşma derecesine doğrudan ya da dolaylı olarak etki etmektedirler. Literatür taraması sonucunda ana ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesine direkt olarak etkilerini araştıran herhangi bir çalışmaya ulaşılammıştır. Ancak bazı çalışmalarda ana ülke faktörlerinden teorik olarak bahsedilmektedir ve ana ülke faktörleri değişik şekillerde (değişkenler olarak) kullanılmıştır. Literatürdeki bu çalışmalar baz alınarak, bu çalışmada da ana ülke faktörleri olarak kullanılmışlardır. Ana ülke faktörleri ve konu ile ilgili olarak literatür taramasında ulaşılan çalışmalar şu şekildedir:

*Politika ve yasalar:* Dış ticaret politikası (veya uluslararası ticaret politikası), “bir ülkenin doğrudan doğruya bir ticaretin sınırlandırılması, engellenmesi; yapılış, uygulanış biçimlerinin belirlenmesine yönelik sistematik olarak almış olduğu yöntem ve kararları oluşturur” (21.05.2014, [tr.wikipedia.org](http://tr.wikipedia.org)). Bu çalışmada da politika ve yasalar ana ülkedeki hali hazırda uygulanmakta olan politika ve yasaları temsil etmektedir. Literatürde politika ve yasalara uluslararasılaşma ile ilgili olarak Peřková (2006)’in çalışmasında ve bazı diğer çalışmalarda rastlanmıştır (Al-Saadon ve Das, 1996; Demirbağ vd., 2007).

*Rekabetin yoğunluğu:* Rekabet, üstünlük sağlama amacı ile rakiplere karşı yürütülen yarışma etkinliklerinin bütünüdür (14.07.2014, [tr.wikipedia.org](http://tr.wikipedia.org)). Rekabet yoğunluğu, işletmelerin faaliyet gösterdiği hem ana hem de ev sahibi ülkelerdeki rakiplerin sayısı ve rekabetin düzeyini temsil etmektedir. Bu çalışmada da ana ülkedeki rekabet ortamının yoğunluğunu temsil etmektedir. Literatürde, rekabet yoğunluğu’na uluslararasılaşma ile ilgili olan çalışmalarda rastlanmıştır (Peřková, 2006; Karacaoğlu, 2006).

*Ekonomik ortam:* Bu değişken bir ülkedeki ekonomik ortamın yatırımlar için uygunluğunu göstermektedir. Bu çalışmada da ana ülkedeki mevcut ekonomik ortamı temsil etmesi amacıyla kullanılmıştır. Literatürde, ekonomik ortam’a uluslararasılaşma ile ilgili olarak Peřková (2006)’in çalışmasında yer verilmiştir.

*Yabancı pazar bilgisi sunulması:* Ana ülkelerin yatırımcılarına, yabancı pazarlardaki fırsatlar hakkında bilgi verilmesini temsil etmektedir. Literatürde yabancı pazar bilgisi sunulmasına uluslararasılaşma ile ilgili olarak Chiao vd, (2008)’in çalışmalarında yer verilmiştir.

*Yatırım fırsatları hakkında bilgi verme:* Ana ülkelerin yatırımcılarına, ülke dışında yer alan yatırım fırsatları hakkında bilgi vermesini temsil etmektedir. Literatürde uluslararasılaşma ile ilgili olarak Chiao vd, (2008)’in çalışmalarında yer verilmiştir.

*Çifte vergi anlaşması:* Çifte vergilendirme, tek bir vergi konusu üzerinden birden fazla vergi alınmasına denilmektedir (Güçlü, 2014: 1). Ana ülke ve ev sahibi ülkeler arasında yatırımcıların vergi politikalarından dolayı zarar görmelerini engellemek amacıyla bu alanda yapılmış anlaşmaları temsil etmektedir. Literatürde çifte vergi anlaşmalarına, uluslararasılaşma ile ilgili olarak Chiao vd, (2008)’in çalışmalarında yer verilmiştir.

*Ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesi:* Ana ülkelerin yurt dışında şube açmaları konusunda ulusal bankaları desteklemelerini temsil etmektedir. Literatürde ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesine, uluslararasılaşma ile ilgili olarak Chiao vd, (2008)’in çalışmalarında yer verilmiştir.



*Bürokrasi:* Ana ülkedeki işletmelerin uluslararası faaliyetlerindeki karşılaştıkları bürokrasiyi (bürokratik zorlukları) temsil etmektedir. Literatür taramasında böyle bir değişkenin kullanıldığı bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu çalışmada ana ülke faktörlerinden biri olarak uluslararasılaşma derecesini belirleyen bir faktör olarak kullanılmaktadır.

*Ana ülkenin sağladığı teşvikler:* Bir pazarı değerlemede politik ve yasal faktörlerden biri de hükümetlerin belirledikleri alanlarda işletmelere verilen yatırım teşvikleridir. Yatırım teşvikleri bir pazardaki talebi etkileme ve değiştirme gücüne sahip olabilir (Altunışık vd., 2002: 51). Bu çalışmada da ana ülkenin işletmelerin uluslararası faaliyetlerini desteklemek amacıyla sağlamış olduğu teşvikleri temsil etmektedir.

### 5.2.3. Ev Sahibi Ülke Faktörleri

Ev sahibi ülke, “çok uluslu işletmelerin faaliyette bulunduğu ve/veya yatırım yaptığı ülkelerdir” (Mutlu, 2008: 10). Ev sahibi ülke faktörleri ise işletmelerin uluslararası faaliyetlerini gerçekleştirdikleri ülkelerin sahip olduğu faktörleri temsil etmektedir. Literatür taramasında ev sahibi ülke faktörlerini uluslararasılaşma derecesine etki eden faktörler olarak yer verilen bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Ancak bazı ev sahibi ülke faktörleri farklı çalışmalarda değişik biçimlerde birer faktör olarak kullanılmıştır. Literatürdeki bu çalışmalardan yola çıkarak, bu tez çalışmasında da ev sahibi ülke faktörlerine uluslararasılaşma derecesini belirleyen birer faktör olarak yer verilmiştir. Bu ev sahibi ülke faktörleri ve literatürde yer aldığı çalışmalar aşağıda şu şekilde sıralanmaktadır:

*Pazar talebi ve/veya büyüme oranı:* Ev sahibi ülkelerin sahip olduğu pazar büyüklüğünü ve potansiyel pazarın büyüklüğünü temsil etmektedir. Literatürde pazar talebi ve/veya büyüme oranına, uluslararasılaşma ile ilgili olarak bazı çalışmalarda rastlanmıştır (Elango, 2006; Chang, 2011).

*Düşük yatırım riski:* “Yatırım riski, herhangi bir yatırımın beklenen getirisinde meydana gelebilecek olası zararlar” olarak tanımlanır (21.05.2014, [economictimes.indiatimes.com](http://economictimes.indiatimes.com)). Düşük yatırım riski ise ev sahibi ülkelerin sahip olduğu düşük riskini temsil etmektedir. Literatürde, yatırım riskine uluslararasılaşma ile ilgili olarak Agarwal ve Ramaswami (1992)’in çalışmalarında yer verilmiştir.

*Yabancı işletmelere karşı davranışlar:* Ev sahibi ülkenin yabancı kökenli işletmelere karşı olan iyi davranışlarını temsil etmektedir. Literatürde bunu içeren bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu yüzden bu tez çalışmasında uluslararasılaşma derecesini belirleyen bir ev sahibi ülke faktörü olarak kullanılmaktadır.

*Politik ve ekonomik istikrar:* Ev sahibi ülkenin algılanan politik ve ekonomik istikrarını temsil etmektedir. Literatürde politik ve ekonomik istikrara, uluslararasılaşma ile ilgisi olmayan ancak ev sahibi ülke faktörleri ile ilgili olan bazı çalışmalarda rastlanmıştır (Al-Saadon ve Das, 1996; Demirbağ vd., 2007).

*Ölçek ekonomisi:* “Bütün girdilerde meydana gelen artışa bağlı olarak ortalama maliyetlerde meydana gelen düşmedir” (Kutlu, 2004: 37). Bu çalışmada ev sahibi ülkelerin sahip olduğu ölçek ekonomisi imkânını temsil etmektedir. Literatür taramasında ölçek ekonomisini ev sahibi ülke faktörü olarak kullanılan bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bundan dolayı bu tez çalışmasında ölçek ekonomisi, ev sahibi ülke faktörü olarak kullanılmaktadır.

*Pazara fiziksel yakınlık:* Ev sahibi ülkenin asıl pazar olması ya da potansiyel pazara yakın olmasını ifade etmektedir. Literatürde pazara fiziksel yakınlığa, uluslararasılaşma ile ilgili olarak Chang (2011)’in çalışmasında yer verilmiştir.

*Tarife ve ticaret engelleri:* “Tarife dışı engeller gümrük tarifelerinin dışında uluslararası mal ve hizmet akımlarının serbest ticaret koşulları altındaki normal gelişme seyrinden saptıran her türlü amaç ve politikalar” olarak tanımlanabilir (Kaymakçı vd., 2007: 55). Bu çalışmada ise ev sahibi ülkenin işletmelere ya da işletmenin üretmiş olduğu mal ve hizmetlere uygulamış olduğu gümrük tarifelerini ve ticaret engellerini temsil etmektedir. Literatürde tarife ve ticaret engellerine, uluslararasılaşma ile ilgili olarak bazı çalışmalarda rastlanmıştır (Chiao vd., 2006, 2008; Chang, 2011).

*Yasal düzenlemeler:* Bu değişken bu çalışmada ev sahibi ülkelerdeki işletmelerin uluslararası faaliyetlerini düzenleyen ya da belirleyen mevcut yasaları temsil etmektedir. Literatürde yasal düzenlemeleri değişken olarak kullanan herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu yüzden bu tez çalışmasında yasal düzenlemeler uluslararasılaşma derecesini belirleyen bir ev sahibi ülke faktörü olarak kullanılmaktadır.

*Direkt yabancı yatırımın teşvik edilmesi (Ödüllendirmesi):* Bu değişken ev sahibi ülkelerin uluslararası işletmelerin, kendi ülkelerinde yatırım yapmaları için teşvik edilmesini ifade etmektedir. Literatürde, direkt yabancı yatırımların teşvik edilmesi bir değişken olarak uluslararasılaşma ile ilgili olarak Chiao vd, (2008)’in çalışmalarında yer verilmiştir.

*Direkt yabancı yatırımların millileştirmesi riski:* Bu değişken ev sahibi ülkede meydana gelen ihtilal vb. siyasal olaylar o ülkede yapılmış olan yatırımın ev sahibi ülke tarafından millileştirilmesinin söz konusu olmasını temsil etmektedir. Literatürde ev sahibi ülke faktörleri ile ilgili olarak Gastanaga (1998)’in çalışmasında yer verilmiştir.

### 5.3. İşletme Performansı ve Göstergeleri

İşletme performansı, “işletmenin genel stratejik amaçlarının yanı sıra satış ve pazar payındaki büyüme ve karlılıkla ilgili organizasyonel hedeflere ulaşılması” olarak tanımlanır (Hult vd., 2004: 430 - 431). Bu anlamda bir iş sisteminin performansı, belirli bir zaman dilimi sonundaki çıktısı ya da çalışmasının sonucu olarak belirtilebilir. Bu sonuç, işletme misyonunun ve/veya amacının yerine getirilmesi derecesi şeklinde algılanmalıdır (Şimşek, 2009: 175). Bu çalışmada da işletme performansının belirlenmesinde hem sübjektif hem de objektif performans değişkenleri kullanılmıştır. Bunun için geniş bir literatür taraması yapılarak performans ile ilgili değişkenler oluşturulmuştur.

Literatürde en sık kullanılan işletme performansı göstergeleri ve bunların kullanıldığı çalışmalardan önemli olanlar aşağıda belirtilmiştir. Bunlar dışında kalan bazı performans göstergeleri ise diğerlerine benzer şekilde oluşturulmuştur.

*Satışlar (Ciro):* Toplam satışların miktarını temsil eden bir değişkendir. Bu çalışmada performans göstergesi olarak yer verilmiştir. Literatürde toplam satışlar bazı çalışmalarda bir performans göstergesi olarak kullanılmıştır (Erramilli, 1996; Li vd., 2009).

*Pazar payı artışı:* Pazar payının artışı işletmenin performansını temsil eden bir değişkendir. Literatürde pazar payı artışı bazı çalışmalarda performans göstergesi olarak kullanılmıştır (Sökmen, 2006; Bausch ve Krist, 2007; Karabağ, 2008; Eriş, 2008).

*Karlılık (Kar):* Karlılık, “işletmenin belirli bir döneminde elde ettiği karın o dönemde işletmede kullanılan sermayeye oranıdır” (Şimşek, 2009: 181). Bu çalışma da işletmenin karlılığını temsil eden bir faktör olarak yer verilmiştir. Literatürde karlılık, bazı çalışmalarda performans göstergesi olarak kullanılmıştır Chiao vd. (2008).

*Büyüme hızı:* “Üretim hacminde ilerleme sağlayarak, maliyetlerde düşüş elde etmek verimliliği ve kar düzeylerini artırmak” şeklinde tanımlanmaktadır (Akgemci, 2013: 684). Literatürde büyüme hızına performans göstergesi olarak yer veren bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Bu tez çalışmasında da performans göstergesi olarak, işletmenin büyüme hızı diğer değişkenler dikkate alınarak, bir değişken olarak kullanılmıştır.

*Yatırımlar:* Yatırımlar bu çalışmada, yatırımlardaki artış ve azalış miktarını temsil eden bir değişken olarak kullanılmıştır. Bu değişken bir performans göstergesi olarak diğer değişkenler göz önünde bulundurulmuştur.

*Satışların geriye dönüş oranı:* İşletmenin net karlarının toplam satışlara bölünmesiyle bulunur (Albrecht vd., 2011: 668).

Satışların geriye dönüş oranı (ROS) = Net Kar / Satışlar şeklinde formüle edilir. Literatürde satışların geriye dönüş oranı performans göstergesi olarak bazı çalışmalarda kullanılmıştır (Bausch ve Krist, 2007; Ebneith ve Theuvsen, 2006; Chang, 2011; Majocchi ve Zucchella, 2003; Wahid, 2010).

*Yatırımların geriye dönüş oranı:* İşletmelerin yatırımlarının getirisi ile yatırımların maliyeti farkının yatırımların maliyetine bölünmesiyle bulunur.

Yatırımların geriye dönüş oranı (ROI) = (Yatırımların Getirisi – Yatırımların Maliyeti) / Yatırımların Maliyeti. formülüyle gösterilir (Cupta, 2005: 181). Literatürde, yatırımların geriye dönüş oranı’na Rutihinda (2008)’in çalışmasında yer verilmiştir.

*Öz kaynakların getirisi oranı:* İşletmelerin net gelirlerinin hissedarların öz kaynaklarına bölünmesiyle bulunur.

Öz kaynakların getirisi oranı (ROE) = Net Gelir / Hissedarların Öz Kaynakları formülüyle gösterilir (Lee ve Lee, 2006: 217). Literatürde, öz kaynakların getirisi oranı performans göstergesi olarak bazı çalışmalarda kullanılmıştır (Bausch ve Krist, 2007; Hsu ve Boggs, 2003; Ebneith ve Theuvsen, 2006; Hsu, 2006).

*Varlıkların geri dönüş oranı:* İşletmelerin, net karlarının aktiflere bölünmesiyle hesaplanır ve Varlıkların geriye dönüş oranı (ROA) = Net Kar / Aktifler formülüyle ifade edilmektedir (Lee ve Lee, 2006: 217). Literatürde varlıkların geri dönüş oranı performans göstergesi olarak bazı çalışmalarda kullanılmıştır (Bausch ve Krist, 2007; Hsu ve Boggs, 2003; Lavie ve Miller, 2008; Majocchi ve Zucchella, 2003; Boas ve González, 2007; Wahid, 2010; Nielsen, 2010).

*Yerel satışların karlılığı:* Bu değişken işletmenin yurt içindeki satışlarının karlılığını ifade etmektedir. Bu çalışmada işletmenin performansına etki eden bir değişken olarak kullanılmıştır.

*Yerel satışlar:* Bu değişken işletmenin yurt içindeki satışlarının miktarını göstermektedir. Literatürde yerel satışlar bazı çalışmalarda performans göstergesi olarak kullanılmıştır (Rättich, 2010; Rutihinda, 2008; Eren, 2006).

*Uluslararası satışların karlılığı:* Bu değişken işletmenin gerçekleştirdiği yurtdışı satışlarının karlılığını ve işletme performansını gösteren bir faktör olarak kullanılmıştır.

*Uluslararası satışlar:* İşletmelerin uluslararası satışlarının miktarını gösteren bir faktördür. Literatürde uluslararası satışlar, Rättich (2010) çalışmasında yer almaktadır.

*İhracat yapılan ülke sayısı:* İhracat yapılan ülke sayısı da işletmenin uluslararası faaliyetlerinin yapıldığı ülke sayısını temsil etmektedir. Bu çalışmada işletme performansının bir göstergesi olarak kullanılmaktadır ve çalışma da işletmelere direkt olarak sorulmuştur.

*İhracat satışları:* Bu değişken bu çalışmada işletmenin toplam ihracat satışlarını temsil etmektedir ve bu çalışmada performans göstergesi olarak kullanılmaktadır ve bu rakam Fortune 500 Türkiye listesinden hazır olarak elde edilmiştir.

Çalışmanın bir sonraki bölümü olan altıncı bölümde, tez çalışmasının hipotezlerine yer verilecektir.

## 6. ULUSLARARASILAŞMA DERECESİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER ULUSLARARASILAŞMA DERECEŚİ ve PERFORMANS İLİŞKİSİ ve İLGİLİ HİPOTEZLER

Çalışmanın bu bölümünde tez çalışmasının, işletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri, ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi ve işletme performansı arasındaki ilişkilere ve ilgili hipotezlere yer verilmiştir.

### 6.1. İşletme Karakteristikleri ve Uluslararasılaşma Derecesi'ne İlişkin Hipotezler

İşletme karakteristikleri, işletmelerin sahip oldukları özellikler olarak adlandırılmaktadır. İşletme karakteristiklerinin, bu çalışmada işletmelerin uluslararası faaliyetlerine dolayısıyla da uluslararasılaşma derecesine etki eden önemli özellikler oldukları kabul edilmektedir.

Bu tez çalışmasında işletme karakteristiklerinin uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilediği önerilmektedir. Teorik çerçevede ele alındığında, Mutlu (2012) işletmelerin üstün yönlerinin değerlendirilmesi ve örgüt yapılarının sağladığı yararların işletmeleri uluslararasılaşmaya özendirilen önemli faktörler olduğunu belirtmiştir. İşletme karakteristikleri ve uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak yapılan literatür taramasında Wismiarsi (2008)'in çalışmasında işletme karakteristiklerinin (işletme büyüklüğü, uluslararası deneyim) uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif etkilerinin olduğu bulunmuştur. Diğer taraftan, işletme karakteristiklerinin literatürde uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olmasa bile birçok çalışmada bağımsız değişken ve kontrol değişkeni olarak kullanıldıkları görülmüştür. Hem Wismiarsi (2008)'in hem de literatürdeki diğer çalışmalardan yola çıkarak, işletme karakteristiklerinin (dış ticaret departmanı çalışan sayısı, işletme yaşı, ulusal ve uluslararası kalite sertifikalarının sayısı, ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısı, Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğu, yeni tesis ve ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, reklam harcamalarının yoğunluğu, tescilli patent sahipliği, ulusal ve uluslararası marka sahipliği, ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği) uluslararasılaşma derecesine olan etkilerini araştırmak amacıyla aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur. Bu hipotezlere hem ana hipotezler hem de alt hipotezler olarak yer verilmiştir. Söz konusu hipotezler hem literatürde daha önce test edilmiş olan hem de bu çalışmada ilk defa test edilecek olan hipotezlerden oluşmaktadır.

İşletme karakteristiklerinin uluslararasılaşma derecesine olan etkilerini araştırmak amacıyla oluşturulan ana hipotez "H1" hipotezidir ve bu hipoteze bağlı olarak ise işletme karakteristikleri ile ilgili olarak diğer alt hipotezler oluşturulmuştur.

**H1:** İşletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

Bu çalışmada işletmelerin büyüklüğünün uluslararasılaşma derecesine pozitif etkilerinin olabileceği önerilmektedir. İşletmeleri büyüklüklerine göre sınıflandırırken, istihdam edilen personelin sayısı büyük önem taşımaktadır (Şimşek, 2009: 56). Konu ile ilgili olarak yapılan literatür taramasında Wismiarsi (2008)'in çalışmasında işletme büyüklüğünün uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilediği bulunmuştur. Literatürde konu ile ilgili başka çalışmaya rastlanmasa da, işletme büyüklüğünü kontrol değişkeni olarak kullanan ve işletme performansı ilişkisini araştıran birçok çalışmaya rastlanmıştır.

Örneğin, Aldrich ve Auster (1986) ve Stuart (2000)'in çalışmalarında büyük ölçekli işletmelerin küçük ölçekli işletmelere nazaran daha fazla ayakta kalabildiği bulunmuştur. Bloodgood vd., (1996)'in çalışmalarında büyük işletmelerin yöneticilerinin, küçük işletmelerin yöneticilerine göre daha çok uluslararası deneyime sahip olduğu ve bununda işletmenin performansını pozitif yönde etkileyeceği savunulmuştur. Chen ve Tan (2012) ve Elango (2003), çalışmalarında işletme büyüklüğünün kontrol değişkeni olarak uluslararasılaşma ve firma performansını modere edici olduğunu ifade etmişlerdir. Brouthers vd. (2003), Goerzen ve Beamish (2003), Lu ve Beamish (2001) ve Pešková (2006) çalışmalarında işletme karakteristiklerinin işletmenin uluslararası performansını pozitif yönde etkileyeceğini ifade etmişlerdir.

Bu çalışmada ise literatürde yer alan teorik ve alan çalışmaları baz alınarak işletme büyüklüğünün, uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştırmak üzere aşağıda yer alan ve alt hipotezlerden birincisi olan "H<sub>1.1</sub>" hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>1.1</sub>:** İşletme büyüklüğü, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

Çalışmanın diğer bir hipotezi işletmelerin dış ticaret departmanı çalışan sayısının ile uluslararasılaşma derecesini ilişkisini konu almaktadır. Bu çalışmada dış ticaret departmanı çalışan sayısının uluslararasılaşma derecesini pozitif anlamda etkileyeceği önerilmektedir. Teorik ve alan çalışması bağlamında literatür tarandığında, konu ile ilgili olarak herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır. Çalışmada işletme büyüklüğünde olduğu gibi, dış ticaret departmanı çalışan sayısının da bu departmanın büyüklüğünü gösterdiği kabul edilmiştir. Dış ticaret departmanı çalışan sayısının, uluslararasılaşma derecesine etkisini araştırmak ve literatüre bu yönde katkı yapabilmek adına aşağıda yer alan ve alt hipotezlerden ikincisi olan "H<sub>1.2</sub>" hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>1.2</sub>:** İşletmenin dış ticaret departmanı çalışan sayısı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

Bu çalışmada ele alınan diğer bir işletme karakteristiği, işletme yaşıdır. İşletmenin yaşının bir diğer ifadeyle işletmenin faaliyet yıllarının uluslararasılaşma derecesine pozitif etkilerinin olabileceği önerilmektedir. Teorik perspektiften, Johanson ve Vahlne (1977) uluslararasılaşma üzerine yapılmış birçok çalışmada işletmenin yaşının uluslararası gelişmede anahtar bir rol oynadığını ifade etmişlerdir. Her ne kadar alan çalışmalarında işletme yaşı ve uluslararasılaşma derecesi arasındaki ilişki test edilmese de, işletme yaşının birçok çalışmada farklı değişkenlerle arasındaki ilişkilere rastlamak mümkündür. Örneğin, Chen ve Tan (2012) çalışmalarında işletme yaşının uluslararasılaşma ve firma performansını modere ettiğini bulmuşlardır. Bu çalışmada da, işletmenin yaşının uluslararasılaşmayı pozitif etkileyebileceği düşüncesiyle ve literatüre katkı yapılabilmesi adına aşağıda yer alan ve alt hipotezlerden üçüncüsü olan "H<sub>1.3</sub>" hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>1.3</sub>:** İşletmenin yaşı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

Çalışmanın ele aldığı diğer bir işletme karakteristiği ise kalite sertifikalarıdır. Hem ulusal hem de uluslararası kalite belgeleri işletmelere rekabet avantajı, karlılık ve işletmelerin imajları konusunda faydalar sağlayan belgelerdir (22.05.2014, [www.belgelendirme.com.tr](http://www.belgelendirme.com.tr)). Dolayısıyla bunlarda işletmelerin iş yapma potansiyelini artıran önemli faktörlerdendir. Kalite belgeleri, genellikle bir ürün için ya da o ürünü üreten sistem ya da süreç için verilirler (Benligiray, 2005: 194).

İşletmenin sahip olduğu ulusal ve uluslararası kalite belgeleri sayısının, uluslararasılaşma derecesine pozitif etkilerinin olacağı önerilmektedir. Konu ile ilgili olarak teorik ve alan çalışması bağlamında literatür taraması yapıldığında kalite sertifikalarının sayısının uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştıran herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Literatürdeki işletme karakteristikleri ve uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olan çalışmalar baz alınarak bu çalışmada literatüre katkı yapmak ve işletmelerin sahip olduğu uluslararası kalite belgelerinin sayısının uluslararasılaşma derecesine olan etkilerini araştırmak amacıyla aşağıda yer alan ve çalışmanın dördüncü hipotezi olan “H<sub>1.4</sub>” hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>1.4</sub>:** İşletmenin sahip olduğu ulusal ve uluslararası kalite sertifikalarının sayısı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

Bu çalışmanın diğer bir değişkeni de uluslararası deneyim olup, işletmelerin sahip olduğu uluslararası deneyimin uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif etkilerinin olacağı öngörülmektedir. Johanson ve Wiedersheim (1975), çalışmalarında işletmelerin uluslararası deneyimlerinden dolayı yeni bir yabancı ülkeye yatırımlarının daha başarılı olacağını ifade etmişlerdir. Chen ve Hsu (2010) ve Kor ve Mahoney (2005) çalışmalarında, geçmiş dönemde uluslararası pazarlarda yapılmış olan yatırımların, gelecekte yapılacak olan yatırımlar için işletmeye bilgi konusunda yardımcı olabileceğini ifade etmişlerdir. Papadopoulos ve Martín (2010) çalışmalarında uluslararasılaşmanın, uluslararası deneyim üzerine pozitif bir etkisi olduğunu ifade etmişlerdir. Goerzen ve Asmussen (2007) uluslararası deneyimin, işletmenin uluslararasılaşma kapasitesini daha iyi kullanmasını sağlayacağını ifade etmişlerdir. Konu ile ilgili olarak alan çalışması bağlamında Wismiarsi (2008), uluslararası deneyimin uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilediğini bulmuştur.

Literatürde yer alan bu çalışmalar baz alınarak işletmenin sahip olduğu uluslararası deneyimin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştırmak ve literatüre bu konuda katkıda bulunabilmek adına aşağıda yer alan ve çalışmanın beşinci alt hipotezi olan “H<sub>1.5</sub>” hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>1.5</sub>:** İşletmenin uluslararası deneyimi, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

İşletmelerin yararlandığı ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısının, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilediği bu çalışmada öngörülen konulardan bir başkasıdır. Konu ile ilgili olarak yapılan literatür taraması sonucunda ulaşılan, Sökmen (2006)'in çalışmasında, KOBİ'lerin, yerel pazarlarda sunulan ihracat desteklerinden yararlanabilme yeteneği arttıkça, uluslararasılaşma derecelerinin kısmen arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışmada da işletmelerin yararlandığı teşvik sayılarının uluslararasılaşma derecesine olan etkilerini araştırmak ve literatüre katkıda bulunmak amacıyla aşağıda yer alan ve çalışmanın altıncı alt hipotezi olan “H<sub>1.6</sub>” hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>1.6</sub>:** İşletmenin yararlandığı ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

İşletmelerin Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğunun uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilediği önerilmektedir. Teorik bağlamda, Koparal (2004: 75), işletmelerin Ar-Ge faaliyetlerini iyi bir şekilde organize ederek, dış pazarlarda daha çok şansa sahip olabileceğini belirtmiştir. Konu ile ilgili olarak alan çalışması bağlamındaki literatür taraması sonucunda Ar-Ge yatırımları ile uluslararasılaşma derecesi arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışmaya ulaşılammıştır. Ancak Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğunun işletme performansı üzerindeki etkilerinin araştırıldığı bazı çalışmalara ulaşılmıştır. Örneğin, Chen ve Hsu (2010), Delios ve Beamish (1999), Kotabe vd. (2002)'in çalışmalarında Ar-Ge yoğunluğunun gelişmekte olan ülkelerin işletmelerinin uluslararası pazarlardaki performanslarını önemli ölçüde etkileyeceği ve işletmenin Ar-Ge yoğunluğunun işletme performansı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu ifade etmişlerdir.

Bu çalışmalardan yola çıkılarak, Ar-Ge yoğunluğunun, uluslararasılaşma derecesinin üzerine etkilerini araştırmak ve literatüre katkı yapmak amacıyla aşağıda yer alan ve çalışmanın yedinci alt hipotezi olan “H<sub>1,7</sub>” hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>1,7</sub>:** İşletmenin Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

İşletmenin yeni tesis ve ekipman yatırımlarının yoğunluğunun uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilediği konusunda, çalışmanın önemli bir hipotezini oluşturmaktadır. Konu ile ilgili olarak yapılan teorik çalışmalar ve alan çalışmaları araştırıldığında yeni tesis ekipman yatırımları ile uluslararasılaşma derecesini araştıran herhangi bir çalışmaya ulaşılammıştır. Ancak Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğunda olduğu gibi, yeni tesis ve ekipman yatırımlarının yoğunluğunun da uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştırmak ve literatüre katkıda bulunmak amacıyla araştırmanın sekizinci alt hipotezi olan “H<sub>1,8</sub>” hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>1,8</sub>:** İşletmenin yeni tesis ve ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

İşletmelerin uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımının, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkileyeceği düşünülmektedir. Bu bağlamda konu ile ilgili olarak yapılan teorik ve alan çalışması bazında ulaşılan çalışmalarda uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı ile uluslararasılaşma derecesi arası ilişkiden ziyade uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı ile işletme performansı ilişkisini konu alan bir çalışmaya ulaşılmıştır. Mauri ve Figueiredo (2012) çalışmalarında işletme faaliyetlerinin coğrafi dağılımının, çokuluslu işletme performansı üzerindeki etkisi test edilmiş ve pozitif bir etkisi olduğu bulunmuştur. Bu çalışmada, uluslararası operasyonların fiziksel dağılımının uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştırmak ve literatüre katkıda bulunmak adına aşağıda yer alan ve çalışmanın dokuzuncu alt hipotezi olan “H<sub>1,9</sub>” hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>1,9</sub>:** İşletmenin uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.



İşletmelerin reklam harcamalarının yoğunluğunun uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilediği önerilmektedir. Bu bağlamda konu ile ilgili olarak yapılan teorik ve alan çalışması kapsamında, Olmos (2011) çalışmasında reklam yoğunluğu ile uluslararasılaşma derecesi ilişkisi araştırılmış ve pozitif etki bulunmuştur. Bunun yanı sıra reklam harcamaları ile işletme performansı ilgili olarak bazı çalışmalara ulaşılmıştır (Chen ve Hsu, 2010; Erickson ve Jacobson, 1992; Lu ve Beamish, 2001). Örnek vermek gerekirse, Lu ve Beamish (2002), Lee vd. (2010)'in çalışmalarında reklam harcamalarının işletme performansı üzerinde pozitif etkisinin olmadığı belirlenmiştir.

Bu çalışmalar baz alınarak reklam harcamalarının uluslararasılaşma derecesi üzerinde etkisinin olabileceği düşünülmüş ve bu etkiyi araştırmak ve literatüre katkıda bulunmak amacıyla aşağıda yer alan ve çalışmanın onuncu hipotezi olan “H<sub>1.10</sub>” hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>1.10</sub>:** İşletmenin reklam harcamalarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

Bu çalışmada ele alınan işletme karakteristiklerinden diğer bir tanesi de uluslararası yönelimdir. İşletmenin uluslararası yöneliminin uluslararasılaşma derecesini pozitif etkileyeceği önerilmektedir. Alan çalışması kapsamında Wisniewski (2008), işletme karakteristikleri ile uluslararasılaşma derecesi arası ilişkide uluslararası yöneliminin moderatörlük etkisi araştırılmıştır. Uluslararası deneyimin bu ilişkiyi modere ettiği belirlenmiştir. Sieler (2008) ise çalışmasında uluslararası yönelimin, uluslararasılaşma derecesini etkileyen bir faktör olduğu ifade edilmiş ancak çalışmasının analizlerinde yer vermemiştir.

Bu çalışmada da, literatürdeki çalışmalar baz alınarak uluslararası yönelimin, uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştırmak ve bu konuda literatüre katkı sağlayabilmek adına aşağıda yer alan ve çalışmanın on birinci alt hipotezi olan “H<sub>1.11</sub>” hipotez oluşturulmuştur.

**H<sub>1.11</sub>:** İşletmenin uluslararası yönelimi, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

Çalışmada yer alan diğer bir değişken tescilli patent hakkıdır. Patentler işletmeler için rekabetten korunmak ve rekabetçe üstün olmak için kullanılması gereken önemli araçlardır (22.05.2014, [www.patent.com.tr](http://www.patent.com.tr)). Tescilli patent sayısının fazla olması işletmelerin, yenilikçi bir düşünceye sahip olduklarını ifade etmektedir. Aynı zamanda marka hakkına sahip olmak gibi, tescilli patent hakkına sahip olmakta önemlidir. Bununla birlikte tüm dünyada olduğu gibi bu haklara sahip olmak ticari bir prestij kaynağıdır (22.05.2014, [www.patent.com.tr](http://www.patent.com.tr)).

İşletmelerin sahip oldukları tescilli patent hakkının uluslararasılaşma derecesini pozitif anlamda etkileyeceği önerilmektedir. Konu ile ilgili olarak yapılan teorik ve alan çalışması kapsamında yapılan literatür taraması sonucunda herhangi bir teorik ya da alan çalışmasına ulaşılamamıştır.

Bu çalışmada da işletmenin tescilli patent hakkına sahip olmasının, uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkisini araştırmak ve literatüre katkıda bulunmak amacıyla aşağıda yer alan ve çalışmanın on ikinci alt hipotezi olan “H<sub>1.12</sub>” hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>1.12</sub>:** İşletmenin tescilli patent sahipliği, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

Çalışmada yer alan diğer bir işletme karakteristiği değişkeni ulusal ve uluslararası marka sahipliğidir. Ulusal ve uluslararası marka sahipliğinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki pozitif etkilerinin olduğu öngörülmektedir. İşletmenin sahip olduğu marka sahipliğinin uluslararasılaşma derecesine etkilerini araştırmak üzere yapılan teorik ve alan çalışması bazındaki literatür çalışması sonucunda herhangi bir çalışmaya ulaşılamamıştır.

Bu yüzden literatürdeki benzer çalışmalar baz alınarak bu çalışmada da işletmenin ulusal ve uluslararası marka hakkına sahip olmasının uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştırmak ve literatüre katkıda bulunmak amacıyla aşağıda yer alan ve çalışmanın on üçüncü alt hipotezi olan “H<sub>1.13</sub>” hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>1.13</sub>:** İşletmenin ulusal ve uluslararası marka sahipliği, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

Çalışmada ele alınan ve işletme karakteristiklerinden biri olan ticari örgüt üyeliği konusudur. Bu çalışmada, işletmelerin ticari örgüt üyeliğinin uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif etkisinin olabileceği öngörülmektedir. Bunun için teorik ve alan çalışması kapsamında yapılan literatür taraması sonucunda Mutlu (2012)’ye göre uluslararası organizasyonların işletmeleri uluslararası faaliyetlere çekmede önemli bir faktördür. Bu yüzden ulusal ve uluslararası ticari bir örgüte üye olmanın, işletmelerin uluslararasılaşma derecesine etkilerinin olup olmadığını test etmek amacıyla aşağıda yer alan ve çalışmanın birinci hipotezinin on dördüncü alt hipotezi olan “H<sub>1.14</sub>” hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>1.14</sub>:** İşletmenin ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

## **6.2. Ana Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi’ne İlişkin Hipotezler**

Ana ülke, “çok uluslu işletmenin menşeyinin bulunduğu ülkedir” (Mutlu, 2008: 10). Ana ülke (home country) faktörleri de bu çalışmada ana ülkenin sahip olduğu karakteristikler olarak kabul edilmiştir. Literatürde, işletme karakteristikleri ve uluslararasılaşma derecesi ilişkisini araştıran hipotezlere ve işletme karakteristiklerini bağımsız değişken olarak kullanan bazı çalışmalara rastlanmış olmasına rağmen ana ülke faktörleri ve uluslararasılaşma derecesi üzerinde oluşturulmuş olan her hangi bir hipoteze ulaşılamamış olmasına rağmen ana ülke faktörleri ilgili teorik olarak Mutlu (2012)’ye göre iç yasal engeller ve iç ekonomik tikanlıklar, işletmenin üstün yönlerinin değerlendirilmesi ve işletmenin örgüt yapısının sağladığı yararlar, Czinkota vd., (2004)’e göre ise rekabet, üretim fazlası, iç pazarın doyması ve potansiyel pazara yakınlık işletmeleri uluslararası faaliyetlere yönelttiklerini ifade etmişlerdir.

Ana ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştırmak amacıyla, literatürdeki benzer hipotezlerden ve teorik bilgilerden yola çıkarak aşağıda yer alan ana hipotezler ve buna bağlı olarak da ana ülke faktörlerine (politika ve yasalar, rekabet yoğunluğu, ekonomik istikrar, yabancı pazar bilgisi sunulması, yatırım fırsatları hakkında bilgi verilmesi, çifte vergi anlaşmaları, finansal yardım sunulması, yatırım

koruma anlaşması, ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesi, bürokrasi ve teşvikler) dair alt hipotezler oluşturularak sıralanmıştır.

**H2:** Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

**H2.1:** Ana ülkenin politika ve yasaları, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

Ana ülkedeki rekabet yoğunluğunun işletmelerin uluslararası faaliyetlerini olumlu etkileyebileceği öngörülmektedir. Bu bağlamda yapılan literatür taramasında Czinkota vd., (2004)'e göre rekabet yoğunluğunun işletmeleri uluslararası faaliyetlere yönettiklerini ifade etmişlerdir. Bu çalışmada da rekabet yoğunluğunun işletmelerin uluslararasılaşma derecesini olumlu etkileyip etkilemediklerini test etmek amacıyla aşağıda yer alan ve araştırmanın ikinci ana hipotezinin ikinci alt hipotezi olan "H2.2" hipotezi oluşturulmuştur.

**H2.2:** Ana ülkenin rekabet yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

**H2.3:** Ana ülkenin ekonomik istikrarı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

**H2.4:** Ana ülkenin yabancı pazar bilgisi sunması, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

**H2.5:** Ana ülkenin yatırım fırsatları hakkında bilgi vermesi, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

**H2.6:** Ana ülkenin diğer ülkelerle çifte vergi anlaşmalarının olması, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

**H2.7:** Ana ülkenin finansal yardım sunması, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

**H2.8:** Ana ülkede yatırım koruma anlaşması olması, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

**H2.9:** Ana ülkenin ulusal bankaları deniz aşırı şube açma konusunda desteklemesi, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

**H2.10:** Ana ülkenin bürokrasisi, uluslararasılaşma derecesini negatif etkilemektedir.

**H2.11:** Ana ülkenin sağladığı teşvikler, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

### **6.3. Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi'ne İlişkin Hipotezler**

Ev sahibi ülke, "çok uluslu işletmelerin faaliyette bulunduğu ve/veya yatırım yaptığı ülkelerdir" (Mutlu, 2008: 10). Ev sahibi ülke faktörleri işletmelerin faaliyette bulunduğu ülkelerin karakteristiklerini temsil etmektedirler. Literatürde ev sahibi ülke faktörleri ile ilgili teorik olarak, Mutlu (2012)'ye göre işletmeler ana ülkelerdeki bazı yasal engellerden dolayı kaybettikleri üstünlüklerini başka ülkelerde yeniden kazanmak isteyebilirler.

İşletmeler atıl kapasitelerini başka ülkelerde değerlendirmek isteyebilirler. Buna ek olarak Ar-Ge imkânlarındaki ve teknolojiadaki gelişmeler, Czinkota vd., (2004)'e göre ise kar avantajı, teknoloji, vergi avantajları ve ölçek ekonomileri gibi faktörler işletmelerin uluslararası faaliyetleri için çekici faktörleri oluştururlar. Ayrıca bunlara ek olarak literatürden elde edilen ve ev sahibi ülke faktörleri ile ilgili olan bazı faktörler şunlardır; pazar talebi büyüme oranı, düşük yatırım riski, yabancı işletmelere karşı iyi davranışlar, politik ve ekonomik istikrar, ölçek ekonomisi imkânı, potansiyel pazara fiziksel yakınlık, tarife ve ticaret engellerinin azaltılması, yasal düzenlemeler, direkt yabancı yatırımların teşvik edilmesi ve direkt yabancı yatırımların millileştirilmesi riski.

Bir diğer neden ise üretim faktörlerinin elde edilmesiyle ilgili zorluklardır. İşletmelerin ucuz işçilik ve hammadde gibi üretim faktörlerine erişme imkânı da işletmeleri uluslararası faaliyetlere yönelten diğer önemli faktörlerdir. Konu ile ilgili literatürde alan çalışması kapsamında sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılmış ve bunlar aşağıda ilgili alt hipotezlerde ele alınmıştır.

Literatürdeki teorik ve alan çalışması ile ilgili çalışmalar göz önüne alınarak ana ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştırmak için hem ana hipotez hem de ev sahibi ülke faktörlerine dair alt hipotezler oluşturulmuştur.

**H3:** Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

**H<sub>3,1</sub>:** Ev sahibi ülkenin pazar talebi büyüme oranı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

**H<sub>3,2</sub>:** Ev sahibi ülkenin düşük yatırım riski, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

**H<sub>3,3</sub>:** Ev sahibi ülkenin yabancı işletmelere karşı iyi davranışları, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

Ev sahibi ülkedeki politik ve ekonomik risk işletmelerin uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilediği önerilmektedir. Konu ile ilgili olarak yapılan literatür taraması sonucunda ulaşılan çalışmalar şu şekildedir; Dermirbag vd., (2007), Akhter ve Lush (1998)'un çalışmalarında politik riskin hem ana ülkede hem de ev sahibi ülkede yapılacak olan yatırımları etkileyeceğini ifade etmişlerdir. Ahmed vd. (2002), Miller (1992, 1993), Kobrin (1976)'in çalışmalarında bunun işletmeler için negatif bir etkisinin olduğunu ifade etmişlerdir ve politik riskin özellikle de çokuluslu işletmeler için önemli olduğunu vurgulayarak ev sahibi ülkedeki politik riskin işletmelerin algılanan performanslarını negatif etkilediğini ifade etmişlerdir. Ancak analiz sonucunda politik riskin işletme performansını etkilemediği sonucuna ulaşmışlardır. Literatürdeki bu benzer çalışmalardan yola çıkılarak aşağıda yer alan "H<sub>3,4</sub>" alt hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>3,4</sub>:** Ev sahibi ülkenin politik ve ekonomik istikrarı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

Ev sahibi ülkedeki ölçek ekonomisinin uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilerinin olduğu önerilmektedir. Konu ile ilgili olarak yapılan literatür taraması sonucunda ulaşılan Driffield (2001)'in çalışmasında, ev sahibi ülke ölçek ekonomisinin, ülkeye gelen yatırımlara etkisinin olacağını ifade etmiştir. Czinkota vd., (2004)'ün çalışmalarında ise ölçek ekonomisi imkanının işletmeleri uluslararası

faaliyetlere çektiğini ifade etmişlerdir. Bu çalışmadan yola çıkarak aşağıda yer alan “H<sub>3,5</sub>” hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>3,5</sub>:** Ev sahibi ülkenin ölçek ekonomisi imkânı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

Ev sahibi ülkenin potansiyel pazara fiziksel yakınlığının uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif etkilerinin olduğu öngörülmektedir. Yapılan literatür taraması sonucunda Mody vd. (2003)’in çalışmalarında ev sahibi ülkenin potansiyel pazar olması ya da potansiyel pazara yakın olmasının, direkt yabancı yatırımları etkileyeceği ifade edilmiştir. Buradan hareketle aşağıda yer alan “H<sub>3,6</sub>” hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>3,6</sub>:** Ev sahibi ülkenin potansiyel pazara fiziksel yakınlığı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

Diğer taraftan yukarıdaki hipotezlere benzer olarak, ev sahibi ülkenin diğer özelliklerinin (tarife ve ticaret engellerinin azaltılması, yasal düzenlemeler, teşvikler, yatırımların millileştirilme riski) uluslararasılaşma derecesini pozitif veya negatif etkilemesi muhtemeldir. Buradan hareketle aşağıda yer alan hipotezler oluşturulmuştur.

**H<sub>3,7</sub>:** Ev sahibi ülkenin tarife ve ticaret engellerinin azaltılması, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

**H<sub>3,8</sub>:** Ev sahibi ülkenin yasal düzenlemeleri, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

**H<sub>3,9</sub>:** Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları teşvik etmesi, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir.

**H<sub>3,10</sub>:** Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları millileştirilmesi riski, uluslararasılaşma derecesini negatif etkilemektedir.

#### **6.4. Ana Ülke Faktörleri, Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi İle İşletme Performansı'na İlişkin Hipotezler**

Çalışmanın bu bölümünde, ana ülke faktörleri, ev sahibi ülke faktörleri ve uluslararasılaşma derecesi ve işletme performansı ilişkileri ve ilgili hipotezler yer almaktadır. Konu ile ilgili olarak yapılan teorik ve alan çalışması kapsamında ulaşılan çalışmalar baz alınarak ilgili hipotezler oluşturulmuştur.

##### **6.4.1. Ana Ülke Faktörleri ve İşletme Performansına İlişkin Hipotezler**

Çalışmanın bu bölümünde; ana ülke faktörlerinin, işletme performansını pozitif etkilediği önerilmektedir. Konu ile ilgili olarak yapılan literatür taraması sonucunda sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılmıştır. Literatürde yer alan mevcut çalışmalardan yola çıkılarak ana ve alt hipotezler olarak oluşturulan hipotezler aşağıda yer almaktadır. İşletme performansı ile ilgili olan hipotezler; sübjektif işletme performansı ve objektif işletme performansı ile ilgili hipotezler olmak üzere iki ayrı şekilde ele alınmıştır.

**H4:** Ana ülke faktörleri, işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H4a:** Ana ülke faktörleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H4b:** Ana ülke faktörleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Bu ana hipotezler aşağıda alt boyutları ile birlikte incelenecektir. Bu hipotezlerden birincisi ana ülke faktörleri ve subjektif işletme performansı ile ilgili olan hipotezlerdir.

**H4a:** Ana ülke faktörleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Çalışmada ana ülkenin politik ve yasal atmosferin işletme performansını pozitif yönde etkileyeceği öngörülmektedir. Bununla ilgili aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

**H<sub>4a.1</sub>:** Ana ülkenin politika ve yasaları, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Ana ülkedeki rekabet yoğunluğu işletmelerin subjektif performanslarını pozitif etkilediği önerilmektedir. Konu ile ilgili olarak yapılan literatür taraması sonucunda ulaşılan çalışma şu şekildedir; Karacaoğlu (2006) çalışmasında endüstrideki işletmeler arasındaki rekabetin yoğunluğu'nun işletmelerin performansını etkilediğini ifade etmiştir. Buradan hareketle aşağıda yer alan "H<sub>4a.2</sub>" hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>4a.2</sub>:** Ana ülkenin rekabet yoğunluğu, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Ana ülkedeki rekabet yoğunluğu ile birlikte, ana ülkedeki ekonomik istikrar, pazar bilgisi sunması, yatırım fırsatları hakkında bilgi vermesi, diğer ülkelerle çifte vergi anlaşmalarının olması, yatırım koruma anlaşması olması ve ulusal bankaları deniz aşırı şube açma konusunda desteklemesi gibi faktörler işletmelerin subjektif performanslarını etkilemesi düşünülmektedir. Bu bağlamda aşağıda yer alan hipotezler oluşturulmuştur:

**H<sub>4a.3</sub>:** Ana ülkenin ekonomik istikrarı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>4a.4</sub>:** Ana ülkenin yabancı pazar bilgisi sunması, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>4a.5</sub>:** Ana ülkenin yatırım fırsatları hakkında bilgi vermesi, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>4a.6</sub>:** Ana ülkenin diğer ülkelerle çifte vergi anlaşmalarının olması, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>4a.7</sub>:** Ana ülkenin finansal yardım sunması, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>4a.8</sub>:** Ana ülkede yatırım koruma anlaşması olması, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>4a.9</sub>:** Ana ülkenin ulusal bankaları deniz aşırı şube açma konusunda desteklemesi, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Yukarıda ele alınan ana ülke faktörlerine ek olarak, ana ülkenin bürokrasisinin, işletmenin subjektif performansını negatif etkilerinin olduğu önerilmektedir. Yapılan literatür taraması neticesinde; Gastanaga vd., (1998)'in çalışmasında bürokratik gecikmenin, direkt yabancı yatırımları negatif etkilediği sonucuna ulaştıkları belirlenmiştir. Bu çalışmadan yola çıkarak ana ülkedeki bürokrasinin işletmelerin subjektif performansını negatif etkileyecekleri düşünülüp, aşağıda yer alan "H<sub>4a.10</sub>" hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>4a.10</sub>:** Ana ülkenin bürokrasisi, subjektif işletme performansını negatif etkilemektedir.

Yukarıda belirtilen ana ülke faktörlerinden farklı olarak ele alınan diğer bir faktör de ana ülkenin işletmelere sağladığı teşviklerdir. Bunların işletmelerin subjektif performanslarını pozitif etkilediği önerilmektedir.

Teorik ve alan çalışması bağlamında literatür taraması sonucu ulaşılan çalışma şu şekildedir; Sökmen (2006) çalışmasında, KOBİ'lere yerel pazarlarda sunulan ihracat desteklerinden yararlanabilme yeteneği arttıkça, uluslararasılaşma derecelerinin, kısmen arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışmadan yola çıkarak, ana ülkelerin, işletmelere sağlamış olduğu teşviklerin, işletmelerin subjektif performanslarına pozitif etkilerini araştırmak amacıyla aşağıda yer alan "H<sub>4a.11</sub>" hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>4a.11</sub>:** Ana ülkenin sağladığı teşvikler, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Yukarıda, ana ülke faktörlerinin subjektif işletme performansına etkileri ele alınırken, burada ise ana ülke faktörlerinin objektif işletme performansına olan etkileri yer almaktadır. Burada dikkate alınan ana ülke faktörleri yukarıdaki hipotezlerde geçen faktörler ile aynıdır. Buradaki mantık, ana ülke faktörlerinin subjektif işletme performansını etkilediği gibi, objektif işletme performansını etkileyeceğidir. Bu noktadan hareketle, oluşturulan ana ve alt hipotezler aşağıda yer almaktadır. Ayrıca ana ülke faktörleri, aşağıdaki hipotezlerle ilgili analizlerde benzer bir yapıya sahip olmasından dolayı ortalamaları alınarak genel bir ana ülke faktörü olarak kullanılmıştır.

**H<sub>4b</sub>:** Ana ülke faktörleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>4b.1</sub>:** Ana ülke faktörleri, işletmenin ROE'sini pozitif etkilemektedir.

**H<sub>4b.2</sub>:** Ana ülke faktörleri, işletmenin ROS'sunu pozitif etkilemektedir.

**H<sub>4b.3</sub>:** Ana ülke faktörleri, işletmenin ROA'sını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>4b.4</sub>:** Ana ülke faktörleri, işletmenin Kar'larını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>4b.5</sub>:** Ana ülke faktörleri, işletmenin Satış'larını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>4b.6</sub>:** Ana ülke faktörleri, işletmenin İhracat Satış'larını pozitif etkilemektedir.

#### 6.4.2. Ev sahibi Ülke Faktörleri ve İşletme Performansına İlişkin Hipotezler

Çalışmada ele alınan önemli bir boyutta ev sahibi ülke faktörleri ile işletme performansı arasındaki ilişki ve bu ilişkiden hareketle oluşturulan hipotezlerdir. Burada ev sahibi ülke faktörlerinin işletme performansını etkilediği düşüncesinden hareket edilmiştir. Konu ile ilgili olarak yapılan literatür taramasında ev sahibi ülke faktörlerinin işletme performansına etkileri konusunda sınırlı sayıda çalışma olduğu belirlenmiştir. Ulaşılan çalışmalar baz alınarak oluşturulan ana ve alt hipotezler şu şekildedir:

**H5:** Ev sahibi ülke faktörleri, işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Ev sahibi ülke faktörleri ve işletme performansı ilişkisi iki şekilde incelenmiştir. subjektif işletme performansı, ikincisi ise işletmelerin hazır verilerinden dönüştürülen objektif işletme performansı baz alınarak alt hipotezler iki şekilde oluşturulmuştur.

**H5a:** Ev sahibi ülke faktörleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H5b:** Ev sahibi ülke faktörleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Ev sahibi ülke faktörleri ile işletme performansı arasındaki ilişkilere yönelik ilgili hipotez ve alt hipotezleri ile birlikte oluşturulmuştur. Söz konusu hipotezler şu şekilde sıralanmaktadır.

**H5a:** Ev sahibi ülke faktörleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Ev sahibi ülke faktörlerinden pazar talebi büyüme oranı, düşük yatırım riski ve yabancı işletmelere karşı iyi davranışlar işletmenin subjektif performansını pozitif anlamda etkileyeceği düşünülmektedir. Bu mantıktan hareketle aşağıda belirtilen alt hipotezler oluşturulmuştur.

**H<sub>5a.1</sub>:** Ev sahibi ülkenin pazar talebi büyüme oranı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>5a.2</sub>:** Ev sahibi ülkenin düşük yatırım riski, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>5a.3</sub>:** Ev sahibi ülkenin yabancı işletmelere karşı iyi davranışları, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Ev sahibi ülke faktörleri içerisinde dikkate aldığımız politik ve ekonomik istikrarın da işletmenin subjektif performansına pozitif etkilerinin olduğu bu çalışmada dikkate alınan bir konudur. Konu ile ilgili Dermirbag vd. (2007), Akhter ve Lush (1998)'in çalışmalarında politik riskin hem ana ülkede hem de ev sahibi ülkede yapılacak olan yatırımları etkileyeceğini ifade etmişlerdir. Bu çalışmalardan hareketle, ev sahibi ülkenin politik ve ekonomik istikrarının, işletmenin subjektif performansına etkisini test etmek amacıyla aşağıda yer alan "H<sub>5a.4</sub>" hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>5a.4</sub>:** Ev sahibi ülkenin politik ve ekonomik istikrar, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.



Yukarıdaki hipotezlere benzer olarak, ev sahibi ülke faktörlerinden, ölçek ekonomisi imkânı, ev sahibi ülkenin potansiyel pazara fiziksel yakınlığı ve ev sahibi ülkedeki tarife ve ticaret engellerinin azaltılmasının da işletmenin subjektif performansına olumlu katkıları olacağı düşünülmektedir.

**H<sub>5a.5</sub>:** Ev sahibi ülkenin ölçek ekonomisi imkânı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>5a.6</sub>:** Ev sahibi ülkenin potansiyel pazara fiziksel yakınlığı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>5a.7</sub>:** Ev sahibi ülkenin tarife ve ticaret engellerini azaltması, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Yukarıda ifade edilen ev sahibi ülke faktörleri yanında, ev sahibi ülkenin yasal düzenlemelerinin ve yabancı yatırımların teşvik edilmesinin de işletmenin subjektif performansını pozitif etkileyeceği öngörülmektedir. Literatürde konu ile ilgili olarak, Bhardwaj vd. (2007)'in çalışmasına rastlanılmıştır.

Bu çalışmada, ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımlarla (FDI) ilgili olarak yaptıkları yasaların, direkt yabancı yatırımları etkileyebileceğini ifade etmişlerdir.

Bu çalışmadan yola çıkarak ev sahibi ülkelerin, yasal düzenlemelerinin ve yabancı yatırımların teşvik edilmesinin işletmelerin subjektif performansına pozitif anlamda etki edeceği önerilmekte ve bununla ilgili aşağıda yer alan “H<sub>5a.8</sub>” ve “H<sub>5a.9</sub>” hipotezleri yer almaktadır.

**H<sub>5a.8</sub>:** Ev sahibi ülkenin yasal düzenlemeleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>5a.9</sub>:** Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları teşvik etmesi, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Son olarak ele alınan ev sahibi ülke faktörü, algılanan millileştirme riskidir. Ev sahibi ülkedeki bu algının, işletmenin subjektif performansını negatif etkileyeceği öngörülmektedir. Bu bağlamda literatürde Gastanaga vd. (1998) çalışmalarında, millileştirme riskinin direkt yabancı yatırımları etkileyebileceği ifade edilmiştir. Bu bilgiden hareketle, ev sahibi ülkedeki millileştirme riskinin, işletmelerin faaliyetlerini dolayısıyla da işletmelerin subjektif performanslarını negatif etkilerini test etmek için aşağıda yer alan “H<sub>5a.10</sub>” hipotezi oluşturulmuştur.

**H<sub>5a.10</sub>:** Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları millileştirilmesi riski, subjektif işletme performansını negatif etkilemektedir.

Ana ülke faktörlerinde olduğu gibi ev sahibi ülke faktörlerin de subjektif işletme performansına olan etkileri ile birlikte, objektif işletme performansına olan etkileri de araştırılmıştır. Buradaki mantık yine yukarıdaki mantık ile aynı olup, ev sahibi ülke faktörlerinin objektif işletme performansını pozitif anlamda etkileyebileceğidir. Burada ifade edilen ev sahibi ülke faktörleri yukarıda ifade edilenler ile aynıdır. Bu bağlamda oluşturulan ana ve alt hipotezler aşağıda yer almaktadır. Ayrıca ev sahibi ülke faktörleri, aşağıdaki hipotezlerle ilgili analizlerde benzer bir yapıya sahip olmasından dolayı ortalamaları alınarak genel bir ev sahibi ülke faktörü olarak kullanılmıştır.

**H5b:** Ev sahibi ülke faktörleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H5b.1:** Ev sahibi ülke faktörleri, işletmenin ROE'sini pozitif etkilemektedir.

**H5b.2:** Ev sahibi ülke faktörleri, işletmenin ROS'sunu pozitif etkilemektedir.

**H5b.3:** Ev sahibi ülke faktörleri, işletmenin ROA'sını pozitif etkilemektedir.

**H5b.4:** Ev sahibi ülke faktörleri, işletmenin Kar'larını pozitif etkilemektedir.

**H5b.5:** Ev sahibi ülke faktörleri, işletmenin Satış'larını pozitif etkilemektedir.

**H5b.6:** Ev sahibi ülke faktörleri, işletmenin İhracat Satış'larını pozitif etkilemektedir.

#### **6.4.3. Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İle İlgili Hipotezler**

Çalışmanın önemli bir boyutunu da, uluslararasılaşma derecesi ile işletme performansı ilişkisi oluşturmaktadır. Burada uluslararasılaşma derecesinin işletme performansına pozitif anlamda etki ettiği düşüncesi hakimdir.

İşletmelerin uluslararasılaşma derecesinin, subjektif ve objektif işletme performanslarına etkilerini araştırmak üzere yapılan literatür taraması sonucunda bazı çalışmalara ulaşılmıştır. Örneğin, Hitt vd. (1997), Riahi ve Belkaoui (1998), Gomes ve Ramaswamy (1999)'in çalışmalarında uluslararasılaşma derecesi ile işletme performansı arasında pozitif ilişki belirlenmiştir. Literatürde ulaşılan bu çalışmalardan yola çıkılarak oluşturulan hipotez şu şekildedir.

**H6:** Uluslararasılaşma derecesi, işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Çalışmada işletme performansı hem subjektif hem de objektif olarak ölçülüp değerlendirildiğinden, araştırmanın yukarıda belirtilen ana hipotezi iki alt hipoteze ayrılmıştır.

**H6a:** Uluslararasılaşma derecesi, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H6b:** Uluslararasılaşma derecesi, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H6b.1:** Uluslararasılaşma derecesi, işletmenin ROE'sini pozitif etkilemektedir.

**H6b.2:** Uluslararasılaşma derecesi, işletmenin ROS'sunu pozitif etkilemektedir.

**H6b.3:** Uluslararasılaşma derecesi, işletmenin ROA'sını pozitif etkilemektedir.

**H6b.4:** Uluslararasılaşma derecesi, işletmenin Kar'larını pozitif etkilemektedir.

**H6b.5:** Uluslararasılaşma derecesi, işletmenin Satış'larını pozitif etkilemektedir.

**H6b.6:** Uluslararasılaşma derecesi, işletmenin İhracat Satış'larını pozitif etkilemektedir.

#### **6.4.4. İşletme Karakteristikleri ve İşletme Performansı İle İlgili Hipotezler**

Çalışmanın önemli boyutlarından biri de, işletme karakteristikleri ile işletme performansı ilişkisidir. Ele alınan işletme karakteristiklerinin işletme performansına pozitif anlamda etki edeceği düşünülmektedir.

Çalışmada işletme karakteristiklerinin işletme performansı üzerinde pozitif etkilerinin olduğu öngörülmektedir. Konu ile ilgili olarak teorik ve alan çalışması kapsamında yapılan literatür taramasında bazı çalışmalara ulaşılmıştır. Bu karakteristikler, işletmenin faaliyetlerine ve sonuç olarak işletmenin performansına etki ettiği düşünülen önemli faktörlerdir. İşletme karakteristiklerinin işletme performansı üzerindeki etkilerini araştırmak üzere oluşturulan ana hipotez şu şekildedir.

**H7:** İşletme karakteristikleri, işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Bu çalışmada, işletme performansı iki şekilde (sübjektif ve objektif) ölçüldüğünden, yukarıda belirtilen ana hipotez iki hipotez olarak “H7a: İşletme karakteristikleri, sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” ve

“H7b: İşletme karakteristikleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” şeklinde ele alınmış ve aşağıda bu hipotezler ve bunların alt hipotezleri geliştirilmiştir.

**H7a:** İşletme karakteristikleri, sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Çalışmada, işletme karakteristiklerinden işletme büyüklüğünün sübjektif işletme performansına pozitif etkisinin olduğu önerilmektedir. Konu ile ilgili olarak hem teorik hem de alan çalışması kapsamında yapılan literatür taraması sonucunda çeşitli çalışmalara ulaşılmıştır. Örneğin, Chen ve Hsu (2010), Contractor vd., (2007), Ravenscraft (1983) çalışmalarında, işletme büyüklüğünün işletme performansını pozitif yönde etkileyebileceğini ifade etmişlerdir. Öte yandan Aldrich ve Auster (1986), Stuart (2000) büyük ölçekli işletmelerin küçük ölçekli işletmelere nazaran daha fazla ayakta kalabildiğini, Bloodgood vd., (1996), büyük işletmelerin yöneticilerinin küçük işletmelerin yöneticilerine göre daha çok uluslararası deneyime sahip olduğunu ve bunun da işletmenin performansını pozitif yönde etkileyeceğini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan, Kafouras vd. (2008) çalışmalarında, çalışan sayısının işletmenin performansına katkıda bulunduğunu ifade etmişlerdir. Pešková (2006) ise çalışmasında işletme büyüklüğünün işletme performansını pozitif etkileyebileceğini ifade etmiştir.

Bu çalışmalar baz alınarak, işletme karakteristiklerinden işletme büyüklüğü ve dış ticaret departmanı çalışan sayısının işletmenin sübjektif performansını pozitif etkileyeceği düşüncesiyle, aşağıda yer alan hipotez oluşturulmuştur:

**H<sub>7a.1</sub>:** İşletme büyüklüğü, sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>7a.2</sub>:** İşletmenin dış ticaret departmanı çalışan sayısı, sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Çalışmada ele alınan diğer bir işletme karakteristiği ise işletmenin yaşıdır. İşletmenin yaşının, işletmenin sübjektif performansına pozitif etkilerinin olduğu öngörülmektedir. Konu ile ilgili olarak yapılan literatür taraması sonucu rastlanan çalışmalar şu şekildedir; Lin vd. (2011) çalışmalarında işletme yaşının, işletme performansı üzerinde pozitif etkilerinin olduğunu ifade etmişlerdir. Johanson ve Vahlne (1977) uluslararasılaşma üzerine yapılmış birçok çalışmada işletmenin yaşının, uluslararası gelişmede anahtar bir rol oynadığını ifade etmişlerdir. Pešková (2006) çalışmasında işletme yaşının, işletme performansı üzerinde pozitif etkilerinin olduğunu ifade etmiştir. Bu çalışmalar ışığında aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

**H<sub>7a.3</sub>**: İşletmenin yaşı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Çalışmada işletmenin sahip olduğu ulusal ve uluslararası kalite sertifikalarının sayısı, subjektif işletme performansını pozitif etkileyeceği diğer bir hipotezin ana konusunu oluşturmaktadır. Daha önceki konu ile ilgili hipotezlerden ve bunların dayandığı temel mantıktan hareketle aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

**H<sub>7a.4</sub>**: İşletmenin sahip olduğu ulusal ve uluslararası kalite sertifikalarının sayısı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Çalışmada, işletmelerin sahip olduğu uluslararası deneyimin, işletme performansına pozitif etkilerinin olduğu düşünülmektedir. Konu ile ilgili olarak yapılan literatür taramasında ulaşılan çalışmalar şu şekildedir; Chen ve Hsu (2010), Kor ve Mahoney (2005) geçmiş dönemde uluslararası pazarlarda yapılmış olan yatırımların, gelecekte yapılacak olan yatırımlar için işletmeye bilgi konusunda yardımcı olabileceğini ifade etmişlerdir. Johanson ve Wiedersheim (1975) işletmelerin uluslararası deneyimlerinden dolayı yeni bir yabancı ülkeye yatırımlarının daha başarılı olacağını ifade etmişlerdir. Goerzen ve Asmussen (2007) çalışmalarında uluslararası deneyimin işletmenin uluslararasılaşma kapasitesini daha iyi kullanmasını sağlayabileceğini ifade etmiştir. Bu çalışmalar baz alınarak, uluslararası deneyimin işletmenin subjektif performansına katkıda bulunacağı düşüncesinden yola çıkarak aşağıda yer alan hipotez oluşturulmuştur:

**H<sub>7a.5</sub>**: İşletmenin sahip olduğu uluslararası deneyim, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Diğer bir işletme karakteristiği ise işletmenin yararlandığı ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısıdır. Bunların işletmenin subjektif performansına pozitif etkisinin olduğu öngörülmüştür. Konu ile ilgili olarak yapılan literatür taraması sonucunda ulaşılan çalışma şu şekildedir; Sökmen (2006), çalışmasında KOBİ'lere yerel pazarlarda sunulan ihracat desteklerinden yararlanabilme yeteneğinin, KOBİ'lerin ihracat performanslarını kısmen etkileyebileceğini ifade etmiştir.

Bu çalışmadan yola çıkarak işletmelerin sahip olduğu ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısının, işletmenin subjektif performansı üzerindeki etkilerini test etmek üzere aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

**H<sub>7a.6</sub>**: İşletmenin yararlandığı ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

İşletmelerin Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğunun subjektif işletme performansına pozitif etkilerinin olduğu öngörülmüştür. Konu ile ilgili olarak yapılan literatür taraması sonucunda ulaşılan çalışmalar şu şekildedir; Chen ve Hsu (2010), Delios ve Beamish (1999), Kotabe vd. (2002) Ar-Ge yoğunluğunun gelişmekte olan ülkelerin işletmelerinin denizaşırı ülkelerdeki performansını pozitif etkilediğini ifade etmişlerdir. Hufbauer (1970), Kotabe (1990), Mansfield (1981) çalışmalarındaki Ar-Ge yoğunluğunun, işletme performansını pozitif etkilediğini ifade etmişlerdir. Giovannetti vd. (2009) çalışmalarında Ar-Ge yoğunluğunu bağımsız değişken olarak kullanmışlar ve Ar-Ge yoğunluğunun işletme performansını etkilediğini ifade etmişlerdir. Bu çalışmalar baz alınarak, Ar-Ge ve yeni tesis ve ekipman yatırımlarının

yoğunluğunun işletme performansına etkilerini test etmek için aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

**H<sub>7a.7</sub>:** İşletmenin Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğu, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>7a.8</sub>:** İşletmenin yeni tesis ve ekipman yatırımlarının yoğunluğu, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

İşletmelerin uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımının, subjektif işletme performansına pozitif etkilerinin olduğu da bu çalışmada düşünülen konulardan biridir. Konu ile ilgili olarak yapılan literatür taraması sonucu ulaşılan çalışmalar şu şekildedir; Mauri ve Figueiredo (2012)'in çalışmalarında, işletme faaliyetlerinin coğrafi dağılımının, çokuluslu işletme performansını pozitif etkilediğini ifade etmişlerdir. Bu çalışma baz alınarak, işletmelerin uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımının, işletmenin subjektif performansına olan etkilerini test etmek amacıyla aşağıda yer alan hipotez oluşturulmuştur:

**H<sub>7a.9</sub>:** İşletmenin uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Başka bir işletme özelliği ise, reklam harcamalarının yoğunluğu şeklindedir. Çalışmada, reklam harcamalarının yoğunluğunun, işletmenin subjektif performansına pozitif etkilerinin olduğu öngörülmüştür. Yapılan literatür taraması sonucu ulaşılan çalışmalar şu şekildedir; Chen ve Hsu (2010), Erickson ve Jacobson (1992) çalışmalarında reklam harcamalarını bağımsız bir değişken olarak kullanmışlar ancak işletme performansı ile pozitif bir ilişki bulamamışlardır. Başka bir çalışmada ise Olmos (2011)'in çalışmasında reklam yoğunluğu ile uluslararasılaşma derecesi ilişkisi araştırılmış ve pozitif etki belirlenmiştir. Bu çalışmalardan yola çıkılarak, işletmenin reklam harcamalarının yoğunluğunun, işletme subjektif performansı üzerindeki etkilerini araştırmak amacıyla aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

**H<sub>7a.10</sub>:** İşletmenin reklam harcamalarının yoğunluğu, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Yukarıda ele alınan işletme karakteristikleri yanında, işletmenin uluslararası yönelimi, tescilli patent hakkı sahipliği, ulusal ve uluslararası marka sahipliği, ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği subjektif işletme performansını pozitif anlamda etkileyeceği öngörülmektedir.

**H<sub>7a.11</sub>:** İşletmenin uluslararası yönelimi, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>7a.12</sub>:** İşletmenin tescilli patent hakkı sahipliği, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>7a.13</sub>:** İşletmenin ulusal ve uluslararası marka sahipliği, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>7a.14</sub>:** İşletmenin ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Çalışmada, işletme performansı iki şekilde ölçüldüğü daha önce belirtilmiş ve bu bağlamda ana hipotez olan “H7”nin iki alt hipotez “H7a” ve “H7b” olarak belirlendiği ifade edilmiştir. Yukarıda “H7a” ile ilgili alt hipotezler açıklanmış olup burada ise, “H7b” ana hipotezi ve ilgili alt hipotezler yer almaktadır.

**H7b:** İşletme karakteristikleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Çalışmada işletme karakteristiklerinin işletme objektif performansını pozitif anlamda etkileyeceğinden hareket edilmektedir. İşletmelerin objektif performansları bu çalışmada farklı şekillerde ölçülmüş (ROE, ROS, ROA, Kar, Satışlar ve İhracat Satışları) ve değerlendirilmiştir. Bu çerçevede yukarıda belirtilen hipotezin alt hipotezleri şu şekilde belirlenmiştir.

**H7b.1:** İşletme karakteristikleri, işletmenin ROE’sini pozitif etkilemektedir.

**H7b.2:** İşletme karakteristikleri, işletmenin ROS’unu pozitif etkilemektedir.

**H7b.3:** İşletme karakteristikleri, işletmenin ROA’sını pozitif etkilemektedir.

**H7b.4:** İşletme karakteristikleri, işletmenin Kar’larını pozitif etkilemektedir.

**H7b.5:** İşletme karakteristikleri, işletmenin Satış’larını pozitif etkilemektedir.

**H7b.6:** İşletme karakteristikleri, işletmenin İhracat Satış’larını pozitif etkilemektedir.

#### **6.4.5. Uluslararasılaşma Derecesi, İşletme Karakteristikleri ve İşletme Performansına İlişkin Diğer Hipotezler**

Çalışmamızın diğer bir boyutu ise, uluslararasılaşma derecesinin işletmelerin karakteristiklerine göre farklılık gösterip göstermediklerini ve işletme performanslarının uluslararasılaşma derecesine göre farklılık gösterip göstermediklerini araştırmaktır. Buradaki mantık işletmelerin uluslararasılaşma derecelerinin işletme karakteristikleri açısından farklılık göstereceği düşünülmektedir; çünkü işletmelerin karakteristikleri uluslararasılaşma derecesini etkilemektedir. Ayrıca işletmelerin performansları, uluslararasılaşma dereceleri açısından farklılık gösterebilecektir. Bu bağlamda literatüre katkı yapmak amaçlanmış ve aşağıda yer alan ana hipotez ve buna bağlı olarak oluşturulan alt hipotezler yer almaktadır.

**H8:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletme karakteristiklerine göre farklılık göstermektedir.

**H8.1:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletme yaşına göre farklılık göstermektedir.

**H8.2:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin uluslararası deneyimlerine göre farklılık göstermektedir.

**H8.3:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin uluslararası faaliyetlerinin fiziksel dağılımına göre farklılık göstermektedir.

**H8.4:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletme büyüklüklerine göre farklılık göstermektedir.

**H8.5:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin dış ticaret departmanı çalışan sayılarına göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>8.6</sub>:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin yararlandığı ulusal teşvik sayılarına göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>8.7</sub>:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin yararlandığı uluslararası teşvik sayılarına göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>8.8</sub>:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin ayırdığı Ar-Ge paylarına göre farklılık göstermektedir

**H<sub>8.9</sub>:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin üye olduğu ulusal ticari örgütlerin sayılarına göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>8.10</sub>:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin üye olduğu uluslararası ticari örgüt sayılarına göre farklılık göstermektedir

**H<sub>8.11</sub>:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin ayırdığı reklam paylarına göre farklılık göstermektedir

**H<sub>8.12</sub>:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin ayırdığı yeni tesis ekipman payına göre farklılık göstermektedir

**H<sub>8.13</sub>:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin sahip olduğu ulusal marka hakkına göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>8.14</sub>:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin sahip olduğu uluslararası marka hakkına göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>8.15</sub>:** İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin sahip olduğu tescilli patent hakkına göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>9</sub>:** İşletmelerin performansları, uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>9a</sub>:** İşletmelerin subjektif performansları, uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>9b</sub>:** İşletmelerin objektif performansları, uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir.

**H<sub>9b.1</sub>:** İşletmelerin ROE'leri uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık göstermektedir

**H<sub>9b.2</sub>:** İşletmelerin ROS'ları uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık göstermektedir

**H<sub>9b.3</sub>:** İşletmelerin ROA'ları uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık göstermektedir

**H<sub>9b.4</sub>:** İşletmelerin Kar'ları uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık göstermektedir

**H<sub>9b.5</sub>:** İşletmelerin Satış'ları uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık göstermektedir

**H<sub>9b.6</sub>:** İşletmelerin İhracat Satış'ları uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık göstermektedir

#### **6.4.6. Ana Ülke Faktörleri, Ev Sahibi Ülke Faktörleri, İşletme Karakteristikleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansına İlişkin Aracılık Etkileri Hipotezleri**

Çalışmada, ana ülke faktörleri, ev sahibi ülke faktörleri ve işletme karakteristikleri ile subjektif ve objektif işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık edeceği düşünülmekte ve araştırılmaktadır. Bu çerçevede aşağıda oluşturulan hipotezler sıralanmıştır.

Ana ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisini araştırmak üzere oluşturulan ana hipotez şu şekildedir.

**H10:** Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Çalışmada işletme performansı iki şekilde ölçüldüğünden, ana ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi hem subjektif hem de objektif işletme performansı olarak iki şekilde araştırılmıştır. Ana ülke faktörleri, benzer bir yapıya sahip olmasından dolayı ilgili hipotezlerin analizlerinde ortalamaları alınarak genel bir ana ülke faktörü olarak kullanılmıştır. Bu çerçevede oluşturulan hipotezler şu şekildedir.

**H10a:** Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>10a.1</sub>:** Ana ülkenin politika ve yasaları uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>10a.2</sub>:** Ana ülkenin rekabet yoğunluğu uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>10a.4</sub>:** Ana ülkenin yabancı pazar bilgisi sunması uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>10a.5</sub>:** Ana ülkenin yatırım fırsatları hakkında bilgi vermesi uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>10a.6</sub>:** Ana ülkenin diğer ülkelerle çifte vergi anlaşmalarının olması uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>10a.7</sub>:** Ana ülkenin finansal yardım sunması uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>10a.8</sub>:** Ana ülkenin yatırım koruma anlaşması uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>10a.9</sub>:** Ana ülkenin ulusal bankaları deniz aşırı şube açma konusunda desteklemesi uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir



**H<sub>10a.10</sub>**: Ana ülkenin bürokrasisi uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>10a.11</sub>**: Ana ülkenin sağladığı teşvikler uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>10b</sub>**: Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Ev sahibi ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkilerini araştırmak üzere oluşturulan hipotez şu şekildedir.

**H<sub>11</sub>**: Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Çalışmada işletme performansı iki şekilde ölçüldüğünden, ev sahibi ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi, subjektif ve objektif işletme performansları olarak ayrı ayrı araştırılmıştır. Ev sahibi ülke faktörleri, benzer bir yapıya sahip olmasından dolayı ilgili hipotezlerin analizlerinde ortalamaları alınarak genel bir ev sahibi ülke faktörü olarak kullanılmıştır. Bununla ilgili oluşturulan hipotezler şu şekildedir.

**H<sub>11a</sub>**: Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>11a.1</sub>**: Ev sahibi ülkedeki pazar talebi büyüme oranı uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>11a.2</sub>**: Ev sahibi ülkenin düşük yatırım riski uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>11a.3</sub>**: Ev sahibi ülkenin yabancı işletmelere karşı iyi davranışları uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>11a.4</sub>**: Ev sahibi ülkenin politik ve ekonomik istikrarı uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>11a.5</sub>**: Ev sahibi ülkenin ölçek ekonomisi imkânı uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>11a.6</sub>**: Ev sahibi ülkenin potansiyel pazara yakınlığı uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>11a.7</sub>**: Ev sahibi ülkenin tarife ve ticaret engellerinin azaltması uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>11a.8</sub>**: Ev sahibi ülkenin yasal düzenlemeleri uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>11a.9</sub>**: Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları teşvik etmesi uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

**H<sub>11a.10</sub>**: Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları millileştirmesi riski uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını negatif etkilemektedir

**H<sub>11b</sub>**: Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

İşletme karakteristikleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkilerini araştırmak üzere aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

**H<sub>12</sub>**: İşletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir.

Çalışmada işletme performansı iki şekilde ölçüldüğünden, işletme karakteristikleri ile işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisini araştırmak amacıyla hem subjektif hem de objektif işletme performansları için ayrı ayrı ana hipotezler “H<sub>12a</sub>” ve “H<sub>12b</sub>” ve bunlara bağlı olarak alt hipotezler sıra ile aşağıda oluşturulmuştur.

**H<sub>12a</sub>**: İşletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12a.1</sub>**: İşletme büyüklüğü, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12a.2</sub>**: İşletmenin dış ticaret departmanında çalışan sayısı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12a.3</sub>**: İşletmenin yaşı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12a.4</sub>**: İşletmenin kalite sertifikalarının sayısı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12a.5</sub>**: İşletmenin uluslararası deneyimi, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12a.6</sub>**: İşletmenin yararlandığı teşviklerin sayısı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12a.7</sub>**: İşletmenin Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12a.8</sub>**: İşletmenin yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12a.9</sub>**: İşletmenin uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12a.10</sub>**: İşletmenin uluslararası yönelimi, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12a.11</sub>**: İşletmenin reklam harcamalarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12a.12</sub>**: İşletmenin tescilli patent sahipliği, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12a.13</sub>**: İşletmenin ulusal ve uluslararası marka sahipliği, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12a.14</sub>**: İşletmenin ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12b</sub>**: İşletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12b.1</sub>**: İşletme büyüklüğü, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12b.2</sub>**: İşletmenin dış ticaret departmanı çalışan sayısı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12b.3</sub>**: İşletme yaşı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12b.4</sub>**: İşletmenin kalite sertifikalarının sayısı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12b.5</sub>**: İşletmenin uluslararası deneyimi, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12b.6</sub>**: İşletmenin yararlandığı teşviklerin sayısı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletmenin ihracat satış'larını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12b.7</sub>**: İşletmenin Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletmenin ihracat satış'larını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12b.8</sub>**: İşletmenin yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletmenin ihracat satış'larını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12b.9</sub>**: İşletmenin uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımı uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletmenin ihracat satış'larını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12b.10</sub>**: İşletmenin uluslararası yönelimi, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletmenin ihracat satış'larını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12b.11</sub>**: İŞletmenin reklam harcamalarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletmenin ihracat satış'larını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12b.12</sub>**: İŞletmenin tescilli patent sahipliği, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletmenin ihracat satış'larını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12b.13</sub>**: İŞletmenin ulusal ve uluslararası marka sahipliği, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletmenin ihracat satış'larını pozitif etkilemektedir.

**H<sub>12b.14</sub>**: İŞletmenin ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletmenin ihracat satış'larını pozitif etkilemektedir.

## 7. METODOLOJİ

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın amacı, kapsamı, ana kütle ve örneklem seçimi, araştırmanın prosedürü ve verilerin toplanması ve araştırmanın hipotezleri, modeli ve verilerin analizlerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

### 7.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu tez çalışması, genel olarak işletmelerin uluslararasılaşması üzerinde durmaktadır. Bu bağlamda tez üç boyut içermektedir. Bunlardan birincisi uluslararasılaşma derecesi, ikincisi uluslararasılaşma derecesini belirleyen faktörler ve üçüncü ise işletme performansdır. Çalışma bu üç boyut arasındaki ilişkiler üzerine kurulmuş ve bu boyutların arasındaki ilişkileri araştırmaktadır. Daha belirgin bir şekilde ifade etmek gerekirse çalışma, işletmelerin uluslararasılaşma derecelerinin belirleyicisi olan faktörleri belirlemek ve bunların uluslararasılaşma ve performans üzerine etkilerini araştırmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın diğer önemli bir amacını da, uluslararasılaşma derecesi ve performans ilişkisi oluşturmaktadır. Bu amaçları daha açık bir şekilde sıralamak gerekirse:

- İşletme karakteristiklerinin ana ülke faktörlerinin ve ev sahibi ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkisini belirlemek,
- İşletme karakteristiklerinin ana ülke faktörlerinin ve ev sahibi ülke faktörlerinin işletme performansı üzerindeki etkilerini belirlemek,
- Uluslararasılaşma derecesinin işletme performansı üzerindeki etkilerini belirlemektir.

Çalışmanın diğer amaçları ise:

- İşletmelerin uluslararasılaşma derecelerinin işletme karakteristiklerine göre farklılık gösterip göstermediklerini belirlemek,
- İşletmelerin performanslarının uluslararasılaşma derecesine göre farklılık gösterip göstermediklerini belirlemek,
- Ana ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisini belirlemek,
- Ev sahibi ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisini belirlemek,
- İşletme karakteristikleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisini belirlemek şeklinde sıralanabilir.

Bu çalışma bir alan çalışması ile desteklenerek yukarıda belirtilen amaçlara ulaşılmaya çalışılacaktır. Belirlenen amaçlar doğrultusunda araştırmanın hipotezleri ve modeli oluşturulup toplanacak verilerle hipotezler test edilecektir. Çalışma, işletmelerin uluslararasılaşma derecelerini etkileyen faktörlerin neler olduğunu, uluslararasılaşma derecelerini ve bunların performansa etkilerini belirleyerek bu konularda literatüre ve işletmeler için faydalı bilgiler içeren sonuçlar çıkarmayı hedeflemektedir.

### 7.2. Ana Kütle ve Örneklem Seçimi

Bu tez çalışmasının ana kütlelerini Türkiye’de ve uluslararası alanda faaliyetlerini sürdüren büyük ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. Bu yüzden Fortune 500 Türkiye listesi işletmeler ile ilgili daha fazla veri sunduğundan alan çalışmasında kullanmaya daha uygun olduğu için seçilmiştir.

Bunun için Fortune 500 Türkiye listesinde 2010, 2011 ve 2012 yılları olmak üzere üç yıl üst üste aynı listede yer alan ve en az ihracat faaliyetleri ile de olsa uluslararası pazarlarla ilgisi bulunan 258 uluslararası işletme tespit edilmiştir. Bu işletmeler araştırmanın alan çalışması kapsamında değerlendirilmiştir.

### 7.3. Araştırmanın Prosedürü, Verilerin Toplanması ve Geri Dönüşüm Oranı

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Anketlerin uygulanacağı işletmeler Fortune 500 Türkiye listesinde yer alan işletmelerden seçilmiştir ve araştırmada ana kütle olarak seçtiğimiz işletmelerin finansal bilgileri üç yıllık ortalamaları dikkate alınarak hesaplanmış ve analize hazır hale getirilmiştir.

Araştırmada kullanılan anket soruları literatürdeki çeşitli kaynaklardan elde edilen anket sorularının derlenmesi ve kullanılan değişkenlerden uyarlanması şeklinde oluşturulmuştur.

Anket dört bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde işletmelerin karakteristiklerini (temel özellikleri) ölçmeye yönelik sorulardan, ikinci bölümde, işletmelerin uluslararasılaşma derecesini ölçmeye yönelik sorulardan, üçüncü bölümde ise işletmelerin uluslararası faaliyetlerini ölçmeye yönelik sorulardan, dördüncü bölümünde ise işletmelerin performanslarını ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır.

Anketin birinci ve ikinci bölümündeki sorular açık uçlu sorulardan, üçüncü bölümünde ise 5'li Likert ölçeğinin kullanıldığı önermelerden oluşmaktadır. Dördüncü bölüm ise işletmelerin subjektif performanslarını ölçen 5'li Likert ölçeği ile hazırlanmış önermelerden oluşmaktadır. Ayrıca anket sorularında yer almamasına rağmen objektif işletme performansı ile ilgili olarak Fortune 500 listesinden elde edilen performans göstergeleri de her işletme için ayrı ayrı hesaplanarak analizlerde kullanılmıştır. Elde edilen bütün veriler SPSS 16.0 istatistik paket programında analiz edilmiştir.

Anketin birinci bölümünde yer alan işletme karakteristikleri, literatürde yer alan bir çok çalışmadan uyarlanarak hazırlanmıştır, bu değişkenler ve ait oldukları çalışmalar şunlardır:

- İşletme büyüklüğü (Çalışan sayısı); İşletme büyüklüğü konu ile ilgili olan ve literatürde yer alan bazı çalışmalardan uyarlanmıştır (Lu ve Beamish, 2000, 2001; Mlinarič ve Mlinarič, 2010; Fleury vd., 2007; Pattnaik ve Elango, 2009; Hsu ve Boggs, 2003; Jung ve Bansal, 2009; Giovannetti vd., 2009; Hsu, 2006; Lavie ve Miller, 2008).
- İşletme yaşı; İşletme yaşı literatürde konu ile ilgili çalışmalarda yer alan bazı çalışmalardan uyarlanmıştır (Zhou vd., 2007; Mlinarič ve Mlinarič, 2010; Elango, 2006; Olmos, 2011; Bausch ve Krist, 2007; Jung ve Bansal, 2009; Chen ve Tan, 2010, 2012; Lin vd., 2011; Lavie ve Miller, 2008).
- Uluslararası deneyim; Literatürde yer alan bazı çalışmalardan uyarlanmıştır (Wismiarsi, 2008; Chen ve Hsu, 2010).
- Ar-Ge harcamaları (yoğunluğu); Literatürde yer alan bazı çalışmalardan uyarlanmıştır (Chen ve Hsu, 2010; Lu ve Beamish, 2000, 2001, 2002; Carpenter ve Sanders, 2004; Hsu ve Boggs, 2003; Jung ve Bansal, 2009; Lin vd., 2011; Hsu, 2006; Lavie ve Miller, 2008; Boas ve González, 2007; Lee vd., 2010; Wahid, 2010).
- Uluslararası yönelim, beş önermeden oluşmaktadır. Bunlardan ilk dört önerme Sieler, (2008)'nin çalışmasından uyarlanmıştır ve beşinci önerme ise bunlara benzer şekilde oluşturulmuştur.

- Reklam harcamaları; Literatürde yer alan bazı çalışmalardan uyarlanmıştır (Chen ve Hsu, 2010; Lu ve Beamish, 2000, 2001, 2002; Hsu, 2006).
- İşletmeniz kaç ülkede faaliyet göstermektedir; Literatürde yer alan bazı çalışmalardan uyarlanmıştır (Altıntaş ve Özdemir, 2006; Sullivan, 1994; Sieler 2008).

Ayrıca, bu çalışmadaki bazı değişkenler ise yukarıdaki diğer çalışmalar örnek alınarak işletme karakteristiklerini belirlemek amacıyla kullanılmıştır. Bunlar:

- İşletmenin dış ticaret departmanında çalışan sayısı; dış ticaret departmanının büyüklüğünü belirlemek amacıyla işletme büyüklüğü değişkeni baz alınarak benzer bir şekilde kullanılmıştır.
- İşletmelerin sahip olduğu kalite belgeleri, yararlandıkları teşvik sayıları, sahip oldukları marka ve tescilli patent hakkı, üye oldukları ticari örgüt sayısı ve yeni tesis ekipman yatırım harcamaları, bu çalışmada işletme karakteristiklerini tanımlamak için kullanılan diğer değişkenlerdir.

Anketin, ikinci bölümünde yer alan ve uluslararasılaşma derecesini belirlemek için sorulan sorular:

- Foreign Sales to Total Sales (FSTS): Yabancı Satışlar / Toplam Satışlar oranı. Literatürde FSTS uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak bazı çalışmalarda kullanılmış olan bir parametredir (Mlinarič ve Mlinarič, 2010; Chen ve Tan, 2010, 2012; Ebneith ve Theuvsen, 2006; Kennelly ve Lewis, 2004; Altıntaş ve Özdemir, 2006; Sullivan, 1994; Sieller, 2008).
- Foreign Assets to Total Assets (FATA): Yabancı Varlıkların Toplamı / Toplam Varlıklar. Literatürde FATA, uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak bazı çalışmalarda kullanılmış olan bir parametredir (Altıntaş ve Özdemir, 2006; Sullivan, 1994; Sieler, 2008).
- Overseas Subsidiaries to Total Subsidiaries (OSTS): Yabancı Şubelerin Sayısı / Toplam Şube Sayısı. Literatürde OSTs uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak bazı çalışmalarda kullanılmış olan bir parametredir (Altıntaş ve Özdemir, 2006; Sullivan, 1994; Sieler, 2008).
- Top Manager's International Experience (TMIE): Tepe Yönetimin Uluslararası Tecrübesi / Bütün Yöneticilerin Toplam Tecrübesi. Literatürde TMIE, uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak bazı çalışmalarda kullanılmış olan bir parametredir (Altıntaş ve Özdemir, 2006; Sullivan, 1994).
- Psychic Dispersion of International Operations (PDIO): İhracat Yapılan Ülke Sayısı / Pazardaki Toplam Ülke Sayısı. Literatürde PDIO, uluslararasılaşma derecesi ile ilgili olarak bazı çalışmalarda kullanılmış olan bir parametredir (Altıntaş ve Özdemir, 2006; Sullivan, 1994; Sieler, 2008). Çalışmada toplam ülke sayısı olarak uluslararası alanda tanınmış olan 193 ülke (25.12.2013, [tr.wikipedia.org](http://tr.wikipedia.org)) pazardaki ülke sayısı olarak alınmıştır. Uluslararasılaşma derecesini ölçen sorular için herhangi bir ölçek kullanılmadan ankette açık uçlu sorular olarak yer almıştır.

Anketin, üçüncü bölümünde yer alan ve işletmelerin uluslararası faaliyetlerini etkileyen faktörleri (ana ülke faktörleri, ev sahibi ülke faktörleri) ölçmeye yönelik olarak sorulan sorular: Ankette ana ülke ve ev sahibi ülke faktörleri olarak iki bölüm halinde yer almaktadır. Ana ülke faktörleri 11 önermeden ve ev sahibi ülke faktörleri ise 10 önermeden oluşturmaktadır. Bu önermeler, literatürde yer alan çalışmalardan uyarlanmıştır (Al-Saadon ve Das, 1996; Demirbağ vd., 2007; Pešková, 2006; Karacaoğlu, 2006; Elango, 2006; Agarwal ve Ramaswami, 1992; Chiao vd., 2006,

2008; Chang, 2011; Gastanaga, 1998) literatürde olmayanlar ise benzer şekilde oluşturularak 5'li Likert ölçeği kullanılarak hazırlanmıştır.

Anketin dördüncü bölümünde yer alan ve subjektif işletme performanslarını ölçmeye yönelik olan sorular:

- İşletme performansı, subjektif işletme performansını ölçmeye yönelik olarak hazırlanan 14 önermeden oluşmaktadır. Bu önermeler literatürde yer alan bazı çalışmalardan uyarlanmıştır (Chiao vd., 2008; Rättich, 2010; Erramilli, 1996; Li vd., 2009; Sökmen, 2006; Bausch ve Krist, 2007; Karabağ, 2008 ve Eriş, 2008; Chiao vd., 2008; Rättich, 2010; Rutihinda, 2008; Eren, 2006). Literatürde olmayanlar ise diğer çalışmalardakilere benzer şekilde oluşturulmuştur. Subjektif işletme performansı önermeleri için 5'li Likert ölçeği ile kullanılmıştır.
- Bir diğer performans ölçütleri ise, objektif işletme performansıdır. Objektif işletme performansı için ise Fortune 500 Türkiye listesinde yer alan ve her bir işletme için ayrı ayrı sunulan hazır veriler son üç yıllık ortalama oranlar hesaplanarak kullanılmıştır.
- Objektif işletme performansı ölçütleri olarak kullanılan değişkenler; Satışların geriye dönüş oranı (ROS); Literatürdeki bazı çalışmalarda kullanılmıştır (Bausch ve Krist, 2007; Ebneith ve Theuvsen, 2006; Chang, 2011; Majocchi ve Zucchella, 2003; Wahid, 2010).
- Yatırımların geriye dönüş oranı (ROI); Literatürdeki bazı çalışmalarda kullanılmıştır (Rutihinda, 2008).
- Öz kaynakların getirisi (ROE); Literatürde bazı çalışmalarda kullanılmıştır (Bausch ve Krist, 2007; Hsu ve Boggs, 2003; Ebneith ve Theuvsen, 2006; Hsu, 2006).
- Varlıkların geriye dönüşü (ROA); Literatürdeki bazı çalışmalardan elde edilmiştir (Bausch ve Krist, 2007; Hsu ve Boggs, 2003; Lavie ve Miller, 2008; Majocchi ve Zucchella, 2003; Boas ve González, 2007; Wahid, 2010; Nielsen, 2010).
- Ayrıca ROE, ROS, ROA, Kar, Satışlar (toplam satışlar) ve İhracat Satışları gibi veriler Fortune 500 listesinden hazır olarak ve hesaplanarak elde edilmiştir.

Alan çalışmasına başlamadan önce uzman yardımı alınarak yazım ve dilbilgisi hataları düzeltilmiştir. Bir sonraki aşamada 10 işletmeyi kapsayan pilot bir çalışma yapılarak anketteki anlaşılmayan kısımların düzeltilmesi yapılmıştır. Bu aşamadan sonra anket formu, google drive dokümanlar kısmında oluşturularak elektronik ortama taşınmıştır. Son aşama olarak ise anketlerin uygulamasına başlanmıştır.

Çalışmanın ana kütlesi olan 258 işletmenin hepsinin tek tek web sayfalarındaki mail adresleri elde edilerek bu işletmelerin, dış ticaret departmanları ve finans departmanı yöneticilerine açıklayıcı ve bilgi verici maillerle birlikte çalışmanın anket linki gönderilerek anketi cevaplamaları konusunda ricada bulunulmuştur.

Çalışma sonucunda anketin geri dönüş sayısı 258 işletmeden 114 olarak gerçekleşmiştir diğer bir ifadeyle geri dönüş oranı % 44,18'dir. Ancak geri dönen anketlerden 11'i başka bir deyişle % 4,26'sı kullanılamayacak (mükerrer, eksik doldurulmuş ve isimsiz) durumda olup, anket geri dönüşündeki net ve kullanılabilir anket sayısı 103 başka bir ifadeyle % 39,92 olarak gerçekleşmiştir.



#### 7.4. Araştırmanın Kısıtları ve Güvenilirliği

Her araştırmada olduğu gibi bu araştırmanın da bazı kısıtları söz konusudur. Bu araştırmanın alan çalışmasında karşılaşılan en büyük kısıt, ana kütlede yer alan işletmelerin büyük bir kısmının elde edilen bilgilerin, kimse ile paylaşılmayacağı konusunda garanti verilmesine rağmen cevaplayıcıların, işletme ile ilgili bilgileri işletme politikalarına ters düştüğü gerekçesi ile bilgi verilmemesi hatta bazı işletmelerin de anket çalışmasına katılmamasıdır. Bu durum anket çalışmasının dönüş oranını olumsuz olarak etkilemiştir. Ayrıca anket tekniği, sosyal bilgiler araştırmalarında sıkça kullanılmasından dolayı, ister küçük işletmeler isterse de büyük işletmeler olsun, her gün yüzlerce anket talebi ile yüz yüze gelmektedirler. Bu nedenle işletmeler bu taleplere yetişemeyip birçok çalışmanın anketini iş yoğunluklarını gerekçe göstermek suretiyle geri çevirmek durumunda kaldıklarını belirtmişlerdir. Durumun bu şekilde olması işletmeleri zor durumda bırakmakla birlikte, anket yapan araştırmacıların da durumlarını bir hayli zorlaştırarak anketlerin geri dönüşlerini önemli ölçüde azaltmaktadır.

Bu tez çalışmasında elde edilen bilgilerin doğruluğu; alan çalışması kısmında gerek birincil, gerekse de ikincil olarak elde edilen verilerin doğruluğu ve geçerliliği tamamıyla anket çalışmamıza katılan işletmelerin dış ticaret departmanı ve finans departmanı yetkililerinin verdikleri cevapların doğruluğu ile sınırlıdır.

#### 7.5. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Araştırmanın alan çalışması çerçevesinde oluşturulmuş olan hipotezler tablolaştırılarak, ana ve alt hipotezler şeklinde özetlenmiştir. Özetlenen hipotezler:

- İşletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri ve ev sahibi ülke faktörleri ile uluslararasılaşma derecesi ile ilgili hipotezler,
- İşletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri, ev sahibi ülke faktörleri ve uluslararasılaşma derecesi ile subjektif ve objektif işletme performansı ile ilgili hipotezler,
- İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi ve işletme karakteristikleri ile ilgili farklılık hipotezleri,
- İşletmelerin performansları ve uluslararasılaşma derecesi ile ilgili farklılık hipotezleri,
- Ana ülke faktörleri, ev sahibi ülke faktörleri ve işletme karakteristikleri ile işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi ile ilgili hipotezler olmak üzere tablolar halinde özetlenmiştir. Ayrıca ana hipotezler Şekil 7.1’de yer alan çalışmanın modeli üzerinde de gösterilmiştir.

Araştırmada, test edilmek üzere oluşturulan ve işletme karakteristiklerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştırmak için geliştirilen hipotezler Tablo 7.1’de ana hipotez ve ilgili alt hipotezler şeklinde özetlenmiştir.

**Tablo 7.1.** İşletme Karakteristikleri ve Uluslararasılaşma Derecesi İle İlgili Hipotezler***İşletme karakteristiklerinin uluslararasılaşma derecesine etkisine ilişkin hipotezler***

- H1: İşletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>1.1</sub>: İşletme büyüklüğü, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>1.2</sub>: İşletmenin dış ticaret departmanında çalışan sayısı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>1.3</sub>: İşletmenin yaşı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>1.4</sub>: İşletmenin sahip olduğu ulusal ve uluslararası kalite sertifikalarının sayısı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>1.5</sub>: İşletmenin uluslararası deneyimi, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>1.6</sub>: İşletmenin yararlandığı teşviklerin sayısı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>1.7</sub>: İşletmenin Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>1.8</sub>: İşletmenin yeni tesis ve ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>1.9</sub>: İşletmenin uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>1.10</sub>: İşletmenin reklam harcamalarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>1.11</sub>: İşletmenin uluslararası yönelimi, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>1.12</sub>: İşletmenin tescilli patent sahipliği uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>1.13</sub>: İşletmenin ulusal ve uluslararası marka sahipliği, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>1.14</sub>: İşletmenin ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir

Araştırmada, analizi yapılarak test edilmek üzere oluşturulmuş olan, ana ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştırmak için oluşturulmuş olan hipotezler, Tablo 7.2’de özetlenmiştir.

**Tablo 7.2 .** Ana Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesine İlişkin Hipotezler***Ana ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesine etkisine ilişkin hipotezler***

- H2: Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>2.1</sub>: Ana ülkenin politika ve yasaları, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>2.2</sub>: Ana ülkenin rekabet yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>2.3</sub>: Ana ülkenin ekonomik istikrarı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>2.4</sub>: Ana ülkenin yabancı pazar bilgisi sunması, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>2.5</sub>: Ana ülkenin yatırım fırsatları hakkında bilgi vermesi, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>2.6</sub>: Ana ülkenin diğer ülkelerle çifte vergi anlaşmalarının olması, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>2.7</sub>: Ana ülkenin finansal yardım sunması, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>2.8</sub>: Ana ülkede yatırım koruma anlaşması olması, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>2.9</sub>: Ana ülkenin ulusal bankaları deniz aşırı şube açma konusunda desteklemesi, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>2.10</sub>: Ana ülkenin bürokrasisi, uluslararasılaşma derecesini negatif etkilemektedir
- H<sub>2.11</sub>: Ana ülkenin sağladığı teşvikler, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir

Araştırmada, analiz edilerek test edilmek üzere oluşturulmuş olan ev sahibi ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştırmak üzere oluşturulmuş olan hipotezler ana ve alt hipotezler olarak Tablo 7.3'te özetlenmiştir.

**Tablo 7.3.** Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi İle İlgili Hipotezler

***Ev sahibi ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesine etkisine ilişkin hipotezler***

- H3: Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>3.1</sub>: Ev sahibi ülkenin pazar talebi büyüme oranı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>3.2</sub>: Ev sahibi ülkenin düşük yatırım riski, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>3.3</sub>: Ev sahibi ülkenin yabancı işletmelere karşı iyi davranışları, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>3.4</sub>: Ev sahibi ülkenin politik ve ekonomik istikrarı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>3.5</sub>: Ev sahibi ülkenin ölçek ekonomisi imkânı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>3.6</sub>: Ev sahibi ülkenin potansiyel pazara yakınlığı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>3.7</sub>: Ev sahibi ülkenin tarife ve ticaret engellerinin azaltılması, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>3.8</sub>: Ev sahibi ülkenin yasal düzenlemeleri, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>3.9</sub>: Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları teşvik etmesi, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir
- H<sub>3.10</sub>: Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları millileştirme riski, uluslararasılaşma derecesini negatif etkilemektedir

Araştırmada, analiz edilerek, test edilmek üzere oluşturulan ana ülke faktörlerinin işletme performansı üzerindeki etkilerini araştırmak üzere oluşturulmuş olan hipotezler Tablo 7.4'te özetlenmiştir.

**Tablo 7.4.** Ana Ülke Faktörleri ve İşletme Performansı İle İlgili Hipotezler

***Ana ülke faktörlerinin işletme performansına etkisine ilişkin hipotezler***

- H4: Ana ülke faktörleri, işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H4a: Ana ülke faktörleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>4a.1</sub>: Ana ülkenin politika ve yasaları, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>4a.2</sub>: Ana ülkenin rekabet yoğunluğu, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>4a.3</sub>: Ana ülkenin ekonomik istikrarı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>4a.4</sub>: Ana ülkenin yabancı pazar bilgisi sunması, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>4a.5</sub>: Ana ülkenin yatırım fırsatları hakkında bilgi vermesi, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>4a.6</sub>: Ana ülkenin diğer ülkelerle çifte vergi anlaşmalarının olması, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>4a.7</sub>: Ana ülkenin finansal yardım sunması, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>4a.8</sub>: Ana ülkede yatırım koruma anlaşması olması, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>4a.9</sub>: Ana ülkenin ulusal bankaları deniz aşırı şube açma konusunda desteklemesi, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>4a.10</sub>: Ana ülkenin bürokrasisi, subjektif işletme performansını negatif etkilemektedir
- H<sub>4a.11</sub>: Ana ülkenin sağladığı teşvikler, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H4b: Ana ülke faktörleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>4b.1</sub>: Ana ülke faktörleri, işletmenin ROE'sini pozitif etkilemektedir
- H<sub>4b.2</sub>: Ana ülke faktörleri, işletmenin ROS'sunu pozitif etkilemektedir
- H<sub>4b.3</sub>: Ana ülke faktörleri, işletmenin ROA'sını pozitif etkilemektedir
- H<sub>4b.4</sub>: Ana ülke faktörleri, işletmenin kar'larını pozitif etkilemektedir
- H<sub>4b.5</sub>: Ana ülke faktörleri, işletmenin satış'larını pozitif etkilemektedir
- H<sub>4b.6</sub>: Ana ülke faktörleri, işletmenin ihracat satış'larını pozitif etkilemektedir

Araştırmada, analiz edilerek, test edilmek üzere oluşturulmuş olan ev sahibi ülke faktörleri ve işletme performansı ile ilgili olan hipotezler Tablo 7.5'te özetlenmiştir.

**Tablo 7.5.** Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve İşletme Performansı İle İlgili Hipotezler

***Ev sahibi ülke faktörlerinin işletme performansı üzerindeki etkisine ilişkin hipotezler***

- H5: Ev sahibi ülke faktörleri, işletme performansını pozitif etkilemektedir  
H5a: Ev sahibi ülke faktörleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir  
H<sub>5a.1</sub>: Ev sahibi ülkenin pazar talebi büyüme oranı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir  
H<sub>5a.2</sub>: Ev sahibi ülkenin düşük yatırım riski, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir  
H<sub>5a.3</sub>: Ev sahibi ülkenin yabancı işletmelere karşı iyi davranışları, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir  
H<sub>5a.4</sub>: Ev sahibi ülkenin politik ve ekonomik istikrarı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir  
H<sub>5a.5</sub>: Ev sahibi ülkenin ölçek ekonomisi imkânı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir  
H<sub>5a.6</sub>: Ev sahibi ülkenin potansiyel pazara yakınlığı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir  
H<sub>5a.7</sub>: Ev sahibi ülkenin tarife ve ticaret engellerini azaltması, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir  
H<sub>5a.8</sub>: Ev sahibi ülkenin yasal düzenlemeleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir  
H<sub>5a.9</sub>: Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları teşvik etmesi, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir  
H<sub>5a.10</sub>: Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları millileştirmesi riski, işletme performansını negatif etkilemektedir  
H5b: Ev sahibi ülke faktörleri, objektif işletme performansını pozitif etkiler  
H<sub>5b.1</sub>: Ev sahibi ülke faktörleri, işletmenin ROE'sini pozitif etkilemektedir  
H<sub>5b.2</sub>: Ev sahibi ülke faktörleri, işletmenin ROS'sunu pozitif etkilemektedir  
H<sub>5b.3</sub>: Ev sahibi ülke faktörleri, işletmenin ROA'sını pozitif etkilemektedir  
H<sub>5b.4</sub>: Ev sahibi ülke faktörleri, işletmenin kar'larını pozitif etkilemektedir  
H<sub>5b.5</sub>: Ev sahibi ülke faktörleri, işletmenin satış'larını pozitif etkilemektedir  
H<sub>5b.6</sub>: Ev sahibi ülke faktörleri, işletmenin ihracat satış'larını pozitif etkilemektedir

Araştırmada, analiz edilerek, test edilmek üzere oluşturulmuş olan uluslararasılaşma derecesi ve işletme performansı ile ilgili olan hipotezler Tablo 7.6'da özetlenmiştir.

**Tablo 7.6.** Uluslararasılaşma Derecesi, İşletme Performansı İle İlgili Hipotezler

***Uluslararasılaşma derecesinin işletme performansına etkisine ilişkin hipotezler***

- H6: Uluslararasılaşma derecesi, işletme performansını pozitif etkilemektedir  
H6a: Uluslararasılaşma derecesi, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir  
H6b: Uluslararasılaşma derecesi, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir  
H<sub>6b.1</sub>:Uluslararasılaşma derecesi, işletmenin ROE'sini pozitif etkilemektedir  
H<sub>6b.2</sub>:Uluslararasılaşma derecesi, işletmenin ROS'sunu pozitif etkilemektedir  
H<sub>6b.3</sub>:Uluslararasılaşma derecesi, işletmenin ROA'sını pozitif etkilemektedir  
H<sub>6b.4</sub>:Uluslararasılaşma derecesi, işletmenin kar'larını pozitif etkilemektedir  
H<sub>6b.5</sub>:Uluslararasılaşma derecesi, işletmenin satış'larını pozitif etkilemektedir  
H<sub>6b.6</sub>:Uluslararasılaşma derecesi, işletmenin ihracat satış'larını pozitif etkilemektedir

Araştırmada test edilmek üzere oluşturulmuş olan işletme karakteristikleri ve işletme performansı (subjektif ve objektif) ile ilgili olan hipotezler Tablo 7.7'de özetlenmiştir.

**Tablo 7.7.** İşletme Karakteristikleri, İşletme Performansı İle İlgili Hipotezler***İşletme karakteristiklerinin işletme performansına etkisine ilişkin hipotezler***

- H7: İşletme karakteristikleri, işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H7a: İşletme karakteristikleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7a.1</sub>: İşletme büyüklüğü, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7a.2</sub>: İşletmenin dış ticaret departmanı çalışan sayısı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7a.3</sub>: İşletmenin yaşı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7a.4</sub>: İşletmenin sahip olduğu kalite sertifikalarının sayısı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7a.5</sub>: İşletmenin sahip olduğu uluslararası deneyim, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7a.6</sub>: İşletmenin yararlandığı teşviklerin sayısı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir.
- H<sub>7a.7</sub>: İşletmenin Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğu, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7a.8</sub>: İşletmenin yeni tesis ve ekipman yatırımlarının yoğunluğu, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7a.9</sub>: İşletmenin uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7a.10</sub>: İşletmenin reklam harcamalarının yoğunluğu, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7a.11</sub>: İşletmenin uluslararası yönelimi, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7a.12</sub>: İşletmenin tescilli patent sahipliği, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7a.13</sub>: İşletmenin ulusal ve uluslararası marka sahipliği, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7a.14</sub>: İşletmenin ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H7b: İşletme karakteristikleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7b.1</sub>: İşletme karakteristikleri, işletmenin ROE'sini pozitif etkilemektedir
- H<sub>7b.2</sub>: İşletme karakteristikleri, işletmenin ROS'unu pozitif etkilemektedir
- H<sub>7b.3</sub>: İşletme karakteristikleri, işletmenin ROA'sını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7b.4</sub>: İşletme karakteristikleri, işletmenin kar'ını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7b.5</sub>: İşletme karakteristikleri, işletmenin satış'larını pozitif etkilemektedir
- H<sub>7b.6</sub>: İşletme karakteristikleri, işletmenin ihracat satış'larını pozitif etkilemektedir

Araştırmada test edilmek üzere oluşturulan ve işletmelerin uluslararasılaşma derecelerinin işletme karakteristiklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediklerini ve işletme performansının uluslararasılaşma derecesine göre farklılık gösterip göstermediğini araştırmak üzere oluşturulan hipotezler ana ve ilgili alt hipotezler olmak üzere Tablo 7.8'de özetlenmiştir.

**Tablo 7.8.** İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Karakteristikleri İle İlgili Farklılık Hipotezleri

***İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi ve işletme karakteristiklerine ilişkin farklılık hipotezleri***

- H8: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletme karakteristiklerine göre farklılık göstermektedir
- H<sub>8,1</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletme büyüklüklerine göre farklılık göstermektedir
- H<sub>8,2</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin dış ticaret departmanı çalışan sayılarına göre farklılık göstermektedir
- H<sub>8,3</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletme yaşına göre farklılık göstermektedir
- H<sub>8,4</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin ulusal ve uluslararası kalite belgeleri sayılarına göre farklılık göstermektedir
- H<sub>8,5</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin uluslararası deneyimlerine göre farklılık göstermektedir
- H<sub>8,6</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin yararlandığı ulusal ve uluslararası teşvik sayılarına göre farklılık göstermektedir
- H<sub>8,7</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin ayırdığı Ar-Ge paylarına göre farklılık göstermektedir
- H<sub>8,8</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin ayırdığı yeni tesis ekipman payına göre farklılık göstermektedir
- H<sub>8,9</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin uluslararası faaliyetlerinin fiziksel dağılımına göre farklılık göstermektedir
- H<sub>8,10</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin ayırdığı reklam paylarına göre farklılık göstermektedir
- H<sub>8,11</sub>: İşletmelerin Uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin uluslararası yönelimlerine göre farklılık göstermektedir
- H<sub>8,12</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin üye olduğu ulusal ve uluslararası ticari örgütlerin sayılarına göre farklılık göstermektedir
- H<sub>8,13</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin sahip olduğu ulusal marka hakkına göre farklılık göstermektedir
- H<sub>8,14</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin sahip olduğu uluslararası marka hakkına göre farklılık göstermektedir
- H<sub>8,15</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin sahip olduğu tescilli patent hakkına göre farklılık göstermektedir
- H9: İşletmelerin performansları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir
- H9a: İşletmelerin subjektif performansları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir
- H9b: İşletmelerin objektif işletme performansları, uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık göstermektedir
- H<sub>9b,1</sub>: İşletmelerin ROE'leri uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir
- H<sub>9b,2</sub>: İşletmelerin ROS'ları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir
- H<sub>9b,3</sub>: İşletmelerin ROA'ları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir
- H<sub>9b,4</sub>: İşletmelerin kar'ları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir
- H<sub>9b,5</sub>: İşletmelerin satış'ları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir
- H<sub>9b,6</sub>: İşletmelerin ihracat satışları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir

Araştırmada, analiz edilerek, test edilmek üzere oluşturulan ana ülke faktörleri, ev sahibi ülke faktörleri ve işletme karakteristikleri ile işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi ile ilgili olan hipotezler ana ve alt hipotezler olmak üzere Tablo 7.9'da özetlenmiştir.

**Tablo 7.9.** Ana Ülke Faktörleri, Ev sahibi Ülke Faktörleri ve İşletme Karakteristiklerinin İşletme Performansına Etkisi Analizinde, Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi İle İlgili Hipotezler

***Ana ülke faktörleri, ev sahibi ülke faktörleri ve işletme karakteristiklerinin işletme performansına etkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisine yönelik hipotezler***

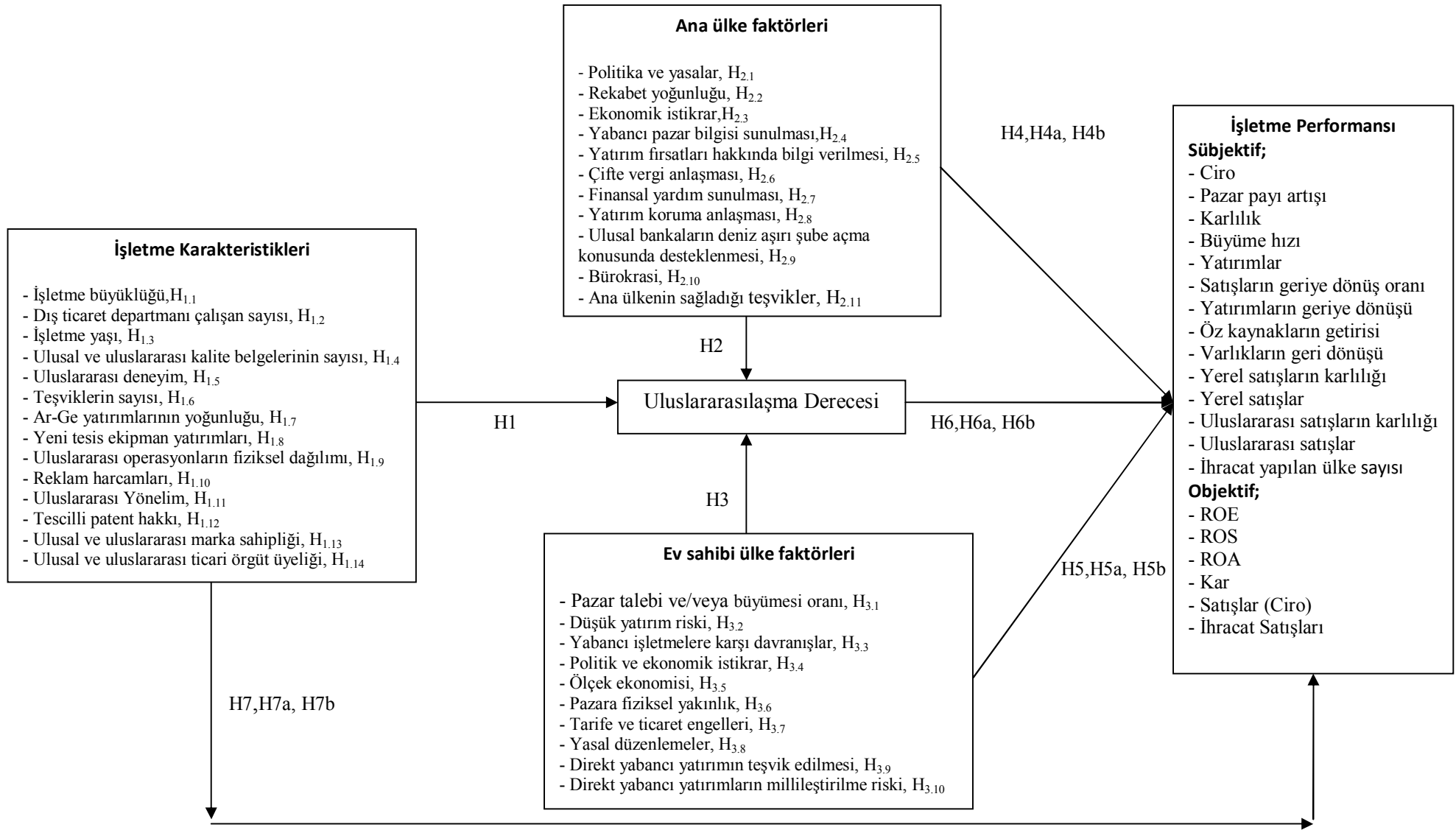
- H10: Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H10a: Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>10a.1</sub>: Ana ülkenin politika ve yasaları uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>10a.2</sub>: Ana ülkenin rekabet yoğunluğu uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>10a.3</sub>: Ana ülkenin ekonomik istikrarı uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>10a.4</sub>: Ana ülkenin yabancı pazar bilgisi sunması uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>10a.5</sub>: Ana ülkenin yatırım fırsatları hakkında bilgi vermesi uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>10a.6</sub>: Ana ülkenin diğer ülkelerle çifte vergi anlaşmalarının olması uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>10a.7</sub>: Ana ülkenin finansal yardım sunması uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>10a.8</sub>: Ana ülkenin yatırım koruma anlaşması uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>10a.9</sub>: Ana ülkenin ulusal bankaları deniz aşırı şube açma konusunda desteklemesi uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>10a.10</sub>: Ana ülkenin bürokrasisi uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>10a.11</sub>: Ana ülkenin sağladığı teşvikler uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H10b: Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H11: Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H11a: Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>11a.1</sub>: Ev sahibi ülkedeki pazar talebi büyüme oranı uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>11a.2</sub>: Ev sahibi ülkenin düşük yatırım riski uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>11a.3</sub>: Ev sahibi ülkenin yabancı işletmelere karşı iyi davranışları uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>11a.4</sub>: Ev sahibi ülkenin politik ve ekonomik istikrarı uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>11a.5</sub>: Ev sahibi ülkenin ölçek ekonomisi imkânı uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>11a.6</sub>: Ev sahibi ülkenin potansiyel pazara yakınlığı uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>11a.7</sub>: Ev sahibi ülkenin tarife ve ticaret engellerini azaltması uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>11a.8</sub>: Ev sahibi ülkenin yasal düzenlemeleri uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>11a.9</sub>: Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları teşvik etmesi uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir

- 
- H<sub>11a.10</sub>: Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları millileştirme riski uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını negatif etkilemektedir
- H<sub>11b</sub>: Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12</sub>: İşletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12a</sub>: İşletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12a.1</sub>: İşletme büyüklüğü, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12a.2</sub>: İşletmenin dış ticaret departmanında çalışan sayısı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12a.3</sub>: İşletmenin yaşı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12a.4</sub>: İşletmenin kalite sertifikalarının sayısı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12a.5</sub>: İşletmenin uluslararası deneyimi, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12a.6</sub>: İşletmenin yararlandığı teşviklerin sayısı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12a.7</sub>: İşletmenin Ar – Ge yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12a.8</sub>: İşletmenin yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12a.9</sub>: İşletmenin uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12a.10</sub>: İşletmenin uluslararası yönelimi, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12a.11</sub>: İşletmenin reklam harcamalarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12a.12</sub>: İşletmenin tescilli patent sahipliği, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12a.13</sub>: İşletmenin ulusal ve uluslararası marka sahipliği, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12a.14</sub>: İşletmenin ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12b</sub>: İşletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12b.1</sub>: İşletme büyüklüğü uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12b.2</sub>: İşletmenin dış ticaret departmanında çalışan sayısı uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12b.3</sub>: İşletme yaşı uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12b.4</sub>: İşletmenin kalite sertifikalarının sayısı uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12b.5</sub>: İşletmenin uluslararası deneyimi uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12b.6</sub>: İşletmenin teşviklerin sayısı uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12b.7</sub>: İşletmenin Ar – Ge yatırımlarının yoğunluğu uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12b.8</sub>: İşletmenin yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12b.9</sub>: İşletmenin uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12b.10</sub>: İşletmenin uluslararası yönelimi uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12b.11</sub>: İşletmenin reklam harcamalarının yoğunluğu uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir
-



- 
- H<sub>12b.12</sub>: İşletmenin tescilli patent sahipliği uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12b.13</sub>: İşletmenin ulusal ve uluslararası marka sahipliği uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir
- H<sub>12b.14</sub>: İşletmenin ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir
- 

Bu tez çalışmasının alan çalışması kısmında araştırılmak üzere oluşturulmuş olan araştırmanın modeli Şekil 7.1'de yer almaktadır. Model üzerinde değişkenlerin aralarındaki ilişkiler gösterilmiştir. Bu ilişkiler; işletme karakteristikleri ve uluslararasılaşma derecesi ilişkisi; ana ülke faktörleri ve uluslararasılaşma derecesi ilişkisi; ev sahibi ülke faktörleri ve uluslararasılaşma derecesi ilişkisi; işletme karakteristikleri ve işletme performansı (sübjektif ve objektif) ilişkisi; ana ülke faktörleri ve işletme performansı (sübjektif ve objektif) ilişkisi; ev sahibi ülke faktörleri ve işletme performansı (sübjektif ve objektif) ilişkisi; uluslararasılaşma derecesi ve işletme performansı (sübjektif ve objektif) ilişkisi şeklinde özetlenebilir. Model üzerinde ayrıca bu ilişkilere ilişkin araştırmanın ana hipotezleri de gösterilmiştir



**Şekil 7.1.** Araştırmanın Modeli; İşletme Karakteristikleri, Ana Ülke Faktörleri ve Ev Sahibi Ülke Faktörleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İlişkileri

## 8. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Çalışmanın bu bölümünde, yapılan alan çalışması sonucunda elde edilen verilerin analizlerine ve bu analizlerin sonuçlarına ve bu sonuçlara ait yorumlara yer verilmiştir.

### 8.1. Araştırmanın Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Güvenirlilik değeri bir ölçme aracının tekrarlanan ölçümlerde aynı sonucu verme derecesinin göstergesidir (Eymen, 2007: 74). Güvenirlilik kavramı yapılan her ölçüm için gereklidir, çünkü güvenirlilik bir test ya da ankette yer alan soruların birbirleri ile olan tutarlılığını ve kullanılan ölçeğin ilgilenilen sorunu ne derece yansıttığını ifade eder (Kalaycı, 2010: 403).

Güvenirlilik analizinde kullanılan modellerden biri de Alfa modelidir (Cronbach Alpha Coefficient) (Kalaycı, 2010: 405). Nunnally (1978)'e göre alfa değeri 0,70 veya üzerinde bir değere sahip ( $0,70 \leq \alpha \leq 1$ ) ise ölçek güvenilir kabul edilmesine rağmen literatürde bazı çalışmalarda ise Alfa ( $\alpha$ ) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenirliliği aşağıdaki gibi yorumlanır (Kalaycı, 2010: 405):

$0.00 \leq \alpha < 0.40$  ise ölçek güvenilir değildir,

$0.40 \leq \alpha < 0.60$  ise ölçeğin güvenirliliği düşük,

$0.60 \leq \alpha < 0.80$  ise ölçek güvenilir ve

$0.80 \leq \alpha < 1.00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Bu tez çalışmasının alan çalışmasında kullanılan ölçeklerin güvenirliliğinin test edilmesinde de Cronbach's Alfa katsayısı kullanılmıştır.

Çalışmanın alan çalışması kısmında kullanılan ve anket formunda yer alan, güvenirlilik analizi yapmaya uygun olan ölçeklerin güvenirlilik analizine ilişkin sonuçlar Tablo 8.1'de yer almaktadır. Tablo 8.1 incelendiğinde araştırmanın ölçeklerinin hepsinin  $\alpha$  değerinin 0,60'ın üzerinde olduğu görülmektedir. Bu yüzden hiçbir tartışmaya yol açmaksızın, ölçeklerin güvenilir bir şekilde ölçümlenmiş olduğu söylenebilir (Kalaycı, 2010: 405). Önermelerin, alfa değerleri Tablo 8.1'de incelendiğinde güvenirlilik katsayısını azaltıcı etkisi olan önemli bir değere rastlanmamıştır.

**Tablo 8.1.** Araştırmada Yer Alan Ölçeklere İlişkin Güvenirlilik Analizi Sonuçları

<i>Ölçekler</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Önerme Sayısı</i>
Ana Ülke Faktörleri	,690	11
Ev sahibi Ülke Faktörleri	,789	10
Uluslararası Yönelim	,688	5
Sübjektif İşletme Performansı	,934	14

Toplamda 61 sorudan oluşan anket çalışmasında, güvenirlilik analizi yapmaya uygun olan; ana ülke faktörleri, ev sahibi ülke faktörleri, uluslararası yönelim ve sübjektif işletme performansı önermeleri için güvenirlilik analizi gerçekleştirilmiştir. Güvenirlilik analizi sonucunda; ana ülke faktörleri ile ilgili olan 11 önermenin  $\alpha$  değeri 0,690, ev sahibi ülke faktörleri ile ilgili olan 10 önermenin  $\alpha$  değeri 0,789, uluslararası yönelim ile ilgili olan 5 önermenin  $\alpha$  değeri 0,688 ve sübjektif işletme performansı ile ilgili olan 14 önermenin  $\alpha$  değeri ise 0,934 olarak belirlenmiştir.

Diğer taraftan güvenilirlik analizi yapmaya uygun olmayan işletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi ve objektif işletme performansı değişkenleri için bu analiz yapılmamıştır.

## 8.2. İşletme Karakteristikleri İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Analizlerin bu bölümünde, işletmelerin sahip olduğu karakteristikler ile ilgi olarak yapılmış tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir ve bu bulgular, tablolar halinde özetlenerek yorumlanmıştır. Tablolar incelendiğinde dikkat edilecek önemli bir husus bazı tablolarda frekansların 103'ten az olduğudur. Bunun en önemli nedeni çalışmaya katılan, katılımcıların bazı soruları yanıtlama konusunda çekimser kalmalarıdır.

### 8.2.1. İşletmelerin Faaliyet Yıllarına İlişkin Bulgular

Çalışmaya katılan işletmelerin vermiş olduğu yanıtlar incelendiğinde; katılımcıların % 23,30'u 41-50 yıl arasında, % 23,30'u 31- 40 yıl arasında, % 16,50'si 21-30 yıl arasında, % 25,25'i 51 yıl ve daha uzun süredir, % 7,77'si ise 11-20 yıl arasında, ayrıca işletmelerin % 3,88'i 10 yıldan daha az faaliyet sürelerine sahip olduklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 8.2 genel olarak değerlendirildiğinde araştırmaya katılan işletmelerin büyük bir çoğunluğunun faaliyet sürelerinin 31–50 yıl arasında olduğu görülmektedir. Bunun dışında işletmelerin diğer bir kısmının faaliyetlerinin 51 yıl ve daha fazla sürede olduğu ve diğer bir kısmının faaliyet sürelerinin 30 yıldan daha az olduğu görülmektedir. İşletmelerin faaliyet yıllarının 20-50 arasında bir yoğunluğa sahip olduğunu görmek mümkündür.

**Tablo 8.2.** İşletmelerin Faaliyet Yılları Değişkenine Göre Dağılımı

<i>Faaliyet Yıllar</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
0 – 10 yıl	4	3,88
11 – 20 yıl	8	7,77
21 – 30 yıl	17	16,50
31 – 40 yıl	24	23,30
41 – 50 yıl	24	23,30
51 – 60 yıl	14	13,60
61 – 70 yıl	7	6,80
71 – 80 yıl	4	3,88
81 – 90 yıl	1	0,97
<b>Toplam</b>	<b>103</b>	<b>100</b>

### 8.2.2. İşletmelerin Faaliyette Buldukları Sektörlere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan işletmeler faaliyette buldukları sektörler açısından Tablo 8.3’de incelendiğinde; işletmelerin % 19,42’sinin tarım ve gıda, %16,50’sinin petrol, petrol türevleri ve kimya, % 14,60’ının elektrikli aletler, makine ve ekipman, % 12,62’sinin tekstil, % 5,82’sinin yapı ve inşaat, % 2,90’ının ticaret ve perakendecilik, % 2,90’ının otomobil, yedek parça ve ekipmanları, % 4,84’ünün medikal ve ilaç, basım, yayım ve medya, cam ve cam ürünleri gibi farklı sektörlerde faaliyette bulduklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 8.3 sektörlerin dağılımı açısından incelendiğinde ve araştırmaya katılan işletmelerin daha çok tarım ve gıda, maden, metal, toprak, orman ve orman ürünleri, tekstil vb. sektörlerde faaliyette buldukları görülmektedir. Tablo 8.3 genel olarak değerlendirildiğinde araştırmaya katılan işletmelerde ticaret ve perakendecilik, otomobil, yedek parça ekipmanları gibi sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin oldukça az olduğunu görmek mümkündür.

**Tablo 8.3.** İşletmelerin Faaliyette Buldukları Sektörlere Göre Dağılımı

<i>Sektörler</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Petrol, petrol türevleri ve kimya	17	16,50
Tekstil	13	12,62
Maden, metal ve toprak	17	16,50
Tarım ve gıda	20	19,42
Ticaret ve perakendecilik	3	2,90
Otomobil, yedek parça ekipmanları	3	2,90
Orman ve orman ürünleri	4	3,90
Yapı ve inşaat	6	5,82
Elektrikli aletler, makine ve ekipman	15	14,60
Diğer (Medikal ve İlaç, Basım Yayım ve Medya, Cam ve Cam Ürünleri)	5	4,84
<b>Toplam</b>	<b>103</b>	<b>100</b>

### 8.2.3. İşletmelerin Büyüklüğüne (Çalışan Sayıları) İlişkin Bulgular

Çalışmaya katılan işletmeler, büyüklüklerini temsil eden çalışan sayıları açısından, Tablo 8.4’te incelendiğinde; işletmelerin % 51,46’sının 1000’den az, % 26,21’inin 1001-2000, % 9,71’inin 2001 - 3000, % 3,88’inin 3000 - 4000, % 8,74’ünün ise 5001 ve üzeri sayıda çalışan sayısına sahip olduklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 8.4 çalışmaya katılan işletmeler açısından genel olarak değerlendirildiğinde; işletmelerin büyük bir çoğunluğunun 2000’den az çalışan sayısına sahip oldukları dikkati çekmektedir, buna karşın çalışmaya katılan işletmelerin çok az bir kısmının 2000’den fazla çalışan sayısına sahip olduğu görülmektedir.

**Tablo 8.4.** İşletmelerin Çalışan Sayıları Değişkenine Göre Dağılımı

<i>Çalışan sayıları</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde ( %)</i>
1 – 1000	53	51,46
1001 – 2000	27	26,21
2001 – 3000	10	9,71
3001 – 4000	4	3,88
4001 ve üzeri	9	8,74
<b>Toplam</b>	<b>103</b>	<b>100</b>

#### 8.2.4. İşletmelerin Dış Ticaret Departmanı Çalışan Sayısına İlişkin Bulgular

Çalışmaya katılan işletmeler Tablo 8.5'te dış ticaret departmanı çalışan sayıları açısından incelendiğinde; işletmelerin % 49'unun 10'dan az, % 37'sinin 11 – 20 arasında, % 7'sinin 21-30 arasında, % 7'sinin ise 31 ve daha üzeri sayıda dış ticaret departmanı çalışan sayısına sahip olduklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 8.5 genel olarak değerlendirildiğinde; araştırmaya katılan işletmelerin dış ticaret departmanı çalışan sayılarının 1 – 20 arasında bir yoğunluğa sahip oldukları görülmektedir. Buna karşın, işletmelerin çok az bir kısmının ise 21 ve daha fazla sayıda dış ticaret departmanı çalışan sayısına sahip oldukları dikkati çekmektedir.

**Tablo 8.5.** İşletmelerin Dış Ticaret Departmanı Çalışan Sayıları Değişkenine Göre Dağılımı

<i>Dış Ticaret Departmanı Çalışan Sayıları</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde ( %)</i>
1 – 10	49	% 49
11 – 20	37	% 37
21 – 30	7	% 7
31 ve üzeri	7	% 7
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

#### 8.2.5. İşletmelerin Sahip Olduğu Ulusal ve Uluslararası Kalite Belgesi Sayısına İlişkin Bulgular

Çalışmaya katılan işletmeler sahip oldukları ulusal kalite belgeleri sayıları açısından Tablo 8.6 incelendiğinde; işletmelerin, % 72,3'ünün 1-5 arası, % 15'inin 6 - 10 arası, % 8,5'inin 11 – 15 arası, % 2,1'inin 16 - 20 arası, % 2,1'inin ise 21 ve daha fazla sayıda ulusal kalite belgesine sahip olduklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 8.6 genel olarak değerlendirildiğinde işletmelerin büyük bir çoğunluğunun 10'dan az sayıda ulusal kalite belgesine sahip oldukları görülmektedir.

**Tablo 8.6.** İşletmelerin Sahip Oldukları Ulusal Kalite Belgeleri Sayısı Değişkenine Göre Dağılımı

<i>Ulusal kalite belge sayısı</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
1-5	68	72,3
6-10	14	15
11- 15	8	8,5
16-20	2	2,1
21 ve üzeri	2	2,1
<b>Toplam</b>	<b>94</b>	<b>100</b>

Çalışmaya katılan işletmeler sahip oldukları uluslararası kalite belgeleri sayıları açısından Tablo 8.7’de incelendiğinde; işletmelerin % 67,39’unun 1-5 arası, % 19,56’sının 6 – 10 arası, % 9,8’inin 11-15 arası, % 1,08’inin 16 - 20 arası, % 2,17’sinin ise 21’den fazla sayıda uluslararası kalite belgesine sahip olduklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 8.7 genel olarak değerlendirildiğinde işletmelerin büyük bir çoğunluğunun 10’dan az sayıda uluslararası kalite belgesine sahip oldukları görülmektedir.

**Tablo 8.7.** İşletmelerin Sahip Oldukları Uluslararası Kalite Belgeleri Sayısı Değişkenine Göre Dağılımı

<i>Uluslararası kalite belge sayısı</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
1 – 5	62	67,39
6 – 10	18	19,56
11 – 15	9	9,8
16 - 20	1	1,08
21 ve üzeri	2	2,17
<b>Toplam</b>	<b>92</b>	<b>100</b>

### 8.2.6. İşletmelerin Sahip Olduğu Marka ve Tescilli Patent Sayısına İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan işletmelerin, ulusal ve uluslararası marka sahipliği ve tescilli patent hakkına sahiplikleri açısından Tablo 8.8 incelendiğinde; İşletmelerin, % 11,76’sının ulusal olarak tanınmışlığa sahip olan bir marka hakkına sahip olduklarını buna karşın % 88,24’ünün ise herhangi bir ulusal marka hakkına sahip olmadıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Bunun yanı sıra aynı tabloda işletmelerin % 81,19’unun uluslararası tanınmışlığa sahip olan bir marka hakkına sahip olduklarını fakat % 18,81’inin ise uluslararası bir marka hakkına sahip olmadıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Ayrıca işletmelerin, % 46,08’inin Tescilli patent hakkına sahip olduklarını fakat % 53,92’sinin ise tescilli patent hakkına sahip olmadıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 8.8 genel olarak değerlendirildiğinde, işletmelerin ulusal tanınmış marka hakkından ziyade daha çok uluslararası olarak tanınmış olan marka hakkına sahip oldukları görülmektedir. Bu da işletmelerin daha çok uluslararası pazarlarda faaliyet gösterdiklerinin ve uluslararası pazar odaklı olarak çalıştıklarının önemli bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

**Tablo 8.8.** İşletmelerin Sahip Olduğu Ulusal ve Uluslararası Marka Sahipliği, Tescilli Patent Sahipliği Değişkenine Göre Dağılımı

<i>Ulusal tanınmışlığa sahip marka</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Evet	12	% 11,76
Hayır	90	% 88,24
<b>Toplam</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

<i>Uluslararası tanınmışlığa sahip marka</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Evet	82	% 81,19
Hayır	19	% 18,81
<b>Toplam</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

<i>Tescilli patent</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Evet	47	% 46,08
Hayır	55	% 53,92
<b>Toplam</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

### 8.2.7. İşletmelerin Sahip Olduğu Uluslararası Deneyime İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan işletmeler, Tablo 8.9’da uluslararası deneyimleri açısından incelendiğinde; işletmelerin % 27,7’sinin 11-20 yılları arası, % 26,7’sinin 21-30 yılları arası, % 17,9’unun 1-10 yılları arası, % 7,9’unun 41-50 yılları arası bir süredir ve % 7,9’unun ise 51 yıldan daha fazla bir süredir uluslararası deneyime sahip olduklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 8.9 genel olarak değerlendirildiğinde; işletmelerin büyük bir çoğunluğunun 40 yıldan daha az uluslararası deneyime sahip oldukları, bununla birlikte işletmelerin çok az kısmının ise 40 yıldan daha fazla uluslararası deneyime sahip oldukları görülmektedir.

**Tablo 8.9.** İşletmelerin Sahip Olduğu Uluslararası Deneyim Değişkenine Göre Dağılımı

<i>Uluslararası deneyim</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
1 – 10 yıl arası	18	17,9
11- 20 yıl arası	28	27,7
21- 30 yıl arası	27	26,7
31 – 40 yıl arası	12	11,9
41 – 50 yıl arası	8	7,9
51 yıl – üzeri	8	7,9
<b>Toplam</b>	<b>101</b>	<b>100</b>

### 8.2.8. İşletmelerin Yararlandığı Teşviklerin Sayılarına İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan işletmeler, yararlanılan ulusal teşvik sayısı açısından Tablo 8.10’da incelendiğinde; işletmelerin % 49,5’inin 1 - 5 arası, % 9,1’inin 6 - 10 arası, % 5,05’inin 11 - 15 arası, % 4,05’inin 16 - 20 arası, % 1,1’i ise 21 kez ve daha fazla sayıda ulusal teşvik ve desteklerden yararlandıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Bunun yanı sıra işletmelerin % 22,2’sinin ise hiç ulusal teşvik ve desteklerden yararlanmadıklarını ifade ettikleri görülmektedir.



Tablo 8.10 genel olarak değerlendirildiğinde, işletmelerin büyük bir çoğunluğunun ulusal teşvik ve desteklerden 5 defadan az sayıda yararlandıkları ya da hiç yararlanmadıkları görülmektedir. Tablo değerlendirilirken, teşviklerin ve desteklerin daha çok belirli sektörlere yönelik olarak uygulandığı göz ardı edilmemelidir (22.05.2014, [www.tesvik.gov.tr](http://www.tesvik.gov.tr)).

**Tablo 8.10.** İşletmelerin Ulusal Teşviklerden Yararlanma Sayısı Değişkenine Göre Dağılımı

<i>Ulusal teşvik / desteklerden yararlanma</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Hiç Ulusal teşvik / desteklerden faydalanmadık	22	22,2
1 – 5 kez	49	49,5
6- 10 kez	9	9,1
11 – 15 kez	5	5,05
16 – 20 kez	4	4,05
21 – ve üzeri	10	1,1
<b>Toplam</b>	<b>99</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılan işletmeler, uluslararası teşviklerden yararlanma sayısı açısından Tablo 8.11’de incelendiğinde; işletmelerin, % 23,7’sinin 1-5 arası, % 2,1’inin 6 -10 arası, % 2,1’inin 11-15 arası, % 2,1’inin 16-20 arası, % 4,1’inin ise 21 kez ve daha fazla sayıda uluslararası teşvik ve desteklerden yararlandıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Buna karşın işletmelerin % 65,9’unun ise uluslararası teşvik ve desteklerden hiç yararlanmadıklarını ifade ettiklerini görmek mümkündür.

Tablo 8.11 genel olarak değerlendirildiğinde; işletmelerin büyük bir çoğunluğunun uluslararası teşvik ve desteklerden 5 ve daha az yararlandıkları görülmektedir.

**Tablo 8.11.** İşletmelerin Uluslararası Teşviklerden Yararlanma Sayısı Değişkenine Göre Dağılımı

<i>Uluslararası teşvik / desteklerden yararlanma</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Hiç ulusal teşvik / desteklerden faydalanmadık	64	65,9
1 – 5 kez	23	23,7
6- 10 kez	2	2,1
11 – 15 kez	2	2,1
16 – 20 kez	2	2,1
21 – ve üzeri	4	4,1
<b>Toplam</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

### 8.2.9. İşletmelerin Cirolarına Göre Ar-Ge Paylarına (Yoğunluklarına) İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan işletmelerin cirolarından Ar-Ge yatırımları olarak ayırdıkları paylar Tablo 8.12 görülmektedir; Buna göre işletmelerin, % 14,9'unun % 0,11-0,20 arası, % 9,6'sının % 0,06 - 0,10 arası, % 6,6'sının % 0,0 - 0,05 arası, % 6,4'ünün % 0,21- 0,30 arası ve % 8,5'inin ise % 0,31 ve daha fazla bir oranda cirolarından Ar-Ge'ye pay ayırdıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 8.12 işletmelerin büyük ölçekli oldukları düşünülerek genel olarak değerlendirildiğinde; işletmelerin büyük bir çoğunluğunun Ar-Ge için ayırdıkları payların görünüşte düşük olduğu görülmektedir. Ancak Ar-Ge payları için işletmelerin ciroları göz önüne alındığında payların çokta düşük olmadığı söylenebilir. İstatistiklere göre Türkiye'de Ar-Ge harcamalarını GSYİH oranı % 0,88'dir (TÜBİTAK, 2011, [www.tubitak.gov.tr](http://www.tubitak.gov.tr)). ABD'de ise 2011 yılındaki, bu oranın GSYİH içindeki payı % 2,8 düzeyindedir (22.05.2014, [search.worldbank.org](http://search.worldbank.org)). Bu da Türkiye'deki Ar-Ge harcamalarının gelişmiş ülkelere göre oldukça düşük olduğunu göstermektedir.

**Tablo 8.12.** İşletmelerin Cirolarına Göre Ar-Ge Yatırımlarının Yoğunluğu Değişkenine Göre Dağılımı

<i>İşletmelerin Ar-Ge yoğunluğu ( payları) (%)</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
0,0 – 0,05 arası	57	6,6
0,06 – 0,10 arası	9	9,6
0,11 – 0,20 arası	14	14,9
0,21 – 0,30 arası	6	6,4
0,31 ve üzeri	8	8,5
<b>Toplam</b>	<b>94</b>	<b>100</b>

### 8.2.10. İşletmelerin Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarına İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan işletmeler yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu açısından Tablo 8.13 incelendiğinde; işletmelerin % 35'inin % 6 – 10 arası, % 33'ünün % 11 – 20 arası, % 18,6'sının % 0 – 5 arası, % 7,2'sinin % 21 – 30 arası bir oranda ve % 6,2'sinin ise % 31 ve daha fazla bir oranda yeni tesis ekipman payı ayırdıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 8.13 genel olarak değerlendirildiğinde; işletmelerin büyük bir çoğunluğunun, cirolarından % 20 ve daha az yeni tesis ekipman yatırımları için pay ayırdıkları görülmektedir. Tablo 8.13'te dikkati çeken başka bir nokta ise az sayıda işletmenin yeni tesis ve ekipman paylarının % 21'in üzerinde bir oranda olmasıdır.

**Tablo 8.13.** İşletmelerin Cirolarına Göre Yeni Tesis ve Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu Değişkenine Göre Dağılımı

<i>İşletmelerin yeni tesis ekipman payları (%)</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
0 – 5 arası	18	18,6
6 – 10 arası	34	35
11 –20 arası	32	33
21 – 30 arası	7	7,2
31 ve üzeri	6	6,2
<b>Toplam</b>	<b>97</b>	<b>100</b>

### 8.2.11. İşletmelerin Uluslararası Operasyonlarının Fiziksel Dağılımına İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan işletmeler, uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımları açısından Tablo 8.14’de incelendiğinde; işletmelerin % 32’sinin 21 – 40 arası, % 27,2’sinin 1 – 20 arası, % 15,5’inin 41 – 60 arası, % 12,6’sının 61 – 80 arası, % 6,8’inin 81-100 arası ve % 5,81’inin ise 101 ve daha fazla sayıda ülkede faaliyet gösterdiklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 8.14 genel olarak değerlendirildiğinde işletmelerin genellikle 80 ve daha az ülkede faaliyette buldukları ve çok az sayıda işletmenin 81 ülkeden fazla ülkede faaliyette buldukları görülmektedir. Genel bir değerlendirme yapmak gerekirse işletmelerin uluslararası faaliyette buldukları ülke sayısı 80’in altında bir yoğunluğa sahiptir.

**Tablo 8.14.** İşletmelerin Uluslararası Operasyonlarının Fiziksel Dağılımı Değişkenine Göre Dağılımı

<i>Uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı (Ülke Sayısı)</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
1 – 20 arası	28	27,2
21 – 40 arası	33	32
41 – 60 arası	16	15,5
61- 80 arası	13	12,6
81 – 100 arası	7	6,8
101 ve üzeri	6	5,81
<b>Toplam</b>	<b>103</b>	<b>100</b>

### 8.2.12. İşletmelerin Reklam Harcamaları’na (Yoğunluğu) İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan işletmeler, reklam harcamaları açısından Tablo 8.15’te incelendiğinde; işletmelerin % 83’ünün % 0,0 – 0,05 arası, % 12,8’inin % 0,06 - 0,10 arası, % 3,2’sinin % 0,11 – 0,20 arası ve % 1’inin ise, % 0,21 ve daha fazla oranda reklam payı ayırdıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Tablo 8.15 genel olarak incelendiğinde, araştırmaya katılan işletmelerin, çok büyük bir kısmının sadece % 0,05 ve daha az bir oranda, cirolarından reklam payı ayırdıkları dikkati çekmektedir. Türkiye’de reklam harcamalarının GSMH’ya oranı 2012 yılında % 0,50’dir (22.05.2014, [www.ito.org.tr](http://www.ito.org.tr)). Bu oran ABD’de ise 2007 yılında % 2,0’dır (22.05.2014, [galbithink.org](http://galbithink.org)). Buna göre Türkiye’deki reklam harcamalarının gelişmiş ülkelere nazaran oldukça düşük olduğunu söylemek mümkündür.

**Tablo 8.15.** İşletmelerin Cirolarına Göre Reklam Harcamaları Değişkenine Göre Dağılımı

<i>İşletmelerin reklam harcamaları (payları) (%)</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
0,0 – 0,05 arası	78	83
0,06 – 0,10 arası	12	12,8
0,11 – 0,20 arası	3	3,2
0,21 ve üzeri	1	1
<b>Toplam</b>	<b>94</b>	<b>100</b>

### 8.2.13. İşletmelerin Ticari Örgüt Üyeliğine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan işletmelerin, ulusal ticari örgüt üyeliği Tablo 8.16'da incelendiğinde; işletmelerin % 94,8'inin 1-10 arası, % 2,1'inin 11-20 arası, % 2,1'inin 31 ve üzeri bir sayıda ve % 1'inin ise 21-30 arası ulusal bir ticari örgüt üyeliğine sahip olduklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 8.16 genel olarak değerlendirildiğinde; işletmelerin çok büyük bir kısmının 10'dan az ve çok az bir kısmının ise 11'in üzerinde sayıda bir ticari örgüte üye oldukları görülmektedir.

**Tablo 8.16.** İşletmelerin Ulusal Ticari Örgüt Üyeliği Değişkenine Göre Dağılımı

<i>Ulusal ticari örgüt üyeliği</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
1 – 10 arası	90	94,8
11 – 20 arası	2	2,1
21 – 30 arası	1	1
31 ve üzeri	2	2,1
<b>Toplam</b>	<b>95</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılan işletmelerin uluslararası ticari örgüt üyeliği Tablo 8.17 incelendiğinde; işletmelerin % 65,3'ünün 1 – 10 arası, % 5,3'ünün 11 – 20 arası, % 1'inin 21-30 arası geriye kalan % 1'inin ise 31 ve daha fazla sayıda, uluslararası ticari bir örgüte üye olduklarını ifade ettikleri görülmektedir. Ayrıca işletmelerin, % 27,4'ü hiçbir uluslararası ticari örgüte üye olmadıklarını ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 8.17 genel olarak değerlendirildiğinde, işletmelerin büyük bir çoğunluğunun 10'dan daha az sayıda bir ticari örgüte üye oldukları görülmektedir.

**Tablo 8.17.** İşletmelerin Uluslararası Ticari Örgüt Üyeliği Değişkenine Göre Dağılımı

<i>Uluslararası ticari örgüt üyeliği</i>	<i>Frekans (f)</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Hiçbir Uluslararası Ticari Örgüte Üye değil	26	27,4
1 – 10 arası	62	65,3
11 – 20 arası	5	5,3
21 – 30 arası	1	1
31 ve üzeri	1	1
<b>Toplam</b>	<b>95</b>	<b>100</b>

### 8.3. Araştırma Modelinde Yer Alan Diğer Değişkenler İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmanın bu bölümünde analizi yapılan uluslararası deneyim, ana ülke faktörleri, ev sahibi ülke faktörleri ve işletme performansı gibi tanımlayıcı bulgulara yer verilmiştir.

Tanımlayıcı istatistikler kategorisi içinde; ortalama, medyan ve mod gibi merkezi eğilim ölçütleri, standart sapma ve varyans gibi ortalamadan sapma ölçütleri ile çarpıklık ve basıklık gibi normalden sapma ölçütleri yer almaktadır (06.02.2014, [www.spsscenter.com](http://www.spsscenter.com)). Yapılan çalışmalarda veri setinin ortalamasının (ortalama) ve verilerin ortalamadan ne ölçüde saptığının (standart sapma) tanımlayıcı istatistiklerle açıklanması gerekir (Kalaycı, 2009: 51).

Ortalama, birçok terimden oluşan bir sayıyı temsil ve ifadeye yeterli olan tek bir rakama denir (Kalaycı, 2010: 51). Aritmetik ortalama ise bir veri setindeki tüm değerlerin toplamının, o serideki veri sayısına bölünmesiyle bulunur (Kalaycı, 2010: 51). Standart sapma ise gözlemlerin ortalamalardan ne kadar uzaklaştığını gösterir ve varyans'ın pozitif kareköküne eşittir (Kalaycı, 2010: 53). Bu çalışmada ise frekans, yüzde, toplam, ortalama ve standart sapma gibi ölçüler yardımıyla analizler gerçekleştirilmiştir. Bu bulgular için 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçek 1-5 arası olarak kurgulanmış ve her bir ifade grubu için ayrı yargılarla ifade edilmiştir. Genel olarak ölçekte 1: ifadeye katılımın hiç olmadığını, 5: ise ifadeye katılımın en üst düzeyde olduğunu göstermektedir.

### 8.3.1. İşletmelerin Uluslararası Yönelimlerine İlişkin Bulgular

Çalışmaya katılan işletmelerin uluslararası yönelimlerini ölçmek amacıyla katılımcılara 5 önerme yöneltilmiştir. Katılımcılardan sorulara 5'li Likert ölçeğine göre cevap vermeleri istenmiştir. Bu yolla elde edilen bulgular her bir önerme için, frekans, yüzde, ortalama ve standart sapmalar hesaplanarak tablolaştırılmıştır.

Tablo 8.18 İşletmelerin uluslararası yönelimleri ile ilgili bulgular açısından incelendiğinde;

- İşletmelerin; % 91,02'si uluslararası pazarlara girmek için elinden gelen çabayı gösterdiklerini ifade etmişlerdir. Buna karşın işletmelerin % 3,9'u bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 4,9'u ise uluslararası pazarlara girmede herhangi bir çaba göstermediklerini belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 48,02'si önemli pozisyonlara ev sahibi ülke vatandaşlarının yerleştirildiğini belirtmişlerdir. Aynı şekilde işletmelerin % 16,67'si bu konuda kararsız kaldıklarını ifade etmişlerdir ve son olarak işletmelerin % 25,31'i ise bu konuya katılmadıklarını ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 63,1'i önemli pozisyonlarındaki yöneticilerin yurt dışında deneyimli olduklarını ifade etmişlerdir. Aynı şekilde işletmelerin, % 13,6'sı bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 23,3'ü ise bu konuya katılmadıklarını ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 70,12'si en iyi sonucu almak için dünya çapında en iyi kaynakları kullandıklarını ifade etmişlerdir. Aynı şekilde işletmelerin, % 16,6'sı bu konuda kararsız kaldıklarını ve işletmelerin, % 12,74'ü ise bu konuya katılmadıklarını belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 85,4'ü uluslararası pazarlarda işletmenin imajının daha iyi olması için çaba harcadıklarını ifade etmişlerdir. Aynı şekilde işletmelerin, % 11,7'si bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 2,9'u ise bu konuya katılmadıklarını belirtmişlerdir.

**Tablo 8.18.** İşletmelerin Uluslararası Yönelimlerine İlişkin Analiz Sonuçları

	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>Toplam</i>	<i>Ort.</i>	<i>Std. Sapma</i>
İşletmemiz uluslararası pazarlara girmek için elinden gelen çabayı gösterir	1 % 1	4 % 3,9	4 %3,9	50 %48,5	44 %42,7	103 % 100	4,2	0,79
İşletmemizde önemli pozisyonlara ev sahibi ülke vatandaşları yerleştirilir	11 % 1,78	24 %23,53	17 %16,67	37 %35,27	13 %12,75	102 % 100	3,1	9,52
İşletmemizde önemli pozisyonlardaki yöneticiler yurt dışında deneyimlidir	4 % 3,9	20 % 19,4	14 %13,6	49 %47,6	16 %15,5	103 % 100	3,5	1,09
İşletmemiz en iyi sonucu almak için dünya çapında en iyi kaynakları kullanır	1 % ,98	12 %11,76	17 %16,6	47 %46,07	25 %24,5	102 % 100	3,8	9,42
İşletmemiz Uluslararası Pazarlarda İmajının Daha İyi olması için çaba harcar	0 0	3 % 2,9	12 %11,7	58 %56,3	30 %29,1	103 % 100	4,1	0,71

1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum

Tablo 8.18 ile ilgili genel bir değerlendirme yapıldığında, araştırmaya katılan işletmelerin vermiş oldukları yanıtların, ortalamalarına bakıldığında genellikle olumlu (ortalama 3,74) yani, ifadelere katıldıkları şeklinde bir yanıt verdikleri gözlemlenmektedir. Bu da Türkiye’de faaliyet gösteren işletmelerin büyük bir çoğunluğunun, belirli bir düzeyde uluslararası yönelime sahip olduklarını ortaya çıkartmaktadır.

### 8.3.2. Ana Ülke Faktörlerine İlişkin Bulgular

Çalışmaya katılan işletmelere ana ülke faktörlerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi konusundaki algılarını ölçmek amacıyla 11 önerme yöneltmiştir. Katılımcılardan soruları 5’li Likert ölçeğine göre cevap vermeleri istenmiştir. Bu yolla elde edilen bulgular her bir önerme için, frekans, yüzde, ortalama ve standart sapmalar hesaplanarak tablolaştırılmıştır.

Tablo 8.19 Ana ülke faktörlerine ilişkin bulgular açısından incelendiğinde;

- İşletmelerin; % 91,2'si ana ülkelerinde politik istikrarın işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu, % 5,8'i bu konuda kararsız olduklarını, % 2,9'u ise bu konunun kendileri için önemli olmadığını belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 92,2'si rekabet yoğunluğunun işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ifade etmişlerdir, % 2,9'u bu konuda kararsız olduklarını, % 4,9'u ise bu konunun kendileri için önemli olmadığını ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 94,2'si ekonomik istikrarın işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ifade etmişlerdir, aynı şekilde işletmelerin % 4,9'u bu konuda kararsız olduklarını, % 1'i ise bu konunun kendileri için önemli olmadığını belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 92,3'ü yabancı pazar bilgisi sunulmasının, işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ifade etmişlerdir, % 6'sı bu konuda kararsız olduklarını ve % 1,96'sı ise bu konunun kendileri için önemli olmadığını ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 90,2'si yatırım fırsatları hakkında bilgi verilmesinin, işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ifade etmişlerdir. İşletmelerin % 7,84'ü ise bu konuda kararsız olduklarını ve % 1,96'sı ise bu konunun kendileri için önemli olmadığını belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 81'i ülkeler arasında çifte vergi anlaşmaları olmasının işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ifade etmişlerdir, % 16'sı ise bu konuda kararsız olduklarını ve işletmelerin % 3'ü bu konunun kendileri için önemli olmadığını ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 89,22'si ülkenin finansal yardım sunmasının işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ifade etmişlerdir, % 8,82'si ise bu konuda kararsız olduklarını ve işletmelerin % 1,96'sı bu konunun kendileri için önemli olmadığını belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 71,1'i yatırım koruma anlaşmalarının olmasının işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ifade etmişlerdir, % 10,9'u ise bu konuda kararsız olduklarını belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 75,5'i ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesinin, işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ifade etmişlerdir, % 18,62'si ise bu konuda kararsız olduklarını ve % 5,88'i ise bu konunun kendileri için önemli olmadığını ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 88,12'si ana ülke bürokratik engellerinin, işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ifade etmişlerdir, % 8,91'i ise bu konuda kararsız olduklarını ve % 2,97'si ise bu konunun kendileri için önemli olmadığını belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 93,1'i ana ülkenin sağladığı teşviklerin, işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ifade etmişlerdir, % 6,9'u ise bu konuda kararsız olduklarını ifade etmişlerdir.

**Tablo 8.19.** Ana Ülke Faktörlerine İlişkin Analiz Sonuçları

	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>Topl.</i>	<i>Ort</i>	<i>Std.Sap.</i>
Politik istikrar	0 % 0	3 %2,9	6 %5,8	68 %66	26 %25,2	103 % 100	4,1	0,64
Rekabet yoğunluğu	0 % 0	5 %4,9	3 %2,9	69 %67	26 %25,2	103 % 100	4,1	0,68
Ekonomik istikrar	0 % 0	1 %1	5 %4,9	61 %59,2	36 %35	103 % 100	4,2	0,60
Yabancı pazar bilgisi sunulması	0 0	2 % 1,96	6 %6	61 %59,8	33 % 32,5	102 % 100	4,2	9,36
Yatırım fırsatları hakkında bilgi verilmesi	0 % 0	2 % 1,96	8 % 7,84	66 % 64,7	26 % 25,50	102 % 100	4,1	9,36
Çifte vergi anlaşmaları	0 % 0	3 % 3	16 % 16	57 % 57	24 %24	101 % 100	4,0	16,06
Finansal yardım sunma	0 % 0	2 % 1,96	9 % 8,82	77 % 75,50	14 % 13,72	102 % 100	4,0	9,37
Yatırım koruma anlaşması	0 %0	0 %0	11 % 10,9	69 % 68,31	21 %2,79	101 % 100	4,0	13,17
Ulusal bankaların denizaşırı şube açma konusunda desteklenmesi	0 % 0	6 % 5,88	19 % 18,62	54 % 52,95	23 % 22,55	102 % 100	3,9	9,40
Ana ülke bürokratik engeller	0 % 0	3 % 2,97	9 % 8,91	64 % 63,37	25 % 24,75	101 % 100	4,0	13,17
Ana ülkenin sağladığı teşvikler	0 % 0	0 % 0	7 % 6,9	61 %59,8	34 % 33,3	102 % 100	4,2	9,35

1: Kesinlikle Önemli Değil, 2: Önemli Değil, 3: Kararsızım, 4: Önemli, 5: Kesinlikle Önemli

Tablo 8.19 genel olarak değerlendirildiğinde, işletmelerin cevaplarının ortalamalarına (ortalama 4,07) bakıldığında işletmeler için ana ülke faktörlerinin kendileri için önemli olduğunu kabul ettikleri sonucu çıkarılmıştır. Tabloda dikkati çeken bir diğer nokta ise ekonomik istikrarın iyi olması ve yabancı pazar bilgisinin sunuluyor olmasının işletmeler için büyük bir önem taşımakta olduğu görülmektedir. Bu da Türkiye’de faaliyet gösteren büyük ölçekli işletmeler için ekonomik istikrar ve pazar bilgilerinin sunulmasının işletmelerinin uluslararası faaliyetlerini önemli derecede etkilediğini ortaya koymaktadır.



### 8.3.3. Ev Sahibi Ülke Faktörlerine İlişkin Bulgular

Çalışmaya katılan işletmelere, ev sahibi ülke faktörlerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi konusundaki algılarını ölçmek amacıyla 10 önerme yöneltilmiştir. Katılımcılardan sorulara 5'li Likert ölçeğine göre cevap vermeleri istenmiştir ve elde edilen bulgular her bir önerme için, frekans, yüzde, ortalama ve standart sapmalar hesaplanarak tablolaştırılmıştır. Tablo 8.20 ev sahibi ülke faktörlerine ait bulgular açısından incelendiğinde;

- İşletmelerin; % 69,1'i ev sahibi ülkelerdeki pazar talebinin olmasının, işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ifade etmişlerdir, işletmelerin % 2,9'u bu konuda kararsız kaldıklarını, % 1'i ise bu konunun işletmeleri için önemli olmadığını belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 88,11'i ev sahibi ülkenin düşük yatırım riskine sahip olmasının, işletmelerin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ifade etmişlerdir, işletmelerin % 8,91'i bu konuda kararsız kaldıklarını, % 2,98'i ise bu konunun işletmeleri için önemli olmadığını ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 93,14'ü ev sahibi ülkenin yabancı işletmelere karşı iyi davranışlarının olmasının, işletmelerin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ve işletmelerin % 6,86'sı ise bu konuda kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 93,14'ü ev sahibi ülkede politik ve ekonomik istikrarın olmasının, işletmelerin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ve işletmelerin % 6,86'sı ise bu konuda kararsız kaldıklarını ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 81,28'i ev sahibi ülkenin sunduğu, ölçek ekonomisi imkânının işletmeleri için önemli olduğunu ve işletmelerin % 18,63'ü ise bu konuda kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 95,1'i ev sahibi ülkenin potansiyel müşterilerinin olduğu pazara, fiziksel yakınlığının, işletmelerin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ve işletmelerin % 1,96'sının ise bu konuda kararsız kaldıklarını ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 98,02'si ev sahibi ülkenin tarife ve ticaret engellerini azaltmasının, işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ve işletmelerin % 1,98'i ise bu konuda kararsız kaldıklarını ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 96,04'ü ev sahibi ülkedeki yasal düzenlemelerin, uluslararası faaliyetleri kolaylaştırmasının, işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ve işletmelerin % 3,96'sı ise bu konuda kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 87,26'sı ev sahibi ülkenin doğrudan yabancı yatırımları teşvik etmesinin, işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ve işletmelerin % 12,74'ü ise bu konuda kararsız kaldıklarını ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 82,35'i ev sahibi ülkede yabancı yatırımlarının millileştirme riskinin olmasının, işletmelerinin uluslararası faaliyetlerine etkisi açısından önemli olduğunu ifade etmişlerdir ayrıca işletmelerin % 15,69'u ise bu konuda kararsız kaldıklarını ve işletmelerin % 1,96'sı bu konunun işletmeleri için önemli olmadığını ifade etmişlerdir.

**Tablo 8.20.** Ev Sahibi Ülke Faktörlerine İlişkin Analiz Sonuçları

	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>Toplam</i>	<i>Ort.</i>	<i>Std. Sapma</i>
Ev sahibi ülkedeki pazar talebi	0 % 0	1 % 1	3 % 2,9	68 % 66	31 % 3,1	103 % 100	4,2	0,55
Ev sahibi ülkenin düşük yatırım riski	0 %0	3 % 2,98	9 % 8,91	70 % 69,3	19 % 18,81	101 % 100	4,0	13,18
Ev sahibi ülkenin yabancı işletmelere iyi davranması	0 % 0	0 % 0	7 % 6,86	72 % 70,60	23 % 22,54	102 % 100	4,1	9,35
Ev sahibi ülkedeki politik ve ekonomik istikrar	0 %0	0 %0	7 %6,86	57 % 55,89	38 % 37,25	102 % 100	4,3	9,34
Ev sahibi ülkenin sunduğu ölçek ekonomisi imkânı	0 % 0	0 % 0	19 % 18,63	57 % 55,88	26 % 25,4	102 % 100	4,0	9,37
Potansiyel müşterilerin olduğu pazara fiziksel yakınlık	0 % 0	3 % 2,94	2 % 1,96	73 % 71,57	24 % 23,53	102 % 100	4,1	9,36
Ev sahibi ülkenin tarife ve ticaret engellerini azaltması	0 % 0	0 % 0	2 % 1,98	63 % 62,38	36 %35,64	101 % 100	4,3	13,13
Ev sahibi ülke yasal düzenlemelerinin uluslararası faaliyetleri kolaylaştırması	0 %0	0 %0	4 % 3,96	67 % 66,34	30 % 29,7	101 % 100	4,2	13,14
Ev sahibi ülkede doğrudan yabancı yatırımların teşvik edilmesi	0 % 0	0 % 0	13 % 12,74	67 % 65,69	22 % 21,57	102 % 100	4,0	9,36
Ev sahibi ülkedeki yabancı yatırımların millileştirilmesi riski	0 % 0	2 % 1,96	16 % 15,69	56 % 54,90	28 % 27,45	102 % 100	4,0	9,37

1: Kesinlikle Önemli Değil, 2: Önemli Değil, 3: Kararsızım, 4:Önemli, 5: Kesinlikle Önemli

Tablo 8.20’de verilen cevapların genel ortalamaları (ortalama 4,12) incelendiğinde ev sahibi ülke faktörlerinin işletmelerin uluslararası faaliyetlerine önemli derecede etki ettiği görülmektedir. Özellikle de politik ve ekonomik istikrarın ve tarife ve ticaret engellerinin azaltılmasının uluslararası faaliyetler için önemli olduğu sonucu çıkarılabilir.

#### 8.3.4. İşletme Performansına İlişkin Bulgular

Çalışmaya katılan işletmelerin subjektif performanslarında yaşanan değişimlerini ölçmek amacıyla işletmelere subjektif performans ile ilgili 14 önerme yöneltilmiştir ve işletmelerden cevap verirken son üç yıllık ortalamalarını göz önünde bulundurmaları hatırlatılmıştır. Sorular 5’li Likert ölçeğine göre “1= Çok Düştü, 2= Düştü, 3= Değişiklik Yok, 4=Arttı, 5= Çok Arttı” şeklinde sorulmuş olup, işletmeler için uygun olan cevabı seçmeleri istenmiştir ve elde edilen bulgular her bir önerme için, frekans, yüzde, ortalama ve standart sapmalar hesaplanarak Tablo 8.21’de gösterilmiştir.

Tablo 8.21 İşletmelerin subjektif performanslarındaki değişimler açısından incelendiğinde;

- İşletmelerin; % 44,4’ü cirolarında bir artış olduğunu, % 9,7’si bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 36,9’u ise cirolarının düştüğünü ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 59,6’sı pazar paylarının arttığını, % 18,4’ü bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 21,4’ü ise pazar paylarının düştüğünü belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 44,1’i karlılıklarının arttığını, % 26,5’i bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 29,4’ü ise karlılıklarının düştüğünü ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 50,5’i büyüme hızlarının arttığını, % 26,2’si bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 23,3’ü ise büyüme hızlarının düştüğünü belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 55,87’si yatırımlarının arttığını, % 26,5’i bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 23,3’ü ise yatırımlarının düştüğünü ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 40,02’si satışların geriye dönüş oranının arttığını, % 34,3’ü bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 23,5’i ise satışların geriye dönüşünün düştüğünü ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 34,32’si yatırımların geriye dönüş oranını arttığını, % 36,6’sı bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 29,5’i ise satışların geriye dönüş oranının düştüğünü belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 35’i öz kaynaklarının getirisinin arttığını, % 36’sı bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 29’u ise öz kaynakların geriye dönüş oranının düştüğünü ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 41’i varlıkların geriye dönüş oranının arttığını, % 32’si bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 26’sı ise varlıkların geriye dönüş oranının düştüğünü belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 42,57’si yerel satışların karlılığının arttığını, % 34,66’sı bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 22,77’si ise yerel satışların karlılığının düştüğünü ifade etmişlerdir.
- İşletmelerin; % 56,86’sı yerel satışların arttığını, % 24,51’i bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 18,63’ü ise yerel satışların düştüğünü belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 52’si uluslararası satışların karlılığının arttığını, % 26’sı bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 22’si ise uluslararası satışların karlılığının düştüğünü ifade etmişlerdir.

- İşletmelerin; % 71,57'si uluslararası satışların arttığını, % 14,70'i bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 13,75'i ise uluslararası satışların düştüğünü belirtmişlerdir.
- İşletmelerin; % 63,37'si ihracat yaptıkları ülke sayısının arttığını, % 31,68'i bu konuda kararsız kaldıklarını ve % 0,98'i ise ihracat yaptıkları ülke sayısının düştüğünü ifade etmişlerdir.

Tablo 8.21 ile ilgili cevapların ortalamalarına (ortalama 3,25) bakılarak genel bir değerlendirme yapıldığında işletmelerin performanslarında bir artış meydana geldiği görülmektedir. Yine aynı tablo genel olarak incelendiğinde işletmelerin subjektif performansları olarak özellikle de uluslararası satışların ve ihracat yapılan ülke sayısındaki artışın en fazla düzeyde olduğunu görmek mümkündür.

İşletmelerin performanslarına, ana ve ev sahibi ülke faktörleri ve işletme karakteristiklerinin etki ettiği ölçüde ülkelerin (ana ülke veya ev sahibi ülke) ekonomik faktörlerinin de önemli derecede etkili olabileceği göz ardı edilmemelidir.

**Tablo 8.21.** İşletmelerin Sübjektif Performanslarına Yönelik Analiz Sonuçları

	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>Toplam</i>	<i>Ort.</i>	<i>Std. Sap.</i>
Ciro	1 %1	37 %35,9	10 % 9,7	44 % 42,7	11 % 1,7	103 % 100	3,2	1,09
Pazar payı	0 % 0	22 % 21,4	19 % 18,4	59 % 57,3	3 % 2,3	103 % 100	3,4	0,85
Karlılık	0 %0	30 % 29,4	27 % 26,5	42 % 41,2	3 % 2,9	102 % 100	3,1	0,89
Büyüme hızı	0 % 0	24 % 23,3	27 % 26,2	46 % 44,7	6 % 5,8	103 % 100	3,3	0,90
Yatırımlar	1 % 1	28 % 27,45	16 % 15,68	50 % 49,01	7 % 6,86	102 % 100	3,1	9,47
Satışların geriye dönüş oranı	1 % 1	23 % 22,5	35 %34,3	39 % 38,2	2 % 2	102 % 100	3,1	16,21
Yatırımların geriye dönüş oranı	2 % 2,02	27 % 27,3	36 % 36,36	32 % 32,30	2 % 2,02	99 % 100	3,0	18,64
Öz kaynakların geriye dönüş oranı	0 % 0	29 % 29	36 % 36	31 % 31	4 % 4	100 % 100	3,1	16,22
Varlıkların geriye dönüş oranı	0 % 0	26 % 26	32 % 32	39 % 39	3 % 3	100 % 100	3,1	16,21
Yerel satışların karlılığı	1 % 0,99	22 % 21,78	35 % 34,66	42 % 41,58	1 % 0,99	101 % 100	3,1	13,30
Yerel satışlar	1 % 0,98	18 % 17,65	25 % 24,51	55 % 53,92	3 % 2,94	102 % 100	3,4	9,45
Uluslararası satışların karlılığı	1 % 1	21 % 21	26 % 26	48 % 48	4 % 4	100 % 100	3,3	16,19
Uluslararası satışlar	1 % 0,98	13 % 12,75	15 % 14,70	69 % 67,65	4 % 3,92	102 % 100	3,6	9,43
İhracat yapılan ülke sayısı	1 % 0,99	4 % 3,96	32 % 31,68	60 % 59,41	4 % 3,96	101 % 100	3,6	13,24

1= Çok Düştü, 2= Düştü, 3= Değişiklik Yok, 4=Arttı, 5= Çok Arttı

#### 8.4. Araştırmanın Temel Bulgularına İlişkin Analizler

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmada yer alan temel bulgulara ilişkin korelasyon ve regresyon analizlerine ve bu analizlerin sonuçlarına ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

##### 8.4.1. Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi veya bir değişkenin iki veya daha çok değişken ile olan ilişkisini test etmek, varsa bu ilişkinin derecesini ölçmek için kullanılan istatistiksel bir yöntemdir. Korelasyon analizinde amaç; bağımsız değişken ( $X$ ) değiştiğinde, bağımlı değişkenin ( $Y$ ) ne yönlü değişeceğini görmektir (Kalaycı, 2010: 115).

İki değişken arasındaki doğrusal ilişkinin derecesi “ $r$ ” simgesiyle gösterilen korelasyon katsayısıyla ölçülür. Korelasyon katsayısı iki değişkenin değişimlerinde, ne dereceye kadar uygunluk olduğunu belirler, fakat hiçbir şekilde neden sonuç ilişkisi kurmaz. Korelasyon katsayısının alabileceği en küçük değer  $-1$ , en büyük değer  $+1$  olur, başka bir tanımla korelasyon katsayısı,  $-1 \leq r \leq +1$  arasında değer alır (Şıklar, 2006: 269). Korelasyon katsayısının işareti pozitifse, değişkenlerden birinin değeri artarken diğerinin de arttığını gösterir. Korelasyon katsayısının işareti negatifse, değişkenlerden birinin değeri artarken diğerinin değerinin azaldığını gösterir. Yani ters yönlü ilişki söz konusudur (Şıklar, 2006: 269).

$r = 0$  olduğunda ise değişkenler arasında doğrusal bir ilişkinin bulunmadığı söylenebilir.  $r$ 'nin  $+1$ 'e eşit olması, değişkenler arasında pozitif ve tam doğrusal bir ilişkinin varlığını ortaya koyar.  $r$ 'nin  $-1$ 'e eşit olması ise, değişkenler arasında negatif ve tam doğrusal bir ilişkiyi belirler. Değişkenler arasındaki ilişki kuvvetlendikçe  $\pm 1$ 'e, zayıfladıkça  $0$ 'a yaklaşan bir korelasyon katsayısı elde edilir (Şıklar, 2006: 269).

##### 8.4.2. Korelasyon Analizi Sonuçları

Araştırmada yer alan hipotezlerde kullanılan değişkenlerin birbirleriyle aralarında ilişki olup olmadığını ve ilişkinin yönünü araştırmak için kurulan hipotezler doğrultusunda korelasyon analizleri yapılmıştır. Tablo 8.22 - Tablo 8.30 korelasyon tablolarının da Pearson korelasyon katsayıları ve anlamlılık düzeyleri görülmektedir.

Tablo 8.22 işletme karakteristikleri ve uluslararasılaşma derecesi arasındaki ilişkiler açısından incelendiğinde;

- Ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısı değişkeni ile uluslararasılaşma derecesi arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,247$ ;  $p<0,05$ ); yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu değişkeni ile uluslararasılaşma derecesi arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,244$ ;  $p<0,05$ ); uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı ile uluslararasılaşma derecesi arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,404$ ;  $p<0,01$ ); uluslararası yönelim ile uluslararasılaşma derecesi arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,217$ ;  $p<0,05$ ); tescilli patent sahipliği ile uluslararasılaşma derecesi arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,310$ ;  $p<0,01$ ) belirlenmiştir.

Tablo 8.23 Ana ülke faktörleri, ev sahibi ülke faktörleri ile uluslararasılaşma derecesi arasındaki ilişkiler açısından incelendiğinde;

- Ana ülke faktörleri alt boyutları olan rekabet yoğunluğu değişkeni ile uluslararasılaşma derecesi arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,262$ ;  $p<0,01$ ); çifte vergi anlaşmaları değişkeni ile uluslararasılaşma derecesi arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,178$ ;  $p<0,10$ ) belirlenmiştir.
- Ev sahibi ülke faktörleri alt boyutları olan politik ve ekonomik istikrar ile uluslararasılaşma derecesi arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,281$ ;  $p<0,01$ ) bulunmuştur.

Tablo 8.24 Ana ülke faktörleri ile subjektif işletme performansı arasındaki ilişkiler açısından incelendiğinde;

- Ana ülke faktörlerinden olan rekabet yoğunluğu ile subjektif işletme performansı arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,182$ ;  $p<0,10$ ) belirlenmiştir.
- Ana ülke faktörleri alt boyutları ile subjektif işletme performansı alt boyutları arasındaki ilişkiler ise şu şekildedir; politika ve yasalar ile yerel satışlar arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,278$ ;  $p<0,01$ ); rekabet yoğunluğu ile varlıkların geri dönüş oranı (ROA) arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,218$ ;  $p<0,05$ ); rekabet yoğunluğu ile uluslararası satışların karlılığı arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,209$ ;  $p<0,05$ ); rekabet yoğunluğu ile uluslararası satışlar arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,255$ ;  $p<0,01$ ); rekabet yoğunluğu ile ihracat yapılan ülke sayısı arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,208$ ;  $p<0,05$ ); ekonomik istikrar ile uluslararası satışlar arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,227$ ;  $p<0,05$ ) belirlenmiştir.

Tablo 8.25 Ana ülke faktörleri ile objektif işletme performansı göstergeleri arasındaki ilişkiler açısından incelendiğinde;

- Politika ve yasalar ile kar arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,264$ ;  $p<0,01$ ); ekonomik istikrar ile ROE arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,184$ ;  $p<0,10$ ) belirlenmiştir.

Tablo 8.26 Ana ülke faktörleri ve subjektif işletme performansı arasındaki ilişkiler açısından incelendiğinde;

- Ev sahibi ülke faktörleri ortalaması ile subjektif işletme performansı ortalaması arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,245$ ;  $p<0,05$ ) ve ev sahibi ülke faktörlerinin alt boyutları olan pazar talebi ve/veya büyüme oranı ile subjektif işletme performansı (ort.) arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,257$ ;  $p<0,01$ ); politik ve ekonomik istikrar ile subjektif işletme performansı (ort.) arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,227$ ;  $p<0,05$ ); ölçek ekonomisi ile subjektif işletme performansı (ort.) arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,299$ ;  $p<0,01$ ) belirlenmiştir.

Tablo 8.27 Ev sahibi ülke faktörleri ile objektif işletme performansı göstergeleri arasındaki ilişkiler açısından incelendiğinde;

- Ev sahibi ülke faktörleri ile objektif işletme performansı göstergeleri arasında belirlenen ilişkiler şu şekildedir; pazar talebi ve/veya büyümesi oranı ile ROS arasında negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = -0,206$ ;  $p < 0,05$ ) ROA arasında ise negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = -0,214$ ;  $p < 0,05$ ); düşük yatırım riski ile ROS arasında negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = -0,176$ ;  $p < 0,10$ ); yasal düzenlemeler ile ihracat satışları arasında negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = -0,203$ ;  $p < 0,05$ ); direkt yabancı yatırımların millileştirilmesi riski ile satışlar arasında negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = -0,248$ ;  $p < 0,05$ ) belirlenmiştir.

Tablo 8.28 Uluslararasılaşma derecesi ile subjektif işletme performansı (ort.) ve objektif işletme performansı arasındaki ilişkiler açısından incelendiğinde;

- Uluslararasılaşma derecesi ile subjektif işletme performansı (ort.) arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = 0,330$ ;  $p < 0,01$ ) belirlenmiştir.
- Uluslararasılaşma derecesi ile objektif işletme performansı göstergelerinden olan ihracat satışları arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = 0,224$ ;  $p < 0,05$ ) belirlenmiştir.

Tablo 8.29 İşletme karakteristikleri ile subjektif işletme performansı arasındaki ilişkiler açısından incelendiğinde;

- İşletme karakteristiklerinin alt boyutlarından işletme büyüklüğü ile subjektif işletme performansı (ort.) arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = 0,183$ ;  $p < 0,10$ ); ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısı ile subjektif işletme performansı (ort.) arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = 0,172$ ;  $p < 0,10$ ); reklam harcamaları ile subjektif işletme performansı (ort.) arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = 0,195$ ;  $p < 0,10$ ); tescilli patent sahipliği ile subjektif işletme performansı (ort.) arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = 0,340$ ;  $p < 0,01$ ) belirlenmiştir.

Tablo 8.30 İşletme karakteristikleri ile objektif işletme performansı arası ilişkiler açısından incelendiğinde;

- Dış ticaret departmanı çalışan sayısı ile ROS arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = 0,195$ ;  $p < 0,05$ ); ihracat satışları arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = 0,213$ ;  $p < 0,05$ ) belirlenmiştir.
- İşletme yaşı ile ROS arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = 0,245$ ;  $p < 0,05$ ); Kar arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = 0,281$ ;  $p < 0,01$ ) belirlenmiştir.
- Ulusal ve uluslararası kalite belgeleri sayısı ile satışlar arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r = 0,348$ ;  $p < 0,01$ ); ihracat satışları arasında



pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,202$ ;  $p<0,05$ ) belirlenmiştir.

- Uluslararası deneyim ile ROS arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,227$ ;  $p<0,05$ ); ROA arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,185$ ;  $p<0,10$ ); Kar arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,202$ ;  $p<0,05$ ) belirlenmiştir.
- Ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısı ile ROS arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,192$ ;  $p<0,10$ ) belirlenmiştir.
- Uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı ile ihracat satışları arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,190$ ;  $p<0,10$ ) belirlenmiştir.
- Uluslararası yönelim ile ROS arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,168$ ;  $p<0,10$ ); ihracat satışları arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,188$ ;  $p<0,10$ ) belirlenmiştir.
- Tescilli patent sahipliği ile ROE arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,317$ ;  $p<0,01$ ); ROA arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,247$ ;  $p<0,05$ ); satışlar arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,259$ ;  $p<0,01$ ) belirlenmiştir.
- Ulusal ve uluslararası marka sahipliği ile ROS arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,176$ ;  $p<0,10$ ); ROA arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,207$ ;  $p<0,05$ ); kar arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= 0,198$ ;  $p<0,05$ ); satışlar arasında negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $r= -0,168$ ;  $p<0,10$ ) belirlenmiştir.
- Ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği ile satışlar arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki belirlenmiştir ( $r= 0,285$ ;  $p<0,01$ ).

Yapılan korelasyon analizlerinden sonra Şekil 7.1’de sunulmuş olan araştırmanın ayrıntılı modelinde yer alan değişkenler arasında bulunan korelasyonlara göre araştırmanın uygun modeli olarak tekrar düzenlenmiş ve Şekil 8.1’de sunulmuştur. Ayrıca daha sonra yapılacak olan Regresyon analizi, Anova ve t-Testi analizleri ve Aracılık analizleri korelasyon analizlerine ve dolayısıyla araştırmanın uygun modeline göre yapılmıştır.

**Tablo 8.22. İşletme Karakteristikleri ve Uluslararasılaşma Derecesi Korelasyon Analizi Sonuçları**

	Uluslar. Der.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Uluslar. Der.	1														
1	-,037	1													
2	,092	,234**	1												
3	-,071	,250**	,117	1											
4	-,043	,284***	-,091	,196**	1										
5	,028	,118	,144	,559***	,087	1									
6	,247**	,078	,027	-,056	,002	,036	1								
7	-,053	,179	,095	,088	-,124	,049	-,197*	1							
8	,244**	-,037	-,083	,187	-,005	,367***	-,061	-,057	1						
9	,404***	,178*	,515***	,209**	,042	,192	-,019	,248**	,011	1					
10	,119	-,015	-,055	-,087	,017	,097	,055	-,140	,243**	-,114	1				
11	,217**	,012	,319***	,214**	,220**	,131	,003	-,007	,000	,363***	,148	1			
12	,310***	-,027	,159	-,018	,136	,137	,132	-,145	,102	,100	,043	,069	1		
13	,148	,146	,192*	,228**	,019	,146	,090	,112	,162	,264***	,143	,182*	-,112	1	
14	,038	,168*	,018	,039	,344***	,294***	,170*	-,173	,019	-,085	,152	,061	,187*	,001	1

\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

1= İşletme büyüklüğü (çalışan sayısı), 2=Dış ticaret departmanı çalışan sayısı, 3=İşletme yaşı, 4=Ulusal ve uluslararası kalite belgeleri sayısı, 5=Uluslararası deneyim, 6= Ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısı, 7= Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğu, 8=Yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, 9= Uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, 10=Reklam harcamaları, 11=Uluslararası yönelim, 12=Tescilli patent sahipliği, 13=Ulusal ve uluslararası marka sahipliği, 14=Ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği

**Tablo 8.23: Ana Ülke Faktörleri, Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi Korelasyon Analizi Sonuçları**

Ulus.Der.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
Ulus.Der	1																					
1	,142	1																				
2	,262***	,207**	1																			
3	,149	,408***	,272***	1																		
4	,159	-,051	,226**	,190*	1																	
5	,016	,075	-,038	,053	,484***	1																
6	,178*	,251**	,015	,147	,226**	,238**	1															
7	-,071	-,142	-,082	,051	,044	,195**	,279***	1														
8	,069	-,066	,074	,211**	,381***	,358***	,248**	,448**	1													
9	,105	,078	,108	,108	,437***	,432***	,226**	,157	,440**	1												
10	-,002	,198**	,104	,227**	,155	,226**	,017	-,110	,134	,087	1											
11	,069	,087	,121	,406***	,182*	,144	,035	,146	,200**	,151	,295***	1										
12	,160	,150	,200**	,255***	,087	,101	,113	,089	,224**	-,023	,095	,259***	1									
13	,007	,234**	,291***	,234**	,076	,086	,110	,056	,105	,065	,014	,025	,257***	1								
14	,108	,053	,087	,203**	,158	,145	,309**	,063	,222**	,148	-,045	,058	,209**	,410***	1							
15	,219**	,123	,181	,226**	,109	-,007	,195*	-,009	,149	,050	-,027	,167*	,374***	,182*	,516***	1						
16	,281***	,070	,267***	,050	,226**	,119	,205**	,106	,251**	,066	,096	,081	,116	,378***	,426***	,424***	1					
17	,020	-,005	,077	,262***	,173	,021	,132	,176*	,163	-,119	,261***	,195**	,184*	,118	,240**	,201**	,400**	1				
18	,021	,009	,027	,136	-,018	-,074	,238**	,232**	,091	-,151	-,012	,231**	,195**	,114	,356***	,409***	,397**	,411**	1			
19	,091	,189	,026	,301***	,037	,163	,148	,163	,188*	-,022	,040	,232**	,261***	,184*	,324***	,450***	,293**	,253*	,602**	1		
20	,034	,178*	,174*	,182*	,105	,048	,020	-,003	,034	-,027	,105	,194**	-0,06	,343***	,313***	,266***	,292**	,074	,198*	,382**	1	
21	,017	-,045	,042	-,075	-,039	,262***	,232**	,299***	,105	,114	-,016	,045	,051	,216**	,339***	,247**	,177*	,017	,279**	,319**	,389**	1

\*p<0,10,\*\*p<0,05,\*\*\*p<0,01

1=Politika ve yasalar, 2=Rekabet yoğunluğu, 3=Ekonomik istikrar, 4=Yabancı Pazar bilgisi sunulması, 5=Yatırım fırsatları hakkında bilgi verilmesi, 6=Çift vergi anlaşmaları, 7= Finansal yardım sunma, 8=Yatırım koruma anlaşması, 9=Ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesi, 10=Bürokrasi, 11=Teşvikler, 12= Pazar talebi ve/veya büyümesi oranı, 13=Düşük yatırım riski, 14=Yabancı işletmelere karşı davranışlar, 15=Politik ve ekonomik istikrar, 16=Ölçek ekonomisi, 17= Pazara fiziksel yakınlık, 18=Tarife ve ticaret engelleri, 19=Yasal düzenlemeler, 20= Direkt yabancı yatırımın teşvik edilmesi, 21=Direkt yabancı yatırımların millileştirilmesi riski (Ana ülke faktörleri: 1-11; ev sahibi ülke faktörleri: 12-21).

**Tablo 8.24: Ana Ülke Faktörleri ve Sübjektif İşletme Performansı Korelasyon Analizi Sonuçları**

	Ana Ülke Fak. Ort.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Sübj. Perf. Ort.	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
Ana Ülke fak. Ort.	1																										
1	,382***	1																									
2	,382***	,207**	1																								
3	,546***	,408***	,272***	1																							
4	,604***	-,051	,226*	,190	1																						
5	,580***	,075	-,038	,053	,484***	1																					
6	,500***	,251**	,015	,147	,226**	,238**	1																				
7	,333***	-,142	-,082	,051	,044	,195**	,279***	1																			
8	,608***	-,066	,074	,211**	,381***	,358***	,248**	,448***	1																		
9	,618***	,078	,108	,108	,437***	,432***	,226**	,157	,440***	1																	
10	,432***	,198**	,104	,227**	,155	,226**	,017	-,110	,134	,087	1																
11 Sübj. Perf. Ort.	,483***	,087	,121	,406***	,182	,144	,035	,146	,200**	,151	,295***	1															
12	-,005	,120	,182*	,125	-,128	-,152	-,028	-,115	,038	-,109	-,052	,090	1														
13	-,047	,144	,192	,230*	-,167	-,209**	-,083	,012	-,077	-,291***	-,062	,127	,717***	1													
14	-,002	,038	,110	,055	-,026	,023	-,046	-,029	,018	-,053	-,158	,077	,754***	,614***	1												
15	-,024	,047	,076	,075	-,117	-,165	,010	-,004	,089	-,047	-,099	,026	,823***	,559***	,664***	1											
16	-,047	,040	,075	,098	-,076	-,131	,005	,013	-,065	-,196***	-,073	,081	,777***	,638***	,683***	,750***	1										
17	,010	,083	,098	,122	,023	-,105	,033	-,042	,066	-,180	-,067	,055	,759***	,597***	,629***	,659***	,688***	1									
18	,003	,049	,100	-,021	-,136	-,163	-,026	-,091	,166	-,003	,008	,101	,738***	,439***	,422***	,573***	,449***	,476***	1								
19	-,076	,100	,110	,052	-,256*	-,275**	-,051	-,217***	,037	-,102	,083	,047	,773***	,453***	,377***	,574***	,427***	,518***	,744***	1							
20	-,053	,033	,132	-,014	-,220**	-,209***	-,019	-,087	,112	-,037	-,069	,041	,801***	,459***	,454***	,659***	,444**	,545***	,725***	,867***	1						
21	-,032	,032	,218**	,017	-,204*	-,252**	-,040	-,111	,095	-,104	,024	,119	,809***	,494***	,450***	,646***	,515***	,578***	,753***	,829***	,904***	1					
22	-,053	,098	,078	-,055	-,139	-,073	,061	-,135	,019	-,006	-,091	-,071	,615***	,177	,36*1**	,528***	,367***	,295***	,416***	,495***	,508***	,501***	1				
23	,035	,278***	-,004	,123	-,057	,043	,053	-,093	-,047	-,127	,033	,021	,601***	,368***	,477***	,385***	,462***	,356***	,333***	,343***	,328***	,311***	,645***	1			
24	-,011	,189	,209***	,115	-,126	-,207***	-,021	-,231***	-,078	,098	-,033	-,067	,671***	,263***	,379***	,526***	,381***	,353***	,504***	,624***	,557***	,501***	,586***	,376***	1		
25	,098	,021	,255***	,227**	-,017	-,048	-,082	-,081	,033	,105	-,021	,122	,700**	,353***	,497***	,484***	,457***	,429***	,423***	,461***	,474***	,488***	,454***	,439***	,752***	1	
25	,152	-,068	,208**	,158	,137	,128	,000	-,122	,065	,071	,077	,157	,548***	,370***	,408**	,317***	,451***	,290***	,377***	,374***	,337***	,298***	,240**	,341***	,398***	,516***	1

\*p<0,10,\*\*p<0,05,\*\*\*p<0,01, 1=Politika ve yasalar, 2=Rekabet yoğunluğu, 3=Ekonomik istikrar, 4=Yabancı Pazar bilgisi sunulması, 5=Yatırım fırsatları hakkında bilgi verilmesi, 6=Çift vergi anlaşmaları, 7= Finansal yardım sunma, 8=Yatırım koruma anlaşması, 9=Ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesi, 10=Bürokrasi, 11=Teşvikler, 12=Ciro, 13=Pazar payı, 14=Karlılık, 15=Büyüme hızı, 16=Yatırımlar, 17= Satışların geriye dönüş oranı (ROS), 18=Yatırımların geriye dönüş oranı (ROI), 19=Öz kaynakların getirisi (ROE), 20=Varlıkların geri dönüşü (ROA), 21=Yerel satışların karlılığı, 22=Yerel satışlar, 23=Ulusal arası satışların karlılığı, 24=Uluslararası satışlar 25=İhracat yapılan ülke sayısı, (ana ülke faktörleri: 1-11, sübjektif işletme performansı: 12 -25)

**Tablo 8.25:** Ana Ülke Faktörleri ve Objektif İşletme Performansı Korelasyon Analizi Sonuçları

Ana Ülke Ort.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Ana Ülke Ort.	1																	
1	,382***	1																
2	,382***	,207**	1															
3	,546***	,408***	,272***	1														
4	,604***	-,051	,226**	,190*	1													
5	,580***	,075	-,038	,053	,484***	1												
6	,500***	,251**	,015	,147	,226**	,238**	1											
7	,333***	-,142	-,082	,051	,044	,195**	,279***	1										
8	,608***	-,066	,074	,211**	,381***	,358***	,248**	,448***	1									
9	,618***	,078	,108	,108	,437***	,432***	,226**	,157	,440***	1								
10	,432***	,198*	,104	,227**	,155	,226**	,017	-,110	,134	,087	1							
11	,483***	,087	,121	,406***	,182*	,144	,035	,146	,200**	,151	,295***	1						
12	,034	,161	,093	,184*	,002	,017	,027	-,087	,047	-,063	-,129	-,051	1					
13	-,078	,124	-,054	,011	-,117	-,043	-,018	-,225**	-,176	,081	-,030	-,076	,268***	1				
14	-,103	,136	-,001	,004	-,072	-,052	-,056	-,198**	-,137	-,026	-,094	-,122	,606***	,742***	1			
15	-,158	,098	-,011	,021	-,202**	-,134	-,079	-,286***	-,107	-,153	,025	-,050	,216**	,033	,142	1		
16	,136	,264***	,120	,088	-,018	,064	,054	-,072	-,038	,085	,060	,104	,308***	,513***	,495***	,242**	1	
17	-,025	-,061	,085	-,090	,081	-,002	-,059	-,095	,032	,012	,007	-,077	,272***	,050	,120	,317***	,034	1

\*p<0,10,\*\*p<0,05,\*\*\*p<0,001

1=Politika ve yasalar, 2=Rekabet yoğunluğu, 3=Ekonomik istikrar, 4=Yabancı pazar bilgisi sunulması, 5=Yatırım fırsatları hakkında bilgi verilmesi, 6=Çift vergi anlaşmaları, 7= Finansal yardım sunma, 8=Yatırım koruma anlaşması, 9=Ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesi, 10=Bürokrasi, 11=Teşvikler, 12= ROE, 13=ROS, 14=ROA, 15= logsatışlar, 16=logkar,17=logihracat satışları

**Tablo 8.26:** Ev sahibi Ülke Faktörleri ve Sübjektif İşletme Performansı Korelasyon Analizi Sonuçları

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Süb. Perf. Ort.	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
<b>Evsahibi ül.fak.ort.</b>	1																									
<b>Evsahibi ül.fak.ort.</b>	1																									
<b>1</b>	,447***	1																								
<b>2</b>	,553***	,257***	1																							
<b>3</b>	,693***	,209**	,410***	1																						
<b>4</b>	,681***	,374***	,182	,516***	1																					
<b>5</b>	,671***	,116	,378***	,426***	,424***	1																				
<b>6</b>	,485***	,184	,118	,240**	,201**	,400***	1																			
<b>7</b>	,651***	,195	,114	,356***	,409***	,397***	,411***	1																		
<b>8</b>	,670***	,261***	,184*	,324***	,450***	,293***	,253**	,602***	1																	
<b>9</b>	,555***	-,006	,343***	,313***	,266***	,292***	,074	,198**	,382***	1																
<b>10</b>	,534***	,051	,216**	,339***	,247**	,177	,017	,279***	,319***	,389***	1															
<b>Süb. Perf. Ort.</b>	,245**	,257***	,079	,162	,227**	,299***	,093	,159	,125	-,014	-,017	1														
<b>11</b>	,264***	,229**	,029	,068	,291***	,180	,182*	,205**	,254**	,104	,025	,717***	1													
<b>12</b>	,205**	,229**	,154	,164	,199**	,245**	,027	,087	,032	,006	,011	,754***	,614***	1												
<b>13</b>	,141	,091	,023	,130	,158	,279***	,115	,149	,012	-,034	-,040	,819***	,558***	,662***	1											
<b>14</b>	,167	,145	-,023	,038	,166*	,227**	,182*	,169	,080	-,074	,022	,777***	,638***	,683***	,748***	1										
<b>15</b>	,324***	,221**	,049	,194**	,302***	,313***	,199**	,336***	,207**	,036	,066	,757***	,596***	,628***	,655***	,686***	1									
<b>16</b>	,192	,244**	,107	,037	,166*	,183	,012	,062	,051	-,006	,046	,719***	,434***	,415***	,565***	,443***	,455***	1								
<b>17</b>	,120	,100	-,076	,104	,063	,159	,032	,163	,058	-,065	-,054	,766***	,449***	,374***	,568***	,424***	,507***	,727***	1							
<b>18</b>	,155	,157	-,041	,153	,093	,224**	,016	,193	,051	-,094	-,045	,794***	,456***	,452***	,649***	,442***	,534***	,712***	,862***	1						
<b>19</b>	,193	,217**	-,028	,101	,161	,272***	,069	,173	,067	-,028	-,059	,803***	,491***	,447***	,638***	,512***	,567***	,738***	,825***	,904***	1					
<b>20</b>	-,013	,040	-,015	,019	,000	,193	-,024	-,031	,023	-,141	-,112	,611***	,176	,359***	,523***	,366***	,292***	,409***	,490***	,502***	,495***	1				
<b>21</b>	,126	,137	,119	,011	,067	,197**	,148	,009	,126	-,013	,012	,597***	,367***	,476***	,382***	,461***	,354***	,332***	,341***	,327***	,310***	,636***	1			
<b>22</b>	,058	,089	,121	,177	,063	,137	-,073	-,076	-,063	,002	-,110	,664***	,260***	,376***	,518***	,379***	,345***	,492***	,610***	,547***	,490***	,573***	,374***	1		
<b>23</b>	,212**	,227**	,209**	,237**	,165*	,232**	-,001	,029	,072	,076	-,008	,698***	,352***	,496***	,482***	,457***	,428***	,414***	,456***	,470***	,484***	,442***	,437***	,751***	1	
<b>24</b>	,167	,254***	,083	,221**	,191*	,207**	-,013	-,011	,052	-,063	,031	,542***	,366***	,402***	,312***	,446***	,286***	,365***	,368***	,334***	,296***	,238**	,340***	,395***	,514***	1

\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01, 1= Pazar talebi ve/veya büyümesi oranı, 2=Düşük yatırım riski, 3=Yabancı işletmelere karşı davranışlar, 4=Politik ve ekonomik istikrar, 5=Ölçek ekonomisi, 6= Pazara fiziksel yakınlık, 7=Tarife ve ticaret engelleri, 8=Yasal düzenlemeler, 9= Direkt yabancı yatırımın teşvik edilmesi, 10=Direkt yabancı yatırımların millileştirilmesi riski, 11=Ciro, 12=Pazar payı, 13=Karlılık, 14=Büyüme hızı, 15=Yatırımlar, 16= Satışların geriye dönüş oranı (ROS), 17=Yatırımların geriye dönüş oranı (ROI), 18=Öz kaynakların getirisi (ROE), 19=Varlıkların geri dönüşü (ROA), 20=Yerel satışların karlılığı, 21=Yerel satışlar, 22=Uluslararası satışların karlılığı, 23=Uluslararası satışlar ,24=İhracat yapılan ülke sayısı, (ev sahibi ülke faktörleri: 1-10, sübjektif işletme performansı: 11 -24)

**Tablo 8.27:** Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Objektif İşletme Performansı Korelasyon Analizi Sonuçları

	Ev sah. Ülk. Fak. Ort.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Ev sah.ülk. fak. Ort	1																
1	,447***	1															
2	,553***	,257***	1														
3	,693***	,209**	,410***	1													
4	,681***	,374***	,182	,516***	1												
5	,671***	,116	,378***	,426***	,424***	1											
6	,485***	,184	,118	,240**	,201**	,400***	1										
7	,651***	,195	,114	,356***	,409***	,397***	,411***	1									
8	,670***	,261***	,184*	,324***	,450***	,293***	,253**	,602***	1								
9	,555***	-,006	,343***	,313***	,266***	,292***	,074	,198**	,382***	1							
10	,534***	,051	,216**	,339***	,247**	,177*	,017	,279***	,319***	,389***	1						
11	,049	-,040	,071	-,007	,020	,124	,056	,023	,043	,061	-,055	1					
12	-,112	-,206**	-,176*	-,119	,000	-,029	-,149	-,077	,004	-,062	-,029	,268***	1				
13	-,146	-,214**	-,150	-,171	-,057	-,003	-,166	-,088	-,059	-,015	-,063	,606***	,742***	1			
14	-,062	,073	-,043	-,051	,066	,038	,000	,015	-,037	-,135	-,248**	,216**	,033	,142	1		
15	,073	,096	-,053	-,114	,158	,118	,030	,106	,147	-,024	-,052	,308***	,513***	,495***	,242**	1	
16	,048	,029	,096	,126	-,044	,175*	,058	-,014	-,203**	-,070	,040	,272***	,050	,120	,317***	,034	1

\*p<0,10,\*\*p<0,05,\*\*\*p<0,01

1= Pazar talebi ve/veya büyümesi oranı, 2=Düşük yatırım riski, 3=Yabancı işletmelere karşı davranışlar, 4=Politik ve ekonomik istikrar, 5=Ölçek ekonomisi, 6= Pazara fiziksel yakınlık, 7=Tarife ve ticaret engelleri, 8=Yasal düzenlemeler, 9= Direkt yabancı yatırımın teşvik edilmesi, 10=Direkt yabancı yatırımların millileştirilmesi riski, 11= ROE, 12=ROS, 13=ROA, 14= logsatışlar, 15=logkar,16=logihracat satışları, ( Ev sahibi ülke faktörleri, 1-10: Objektif işletme performansı, 11-16).

**Tablo 8.28:** Uluslararasılaşma Derecesi, Sübjektif ve Objektif İşletme Performansı Korelasyon Analizi Sonuçları

	Ulus. Der.	Sübj. Perf. Ort.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ulus. Der.	1																					
Sübj. Perf. Ort.	,330***	1																				
1	,318***	,717***	1																			
2	,317***	,754***	,614***	1																		
3	,230**	,819***	,558***	,662***	1																	
4	,317***	,777***	,638***	,683***	,748***	1																
5	,139	,757***	,596***	,628***	,655***	,686***	1															
6	,159	,719***	,434***	,415***	,565***	,443***	,455***	1														
7	,166*	,766***	,449***	,374***	,568***	,424***	,507***	,727***	1													
8	,212**	,794***	,456***	,452***	,649***	,442***	,534***	,712***	,862***	1												
9	,237**	,803***	,491***	,447***	,638***	,512***	,567***	,738***	,825***	,904***	1											
10	,166*	,611***	,176*	,359***	,523***	,366***	,292***	,409***	,490***	,502***	,495***	1										
11	,165*	,597***	,367***	,476***	,382***	,461***	,354***	,332***	,341***	,327***	,310***	,636***	1									
12	,194**	,664***	,260***	,376***	,518***	,379***	,345***	,492***	,610***	,547***	,490***	,573***	,374***	1								
13	,225**	,698***	,352***	,496***	,482***	,457***	,428***	,414***	,456***	,470***	,484***	,442***	,437***	,751***	1							
14	,427***	,542***	,366***	,402***	,312***	,446***	,286***	,446***	,368***	,334***	,296***	,238**	,340***	,395***	,514***	1						
15	,153	,252**	,229**	,148	,119	,140	,188	,118	,137	,207**	,192*	,099	,240**	,174*	,201**	,059	1					
16	,004	,052	,014	-,029	-,024	-,040	-,007	,094	,157	,082	,101	,014	,075	,089	,095	,009	,268***	1				
17	,129	,173*	,186*	,137	,070	,077	,124	,079	,137	,148	,155	,070	,116	,086	,141	,015	,606***	,742***	1			
18	,080	,313***	,209**	,232**	,299***	,313***	,249**	,102	,252**	,223**	,271***	,235**	,211**	,169*	,156	,099	,216**	,033	,142	1		
19	,085	,177	,184*	,067	,174*	,139	,141	,040	,083	,105	,154	,037	,083	,071	,176	,046	,308***	,513***	,495***	,242*	1	
20	,224**	,232**	,133	,205**	,201**	,280***	,240**	,115	,124	,122	,170*	,012	,089	,080	,172*	,176*	,272***	,050	,120	,317**	,034	1

\*p<0,10,\*\*p<0,05,\*\*\*p<0,01, 1=Ciro, 2=Pazar payı, 3=Karlılık, 4=Büyüme hızı, 5=Yatırımlar, 6=Satışların geriye dönüş oranı (ROS), 7=Yatırımların geriye dönüş oranı (ROI), 8=Öz kaynakların getirisi (ROE), 9=Varlıkların geri dönüşü (ROA), 10=Yerel satışların karlılığı, 11=Yerel satışlar, 12=Uluslararası satışların karlılığı, 13=Uluslararası satışlar 14=İhracat yapılan ülke sayısı, 15= ROE, 16=ROS, 17=ROA, 18= logsatışlar, 19=logkar, 20=logihracat satışları, (sübjektif işletme performansı: 1-14, objektif işletme performansı: 15-20).



**Tablo 8.29: İşletme Karakteristikleri Sübjektif İşletme Performansı Korelasyon Analizi Sonuçları**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	SPO	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
1	1																												
2	,234**	1																											
3	,250**	0,117	1																										
4	,284***	-0,091	,196**	1																									
5	0,118	0,144	,559***	0,087	1																								
6	0,078	0,027	-0,056	0,002	0,036	1																							
7	0,179	0,095	0,088	-0,124	0,049	-0,197	1																						
8	-0,037	-0,083	0,187	-0,005	,367***	-0,061	-0,057	1																					
9	,178*	,515***	,209**	0,042	,192*	-0,019	,248**	0,011	1																				
10	-0,015	-0,055	-0,087	0,017	0,097	0,055	-0,14	,243**	-0,114	1																			
11	0,012	,319***	,214**	,220**	0,131	0,003	-0,007	0	,363***	0,148	1																		
12	-0,027	0,159	0,018	0,136	0,137	0,132	-0,145	0,102	0,100	0,043	0,069	1																	
13	0,146	0,192	,228**	0,019	0,146	0,09	0,112	0,162	,264***	0,143	,182*	-0,112	1																
14	,168*	0,018	0,039	,344***	,294***	0,17	-0,173	0,019	-0,085	0,152	0,061	-0,187	0,001	1															
SPO	,183*	0,048	-0,014	0,069	-0,026	,172*	-0,055	0,149	0,035	,195*	-0,004	,340***	0,13	0,082	1														
15	0,107	-0,14	-0,032	0,087	-0,075	,335***	-0,134	0,16	-0,159	0,196	-0,134	,393**	0,09	0,076	,717***	1													
16	0,132	0,042	-0,11	0,066	-0,045	,201**	-0,072	0,072	0,067	0,172	0,08	,313**	0,115	-0,031	,754***	,614***	1												
17	0,13	0,023	-0,063	0,076	-0,112	-0,007	-0,033	0,148	-0,033	0,175	0,031	,261***	0,057	0,033	,819***	,558***	,662***	1											
18	,203**	0,024	-0,06	0,019	-0,086	,276***	-0,055	0,078	-0,01	0,116	-0,104	,255**	0,117	0,005	,777***	,638***	,683***	,748***	1										
19	0,151	0,142	-0,114	-0,03	-0,146	,186*	-0,183	-0,066	-0,068	,205**	-0,025	,331***	0,142	0,057	,757***	,596***	,628***	,655***	,686***	1									
20	0,163	-0,035	0,02	0,147	0,015	0,101	-0,108	0,147	0,002	,257**	0,058	,228**	0,183	0,192	,719***	,434***	,415***	,565***	,443***	,455***	1								
21	0,127	,178*	-0,027	-0,006	0,096	0,079	-0,05	0,131	0,012	0,183	0,015	,248**	0,06	0,147	,766***	,449***	,374***	,568***	,424***	,507***	,727***	1							
22	0,002	0,066	-0,11	0,024	-0,026	0,037	-0,069	0,151	0,031	0,152	-0,022	,286**	0,032	0,078	,794***	,456***	,452***	,649***	,442***	,534***	,712***	,862***	1						
23	0,053	0,059	-0,119	-0,004	-0,002	,205**	-0,149	0,131	0,018	0,19	-0,046	,241**	0,047	,205**	,803***	,491***	,447***	,638***	,512***	,567***	,738***	,825***	,904***	1					
24	0,047	0,014	0,018	0,004	0,03	-0,157	0,07	0,085	0,128	0,012	-0,009	0,082	-0,001	0,003	,611***	,176*	,359***	,523***	,366***	,292***	,409***	,490***	,502***	,495***	1				
25	,272***	-0,005	0,163	0,038	-0,042	0,116	0,1	-0,036	0,123	-0,033	0,029	0,139	0,06	-0,136	,597***	,367***	,476***	,382***	,461***	,354***	,332***	,341***	,327***	,310***	,636***	1			
26	0,132	0,135	0,14	0,033	0,151	-0,174	0,169	,257**	0,12	0,124	0,007	,210**	0,061	0,132	,664***	,260***	,376***	,518***	,379***	,345***	,492***	,610***	,547***	,490***	,573***	,374***	1		
27	0,131	0,079	,189*	0,067	0,084	0,032	0,074	,177*	0,121	0,105	0,097	0,179	0,05	0,108	,698***	,352***	,496***	,482***	,457***	,428***	,414***	,456***	,470***	,484***	,442***	,437***	,751***	1	
28	0,128	,172*	0,152	0,104	0,091	0,148	,063*	0,145	,268***	0,094	,186*	0,175	,240**	0,007	,542***	,366***	,402***	,312***	,446***	,286***	,365***	,368***	,334***	,296***	,238***	,340***	,395***	,514***	1

\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

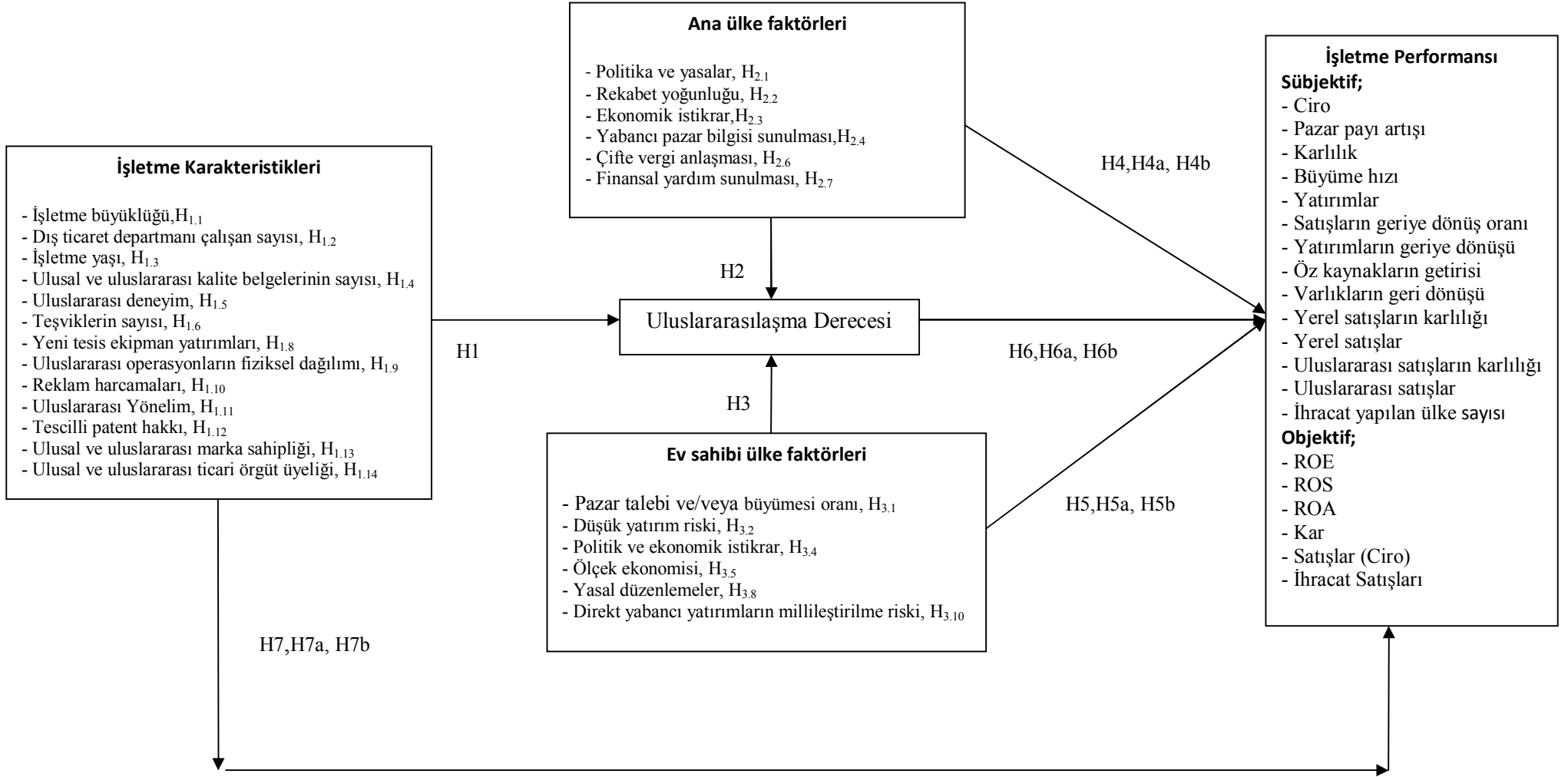
1= İşletme büyüklüğü (çalışan sayısı), 2=Dış ticaret departmanı çalışan sayısı, 3=İşletme yaşı, 4=Ulusal ve uluslararası kalite belgeleri sayısı, 5=Uluslararası deneyim, 6=Teşviklerin sayısı, 7= Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğu, 8=Yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, 9= Uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, 10=Reklam harcamaları, 11=Uluslar arası yönelim, 12=Tescilli patent sahipliği, 13=Ulusal ve uluslararası marka sahipliği, 14=Ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği, 15= Ciro, 16=Pazar payı, 17=Karlılık, 18=Büyüme hızı, 19=Yatırımlar, 20= Satışların geriye dönüş oranı (ROS), 21=Yatırımların geriye dönüş oranı (ROI), 22=Öz kaynakların getirisi (ROE), 23=Varlıkların geri dönüşü (ROA), 24=Yerel satışların karlılığı, 25=Yerel satışlar, 26=Uluslararası satışların karlılığı, 27=Uluslararası satışlar, 28=İhracat yapılan ülke sayısı, (işletme karakteristikleri: 1-14, sübjektif işletme performansı: 15 -28), SPO: Sübjektif işletme performansı ortalaması

**Tablo 8.30: İşletme Karakteristikleri ve Objektif İşletme Performansı Korelasyon Analizi Sonuçları**

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	1																			
2	,234**	1																		
3	,250**	,117	1																	
4	,284***	-,091	,196**	1																
5	,118	,144	,559***	,087	1															
6	,078	,027	-,056	,002	,036	1														
7	,179	,095	,088	-,124	,049	-,197	1													
8	-,037	-,083	,187*	-,005	,367***	-,061	-,057	1												
9	,178*	,515***	,209**	,042	,192	-,019	,248**	,011	1											
10	-,015	-,055	-,087	,017	,097	,055	-,140	,243**	-,114	1										
11	,012	,319***	,214**	,220**	,131	,003	-,007	,000	,363***	,148	1									
12	-,027	,159	,018	,136	,137	,132	-,145	,102	,100	,043	,069	1								
13	,146	,192	,228**	,019	,146	,090	,112	,162	,264***	,143	,182*	-,112	1							
14	,168*	,018	,039	,344***	,294***	,170*	-,173	,019	-,085	,152	,061	-,187	,001	1						
15	,072	,095	,027	,051	-,023	-,010	,125	,051	-,020	-,072	-,063	-,317***	,113	-,055	1					
16	,227**	,195**	,245**	,030	,227**	,192*	-,034	-,008	,160	,030	,168*	-,052	,176*	,016	,268***	1				
17	,173	,044	,096	,132	,185*	,145	-,114	,049	,047	,103	,095	-,247**	,207**	,043	,606***	,742***	1			
18	,304***	,112	,281***	-,086	,209**	,150	,167	,148	,080	,053	,040	-,123	,198**	-,001	,308***	,513***	,495***	1		
19	,364***	,110	,042	,348***	,105	,023	,115	-,031	,042	,013	-,068	-,259***	-,168*	,285***	,216**	,033	,142	,242**	1	
20	,167*	,213**	,017	,202**	-,106	,108	-,075	-,052	,190*	,021	,188*	-,121	,042	,137	,272***	,050	,120	,034	,317***	1

\*p<0,10, \*\*p<0,05,\*\*\*p<0,01

1= İşletme büyüklüğü (çalışan sayısı), 2=Dış ticaret departmanı çalışan sayısı, 3=İşletme yaşı, 4=Ulusal ve uluslararası kalite belgeleri sayısı, 5=Uluslararası deneyim, 6=Teşviklerin sayısı, 7= Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğu, 8=Yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, 9= Uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, 10=Reklam harcamaları, 11=Uluslararası yönelim, 12=Tescilli patent sahipliği, 13=Ulusal ve uluslararası marka sahipliği, 14=Ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği, 15=ROE, 16=ROS, 17=ROA, 18=logKar, 19=logSatışlar, 20=logihracat Satışları (İşletme karakteristikleri: 1-14, Objektif işletme performansı: 15-20).



**Şekil 8.1.** Korelasyon Analizleri Sonucunda Değişkenler Arası İlişki Bulunan Model; İşletme Karakteristikleri, Ana Ülke Faktörleri ve Ev Sahibi Ülke Faktörleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İlişkileri

### 8.4.3. Regresyon Analizi

Regresyon analizi bir bağımlı değişken ile bir bağımsız değişken (basit regresyon) veya birden fazla bağımsız (çoklu regresyon) değişken arasındaki ilişkilerin bir matematiksel eşitlik ile açıklanması sürecidir (Kalaycı, 2010: 199).

Regresyon analizi, değişkenler arasındaki neden – sonuç ilişkisinin bulunmasına imkân sağlar. Bağımlı değişkendeki toplam değişimin yüzde kaçının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını bulmak için regresyon analizinde  $R^2$  değerinden yararlanır. Bu değer tüm değişkenlerin birlikte açıkladıkları varyans oranını verir.  $R^2$  değeri 0 ile 1 arasında değer alır. Bu değer 0'a yaklaşırsa, modelin veriye uyum göstermediği veya bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişkendeki değişmeyi açıklayamadığı, 1'e yaklaşırsa, bağımlı değişkendeki değişimin, bağımlı değişkenler tarafından iyi açıklandığını gösterir. Ayrıca kurulan regresyon modelinin anlamlılığını test etmek için  $F$  (ANOVA) testinden yararlanır (Bayram, 2004: 119).

Çoklu doğrusal regresyon analizinde, farklı ölçme birimleri ve varyanslara sahip bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkene ait göreceli önemlerini belirlemede standardize edilmiş regresyon kat sayıları olan  $\beta$  (beta) değerleri kullanılır. Standardize beta değeri, söz konusu değişkenler arasındaki korelasyonu ifade etmektedir.  $F$  ve  $p$  değerleri kurulan regresyon modelinin anlamlılık düzeyini ortaya koymaktadır (Bayram, 2004: 119).

### 8.4.4. Regresyon Analizi Sonuçları

Modeldeki bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki ilişkileri incelemek ve geliştirilen hipotezleri test etmek amacıyla regresyon analizi uygulanmıştır. Araştırmada regresyon analizi ile işletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri ve ev sahibi ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi ve işletme performansı (sübjektif ve objektif) üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Aşağıda araştırma modelinde yer alan her bir ilişkiyi test etmek için yapılan regresyon analizlerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Regresyon analizleri, korelasyon analizi sonucunda korelasyon belirlenen bağımsız ve bağımlı değişkenler baz alınarak yapılmıştır (Şekil 8.1).

#### 8.4.4.1. İşletme Karakteristikleri ve Uluslararasılaşma Derecesi İlgili Analizler

Araştırmada test edilen, birinci hipotez işletme karakteristikleri ile uluslararasılaşma derecesi arasındaki ilişkiyi incelemeye yöneliktir. Analizde araştırmanın bağımsız değişkenini işletme karakteristiklerinin bazı alt boyutları, bağımlı değişkenini ise uluslararasılaşma derecesi oluşturmaktadır. Analizde korelasyon analizinde uluslararasılaşma derecesi ile aralarında anlamlı ilişkiye sahip olan işletme karakteristikleri kullanılmıştır. Bu doğrultuda kurulan araştırmanın ilk hipotezi olan “*H1: İşletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*” şeklinde olup “*H1*” hipotezinin alt hipotezleri test edilmiştir. Tablo 8.31 yer alan düzeltilmiş  $R^2$  değeri 0,300 olup işletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesini % 30 oranında açıklamaktadır. Regresyon analizi sonucunda işletme karakteristiklerinin uluslararasılaşma derecesi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı, pozitif yönlü ve kısmi bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $F=9,146$ ;  $p<0,01$ ).

Tablo 8.31 “H1” hipotezinin alt hipotezleri açısından incelendiğinde;

- “*H<sub>1.6</sub>: İşletmenin yararlandığı teşviklerin sayısı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*” şeklinde olup, işletmelerin yararlandığı teşviklerin (ulusal ve uluslararası) sayısının uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $\beta=0,236$ ;  $p<0,01$ ). Bu nedenle “*H<sub>1.6</sub>*” hipotezi kabul edilmiştir.
- “*H<sub>1.8</sub>: İşletmenin yeni tesis ve ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*” şeklinde olup, işletmelerin yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $\beta=0,229$ ;  $p<0,05$ ). Bu yüzden “*H<sub>1.8</sub>*” hipotezi kabul edilmiştir.
- “*H<sub>1.9</sub>: İşletmenin uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*” şeklinde olup, işletmelerin uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımı, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $\beta=0,349$ ;  $p<0,01$ ). Bu nedenle “*H<sub>1.9</sub>*” hipotezi kabul edilmiştir.
- “*H<sub>1.11</sub>: İşletmenin uluslararası yönelimi, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*” şeklinde olup, işletmelerin uluslararası yöneliminin uluslararasılaşma derecesi üzerinde anlamlı bir etki belirlenmemiştir ( $\beta=0,062$ ;  $p>0,10$ ). Bundan dolayı “*H<sub>1.11</sub>*” hipotezi reddedilmiştir.
- “*H<sub>1.12</sub>: İşletmenin sahip olduğu tescilli patent sahipliği uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*” şeklinde olup, işletmelerin sahip olduğu tescilli patent sahipliğinin, uluslararasılaşma derecesi üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $\beta= 0,223$ ;  $p<0,05$ ). Bu nedenle “*H<sub>1.12</sub>*” hipotezi kabul edilmiştir.

Diğer taraftan H1 hipotezinin diğer alt hipotezleri olan; “*H<sub>1.1</sub>: İşletme büyüklüğü, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>1.2</sub>: İşletmenin dış ticaret departmanında çalışan sayısı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkiler*”, “*H<sub>1.3</sub>: İşletmenin yaşı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>1.4</sub>: İşletmenin sahip olduğu ulusal ve uluslararası kalite sertifikalarının sayısı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>1.5</sub>: İşletmenin uluslararası deneyimi, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>1.7</sub>: İşletmenin Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>1.10</sub>: İşletmenin reklam harcamalarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>1.13</sub>: İşletmenin sahip olduğu ulusal ve uluslararası marka sahipliği, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>1.14</sub>: İşletmenin sahip olduğu ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*” hipotezler uluslararasılaşma derecesi ile herhangi bir korelasyona sahip olmadıklarından dolayı regresyon analizine alınmadan reddedilmiştir.

İşletme karakteristiklerinin uluslararasılaşma derecesini etkileyen boyutlarının; ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısı, yeni tesis ve ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı ve tescilli patent sahipliği olduğu görülmektedir. Buna göre regresyon modeli bu boyutlar açısından desteklenmektedir. Bu yüzden “H1” hipotezi kısmen kabul edilmiştir (Tablo 8.31).

**Tablo 8.31.** İşletme Karakteristikleri, Uluslararasılaşma Derecesi Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	$\beta$	<i>T</i>	<i>p</i>	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	<i>F</i>
<b>İşletme karakteristikleri</b>		2,123	,000	,337	,300	9,146***
Ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısı	,236***	2,708	,008			
Yeni tesis ekipman payı	,229**	2,640	,010			
Uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı	,349***	3,735	,000			
Uluslararası yönelim	,062	,668	,506			
Tescilli patent sahipliği	,223**	2,533	,013			

Bağımlı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi,  
\* $p < 0,10$ , \*\* $p < 0,05$ , \*\*\* $p < 0,01$

#### 8.4.4.2. Ana Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi ile İlgili Analizler

Ana ülke faktörlerinin, uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştırmak üzere kurulan ve araştırmanın ikinci hipotezi olan “ $H_2$ : Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir” şeklinde olup, çoklu regresyon analizi ile test edilmiştir. Tablo 8.32 incelendiğinde, regresyon analizinde ana ülke faktörleri bağımsız değişken, uluslararasılaşma derecesi ise bağımlı değişken olarak değerlendirilmeye alınmıştır. Analiz sonucunda düzeltilmiş  $R^2$  değeri 0,086 dir. Buna göre ana ülke faktörleri bağımlı değişken olan uluslararasılaşma derecesini % 8,6 oranında açıklamaktadır. Regresyon analizi sonucunda ana ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ve kısmi bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $F=5,656$ ;  $p < 0,01$ ).

Tablo 8.32 “ $H_2$ ” hipotezinin alt hipotezleri açısından incelendiğinde;

- “ $H_{2.2}$ : Ana ülke rekabet yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir” şeklinde olup, ana ülkedeki rekabet yoğunluğunun, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $\beta = 0,270$ ;  $p < 0,01$ ). Bu nedenle “ $H_{2.2}$ ” hipotezi kabul edilmiştir.
- “ $H_{2.6}$ : Ana ülkenin diğer ülkelerle çifte vergi anlaşmalarının olması, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir” şeklinde olup, ana ülkenin diğer ülkeler ile çifte vergi anlaşmalarının olmasının, uluslararasılaşma derecesi üzerinde anlamlı bir etkisi belirlenmemiştir ( $\beta = 0,174$ ;  $p < 0,10$ ). Bundan dolayı “ $H_{2.6}$ ” hipotezi kabul edilmiştir.

Diğer taraftan “ $H_2$ ” hipotezinin diğer alt hipotezleri olan ; “ $H_{2.1}$ : Ana ülkenin politika ve yasaları, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir”, “ $H_{2.3}$ : Ana ülkenin ekonomik istikrarı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir”, “ $H_{2.4}$ : Ana ülkenin yabancı Pazar bilgisi sunması, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir”, “ $H_{2.5}$ : Ana ülkenin yatırım fırsatları hakkında bilgi vermesi, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir”, “ $H_{2.7}$ : Ana ülkenin finansal yardım sunması, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir”, “ $H_{2.8}$ : Ana ülkenin yatırım koruma anlaşması olması, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir”,

“ $H_{2,9}$ : Ana ülkenin ulusal bankaları deniz aşırı şube açma konusunda desteklemesi, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir”, “ $H_{2,10}$ : Ana ülkenin bürokrasisi, uluslararasılaşma derecesini negatif etkilemektedir”, “ $H_{2,11}$ : Ana ülkenin sağladığı teşvikler, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir” hipotezler uluslararasılaşma derecesi ile herhangi bir korelasyona sahip olmadıklarından dolayı regresyon analizine alınmadan reddedilmiştir.

Regresyon modeli sadece rekabet yoğunluğu ve çifte vergi anlaşmaları boyutları açısından desteklenmektedir. Bu yüzden araştırmanın ikinci hipotezi olan “ $H_2$ ” hipotezi kısmen kabul edilmiştir (Tablo 8.32)

**Tablo 8.32.** Ana Ülke Faktörleri, Uluslararasılaşma Derecesi Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	$F$
<b>Ana Ülke Faktörleri</b>		,638	,005	,132	,086	5,656***
Rekabet yoğunluğu	,270***	2,809	,006			
Çifte vergi anlaşması	,174*	1,807	,074			

Bağımlı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi,  
\* $p<0,10$ , \*\* $p<0,05$ , \*\*\* $p<0,01$

#### 8.4.4.3. Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi İle İlgili Analizler

Ev sahibi ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesine olan etkilerini araştırmak için kurulan ve araştırmanın üçüncü hipotezi “ $H_3$ : Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir” şeklinde olup, çoklu regresyon analizi ile test edilmiştir. Regresyon analizinde ev sahibi ülke faktörlerinin alt boyutları bağımsız değişken, uluslararasılaşma derecesi ise bağımlı değişken olarak alınmıştır. Tablo 8.33’de yer alan düzeltilmiş  $R^2$  değeri 0,073 olup, ev sahibi ülke faktörleri alt boyutları ile birlikte uluslararasılaşma derecesini % 7,3 oranında açıklamaktadır. Regresyon analizi sonucunda ev sahibi ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü kısmi bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $F=4,963$ ;  $p<0,01$ ).

Tablo 8.33 “ $H_3$ ” hipotezinin alt hipotezleri açısından incelendiğinde;

- “ $H_{3,4}$ : Ev sahibi ülkenin politik ve ekonomik istikrarı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir” şeklinde olup, ev sahibi ülkedeki politik ve ekonomik istikrar’ın, uluslararasılaşma derecesi üzerinde anlamlı bir etkisi belirlenmemiştir ( $\beta=0,120$ ;  $p>0,10$ ). Bundan dolayı “ $H_{3,4}$ ” hipotezi reddedilmiştir.
- “ $H_{3,5}$ : Ev sahibi ülkenin ölçek ekonomisi imkânı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir” şeklinde olup, ev sahibi ülkenin ölçek ekonomisi imkânına sahip olmasının, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $\beta=0,229$ ;  $p<0,05$ ). Bundan dolayı “ $H_{3,5}$ ” hipotezi kabul edilmiştir.

Diğer taraftan “H3” ana hipotezinin diğer alt hipotezleri olan; “H<sub>3.1</sub>: Ev sahibi ülkenin pazar talebi büyüme oranı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir”, “H<sub>3.2</sub>: Ev sahibi ülkenin düşük yatırım riski, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir”, “H<sub>3.3</sub>: Ev sahibi ülkenin yabancı işletmelere karşı iyi davranışları, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir”, “H<sub>3.6</sub>: Ev sahibi ülkenin potansiyel pazara yakınlığı, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir”, “H<sub>3.7</sub>: Ev sahibi ülkenin tarife ve ticaret engellerinin azaltılması, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir”, “H<sub>3.8</sub>: Ev sahibi ülkenin yasal düzenlemeleri, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir”, “H<sub>3.9</sub>: Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları teşvik etmesi, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir”, “H<sub>3.10</sub>: Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları millileştirmesi riski, uluslararasılaşma derecesini negatif etkilemektedir” hipotezleri uluslararasılaşma derecesi ile herhangi bir korelasyona sahip olmadıklarından dolayı regresyon analizine alınmadan reddedilmiştir.

Regresyon modeli sadece “ölçek ekonomisi” boyutu açısından desteklenmektedir. Bu yüzden araştırmanın üçüncü hipotezi olan “H3” hipotezi kısmen kabul edilmiştir (Tablo 8.33).

**Tablo 8.33.** Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	$\beta$	<i>T</i>	<i>p</i>	$R^2$	<i>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></i>	<i>F</i>
<b>Ev sahibi Ülke Faktörleri</b>		1,112	,009	,091	,073	4,963***
Politik ve ekonomik istikrar	,120	1,152	,252			
Ölçek ekonomisi	,229**	2,168	,033			

Bağımlı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi,  
\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

#### 8.4.4.4. Ana Ülke Faktörleri ve İşletme Performansına İlişkin Analizler

Ana ülke faktörlerinin işletme performansı üzerindeki etkilerini araştırmak üzere “H4: Ana ülke faktörleri işletme performansını pozitif etkilemektedir” hipotezi oluşturulmuştur. Ana ülke faktörlerinin, işletme performansı üzerine etkisi iki şekilde araştırılmıştır. Birincisi “H4a” hipotezimiz olan ve ana ülke faktörlerinin subjektif işletme performansı üzerindeki etkilerini araştıran analiz (Tablo 8.34). İkinci ise “H4b” hipotezi olan ana ülke faktörlerinin objektif işletme performansı (ROE, ROS, ROA, KAR, Satışlar, İhracat Satışları) üzerindeki etkisini araştıran diğer analizlerdir (Tablo 8.35).

Ana ülke faktörlerinin işletme performansı üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla kurulan ve araştırmanın dördüncü hipotezi olan “H4a: Ana ülke faktörleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” şeklinde olup, çoklu regresyon analizi ile test edilmiştir. Analizde bağımlı değişken olarak alınan subjektif işletme performansı faktörlerinin ortalamaları alınarak tek bir faktör olarak kullanılmıştır. Tablo 8.34’da regresyon analizinde ana ülke faktörlerinin bazı alt boyutları bağımsız değişken, işletme performansı ise bağımlı değişken olarak analize alınmıştır. Düzeltilmiş R<sup>2</sup> değeri 0,024 yani ana ülke faktörlerinin alt boyutlarından rekabet yoğunluğu işletme performansını % 2,4 oranında açıklamaktadır.



Regresyon analizi sonucunda ana ülke faktörlerinin subjektif işletme performansı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde kısmi bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir (F= 3,480; p<0,10).

Tablo 8.34 “H4a” hipotezinin alt hipotezleri açısından incelendiğinde;

- “*H<sub>4a.2</sub>: Ana ülkenin rekabet yoğunluğu, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” şeklinde olup, ana ülkedeki rekabet yoğunluğunun, işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi belirlenmiştir ( $\beta=0,182$ ; p<0,10). Bundan dolayı “H<sub>4a.2</sub>” hipotezi kabul edilmiştir.

Diğer taraftan ana ülke faktörlerinin diğer alt hipotezleri olan; “*H<sub>4a.1</sub>: Ana ülkenin politika ve yasaları, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>4a.3</sub>: Ana ülkenin ekonomik istikrarı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>4a.4</sub>: Ana ülkenin yabancı pazar bilgisi sunması, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>4a.5</sub>: Ana ülkenin yatırım fırsatları hakkında bilgi vermesi, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>4a.6</sub>: Ana ülkenin diğer ülkelerle çifte vergi anlaşmalarının olması, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>4a.7</sub>: Ana ülkenin finansal yardım sunması, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>4a.8</sub>: Ana ülkenin yatırım koruma anlaşması olması, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>4a.9</sub>: Ana ülkenin ulusal bankaları deniz aşırı şube açma konusunda desteklemesi, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>4a.10</sub>: Ana ülkenin bürokrasisi, subjektif işletme performansını negatif etkilemektedir*”, “*H<sub>4a.11</sub>: Ana ülkenin sağladığı teşvikler, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezleri subjektif işletme performansı ile herhangi bir korelasyona sahip olmadıklarından dolayı bu hipotezler regresyon modeline dahil edilmeden reddedilmiştir.

Regresyon modeli sadece rekabet yoğunluğu boyutu açısından desteklenmektedir. Bu yüzden araştırmanın dördüncü hipotezlerinden olan “*H4a: Ana ülke faktörleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” kısmen kabul edilmiştir (Tablo 8.34)

**Tablo 8.34.** Ana Ülke Faktörleri ve Subjektif İşletme Performansı Tekli Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişken</i>	$\beta$	<i>T</i>	<i>p</i>	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	<i>F</i>
Rekabet yoğunluğu	,182*	1,865	,065	,033	,024	3,480*

Bağımlı değişken: Subjektif işletme performansı, \*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

Ana ülke faktörlerinin subjektif işletme performansı üzerindeki etkisi araştırıldıktan sonra objektif işletme performansı (ROE, ROS, ROA, KAR, Satışlar ve İhracat Satışları) üzerindeki etkisini de araştırmak amacıyla “*H4b: Ana ülke faktörleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” şeklinde olup Tablo 8.35 ve Tablo 8.36’da görüldüğü üzere regresyon analizine tabi tutulmuştur. Regresyon analizinde, korelasyon analizi sonucu aralarında korelasyon belirlenen değişkenler tekli basit doğrusal regresyon ve çoklu regresyon analizleri ile araştırılmıştır.

Tekli regresyon analizi sonucunda ana ülke faktörlerinin alt boyutlarının objektif işletme performansı üzerindeki etkileri şu şekildedir; politika ve yasaların, kar üzerinde pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı ( $\beta=0,264$ ;  $p<0,01$ ) bir etkisinin olduğu ( $F=7,355$ ); ekonomik ortamın, ROE üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ( $\beta=,184$ ;  $p<0,10$ ) bir etkisinin olduğu ( $F=3,524$ ) belirlenmiştir. Diğer taraftan ana ülke faktörlerinin bazı alt boyutlarının objektif işletme performansı göstergeleri üzerinde beklenenin aksine etkileri şu şekildedir; finansal yardım sunulmasının, ROS üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ( $\beta=-,225$ ;  $p<0,05$ ) bir etkisinin olduğu ( $F=5,337$ ) ve ROA üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ( $\beta=-0,198$ ;  $p<0,05$ ) bir etkisinin olduğu ( $F=4,089$ ) belirlenmiştir.

**Tablo 8.35.** Ana Ülke Faktörleri ve Objektif İşletme Performansları (Kar, ROE, ROS ve ROA) Tekli Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	$\beta$	<i>T</i>	<i>p</i>	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	<i>F</i>
<b>Ana Ülke Faktörleri</b>						
Politika ve yasalar Bağımlı değişken: Kar	,264***	2,712	,008	,070	,060	7,355***
Ekonomik ortam Bağımlı değişken: ROE	,184*	1,877	,063	,034	,024	3,524*
Finansal yardım sunulması Bağımlı değişken: ROS	-,225**	-2,310	,023	,051	,041	5,337**
Finansal yardım sunulması Bağımlı değişken: ROA	-,198**	-2,022	,046	,039	,030	4,089**

\* $p<0,10$ , \*\* $p<0,05$ , \*\*\* $p<0,01$

Çoklu regresyon analizi sonucunda ise ana ülke faktörlerinin objektif işletme performansı göstergelerinden olan satışlar üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı etkileri belirlenmiştir ( $F=5,827$ ;  $p<0,01$ ).

Ana ülke faktörlerinin satışları negatif de olsa en çok etkileyen boyutlarının yabancı pazar bilgisi sunulması ( $\beta=-,192$ ;  $p<0,05$ ) ve finansal yardım sunulması ( $\beta=-,256$ ;  $p<0,01$ ) olduğu belirlenmiştir (Tablo 8.36).

**Tablo 8.36.** Ana Ülke Faktörleri ve Objektif İşletme Performansı (Satışlar) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	$\beta$	<i>T</i>	<i>p</i>	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	<i>F</i>
<b>Ana Ülke Faktörleri</b>		23,040	,004	,106	,088	5,827***
Yabancı pazar bilgisi sunulması	-,192**	-2,004	,048			
Finansal yardım sunulması	-,256***	-2,673	,009			

Bağımlı değişken: Satışlar

\* $p<0,10$ , \*\* $p<0,05$ , \*\*\* $p<0,01$

Regresyon modelleri sadece “politika ve yasalar” ve “ekonomik ortam” boyutları ve objektif işletme performansı göstergelerinden kar ve ROE açısından desteklenmektedir. Bu yüzden “*H4b: Ana ülke faktörleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi reddedilmiştir.

Buna göre “H4a: Ana ülke faktörleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” kısmen kabul edilmesinden ve “H4b: Ana ülke faktörleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” hipotezlerinin reddedilmiş olmasından dolayı bunlara bağlı olarak “H4: Ana ülke faktörleri, işletme performansını pozitif etkilemektedir” ana hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

#### 8.4.4.5. Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve İşletme Performansına İlişkin Analizler

Ev sahibi ülke faktörlerinin işletme performansı üzerindeki etkilerini araştırmak üzere “H5: Ev sahibi ülke faktörleri işletme performansını pozitif etkilemektedir” hipotezi oluşturulmuştur. Ev sahibi ülke faktörlerinin, işletme performansı üzerine etkisi iki şekilde araştırılmıştır. Birincisi “H5a” hipotezi olan ve ev sahibi ülke faktörlerinin, subjektif işletme performansı üzerindeki etkilerini araştıran analiz (Tablo 8.37). İkinci ise “H5b” hipotezi olan ve ev sahibi ülke faktörlerinin, objektif işletme performansı (ROE, ROS, ROA, KAR, Satışlar, İhracat Satışları) üzerindeki etkisini araştıran diğer analizlerdir (Tablo 8.38, 8.39, 8.40).

Ev sahibi ülke faktörlerinin, işletme performansı üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla kurulan ve araştırmanın beşinci hipotezi olan “H5a: Ev sahibi ülke faktörleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” şeklinde olup, çoklu regresyon analizi ile test edilmiştir. Analizde bağımsız değişken olarak ev sahibi ülke faktörlerinin bazı alt boyutları bağımlı değişken olarak alınan subjektif işletme performansı faktörlerinin ortalamaları alınarak tek bir faktör olarak kullanılmıştır.

Regresyon analizinde düzeltilmiş  $R^2$  değeri 0,109 başka bir deyişle, ev sahibi ülke faktörleri, subjektif işletme performansını % 10,9 oranında açıklamaktadır. Ev sahibi ülke faktörlerinin subjektif işletme performansını pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde bazı alt boyutlar açısından etkilediği belirlenmiştir ( $F=5,127$ ;  $p<0,01$ ).

Tablo 8.37. “H5a” hipotezinin alt hipotezleri açısından incelendiğinde;

- “H<sub>5a.1</sub>: Ev sahibi ülkenin pazar talebi büyüme oranı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” şeklinde olup, ev sahibi ülkedeki pazar talebi büyüme oranının, işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $\beta=0,200$ ;  $p<0,10$ ). Bu nedenle “H<sub>5a.1</sub>” hipotezi kabul edilmiştir.
- “H<sub>5a.4</sub>: Ev sahibi ülkenin politik ve ekonomik istikrarı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” şeklinde olup, ev sahibi ülkedeki politik ve ekonomik istikrarın, işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisi belirlenmemiştir ( $\beta= 0,044$ ;  $p>0,10$ ). Bu nedenle “H<sub>5a.4</sub>” hipotezi reddedilmiştir.
- “H<sub>5a.5</sub>: Ev sahibi ülkenin ölçek ekonomisi imkânı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” şeklinde olup, ev sahibi ülkedeki ölçek ekonomisi imkânının, işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $\beta= 0,257$ ;  $p<0,05$ ). Bundan dolayı “H<sub>5a.5</sub>” hipotezi kabul edilmiştir.

Diğer taraftan ev sahibi ülke faktörlerinin diğer alt hipotezleri olan; “H<sub>5a.2</sub>: Ev sahibi ülkenin düşük yatırım riski, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir”, “H<sub>5a.3</sub>: Ev sahibi ülkenin yabancı işletmelere karşı iyi davranışları,

sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir”, “ $H_{5a.6}$ : Ev sahibi ülkenin potansiyel pazara yakınlığı, sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir”, “ $H_{5a.7}$ : Ev sahibi ülkenin tarife ve ticaret engellerini azaltması, sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir”, “ $H_{5a.8}$ : Ev sahibi ülkenin yasal düzenlemeleri, sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir”, “ $H_{5a.9}$ : Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları teşvik etmesi, sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir”, “ $H_{5a.10}$ : Ev sahibi ülkenin direkt yabancı yatırımları millileştirmesi riski, sübjektif işletme performansını negatif etkilemektedir” hipotezleri sübjektif işletme performansı ile herhangi bir korelasyona sahip olmadıklarından dolayı bu hipotezler regresyon analizine dahil edilmeden reddedilmiştir.

Regresyon analizi sonucunda ev sahibi ülke faktörlerinin pazar talebi ve/veya büyümesi oranı ile politik ve ekonomik istikrar alt boyutları açısından sübjektif işletme performansını pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkiledikleri belirlenmiştir ( $F=5,127$ ;  $p<0,01$ ). Bundan dolayı araştırmanın beşinci hipotezi olan “ $H5a$ : Ev sahibi ülke faktörleri, sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” hipotezi kısmen kabul edilmiştir (Tablo 8.37).

**Tablo 8.37.** Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Sübjektif İşletme Performansı Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	$F$
<b>Ev sahibi Ülke Faktörleri</b>		1,948	,002	,136	,109	5,127***
Pazar talebi ve/veya büyümesi oranı	,200*	2,130	,052			
Politik ve ekonomik istikrar	,044	,341	,696			
Ölçek ekonomisi	,257**	,256	,015			

Bağımlı değişken: Sübjektif işletme performansı

\* $p<0,10$ , \*\* $p<0,05$ , \*\*\* $p<0,01$

Ev sahibi ülke faktörlerinin, sübjektif işletme performansı üzerine etkisi araştırıldıktan sonra objektif işletme performansı (ROE, ROS, ROA, KAR, Satışlar ve İhracat satışları) üzerindeki etkisini de araştırmak amacıyla oluşturulan “ $H5b$ : Ev sahibi ülke faktörleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” şeklinde olup Tablo 8.38, Tablo 8.39 ve Tablo 8.40’da görüldüğü üzere çoklu doğrusal regresyon analizine tabi tutulmuştur.

Regresyon analizi sonucunda ev sahibi ülke faktörlerinin alt boyutlarından biri olan pazar talebi ve/veya büyümesi oranının, objektif işletme performansı göstergelerinden olan ROA üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ( $\beta=-0,214$ ;  $p<0,05$ ) bir etkisi olduğu belirlenmiştir ( $F=4,871$ ); ev sahibi ülkedeki direkt yabancı yatırımların millileştirilme riskinin satışlar üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ( $\beta=-0,248$ ;  $p<0,05$ ) bir etkisinin olduğu belirlenmiştir ( $F=6,571$ ) (Tablo 8.38).

**Tablo 8.38.** Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Objektif İşletme Performansı (ROA, Satışlar) Tekli Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	$\beta$	<i>T</i>	<i>p</i>	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	<i>F</i>
<b>Ev sahibi Ülke Faktörleri</b>						
Pazar talebi ve/veya büyümesi oranı	-,214**	-2,207	,030	,046	,037	4,871**
Bağımlı değişken: ROA						
Direkt yabancı yatırımların millileştirme riski	-,248**	-2,563	,012	,062	,052	6,571**
Bağımlı değişken: Satışlar						

\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

Ev sahibi ülke faktörlerinin bazı alt boyutlarının objektif işletme performansı üzerindeki etkilerini araştırmak üzere çoklu regresyon analizi yapılmıştır (Tablo 8.39 ve Tablo 8.40). Buna göre ev sahibi ülke faktörlerinin ROS üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir (F=3,532; p<0,05). Ev sahibi ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan pazar talebi ve/veya büyümesi oranının negatifte olsa ROS'u tek etkileyen boyutu olduğu belirlenmiştir ( $\beta=-0,197$ ; p<0,10) belirlenmiştir (Tablo 8.39).

**Tablo 8.39.** Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Objektif İşletme Performansı (ROS) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	$\beta$	<i>T</i>	<i>p</i>	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	<i>F</i>
<b>Ev sahibi Ülke Faktörleri</b>		4,129	,033	,067	,048	3,532**
Pazar talebi ve/veya büyümesi oranı	-,197*	-1,947	,054			
Düşük yatırım riski	-,126	-1,248	,215			

Bağımlı değişken: ROS

\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

Ev sahibi ülke faktörlerinin ihracat satışları üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir (F=5,502; p<0,01). Ev sahibi ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan ölçek ekonomisi imkânının ihracat satışları üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olan tek boyut olduğu belirlenmiştir ( $\beta=0,256$ ; p<0,01). Diğer taraftan ev sahibi ülkedeki yasal düzenlemelerin beklenenin aksine ihracat satışları üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu ( $\beta=-0,277$ ; p<0,01) belirlenmiştir (Tablo 8.40).

**Tablo 8.40.** Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Objektif İşletme Performansı (İhracat Satışları) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	$\beta$	<i>T</i>	<i>p</i>	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	<i>F</i>
<b>Ev sahibi Ülke Faktörleri</b>		14,160	,005	,101	,083	5,502***
Ölçek ekonomisi imkânı	,256**	2,555	,012			
Yasal düzenlemeler	-,277***	-2,770	,007			

Bağımlı değişken: İhracat satışları, \*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

Regresyon modelleri, ev sahibi ülkenin “ölçek ekonomisi imkânı”, “ihracat satışları” ve “direkt yabancı yatırımların millileştirilme riski” açısından desteklenmektedir. Diğer ev sahibi ülke faktörlerinin (Pazar talebi ve/veya büyümesi oranı ve yasal düzenlemeler) ise objektif işletme performansı göstergeleri üzerinde negatif etkilerinin olduğu belirlenmiştir. Bu yüzden “*H5b: Ev sahibi ülke faktörleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi reddedilmiştir.

Buna göre “*H5a: Ev sahibi ülke faktörleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezinin kısmen kabul ve “*H5b: Ev sahibi ülke faktörleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezinin reddedilmesinden dolayı bunlara bağlı olarak ta “*H5: Ev sahibi ülke faktörleri, işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

#### 8.4.4.6. Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansına İlişkin Analizler

Uluslararasılaşma derecesinin işletme performansı üzerindeki etkilerini araştırmak için oluşturulan “*H6: Uluslararasılaşma derecesi işletme performansını pozitif etkilemektedir*” şeklindedir. Uluslararasılaşma derecesinin, işletme performansı üzerindeki etkisi iki şekilde araştırılmıştır. İlki “*H6a*” hipotezi olan ve uluslararasılaşma derecesinin, subjektif işletme performansı üzerindeki etkilerini araştıran analiz (Tablo 8.41). İkinci ise “*H6a*” olan ve uluslararasılaşma derecesinin objektif işletme performans değişkenleri (ROE, ROS, ROA, KAR, Satışlar, İhracat Satışları) üzerindeki etkisini araştıran diğer analizlerdir (Tablo 8.42).

Regresyon analizinde uluslararasılaşma derecesi bağımsız değişken, subjektif işletme performansı ise bağımlı değişken olarak alınmıştır. Analizde bağımlı değişken olarak alınan subjektif işletme performansı faktörlerinin ortalamaları alınarak tek bir faktör olarak kullanılmıştır. Tablo 8.41 incelendiğinde, uluslararasılaşma derecesinin, subjektif işletme performansını pozitif yönde ve istatistiksel açıdan anlamlı ( $\beta=0,330$ ;  $p<0,01$ ) bir şekilde etkilediği belirlenmiştir ( $F=12,324$ ). Tablo 8.41’de yer alan düzeltilmiş  $R^2$  değeri 0,100 olup buna göre uluslararasılaşma derecesi, işletme performansını % 10 oranında açıklamaktadır. Bu yüzden araştırmanın altıncı hipotezlerinden olan “*H6a: Uluslararasılaşma derecesi, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 8.41.** Uluslararasılaşma Derecesi ve Subjektif İşletme Performansı Regresyon Analizi Sonucu

<i>Bağımsız Değişken</i>	$\beta$	<i>T</i>	<i>p</i>	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	<i>F</i>
Uluslararasılaşma Derecesi	,330***	3,510	,001	,109	,100	12,324***

Bağımlı değişken: Subjektif işletme performansı, \* $p<0,10$ , \*\* $p<0,05$ , \*\*\* $p<0,01$

Uluslararasılaşma derecesinin, objektif işletme performansı göstergelerinden olan ihracat satışları üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ( $\beta=0,224$ ;  $p<0,05$ ) bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $F=5,342$ ). Buna göre regresyon modeli objektif işletme performansı göstergelerinden olan ihracat satışları açısından desteklenmektedir (Tablo 8.42). Bu yüzden “*H6b: Uluslararasılaşma derecesi, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

**Tablo 8.42.** Uluslararasılaşma Derecesi ve Objektif İşletme Performansı (İhracat Satışları) Tekli Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişken</i>	$\beta$	<i>T</i>	<i>p</i>	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	<i>F</i>
Uluslararasılaşma Derecesi	,224***	2,311	,023	,050	,041	5,342**

Bağımlı değişken: İhracat Satışları, \*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

Buna göre “H6a: Uluslararasılaşma derecesi, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” hipotezinin kabul edilmesinden ve “H6b: Uluslararasılaşma derecesi, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” hipotezinin kısmen kabul edilmesinden dolayı bunlara bağlı olarak ta ”H6: Uluslararasılaşma derecesi, işletme performansını pozitif etkilemektedir” hipotezi de kabul edilmiştir.

#### 8.4.4.7. İşletme Karakteristikleri ve İşletme Performansına İlişkin Analizler

İşletme karakteristiklerinin, işletme performansı üzerindeki etkilerini araştırmak amacıyla kurulan ve çalışmanın yedinci hipotezi olan “H7: İşletme karakteristikleri işletme performansını pozitif etkilemektedir” şeklindedir. Araştırmada işletme performansı subjektif ve objektif olmak üzere iki şekilde araştırılmıştır.

Araştırmanın yedinci hipotezlerinden ilki “H7a: İşletme karakteristikleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” şeklinde olup, çoklu regresyon analizi ile test edilmiştir. Analizde işletme karakteristikleri, bağımsız değişken, subjektif işletme performansı ise bağımlı değişken olarak alınmıştır. Analizde bağımlı değişken olarak alınan subjektif işletme performansı faktörlerinin ortalamaları alınarak tek bir faktör olarak kullanılmıştır.

Tablo 8.43 incelendiğinde işletme karakteristiklerinin subjektif işletme performansını pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilediği belirlenmiştir (F=5,652; p<0,01). Buna göre İşletme karakteristikleri, düzeltilmiş  $R^2$  değeri 0,168 olarak belirlenmiştir bir başka ifadeyle işletme karakteristikleri, subjektif işletme performansını % 16,8 oranında açıklamaktadır.

Tablo 8.43 “H7a” hipotezinin alt hipotezleri açısından incelendiğinde;

- “H7a.1: İşletme büyüklüğü, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” şeklinde olup, işletmelerin büyüklüklerinin, subjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $\beta=0,150$ ; p>0,10). Bundan dolayı “H7a.1” hipotezi reddedilmiştir.
- “H7a.6: İşletmenin yararlandığı teşviklerin sayısı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” şeklinde olup, işletmelerin yararlandığı teşviklerin sayısının, subjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $\beta=0,126$ ; p>0,10). Bu yüzden “H7a.6” hipotezi reddedilmiştir.
- “H7a.10: İşletmenin reklam harcamalarının yoğunluğu, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” şeklinde olup, işletmelerin reklam harcamalarının yoğunluğunun, subjektif işletme performansı üzerinde anlamlı bir etkisi belirlenmemiştir ( $\beta=0,171$ ; p<0,10). Bu yüzden “H7a.10” hipotezi kabul edilmiştir.

- “*H<sub>7a.12</sub>:İşletmenin tescilli patent sahipliği, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” şeklinde olup, işletmelerin tescilli patent sahipliğinin subjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $\beta=0,339$ ;  $p<0,01$ ). Bundan dolayı “*H<sub>7a.12</sub>*” hipotezi kabul edilmiştir.

Diğer taraftan işletme karakteristiklerinin diğer alt hipotezleri olan; “*H<sub>7a.2</sub>:İşletmenin dış ticaret departmanı çalışan sayısı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>7a.3</sub>: İşletmenin yaşı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>7a.4</sub>: İşletmenin sahip olduğu kalite sertifikalarının sayısı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>7a.5</sub>: İşletmenin sahip olduğu uluslararası deneyim, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>7a.7</sub>: İşletmenin Ar-Ge yatırımlarının yoğunluğu, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>7a.8</sub>:İşletmenin yeni tesis ve ekipman yatırımlarının yoğunluğu, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>7a.9</sub>:İşletmenin uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımı, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>7a.11</sub>:İşletmenin uluslararası yönelimi, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>7a.13</sub>:İşletmenin ulusal ve uluslararası marka sahipliği, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, “*H<sub>7a.14</sub>:İşletmenin ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezleri subjektif işletme performansı ile bir korelasyon ilişkisine sahip olmamasından dolayı bu hipotezler regresyon analizine alınmadan reddedilmiştir.

İşletme karakteristiklerinin alt boyutlarının sadece reklam harcamalarının yoğunluğu ve tescilli patent sahipliği boyutu açısından subjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $F=5,652$ ;  $p<0,01$ ). Regresyon modeline dahil edilen diğer alt boyutların ise subjektif işletme performansını negatif ya da istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemediği belirlenmiştir.

Buna göre regresyon modeli sadece reklam harcamalarının yoğunluğu ve tescilli patent sahipliği açısından desteklenmektedir. Bu yüzden “*H<sub>7a</sub>: İşletme karakteristikleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi kısmen kabul edilmiştir (Tablo 8.43).

**Tablo 8.43.** İşletme Karakteristikleri ve Subjektif İşletme Performansı Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	$\beta$	<i>T</i>	<i>p</i>	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	<i>F</i>
<b>İşletme karakteristikleri</b>		4,936	,000	,204	,168	5,652***
İşletme büyüklüğü	,150	1,570	,120			
Ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısı	,126	1,304	,196			
Reklam harcamalarının yoğunluğu	,171*	1,796	,076			
Tescilli patent sahipliği	,339***	3,525	,001			

Bağımlı değişken: Subjektif İşletme Performansı, \* $p<0,10$ , \*\* $p<0,05$ , \*\*\* $p<0,01$



İşletme karakteristiklerinin, objektif işletme performansları (ROE, ROS, ROA, KAR, Satışlar, İhracat Satışları) üzerinde etkisini araştırmak için oluşturulan ve araştırmanın yedinci hipotezlerinden olan “H7b: İşletme karakteristikleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” hipotezi şeklindedir. İşletme karakteristiklerinin objektif işletme performansı üzerindeki etkisini araştırmak için korelasyon analizi sonuçları baz alınarak tekli ve çoklu regresyon analizleri yapılmıştır.

Tablo 8.44 İşletme karakteristiklerinin ROE üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi belirlenmiştir (F=11,158; p<0,01). İşletme karakteristiklerinin alt boyutlarından Tescilli patent sahipliği ROE üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip tek boyut olduğu belirlenmiştir ( $\beta=0,317$ ; p<0,01).

Diğer taraftan işletme karakteristiklerinin diğer alt boyutları ve diğer objektif işletme performansı göstergeleri arasında herhangi bir korelasyon ilişkisine rastlanamamasından dolayı regresyon analizine tabi tutulmamıştır.

**Tablo 8.44.** İşletme Karakteristikleri ve Objektif İşletme Performansı (ROE) Tekli Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişken</i> <i>İşletme Karakteristikleri</i>	<i>B</i>	<i>T</i>	<i>p</i>	<i>R<sup>2</sup></i>	<i>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></i>	<i>F</i>
Tescilli patent sahipliği	,317***	3,340	,001	,100	,091	11,158***

Bağımlı değişken: ROE  
\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

Tablo 8.45 İşletme karakteristiklerinin ROS üzerindeki etkileri açısından incelendiğinde; işletme karakteristiklerinin ROS üzerinde istatistiksel olarak anlamlı olabilecek herhangi bir etkisine rastlanmamıştır (F=1,563; p>0,10).

**Tablo 8.45.** İşletme Karakteristikleri ve Objektif İşletme Performansı (ROS) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	<i><math>\beta</math></i>	<i>T</i>	<i>p</i>	<i>R<sup>2</sup></i>	<i>Düzeltilmiş R<sup>2</sup></i>	<i>F</i>
<i>İşletme Karakteristikleri</i>		12,239	,156	,104	,038	1,563
İşletme büyüklüğü	,103	,976	,332			
Dış ticaret departmanı çalışan sayısı	,169	1,567	,121			
İşletme yaşı	,059	,474	,636			
Uluslararası deneyim	-,190	-1,598	,113			
Ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısı	,110	1,106	,272			
Uluslararası yönelim	,137	1,288	,201			
Ulusal ve uluslararası marka sahipliği	-,032	-,306	,760			

Bağımlı değişken: ROS  
\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

Tablo 8.46 İşletme karakteristiklerinin kar üzerindeki etkileri açısından incelendiğinde; işletme karakteristiklerinin kar üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir ( $F=4,354$ ;  $p<0,01$ ). İşletme karakteristiklerinin alt boyutlarından olan işletme büyüklüğü kar üzerinde pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olan tek işletme karakteristiği olmuştur ( $\beta=,240$ ;  $p<0,05$ ).

**Tablo 8.46.** İşletme Karakteristikleri ve Objektif İşletme Performansı (Kar) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	Düzeltilmiş $R^2$	$F$
<i>İşletme Karakteristikleri</i>		,799	,003	,155	,119	4,354***
İşletme büyüklüğü	,240**	2,446	,016			
İşletme yaşı	,142	1,198	,234			
Uluslararası deneyim	,082	,722	,472			
Ulusal ve uluslararası marka sahipliği	,126	1,294	,199			

Bağımlı değişken: Kar

\* $p<0,10$ , \*\* $p<0,05$ , \*\*\* $p<0,01$

Tablo 8.47 İşletme karakteristiklerinin satışlar üzerindeki etkileri açısından incelendiğinde; işletme karakteristiklerinin satışlar üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir ( $F=9,254$ ;  $p<0,01$ ). Ancak işletme karakteristiklerinden ulusal ve uluslararası marka sahipliğinin satışlar üzerinde beklenenin aksine negatif yönde v istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olan tek işletme karakteristiği olduğu belirlenmiştir ( $\beta=-,248$ ;  $p<0,01$ ).

**Tablo 8.47.** İşletme Karakteristikleri ve Objektif İşletme Performansı (Satışlar) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	Düzeltilmiş $R^2$	$F$
<i>İşletme Karakteristikleri</i>		27,639	,000	,325	,290	9,254***
İşletme büyüklüğü	,331***	3,703	,000			
Ulusal ve uluslararası kalite belgelerinin sayısı	,181*	1,954	,054			
Tescilli patent sahipliği	,248***	2,869	,005			
Ulusal ve uluslararası marka sahipliği	-,248***	-2,905	,005			
Ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği	,120	1,321	,189			

Bağımlı değişken: Satışlar

\* $p<0,10$ , \*\* $p<0,05$ , \*\*\* $p<0,01$

Tablo 8.48 İşletme karakteristiklerinin ihracat satışları üzerindeki etkileri açısından incelendiğinde; işletme karakteristiklerinin ihracat satışları üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir ( $F=2,172$ ;  $p<0,10$ ). Ancak ulusal ve uluslararası kalite belgeleri sayısının ihracat satışlarını tek etkileyen boyut olduğu belirlenmiştir ( $\beta=,201$ ;  $p<0,10$ ).

**Tablo 8.48.** İşletme Karakteristikleri ve Objektif İşletme Performansı (İhracat Satışları) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	$F$
<b>İşletme Karakteristikleri</b>		12,197	,064	,102	,055	2,172*
İşletme büyüklüğü	,025	,231	,818			
Dış ticaret departmanı çalışan sayısı	,181	1,500	,137			
Ulusal ve uluslararası kalite belgeleri sayısı	,201*	1,856	,067			
Uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı	,056	,485	,629			
Uluslararası yönelim	,049	,439	,662			

Bağımlı değişken: İhracat Satışları, \* $p<0,10$ , \*\* $p<0,05$ , \*\*\* $p<0,01$

Tablo 8.49 İşletme karakteristiklerinin ROA üzerindeki etkileri açısından incelendiğinde; İşletme karakteristiklerinin ROA üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir ( $F=4,072$ ;  $p<0,01$ ). Ulusal ve uluslararası marka sahipliği ( $\beta=,167$ ;  $p<0,10$ ) ve tescilli patent sahipliğinin ( $\beta=,211$ ;  $p<0,05$ ) ROA üzerinde pozitif etkiye sahip olan işletme karakteristikleri boyutları oldukları belirlenmiştir.

**Tablo 8.49.** İşletme Karakteristikleri ve Objektif İşletme Performansı (ROA) Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	$F$
<b>İşletme Karakteristikleri</b>		,545	,009	,111	,084	4,072***
Uluslararası deneyim	,128	1,324	,189			
Tescilli patent sahipliği	,211**	2,184	,031			
Ulusal ve uluslararası marka sahipliği	,167*	1,731	,087			

Bağımlı değişken: ROA, \* $p<0,10$ , \*\* $p<0,05$ , \*\*\* $p<0,01$

Regresyon modelleri tablolarda görüldüğü üzere işletme karakteristiklerinin bazı alt boyutları ve bazı objektif işletme performansı göstergeleri açısından desteklenmektedir. Bu yüzden “*H7b: İşletme karakteristikleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Buna göre “*H7a: İşletme karakteristikleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” ve “*H7b: İşletme karakteristikleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezlerinin kısmen kabul edilmesinden dolayı buna bağlı olarak ta “*H7: İşletme karakteristikleri, işletme performansını pozitif etkilemektedir*” ana hipotezi de kısmen kabul edilmiştir.

#### 8.4.5. ANOVA (Varyans) ve t-Testi Analizleri

Anova analizi iki ya da daha fazla ortalama arasında fark olup olmadığı ile ilgili hipotezi test etmek için kullanılır (Kalaycı, 2010: 137). Tek Yönlü ANOVA analizi, en basit varyans analizidir. İki tane değişken vardır, bunlardan birisi kategorik özellik gösteren bağımsız değişkendir ve diğeri de metrik özellik gösteren bağımlı değişkendir. Bağımsız değişken içerisinde iki veya daha fazla grup olabilir. Tek Yönlü ANOVA analizi, bu gruplara göre, bağımlı değişkenlerdeki ortalamalar arasında fark olup olmadığını test eder (Kalaycı, 2010: 132).

Tek Yönlü ANOVA analizi sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık ortaya çıktığında bu kez de Post Hoc testi yapılır. Post Hoc testi, varyans analizi sonucunda eğer gruplar arasında bir fark bulunmuşsa, farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığını görebilmemiz için oldukça önemlidir. ANOVA tablosu analizi, grupların ortalamaları arasında bir fark olup olmadığını genel olarak söylemektedir. Üç grup da olsa, on grup da olsa, bütün grup ortalamalarının birbirine eşit olup olmadığını test eder. Sadece iki grup arasında farklılık olsa ve diğerleri arasında fark olmasa, ANOVA analizi “gruplar arasında farklılık vardır” sonucunu bize verecektir. Fakat farklılığın nereden kaynaklandığını, hangi gruplar arasında olduğunun sonuçlarını ancak Post Hoc testleri ile öğrenilebilir. Post Hoc testinde bir çok seçenek bulunmaktadır. Bunlar içerisinde yaygın olarak kullanılanları Tukey ve Bonferroni testleridir. Bunlardan birini seçmek analizlerde yeterli olmaktadır (Kalaycı, 2010: 135). Genellikle çalışmalarda, Tukey testi kullanılmaktadır. Bu çalışmada da Tek Yönlü Varyans analizi ile birlikte anlamlı farklılığın hangi gruplar arasından kaynaklandığını belirlemek için Tukey testi kullanılmıştır.

t-Testi analizi ise ANOVA analizinden farklı olarak iki örneklem grubu arasında ortalamaların diğer gruptaki ortalamadan önemli bir derecede farklı olup olmadığını belirler. t-Testinde kritik nokta iki'dir. t-Testi her zaman iki farklı ortalamayı ya da değeri karşılaştırır (Kalaycı, 2010: 74).

#### 8.4.6. ANOVA (Varyans) ve t-Testi Analizi Sonuçları

Araştırmada işletmelerin uluslararasılaşma derecelerinin işletmelerin karakteristiklere göre farklılık gösterip göstermediklerini araştırmak amacıyla oluşturulmuş olan hipotez “*H8: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi işletme karakteristiklerine göre farklılık göstermektedir*” şeklinde olup, bu amaçla işletme karakteristikleri tek tek analiz edilmiştir. Ayrıca işletmelerin performanslarının uluslararasılaşma derecesine göre farklılık gösterip göstermediklerini araştırmak amacıyla da “*H9: İşletmelerin performansları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir*” hipotezi test edilmiştir.

Analiz kısmında ikiden fazla gruba sahip olanlar için Tek Yönlü ANOVA (One - Way Anova) testi yapılmıştır. İki gruba sahip olanlar için ise t- Testi (Independent Samples t-Test) yapılmıştır ve bir sonraki bölümde t-testi sonuçlarına yer verilmiştir. Araştırma da ulusal marka, uluslararası marka ve tescilli patent hakkı ile ilgili hipotezler ise iki gruba sahip olmasından dolayı t-testi ile analiz edilmiştir. Analizde sadece korelasyon analizinde bağımsız değişken ve bağımlı değişkenler arasında herhangi bir korelasyona sahip olan hipotezler test edilmiştir.

#### 8.4.6.1. Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Karakteristikleri ANOVA Analizi Sonuçları

Araştırmanın sekizinci hipotezi olan, “*H8: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi işletme karakteristiklerine göre farklılık göstermektedir*” şeklinde olup, analiz için uluslararasılaşma derecesi bağımlı değişken, işletme karakteristikleri ise faktör yani bağımsız değişken olarak tanımlanarak analizler yapılmıştır. İşletme karakteristiklerinin alt boyutlara sahip olmasından dolayı analizler alt boyutları ile tek tek analiz edilerek yorumlanmıştır.

Araştırmanın sekizinci hipotezinin alt hipotezlerinden birincisi olan “*H<sub>8.1</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletme büyüklüklerine göre farklılık göstermektedir*” hipotezinde işletme büyüklüğü ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenememesinden dolayı “*H<sub>8.1</sub>*” hipotezi test edilmeden reddedilmiştir.

Araştırmanın sekizinci hipotezinin alt hipotezlerinden ikinci alt hipotezi olan “*H<sub>8.2</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, dış ticaret departmanı çalışan sayılarına göre farklılık göstermektedir*” hipotezinde dış ticaret departmanı çalışan sayısı ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenememesinden dolayı “*H<sub>8.2</sub>*” hipotezi test edilmeden reddedilmiştir.

Araştırmanın sekizinci hipotezinin alt hipotezlerinden üçüncüsü olan “*H<sub>8.3</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletme yaşına göre farklılık göstermektedir*” hipotezinde işletme yaşı ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenememesinden dolayı “*H<sub>8.3</sub>*” hipotezi test edilmeden reddedilmiştir.

Araştırmanın sekizinci hipotezinin alt hipotezlerinden dördüncüsü olan “*H<sub>8.4</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin kalite belgesi sayılarına göre farklılık göstermektedir*” hipotezinde kalite belgeleri sayısı ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenememesinden dolayı “*H<sub>8.4</sub>*” hipotezi test edilmeden reddedilmiştir.

Araştırmanın sekizinci hipotezinin alt hipotezlerinden beşincisi olan “*H<sub>8.5</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin uluslararası deneyimlerine göre farklılık göstermektedir*” hipotezinde uluslararası deneyim ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenememesinden dolayı “*H<sub>8.5</sub>*” hipotezi test edilmeden reddedilmiştir.

Araştırmanın sekizinci hipotezinin alt hipotezlerinden altıncısı olan “*H<sub>8.6</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin yararlandığı ulusal ve uluslararası teşvik sayılarına göre farklılık göstermektedir*” şeklinde olup hipotezin test edilmesi için, Tek Yönlü ANOVA analizi kullanılmıştır. Analizde, uluslararasılaşma derecesi bağımlı değişken olarak tanımlanmıştır ve işletmelerin ulusal ve uluslararası teşvik sayıları ise faktör yani, bağımsız değişken olarak tanımlanarak analiz yapılmıştır. Yapılan Tek Yönlü ANOVA analizi sonuçları Tablo 8.50’de incelendiğinde, uluslararasılaşma derecesinin, işletmenin yararlandığı ulusal ve uluslararası teşvik sayılarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa sahip olduğu belirlenmiştir (F=3,675; p<0,05). Bu nedenle, araştırmanın sekizinci hipotezinin altıncı alt hipotezi olan “*H<sub>8.6</sub>*” hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 8.50.** İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletmelerin Yararlandığı Ulusal ve Uluslararası Teşvik Sayıları ANOVA Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>		<i>Sayı</i>	<i>Ortala.</i>	<i>Stand. Sapma</i>	<i>Stand. Hata</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Teşvikler (Ulusal ve Uluslararası)	Hiç yararlanmadık	23	1,3919	,40682	,08483	3,675	0,015**
	1 - 5 kez yararlandık	38	1,2207	,34836	,05651		
	6 - 10 kez yararlandık	21	1,4694	,43523	,09498		
	11 kez ve üzeri	21	1,5774	,53021	,11570		
<b>Toplam</b>		<b>103</b>	<b>1,3824</b>	<b>,43719</b>	<b>,04308</b>		

Bağımlı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi, \*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

Farklılığın hangi gruplar arasından kaynaklandığını belirlemek için Tukey testi uygulanmıştır (Tablo 8.51). Tablo 8.51 gruplar arasındaki farklılıklar açısından incelendiğinde;

- Uluslararasılaşma derecesi açısından değerlendirildiğinde; Ulusal ve uluslararası teşviklerden 11 ve daha fazla sayıda yararlananların uluslararasılaşma derecesi ortalamaları; teşviklerden 11'den az yararlananların uluslararasılaşma derecesi ortalamalarından belirgin bir şekilde ve istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde daha yüksektir.
- Ancak sonuçlar incelendiğinde; teşviklerden hiç yararlanmayanların uluslararasılaşma derecelerinin ortalamalarının teşviklerden 1-5 arası yararlananların uluslararasılaşma derecelerinin ortalamalarından yüksek olması gibi bir sonuç ortaya çıkmış olsa da tablonun genel olarak değerlendirilmelidir.

Tablo 8.51 ile ilgili genel bir değerlendirme yapıldığında işletmelerin yararlandığı ulusal ve uluslararası teşvik sayıları genel olarak ne kadar yüksek olursa uluslararasılaşma derecesi de o kadar yüksek olur.

**Tablo 8.51.** İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletmelerin Yararlandığı Ulusal ve Uluslararası Teşvik Sayıları Tukey Testi Sonuçları

<i>Ulusal ve Uluslararası Teşvik sayısı (I)</i>	<i>Ulusal ve Uluslararası Teşvik sayısı (J)</i>	<i>Ortalamaların Farkı (I-J)</i>	<i>p</i>
Hiç teşviklerden yararlanmadık	1 - 5 arası	,17118	,418
	6 - 10 arası	-,07755	,929
	11 ve daha fazla	-,18554	,465
1 - 5 arası	Hiç teşviklerden yararlanmadık	-,17118	,418
	6 - 10 arası	-,24873	,138
	11 ve daha fazla	-,35672**	,013
6 - 10 arası	Hiç teşviklerden yararlanmadık	,07755	,929
	1 - 5 arası	,24873	,138
	11 ve daha fazla	-,10799	,839
11 ve daha fazla	Hiç teşviklerden yararlanmadık	,18554	,465
	1 - 5 arası	,35672**	,013
	6 - 10 arası	,10799	,839

\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

Araştırmanın sekizinci hipotezinin alt hipotezlerinden yedincisi olan “ $H_{8.7}$ : İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin ayırdığı Ar-Ge paylarına göre farklılık göstermektedir” hipotezinde Ar-Ge payları ile uluslararasılaşma derecesi

arasında herhangi bir korelasyon belirlenmemesinden dolayı “H<sub>8.7</sub>” hipotezi test edilmeden reddedilmiştir.

Araştırmanın sekizinci hipotezinin, alt hipotezlerinden, sekizincisi olan “H<sub>8.8</sub>: İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin ayırdığı yeni tesis ekipman payına göre farklılık göstermektedir” şeklinde olup hipotezin test edilmesi için, Tek Yönlü ANOVA analizi kullanılmıştır. Analizde, uluslararasılaşma derecesi bağımlı değişken olarak tanımlanmıştır ve işletmelerin cirolarından ayırdıkları yeni tesis ve ekipman payları ise faktör yani, bağımsız değişken olarak tanımlanarak analiz yapılmıştır. Yapılan Tek Yönlü ANOVA analizi sonuçları Tablo 8.52’de incelendiğinde, uluslararasılaşma derecesinin, işletmelerin cirolarından ayırdığı yeni tesis ekipman paylarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa sahip olduğu belirlenmiştir (F=2,604; p<0,10). Bundan dolayı araştırmanın sekizinci hipotezinin, sekizinci alt hipotezi olan “H<sub>8.8</sub>” hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 8.52.** İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletmelerin Cirolarından Ayırdığı Yeni Tesis Ekipman Payları ANOVA Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	<i>Sayı</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>Standart Hata</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
	0 – 0,05 arası	18	1,3469	,36494		
Yeni tesis	0,06 – 0,10 arası	34	1,3531	,34885		
ekipman	0,11 – 0,20 arası	38	1,3202	,38913	2,604	,056***
payı(%)	0,21 ve üzeri	13	1,6896	,71805		
<b>Toplam</b>	<b>103</b>	<b>1,3824</b>	<b>,43719</b>	<b>,04308</b>		

Bağımlı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi

\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

Gruplar arasındaki farklılığın kaynağını belirlemek için Tukey testi uygulanmıştır (Tablo 8.53). Buna göre cirolarından % 0,21 ve daha fazla oranda yeni tesis ve ekipman payı ayıran işletmelerin uluslararasılaşma derecesi ortalamaları, cirolarından % 0,06 - 0,20 arası yeni tesis ve ekipman payı ayıran işletmelerin uluslararasılaşma derecesi ortalamalarından istatistiksel olarak daha fazladır.

**Tablo 8.53.** İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletmelerin Cirolarından Ayırdığı Yeni Tesis Ekipman Paylarına Göre Tukey Testi Sonuçları

<i>Yeni Tesis Ekipman Payı (%) (I)</i>	<i>Yeni Tesis Ekipman Payı (%) (J)</i>	<i>Farkların Ortalaması (I-J)</i>	<i>p</i>
0 - 0,05 arası	0,06 - 0,10 arası	-,00614	1,000
	0,11 - 0,20 arası	,02672	,996
	0,21 ve üzeri	-,34271	,129
0,06 - 0,10 arası	0 - 0,05 arası	,00614	1,000
	0,11 - 0,20 arası	,03286	,988
	0,21 ve üzeri	-,33657*	,081
0,11 - 0,20 arası	0 - 0,05 arası	-,02672	,996
	0,06 - 0,10 arası	-,03286	,988
	0,21 ve üzeri	-,36943**	,041
0,21 ve üzeri	0 - 0,05 arası	,34271	,129
	0,06 - 0,10 arası	,33657*	,081
	0,11 - 0,20 arası	,36943**	,041

\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

Araştırmanın sekizinci hipotezinin alt hipotezlerinden dokuzuncusu olan “ $H_{8,9}$ : İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin uluslararası operasyonların fiziksel dağılımına göre farklılık göstermektedir” şeklinde olup, hipotezin test edilmesi için Tek Yönlü ANOVA analizi kullanılmıştır. Analizde, uluslararasılaşma derecesi bağımlı değişken olarak, işletmelerin uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımı ise faktör yani, bağımsız değişken olarak tanımlanarak analiz yapılmıştır. Yapılan Tek Yönlü ANOVA analizi sonuçları Tablo 8.54’de incelendiğinde, uluslararasılaşma derecesinin, işletmenin uluslararası faaliyetlerinin fiziksel dağılımına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa sahip olduğu belirlenmiştir ( $F=6,161$ ;  $p<0,01$ ). Bu nedenle, araştırmanın sekizinci hipotezinin, dokuzuncu alt hipotezi olan “ $H_{8,9}$ ” hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 8.54.** İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletmelerin Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımına Göre ANOVA Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	<i>Sayı</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>Standart Hata</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Uluslararası faaliyetlerin fiziksel dağılımı	1 - 20 arası 21 - 40 arası 41 - 60 arası 61 - 80 arası 81 ve üzeri	29 32 16 13 13	1,0949 1,4484 1,4821 1,4363 1,6841	,25311 ,48093 ,58532 ,16724 ,30822	,04700 ,08502 ,14633 ,04638 ,08549	6,161 ,000***
<b>Toplam</b>	<b>103</b>	<b>1,3824</b>	<b>,43719</b>	<b>,04308</b>		

Bağımlı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi

\* $p<0,10$ , \*\* $p<0,05$ , \*\*\* $p<0,01$

Farklılığın hangi gruplar arasından kaynaklandığını belirlemek için Tukey testi uygulanmıştır;

Yapılan analiz sonuçları Tablo 8.55’te gösterilmiştir. Sonuçlar uluslararasılaşma derecesi açısından değerlendirildiğinde, uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımı 81 ve üzerinde olan işletmelerin uluslararasılaşma derecelerinin ortalamaları, uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı 81 den az olan işletmelerin uluslararasılaşma derecelerinin ortalamalarından belirgin bir şekilde daha yüksektir.



**Tablo 8.55.** İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı Tukey Testi Sonuçları

<i>Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı (I)</i>	<i>Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı (J)</i>	<i>Farkların Ortalamaları (I-J)</i>	<i>p</i>
1 -20 arası	21 - 40 arası	-,35355***	,007
	41 - 60 arası	-,38724**	,020
	61 - 80 arası	-,34144*	,085
	81 ve üzeri	-,58925***	,000
21 - 40 arası	1 - 20 arası	,35355***	,007
	41 - 60 arası	-,03369	,999
	61 - 80 arası	,01211	1,000
	81 ve üzeri	-,23570	,381
41- 60 arası	1 - 20 arası	,38724**	,020
	21 - 40 arası	,03369	,999
	61 - 80 arası	,04580	,998
	81 ve üzeri	-,20201	,656
61 – 80 arası	1 - 20 arası	,34144	,085
	21 - 40 arası	-,01211	1,000
	41 - 60 arası	-,04580	,998
	81 ve üzeri	-,24781	,511
81 ve üzeri	1 – 20 arası	,58925***	,000
	21 – 40 arası	,23570	,381
	41 – 60 arası	,20201	,656
	61 – 80 arası	,24781	,511

\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

Araştırmanın sekizinci hipotezinin alt hipotezlerinden onuncusu olan “ $H_{8.10}$ : İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin ayırdığı reklam harcamalarının yoğunluğuna göre farklılık göstermektedir” şeklindedir. Korelasyon analizinde reklam harcamaları ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenmemesinden dolayı “ $H_{8.10}$ ” hipotezi test edilmeden reddedilmiştir.

Araştırmanın sekizinci hipotezinin alt hipotezlerinden on birincisi olan “ $H_{8.11}$ : İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin uluslararası yönelimlerine göre farklılık göstermektedir” şeklindedir. Bu hipotezin test edilmesi için, Tek Yönlü ANOVA analizi kullanılmıştır. Analizde, uluslararasılaşma derecesi bağımlı değişken olarak tanımlanmıştır ve işletmelerin uluslararası yönelimleri ise faktör yani, bağımsız değişken olarak tanımlanarak analiz yapılmıştır.

Yapılan Tek Yönlü ANOVA analizi sonuçları Tablo 8.56’da incelendiğinde, uluslararasılaşma derecesinin işletmenin uluslararası yönelimlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa sahip olmadığı belirlenmiştir ( $F=1,097$ ;  $p>0,10$ ). Bu yüzden araştırmanın sekizinci hipotezinin on birinci alt hipotezi olan “ $H_{8.11}$ ” hipotezi reddedilmiştir.

**Tablo 8.56.** İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletmelerin Uluslararası Yönelimi ANOVA Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>	<i>Sayı</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>Standart Hata</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
Katılmıyorum	6	1,9606	,55696	,22738		
Kararsızım	82	1,3112	,35967	,03972		
Uluslararası Katılıyorum	12	1,6339	,60054	,17336	1,097	,354
Yönelim Kesinlikle Katılıyorum	3	1,1658	,29807	,17209		
<b>Toplam</b>	<b>103</b>	<b>1,3824</b>	<b>,43719</b>	<b>,04308</b>		

Bağımlı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi

Araştırmanın sekizinci hipotezinin alt hipotezlerinden on ikincisi olan “ $H_{8.12}$ : İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin üye olduğu ulusal ve uluslararası ticari örgütlerin sayılarına göre farklılık göstermektedir” şeklindedir.

Korelasyon analizinde kalite belgesi sayısı ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenmemesinden dolayı “ $H_{8.12}$ ” hipotezi test edilmeden reddedilmiştir.

#### 8.4.6.2. Marka Sahipliği ve Tescilli Patent Hakkı Sahipliğine İlişkin t-Testi Analizi Sonuçları

Araştırmanın sekizinci hipotezinin alt hipotezlerinden on üçüncüsü olan “ $H_{8.13}$ : İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin sahip olduğu ulusal marka hakkına göre farklılık göstermektedir” şeklindedir. Korelasyon analizinde marka sahipliği ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenmemesinden dolayı “ $H_{8.13}$ ” hipotezi test edilmeden reddedilmiştir.

Araştırmanın sekizinci hipotezinin on dördüncüsü alt hipotezi olan “ $H_{8.14}$ : İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin sahip olduğu uluslararası marka hakkına göre farklılık göstermektedir” hipotezinde uluslararası marka hakkı ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenmemesinden dolayı “ $H_{8.14}$ ” hipotezi test edilmeden reddedilmiştir.

Araştırmanın sekizinci hipotezinin on beşinci alt hipotezi olan “ $H_{8.15}$ : İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi, işletmelerin sahip olduğu tescilli patent hakkına göre farklılık göstermektedir” şeklindedir ve hipotezin test edilmesi için, t-Testi analizi kullanılmıştır. Analizde, uluslararasılaşma derecesi bağımlı değişken olarak tanımlanmıştır ve işletmelerin sahip olduğu tescilli patent hakkı ise bağımsız değişken olarak tanımlanmıştır, ayrıca bağımsız değişken sahiplik açısından “Evet” ve “Hayır” şeklinde iki grup olarak tanımlanarak analiz gerçekleştirilmiştir. t-Testi analizi sonuçları Tablo 8.57’de incelendiğinde, işletmenin tescilli bir patent hakkına sahip olması ile olmaması arasında uluslararasılaşma derecesi açısından anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir ( $F=3,209$ ;  $p<0,01$ ). Bu nedenle araştırmanın sekizinci hipotezinin on beşinci alt hipotezi olan “ $H_{8.15}$ ” hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 8.57.** İşletmelerin Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletmelerin Sahip Olduğu Tescilli Patent Hakkı Değişkenine Göre t-Testi Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişken</i>		<i>Sayı</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Standart sapma</i>	<i>Standart hata</i>	<i>F</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
Tescilli patent	Evet	46	1,5352	,50712	,07477	3,209	3,263	,002***
	Hayır	56	1,2638	,32771	,04379			

Bağımlı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi, \*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

#### 8.4.6.3. İşletme Performansı ve Uluslararasılaşma Derecesi ANOVA Sonuçları

İşletme performansının uluslararasılaşma derecesine göre farklılık gösterip göstermediğini araştırmak amacıyla, “*H9: İşletmelerin performansları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir*” hipotezi oluşturulmuştur. İşletme performansı subjektif ve objektif olmak üzere iki şekilde incelenmiştir. Analizde önce subjektif işletme performansı ile daha sonra ise objektif işletme performansı değişkenleri kullanılarak ANOVA analizi gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın dokuzuncu hipotezinin ilk alt hipotezi olan “*H9a: İşletmelerin subjektif performansları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir*” şeklinde olup, hipotezin test edilmesi için, Tek Yönlü ANOVA analizi kullanılmıştır. Analizde, subjektif işletme performansı ortalamaları alınarak bağımlı değişken olarak tanımlanmıştır ve işletmelerin uluslararasılaşma dereceleri ise bağımsız değişken olarak tanımlanarak analiz yapılmıştır. Analizde bağımlı değişken olarak alınan subjektif işletme performansı faktörlerinin ortalamaları alınarak tek bir faktör olarak kullanılmıştır. Yapılan Tek Yönlü ANOVA analizi sonuçları Tablo 8.58 incelendiğinde, işletmelerin subjektif performanslarının, işletmenin uluslararasılaşma derecelerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa sahip olduğu belirlenmiştir (F=5,115; p<0,01). Bu yüzden araştırmanın dokuzuncu hipotezinin ilk alt hipotezi olan “*H9a: İşletmelerin subjektif performansları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir*” hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 8.58.** İşletmelerin Subjektif Performansları ve Uluslararasılaşma Derecesine Göre ANOVA Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişkenler</i>		<i>Sayı</i>	<i>Ort.</i>	<i>Standart sapma</i>	<i>Standart hata</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
	0,6 – 0,99 arası	18	3,1765	,54085	,12748		
	1,00 – 1,49 arası	52	3,1918	,69135	,09587		
Uluslararasılaşma Derecesi	1,50 – 1,99 arası	25	3,4355	,46846	,09369	5,115	0,002**
	2,00 ve üzeri	8	4,0250	,38863	,13740		
	<b>Toplam</b>	<b>103</b>	<b>3,3130</b>	<b>,63557</b>	<b>,06262</b>		

Bağımlı değişken: Subjektif işletme performansı, \*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

Farklılığın hangi gruplar arasından kaynaklandığını belirlemek için Tukey testi uygulanmıştır. Buna göre Tablo 8.59’da analiz sonuçları incelendiğinde uluslararasılaşma derecesi 2,00 ve daha fazla olan işletmelerin, subjektif işletme performanslarının ortalamaları, uluslararasılaşma derecesi 0,6–0,99, 1,00–1,49 ve 1,50–1,99 arasında olan işletmelerin subjektif performansları ortalamalarından istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde daha fazla olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 8.59.** İşletmelerin Sübjektif Performansları ve Uluslararasılaşma Derecesi Tukey Testi Sonuçları

<i>Uluslararasılaşma Derecesi (I)</i>	<i>Uluslararasılaşma Derecesi (J)</i>	<i>Farkların Ortalamaları (I-J)</i>	<i>p</i>
0,6 - 0,99 arası	1,00 – 1,49 arası	-,01539	1,000
	1,50 – 1,99 arası	-,25906	,505
	2,00 ve üzeri	-,84854**	,007
1,00 - 1,49 arası	0,6 - 0,99 arası	,01539	1,000
	1,50 - 1,99 arası	-,24367	,346
	2,00 ve üzeri	-,83315**	,002
1,50 - 1,99 arası	0,6 – 0,99 arası	,25906	,505
	1,00 – 1,49 arası	,24367	,346
	2,00 ve üzeri	-,58948*	,080
2,00 ve üzeri	0,6 – 0,99 arası	,84854**	,007
	1,00 – 1,49 arası	,83315**	,002
	1,50 – 1,99 arası	,58948*	,080

\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

Sübjektif işletme performansı ile uluslararasılaşma derecesi arasındaki farklılığın olup olmadığı araştırıldıktan sonra araştırmanın objektif işletme performansı değişkenlerinin (ROE, ROS, ROA, Kar, Satışlar, İhracat Satışları) uluslararasılaşma derecesine göre farklılık gösterip göstermedikleri de araştırılmıştır.

İşletmelerin objektif performansları, uluslararasılaşma derecesine göre farklılık gösterip göstermediğine yönelik oluşturulan hipotez “*H9b: İşletmelerin objektif performansları, uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık göstermektedir*” şeklindedir.

İşletmelerin ROE’lerinin uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık gösterip göstermediklerini araştırın ve araştırmanın dokuzuncu hipotezinin birinci alt hipotezi olan “*H9b.1: İşletmelerin ROE’leri, uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık göstermektedir*” hipotezinde ROE ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenememesinden dolayı “*H9b.1*” hipotezi test edilmeden reddedilmiştir.

İşletmelerin ROS’larının uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık gösterip göstermediklerini araştırın ve araştırmanın dokuzuncu hipotezinin ikinci alt hipotezi olan “*H9b.2: İşletmelerin ROS’ları, uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık göstermektedir*” hipotezinde ROS ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenememesinden dolayı “*H9b.2*” hipotezi test edilmeden reddedilmiştir.

İşletmelerin ROA’larının uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık gösterip göstermediklerini araştırın ve araştırmanın dokuzuncu hipotezinin üçüncü alt hipotezi olan “*H9b.3: İşletmelerin ROA’ları, uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık göstermektedir*” hipotezinde ROA ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenememesinden dolayı “*H9b.3*” hipotezi test edilmeden reddedilmiştir.

İşletmelerin Kar’larının uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık gösterip göstermediklerini araştırın ve araştırmanın dokuzuncu hipotezinin dördüncü alt hipotezi olan “*H9b.4: İşletmelerin Kar’ları, uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık göstermektedir*” hipotezinde kar ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenememesinden dolayı “*H9b.4*” hipotezi test edilmeden reddedilmiştir.

İşletmelerin satışlar'ının, uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık gösterip göstermediklerini araştıran ve araştırmanın dokuzuncu hipotezinin beşinci alt hipotezi olan " $H_{9b.5}$ : İşletmelerin satışları, uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık göstermektedir" hipotezinde ROA ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenememesinden dolayı " $H_{9b.5}$ " hipotezi test edilmeden reddedilmiştir.

Araştırmada işletmelerin ihracat satışlarının uluslararasılaşma derecesine göre farklılık gösterip göstermedikleri araştırılmıştır (Tablo 8.60). İhracat satışlarının uluslararasılaşma derecelerine göre anlamlı bir farklılığa sahip olduğu belirlenmiştir ( $F=3,192$ ;  $p<0,05$ ). Buna göre araştırmanın dokuzuncu hipotezinin altıncı alt hipotezi olan " $H_{9b.6}$ : İşletmelerin ihracat satışları, uluslararasılaşma derecelerine göre farklılık göstermektedir" hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 8.60.** İşletmelerin İhracat Satışları ve uluslararasılaşma Derecesine Göre ANOVA Analizi Sonuçları

<i>Bağımsız Değişken</i>	<i>Sayı</i>	<i>Ort.</i>	<i>Standart sapma</i>	<i>Standart hata</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
0,6 – 0,99 arası	18	7,7773	,52992	,12490		
Uluslararasılaşma Derecesi					3,192	,013**
1,00 – 1,49 arası	52	8,0871	,71696	,09942		
1,50 – 1,99 arası	25	8,4568	,66977	,13395		
2,00 ve üzeri	8	8,1727	,56726	,20056		
<b>Toplam</b>	<b>103</b>	<b>8,1294</b>	<b>,69330</b>	<b>,06831</b>		

Bağımlı değişken: İhracat satışları

\* $p<0,10$ , \*\* $p<0,05$ , \*\*\* $p<0,01$

Ayrıca ihracat satışları ve uluslararasılaşma derecesi için Tukey testi analizi yapılarak anlamlı farklılığın hangi gruplar arasından kaynaklandığı araştırılmıştır (Tablo 8.61).

Tukey testi sonuçları Tablo 8.61'de gösterilmiştir. Analiz sonuçları ihracat satışları açısından değerlendirildiğinde, uluslararasılaşma derecesi ortalamaları 1,50-1,99 arası olanların, uluslararasılaşma derecesi ortalamaları 0,6 - 0,99 arası olanların ortalamalarından istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde daha fazla olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 8.61.** İşletmelerin İhracat Satışları ve Uluslararasılaşma Derecesine Göre Tukey Testi Sonuçları

<i>Uluslararasılaşma Derecesi (I)</i>	<i>Uluslararasılaşma Derecesi (J)</i>	<i>Farkların Ortalamaları (I-J)</i>	<i>p</i>
0,6 - 0,99 arası	1,00 - 1,49 arası	-,30978	,330
	1,50 - 1,99 arası	-,67947***	,007
	2,00 ve üzeri	-,67644	,505
1,00 - 1,49 arası	0,6 - 0,99 arası	,30978	,330
	1,50 - 1,99 arası	-,36969	,110
	2,00 ve üzeri	-,08557	,987
1,50 - 1,99 arası	0,6 - 0,99 arası	,67947**	,007
	1,00 - 1,49 arası	,36969	,110
	2,00 ve üzeri	,28412	,721
2,00 ve üzeri	0,6 - 0,99 arası	,39535	,505
	1,00 - 1,49 arası	,08557	,987
	1,50 - 1,99 arası	-,28412	,721

\* $p<0,10$ , \*\* $p<0,05$ , \*\*\* $p<0,01$

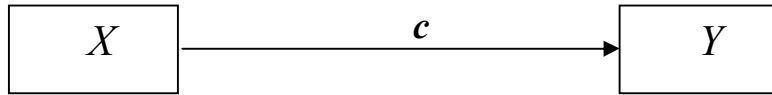
Buna göre, “H9a: İşletmelerin subjektif performansları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir” hipotezinin kabul edilmesinden ve “H9b: İşletmelerin objektif performansları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir” hipotezi de sadece ihracat satışları açısından desteklendiği için reddedilmesinden dolayı “H9: İşletmelerin performansları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

### 8.5. Regresyon Analizindeki Aracı Etkiler

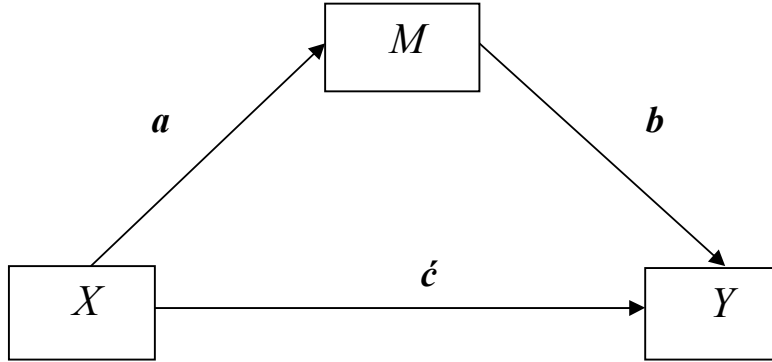
Bu tez çalışmasının temel değişkeni ve odak noktası uluslararasılaşma derecesidir. Buna rağmen işletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri ve ev sahibi ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkilerindeki direkt etkilerin araştırılmasına rağmen, araştırmanın modeli (Şekil 8.1) göz önüne alınarak bu ilişkilerde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi de araştırılmıştır.

Aracılık etkisi analizi (mediation effects), hem teorik hem de uygulamalı olarak psikoloji ile ilgili araştırmalarda Baron ve Kenny (1986) tarafından sık kullanılan analiz tekniğidir. Baron ve Kenny'nin çalışmaları bu konuda yapılan analizlerle araştırmacılara yol göstermektedir (Preacher ve Hayes, 2004: 718).

#### Panel A



#### Panel B



Şekil 8.2. X'in Y'ye Etkisinde M'nin Aracılık Etkisi (Preacher ve Hayes, 2004: 718)

Şekil 8.2'de Panel A:  $X$  ile  $Y$  arasındaki doğrudan etkiyi göstermektedir. Panel B:  $X$ 'in  $Y$ 'ye  $M$  aracılığı ile etkisini göstermektedir. Aracılık analizlerinde yapılması gereken ilk aşamada basit doğrusal regresyon yardımıyla,  $X$  bağımsız değişkeni ile  $Y$  bağımlı değişkeni arasındaki ilişkiyi araştırmaktır (*path c*), daha sonra bağımsız değişkenin, aracı (mediator) değişken  $M$  üzerindeki (*path a*) ve bir sonraki aşamada aracı (mediator) değişkenin,  $Y$  bağımlı değişken üzerindeki (*path b*) doğrudan etkisi belirlenir.

İkinci aşamada ise hiyerarşik regresyonla bağımsız ( $X$ ) değişkeninden, aracı değişkene ( $M$ ) ve aracı değişkenden bağımlı değişkene ( $Y$ ) giden ilişki içerisinde aracı değişkenin etkisi (*path c*) belirlenir.

Bu ilişkide toplam etki (doğrudan ve dolaylı)  $c = c' + ab$  formülüyle belirlenir. Buradaki “ $c'$ ” simgesi bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki toplam (doğrudan) etki ve aracı değişkenin dâhil edildiği dolaylı etki arasındaki farkı gösterir ( $c' = c - ab$ ). Buradaki temel ölçüt “ $a$ ”, “ $b$ ” ve “ $c$ ” nin anlamlı yani ( $p < .10$ ) olması ve “ $c'$ ” değerinin de “ $c$ ”den büyük olmasıdır ( $c' > c$ ). Hiyerarşik regresyonda bağımsız değişkenin, bağımlı değişken üzerinde herhangi bir etkisinin olmaması durumunda aracılık etkisi tamdır. Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi ( $c'$ ) basit doğrusal regresyondaki etkisinden ( $c$ ) daha fazla ise kısmi aracılık etkisi olduğu anlaşılır (Baron ve Kenny, 1986: 1176 -1177; Preacher ve Hayes, 2004: 717 -718; Preacher ve Hayes, 2008: 880). Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin gücünü ve ilişkinin anlamlılık düzeyini gösteren ve Michael Sobel tarafından geliştirilen (Sobel, 1982: 298-301) Sobel testi uygulanır. Sobel testi genellikle büyük örneklem için uygundur ve örneklem sayısı küçüldükçe daha az korunuma sahip olur (Preacher ve Hayes, 2004: 718).

Bu tez çalışmasında yer alan aracı değişkenlerin etkileri ile ilgili Sobel testi aracılık ilişkisinde bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişkinin gücünü ve anlamlılığını belirlemek üzere internet üzerinden interaktif bir şekilde çalışan programdır. Sobel testinde  $-/+1.91$  arasında bir değer alır (Calculation for the Sobel Test; An interactive calculation tool for mediation test, (06.01.2014, [quantpsy.org](http://quantpsy.org)) kullanılarak yapılmıştır.

Araştırmada yer alan değişkenler (işletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri ve ev sahibi ülke faktörleri) ile subjektif işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisinin araştırılması ile birlikte bu değişkenler (işletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri ve ev sahibi ülke faktörleri) ile objektif işletme performansı (ROE, ROS, ROA, KAR, Satışlar ve İhracat Satışları) ilişkisinde de uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır.

### 8.5.1. Ana Ülke Faktörleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İlişkisi

Araştırmada ana ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Araştırmada çalışmanın onuncu ana hipotezi “*H10: Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir*” şeklindedir. Bu hipotez hem subjektif hem de objektif işletme performansı olarak iki ayrı şekilde incelenmiştir. Bu yüzden “*H10a: Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” ve “*H10b: Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” şeklindeki hipotezler ayrı ayrı araştırılacaktır. Analizlerde ana ülke faktörlerinin ve subjektif işletme performansı faktörlerinin ortalamaları alınarak tek bir faktör olarak kullanılmıştır.

### 8.5.1.1. Rekabet Yoğunluğu, Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı İlişkisi

Araştırmada ana ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan rekabet yoğunluğu ile sübjektif işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; rekabet yoğunluğunun, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $a_{\beta}=.262$ ;  $p<0,01$ ), uluslararasılaşma derecesinin, sübjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $b_{\beta}=.330$ ;  $p<0,01$ ) ve rekabet yoğunluğunun sübjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $c_{\beta}=.182$ ;  $p<0,10$ ).

Hiyerarşik regresyon analizi sonucunda rekabet yoğunluğu ile sübjektif işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi incelendiğinde; rekabet yoğunluğu ile sübjektif işletme performansı arasında hem direkt etki hem de uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisinin olduğu belirlenmiştir ( $c'_{\beta}=.303 > c_{\beta}=.182$ ;  $c'_p<0,01$ ). Buna göre rekabet yoğunluğu uluslararasılaşma derecesinin etkinliğini artırmakta; uluslararasılaşma derecesi de, sübjektif işletme performansının etkinliğini artırmaktadır. Aracı etkilerdeki temel şartlar sağlandığından dolayı çalışmanın onuncu hipotezinin ikinci alt hipotezi olan “*H10<sub>a.2</sub>: Ana ülkenin rekabet yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi kabul edilmiştir.

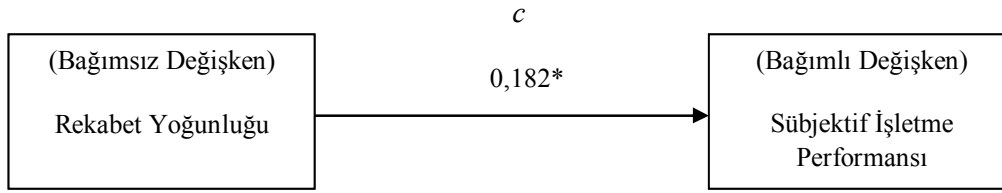
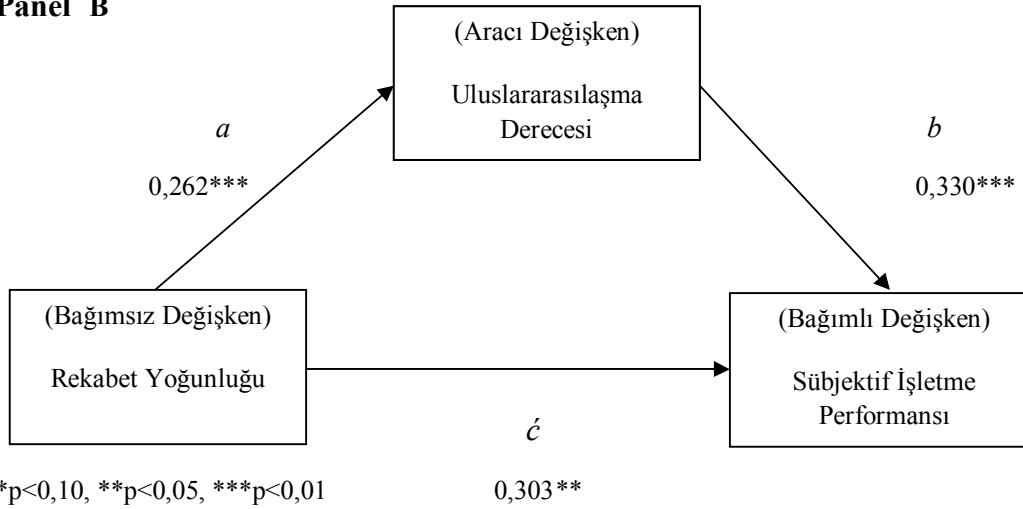
Değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 8.62’te ve Şekil 8.3’te gösterilmiştir. Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin gücünü ve ilişkinin anlamlılığını belirlemek amacıyla da Sobel testi uygulanmıştır ve bu testin sonuçları Tablo 8.63’te gösterilmiştir.

**Tablo 8.62.** Rekabet Yoğunluğu İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

Analiz Değişkenleri	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	Düzeltilmiş $R^2$	$F$
<b>1. Analiz (Path c)</b>						
Rekabet yoğunluğu – Sübjektif İşletme Performansı	,182	,1865	,065	,033	,024	3,480
<b>2. Analiz (Path a)</b>						
Rekabet yoğunluğu - Uluslararasılaşma Derecesi	,262	2,731	,007	,069	,060	7,460
<b>3. Analiz (Path b)</b>						
Uluslararasılaşma Derecesi – Sübjektif İşletme Performansı	,330	3,510	,001	,109	,100	12,324
<b>(Path <math>\epsilon=ab</math>)</b>						
Rekabet yoğunluğu – Uluslararasılaşma Derecesi - Sübjektif İşletme Performansı	,303	3,112	,002	,119	,101	6,731

Bağımsız değişken: Rekabet yoğunluğu; Aracı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi; Bağımlı değişken: Sübjektif İşletme Performansı



**Panel A****Panel B**

\*p&lt;0,10, \*\*p&lt;0,05, \*\*\*p&lt;0,01

0,303\*\*

**Şekil 8.3.** Rekabet Yoğunluğu İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

Sobel testi ile yapılan hesaplama göre  $\hat{c}-c = 0,121$ 'e göre z- değeri 0,999 ve  $p>0,10$ 'dır. Buna göre; bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin gücü zayıf ( $z<1,96$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ( $p>0,10$ ) belirlenmiştir (Tablo 8.63).

**Tablo 8.63.** Rekabet Yoğunluğu İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları

	<i>Unstand. Coeff. (B)</i> (a)	<i>Unstand. Coeff. (B)</i> (b)	<i>Std. Hata</i> ( $S_a$ )	<i>Std. Hata</i> ( $S_b$ )
<i>Girdiler</i>	,440	,096	,141	,091
	<i>Test İstatistiği</i> (z-değeri)	<i>Standart Hata</i>	<i>Sig. / p</i>	
<i>Test Sonuçları</i>	,999	0,042	0,317	

### 8.5.1.2. Çifte Vergi Anlaşmaları, Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı İlişkisi

Araştırmada ana ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan çifte vergi anlaşmaları ile sübjektif işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; çifte vergi anlaşmalarının, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $a_{\beta} = ,178$ ;  $p < ,10$ ), uluslararasılaşma derecesinin, sübjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $b_{\beta} = ,330$ ;  $p < ,01$ ) ve çifte vergi anlaşmalarının sübjektif işletme performansı üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $c_{\beta} = -,028$ ;  $p < ,10$ ).

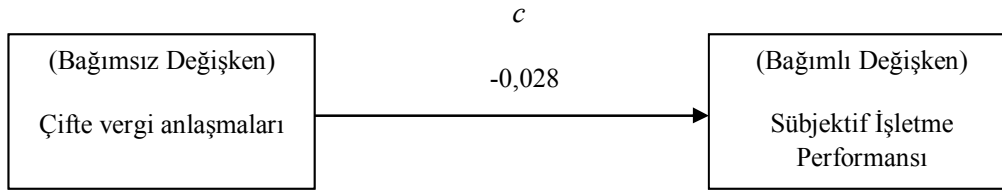
Hiyerarşik regresyon analizi sonucunda çifte vergi anlaşmaları ile sübjektif işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi incelendiğinde; çifte vergi anlaşmaları ile sübjektif işletme performansı arasında uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisinin olduğu belirlenmiştir ( $c'_{\beta} = ,363 > c_{\beta} = -,028$ ;  $c'_p < ,01$ ). Buna göre çifte vergi anlaşmaları uluslararasılaşma derecesinin etkinliğini artırmakta; uluslararasılaşma derecesi de, sübjektif işletme performansının etkinliğini artırmaktadır. Bu yüzden aracı etkilerdeki temel şartlar sağlandığından dolayı çalışmanın onuncu hipotezinin altıncı alt hipotezi olan “*H10<sub>a.6</sub>: Ana ülkenin diğer ülkelerle çifte vergi anlaşmalarının olması, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi kabul edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 8.64’de ve Şekil 8.4’te gösterilmiştir. Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin gücünü ve ilişkinin anlamlılığını belirlemek amacıyla da Sobel testi uygulanmıştır ve bu testin sonuçları Tablo 8.65’te gösterilmiştir.

**Tablo 8.64.** Çifte Vergi Anlaşmaları İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

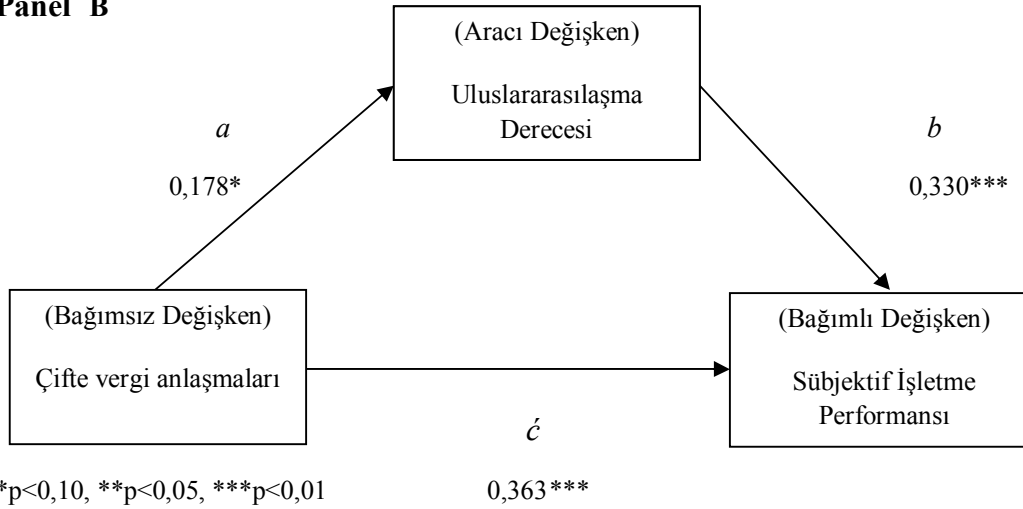
Analiz Değişkenleri	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	Düzeltilmiş $R^2$	$F$
<b>1. Analiz (Path c)</b>						
Çifte vergi anlaşmaları – Sübjektif İşletme Performansı	-,028	-,274	,784	,001	-,009	,075
<b>2. Analiz (Path a)</b>						
Çifte vergi anlaşmaları - Uluslararasılaşma Derecesi	,178	1,788	,077	,032	,022	3,198
<b>3. Analiz (Path b)</b>						
Uluslararasılaşma Derecesi – Sübjektif İşletme Performansı	,330	3,510	,001	,109	,100	12,324
<b>(Path <math>\epsilon=ab</math>)</b>						
Çifte vergi anlaşmaları – Uluslararasılaşma Derecesi - Sübjektif İşletme Performansı	,363	3,771	,000	,129	,111	7,154

Bağımsız değişken: Çifte vergi anlaşmaları; Aracı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi; Bağımlı değişken: Sübjektif İşletme Performansı

## Panel A



## Panel B



\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

0,363\*\*\*

**Şekil 8.4.** Çifte Vergi Anlaşmaları İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

Sobel testi ile yapılan hesaplama göre  $\hat{c} - c = 0,391$ 'e göre z- değeri - 0,933 ve  $p > 0,10$ 'dır. Buna göre; bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin gücü çok zayıf ( $z < 1,96$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ( $p > 0,10$ ) belirlenmiştir (Tablo 8.65).

**Tablo 8.65.** Çifte Vergi Anlaşmaları İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları

	Unstand. Coeff. (B) (a)	Unstand. Coeff. (B) (b)	Std. Hata (S <sub>a</sub> )	Std. Hata (S <sub>b</sub> )
<i>Girdiler</i>	,512	-,080	,136	,083
	Test İstatistiği (z-değeri)	Standart Hata	Sig. / p	
<i>Test Sonuçları</i>	-,933	,043	,350	

Korelasyon analizinde rekabet yoğunluğu ve çifte vergi anlaşmaları dışındaki diğer değişkenler ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenmemiştir. Bu yüzden araştırmanın "H10a" hipotezinin alt hipotezleri olan; "H10a.1", "H10a.3", "H10a.4", "H10a.5", "H10a.7", "H10a.8", "H10a.9", "H10a.10" ve "H10a.11" alt hipotezleri için aracılık analizi yapılmadan reddedilmiştir. "H10a" sadece politika ve yasalar ve rekabet yoğunluğu açısından desteklenmektedir. Bu yüzden "H10a: Ana ülke faktörleri uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir" hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

### 8.5.1.3. Ana Ülke Faktörleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve Objektif İşletme Performansı İlişkisi

Araştırmanın onuncu hipotezlerinden “*H10b: Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi korelasyon analizinde ana ülke faktörlerini herhangi bir alt boyutuyla objektif işletme performansı göstergeleri arasından herhangi bir korelasyon belirlenmemesinden dolayı aracılık analizlerindeki temel şartları sağlayamayacağından dolayı analize alınmadan reddedilmiştir.

Yapılan analiz sonucunda, “*H10a: Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezinin kısmen kabul edilmesinden ve “*H10b: Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezinin reddedilmesinden dolayı “*H10: Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir*” ana hipotezi de kısmen kabul edilmiştir.

### 8.5.2. Ev Sahibi Ülke Faktörleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İlişkisi

Araştırmada ev sahibi ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Araştırmada çalışmanın on birinci ana hipotezi “*H11: Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir*” şeklindedir. Hipotez subjektif ve objektif işletme performansı olarak iki ayrı şekilde incelenmiştir. Bu nedenle “*H11a: Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” ve “*H11b: Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezleri ayrı ayrı araştırılacaktır. Analizde ev sahibi ülke faktörlerinin ve subjektif işletme performansı faktörlerinin ortalamaları alınarak tek bir faktör olarak kullanılmıştır.

#### 8.5.2.1. Politik ve Ekonomik İstikrar, Uluslararasılaşma Derecesi ve Subjektif İşletme Performansı İlişkisi

Araştırmada ev sahibi ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan politik ve ekonomik istikrar ile subjektif işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; politik ve ekonomik istikrarın, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $a_{\beta} = ,219$ ;  $p < 0,05$ ); uluslararasılaşma derecesinin, subjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $b_{\beta} = ,330$ ;  $p < 0,01$ ); politik ve ekonomik istikrarın, subjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $c_{\beta} = ,227$ ;  $p < 0,05$ ) belirlenmiştir. Hiyerarşik regresyon analizinde, politik ve ekonomik istikrarın, subjektif işletme performansı üzerinde hem doğrudan ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ( $c_{\beta} = ,227$ ;  $p < 0,05$ ) olduğu hem de aracılık analizindeki temel şartlar sağlandığından dolayı uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisi belirlenmiştir ( $\acute{c}_{\beta} = ,298 > c_{\beta} = ,227$ ;  $\acute{c}_p < 0,01$ ).

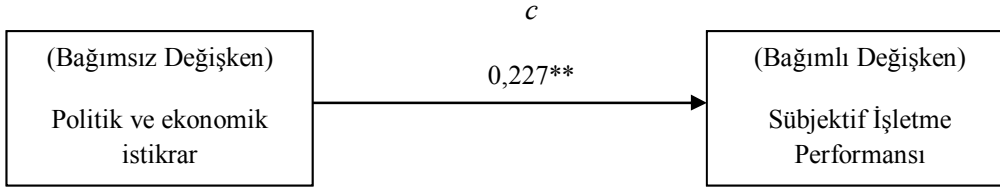
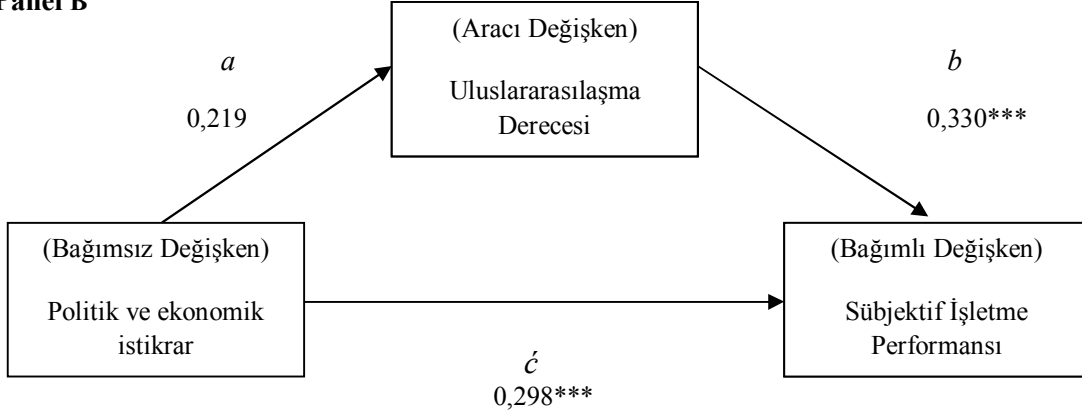
Bu yüzden, çalışmanın on birinci hipotezinin dördüncü alt hipotezi olan “*H11<sub>a.4</sub>: Ev sahibi ülkenin politik ve ekonomik istikrarı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi kabul edilmiştir.

Değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 8.66’de ve Şekil 8.5’te gösterilmiştir.

**Tablo 8.66.** Politik ve Ekonomik İstikrar İle Subjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

<i>Analiz Değişkenleri</i>	$\beta$	<i>T</i>	<i>p</i>	$R^2$	<i>Düzeltilmiş</i> $R^2$	<i>F</i>
<b>1. Analiz (Path c)</b>						
Politik ve ekonomik istikrar – Subjektif İşletme Performansı	,227	2,333	,022	,052	,042	5,442
<b>2. Analiz (Path a)</b>						
Politik ve ekonomik istikrar – Uluslararasılaşma Derecesi	,219	2,245	,027	,048	,038	5,040
<b>3. Analiz (Path b)</b>						
Uluslararasılaşma Derecesi – Subjektif İşletme Performansı	,330	3,510	,001	,109	,100	12,324
<b>(Path c=ab)</b>						
Politik ve ekonomik istikrar – Uluslararasılaşma Derecesi - Subjektif İşletme Performansı	,298	1,691	,002	,147	,130	8,621

Bağımsız değişken: Politik ve ekonomik istikrar; Aracı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi; Bağımlı değişken: Subjektif İşletme Performansı

**Panel A****Panel B**

\* $p < 0,10$ , \*\* $p < 0,05$ , \*\*\* $p < 0,01$

**Şekil 8.5.** Politik ve Ekonomik İstikrar İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

Sobel testi ile yapılan hesaplamaya göre  $c - \hat{c} = 0,71$ 'e göre z- değeri 1,489 ve  $p > 0,10$ 'dır. Buna göre; bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin güçlü ( $z < 1,96$ ) ancak istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur ( $p > 0,10$ ).

**Tablo 8.67.** Politik ve Ekonomik İstikrar İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları

	<i>Unstand. Coeff. (B)</i> (a)	<i>Unstand. Coeff. (B)</i> (b)	<i>Std. Hata (S<sub>a</sub>)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>b</sub>)</i>
<i>Girdiler</i>	,430	,173	,138	,102
	<i>Test İstatistiği (z-değeri)</i>	<i>Standart Hata</i>	<i>Sig. / p</i>	
<i>Test Sonuçları</i>	1,489	0,049	0,136	

### 8.5.2.2. Ölçek Ekonomisi İmkânı, Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı İlişkisi

Araştırmada ev sahibi ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan ölçek ekonomisi imkanı ile sübjektif işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; ölçek ekonomisi imkanın, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $a_{\beta} = ,281$ ;  $p < 0,01$ ); uluslararasılaşma derecesinin, sübjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $b_{\beta} = ,330$ ;  $p < 0,01$ ); ölçek ekonomisi imkanın, sübjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $c_{\beta} = ,299$ ;  $p < 0,01$ ).

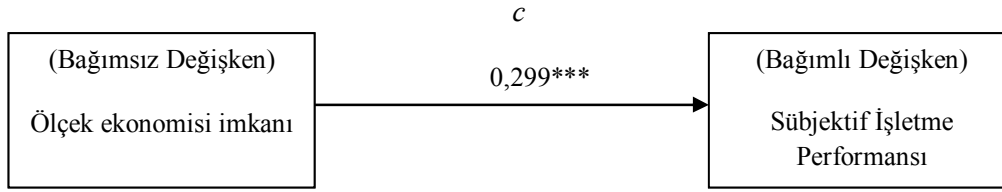
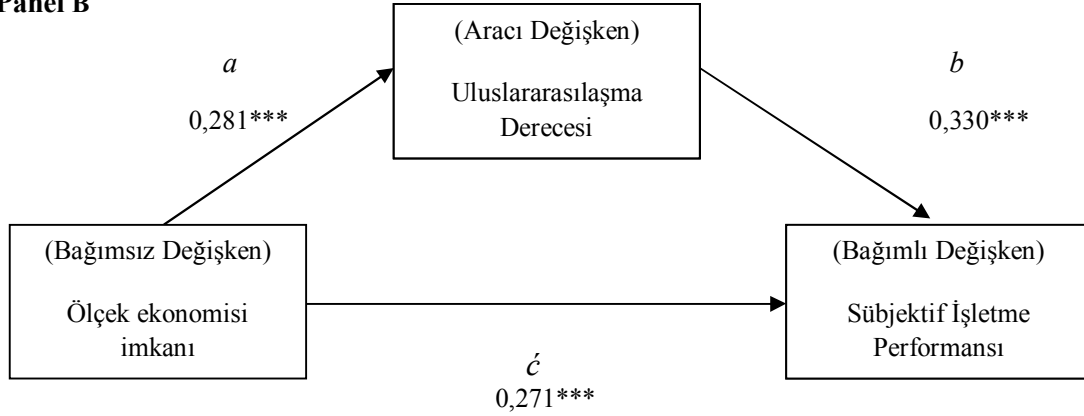
Hiyerarşik regresyon analizinde, ölçek ekonomisi imkânının, sübjektif işletme performansı üzerinde doğrudan ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki belirlenmiştir ( $c_{\beta} = ,299$ ;  $p < 0,01$ ). Ayrıca aracılık analizinde araştırılmıştır ancak aracılık analizinde temel şartların sağlanamamasından dolayı uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisi olmadığı belirlenmiştir ( $c'_{\beta} = ,271 < c_{\beta} = ,299$ ;  $c'_p < 0,01$ ). Bu yüzden, çalışmanın on birinci hipotezinin beşinci alt hipotezi olan “*H11<sub>a.5</sub>: Ev sahibi ülkenin ölçek ekonomisi imkanı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi reddedilmiştir.

Değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 8.68’de ve Şekil 8.6’da gösterilmiştir.

**Tablo 8.68.** Ölçek Ekonomisi İmkânı İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

<i>Analiz Değişkenleri</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	<i>Düzeltilmiş</i> $R^2$	$F$
<b>1. Analiz (Path c)</b>						
Ölçek ekonomisi imkanı – Sübjektif İşletme Performansı	,299	3,129	,002	,089	,080	9,791
<b>2. Analiz (Path a)</b>						
Ölçek ekonomisi imkanı – Uluslararasılaşma Derecesi	,281	2,928	,004	,079	,070	8,571
<b>3. Analiz (Path b)</b>						
Uluslararasılaşma Derecesi – Sübjektif İşletme Performansı	,330	3,510	,001	,109	,100	12,324
<b>(Path <math>\epsilon = ab</math>)</b>						
Ölçek ekonomisi imkanı – Uluslararasılaşma Derecesi - Sübjektif İşletme Performansı	,271	2,819	,006	,157	,140	9,209

Bağımsız değişken: Ölçek ekonomisi; Aracı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi; Bağımlı değişken: Sübjektif İşletme Performansı

**Panel A****Panel B**

\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

**Şekil 8.6.** Ölçek Ekonomisi İmkânı İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

Korelasyon analizinde politik ve ekonomik istikrar ve ölçek ekonomisi dışındaki diğer ev sahibi ülke alt boyutları ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon belirlenmemiştir. Bu yüzden araştırmanın “H11a” hipotezinin alt hipotezleri olan; “H11a.1”, “H11a.2”, “H11a.3”, “H11a.6”, “H11a.7”, “H11a.8”, “H11a.9” ve “H11a.10” alt hipotezleri için aracılık analizi yapılmadan reddedilmiştir. “H11a” sadece politik ve ekonomik istikrar açısından desteklemektedir. Bu yüzden “H11a: Ev sahibi ülke faktörleri uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” hipotezi reddedilmiştir.

**8.5.2.3. Ev Sahibi Ülke Faktörleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve Objektif İşletme Performansı İlişkisi**

Araştırmada ev sahibi ülke faktörleri ile objektif işletme performansı göstergeleri (ROE, ROS, ROA, Kar, Satışlar ve İhracat Satışları) ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisini araştıran ve araştırmanın on birinci hipotezi olan “H11b: Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” şeklindedir. Yapılan korelasyon analizinde sadece ev sahibi ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan ölçek ekonomisi ile objektif işletme performansı göstergelerinden olan ihracat satışları arasında pozitif bir ilişki belirlenmiştir. Bu yüzden sadece ölçek ekonomisi imkânı ihracat satışları ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır.



### 8.5.2.3.1. Ölçek Ekonomisi İmkânı, Uluslararasılaşma Derecesi ve İhracat Satışları İlişkisi

Araştırmada ev sahibi ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan ölçek ekonomisi imkânı ile objektif işletme performansı göstergelerinden olan ihracat satışları ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; ölçek ekonomisi imkânının, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönlü fakat istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $a_{\beta} = ,186$ ;  $p < 0,01$ ); uluslararasılaşma derecesinin, ihracat satışları üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $b_{\beta} = ,224$ ;  $p < 0,05$ ); ölçek ekonomisi imkânının, ihracat satışları üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $c_{\beta} = ,175$ ;  $p < 0,10$ ) belirlenmiştir.

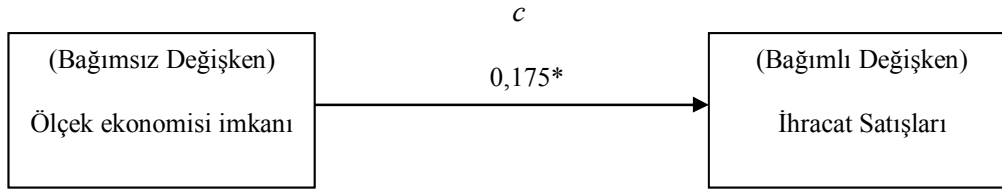
Hiyerarşik regresyon analizinde, ölçek ekonomisi imkânının, ihracat satışları üzerinde hem doğrudan bir etki ( $c_{\beta} = ,175$ ;  $p < 0,10$ ) hem de aracı etkilerdeki temel şartların sağlanmasından dolayı uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisi belirlenmiştir ( $c'_{\beta} = ,191 > c_{\beta} = ,175$ ;  $c'_p < 0,10$ ). Bu yüzden, çalışmanın on birinci hipotezinin birinci alt hipotezi olan “H11b” hipotezi ölçek ekonomisi ve ihracat satışları açısından desteklenmektedir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 8.69’da ve Şekil 8.7’de gösterilmiştir.

**Tablo 8.69.** Ölçek Ekonomisi İmkânı İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

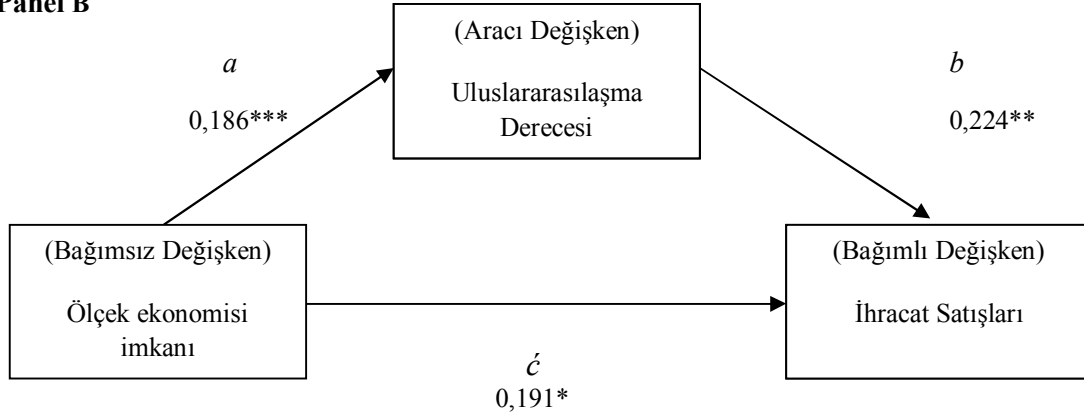
<i>Analiz Değişkenleri</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	<i>Düzeltilmiş</i> $R^2$	$F$
<b>1. Analiz (Path c)</b>						
Ölçek ekonomisi imkânı– İhracat satışları	,175	1,783	,079	,031	,021	3,154
<b>2. Analiz (Path a)</b>						
Ölçek ekonomisi imkânı – Uluslararasılaşma Derecesi	,186	2,928	,004	,079	,070	8,571
<b>3. Analiz (Path b)</b>						
Uluslararasılaşma derecesi – İhracat satışları	,224	2,311	,023	,050	,041	5,342
<b>(Path c=ab)</b>						
Ölçek ekonomisi imkânı– Uluslararasılaşma derecesi – İhracat satışları	,191	1,884	,063	,064	,045	3,391

Bağımsız değişken: Ölçek ekonomisi; Aracı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi; Bağımlı değişken: Sübjektif İşletme Performansı

**Panel A**



**Panel B**



\* $p < 0,10$ , \*\* $p < 0,05$ , \*\*\* $p < 0,01$

**Şekil 8.7.** Ölçek Ekonomisi İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

Sobel testi ile yapılan hesaplamaya göre  $\hat{c} - c = 0,247$ 'e göre z- değeri 1,009 ve  $p > 0,10$ 'dır. Buna göre; bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin gücü zayıf ( $z < 1,96$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur ( $p > 0,10$ ).

**Tablo 8.70.** Ölçek Ekonomisi İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları

	<i>Unstand. Coeff. (B)</i> (a)	<i>Unstand. Coeff. (B)</i> (b)	<i>Std. Hata (S<sub>a</sub>)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>b</sub>)</i>
<i>Girdiler</i>	,302	,127	,161	,106
	<i>Test İstatistiği (z-değeri)</i>	<i>Standart Hata</i>	<i>Sig. / p</i>	
<i>Test Sonuçları</i>	1,009	0,037	0,321	

Korelasyon analizinde sadece ölçek ekonomisi imkanı ile objektif işletme performansı göstergelerinden olan ihracat satışları arasında pozitif bir korelasyon belirlenmemiştir. Bu yüzden araştırmanın “H11b” sadece ölçek ekonomisi açısından desteklemektedir. Bu yüzden “H11b: *Ev sahibi ülke faktörleri uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi diğer alt boyutları açısından desteklenmediği için reddedilmiştir.

Yapılan analiz sonucunda “H11a: *Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” kısmen kabul edilmiştir ve “H11b: *Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi

reddedilmiştir. Bu yüzden bunlara bağlı olarak ta “*H11: Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir*” ana hipotezi de kısmen kabul edilmiştir.

### 8.5.3. İşletme Karakteristikleri, Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İlişkisi

Çalışmanın bu bölümünde, işletme karakteristikleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Çalışmanın on ikinci hipotezi olan “*H12: İşletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir*”, hipotezi hem subjektif hem de objektif işletme performansları “*H12a: İşletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” ve “*H12b: İşletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” şeklinde olmak üzere ayrı ayrı araştırılmıştır. İşletme karakteristikleri bazı alt boyutlardan meydana geldiğinden ve bu boyutların heterojen bir yapıya sahip olmasından dolayı alt hipotezler kurulmuş ve ayrı ayrı hiyerarşik regresyon analizine tabi tutulmuştur. Analizde subjektif işletme performansı faktörlerinin ortalamaları alınarak tek bir faktör olarak kullanılmıştır.

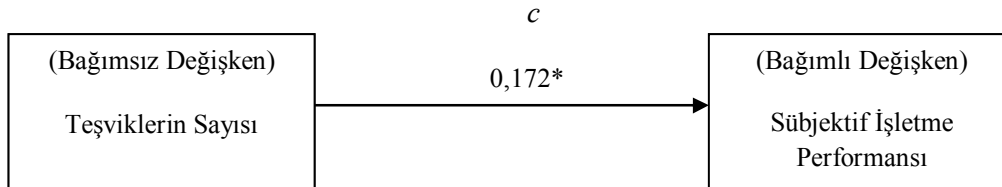
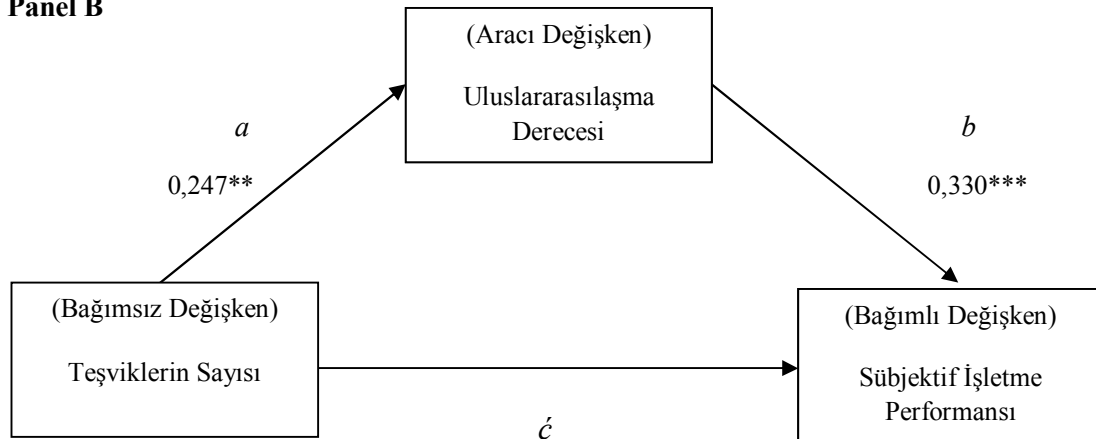
#### 8.5.3.1. Teşviklerin Sayısı, Uluslararasılaşma Derecesi ve Subjektif İşletme Performansı İlişkisi

Araştırmada işletmenin yararlanmış olduğu teşviklerin sayısı ile subjektif işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; işletmelerin yararlanmış olduğu teşviklerin sayısının, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $a_{\beta} = ,247$ ;  $p < 0,05$ ); uluslararasılaşma derecesinin, subjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $b_{\beta} = ,330$ ;  $p < 0,05$ ); işletmelerin yararlanmış olduğu teşviklerin sayısının, subjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $c_{\beta} = ,172$ ;  $p < 0,10$ ). Hiyerarşik regresyonda işletmelerin yararlanmış olduğu teşviklerin sayısı ile subjektif işletme performansı üzerinde doğrudan ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür ( $c_{\beta} = ,172$ ;  $p < 0,10$ ). Buna rağmen aracılık etkisi olup olmadığı da araştırılmıştır. Analiz sonunda aracı etkiler için temel şartların sağlandığı görülmektedir ( $\acute{c}_{\beta} = ,306 > c_{\beta} = ,172$ ;  $\acute{c}_p < 0,05$ ). Bu yüzden, çalışmanın on ikinci hipotezinin, altıncı alt hipotezi olan “*H<sub>12a.6</sub>: İşletmelerin yararlandığı teşviklerin sayısı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi kabul edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 8.71’de ve Şekil 8.8’de gösterilmiştir. Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin gücünü ve ilişkinin anlamlılığını belirlemek amacıyla da Sobel testi uygulanmıştır ve bu testin sonuçları Tablo 8.72’de gösterilmiştir.

**Tablo 8.71.** İşletmenin Yararlanmış Olduğu Teşviklerin Sayısı, Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

Analiz Değişkenleri	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	Düzeltilmiş $R^2$	$F$
<b>1. Analiz (Path c)</b>						
Teşviklerin sayısı – Sübjektif İşletme Performansı	,172	1,756	,082	,030	,020	3,082
<b>2. Analiz (Path a)</b>						
Teşviklerin sayısı - Uluslararasılaşma Derecesi	,247	2,557	,012	,061	,052	6,540
<b>3. Analiz (Path b)</b>						
Uluslararasılaşma Derecesi – Sübjektif İşletme Performansı	,330	3,510	,001	,109	,100	12,324
<b>(Path <math>c=ab</math>)</b>						
Teşviklerin sayısı – Uluslararasılaşma Derecesi – Sübjektif İşletme Performansı	,306	3,156	,002	,118	,100	6,658

Bağımsız değişken: Teşvik sayıları; Aracı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi; Bağımlı değişken: Sübjektif İşletme Performansı

**Panel A****Panel B**

\* $p < 0,10$ , \*\* $p < 0,05$ , \*\*\* $p < 0,01$

0,306\*\*\*

**Şekil 8.8.** İşletmenin Yararlanmış Olduğu Teşviklerin Sayısı İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

Sobel testi ile yapılan hesaplama göre  $\hat{c}-c=0,134$ 'e göre z- değeri, 0,953 ve  $p>0,10$  olduğu bulunmuştur. Buna göre bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin gücünün zayıf ( $z<1,96$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur.

**Tablo 8.72.** Teşviklerin Sayısı ile Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisinin Sobel Testi Sonuçları

	<i>Unstand. Coeff. (B) (a)</i>	<i>Unstand. Coeff. (B) (b)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>a</sub>)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>b</sub>)</i>
<i>Girdiler</i>	,445	,004	,141	,004
	<i>Test İstatistiği (z-değeri)</i>	<i>Standart Hata</i>	<i>Sig. / p</i>	
<i>Test Sonuçları</i>	,953	,001	,340	

### 8.5.3.2. Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu, Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı İlişkisi

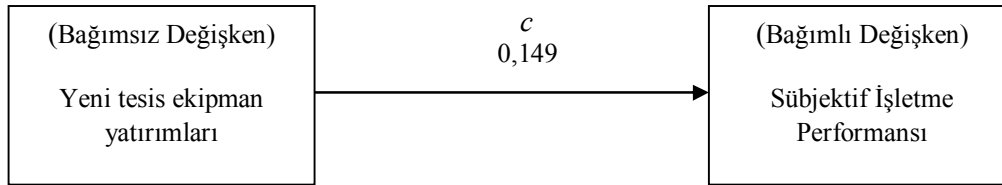
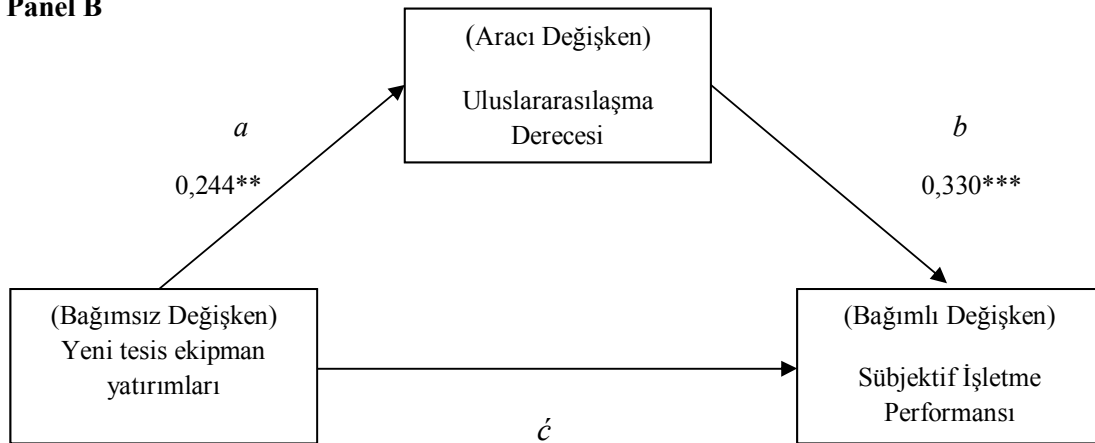
Araştırmada işletmelerin yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu ile sübjektif işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; işletmelerin yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğunun, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $a_{\beta}=,244$ ;  $p<0,05$ ); uluslararasılaşma derecesinin, sübjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $b_{\beta}=,330$ ;  $p<0,01$ ); işletmelerin, yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğunun, sübjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü fakat istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir etkiye sahip olduğu ( $c_{\beta}=,149$ ;  $p>0,10$ ) belirlenmiştir. Hiyerarşik regresyonda işletmelerin yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu ile sübjektif işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisinin olmadığı görülmüştür ( $\hat{c}_{\beta}=,317 > c_{\beta}=,149$ ;  $\hat{c}_p<0,01$ ). Bu yüzden aracı etkilerdeki temel ölçüt şartları sağlanamadığından herhangi bir aracılık etkisi belirlenmemiştir. Bu nedenle çalışmanın on ikinci hipotezinin sekizinci alt hipotezi olan “ $H_{12a.8}$ : İşletmenin yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir”, hipotez kabul edilmiştir.

Değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 8.73’te ve Şekil 8.9’da gösterilmiştir.

**Tablo 8.73.** İşletmenin Sahip Olduğu Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu, Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

<i>Analiz Değişkenleri</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	<i>Düzeltilmiş</i> $R^2$	$F$
<b>1. Analiz (Path c)</b>						
Yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu – Sübjektif İşletme Performansı	,149	1,470	,145	,022	,012	2,162
<b>2. Analiz (Path a)</b>						
Yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu - Uluslararasılaşma Derecesi	,244	2,457	,016	,060	,050	6,035
<b>3. Analiz (Path b)</b>						
Uluslararasılaşma Derecesi – Sübjektif İşletme Performansı	,330	3,510	,001	,109	,100	12,324
<b>(Path <math>\acute{c}</math>=ab)</b>						
Yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu – Uluslararasılaşma Derecesi – Sübjektif İşletme Performansı	,317	3,168	,002	,117	,098	6,203

Bağımsız değişken: Yeni tesis ekipman yatırımları yoğunluğu; Aracı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi; Bağımlı değişken: Sübjektif İşletme Performansı

**Panel A****Panel B**

\* $p < 0,10$ , \*\* $p < 0,05$ , \*\*\* $p < 0,01$

0,317\*\*\*

**Şekil 8.9.** İşletmenin Sahip Olduğu Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

Sobel testi ile yapılan hesaplama göre  $\hat{c}-c=0,168$ 'e göre z- değeri, 0,699 ve  $p>0,10$  olduğu bulunmuştur. Buna göre bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin gücünün zayıf ( $z<1,96$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur.

**Tablo 8.74.** Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu ile Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisinin Sobel Testi Sonuçları

	<i>Unstand. Coeff. (B) (a)</i>	<i>Unstand. Coeff. (B) (b)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>a</sub>)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>b</sub>)</i>
<i>Girdiler</i>	.456	.401	.144	.559
	<i>Test İstatistiği (z-değeri)</i>	<i>Standart Hata</i>	<i>Sig. / p</i>	
<i>Test Sonuçları</i>	.699	.261	.484	

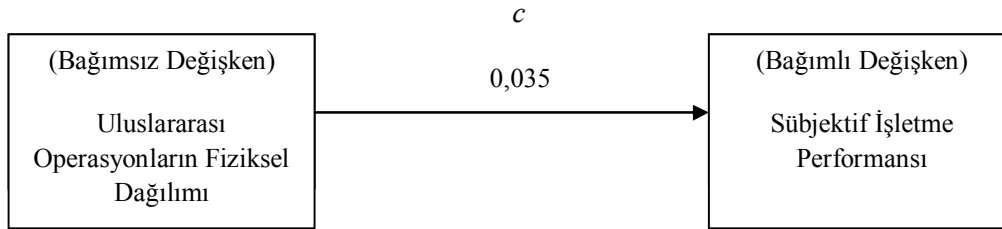
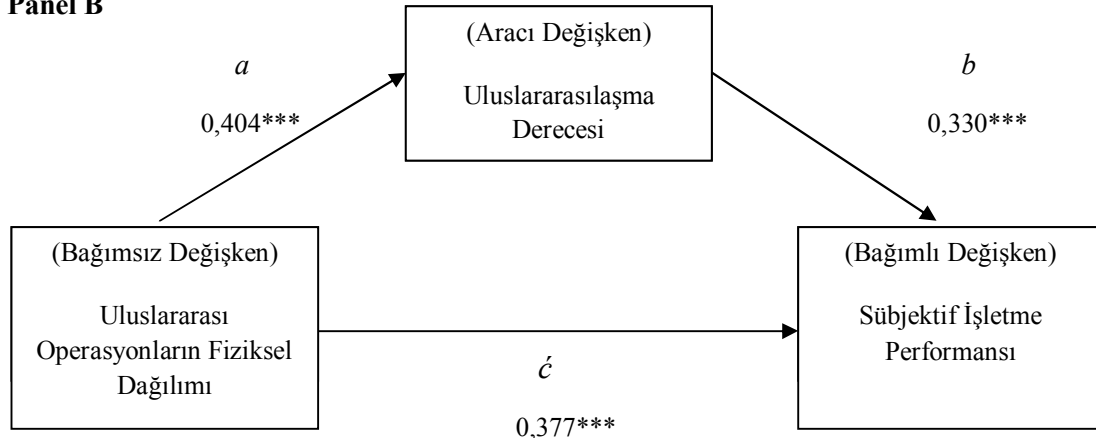
### 8.5.3.3. Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı, Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı İlişkisi

Araştırmada uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı ile sübjektif işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; uluslararası operasyonların fiziksel dağılımının, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $a_{\beta}=,404$ ;  $p<0,01$ ); uluslararasılaşma derecesinin, sübjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $b_{\beta}=,330$ ;  $p<0,01$ ); uluslararası operasyonların fiziksel dağılımının, sübjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü fakat istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir etkiye sahip olduğu ( $c_{\beta}=,035$ ;  $p>0,10$ ) belirlenmiştir. Hiyerarşik regresyonda uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı ile sübjektif işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisinin olmadığı görülmüştür ( $\hat{c}_{\beta}=,377 > c_{\beta}=,001$ ). Buna göre; uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, uluslararasılaşma derecesinin etkinliğini artırmakta; uluslararasılaşma derecesi de, sübjektif işletme performansının etkinliğini artırmada etkili olmaktadır. Aracı etkilerdeki ( $\hat{c}_{\beta}=,377 > c_{\beta}=,035$ ;  $\hat{c}_p<0,01$ ) olmasından dolayı, aracı etkilerdeki temel ölçüt şartları sağlandığından, kısmi aracılık etkisi belirlenmiştir. Bundan dolayı çalışmanın on ikinci hipotezinin dokuzuncu alt hipotezi olan “ $H_{12a.9}$ : İşletmenin uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir”, hipotezi kabul edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 8.75’de ve Şekil 8.10’da gösterilmiştir.

**Tablo 8.75.** Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı, Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

<i>Analiz Değişkenleri</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	$F$
<b>1. Analiz (Path c)</b>						
Uluslararası Operasyonların fiziksel dağılımı – Sübjektif İşletme Performansı	,035	,353	,725	,001	-,009	,125
<b>2. Analiz (Path a)</b>						
Uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı - Uluslararasılaşma Derecesi	,404	4,443	,000	,163	,155	19,740
<b>3. Analiz (Path b)</b>						
Uluslararasılaşma Derecesi – Sübjektif İşletme Performansı	,330	3,510	,001	,109	,100	12,324
<b>(Path <math>\acute{c}</math>=ab)</b>						
Uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı – Uluslararasılaşma Derecesi – Sübjektif İşletme Performansı	,377	3,679	,000	,120	,103	6,837

Bağımsız değişken: Uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı; Aracı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi, Bağımlı değişken: Sübjektif İşletme Performansı

**Panel A****Panel B**

\*p<0,10, \*\*p<0,05, \*\*\*p<0,01

**Şekil 8.10.** Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi



Ayrıca bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin gücünü ilişkinin anlamlılığını araştırmak üzere Sobel testi yapılmıştır.

Sobel testi ile yapılan hesaplama göre  $c-c = 0,342$ 'ye göre z- değeri -0,964 ve  $p>0,10$  olduğu bulunmuştur. Buna göre bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin gücü zayıf ( $z<1,96$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur (Tablo 8.76).

**Tablo 8.76.** Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı ile Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları

	<i>Unstand. Coeff. (B) (a)</i>	<i>Unstand. Coeff. (B) (b)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>a</sub>)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>b</sub>)</i>
<i>Girdiler</i>	,548	-,002	,149	,002
	<i>Test İstatistiği (z-değeri)</i>	<i>Standart Hata</i>	<i>Sig. / p</i>	
<i>Test Sonuçları</i>	-0,964	,000	,334	

#### 8.5.3.4. Uluslararası Yönelim, Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı İlişkisi

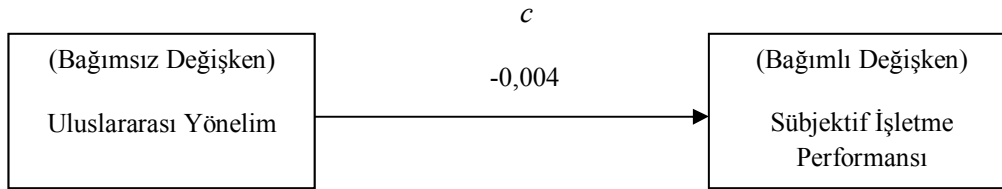
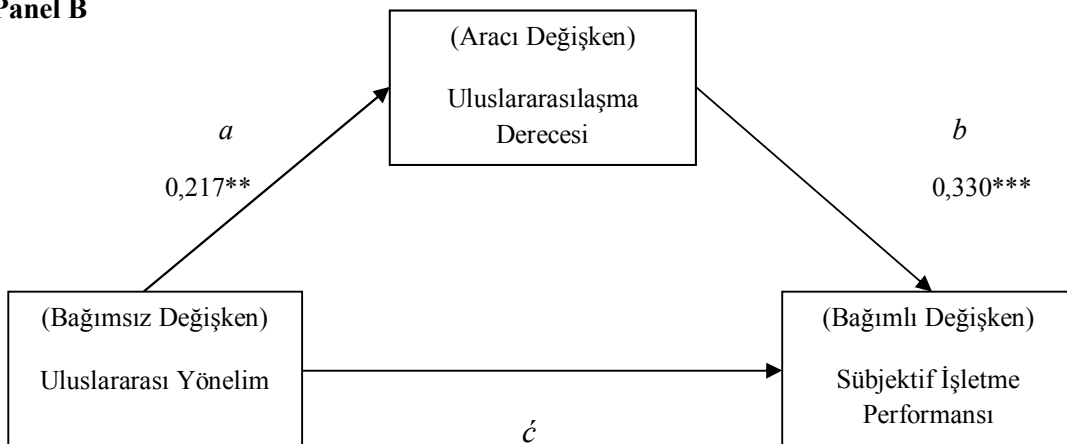
Araştırmada işletmelerin uluslararası yönelimi ile sübjektif işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; işletmenin uluslararası yöneliminin, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $a_{\beta}=,217$ ;  $p<0,05$ ); uluslararasılaşma derecesinin, sübjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $b_{\beta}=,330$ ;  $p<0,01$ ); uluslararası yönelimin, sübjektif işletme performansı üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $c_{\beta}=-,004$ ;  $p>0,10$ ). Hiyerarşik regresyonda ( $c_{\beta}=,347 > c_{\beta}=-,004$ ;  $c_p<0,01$ ) olmasından dolayı aracı etkilerdeki temel ölçüt şartları sağlandığından, kısmi aracılık etkisi belirlenmiştir. Buna göre; işletmelerin uluslararası yönelimi, uluslararasılaşma derecesinin etkinliğini artırmakta; uluslararasılaşma derecesinin etkinliği de, sübjektif işletme performansının etkinliğinin artmasında etkili olmaktadır; uluslararası yönelim, sübjektif işletme performansının etkinliğinin artmasında etkili olmamaktadır.

Bu yüzden çalışmanın on ikinci hipotezinin, onuncu alt hipotezi olan " $H_{12a.10}$ : İşletmenin uluslararası yönelimi, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir", hipotezi kabul edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 8.77'de ve Şekil 8.11'de gösterilmiştir. Ayrıca bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin gücünü ilişkinin anlamlılığını araştırmak üzere Sobel testi yapılmıştır (Tablo 8.78).

**Tablo 8.77.** İşletmenin Uluslararası Yönelimi, Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

<i>Analiz Değişkenleri</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	<i>Düzeltilmiş</i> $R^2$	$F$
<b>1. Analiz (Path c)</b>						
Uluslararası Yönelim – Sübjektif İşletme Performansı	-,004	-,045	,964	,000	-,010	,002
<b>2. Analiz (Path a)</b>						
Uluslararası Yönelim - Uluslararasılaşma Derecesi	,217	2,236	,028	,047	,038	5,001
<b>3. Analiz (Path b)</b>						
Uluslararasılaşma Derecesi – Sübjektif İşletme Performansı	,330	3,510	,001	,109	,100	12,324
<b>(Path <math>c=ab</math>)</b>						
Uluslararası yönelim – Uluslararasılaşma derecesi- Sübjektif İşletme Performansı	,347	3,601	,000	,115	,097	6,486

Bağımsız değişken: Uluslararası yönelim; Aracı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi; Bağımlı değişken: Sübjektif İşletme Performansı

**Panel A****Panel B**

\* $p < 0,10$ , \*\* $p < 0,05$ , \*\*\* $p < 0,01$

0,347\*\*\*

**Şekil 8.11.** Uluslararası Yönelim İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

Sobel testi ile yapılan hesaplama göre  $c-c = 0,351$ 'e göre z- değeri -0,808 ve  $p > 0,10$  olduğu bulunmuştur. Buna göre bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin gücünün zayıf ( $z < 1,96$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur (Tablo 8.78).

**Tablo 8.78.** Uluslararası Yönelim ile Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları

	<i>Unstand. Coeff. (B) (a)</i>	<i>Unstand. Coeff. (B) (b)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>a</sub>)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>b</sub>)</i>
<i>Girdiler</i>	,505	-,078	,140	,094
	<i>Test İstatistiği (z-değeri)</i>	<i>Standart Hata</i>	<i>Sig. / p</i>	
<i>Test Sonuçları</i>	-,808	,048	0,418	

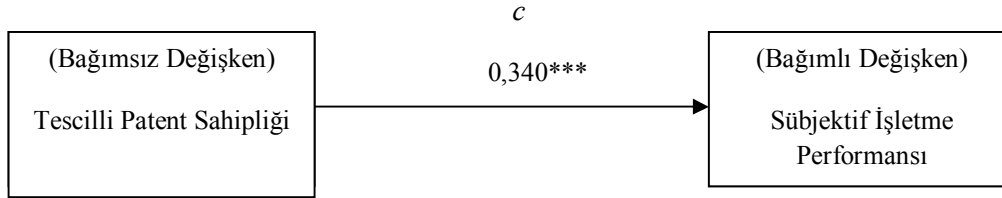
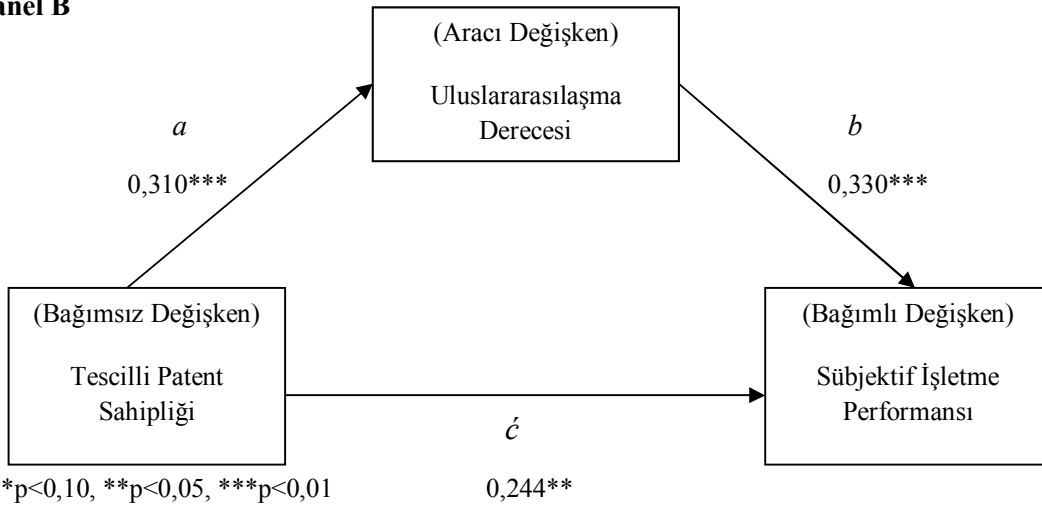
### 8.5.3.5. Tescilli Patent Sahipliği, Uluslararasılaşma Derecesi ve Sübjektif İşletme Performansı İlişkisi

Araştırmada işletmelerin tescilli patent sahipliği ile sübjektif işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; işletmelerin tescilli patent sahipliğinin uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $a_{\beta} = ,310$ ;  $p < 0,01$ ); uluslararasılaşma derecesinin, sübjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $b_{\beta} = ,330$ ;  $p < 0,01$ ); işletmelerin tescilli patent sahipliğinin, sübjektif işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $c_{\beta} = ,340$ ;  $p < 0,01$ ) belirlenmiştir. Hiyerarşik regresyonda tescilli patent sahipliği, uluslararasılaşma derecesinin artmasına etki etmekte; uluslararasılaşma derecesi, sübjektif işletme performansının etkinliğinin artmasında etkili olmaktadır, tescilli patent sahipliği, sübjektif işletme performansının etkisinin artmasında etkili olmaktadır. Buna rağmen bu ilişkide uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi de araştırılmıştır. Ancak aracı etkilerdeki temel ölçüt şartları sağlanamadığından aracılık etkisi belirlenememiştir ( $c_{\beta} = ,244 < c_{\beta} = ,340$ ;  $c_p < 0,05$ ). Bu yüzden, çalışmanın on ikinci hipotezinin on ikinci alt hipotezi olan " $H_{12a.12}$ : İşletmenin tescilli patent sahipliği, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir", hipotezi reddedilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 8.79'da ve Şekil 8.12'de gösterilmiştir.

**Tablo 8.79.** Tescilli Patent Sahipliği, Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

<i>Analiz Değişkenleri</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	$F$
<b>1. Analiz (Path c)</b>						
Tescilli patent sahipliği – Sübjektif İşletme Performansı	,340	3,614	,000	,116	,107	13,061
<b>2. Analiz (Path a)</b>						
Tescilli patent sahipliği - Uluslararasılaşma Derecesi	,310	3,263	,002	,096	,087	10,645
<b>3. Analiz (Path b)</b>						
Uluslararasılaşma Derecesi – Sübjektif İşletme Performansı	,330	3,510	,001	,109	,100	12,324
<b>(Path <math>c=ab</math>)</b>						
Tescilli patent sahipliği – Uluslararasılaşma Derecesi – Sübjektif İşletme Performansı	,244	2,537	,013	,170	,153	10,104

Bağımsız değişken: Tescilli patent sahipliği; Aracı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi; Bağımlı değişken: Sübjektif İşletme Performansı

**Panel A****Panel B****Şekil 8.12.** Tescilli Patent Sahipliği İle Sübjektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

Yapılan analiz sonucunda araştırmanın on ikinci hipotezi olan alt hipotezleri olan “ $H_{12a.6}$ ”, “ $H_{12a.8}$ ”, “ $H_{12a.9}$ ”, “ $H_{12a.10}$ ” hipotezleri kabul edilmiştir. “ $H_{12a.8}$ ” ve “ $H_{12a.12}$ ” hipotezleri ise analiz sonucunda reddedilmiştir. Diğer taraftan işletme karakteristiklerinin diğer alt boyutlarının korelasyon analizinde uluslararasılaşma derecesi ile aralarında herhangi bir ilişki bulunamamasından dolayı hipotezler analizleri yapılmadan hipotezleri reddedilmiştir. Bundan dolayı “ $H_{12a}$ : İşletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

#### 8.5.4. İşletme Karakteristikleri ile Objektif İşletme Performansı İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesi Aracılık Etkisi

Araştırmada işletme karakteristikleri ve sübjektif işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisinin araştırılmasının yanı sıra objektif işletme performansı değişkenleri (ROE, ROS, ROA, KAR, Satışlar ve İhracat satışları) ile işletme karakteristikleri ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi de araştırılacaktır. Bu amaçla oluşturulan ve araştırmanın on ikinci hipotezlerinden olan “ $H_{12b}$ : İşletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” şeklindedir.

Yapılan hiyerarşik regresyon analizinde, ihracat satışları değişkeni hariç diğer değişkenlerin aracılık analizinin temel ölçütlerinden olan, “ $a$ ”, “ $b$ ” ve “ $c$ ”nin anlamlı yani ( $p < 0,05$ ) olması ve “ $c$ ” değerinin de “ $c$ ”den büyük olması ( $c > c$ ) koşullarından en az biri sağlanmadığından dolayı herhangi bir aracılık etkisine rastlanamamıştır. Ayrıca yapılan korelasyon analizinde işletme karakteristiklerinin bazı değişkenleri ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir korelasyon bulunmadığından dolayı bu değişkenlerin aracılık etkileri araştırılmamıştır.

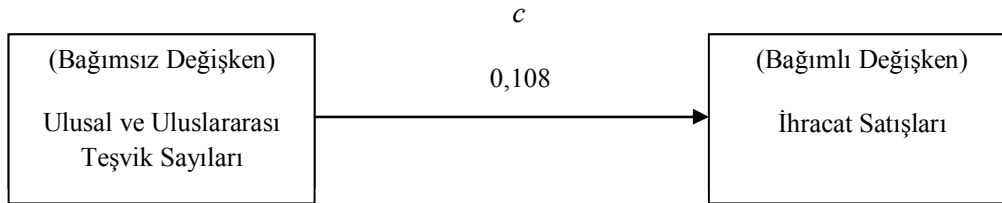
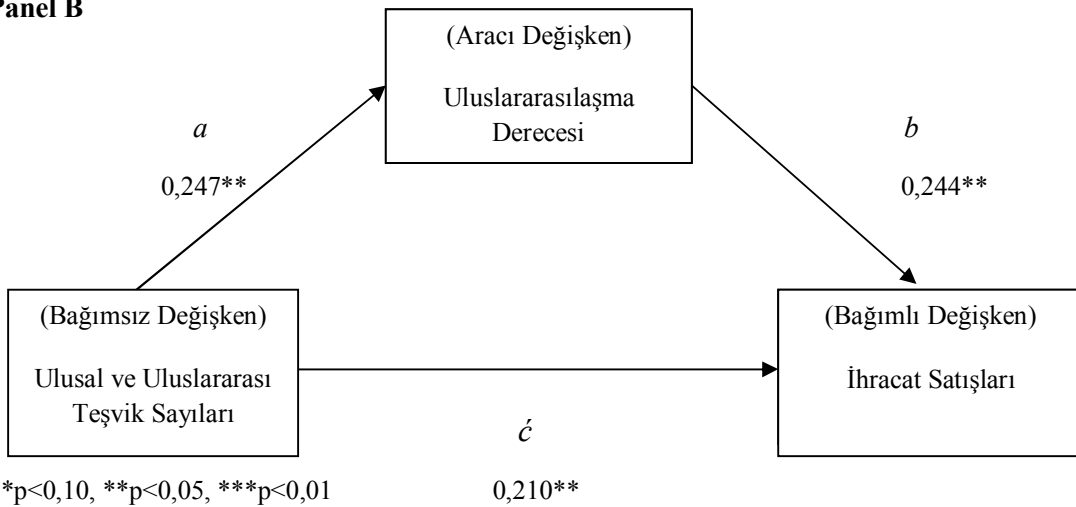
##### 8.5.4.1. Ulusal ve Uluslararası Teşvik Sayıları, Uluslararasılaşma Derecesi ve İhracat Satışları İlişkisi

Araştırmada ulusal ve uluslararası teşvik sayıları ile ihracat satışları ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, ulusal ve uluslararası teşvik sayılarının uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $a_{\beta} = ,247$ ;  $p < 0,05$ ), uluslararasılaşma derecesinin, ihracat satışları üzerinde pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir etki belirlenmiştir ( $b_{\beta} = ,244$ ;  $p < 0,05$ ), ulusal ve uluslararası teşvik sayılarının, ihracat satışları üzerinde pozitif yönde ancak istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir ilişkiye sahip olmadığı bulunmuştur ( $c_{\beta} = ,108$ ;  $p > 0,10$ ). Hiyerarşik regresyonda, ulusal ve uluslararası teşvik sayıları ile ihracat satışları ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisi belirlenmiştir ( $c'_{\beta} = ,210 > c_{\beta} = ,108$ ;  $c'_p < 0,05$ ). Bundan dolayı aracı etkilerdeki temel ölçüt şartları sağlanmıştır. Buna göre, ulusal ve uluslararası teşvik sayıları, uluslararasılaşma derecesinin etkinliğini artırmakta, uluslararasılaşma derecesi de, ihracat satışlarının etkinliğini artırmamaktadır, ulusal ve uluslararası teşvik sayıları, ihracat satışlarının etkinliğine etki etmemektedir. Bu yüzden “ $H_{12b.6}$ : İşletmenin yararlandığı teşviklerin sayıları, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir” hipotezi kabul edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 8.80’de ve Şekil 8.13’de gösterilmiştir. Ayrıca bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin gücünü ve ilişkinin anlamlılığını araştırmak üzere Sobel testi yapılmıştır (Tablo 8.81).

**Tablo 8.80.** Ulusal ve Uluslararası Teşvik Sayıları, İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

<i>Analiz Değişkenleri</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	$F$
<b>1. Analiz (Path c)</b>						
Ulusal ve Uluslararası Teşvik Sayıları – İhracat Satışları	,108	1,096	,276	,012	,002	1,201
<b>2. Analiz (Path a)</b>						
Ulusal ve Uluslararası Teşvik Sayıları - Uluslararasılaşma Derecesi	,247	2,557	,012	,061	,052	6,540
<b>3. Analiz (Path b)</b>						
Uluslararasılaşma Derecesi – İhracat Satışları	,244	2,311	,023	,050	,041	5,342
<b>(Path <math>\acute{c}</math>=ab)</b>						
Ulusal ve Uluslararası Teşvik Sayıları – Uluslararasılaşma Derecesi – İhracat Satışları	,210	2,093	,039	,053	,034	2,811

Bağımsız değişken: Ulusal ve uluslararası teşvik sayıları; Aracı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi; Bağımlı değişken: İhracat satışları

**Panel A****Panel B****Şekil 8.13.** Ulusal ve Uluslararası Teşvik Sayıları İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

Sobel testi ile yapılan hesaplama göre  $c-c = 0,102$ 'a göre z- değeri 0,486 ve  $p > 0,10$  olduğu bulunmuştur. Buna göre bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin gücünün zayıf ( $z < 1,96$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur (Tablo 8.81).

**Tablo 8.81.** Ulusal ve Uluslararası Teşvik Sayıları ile İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları

	<i>Unstand. Coeff. (B) (a)</i>	<i>Unstand. Coeff. (B) (b)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>a</sub>)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>b</sub>)</i>
<i>Girdiler</i>	,333	,002	,159	,004
	<i>Test İstatistiği (z-değeri)</i>	<i>Standart Hata</i>	<i>Sig. / p</i>	
<i>Test Sonuçları</i>	,486	,001	,626	

#### 8.5.4.2. Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu, Uluslararasılaşma Derecesi ve İhracat Satışları İlişkisi

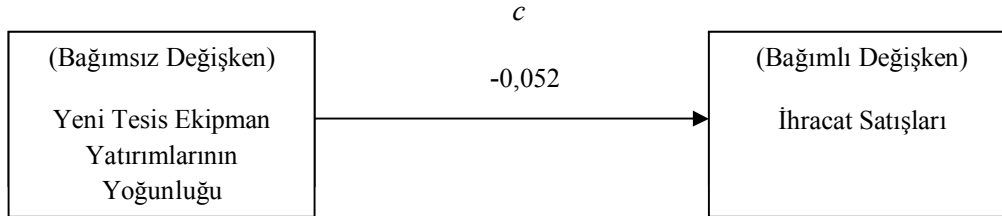
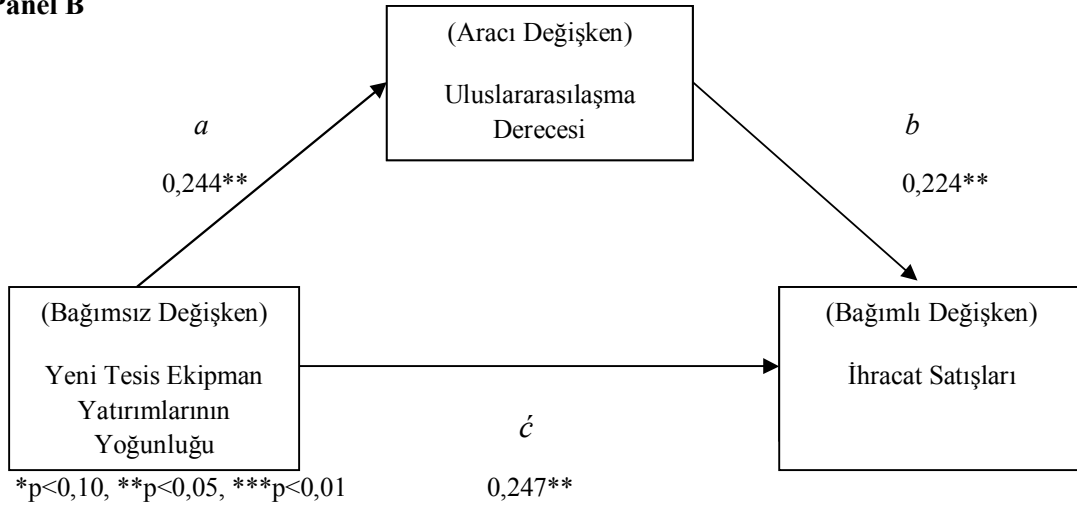
Araştırmada Yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu ile ihracat satışları ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğunun, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur ( $a_{\beta} = ,244$ ;  $p < 0,05$ ). Uluslararasılaşma derecesinin, ihracat satışları üzerinde pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi belirlenmiştir ( $b_{\beta} = ,224$ ;  $p < 0,05$ ). Yeni tesis ekipman yatırımlarının ihracat satışları üzerinde negatif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı olmayan bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $c_{\beta} = -,052$ ;  $p > 0,10$ ). Hiyerarşik regresyonda yeni tesis ekipman yatırımları ile ihracat satışları arasındaki ilişkide, uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisi olduğu görülmüştür ( $c_{\beta} = ,247 > c_{\beta} = -,052$ ;  $c_p < 0,05$ ). Bu yüzden aracı etkilerdeki temel ölçüt şartları sağlanmıştır. Buna göre, yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesinin etkinliğini artırmakta, uluslararasılaşma derecesinin etkinliği ise ihracat satışlarının etkinliğini artırmada kısmen etkili olmaktadır. Bundan dolayı “ $H_{12b.8}$ : İşletmenin yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir” hipotezi kabul edilmiştir.

Değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 8.82’de ve Şekil 8.14’te gösterilmiştir. Ayrıca bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin gücünü ilişkinin anlamlılığını araştırmak üzere Sobel testi yapılmıştır (Tablo 8.83).

**Tablo 8.82.** Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

<i>Analiz Değişkenleri</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	$F$
<b>1. Analiz (Path c)</b>						
Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu – İhracat Satışları	-,052	-,504	,615	,003	-,008	,254
<b>2. Analiz (Path a)</b>						
Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu - Uluslararasılaşma Derecesi	,244	2,457	,016	,060	,050	6,035
<b>3. Analiz (Path b)</b>						
Uluslararasılaşma Derecesi – İhracat Satışları	,224	2,311	,023	,050	,041	5,342
<b>(Path <math>\acute{c}</math>=ab)</b>						
Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu – Uluslararasılaşma Derecesi – İhracat Satışları	,247	2,394	,019	,060	,040	3,000

Bağımsız değişken: Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu; Aracı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi; Bağımlı değişken: İhracat satışları

**Panel A****Panel B****Şekil 8.14.** Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi



Sobel testi ile yapılan hesaplama göre  $c-c = 0,299$ 'a göre z- değeri  $-0,990$  ve  $p>0,10$  olduğu bulunmuştur. Buna göre bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin gücü zayıf ( $z<1,96$ ) ve istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur (Tablo 8.83).

**Tablo 8.83.** Yeni Tesis Ekipman Yatırımlarının Yoğunluğu ile İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları

	<i>Unstand. Coeff. (B) (a)</i>	<i>Unstand. Coeff. (B) (b)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>a</sub>)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>b</sub>)</i>
<i>Girdiler</i>	,362	-,637	,151	,586
	<i>Test İstatistiği (z-değeri)</i>	<i>Standart Hata</i>	<i>Sig. / p</i>	
<i>Test Sonuçları</i>	-,990	,232	,322	

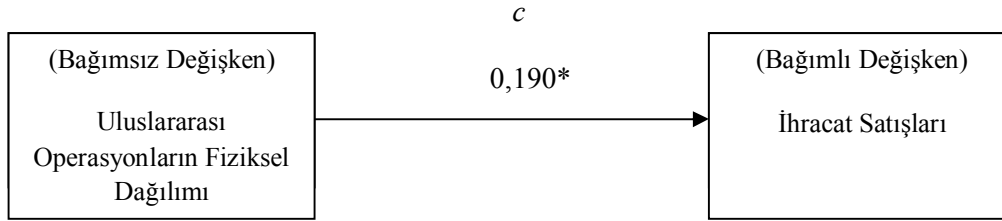
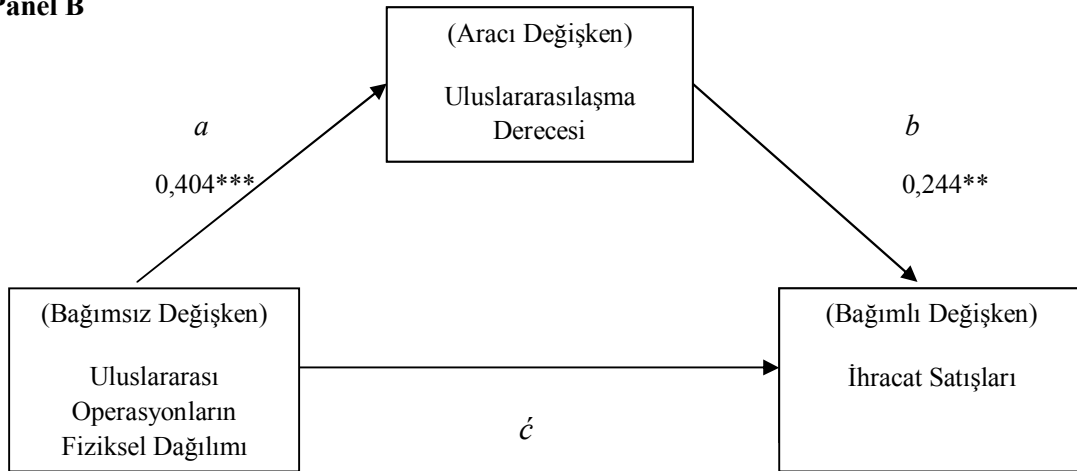
#### 8.5.4.3. Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı, Uluslararasılaşma Derecesi ve İhracat Satışları İlişkisi

Araştırmada, uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımı ile ihracat satışları arası ilişkide uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $a_{\beta} = ,404$ ;  $p<0,01$ ); uluslararasılaşma derecesinin, ihracat satışları üzerinde pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ( $b_{\beta} = ,244$ ;  $p<0,05$ ), uluslararası operasyonların fiziksel dağılımının, ihracat satışları üzerinde pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir ( $c_{\beta} = ,190$ ;  $p<0,10$ ). Ayrıca uluslararası operasyonların fiziksel dağılımının, ihracat satışları üzerinde hem direkt etkisi hem de uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi de araştırılmıştır ancak aracılık etkisindeki temel ölçütler sağlanamadığından dolayı herhangi bir aracılık etkisi belirlenmemiştir ( $\hat{c}_{\beta} = ,176 < c_{\beta} = ,190$ ;  $\hat{c}_p > 0,10$ ). Bu nedenle “ $H_{12b.9}$ : İşletmenin uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir” hipotezi reddedilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkileri gösteren hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 8.84’de ve Şekil 8.15’te gösterilmiştir.

**Tablo 8.84.** Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

<i>Analiz Değişkenleri</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	<i>Düzeltilmiş <math>R^2</math></i>	$F$
<b>1. Analiz (Path c)</b>						
Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı – İhracat Satışları	,190	1,946	,054	,036	,027	3,787
<b>2. Analiz (Path a)</b>						
Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı - Uluslararasılaşma Derecesi	,404	4,443	,000	,163	,155	19,740
<b>3. Analiz (Path b)</b>						
Uluslararasılaşma Derecesi – İhracat Satışları	,244	2,311	,023	,050	,041	5,342
<b>(Path <math>\acute{c}</math>=<math>ab</math>)</b>						
Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı – Uluslararasılaşma Derecesi – İhracat Satışları	,176	1,662	,100	,062	,043	3,308

Bağımsız değişken: Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı; Aracı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi; Bağımlı değişken: İhracat satışları

**Panel A****Panel B**

\* $p < 0,10$ , \*\* $p < 0,05$ , \*\*\* $p < 0,01$

**Şekil 8.15.** Uluslararası Operasyonların Fiziksel Dağılımı İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

#### 8.5.4.4. Uluslararası Yönelim İle Uluslararasılaşma Derecesi ve İhracat Satışları İlişkisi

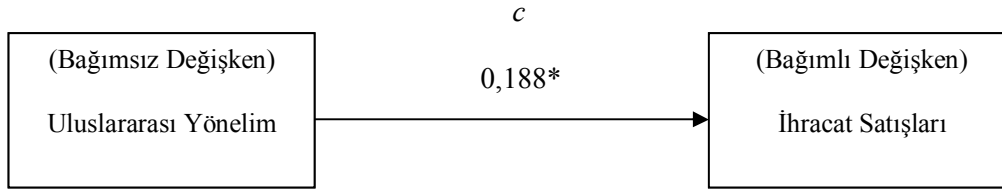
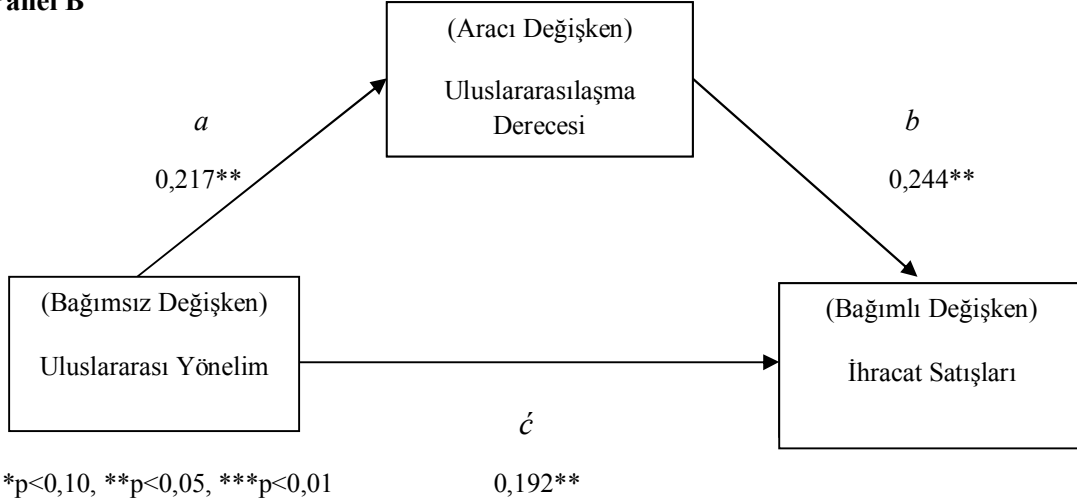
Araştırmada uluslararası yönelim ile ihracat satışları arası ilişkide, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda; uluslararası yönelimin, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olduğu belirlenmiştir ( $a_{\beta} = ,217$ ;  $p < 0,05$ ); uluslararasılaşma derecesinin, ihracat satışları üzerinde pozitif yönde ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur ( $b_{\beta} = ,244$ ;  $p < 0,05$ ), uluslararası yönelimin, ihracat satışları üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir ( $c_{\beta} = ,188$ ;  $p < 0,10$ ). Uluslararası yönelimin ihracat satıları üzerinde direkt etkisinin olmasına rağmen uluslararası yönelim ile ihracat satışları arası ilişkide uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi de araştırılmıştır. Hiyerarşik regresyon sonucunda uluslararası yönelim ile ihracat satışları arasındaki ilişkide uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisi belirlenmiştir  $c_{\beta} = ,188 < \acute{c}_{\beta} = ,192$ ;  $c_p < 0,10$ ). Aracılık etkisindeki temel ölçüt şartları sağlanmıştır. Bu nedenle “ $H_{12b.10}$ : İşletmenin uluslararası yönelimi, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla ihracat satışlarını pozitif etkilemektedir” hipotezi kabul edilmiştir.

Değişkenler arasındaki ilişkileri gösteren hiyerarşik regresyon analizi sonuçları Tablo 8.85’de ve Şekil 8.16’da gösterilmiştir.

**Tablo 8.85.** Uluslararası Yönelim İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

<i>Analiz Değişkenleri</i>	$\beta$	$T$	$p$	$R^2$	<i>Düzeltilmiş</i> $R^2$	$F$
<b>1. Analiz (Path c)</b>						
Uluslararası yönelim – İhracat satışları	,188	1,921	,058	,035	,026	3,691
<b>2. Analiz (Path a)</b>						
Uluslararası yönelim - Uluslararasılaşma derecesi	,217	2,236	,028	,047	,038	5,001
<b>3. Analiz (Path b)</b>						
Uluslararasılaşma derecesi – İhracat satışları	,244	2,311	,023	,050	,041	5,342
<b>(Path <math>\acute{c} = ab</math>)</b>						
Uluslararası yönelim – Uluslararasılaşma derecesi – İhracat satışları	,192	1,948	,054	,071	,052	3,794

Bağımsız değişken: Uluslararası Yönelim; Aracı değişken: Uluslararasılaşma Derecesi; Bağımlı değişken: İhracat satışları

**Panel A****Panel B**

\* $p < 0,10$ , \*\* $p < 0,05$ , \*\*\* $p < 0,01$

**Şekil 8.16.** Uluslararası Yönelim İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracılık Etkisi

Sobel testi ile yapılan hesaplama göre  $\hat{c} - c = 0,004$ 'ya göre z- değeri 1,175 ve  $p > 0,10$  olduğu bulunmuştur. Buna göre bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin gücü iyi ama istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur (Tablo 8.86).

**Tablo 8.86.** Uluslararası Yönelim İle İhracat Satışları İlişkisinde Uluslararasılaşma Derecesinin Aracı (Mediator) Etkisinin Sobel Testi Sonuçları

	<i>Unstand. Coeff. (B) (a)</i>	<i>Unstand. Coeff. (B) (b)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>a</sub>)</i>	<i>Std. Hata (S<sub>b</sub>)</i>
<i>Girdiler</i>	,305	,155	,157	,105
	<i>Test İstatistiği (z-değeri)</i>	<i>Standart Hata</i>	<i>Sig. / p</i>	
<i>Test Sonuçları</i>	1,175	0,040	0,239	

Yapılan hiyerarşik regresyon sonucunda "H12b" hipotezi alt hipotezleri açısından sadece "H12<sub>b,6</sub>", "H12<sub>b,8</sub>" ve "H12<sub>b,10</sub>" alt hipotezleri kabul "H12<sub>b,9</sub>" hipotezi ise reddedilmiştir. Diğer taraftan diğer işletme karakteristiklerinin korelasyon analizinde uluslararasılaşma derecesi ile uluslararasılaşma derecesinin ise diğer objektif işletme performansları ile aralarında herhangi bir korelasyona sahip olmamasından dolayı aracılık analizine alınmadan ilgili alt hipotezler reddedilmiştir.

Bu yüzden “H12b: İŞletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Buna göre “H12a: İŞletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” ve “H12b:İŞletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir” hipotezlerinin kısmen kabul edilmesinden dolayı bunlara bağlı olarak ta H12b:İŞletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir” hipotezi de kısmen kabul edilmiştir.

## 9. SONUÇ ve TARTIŞMA

Bu tez çalışmasının odak noktasını, uluslararasılaşma ve uluslararasılaşma derecesi oluşturmaktadır. Çalışmanın teorik kısmını takip eden alan çalışması kısmında işletmelerin uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörlerin (işletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri ve ev sahibi ülke faktörleri) uluslararasılaşma derecesi ve işletme performansı üzerindeki etkilerini araştırmak amaçlanmıştır. Bu çalışmanın amaçlarını daha ayrıntılı olarak şu şekilde sıralamak mümkündür:

- İşletme karakteristiklerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkisini belirlemek,
- Ana ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkisini belirlemek,
- Ev sahibi ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkisini belirlemek,
- İşletme karakteristiklerinin işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemek,
- Ana ülke faktörlerinin işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemek,
- Ev sahibi ülke faktörlerinin işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemek,
- Uluslararasılaşma derecesinin işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemektir.

Çalışmanın diğer amaçları ise:

- İşletmelerin uluslararasılaşma derecelerinin işletme karakteristiklerine göre farklılık gösterip göstermediklerini belirlemek,
- İşletmelerin performanslarının uluslararasılaşma derecesine göre farklılık gösterip göstermediklerini belirlemek,
- Ana ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisini belirlemek,
- Ev sahibi ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisini belirlemek,
- İşletme karakteristikleri ile işletme performansı ilişkisinde, uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisini belirlemek şeklinde sıralanabilir.

Çalışmada sunulan değişkenler arasında oluşturulan ana ve alt hipotezler SPSS 16.0 istatistik paket programı aracılığıyla Regresyon, Tek Yönlü ANOVA, t-Testi ve Aracılık analizleri yapılarak araştırılmıştır. Analizlerde ana ülke faktörleri, ev sahibi ülke faktörleri ve sübjektif işletme performansı parametrelerinin benzer özellik göstermesinden dolayı ortalamaları alınarak bazı Tek Yönlü ANOVA analizi ve Hiyerarşik regresyon analizlerinde tek bir ana ülke, ev sahibi ülke ve sübjektif işletme performansı faktörü gibi değerlendirilerek kullanılmıştır.

Analiz sonucunda işletme karakteristiklerinin (işletme büyüklüğü, dış ticaret departmanı çalışan sayısı, işletme yaşı, ulusal ve uluslararası kalite sertifikalarının sayısı, uluslararası deneyim, ulusal ve uluslararası teşvik sayıları, Ar-Ge harcamaları, yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, reklam harcamaları, uluslararası yönelim, tescilli patent sahipliği, ulusal ve uluslararası marka sahipliği, ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği), uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkisi çoklu doğrusal regresyon analizi ile araştırılmıştır.

Regresyon modeli işletme karakteristiklerinin bazı alt boyutları olan “ulusal ve uluslararası teşvik sayıları, yeni tesis ekipman payı (yatırımlarının yoğunluğu) ve uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı ve tescilli patent sahipliği” açısından desteklenmektedir. Bu yüzden işletme karakteristiklerinin uluslararasılaşma derecesini pozitif yönde ve kısmen etkilediği belirlenmiştir (Tablo 8.31).

Ana ülke faktörlerinin (politika ve yasalar, rekabet yoğunluğu, ekonomik istikrar, yabancı pazar bilgisi sunulması, yatırım fırsatları hakkında bilgi verilmesi, çifte vergi anlaşmaları, finansal yardım sunulması, yatırım koruma anlaşmasının olması, ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesi, bürokrasi ve ana ülkenin sağladığı teşvikler) uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkisi çoklu doğrusal regresyon analizi ile araştırılmıştır. Regresyon modeli ana ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan rekabet yoğunluğu ve çifte vergi anlaşmaları açısından desteklenmektedir. Bu yüzden ana ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönde ve kısmi bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir (Tablo 8.32).

Ev sahibi ülke faktörlerinin (pazar talebi büyüme oranı, düşük yatırım riski, yabancı işletmelere karşı iyi davranışları, politik ve ekonomik istikrar, ölçek ekonomisi imkânı, potansiyel pazara yakınlığı, tarife ve ticaret engellerinin azaltılması, yasal düzenlemeler, direkt yabancı yatırımların teşvik edilmesi ve yabancı yatırımların millileştirilmesi riski) uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkisi, çoklu doğrusal regresyon analizi ile araştırılmıştır. Regresyon modeli ev sahibi ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan ölçek ekonomisi imkânı açısından desteklenmektedir. Bu yüzden ev sahibi ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönde ve kısmi bir etkisi belirlenmiştir (Tablo 8.33).

Ana ülke faktörlerinin (politika ve yasalar, rekabet yoğunluğu, ekonomik istikrar, yabancı pazar bilgisi sunulması, yatırım fırsatları hakkında bilgi verilmesi, çifte vergi anlaşmaları, finansal yardım sunulması, yatırım koruma anlaşması, ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesi, bürokrasi ve ana ülkenin sağladığı teşvikler) subjektif işletme performansı ve objektif işletme performansı üzerindeki etkisi, tekli doğrusal regresyon analizi ile araştırılmıştır. Regresyon modeli ana ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan sadece rekabet yoğunluğunun subjektif işletme performansına etkisi açısından desteklenmektedir (Tablo 8.34). Ana ülke faktörlerinin objektif işletme performansı üzerindeki etkileri şu şekildedir; Ana ülke faktörlerinden politika ve yasaların kar üzerinde ve ekonomik ortamın ROE üzerinde pozitif etkileri belirlenmiştir (Tablo 8.35 ve Tablo 8.36). Bu yüzden ana ülke faktörlerinin işletme performansı üzerinde pozitif yönlü ve kısmi bir etkisi belirlenmiştir.

Ev sahibi ülke faktörlerinin (pazar talebi büyüme oranı, düşük yatırım riski, yabancı işletmelere karşı iyi davranışlar, politik ve ekonomik istikrar, ölçek ekonomisi imkânı, potansiyel pazara yakınlığı, tarife ve ticaret engellerinin azaltılması, yasal düzenlemeler, direkt yabancı yatırımların teşvik edilmesi ve yabancı yatırımların millileştirilmesi riski) işletme performansı üzerindeki etkisi tekli ve çoklu doğrusal regresyon analizleri ile araştırılmıştır. Regresyon modeli ev sahibi ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan pazar talebi büyüme oranı ve ölçek ekonomisi imkânının subjektif işletme performansı üzerindeki etkisi açısından desteklenmektedir (Tablo 8.37).

Ayrıca ölçek ekonomisi imkânının objektif işletme performanslarından ihracat satışları üzerindeki etkisi açısından da desteklenmektedir (Tablo 8.38, Tablo 8.39 ve Tablo 8.40). Bu yüzden ev sahibi ülke faktörlerinin işletme performansı üzerinde pozitif yönde ve kısmi bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Uluslararasılaşma derecesinin, işletme performansı üzerindeki etkisi tekli doğrusal regresyon analizi ile araştırılmış ve uluslararasılaşma derecesinin subjektif işletme performansını pozitif yönde etkilediği (Tablo 8.41) ayrıca uluslararasılaşma derecesinin objektif işletme performanslarından olan ihracat satışları üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu belirlenmiştir (Tablo 8.42).

İşletme karakteristiklerinin (işletme büyüklüğü, dış ticaret departmanı çalışan sayısı, işletme yaşı, ulusal ve uluslararası kalite sertifikalarının sayısı, uluslararası deneyim, ulusal ve uluslararası teşvik sayıları, Ar-Ge yoğunluğu, yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, reklam harcamaları, uluslararası yönelim, tescilli patent sahipliği, ulusal ve uluslararası marka sahipliği, ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği), işletme performansı üzerindeki etkisi tekli ve çoklu doğrusal regresyon analizi ile araştırılmıştır. Regresyon modeli işletme karakteristiklerinin bazı alt boyutları olan sadece reklam harcamalarının yoğunluğu ve tescilli patent sahipliği açısından desteklenmektedir. Bu yüzden işletme karakteristiklerinin işletme performansı üzerinde pozitif yönde ve kısmi bir etkisinin olduğu belirlenmiştir (Tablo 8.43). Ayrıca işletme karakteristiklerinin alt boyutlarının objektif işletme performansları üzerindeki etkileri şu şekildedir; tescilli patent sayısının, ROE üzerinde pozitif yönde bir etkisinin olduğu; işletme büyüklüğünün kar üzerinde; işletme büyüklüğü ve ulusal ve uluslararası kalite belgesi sayısının satışlar üzerinde; ulusal ve uluslararası kalite belgeleri sayısının ihracat satışları üzerinde; ulusal ve uluslararası marka sahipliğinin ve tescilli patent sahipliğinin ROA üzerinde pozitif etkilerinin olduğu belirlenmiştir (Tablo 8.44 – Tablo 8.49).

İşletmelerin uluslararasılaşma derecesinin işletmelerin karakteristiklerine göre farklılık gösterip göstermediklerini araştırmak üzere, işletme karakteristikleri (işletme büyüklüğü, dış ticaret departmanı çalışan sayısı, işletme yaşı, ulusal ve uluslararası kalite sertifikalarının sayısı, uluslararası deneyim, ulusal ve uluslararası teşvik sayıları, Ar-Ge yoğunluğu, yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, reklam harcamaları, uluslararası yönelim, tescilli patent sahipliği, ulusal ve uluslararası marka sahipliği, ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği) Tek Yönlü ANOVA analizi ve t-Testi analizi ile araştırılmıştır. Modeller işletme karakteristiklerinin bazı alt boyutları (ulusal ve uluslararası teşvik sayıları, yeni tesis ekipman payı, uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, işletmelerin uluslararası yönelimi ve tescilli patent hakkı) açısından desteklenmektedir. Bu yüzden işletmelerin uluslararasılaşma derecelerinin, işletmelerin karakteristiklerine göre kısmen farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

İşletmelerin performanslarının uluslararasılaşma derecesine göre farklılık gösterip göstermediklerini araştırmak üzere Tek Yönlü ANOVA analizi yapılmıştır. Buna göre subjektif işletme performansının uluslararasılaşma derecesine göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Ayrıca objektif işletme performansı göstergelerinden olan sadece ihracat satışlarının uluslararasılaşma derecesine göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Bu yüzden işletmelerin performanslarının uluslararasılaşma derecelerine göre kısmen farklılık gösterdiği belirlenmiştir.



Çalışmada son olarak ta işletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri ve ev sahibi ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisi araştırılmıştır. Aracılık etkilerini araştırmak için hiyerarşik regresyon analizinden yararlanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda ana ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisi belirlenmiştir ve hipotez kısmen kabul edilmiştir. Ancak ev sahibi ülke faktörleri ile işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin herhangi bir aracılık etkisi belirlenmemiştir ve ilgili hipotez reddedilmiştir. Yapılan hiyerarşik regresyon analizi sonucunda işletme karakteristikleri ile işletme performansı ilişkisinde uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisi belirlenmiştir. Regresyon modelleri işletme karakteristiklerinin alt boyutları olan “teşviklerin sayısı, yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımı, reklam harcamalarının yoğunluğu ve ulusal ve uluslararası marka sahipliği” açısından desteklenmiştir. Bu yüzden işletme karakteristikleri ile işletme performansı arası ilişkide uluslararasılaşma derecesinin kısmi aracılık etkisi belirlenmiştir ve hipotez kısmen kabul edilmiştir.

Bu bulgular ışığında, ana hipotezlerin 2’si kabul edilmiş, 9’u kısmen kabul edilmiş ve 1’i reddedilmiştir. Hipotezlerin kabul, kısmi kabul ve red durumları ana hipotezler olarak aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

**Tablo 9.1.** Araştırmada Yer Alan Ana Hipotezlerin Kabul / Red Durumu

<i>Ana Hipotezler</i>	<i>Kabul / Red Durumu</i>
<b>H1:</b> İşletme karakteristikleri uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
<b>H2:</b> Ana ülke faktörleri uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
<b>H3:</b> Ev sahibi ülke faktörleri uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
<b>H4:</b> Ana ülke faktörleri işletme performansını pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
H4a: Ana ülke faktörleri subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
H4b: Ana ülke faktörleri objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
<b>H5:</b> Ev sahibi ülke faktörleri işletme performansını pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
H5a: Ev sahibi ülke faktörleri subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
H5b: Ev sahibi ülke faktörleri objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
<b>H6:</b> Uluslararasılaşma derecesi işletme performansı pozitif etkilemektedir	Kabul
H6a: Uluslararasılaşma derecesi subjektif işletme performansı pozitif etkilemektedir	Kabul
H6b: Uluslararasılaşma derecesi objektif işletme performansı pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
<b>H7:</b> İşletme karakteristikleri işletme performansını pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
H7a: İşletme karakteristikleri subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
H7b: İşletme karakteristikleri objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
<b>H8:</b> İşletmelerin uluslararasılaşma derecesi işletme karakteristiklerine göre farklılık göstermektedir	Kısmen Kabul
<b>H9:</b> İşletmelerin performansları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir	Kabul
H9a: İşletmelerin subjektif performansları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir	Kabul
H9b: İşletmelerin objektif performansları uluslararasılaşma derecesine göre farklılık göstermektedir	Kısmen Kabul
<b>H10:</b> Ana ülke faktörleri uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
H10a: Ana ülke faktörleri uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
H10b: Ana ülke faktörleri uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir	Red
<b>H11:</b> Ev sahibi ülke faktörleri uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir	Red

H11a: Ev sahibi ülke faktörleri uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir	Red
H11b: Ev sahibi ülke faktörleri uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir	Red
<b>H12:</b> İşletme karakteristikleri uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performansını pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
H12a: İşletme karakteristikleri uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul
H12b: İşletme karakteristikleri uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir	Kısmen Kabul

Analizler sonucunda elde edilen önemli bazı sonuçlara ve bunlara ilişkin tartışmalar, literatürdeki yerleri ve sonuçlara ilişkin öneriler aşağıda özetlenmiştir.

### İşletme Karakteristikleri ve Uluslararasılaşma Derecesi Arasındaki İlişki

İşletme karakteristikleri ile uluslararasılaşma derecesi arasındaki ilişkiyi araştırmaya yönelik olan ve çalışmanın birinci hipotezi olan “*H1: İşletme karakteristikleri, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*” **kısmen kabul edilmiştir** (Tablo 8.31). Çalışmamızda işletme karakteristiklerinin (işletme büyüklüğü, dış ticaret departmanı çalışan sayısı, işletme yaşı, ulusal ve uluslararası kalite sertifikalarının sayısı, uluslararası deneyim, ulusal ve uluslararası teşvik sayıları, Ar-Ge harcamaları, yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, reklam harcamaları, uluslararası yönelim, tescilli patent hakkı sahipliği, ulusal ve uluslararası marka sahipliği, ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği) uluslararasılaşma derecesini anlamlı bir şekilde etkileyen boyutları, “yararlanılan ulusal ve uluslararası teşvik sayısı, yeni tesis ve ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımı ve tescilli patent sahipliği” olmuştur. Elde edilen bu sonuçlardan farklı olarak literatürde konu ile ilgili olarak yapılan alan çalışmalarında bu sonuçlara benzer olarak Wismiarsi (2008)’in çalışmasında işletme karakteristikleri olarak işletme büyüklüğü ve uluslararası deneyimin uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif etkilerinin olduğu ayrıca uluslararası yönelimin işletme karakteristikleri ve uluslararasılaşma derecesi ilişkisini modere ettiği bulunmuştur. Başka bir çalışmada ise Papadopoulos ve Martín (2010) uluslararasılaşmanın, uluslararası deneyim üzerine pozitif etkisi olduğunu belirlemişlerdir. Bunun yanı sıra işletme karakteristiklerinin “yararlanılan ulusal ve uluslararası teşvik sayısı, yeni tesis ve ekipman yatırımlarının yoğunluğu ve uluslararası operasyonlarının fiziksel dağılımı ve tescilli patent sahipliği” dışında kalan diğer boyutlarının ise uluslararasılaşma derecesi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Literatürde yer alan bazı çalışmalarda da beklenenin aksine sonuçlarla karşılaşmıştır. Sökmen (2006) çalışmasında firma karakteristikleri ile uluslararasılaşma derecesi arasında herhangi bir ilişki bulamamıştır. Diğer taraftan, Clark ve Pugh (2001) ana ülke ve ev sahibi ülkeler arasındaki coğrafi uzaklık ne kadar yakın olursa, uluslararası faaliyetlerinde o kadar yüksek olacağını ifade etmiş olmalarına rağmen bu ikisi arasında pozitif bir ilişki bulamamışlardır. Ayrıca literatürde konu ile ilgili olarak yapılan teorik çalışmalarda Johanson ve Vahlne (1977) uluslararasılaşma üzerine yapılmış olan çalışmalarında, işletmelerin yaşının uluslararası gelişmede anahtar bir rol oynadığından bahsetmişlerken, Johanson ve Wiedersheim-Paul (1975) işletmelerin uluslararası deneyimlerinden dolayı yeni bir yabancı ülkeye yatırımlarının daha başarılı olacağına işaret etmişlerdir. Goerzen ve Asmussen (2007) ise çalışmalarında uluslararası deneyimin işletmenin uluslararasılaşma kapasitesini daha iyi kullanılmasını sağlayacağını ifade etmiştir.

Literatürdeki benzer çalışmalardan yola çıkarak işletme karakteristiklerinin, uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştıran bu araştırmanın sonucunda bazı işletme karakteristiklerinin, uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Analiz sonucunda elde edilen bulgular literatürde daha önce yapılmış olan alan çalışmalarının sonuçları ile paralellik göstermekle birlikte bu sonuç literatürdeki diğer sonuçları da destekler niteliktedir. Ayrıca elde edilen bu bulgularla literatüre katkı sağlayabileceğini söylemek mümkündür.

Elde edilen bulgular ışığında işletmelerin uluslararasılaşma derecelerinin daha yüksek olabilmesi için işletmelerde dikkat edilmesi gereken önemli bazı hususlar mevcuttur. Bunlar; işletmelerde istihdam edilecek olan üst düzey yöneticilerin uluslararası pazarlar konusunda daha deneyimli, yeni pazarlar konusunda araştırmacı ve etkin bilgilere sahip, yenilikçi ve vizyon sahibi bireylerden seçilmesinin işletmelerin uluslararasılaşma derecelerinin yüksek olması açısından önemli olduğunu ifade etmek mümkündür. Ayrıca işletmelerin bu konudaki başarılarının rakipler karşısında rekabet gücü kazanmaları açısından da önemli olduğu ifade edilebilir.

### **Ana Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi Arasındaki İlişki**

Ana ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştırmak üzere kurulan ve araştırmanın ikinci hipotezi olan “*H2: Ana ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*” **kısmen kabul edilmiştir** (Tablo 8.32). Çalışmamızda ana ülke faktörlerinin (politika ve yasalar, rekabet yoğunluğu, ekonomik istikrar, yabancı pazar bilgisi sunulması, yatırım fırsatları hakkında bilgi verilmesi, çifte vergi anlaşmaları, finansal yardım sunulması, yatırım koruma anlaşması, ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesi, bürokrasi ve ana ülkenin sağladığı teşvikler), uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif etkiye sahip boyutları rekabet yoğunluğu ve çifte vergi anlaşmaları olmuştur. Öte yandan pozitif etkilerinin olması beklenirken, diğer ana ülke faktörlerinin (politika ve yasalar, ekonomik istikrar, yabancı pazar bilgisi sunulması, yatırım fırsatları hakkında bilgi verilmesi, finansal yardım sunulması, yatırım koruma anlaşması, ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesi, bürokrasi ve ana ülkenin sağladığı teşvikler), uluslararasılaşma derecesi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Buna göre bazı ana ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif yönde ve kısmi bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Konu ile ilgili olarak literatür, ana ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkileri açısından araştırıldığında, bazı çalışmalara ulaşılmıştır. Mutlu (2012)’ye göre işletmenin ana ülkesindeki iç yasal engeller ve iç ekonomik tıkanıklıklar, işletmenin üstün yönlerinin değerlendirilmesi ve işletmenin örgüt yapısının sağladığı yararlar; Czinkota vd., (2004)’e göre ise rekabet, üretim fazlalığı, atıl kapasite, iç pazarın doyması ve hedef pazara yakınlık gibi faktörler ise işletmeleri uluslararasılaşma iten faktörlerdir.

Sonuçlar işletmeler açısından değerlendirildiğinde, ana ülkenin rekabet yoğunluğuna sahip olmasının işletmeleri, uluslararası faaliyetlere yönettikleri ve özendirdikleri söylenebilir. Ana ülkenin sahip olduğu diğer faktörlerinde (politikalar ve yasalar, ekonomik istikrar, yabancı pazar bilgisi sunulması, yatırım fırsatları hakkında bilgi verilmesi, çifte vergi anlaşmaları, finansal yardım sunulması, yatırım koruma anlaşması, ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesi, bürokrasi ve teşvikler) işletmelerin uluslararasılaşma derecelerini artırma konusunda daha etkili olabilmeleri şüphesiz önem arz etmektedir.

Bu nedenle ana ülkelerin gerek doğrudan gerekse uyguladıkları yasa ve politikalar aracılığıyla, işletmelerin uluslararası faaliyetleri dolayısıyla uluslararasılaşma

derecelerinin artması adına gerekli düzenlemeleri yapmak suretiyle, işletmeleri daha fazla uluslararası faaliyette bulunmaları konusunda desteklemeleri ve cesaretlendirmeleri gerekmektedir. Uluslararası işletmelerin de, ana ülkelerin sağladığı desteklerden daha iyi yararlanabilmek adına bütün fırsatları değerlendirebilmeleri ve esnek bir yapıya sahip olmaları işletmelerin uluslararası faaliyetlerinin artması açısından oldukça önemlidir.

### **Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve Uluslararasılaşma Derecesi Arasındaki İlişki**

Ev sahibi ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi üzerindeki etkilerini araştıran ve araştırmanın üçüncü hipotezi olan “*H3: Ev sahibi ülke faktörleri, uluslararasılaşma derecesini pozitif etkilemektedir*” **kısmen kabul edilmiştir** (Tablo 8.33). Çalışmamızda ev sahibi ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan (pazar talebi ve/veya büyümesi oranı, düşük yatırım riski, yabancı işletmelere karşı davranışlar, politik ve ekonomik istikrar, ölçek ekonomisi, pazara fiziksel yakınlık, tarife ve ticaret engelleri, yasal düzenlemeler, direkt yatırımın teşvik edilmesi, direkt yabancı yatırımların millileştirilmesi riski) ölçek ekonomisi boyutunun uluslararasılaşma derecesi üzerinde pozitif etkisi olan tek boyut olduğu belirlenmiştir.

Diğer taraftan pozitif etkilerinin olması beklenirken ölçek ekonomisi dışındaki diğer ana ülke faktörlerinin (pazar talebi ve/veya büyümesi oranı, düşük yatırım riski, yabancı işletmelere karşı davranışlar, politik ve ekonomik istikrar, pazara fiziksel yakınlık, tarife ve ticaret engelleri, yasal düzenlemeler, direkt yatırımın teşvik edilmesi, direkt yabancı yatırımların millileştirilmesi riski) uluslararasılaşma derecesi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Literatürde yer alan bazı çalışmalarda da beklenenin aksine sonuçlara rastlanmıştır.

Konu ile ilgili literatür teorik ve alan çalışması kapsamında incelendiğinde; Jung (2004) ev sahibi ülke riskinin yüksek olduğunda ortak girişim’lerin genellikle devralmaları tercih edilebileceğinden bahsetmişlerdir. Demirbag vd., (2007) ve Akhter ve Lusch (1998) çalışmalarında ev sahibi ülke faktörlerinden politik riskin hem ana ülkede hem de ev sahibi ülkede yapılacak olan yatırımları etkileyeceğini ifade etmişlerdir. Mutlu (2012)’ye göre, ülkeler arası ticaret engellerinin kaldırılması ve uluslararası organizasyonların etkisi, Ar-Ge ve teknolojik yenilikler ve üretim faktörlerine ulaşımın zorluğu, Czinkota (2004)’e göre ise kar avantajı, teknolojik avantajlar, vergi avantajı, ölçek ekonomisi gibi faktörler işletmeleri uluslararası faaliyetlere özendirir ve çeken faktörlerdir. Diğer taraftan Ahmed vd.,(2002), Miller (1992; 1993), Kobrin (1976) ev sahibi ülke faktörlerinin çok uluslu işletmeler için önemli olduğunu ancak bu konuda destekleyici bir sonuca ulaşamadıklarını ifade etmişlerdir. Ölçek ekonomisi boyutunun uluslararasılaşma derecesini tek etkileyen ev sahibi ülke faktörü olmasının en önemli sebebinin işletmelerin ev sahibi ülkelerde bulunan pazar genişliğinden yararlanmak istemeleri olduğu sonucu çıkarılabilir.

Araştırmada ev sahibi ülke faktörlerinin, uluslararasılaşma derecesi üzerinde kısmen de olsa pozitif bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır bu yönüyle literatürdeki bulgularla benzer sonuçlar elde edildiği ifade edilebilir.

Ev sahibi ülkelerin, yabancı işletmeleri ülkelerine çekebilmek adına sundukları imkânlarını geliştirerek, ülkelerini yabancı yatırımlar için güvenli birer liman haline getirmeleri gerekmektedir. Burada uluslararası alanda faaliyet gösteren işletmelerin üzerine düşen en önemli görevlerden biri de, iyi pazar araştırmaları yaparak potansiyel pazarlardaki fırsatları çok iyi değerlendirebilmeleridir. Böylece işletmeler, daha çok uluslararası faaliyetlerde bulunabilme imkânı elde edebilecekler ve bu yolla uluslararasılaşma derecelerini de arttırabileceklerdir.

### Ana Ülke Faktörleri ve İşletme Performansı Arasındaki İlişki

Ana ülke faktörlerinin işletme performansı üzerindeki etkisini araştıran ve araştırmanın dördüncü ana hipotezi olan "H4: Ana ülke faktörleri, işletme performansını pozitif etkilemektedir" şeklinde olup bu hipotez subjektif ve objektif işletme performansı olarak iki şekilde araştırılmıştır. Bunlardan birincisi ana ülke faktörlerinin subjektif işletme performansı üzerindeki etkisini araştıran "H4a: Ana ülke faktörleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir" hipotezi **kısmen kabul edilmiştir**. Bu hipotezlerden ikincisi olan "H4b: Ana ülke faktörleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir" hipotezi ise **reddedilmiştir**. Bundan dolayı araştırmanın dördüncü ana hipotezi olan "H4: Ana ülke faktörleri, işletme performansını pozitif etkilemektedir" hipotezi de **kısmen kabul edilmiştir**.

Ana ülke faktörlerinin subjektif işletme performansına etkileri incelendiğinde; Bu faktörlerden (politika ve yasalar, rekabet yoğunluğu, ekonomik istikrar, yabancı pazar bilgisi sunulması, yatırım fırsatları hakkında bilgi verilmesi, çifte vergi anlaşmaları, finansal yardım sunulması, yatırım koruma anlaşması, ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesi, bürokrasi ve ana ülkenin sağladığı teşvikler), subjektif işletme performansını tek etkileyen boyutun rekabet yoğunluğu olduğu belirlenmiştir (Tablo 8.34). Literatürde ana ülke faktörleri ve işletme performansı üzerine yapılan çalışmalarda, Karacaoğlu (2006) endüstrideki işletmeler arasındaki rekabetin yoğunluğunun işletmelerin performansını etkilediğini ve bunu destekleyici bir sonuca ulaştıklarını ifade etmiştir. Diğer taraftan ana ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan "finansal yardım sunma"nın subjektif işletme performansını beklenenin aksine negatif etkilediği belirlenmiştir. Bunun dışında kalan diğer alt boyutların ise subjektif işletme performansını istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde etkilemediği belirlenmiştir.

Ayrıca ana ülke faktörlerinin objektif işletme performansı üzerindeki etkisi incelendiğinde; Bu faktörlerin (politika ve yasalar, rekabet yoğunluğu, ekonomik istikrar, yabancı pazar bilgisi sunulması, yatırım fırsatları hakkında bilgi verilmesi, çifte vergi anlaşmaları, finansal yardım sunulması, yatırım koruma anlaşması, ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesi, bürokrasi ve ana ülkenin sağladığı teşvikler) alt boyutlarından olan politika ve yasaların objektif işletme performansı değişkeni olan işletmelerin Kar'ları üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu ve ekonomik ortamın da ROE üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan ana ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan yabancı pazar bilgisi sunulmasının satışlar üzerinde; finansal yardım sunulmasının ROS, ROA ve Satışlar üzerinde; beklenenin aksi şekilde negatif etkisinin olduğu belirlenmiştir (Tablo 8.34, 8.35 ve 8.36). Literatürde yer alan bazı çalışmalarda da beklenenin aksine sonuçlar elde edilen çalışmalara rastlanmıştır.

Bu çalışmada ana ülke faktörlerinin, işletme performansı üzerindeki etkileri araştırılmış ve ana ülke faktörlerinin, hem subjektif hem de objektif işletme performansı üzerinde kısmen de olsa pozitif bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Ana ülkelerin de işletmelerin performanslarının artması için bazı konularda bir takım düzenlemeler yapması gerekmektedir. Bunlar ana ülkelerin bazı faktörlerinin (politika ve yasalar geliştirmeleri, yabancı pazar hakkında bilgiler sunmaları, potansiyel ev sahibi ülkelerdeki yatırım fırsatları hakkında bilgiler vermeleri, çifte vergi anlaşmaları, finansal yardım sunma, yatırım koruma anlaşmaları, ulusal bankaların daha geniş bir ağa dağılmaları, azaltacağı bürokrasi ve sağladığı teşviklerin) ülke yönetimleri tarafından bazı politikalar geliştirmek suretiyle işletmelerin performanslarına olumlu

şekilde etki edebileceği şeklinde ifade edilebilir. İşletmelerin ise ana ülkelerin yapacakları düzenlemelerden yeterli derecede yararlanabilmek için esnek bir yapıya sahip olmaları gerekmektedir.

### Ev Sahibi Ülke Faktörleri ve İşletme Performansı Arasındaki İlişki

Ev sahibi ülke faktörlerinin işletme performansı üzerindeki etkisini araştıran ve araştırmanın beşinci ana hipotezi olan “*H5: Ev sahibi ülke faktörleri, işletme performansını pozitif etkilemektedir*” şeklinde olup bu hipotez subjektif ve objektif işletme performansı olarak iki ayrı şekilde araştırılmıştır. Bunlardan birincisi ev sahibi ülke faktörlerinin subjektif işletme performansı üzerindeki etkilerini araştıran ve çalışmanın beşinci hipotezlerinden biri olan “*H5a: Ev sahibi ülke faktörleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezidir ve bu hipotez **kısmen kabul edilmiştir** (Tablo 8.37). Bunlardan ikincisi olan “*H5b: Ev sahibi ülke faktörleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi ise **kısmen kabul edilmiştir**. Bundan dolayı çalışmanın beşinci ana hipotezi olan “*H5: Ev sahibi ülke faktörleri, işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi de **kısmen kabul edilmiştir**.

Ev sahibi ülke faktörlerinin subjektif işletme performansına olan etkileri incelendiğinde; Bu faktörlerin (pazar talebi ve/veya büyümesi oranı, düşük yatırım riski, yabancı işletmelere karşı davranışlar, politik ve ekonomik istikrar, ölçek ekonomisi, pazara fiziksel yakınlık, tarife ve ticaret engelleri, yasal düzenlemeler, direkt yatırımın teşvik edilmesi ve direkt yabancı yatırımların millileştirilmesi riski), subjektif işletme performansını etkileyen boyutlarının, “pazar talebi büyüme oranı” ve “ölçek ekonomisi” boyutları olduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan bunların dışında kalan ev sahibi ülke faktörlerinin alt boyutları olan diğer faktörlerin subjektif işletme performansı üzerinde beklenenin aksine istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Literatürde alan çalışması olarak, Sökmen (2006) KOBİ'lere yerel pazarlarda sunulan ihracat desteklerinin artmasının işletmenin performansını da artıracaklarını ifade etmiştir ancak bunu destekleyici bir sonuca ulaşamamıştır. Dermirbag vd. (2007), Akhter ve Lush (1998) politik riskin hem ana ülkede hem de ev sahibi ülkede yapılacak olan yatırımları etkileyeceğini ifade etmişlerdir. Ahmed vd. (2002), Miller (1992; 1993), Kobrin (1976) ev sahibi ülke faktörlerinin, işletmeler için negatif bir etkisinin olduğunu ve politik riskin özellikle çokuluslu işletmeler için önemli olduğunu vurgulamışlardır. Ayrıca işletmelerin algılanan performanslarını pozitif etkilediğini ancak bunu destekleyici bir sonuca ulaşamadıklarını ifade etmişlerdir.

Ev sahibi ülke faktörlerinin objektif işletme performansı üzerindeki etkileri incelendiğinde; Bu faktörlerin alt boyutlarından olan “ölçek ekonomisi imkânı”nın objektif işletme performansı göstergelerinden olan “ihracat satışlarının” pozitif etkilediği belirlenmiştir. Bunlara ek olarak ana ülke faktörlerinin alt boyutlarından olan pazar talebi ve/veya büyüme oranının ROS ve ROA üzerinde; düşük yatırım riskinin ROS üzerinde; yasal düzenlemelerin ihracat satışları üzerinde ve direkt yabancı yatırımların millileştirilmesi riskinin, satışlar üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir (Tablo 8.38, 8.39 ve 8.40).

Uluslararası işletmeler ev sahibi ülkelerin sahip oldukları ve yabancı işletmelere sunmuş oldukları bütün olanaklardan faydalanabilmeleri adına oldukça itinalı olmalıdırlar. Buna ek olarak uluslararası işletmeler ev sahibi ülkelerin yabancı işletmelere sunmuş olduğu imkânları iyi değerlendirmeli ve bu imkânları doğru

yorumlayarak, işletmelerinin performanslarını artırmak için kendilerine en uygun ve uygulanabilir stratejiler geliştirmelidirler.

### Uluslararasılaşma Derecesi ve İşletme Performansı Arasındaki İlişki

Uluslararasılaşma derecesinin işletme performansı üzerindeki etkisini araştıran ve araştırmamanın altıncı ana hipotezi olan “*H6: Uluslararasılaşma derecesi, işletme performansını pozitif etkilemektedir*” şeklinde olup bu hipotez hem sübjektif işletme performansı hem de objektif işletme performansı açısından iki şekilde araştırılmıştır. Bunlardan birincisi uluslararasılaşma derecesinin sübjektif işletme performansı üzerindeki etkilerini araştıran ve araştırmamanın altıncı hipotezlerinden birincisi olan “*H6a: Uluslararasılaşma derecesi, sübjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi **kabul edilmiştir** (Tablo 8.41). Altıncı hipotezlerinden ikincisi olan “*H6b: Uluslararasılaşma derecesi, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi **kısmen kabul edilmiştir** (Tablo 8.42). Bundan dolayı “*H6: Uluslararasılaşma derecesi, işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi de **kabul edilmiştir**.

Uluslararasılaşma derecesinin işletme performansına etkileri olarak değerlendirildiğinde; Bu sonuca benzer olarak Lu ve Beamish (2001) çalışmasında uluslararasılaşmanın işletme performansı üzerinde pozitif bir etkisinin olduğunu belirlemiştir. Hsu (2003) çalışmasında uluslararasılaşmanın işletme performansını tam olarak desteklediği sonucuna ulaşmışlardır.

Öte yandan uluslararasılaşma derecesinin objektif işletme performansına etkileri açısından değerlendirildiğinde; uluslararasılaşma derecesi, objektif işletme performansı göstergelerinden olan “ihracat satışları”nı pozitif etkilemektedir. Bu sonuç ile paralel olarak Sökmen (2006) çalışmasında uluslararasılaşma derecesinin, ihracat performansı (objektif işletme performansı) üzerinde pozitif etkisinin olduğunu bulmuştur. Araújo (2008) çalışmasında uluslararasılaşma derecesinin işletmenin finansal performansı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu bulmuştur. Şahin (2006) çalışmasında işletmelerin uluslararası faaliyetlerine başladıktan sonra işletme performanslarında bir artış olduğunu belirlemiştir. Sieler (2008) çalışmasında uluslararasılaşma derecesinin işletme performansını pozitif etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Xuemei (2011) çalışmasında uluslararasılaşma derecesinin işletme performansı üzerinde pozitif yönlü bir etki bulmuştur. Bazı çalışmalarda uluslararasılaşma ile işletme performansı arasında pozitif ilişki bulunmasına rağmen Özkandemir (2004) çalışmasında uluslararasılaşma derecesinin işletme performansı üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Diğer taraftan uluslararasılaşma derecesi diğer objektif işletme performansı göstergeleri olan ROE, ROS, ROA, KAR ve Satışlar üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı belirlenmiştir. Bu sonucun aksine literatürdeki bu konu ile ilgili olarak yapılmış olan alan çalışmalarında Hitt vd, (1997), Riahi ve Belkaoui (1998) ve Gomes ve Ramaswamy (1999) uluslararasılaşma derecesinin işletmenin ROA’sı üzerinde pozitif etkisinin olduğunu belirlemiştir.

Bu araştırma da, genel olarak literatürdeki çalışma sonuçlarına paralel olarak uluslararasılaşma derecesinin işletme performansı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur.

### İşletme Karakteristikleri ve İşletme Performansı Arasındaki İlişki

İşletme karakteristiklerinin işletme performansı üzerindeki etkilerini araştırmak amacıyla kurulan ve araştırmanın yedinci hipotezlerinden olan “*H7: İşletme karakteristikleri, işletme performansını pozitif etkilemektedir*” olup bu hipotez hem subjektif hem de objektif işletme performansı olmak üzere iki şekilde araştırılmıştır. Bu hipotezlerden biri işletme karakteristiklerinin subjektif işletme performansına etkisini araştıran ve araştırmanın yedinci hipotezlerinden birincisi olan “*H7a: İşletme karakteristikleri, subjektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” **kısmen kabul edilmiştir** (Tablo 8.43). Araştırmanın yedinci hipotezlerinden ikincisi olan “*H7b: İşletme karakteristikleri, objektif işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi **kısmen kabul edilmiştir**. Bundan dolayı araştırmanın yedinci hipotezlerinden olan “*H7: İşletme karakteristikleri, işletme performansını pozitif etkilemektedir*” hipotezi de **kısmen kabul edilmiştir**.

Çalışmamızda işletme karakteristiklerinin subjektif işletme performansını pozitif olarak etkileyen boyutlarının; reklam harcamalarının yoğunluğu ve tescilli patent hakkı sahipliği olduğu belirlenmiştir. Bunların dışında kalan diğer işletme karakteristikleri alt boyutlarının subjektif işletme performansı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığı belirlenmiştir. Konu ile ilgili olarak teorik ve alan çalışması kapsamındaki çalışmalar incelendiğinde; Chen ve Hsu (2010), Contractor vd., (2007), Ravenscraft (1983) çalışmalarında işletme büyüklüğünün işletme performansını pozitif yönde etkileyebileceğini ifade etmişlerdir. Bloodgood vd., (1996) büyük işletmelerin yöneticilerinin küçük işletmelerin yöneticilerine göre daha çok uluslararası deneyime sahip olduğunu ve bunun da işletmenin performansını pozitif yönde etkileyeceğini ifade etmişlerdir. Kafouras vd., (2008) çalışan sayısının işletmenin performansına pozitif yönde katkıda bulunduğunu ifade etmişlerdir.

İşletme karakteristiklerinin objektif işletme performansı üzerindeki etkileri incelendiğinde; işletme karakteristiklerinin alt boyutlarının (işletme büyüklüğü, dış ticaret departmanı çalışan sayısı, işletme yaşı, ulusal ve uluslararası kalite sertifikalarının sayısı, uluslararası deneyim, ulusal ve uluslararası teşvik sayıları, Ar-Ge harcamaları, yeni tesis ekipman yatırımlarının yoğunluğu, uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı, reklam harcamaları, uluslararası yönelim, tescilli patent hakkı sahipliği, ulusal ve uluslararası marka sahipliği, ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliği) objektif işletme performansı göstergeleri olan (ROE, ROS, ROA, KAR, Satışlar ve İhracat satışları) üzerindeki etkileri şu şekilde özetlenebilir; işletme büyüklüğünün ROS, Kar, Satışlar ve İhracat satışları üzerinde; dış ticaret departmanı çalışan sayısının, ROS ve İhracat satışları üzerinde; işletme yaşının ROS ve kar üzerinde; ulusal ve uluslararası kalite belgeleri sayısının satışlar ve ihracat satışları üzerinde; uluslararası deneyimin ROS, ROA ve kar üzerinde; ulusal ve uluslararası teşviklerin sayısının ROS üzerinde; uluslararası operasyonların fiziksel dağılımının ihracat satışları üzerinde; uluslararası yönelimin ROS ve ihracat satışları üzerinde; ulusal ve uluslararası marka sahipliğinin ROA, kar ve satışlar üzerinde; ulusal ve uluslararası ticari örgüt üyeliğinin satışlar üzerinde pozitif etkilerinin olduğu; tescilli patent sahipliğinin ROE, satışlar ve ROA üzerinde pozitif etkileri olduğu belirlenmiştir (Tablolar 8.44, 8.45, 8.46, 8.47, 8.48 ve 8.49).

Hsu (2006) ve Pešková (2006) işletme büyüklüğünün işletme performansı üzerinde pozitif yönde bir ilişki bulunduğunu ifade etmişlerdir. Bunun aksine Sökmen (2006), KOBİ'lere yerel pazarlarda sunulan ihracat desteklerinden yararlanabilme yeteneği ile



KOBİ'lerin ihracat performansları arasında pozitif bir ilişki bulamadığını ifade etmiştir. Giovannetti vd., (2009) Ar-Ge'yi bireysel değişken olarak kullanmışlardır ve Ar-Ge yoğunluğunun işletme performansını etkilediğini savunmuşlardır. Bunların dışında kalan diğer işletme karakteristiklerinin ve objektif işletme performansı göstergeleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi belirlenmemiştir.

Konu ile ilgili literatürdeki diğer çalışmalar incelendiğinde; Aldrich ve Auster (1986) ve Stuart (2000) büyük ölçekli işletmelerin küçük ölçekli işletmelere nazaran daha fazla ayakta kalabildiğini ifade etmişlerdir. Johanson ve Vahlne (1977) uluslararasılaşma üzerine yapılmış birçok çalışmada işletmenin yaşının, uluslararası gelişmede anahtar bir rol oynadığından bahsetmişlerdir. Diğer taraftan Pešková (2006) çalışmasında işletme yaşının, işletme performansı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Johanson ve Wiedersheim - Paul (1975), işletmelerin uluslararası deneyimlerinden dolayı yeni bir yabancı ülkeye yatırım yapmaları halinde daha başarılı olacaklarını ifade etmişlerdir. Chen ve Hsu (2010), Delios ve Beamish (1999), Kotabe vd.,(2002) Ar-Ge yoğunluğunun gelişmekte olan ülkelerin işletmelerinin deniz aşırı pazarlardaki performansını pozitif etkilediğini ifade etmişlerdir.

Diğer taraftan Mauri ve Figueiredo (2012) işletme faaliyetlerinin coğrafi dağılımı ile çok uluslu işletme performansı arasında pozitif bir ilişki olduğunu bulmuşlardır. Ayrıca, Clark ve Pugh (2001) ana ülke ve ev sahibi ülkeler arasındaki coğrafi uzaklığın, uluslararası faaliyetlere pozitif etkisinin olduğunu bulmuşlardır. Bu çalışmada da işletme karakteristiklerinin, işletme performansı üzerindeki etkisinde literatürdeki çalışmalarla benzer sonuçlar elde edilerek bu sonuçlar ile de literatüre katkı yapıldığı düşünülmektedir.

İşletme karakteristikleri, genellikle işletmelerin değiştirmelerinin ya da her hangi bir yasaya veya benzeri bir duruma karşı uyarılma yapmaları ve esnek olmaları kolay olmayan özellikleridir. Ancak işletmeler, kalite belgelerinin sayısı, yararlandığı teşviklerin sayısı, Ar-Ge yatırımları ve yeni tesis ve ekipman yatırımları, reklam harcamaları, tescilli patent sayısı, marka sahipliği ve ticari örgüt üyeliği gibi bazı özelliklerini kolaylıkla değiştirebilirler. Özellikle, Ar-Ge yatırımları ve reklam harcamaları gibi yatırımların orta ve uzun vadede geri dönüş oranı yüksek olabilecek olan yatırımlar olduğu ifade edilebilir.

### 9.1. Genel Değerlendirme ve Öneriler

Bu çalışmanın odak noktasını uluslararasılaşma derecesi oluşturmaktadır. Bu kapsamda uluslararasılaşma derecesi, etkileyen faktörler (işletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri ve ev sahibi ülke faktörleri) ve işletme performansı arasındaki ilişkiler araştırılmış ve bir takım sonuçlara ulaşılmıştır.

Çalışmamız birçok yönüyle literatürde yer alan araştırmalardan farklılık göstermekte ve bu yönleri çalışmamızın önem ve değerini ortaya koymaktadır. Bunlara kısaca bakmak gerekirse;

- Bu tez çalışması kapsamı ve analizine konu olan faktörler açısından değerlendirildiğinde ilk olma özelliğine sahiptir. Tez çalışması için yapılan literatür taraması sonucu bu tez çalışmasının konusu ile ilgili olarak benzer olabilecek ama kapsam olarak daha dar bir çerçevede ele alınmış olan ulusal ve uluslararası bazı çalışmalara rastlanmıştır. Literatürde yer alan söz konusu bu çalışmaların konuyu dar bir perspektiften ve tek boyutuyla ele aldıkları ve bu yüzden konu ile ilgili olarak çok sınırlı kaldıkları belirlenmiştir. Bu nedenle bu tez çalışmasının daha önceki çalışmalardan önemli bir farkı özellikle de ulusal

bazdaki alan çalışmasının daha geniş bir alanda Türkiye’de faaliyet gösteren uluslararası işletmeleri içerir bir şekilde yapılmasıdır.

- Çalışmanın diğer bir farkı ise uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörler (işletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri ve ev sahibi ülke faktörleri) açısından diğer çalışmalara göre daha kapsamlı olmasıdır.
- Bu iki farkın ötesinde diğer en önemli farkta uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörleri, uluslararasılaşma derecesini ve işletme performansını da içine alan üç boyutu da bir arada barındırarak bir model önerisinde bulunmasıdır. Bu yüzden hem alan çalışması hem de analizinin içine aldığı üç boyut (uluslararasılaşma derecesini etkileyen faktörler, uluslararasılaşma derecesi ve işletme performansı) açısından diğer çalışmalardan daha kapsamlı olması ve konuyu daha geniş bir perspektiften ele almasıdır.
- Çalışmamızın diğer bir farkı da, literatürdeki daha önceki çalışmalarda rastlanmayan uluslararasılaşma derecesinin aracılık etkisinin de araştırılmasıdır.

Yukarıda ifade edilen çalışmamızın farklılıkları değerlendirildiğinde, bu tez çalışmasının önem ve değeri açık bir şekilde anlaşılmaktadır. Diğer taraftan böyle bir çalışma özellikle de daha sonra yapılacak olan çalışmalara da ışık tutması açısından büyük önem arz etmektedir. Ayrıca çalışmamız teorik ve uygulama bağlamında literatüre önemli katkılar sağlamaktadır.

Çalışmamızın sonucunda elde edilen bulgular ise şu şekilde özetlenebilir;

- İşletmelerin sahip olduğu karakteristiklerden olan (ulusal ve uluslararası teşvik sayıları, yeni tesis ve ekipman payı, uluslararası operasyonların fiziksel dağılımı ve tescilli patent sahipliği) uluslararasılaşma derecesini pozitif yönde ve kısmen etkilemektedir. Bu sonuç işletmelerinin sahip oldukları karakteristiklerin uluslararasılaşma dereceleri üzerinde etki yaptığı bu yüzden de işletmelerin sahip oldukları karakteristiklere önem vermeleri, bu yönde tasarımları ve iyi yönetmeleri gerekmektedir.
- Ana ülke faktörlerinin (rekabet yoğunluğu ve çifte vergi anlaşmaları) ve ev sahibi ülke faktörlerinin (ölçek ekonomisi) uluslararasılaşma derecesini pozitif yönde ve kısmen etkilediği belirlenmiştir. Bu sonuç işletmelerin uluslararasılaşma derecelerine ana ülke ve ev sahibi ülke faktörlerinin etki ettiği bu yüzden de ana ülkenin ve ev sahibi ülkelerin, işletmeler açısından uluslararasılaşmayı kolaylaştırmak ve geliştirmek konusunda özendirici politikalar izlemeleri oldukça önemlidir. Uluslararası faaliyetlerini artırmak isteyen işletmelerin ise ana ülkenin ve ev sahibi ülkelerin sunmuş olduğu imkânları iyi değerlendirebilmelidirler. Ayrıca işletmeler, ana ülke ve ev sahibi ülkelerin izledikleri politikaları iyi bir şekilde analiz etmeli ve gerektiğinde bu politikalara işletmelerini adapte edebilmek için esnek bir yapıya sahip olmalıdırlar.
- İşletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri ve ev sahibi ülke faktörlerinin ise işletme performansını pozitif yönde ve kısmen etkilediği belirlenmiştir. Bu sonuç işletmelerin hem kendi özelliklerinin hem de ana ülke ve ev sahibi ülke faktörlerinin işletmelerin performanslarına etki ettiklerini göstermektedir. İşletmeler performanslarını arttırmak için hem sahip oldukları özellikleri iyi belirlemeli hem de ana ülke ve ev sahibi ülkelerin politika ve yasalarına uyum sağlayabilecek esnek ve hızlı karar alabilen bir yapıya sahip olmalıdırlar.

- Uluslararasılaşma derecesinin ise işletme performansını pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Bu sonuç işletmelerin uluslararasılaşmalarının performanslarına da önemli derecede etki ettiğinin bir göstergesidir. Bu yüzden, performanslarını artırmak isteyen işletmeler uluslararasılaşmaya daha çok önem vermelidirler.
- Ayrıca işletmelerin karakteristiklerinin ve ana ülke faktörlerinin uluslararasılaşma derecesi aracılığıyla işletme performanslarını kısmen etkilediği belirlenmiştir. Yine bu sonuçta işletmelerin uluslararasılaşma dereceleri yükseldikçe performanslarının da artacağını ve bunun içinde işletme karakteristiklerinin önemli olduğunu göstermektedir. Bu yüzden işletmeler performanslarını yükseltmek adına uluslararasılaşmaya gereken önem ve değeri vermelidirler.

Bu tez çalışmasının konusu ile ilgili olarak, daha sonra yapılacak olan çalışmalar için bir takım öneriler sunulması gerekir;

- Bundan sonraki çalışmalarda İSO 500 gibi farklı kurum ve kuruluşların yayınlamış olduğu listelerdeki işletmelerde alan çalışması yapılabilir,
- İkinci olarak Fortune 500 ve diğer listelerde yer alan işletmelerle ilgili olarak sunulmuş olan hazır veriler kullanılarak farklı hesaplama ve analiz yöntemleri kullanılabilir ve belki de bu sayede farklı sonuçlar elde edilebilir,
- Üçüncü olarak ise işletme karakteristikleri, ana ülke faktörleri ve ev sahibi ülke faktörleri ve işletme performansları ile ilgili olarak bizim çalışmamızda ele alınmayan farklı boyutları ele alınabilir,
- Bundan sonraki çalışmalar belli sektörlerle odaklanılarak, sektörel bazda da yapılabilir,
- Gelecekte yapılacak olan çalışmalara farklı modeller ortaya koyulup test edilebilir.

## KAYNAKLAR

- A.B.D. AR-GE PAYI,  
<http://search.worldbank.org/data?qterm=research+and+development&language=EN&op=>, (22.05.2014).
- A.B.D. REKLAM HARCAMALARI, <http://galbithink.org/ad-spending.htm>, (22.05.2014).
- AGARWAL, S. ve RAMASWAMI, S.N., 1992. "Choice of Foreign Market Entry Mode: Impact of Ownership, Location and Internationalization Factors", *Journal of International Business Studies*, s. 1-27
- AHARONI, Y., BUCKLEY, P. ve GHOURI, P.(Ed.), 1999. *The Internationalization of The Firm, The Foreign Investment Decision Process*, 2 nd Edition, London: International Thomson Business Press, ss. 3-13
- AJAMI, R.A., COOL, K.,GODDARD, G.J. ve KHAMBATA, D., 2006. *International Business Theory and Practice*, M.E. Sharpe, 548s.
- AKGEMCİ, T., 2013. *Stratejik Yönetim*, Gazi Kitabevi, Ankara, 783s.
- AKHTER, H. ve LUSCH, R. F., 1988. "Political Risk and the Evolution of Control of Foreign Business: Equity, Earnings, and Market Entry Mix", *Journal of Global Marketing*, 1 (3), ss.109–128.
- AKTURAN, U., 2008. "Perakendecilikte Uluslararasılaşma: Gelişim Süreci, Süreci Etkileyen Faktörler ve Giriş Stratejileri", *Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 25, (2), ss.631-642.
- ALBAUM, G., STRANDSKOV, J., DUERR, E., ve DOWD, L.,1995. *International Marketing and Export Management*, Addison-Wesley Publishing Company, USA, 484s.
- ALBRECHT, W.S., STICE, E.K. ve STICE, J.D., 2011. *Financial Accounting, Concepts and Applications*, South –Western Cengage Learning, U.S.A.
- ALDRICH, H. ve AUSTER, E. R., 1986. "Even Dwarfs Started Small: Liabilities of Age and Size and their Strategic Implications. *Research in Organizational Behavior*", 8, ss.165–198.
- AL-SADON ve DAS, S.P., 1996. "Host- Country Policy, Transfer Pricing and Ownership Distribution in International Joint Ventures: A Theoretical Analysis", *International Journal of Industrial Organization*, 14, ss.35-364.
- ALTINTAŞ, H. ve ÖZDEMİR, E., 2006. "İhracat İşletmelerinin Uluslararasılaşması: Türkiye’de Faaliyet Gösteren KOBİ’lere Yönelik Bir Araştırma", *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2006/1, ss.183-204.
- ALTUNIŞIK, R., ÖZDEMİR, Ş. ve TORLAK, Ö., 2002. *Modern Pazarlama, Değişim Yayınları*, İstanbul, 378s.
- ANALİZ SONUÇLARININ YORUMLANMASI,  
<http://www.spsscenter.com/AnalyzeResult.html>, (06.02.2014)
- AR-GE HARCAMALARININ GSYİH’YA ORANI,  
[http://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/bty01\\_1.pdf](http://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/bty01_1.pdf), (22.05.2014).
- AR-GE, 2004. *Türkiye 2’nci Bilişim Şurası Ar-ge Grubu Çalışma Raporu*, Ankara, 25s.
- ARAÚJO, J.F., 2008. "The Impact of Internationalization on Firm’s Performance- A Qualitative Study of Portuguese SMEs", *Yüksek Lisans Tezi*, ISCTE Business School, Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, Portugal
- ASWATHAPPA, K., 2010. *International Business*, Tata McGraw Hill, New Delhi, 775s.

- ATAÇ, B. (Ed.), 2007. Kamu Ekonomisi, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları, 273s.
- AYDIN, N., 1997. Uluslararası Doğrudan Yatırımlar ve Ortak Girişimler (Joint Ventures), Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 159s.
- BARON, R.M. ve KENNY, D.A., 1986. "The Moderator – Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations", *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, (6), ss.1173 – 1182.
- BAUSCH, A. ve KRIST, M., 2007. "The Effect of Context - Related Moderators on the Internationalization – Performance Relationship: Evidence from Meta – Analysis", *Management International Review*, 3, ss.319-347.
- BAYRAKTAR, F. 2003. Dünyada ve Türkiyede Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları, Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Genel Araştırmalar, Araştırma Müdürlüğü, Ankara, 80s.
- BAYRAM, N. 2004. Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi, Bursa, Ezgi Kitabevi, 165s.
- BELL, J., RUGMAN, A.(Ed.) ve VERBEKE, A.(Ed), 1994. Global Strategic Management, International Joint Ventures Versus Greenfield Investment: A Comprehensive Approach, *Research in Global Strategic Management*, Emerald Group Publishing Limited, vol.:4, pp.199-220.
- BENLİĞİRAY, S., 2005. Büro Yönetimi, Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 323s.
- BERKOWITZ, E.N., KERIN, R.A., HARTLEY, S.W. ve RUDELIUS, W., 1994. *Marketing*, Irwin, BOSTON, 787s.
- BHARDWAJ, A., DIETZ, J. ve BEAMISH, P.W., 2007. "Host Country Cultural Influences on Foreign Direct Investment", *Management International Review*, 47, (1), ss.29-50.
- BLOODGOOD, J. M., SAPIENZA, H. J. ve ALMEIDA, J. G., 1996. "The Internationalization of New High-Potential U.S. Venture: Antecedents and Outcomes", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20,(4), ss.61–76.
- BOAS, R.V. ve GONZÁLEZ, I.S., "Internationalization and Firm Performance: The S-Curve Hypothesis Under the Eurozone Context", *Documentos De Trabajo*, Nuevas Tendencias En Dirección De Empresas, Dt 15/07.
- BROUHERS, K., BROUHERS, L. E. ve WERNER, S., 2003. "Transaction Cost Enhanced Entry Mode Choices and Firm Performance", *Strategic Management Journal* 24, ss.1239–1248.
- BUCKLEY, A.(Ed.), ve PALIWODA, S.J., 1994. *The Essence of International Marketing*, Prentice Hall, U.K., 164s.
- CABRAL, L.M.B., 2000. *Introduction to Industrial Organization*, The MIT Press, Cambridge, 355s.
- CALCULATION FOR THE SOBEL TEST, <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>, (06.01.2014)
- CARPENTER, M.A. ve SANDERS, W.G., 2004. "The Effects of Top Management Team Pay and Firm Internationalization on MNC Performance", *Journal of Management*, 30, (4), ss.509-528.
- CAVUSGIL, S.T. 1980. "On the Internationalization Process of Firms" *European Research*, 8, (6), 273-281.

- CAVUSGIL, S.T.(Ed.), CZIKOTA, M.(Ed.), MYERS, M.(Ed.), KNIGHT, G., RIESENBERGER, J. ve YAPRAK, A., 2009. Conducting Market Research for International Business, Business Expert Press, New York, 129s.
- CAVUSGIL, T., ve KNIGHT, G., 2009. Born Global Firms, A New International Enterprise, Business Expert Press, 128s.
- ÇAVUŞGİL, S.T., KNIGHT,G. ve ÜNER, M.M., 2011. Türkiye’de Küresel Doğan İşletmeler, Detay Yayıncılık, 202s.
- CEMALCILAR, İ. ve ŞAHİN, M. (Ed.), 2000. Pazarlama Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 357s.
- CENGİZ, E., GEGEZ, A.E., ARSLAN, M., PİRİNTİ, S. ve TIĞLI, M., 2007. Uluslararası Pazarlara Giriş Stratejileri, Beta Basım Yayım Dağıtım, 221s.
- CHANG, J., 2011. “The Early and Rapid Internationalization of Asian Emerging MNEs”, *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 21, (2), ss.171-187.
- CHEN H. ve HSU, C.W. 2010. “Internationalization, Resource Allocation and Firm Performance”, *Industrial Marketing Management*, 39, ss.1103-1110.
- CHEN, S. ve TAN, H., 2012. “Region Effect in the Internationalization – Performance Relationship in Chinese Firms”, *Journal of World Business*, 47, ss.73-80.
- CHENG, X.W., 2009. “The Impacts of Internationalization on Performance of New Zealand Firms”, Auckland University of Technology, Dissertation. School of Business, Auckland.
- CHERUNILAM, F., 2007. International Business Text and Cases, Prentice - Hall of India, Private Limited, 815s.
- CHIAO, Y. ve YANG, K,Y,C., 2006. “Performance, Internationalization, and Firm-Specific Advantages of SMEs in a Newly – Industrialized Economy”, *Small Business Economics*, 26, ss.475-492.
- CHIAO, Y., YEH, M. ve CHUANG, J., 2008. “Government Attitudes toward Internationalization, and SMEs’ Performance”, *Academy of Management, Annual Meeting*, ss.1-40
- CLARK, T. ve PUGH, D.S., 2001. ”Foreign Country Priorities in the Internationalization Process: A Measure and An Exploratory Test on British Firms”, *International Business Review*, 10, ss.285-303.
- CONTRACTOR, F. J., KUMAR, V. ve KUNDU, S. K. 2007. “Nature of the Relationship Between International Expansion and Performance: The Case of Emerging Market Firms”, *Journal of World Business*, 42, (4), ss.401–417.
- CUPTA, K., 2005. Contemporary Auditing, Tata McGraw – Hill Publishing Company, New Delhi, 1488s.
- CZINKOTA, M.R., IIKKA, A.R. ve BUONAFINA, M.O., 2004. The Export Marketing Imperative, Thomson, 252s.
- CZINKOTA, M.R., KNIGHT, G., LIESCH, P. ve SUDER, G. (Ed.), 2004. Terrorism and International Business: Conceptual Foundations, in *Terrorism and the International Business Environment*, Edward Elgar, Northampton, 241s.
- CZINKOTA, M.R., RONKAINEN, I.A. ve MOFFETT, M.H., 2009. Fundamental of International Business, 2nd Edition, Wessex, New York, 387s.
- CZINKOTA, M.R., RONKAINEN, I.A. ve MOFFETT, M.H., 2011. International Business, John Wiley & Sons, USA, 746s.

- ÇİÇEK, R. ve DEMİRER, Ö., 2009. “Geleneksel Uluslararasılaşma Teorisine Karşı Çıkan Yeni Bir Uluslararasılaşma Modeli: Global Doğan İşletmeler”, Akademik Bakış, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, 16, ss. 1-12.
- DANIELS, J.D. ve RADEBAUGH, L.H., 1989. International, Business Environments and Operations, Fifth Edition, Addison – Wesley Publishing Company, U.S.A., 716s.
- DELIOS, A. ve BEAMISH, P.W., 1999. “Geographic Scope, Product Diversification and The Corporate Performance of Japanese Firms”. Strategic Management Journal, 20, (8), ss.711–727.
- DELIOS, A. ve HENISZ, W.J., 2003. “Political Hazards, Experience, and Sequential Entry Strategies: The International Expansion of Japanese Firms, 1980-1998”, Strategic Management Journal, 24, (11), ss.1153–1164.
- DEMIRBAG, M., TATOGLU, E. ve GLAISTER, K.W., 2007. “Factors Influencing Perceptions of Performance: The Case of Western FDI in An Emerging Market”, International Business Review, 16, ss.310 – 336.
- DICKSON, P.R., 1994. International Marketing Management, Orlando, FL, 262s.
- DIŞ TİCARET POLİTİKASI,  
[http://tr.wikipedia.org/wiki/D%C4%B1%C5%9F\\_ticaret\\_politikas%C4%B1](http://tr.wikipedia.org/wiki/D%C4%B1%C5%9F_ticaret_politikas%C4%B1), (21.05.2014).
- DHANARAJ, C., ve BEAMISH, P.W., 2003. “A Resource Based Approach To The Study of Export Performance”, 41, (3), ss. 242- 261.
- DLABAY, L.R. ve SCOTT, J.C., 2011. International Business, South – Western Cengage Learning, 533s.
- DÖRRENBÄCHER, C., 2000. “Measuring Corporate Internationalisation A Review of Measurement Concepts and Their Use”, Intereconomics, Mayıs / Haziran, ss.119 – 126.
- DOUGLAS, S.P. ve CRAIG, C.S., 1995. Global Marketing Strategy, McGraw-Hill, New York, 554s.
- DRIFFIELD, N., 2001. “Inward Investment and Host Country Market Structure: The Case of The U.K.”, Review of Industrial Organization, 18, ss.363-378.
- DUNNING, J.H. (1993). Multinational Enterprises and the Global Economy, Addison-Wesley, England, 687s.
- DURUKAN, T., SEYMEN, O.A.(Ed.) ve BOLAT, T.,(Ed.), 2005. Küreselleşme ve Çokuluslu İşletmecilik, Çokuluslu İşletmelerde Pazarlama ve Halkla İlişkiler Uygulamaları Küresel Pazarlama, Nobel, 491s.
- EBNETH, O. ve THEUVSEN L., 2006. The Relationship Between Business Internationalization and Financial Performance of Stock- Listed Brewing Groups, International Food and Agribusiness Management Association 16th Annual World Forum, Symposium and Case Conference, June 10-13, Buenos Aires, Argentina.
- ECER, H.F. ve CANITEZ, M., 2005. Uluslararası Pazarlama Teori ve Uygulamalar, Gazi Kitapevi, 410s.
- ELANGO, B., 2003. “The Effect of Host Country Factors on the Internationalization of the U.S. Reinsurance Industry”, Journal of Insurance Issues, 26, (2), ss.93-113.
- ELANGO, B., 2006. “An Empirical Analysis of the Internationalization – Performance Relationship Across Emerging Market Firms”, Multinational Business Review, 14, (1), ss.21-44.

- EREN, M.Ş., 2006. “Şirket Girişimciliğine Etki Eden Faktörler ve Şirket Girişimciliği İle İşletme Performansı İlişkisi Üzerine Bir Saha Araştırması”, Doktora Tezi, Gebze İleri teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Gebze.
- ERICKSON, G. ve JACOBSON, R., 1992. “Gaining Comparative Advantage Through Discretionary Expenditures: The Returns to R&D and Advertising”. *Management Science*, 38, (9), ss.1264–1279.
- ERİŞ, E.D., 2008. “Lojistik Sektöründe Pazar Yönlü – Öğrenme Yönlü Olma ve Yenilikçiliğin İşletme Performansına Etkisi Üzerine Bir Araştırma”, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- ERKAN, Ö., 2011. “The Effects of Board Member Characteristics on Internationalization Performance: Analysis of Turkish Case, Boğaziçi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası Ticaret Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- ERKUTLU, H. ve ERYİĞİT, S., 2001. “Uluslararasılaşma Süreci”, Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 3, ss.149-164.
- ERRAMILLI, M.K., 1996. “Nationality and Subsidiary Ownership Patterns in Multinational Corporations”. *Journal of International Business Studies*, 27, (2), ss.225–248.
- ETEMAD, H.(Ed.), 2013. *The Process of Internationalization in Emerging SMEs and Emerging Economies*, Edward Elgar Publishing Limited, U.K., 429s.
- EYEMEN, U.E., 2007. SPSS 15.0 Veri Analiz Yöntemleri, İstatistik Merkezi, [www.istatistikmerkezi.com](http://www.istatistikmerkezi.com)
- FLEURY, M., BORINI, F.M., FLEURY, A. ve OLIVERIA, M. M., 2007. “Internationalization and Performance: A Comparison of Brazilian Exporters Versus Brazilian Multinationals, *Economiae Gestao*”, Belo Horizonte, 7, (14), ss.1-178.
- GANKEMA, H.G., SNUIF, H.R. ve ZWART, P.S., 2000. “The Internationalization Process of Small and Medium-Sized Enterprises An Evaluation of Stage Theory”, *Journal of Small Business Management*, 38, (4), ss.15-27.
- GASTANAGA, V.M., NUGENT, J.B. ve PASHAMOVA, B., 1998. “Host Country Reforms and FDI Inflows: How Much Difference Do They Make ? ”, *World Development*, 26, (7), ss.1299-1314.
- GILLESPIE, K. ve HENNESSEY, D.H., 2011. *Global Marketing, South – Western*, Cengage Learning, 577s.
- GIOVANNETTI, G., RICCHIUTI, G. ve VELUCCHI, M., 2009. “Location, Internationalization and Performance of Firms in Italy: A Multilevel Approach”, Dipartimento di Scienze Economiche, Università degli Studi di Firenze, Working Paper Series, 9, ss.1-14.
- GOERZEN, A. ve ASMUSSEN, C.G., 2007. “The Geographic Orientation of Multinational Enterprises and ITS Implications for Performance”, *Regional Aspect of Multinationality and Performance, Research in Global Strategic Management*, volume 13, ss.65-83.
- GOERZEN, A. ve BEAMISH, P., 2003. “Geographic Scope and Multinational Enterprise Performance”, *Strategic Management Journal*, 24 (13), ss.1289–1306.
- GÖKSU, N. ve CANITEZ, M., 1999. “Uluslararasılaşma Yolları”, *Pazarlama Dünyası, Globus Dünya Basımevi*, 13, (76), ss 16-21. İstanbul.



- GOMES, L. ve RAMASWAMY, K., 1999. "An Empirical Examination of the Form of the Relationship Between Multinationality and Performance". *Journal of International Business Studies*, 30, (1), ss.173 -187.
- GRÜNIG, R. ve MORSCHETT, D., 2012. *Developing International Strategies, Going and Being International for Medium-Sized Companies*, Springer, London, 381s.
- GÜÇLÜ, Y., 2014. "Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşmaları ve Türkiye", <http://www.mfa.gov.tr/cifte-vergilendirmeyi-onleme-anlasmalari-ve-turkiye.tr.mfa>, (21.05.2014).
- GÜLEŞ, H.K., BÜLBÜL, H. 2004. *Yenilikçilik: İşletmeler İçin Stratejik Rekabet Aracı*, Nobel Yayıncılık, İstanbul, 414s.
- GÜLEŞ, H.K., ve ÖZİLHAN, D., 2010. "Kaynak Temelli Teori Bağlamında Üretim ve Pazarlama Stratejilerinin İşletme Performansı Üzerine Etkisinin İncelenmesi", *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Selçuk Üniversitesi, 13 (19), ss.477-490.
- HAMILTON, L. Ve WEBSTER, P., 2012. *The International Business Environment*, Oxford University Press, 403s.
- HILL, C.W.L., 2008. *Global Business Today*, 5th Edition, McGraw – Hill Irwin, Boston, 598s.
- HITT, M.A., ROBERT E.H. ve HICHEON K., 1997. "International Diversification: Effects on Innovation and Firm Performance in Product - Diversified Firms", *Academy of Management Journal*, 40, (4), ss.767 - 98.
- HSU, C.C., 2003. "An Integrated Model of The Internationalization – Performance Relationship", Faculty of The Graduate School of Saint Louis University.
- HSU, C.C., 2005. "Internationalization and Performance: The S-Curve Hypothesis and Product Diversity Effect", *The Multinational Business Review*, 14, (2), ss.29-46.
- HSU, C.C., 2006. "Internationalization and Performance: The S-Curve Hypothesis and Product Diversity Effect", *Multinational Business Review*, 14, (2), ss.29-46
- HSU, C.C. ve BOGGS, D.J., 2003. "Internationalization and Performance: Traditional Measures and Their Decomposition", *Multinational Business Review*, 11, (3), ss.23-49.
- HODGETTS, R., 1997. *Yönetim: Teori, Süreç ve Uygulama*, Çev.: C.Çetin ve E.C. Mutlu, Der Yayınları, İstanbul, 461s.
- HUFBAUER, G.C. 1970. *The Impact of National Characteristics and Technology on the Commodity Composition of Trade in Manufactured Goods*, in *The Technology Factor in International Trade*, Columbia University Press, 231s.
- HULT, T., HURLEY, R. ve KNIGHT, G., 2004. "Innovativeness:Its Antecedents and Impact on Business Performance", *Industrial Marketing Management*, 33, ss. 429- 438.
- INTERNATIONAL BUSINESS,  
<http://www.businessdictionary.com/definition/international-business.html>,  
(06.05.2014).
- JAIN, T.R., TREHAN, M. ve TREHAN, R., 2011. *Business Environment*, Rahul Jain, V.K. (India) Enterprises, 341s.
- JOHANSON, J. ve VAHLNE, J.E., 1977. "The Internationalization Process of the Firm - A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Commitments" *Journal of International Business Studies*, 8 (1), ss.23-32.

- JOHANSON, J. ve VAHLNE, J.E., 2009. "The Uppsala Internationalization Process Model Revisited: From Liability of Foreignness to Liability of Outsidership", *Journal of International Business Studies*, 40, ss.1411-1431.
- JOHANSON, J. ve WIEDERSHEIM-PAUL.,F., 1975. "The Internationalization of Firms: Four Swedish Cases", *Journal of Management Studies*, 12 (3), 305-322.
- JOHANSON, J., MATTSSON, L.G., HOOD, N.(Ed.) ve VAHLNE,J.E.(Ed.), 2013. *Strategies in Global Competition, Internationalisation in Industrial Systems – A Network Approach*, Routledge Library Editions: International Business, Routledge, 394s.
- JOHNSON, D. ve TURNER, C., 2010. *International Business, Themes and Issues in the Modern Global Economy*, Routledge, New York, 496s.
- JUNG, J., 2004. "Acquisitions or Joint Ventures: Foreign Market Entry Strategy of U.S. Advertising Agencies", *The Journal of Media Economics*, 17, (1), ss.35-50.
- JUNG, J.C. ve BANSAL, P., 2009. "How Firm Performance Affects Internationalization", *Management International Review*, 49, ss.709-732.
- KAFOUROS, M.I., BUCKLEY, P.J., SHARP, J.A. ve WANG, C., 2008. "The Role of Internationalization in Explaining Innovation Performance", *Technovation*, 28, ss.63-74.
- KALAYCI, Ş., 2009. *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayın Dağıtım, Ankara, 426s.
- KALİTE BELGELERİNİN YARARLARI,  
<http://www.belgelendirme.com.tr/belgelendirme-standartlari/iso-27001-standart/188-iso-27001-belgesinin-faydalari-nelerdir>, (22.05.2014).
- KARABAĞ, S.F., 2008. "Strateji ve Endüstrinin Firma Performansına Etkisi: Türkiye'nin Öncü Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma", Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Adana.
- KARACAOĞLU, K., 2006. "İşletmelerin Rekabet Üstünlüğü Anlayışlarını Etkileyen Ögelerin Endüstri Temelli ve Kaynak Temelli Bakış Açısına Göre Belirlenmesi: Kayseri İlinde Bir Araştırma", *Çukurova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10, (2), ss.1-22.
- KARAFAKIOĞLU, M., 1997. *Uluslararası Pazarlama Yönetimi, Teori, Uygulama ve Örnek Olaylar*, Beta Basım Yayım, İstanbul, 356s.
- KAYMAK, Ü. ve ERCAN, İ., 2006. *Themis*, Arıkan Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1673s.
- KAYMAKÇI, O. AVCI, N. ve ŞEN, R., 2007. *Uluslararası Ticarete Giriş Teori, Politika ve Uygulama*, Nobel Yayın Dağıtım, 568s.
- KENNELLY, J.J. ve LEWIS, E.E., 2004. "Degree of Internationalization and Environmental Performance: Evidence From U.S. Multinationals", *Multinationals, Environment and Global Competition Research in Global Strategic Management*, volume 9, ss.23-41.
- KNIGHT, G.A. ve CAVUSGIL, S.T., 2004. "Innovation, Organizational Capabilities, and the Born – Global Firm", *Journal of International Business Studies*, Palgrave MacMillan, 35, ss.124 -141.
- KOBRIN, S.J., 1976. "Environmental Determinants of Foreign Direct Manufacturing Investments: An Ex-Post Empirical Analysis", *Journal of International Business Studies*, 7,(2), ss.29-42.

- KONSORSİYUM, <http://muhasebeturk.org/ecopedia/394-k/3100-konsorsiyum-nedir.html>, (01.05.2014).
- KOPARAL, C. ve ÖZALP, İ.(Ed.) 2004. Uluslararası İşletmecilik, Ülke Dışı Faaliyetler, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 301s.
- KOR, Y. Y. ve MAHONEY, J. T. 2005. “How Dynamics, Management, and Governance of Resource Deployments Influence Firm-Level Performance”, *Strategic Management Journal*, 26 (5), ss.489–496.
- KOTABE, M., 1990, “Corporate Product Policy and Innovative Behavior of European and Japanese Multinationals: An Empirical Investigation”, *Journal of Marketing*, 54, (2), ss.19–33.
- KOTABE, M., SRINIVASAN, S.S. ve AULAKH, P.S., 2002. “Multinationality and Firm Performance: The Moderating Role of R&D and Marketing Capabilities”. *Journal of International Business Studies*, 33, (1), ss.79–97.
- KOTELNIKOV, V., “Porter’s Five Forces Model For Industry Analysis”, [http://www.1000ventures.com/business\\_guide/mgmt\\_statagic\\_ca\\_byporter.html](http://www.1000ventures.com/business_guide/mgmt_statagic_ca_byporter.html), (21.02.06).
- KOTLER, P. ve ARMSTRONG, G., 1994. *Principles of Marketing*, Prentice – Hall, New Jersey, 692s.
- KOTLER, P., 1991. *Marketing Management Analysis, Planning Implementation and Control*, Prentice Hall, USA, 756s.
- KURTARAN, A., 2007. “Doğrudan Yabancı Yatırım Kararları ve Belirleyicileri”, *Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10, (2), ss.367 – 387.
- KUTLU, E. ve ÖZALP, İ.(Ed.) 2004. Uluslararası İşletmecilik, Uluslararası Ticaretin Ekonomik Teorisi, Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 301s.
- LAWRENCE, S.W. ve LUOSTARINEN, R., 1988. “Internationalization: Evolution of A Concept *Journal of General Management*”, The Brybrooke Press Limited, 14, (2), ss.156-161.
- LAVIE, D. ve MILLER, S.R., 2008. “Alliance Portfolio Internationalization and Firm Performance”, *Organization Science*, 19, (4), ss.623-646.
- LEE, C.F. ve LEE, A.C., 2006. *Encyclopedia of Finance*, Springer Sciences Business Media, Inc., USA. 773s.
- LEE, T, CHAN, K.C., YEH, J.H ve CHAN, H.Y., 2010. The Impact of Internationalization On Firm Performance: A Quantile Regression Analysis, *International Review of Accounting, Banking and Finance*, 2, (4), ss.39-59.
- LEEMAN, J.J., 2010. *Export Planning: A10 – Step Approach*, Institute for Business Process Management, 225s.
- LI, J. J., ZHOU, K. Z. ve SHAO, A. T., 2009. “Competitive Position, Managerial Ties, and Profitability of Foreign Firms in China: An Interactive Perspective”. *Journal of International Business Studies*, 40,(2), ss.339–352.
- LIN, W.T., LIU,Y. ve CHENG, K.Y., 2011. “The Internationalization and Performance of A Firm: Moderating Effect of A Firm’s Behavior”, *Journal of International Management*, 17, pp: 83-95.
- LU, J.W. ve BEAMISH, P.W., 2000. “Internationalization & Performance: Exporting vs. FDI”, *ASAC-IFSAM, Conference Montreal*, ss.1-11.
- LU, J.W. ve BEAMISH, P.W., 2001. The Internationalization and Performance of SMEs, *Strategic Management Journal*, 22, ss.565-586.

- LU, J.W. ve BEAMISH, P.W., 2002. The Internationalization and Growth of SMEs, ASAC, Winipeg, Manitoba. ss.86- 96.
- MAJOCCHI, A. ve ZUCHELLA, A., 2003. "Internationalization and Performance Findings from a Set of Itallian SMEs", *International Small Business Journal*, 21, (3), ss.249-268.
- MANSFIELD, E., 1981. "Composition of R&D Expenditures: Relationship to Size of Firm, Concentration, and Innovative Output", *Review of Economics and Statistics*, 63, (4), ss.610-615.
- MAURI, A.J. ve FIGUEIREDO, J.N., 2012. "Strategic Patterns of Internationalization and Performance Variability: Effects of US-Based MNC Cross – Border Dispersion, Integration, and Outsourcing", *Journal of International Management*, 18, ss.38-51.
- McCARTHY, E.J. ve PERREAULT, W.D., 1988. *Essentials of Marketing*, Irwin Homewood, Illinois, 512s.
- MENDENHALL, M., PUNNET, B.J. ve RICKS, D., 1995. *Global Management*, Blackwell Publishers, Oxford, U.K., 710s.
- MILLER, K.D. 1992. "A Framework for Integrated Risk Management in International Business", *Journal of International Business Studies*, 23, (2), ss.311–331.
- MILLER, K.D., 1993. "Industry and Country Effects on Managers'perceptions of Environmental Uncertainties". *Journal of International Business Studies*, 24, (4), ss.693–714.
- MLINARIĆ, M.C. ve MLINARIĆ, F., 2010. "Small Firms in a Small Country: Managerial Factors, Internationalization and Performance of Slovenian SMEs", *Managing Global Transitions*, 8, (3), ss.239-259.
- MODY, A., RAZIN, A. ve SADKA, E., 2003. "The Role of Information In Driving FDI Flows: Host – Country Transparency and Source – Country Specialization", NBER Working Paper Series, Working Paper 9662, <http://www.nber.org/paper/w9662>
- MUCUK, İ., 1990. *Pazarlama İlkeleri, Genişletilmiş 5. Bası*, Der Yayınları, İstanbul, 348s.
- MUCUK, İ., 2001. *Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi*, İstanbul, 382s.
- MUSTEEN, M., FRANCIS, J. ve DATTA, D.K. 2010. "The Influence of International Networks on Internationalization Speed and Performance: A study of Czech SMEs", *Journal of World Business*, 45, ss.197-205.
- MUTLU, E. C., 1999. *Uluslararası İşletmecilik*, Beta Yayınları, İstanbul, 523s.
- MUTLU, E.C., 2008. *Uluslararası İşletmecilik*, Beta Yayınları, İstanbul, 464s.
- MUTLU, E.C., 2012. *Uluslararası İşletmecilik*, Beta Yayınları, İstanbul, 472s.
- NIELSEN, S., 2010. "Top Management Team Internationalization and Firm Performance", *Management International Review*, 50, ss.185-206.
- NUNALLY, J. C., 1978. *Psychometric Theory*, McGraw-Hill, New York, 701s.
- O'CONNOR, A.,(Ed.), 2010. *Managing Economies, Trade and International Business*, Palgrave MacMillan, New York, 388s.
- O'GORMAN, C. ve McTIERNAN, L., 2000. "Factors Influencing the Internationalization Choices of Small and Medium – Sized Enterprises: The Case of the Irish Hotel Industry", *Enterprise & Innovation Management Studies*, 1, (2), ss.141-151.

- O'KEEFFE, M., MAVONDO, F. ve SCHRODER, B., 1998. "The Resource-Advantage Theory of Competition: Implications for Australian Agribusiness", Monash University, Agribusiness Perspective Papers, 2, ss.1-13, Agribusiness Association of Australia.
- OKTAY, E., 2006. "Stratejik Yönetim Sürecinde Performans Geliştirmenin Bir Aracı Olarak Dış Kaynak Kullanımı: İmalat Sanayinde Bir Uygulama", Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Konya
- OLMOS, M.F., 2011. "The Determinants of Internationalization: Evidence from the Wine Industry", Applied Economic Perspectives and Policy, 33, (3), ss.384-401.
- ÖZKANDEMİR, Ö., 2004. "Küreselleşme Sürecindeki KOBİ'lerde Uluslararasılaşma ve Performans", Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- ÖZYILDIZ, R.H., 1998. "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarında Karar Alma Prosedürü", Hazine Dergisi, sayı 11, ss.1-9
- PAPADOPOULOS, N. ve MARTÍN, O., 2010. "Toward A Model of The Relationship Between Internationalization and Export Performance", International Business Review, 19, ss.388-406.
- PATENT, <http://www.patent.com.tr/patent/patentin-sagladigi-haklar-nelerdir>, (22.05.2014).
- PATTNAIK, C. ve ELANGO, B., 2009. "The Impact of Firm Resources on the Internationalization and Performance Relationship: A Study of Indian Manufacturing Firms", Multinational Business Review, 17, (2), ss.69-87.
- PAUL, J., 2011. International Business, 5th Edition, Ninth Printing, 705s.
- PAZARDAKİ ÜLKE SAYISI, [http://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%9C%9Ckeler\\_listesi](http://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%9C%9Ckeler_listesi), (25.12.2013).
- PEŠKOVÁ, M.B., 2006. "Internationalization of Swiss SMEs: State, Performance & Influencing Factors", Doctorate Thesis, University of Fribourg, Faculty of Economics and Social Sciences, Fribourg, Switzerland.
- PFISTER, J.A., 2009. Managing Organizational Culture for Effective Internal Control, From Practice to Theory, Physica-Verlag, 245s.
- PORTER, M., 1997. Yarının Avantajlarını Yaratmak, Der: R.Gibson, Çev.: S.Gül, Geleceği Yeniden Düşünmek, Sabah Yayınları, İstanbul.
- PREACHER, K.J. ve HAYES, A., 2004., "SPSS and SAS Procedures for Estimating Indirect Effects in Simple Mediation Models", Behavior Research Methods, Instrument & Computers, 36, (4), ss.717-731.
- PREACHER, K.J. ve HAYES, A., 2008., "Asymptotic and Resampling Strategies for Assessing and Comparing Indirect Effects in Multiple Mediator Models", Behavior Research Methods, 40, (3), ss.879 – 891.
- RÄTTICH, G., CLARK, K. ve HARTMANN, E., 2010. "Performance Measurement and Antecedents of Early Internationalizing Firms: A Systematic Assessment", The University of Texas at San Antonio, College of Business, Working Paper Series, ss.1-48
- RAVENS-CRAFT, D. J. 1983. "Structure - Profit Relationships at the Line of Business and Industry Level". Review of Economics and Statistics, 65, ss.22-31.
- RIAHI-BELKAOUI, A., 1998. "The Effects of the Degree of Internationalization on Firm Performance". International Business Review, 7, (3), ss.315- 21.

- 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, Port, Portugal, September 4-6, ss.1-30
- REKABET, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Rekabet>, (14.07.2014).
- RUGMAN, A.M.(Ed.), DUNNING, J.H. ve McQUEEN, M., 2013. New Theories of The Multinational Enterprise. Routledge Library Editions: International Business, 309s.
- RUGMAN, A.M., COLLINSON, S. ve HODGETTS, R.M., 2006. International Business, 4th Edition, Prentice Hall, England, 664s.
- RUTIHINDA, C., 2008. "Factors Influencing The Internationalization of Small and Medium Size Enterprises", International Business & Economics Research Journal, December, 7, (12), ss.45-54.
- SADAGHIANI, J.S., DEHGHAN, N. ve ZAND, K.N., 2011. "Impact of International Market Entry Strategy on Export Performance", The Journal of Mathematics and Computer Science, 3, (1), ss.53-70.
- ŞAHİN, E., 2006. "Uluslararasılaşmanın Firma Finansal Performansına Etkisi", İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Endüstri Mühendisliği Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- ŞAHİN, M. ve ÖZALP, İ.(Ed.), 2004. Uluslararası İşletmecilik, Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Yayınları, Eskişehir, 301s.
- ŞATIROĞLU, K.D., 1984. Çokuluslu Şirketler, Strüktürel ve Fonksiyonel Bir Evrim Yaklaşımı, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 248s.
- SHERMAN, A.J., 2011. Franchising & Licensing, AMACOM, 451s.
- SENO - ALDAY, S., 2011. "Internationalisation and Performance: Exploring Measurement Issues and the Impact of Measurement Alternatives, University of Sydney.
- SIELER, S., 2008. "Determinants of the Internationalization – Performance Relationship: An Empirical Examination of the Influence of Organizational and Contextual Variables", Dissertation Zur Erlangung Des Akademischen Grades Einer Doktors Der Wirtschaftswissenschaften An Der Universität Augsburg.
- SOBEL, M. E., 1982. "Asymptotic Confidence Intervals for Indirect Effects in Structural Equation Models. In S. Leinhardt (Ed.), Sociological Methodology San Francisco: Jossey-Bass, ss.290-312.
- SÖKMEN, A.G., 2006. "Firma Kaynakları, İhracat Stratejileri ve Uluslararasılaşma Derecesi: Küçük ve Orta Boy İşletmeler Üzerine Bir Araştırma", Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Adana
- STEERS, R.M. ve NARDON, L., 2006. Managing in the Global Economy, M.E. Sahrpe, 385s.
- STUART, T. E., 2000. "Interorganizational Alliances and the Performance of Firms: A Study of Growth and Innovation Rates in A High-Technology Industry". Strategic Management Journal, 21, (8), ss.791–811.
- SULLIVAN, D., 1994. "Measuring The Degree of Internationalization of A Firm", Journal of International Business Studies, Second Quarter, ss.325-342.
- SCHWEIZER, L., 2005. "Concept and Evolution of Business Models". Journal of General Management, 31, (2), 37-56.
- ŞİMŞEK, M.Ş., 2001. Yönetim ve Organizasyon, Günay Ofset, Konya, 392s.

- ŞİMŞEK, M.Ş., 2009. İşletme Bilimine Giriş, Adım Matbaacılık ve Ofset, Konya, 415s.
- TAYEB, M.H., 1992. The Global Business Environment An Introduction, Sage Publications, London, 223s.
- TEK, Ö.B., 1990. Pazarlama İlkeleri ve Uygulamalar, Mopak, İzmir, 593s.
- TEK, Ö.B., 1999. Pazarlama İlkeleri, Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları, Beta Yayınları, İstanbul, 902s.
- TENEKECİOĞLU, B.(Ed.), 2003. Pazarlama Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir, 307s.
- TERPSTRA, V. ve SARATHY, R., 1994. International Marketing, Dryden Press, Orlando, 726s.
- TEŞVİKLER, <http://www.tesvik.gov.tr/index.cfm?sayfa=36E0144F-C430-DB4D-5BA7566ABAA30F62>, (22.05.2014).
- THOMPSON, A.A., STRICKLAND, A.J. ve GAMBLE, J.E., 2007. Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage, McGraw Hill Irwin, New York, 992s.
- TIROLE, J., 1988. The Theory of Industrial Organization, Massachusetts Institute of Technology Press, 473s.
- TÜRKİYE'DE REKLAM HARCAMALARI, <http://www.ito.org.tr/Dokuman/Sektor/1-78.pdf>, (22.05.2014).
- ÜLGEN, H. ve MİRZE, K., 2013. İşletmelerde Stratejik Yönetim, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 702s.
- ÜNSAR, S., 2007. "Uluslararası İşletmelerde Üretim Stratejileri", Journal of Yasar University, 2, (7), ss.695-708.
- VERDIN, P. ve HECK, N.V., 2001. From Local Champions to Global Masters, A Strategic Perspective on Managing Internationalization, Palgrave, New York, 208s.
- WAHID, F., 2010. "Innovation – Performance Relationship. The Moderating Role of the Degree of Internationalization on A Firm", University of Waterloo, Master of Applied Science in Management Sciences, Canada.
- WARREN, H., 1998. Oxford Türkiye, Oxford University Press, Oxford, 746s.
- WELCH, L.S., BENITO, G.R.G. ve PETERSEN, B., 2007. Foreign Operation Methods, Theory, Analysis, Strategy, Edward Elgar, U.S.A., 462s.
- WISMIARSI, T., 2008."Internationalisation of Firms: Relationship Between Firms Characteristics, International Market Orientation and the Degree of Internationalisation", National Conference on Management Research, Makassar.
- XUEMEI, Y., 2011. Degree of Internationalization and Firm Performance, Evidence from China's State-owned Banks,IEEE,
- YAP- İŞLET-DEVRET, <http://tavhavalimanlari.com.tr>, (01.05.2014).
- YATIRIM RİSKİ, <http://economictimes.indiatimes.com/definition/investment-risk>, (21.05.2014).
- YEŞİL, S., 2010. "Küreselleşme ve İşletmelerin Küreselleşme Süreçleri: Karşılaşılan Fırsatlar ve Tehditler", Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 6, ss.22-72.
- YÜKSEL, Ö., 1999. Uluslararası İşletme Yönetimi ve Türkiye Uygulamaları, Gazi Kitapevi, Ankara, 348s.
- YÜZER, A.F.(Ed.) ve ŞIKLAR, E., 2006. İstatistik, Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim Yayınları, Eskişehir.

ZHOU, L., WU, W. ve LUO, X., 2007. "Internationalization and the Performance of Born-Global SMEs: the Mediating Role of Social Networks", Journal of International Business Studies, 38, ss.673-690.



## ÖZ GEÇMİŞ

### Kişisel Bilgiler

Adı – Soyadı : İBRAHİM AKBEN  
Doğum Yeri ve Tarihi : KAHRAMANMARAŞ, 1979

### Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi :Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi,  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme  
Bölümü  
Yüksek Lisans Öğrenimi :Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi,  
Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim  
Dalı  
Doktora Öğrenimi :Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi,  
Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim  
Dalı  
Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

### İş Deneyimi

Stajlar :  
Projeler :  
Çalıştığı Kurumlar : Hasan Kalyoncu Üniversitesi

### İletişim

E-Posta Adresi : ibrahimakben@gmail.com  
Tel. : 0 342 211 80 80 – 13 45  
Tarih : Eylül, 2014



## İŞLETMELERİN ULUSLARARASI İLAŞMA DERECESİ BELİRLEYİCİLERİ ve İŞLETME PERFORMANS İLİŞKİSİ ARAŞTIRMA SORULARI

Sayın Yönetici,

Türkiye’de faaliyet gösteren İşletmelerinin “Uluslararası İlaşma Derecesi Belirleyicileri ve Performans” ilişkilerini araştıran bir doktora tez çalışması yürütmekteyiz. Çalışma esas olarak Uluslararası İşletmelerinin Dünyadaki diğer Uluslararası işletmeler arasındaki yerini belirlemeyi, işletmelere yeni projeler ve hedefler üretmeyi, karşılaşılan problemlere çözüm önerileri sunmayı ve bu sayede bilim dünyasına katkıda bulunmayı ve iş dünyasına yardımcı olmayı amaçlamaktadır.

Bu çalışmadan elde edilecek veriler kesinlikle üçüncü şahıs, kurum veya kuruluşlardan gizli tutularak sadece bilimsel çalışmalarda kullanılacaktır. Bu açıdan anketimize vereceğiniz samimi ve doğru cevaplar büyük önem arz etmektedir. Araştırmaya göstereceğiniz ilgi, ayıracağınız değerli zaman ve katkılarınız için teşekkür eder, çalışmalarınızda başarılar dileriz.

Yrd. Doç. Dr. Salih YEŞİL  
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi  
e-mail: syes66@hotmail.com

Öğr. Gör. İbrahim AKBEN  
Hasan Kalyoncu Üniversitesi  
e-mail: ibrahimakben@gmail.com

### **BİRİNCİ BÖLÜM: Aşağıdaki sorular işletmenizin karakteristiklerini ölçmeye yöneliktir.**

1. İşletmeniz kaç yıldır faaliyet göstermektedir? Lütfen belirtiniz:.....yıl
2. İşletmeniz kaç yıldır Uluslararası pazarlarda faaliyet göstermektedir? Lütfen belirtiniz:.....yıl
3. İşletmeniz kaç ülkede faaliyet göstermektedir ? Lütfen belirtiniz:.....
4. İşletmeniz dış ticaret departmanında kaç kişi çalışmaktadır ?
5. İşletmeniz Ulusal ve Uluslararası teşviklerden kaç kez yararlandı? Lütfen belirtiniz, Ulusal:.....Uluslararası:.....
6. İşletmeniz kaç tane Ulusal ve Uluslararası kalite belgesine sahiptir? Lütfen belirtiniz, Ulusal:.....Uluslararası:.....
7. İşletmeniz Ulusal ve Uluslararası tanınmışlığa sahip bir markaya sahip midir ?  
Ulusal:        () Evet () Hayır  
Uluslararası: () Evet () Hayır
8. İşletmeniz tescilli bir patent hakkına sahip midir ?  
                  () Evet () Hayır
9. İşletmeniz kaç “Ulusal ve Uluslararası Ticari Organizasyona” üyedir ? Lütfen belirtiniz, Ulusal:.....Uluslararası:.....
10. İşletmeniz Ar-Ge faaliyetleri için cironuzdan % ne kadar pay ayırmaktadır ? Lütfen belirtiniz:%.....
12. İşletmeniz yeni tesis ve ekipman yatırımlarına cironuzdan % ne kadar pay ayırmaktadır ? Lütfen belirtiniz:%.....
13. İşletmeniz Reklam harcamalarına cironuzdan % ne kadar pay ayırmaktadır ? Lütfen belirtiniz: %.....

## EKLER

### **İKİNCİ BÖLÜM: Aşağıdaki sorular işletmenizin “Uluslararasılaşma Derecesini” ölçmeye yöneliktir.**

*Aşağıdaki oranları lütfen işletmenizin son üç yıllık ortalama performansını baz alarak cevaplandırınız*

1. İşletmenizin ”İhracat satışları / Toplam satışları” oranı nedir ? Lütfen belirtiniz: %.....
2. İşletmenizin “Yabancı parasal varlıklarının toplamı / Toplam parasal varlıkları ”oranı nedir ? Lütfen belirtiniz:%.....
3. İşletmenizin “Yabancı şubelerinin sayısı / Toplam şube sayısı” nedir ? Lütfen belirtiniz: %.....
4. İşletmenizin ”Tepe yöneticinin tecrübesi / Bütün yöneticilerin toplam tecrübesi” oranı nedir ? Lütfen belirtiniz:%.....
5. İşletmeniz pazarındaki “İhracat yapılan ülke sayısı / Toplam ülke sayısı ” nedir ? Lütfen belirtiniz: %.....
6. İşletmenizin “İhracat elemanlarının sayısı / Toplam eleman sayısı” oranı nedir ? Lütfen belirtiniz: %.....

### **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: Aşağıdaki sorular işletmenizin uluslararası faaliyetlerini etkileyen faktörleri ölçmeye yöneliktir.**

**1. İşletmenizin üst düzey yönetiminin “Uluslararası Yönelimini” ölçen aşağıdaki durumlara lütfen ne derece katılıp katılmadığınızı işaretleyiniz.**

	1	2	3	4	5
İşletmemiz uluslararası pazarlara girmek için elinden gelen çabayı gösterir ve bütün imkânlarını kullanır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İşletmemizde önemli pozisyonlara daha çok ev sahibi ülke vatandaşları yerleştirilir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İşletmemizde önemli pozisyonlardaki yöneticiler genellikle yurtdışında uluslararası deneyime sahip kişilerdir	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En iyi sonucu almak için işletmemiz dünya çapındaki (insan, yetenek ve know-how gibi) en iyi kaynakları kullanır	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İşletmemiz uluslararası pazarlarda imajının daha iyi olması için çaba harcar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum

## EKLER

2. Kendi ülkeniz (Ana Ülke) açısından düşündüğünüzde İşletmenizin uluslararası faaliyetlerine etki eden faktörlerin ne derece önemli olup olmadığını lütfen belirtiniz ?

	1	2	3	4	5
Politik istikrar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rekabet yoğunluğu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ekonomik istikrar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yabancı pazar bilgisi sunulması	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yatırım fırsatları hakkında bilgi verilmesi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Çifte vergi anlaşması	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finansal yardım sunma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yatırım koruma anlaşması	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ulusal bankaların deniz aşırı şube açma konusunda desteklenmesi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kendi ülkenizdeki bürokrasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kendi ülkenizin sağladığı teşvikler	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1: Kesinlikle önemli değil, 2: Önemli değil, 3: Kararsızım, 4: Önemli, 5: Kesinlikle önemli

3. İşletmenizin faaliyette bulunduğu ev sahibi ülkeler açısından düşündüğünüzde işletmenizin uluslararası faaliyetlerine etki eden faktörlerin ne derece önemli olup olmadığını lütfen belirtiniz

	1	2	3	4	5
Yüksek pazar talebi ve / veya büyümesi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ev sahibi ülkedeki düşük yatırım riski	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ev sahibi ülkenin yabancı işletmelere iyi davranması	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ev sahibi ülkedeki politik ve ekonomik istikrar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ev sahibi ülkenin sunduğu "ölçek ekonomisi" imkânı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Potansiyel müşterilerin olduğu pazarlara fiziksel yakınlık	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ev sahibi ülkenin tarife ve ticaret engellerini azaltması	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ev sahibi ülkedeki yasal düzenlemelerin uluslararası faaliyetleri kolaylaştırması	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ev sahibi ülkede doğrudan yabancı yatırımların teşvik edilmesi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ev sahibi ülkedeki yabancı yatırımların millileştirilmesi riski	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1: Kesinlikle önemli değil, 2: Önemli değil, 3: Kararsızım, 4: Önemli, 5: Kesinlikle önemli

## EKLER

**DÖRDÜNCÜ BÖLÜM:** Aşağıdaki sorular işletmelerin performanslarını ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır.

**4. Lütfen aşağıdaki performans kriterlerini işletmenizin son üç yıllık ortalama durumunu baz alarak değerlendiriniz.**

	1	2	3	4	5
Ciro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pazar payı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Karlılık	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Büyüme hızı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yatırımlar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Satışların geriye dönüş oranı, (ROS % = Net gelir / Satışlar)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yatırımların geriye dönüşü, (ROI % = (Yatırımların getirisi - Yatırımların maliyeti) / Yatırımların maliyeti )	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Öz kaynakların getirisi, (ROE % = Net gelir / Hissedarların Öz kaynakları)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Varlıkların geri dönüşü, (ROA % = Net gelirler / Toplam varlıklar)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yerel satışların karlılığı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Yerel satışlar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uluslararası satışların karlılığı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uluslararası satışlar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
İhracat yapılan ülke sayısı	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

1: Çok düştü, 2:Düştü, 3: Değişiklik yok, 4: Arttı, 5:Çok arttı

Katkılarınız için teşekkür ederiz.