ResearchGate

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: https://www.researchgate.net/publication/359560900

İşletmelerin Girişimcilik Yönelimiyle İhracat Yönelimi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Kuyumculuk Sektörü Üzerine Bir Araştırma

Article *in* Kesit Akademi · March 2022

DOI: 10.29228/kesit.57433

CITATIONS
2

READS
370

2 authors, including:



Mehmet Sağlam
Istanbul Ticaret University
78 PUBLICATIONS **315** CITATIONS

SEE PROFILE

All content following this page was uploaded by Mehmet Sağlam on 30 November 2023.

The user has requested enhancement of the downloaded file.

KESİT AKADEMİ DERGİSİ

ISSN: 2149-9225

The Journal of Kesit Academy

İşletmelerin Girişimcilik Yönelimiyle İhracat Yönelimi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Kuyumculuk Sektörü Üzerine Bir Araştırma

Evaluation of the Relationship between Entrepreneurial Orientation and Export Orientation of Enterprises: A Research on the Jewelry Sector

Mehmet SAĞLAM*
Mehmet Fatih SARI**

Makale Türü/ Article Information/ Информация о Статье: **Araştırma Makalesi/ Research Article/ Научная Статья**

Atıf / Citation / Цитата

Sağlam, M. ve Sarı, M. F. (2022). İşletmelerin girişimcilik yönelimiyle ihracat yönelimi arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi: Kuyumculuk sektörü üzerine bir araştırma. *Kesit Akademi Dergisi*, 8 (30), 543-569.

Sağlam, M. & Sarı, M. F. (2022). Evaluation of the relationship between entrepreneurial orientation and export orientation of enterprises: A research on the jewelry sector. *The Journal of Kesit Academy*, 8 (30), 543-569.

10.29228/kesit.57433

Geliş/ Submitted/ Отправлено:	29.01.2022
Kabul/ Accepted/ Принимать:	14.03.2022
Yayın/ Published/ Опубликованный:	25.03.2022

Bu makale İntihal.net tarafından taranmıştır. This article was checked by Intihal.net. Эта статья была проверена Интихал.нет Bu makale Creative Commons lisansı altındadır. This article is under the Creative Commons license. Это произведение доступно по лицензии Creative Commons.

* **Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Türkiye, msaglam@ticaret.edu.tr**
** **Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Türkiye, mfatih.sari@istanbulticaret.edu.tr**

KESİT AKADEMİ DERGİSİ

ISSN: 2149-9225

The Journal of Kesit Academy

İşletmelerin Girişimcilik Yönelimiyle İhracat Yönelimi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Kuyumculuk Sektörü Üzerine Bir Araştırma[1]

Evaluation of the Relationship between Entrepreneurial Orientation and Export Orientation of Enterprises: A Research on the Jewelry Sector

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SAĞLAM

Mehmet Fatih SARI

Öz: Bir işletme sahibinin girişimci profili ve çalışanların girişimcilik algılarının ihracata yönelmede önemli bir faktör olduğu kabul edilmektedir. Girişimcilik yönelimi yüksek olan işletmeler, uluslararası pazara yönelik girişimsel süreçlerini tasarlarken pazardaki rakiplerine karşı daha sürdürülebilir rekabet avantajı elde edecektir. Bu çalışmada kuyumculuk sektöründe ihracat yapan küçük ve orta ölçekli işletme sahiplerinin girişimcilik yönelimi algılarının ihracat yöneliminde nasıl bir değişim yarattığı araştırılmıştır. İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB) tarafından e-posta ile gönderilen listeden, ihracat karı diğerlerine göre daha yüksek olan 7 tanesi seçilmiş ve bu işletmelerin sahipleri ile görüşülmüştür. Verilerin toplanmasında yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bilgiler MaxQDA2020 nitel veri analiz programı ile analiz edilerek sonuçlar özetlenmiş ve bu sonuçlara ilişkin yorumlara yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik yönelimi, ihracat yönelimi, kuyumculuk sektörü.

---

[1] "COPE-Dergi Editörleri İçin Davranış Kuralları ve En İyi Uygulama İlkeleri" beyanları: Bu çalışma için herhangi bir çıkar çatışması bildirilmemiştir. Bu çalışma, İstanbul Ticaret Üniversitesi Etik Kurulu'nun 25.11.2021 tarih ve E-65836846-044-202493 sayılı onayı çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Programında birinci yazar danışmanlığında yürütülen yüksek lisans tez çalışmasından ikinci yazar tarafından üretilmiştir. Katkı Oranı Beyanı: %50-%50. Sorumlu Yazar: Mehmet Fatih Sarı

Statements of "COPE-Code of Conduct and Best Practices Guidelines for Journal Editors": No conflicts of interest were reported for this article. This study was prepared with the approval of İstanbul Ticaret University Ethics Committee. This study was derived from the second author's master's thesis which is in preparation. Author Contributions: %50-%50. Corresponding Author: Mehmet Fatih SARI

Abstract: It is accepted that the entrepreneurial profile of a business owner and the entrepreneurial perception of the employees are an important factor in export orientation. Businesses with a high entrepreneurial orientation will gain a more sustainable competitive advantage against their competitors in the market while designing their entrepreneurial processes for the international market. In this study, it has been investigated how the entrepreneurial orientation perceptions of small and medium-sized business owners exporting in the jewelry sector create a change in export orientation. From the list sent by the Istanbul Minerals and Metals Exporters' Association (IMMIB) by e-mail, 7 of them with higher export profits were selected and the owners of these enterprises were interviewed. Semi-structured interview technique was used in data collection. The information obtained as a result of the study was analyzed with the MaxQDA2020 qualitative data analysis program, and the results were summarized and comments on these results were included.
Keywords: Entrepreneurial orientation, export orientation, jewelry sector.

Giriş

Uluslararası pazarlarda işletmelerin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin arttığı ve hızlı rekabette etkin bir varlık gösterebilmek için etkili rekabet stratejileri uygulamalarının son derece önem arz ettiği bir ortamda girişimcilik farklı bir boyut kazanmıştır. İhracata yönelen girişimci işletmelerin, uluslararası pazarlarda istenilen başarıya ulaşmaları için işletme stratejilerini geliştirmeleri ve kendilerine stratejik bir yol haritası çıkartmaları gerekmektedir.

Değişimi ve yeniliği benimseyen, risk alabilen girişimci işletmeler rakiplerine karşı sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmektedirler. Değişen pazar şartlarına uyum sağlayan ve ürün geliştirme faaliyetleri yürüten işletmeler girişimcilik yönelimine sahiptirler. Girişimcilik algısı yüksek olan işletmeler, kaynaklarını bir fırsat oluşturacak şekilde bir araya getirme ve uluslararası pazar fırsatlarını belirleme konusunda rakiplerine göre daha başarılı olmakta ve bu özelliklerinden dolayı amaçlarına kolay bir şekilde ulaşmaktadırlar (Koçoğlu, 2013).

İhracatçı işletmelerin Türkiye'nin büyümesine olan katkısı oldukça fazladır. Türkiye için stratejik bir sektör olarak değerlendirilen mücevher sektöründe girişimcilik faaliyetlerine bu anlamda büyük önem verilmektedir. İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB) aracılığıyla Kuyumcukent'te kurulan değerli taş kesim atölyesi buna örnek teşkil etmektedir. Ar-ge, inovasyon ve katma değerli üretim bağlamında yapılan bu girişim sayesinde ithal girdilerin azaltılması ve birim başına ihracat karlarının artırılması amaçlanmaktadır. Mücevher sektöründe katma değer üreten işletmeler, ülke ihracatında özel bir öneme sahiptir. Türkiye ihracatının en değerli ürünü sayılabilecek olan mücevherin, kilogram başına ihracat değerinin artırılması nokta-

sında mücevher sektörü lokomotif bir sektör olma özelliği taşımaktadır (Anadolu Ajansı, 2020).

Mücevher ihracatı yapan işletmelerin yurtdışı satışlardan elde edilen karın yüksek olmasından dolayı gerek ülke ekonomisine katkı sağlamak, gerekse dünya pazarından daha fazla pay alınmasını sağlamak ve istihdamı genişletmek için ihracata yönelmeleriyle birlikte girişimcilik eğilimi göstermelerinin ihracata yönelmelerinde önemli bir etkisi var mıdır sorusu da merak konusudur.

Bu kapsamda hazırlanan araştırmada girişimcilik yönelimi algısının ihracat yöneliminin bağımsız bir belirleyicisi olduğunu incelemek için oluşturulan araştırma sorusuna yanıt aramak amacıyla mücevher sektöründe ihracat yapan işletme sahipleriyle görüşülmüş ve saha çalışması yapılmıştır. Bu amaçla hazırlanan çalışmada mücevher ihracatı yapan işletmelerin girişimcilik yöneliminin belirlenmesi ve daha sonra ihracat yönelimiyle arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi ele alınmıştır.

Girişimcilik Yönelimi

Lumpkin ve Dess'e (1996) göre girişimcilik yönelimi bir işletmenin risk alma düzeyi, yenilikçi düşünceye sahip olması ve rakiplerine karşı sergilediği saldırgan hamleler olarak tanımlanabilir. Girişimcilik yönelimi, işletme kaynaklarının yeni bir kombinasyonuyla dönüşüm sürecini ifade eder (Lumpkin ve Dess, 1996; akt. Ejdys, 2016).

Covin ve Slevin (1988) konuya başka bir açıdan yaklaşarak girişimcilik yönelimi kavramını "üst yönetimin iş ile ilgili riskler almaya, kendi firmalarının rekabet üstünlüğü elde etmesi için değişime ve yeniliğe açık olmaya ve rakipleriyle agresif bir şekilde rekabet etmeye ne kadar eğilimli olduklarının" bir göstergesi olarak tanımlamıştır (Covin ve Slevin, 1988; akt. Wójcik-Karpacz, 2016). Aslına bakılırsa girişimcilik yönelimi, işletmelerin mevcut ya da yeni ürünleriyle dış pazarlara açılırken uyguladıkları işletme stratejilerini doğrulayan ve karar verme süreçlerini etkileyen etkenleri inceleyen bir olgudur.

İşletmeler var olan ya da yeni rakipleriyle rekabeti sürdürebilmek ve onlardan daima bir adım önde olabilmek için verdikleri mücadelede stratejik değerlendirmelerin sonucunda girişimcilik yöneliminin önemini kavramışlardır. Bu kavrayış tabi ki bazı sorunların ortaya çıkışıyla kendini göstermiştir. Rakiplerin sayısında meydana gelen hızlı artış, pazarda oluşan güvensizlik, yenilenme ihtiyacı ve küreselleşmenin hızlanması buna örnek gösterilebilir. Alışılagelen pazarlama tekniklerinin yetersizliği, yeni ürün geliştirme faaliyetlerinin yapılmaması, tanıtım ve reklam harcamalarında azalma, mevcut pazarlarda yeniliğe ihtiyaç duyulduğunu kanıtlar niteliktedir. Bu durum ise işletmeler açısından girişimcilik yöneliminin ne kadar büyük bir önem arz ettiğini ortaya koymaktadır (Akıncı, 2019).

OPEN ACCESS creative commons COPE

Yeni ürün geliştirme faaliyetleri yürüterek kısa sürelerde iyi karlar elde etmek olanaklı değildir. Bu bağlamda girişimcilik faaliyetleri yürütmek finansal riskleri göze almayı gerektirir. Yenilikçilik, kısa vadede negatif sonuçlar doğuracak uzun vadede ise rekabet avantajı yaratarak ortalamanın üzerinde yüksek karlılık getirecektir. Bundan dolayı da işletmenin gücü artacaktır (Guth ve Ginsberg, 1990: 8; akt. Yılmaz, 2019).

Girişimcilik yönelimi algısının yüksek oluşunun bir sonucu olarak girişimciler, uluslararası pazarlarda proaktif bir duruş sergileyerek fırsatları diğer rakiplerinden daha çabuk fark eder, yeni ürünlerle ve teknolojilerle rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü sağlarlar. Bunlarla birlikte stratejik düşünceye sahip olmalarından dolayı geliştirdikleri stratejilerle yeni işlerde başarılı sonuçlar elde etmektedirler (Beğendik, 2013: 116-118; akt. Koyuncu, 2017).

Girişimcilik Yöneliminin Boyutları

Lumpkin ve Dess (1996) girişimcilik yöneliminin boyutlarını yenilikçilik, risk alma, proaktiflik, rekabetçi agresiflik ve özerklik olmak üzere 5 boyutta ele almıştır.

Yenilikçilik

Yenilikçilik, farklı çalışmalarda girişimcilik yöneliminin en önemli boyutu olarak belirtilmiştir (Drucker, 1985; akt. Lumpkin ve Dess, 1996). Lumpkin ve Dess (1996) ’e göre yenilikçilik ″yeni ürün/hizmetlerin tanıtılmasında yaratıcılığı ve deneyleri ve yeni süreçlerin geliştirilmesinde yenilik, teknolojik liderlik ve Ar-Ge’yi destekleme isteğini‟ yansıtmaktadır. Günümüzün iş ortamında kuruluşlar, pazarlara sunulan yeni ürün ve hizmetlerle elde edilen yüksek pazar payı, yüksek satış geliri ve yüksek finansal performans nedeniyle kendilerini her zamankinden daha fazla yenilikçi olmaya zorlamaktadır (Zehir, vd., 2016). Yöneticilerin teşvik etmesi gereken önemli bir yönelim olarak ortaya çıktığı için girişimciler arasında yaratıcılık ve yenilikçilik girişimci yöneliminin önemli bir itici gücü olarak kabul edilir (Hoque, vd., 2018).

Risk Alma

Risk alma bir kişinin belirsiz sonuçları olan bu tür projelere yatırım yapma isteğidir (Lumpkin ve Dess, 1996). Yönetimin yeni projelere yatırım yaparak, kredi alarak, iş ölçeğini genişleterek, yeni pazarlara girerek, yeni ürünler başlatarak, mevcut süreçleri yeniden icat ederek, yeni çalışanlar işe alarak risk alabileceğini ileri sürmektedir (Swink, 2003). Suarez’e (1994) göre bir organizasyonun kapatılması da risk alma olarak kabul edilebilir. Bunun altında kalan neden bir kuruluşun kapanış operasyonlarının gelecek zamanda örgütün zarara uğrayabileceğini ve bu kayıpların operasyonların derhal kapatılmasıyla önlenebileceğini düşünmesidir.

Proaktiflik

Proaktiflik, fırsat arayan bir davranıştır, rakiplerin önünde yeni ürün veya hizmetlerin sunulmasını içeren ileriye dönük bir bakış açısıdır ve gelecekteki talep beklentisiyle hareket ederek çevreyi değiştirmek ve şekillendirmektir (Lumpkin, vd., 2009; akt. Le Roux ve Bengesi, 2014).

Bir firmadaki girişimci proaktiflik düzeyi, özellikle sınırlı kaynaklara ve Ar-Ge yeteneğine sahip küçük ve orta ölçekli işletmelerin büyük şirketlerle sürdürülebilir bir şekilde rekabet edebilmesi için değişen bir pazarda ne ölçüde hayatta kalacağına karar verir (Eggers, vd., 2013). İleriye dönük bir yaklaşım ve olumlu bir zihniyet, firmanın mevcut teknikleri kullanmasına veya pazar yerinde yaklaşan değişimin üstesinden gelmek için gelişmiş bilgiyi elde etmesine yardımcı olabilir (Wang, vd., 2015).

Rekabetçi Agresiflik

Rekabetçi agresiflik, firmaların pazar yerinde zaten var olan rekabetçi eğilimlere ve taleplere nasıl tepki verdiğini ifade eder (Lumpkin ve Dess, 2001). En önemli özelliği, kendini daha iyi konumlandırmayı veya rakiplerin tehditlerini aşmayı amaçlayan mücadeleci tutum veya tepkidir (Boohene, vd., 2012). Rekabetçi agresiflik fiyat savaşı, üstün ürünlerin piyasaya sürülmesi, pazardaki rakiplere agresif tepki ve bilginin sömürülmesi şeklinde olabilir (Hussain, vd., 2015). Rekabetçi agresifliği başka bir açıdan tanımlamak gerekirse stratejik düşünceyle rakiplerin hamlelerine karşı beklenmedik bir hamle yaparak rakip işletmelerin stratejilerini tek seferde devre dışı bırakan yeni bir savunma stratejisi geliştirmektir.

Özerklik

Özerklik, pazar fırsatlarının peşinde koşarken kendi kendine yönlendirilen eylemlerde bulunma yeteneği ve isteği olarak tanımlanır. Özerk yönelim, firmaların yeni pazarlara yeni ürün veya hizmetler sunmak için hızlı ve kendine güvenen kararlar vermelerini sağlar (Li, vd., 2009). Özerklik, bir iş konsepti veya vizyonu oluşturmaya ve onu tamamlamaya yönelik bir birey veya ekip tarafından yapılan bağımsız bir eylem olarak tanımlanmaktadır (Lumpkin ve Dess, 1996).

İhracat Yönelimi

Grondin ve Grondin (1994) uluslararası ölçekte ifade edilmeye çalışılan bir tanım olarak ihracat yönelimini, uluslararası pazarlar tarafından sunulan fırsatlar ve işletmeleri risk almaya teşvik eden uluslararası bir düşünce yapısı olarak tanımlamaktadır (Acquaye, 2018).

İhracat, bir devletin ekonomisi ve işletmeler açısından büyük bir öneme sahiptir. Bir devletin kalkınması ve toplumu oluşturan bireylerin yaşam kalitesinin iyileşmesi o devletin işletmelerinin yaptığı ihracata bağlıdır. Günümüz koşullarında ihracat,

OPEN ACCESS creative commons COPE

gelişmiş ya da gelişmekte olan devletlerde küçük ve orta ölçekli işletmelerin, dünya ticaretinin gelişmesine katkı sağlamasıyla önem arz eden ve devlet politikalarıyla desteklenen faaliyetler bütünüdür. İhracat, sürdürülebilir kalkınmanın ve büyümenin gerçekleştirilmesinde önemli bir etkendir. Devlet ekonomisini, dışarıya açık hale getirmektedir. Ayrıca ihracat, iktisadi kaynakların etkin bir şekilde dağılımını sağlarken işletmelerin de kaynaklarını ve kapasitelerini etkin ve verimli bir şekilde kullanmalarına olanak sağlamaktadır (Paçaman, 2010).

Onlarca yıldır büyümenin muhasebeleştirilmesinde ihracata yönelmenin önemi hakkında bir tartışma vardır (Dollar, 1992). Son zamanlarda Rajan (2010) gelişmekte olan ekonomiler için ihracata odaklanmanın yararlarını inceleyerek "hem verimsiz işletmeleri disipline etmenin hem de ürün pazarını genişletmenin yolu, ülkenin ileri gelen işletmelerini ihracata teşvik etmektir. Bu sayede işletmeler sadece uluslararası pazar payı elde edebilecek cazip maliyetli rekabetçi ürünler ortaya koymakla kalmaz aynı zamanda daha geniş uluslararası pazarlara açılmaları onlara ölçek ekonomileri sağlar. Ayrıca, artık iç pazarın büyüklüğüyle sınırlı olmadıkları için karşılaştırmalı üstünlüğe sahip oldukları ürünleri seçebilmektedirler" şeklinde açıklama yapmıştır (Rajan, 2010: 58; akt. Weede, 2012). Bu anlamda ihracata yönelmek, ihracatta başarı sağlayan işletmelerin pazardaki konumlarını güçlendirmelerine ve uluslararası itibar kazanmalarına neden olmakta, ihracat pazarlarında ayrıcalıklar elde etmelerine olanak tanımaktadır.

İhracata Yönelten Etkenler

Uluslararasılaşma sürecinde pazar açısından işletmeleri uluslararası pazarlara yönelten etkenler arasında; pazarın iktisadi yapısı, ihracat yapılan ülkeye olan siyasi veya coğrafi yakınlık, bankaların sunduğu finansal olanaklar, işletmelerin belirledikleri uluslararası pazarlara giriş stratejilerinin ortalamanın üzerinde gelir sağlaması ve rekabet ortamının olması, ihracat yapılan ülkeyle siyasi veya kültürel olarak benzeşim veya yakınlık derecesi gösterilebilir. Bu etkenler işletmeleri uluslararası pazarlara açılmaya yöneltmektedir. Uluslararası pazarlar ihracat yapan işletmeler için birçok fırsatlar barındırdığı gibi aynı zamanda birçok tehlikeyi de bünyesinde barındırmaktadır. Bu nedenle işletme sahipleri, uluslararası pazarlara giriş sürecinde tedbirli olmalı ve doğru bir pazar araştırması yapıldıktan sonra pazara giriş kararı verilmelidir. Aynı zamanda da hedef pazarda karşılaşılacak risklere karşı önceden önlem alınmalıdır (Güçlü, 2013).

Günümüz dünyasında işletmeler, büyümek ve gelişmek için uluslararası pazarlara açılma gereği duymakta ve uluslararası pazara giriş stratejilerinden en az risk içeren ve esnek olan ihracatı daha fazla tercih etmektedirler. İşletmelerin, uluslararası pazarlara girişlerinde en temel unsur rekabet etme istekleridir. Bunlarla birlikte bir işletmenin saygınlık kazanması, teknolojik değişim, yenilikçi ürünler, ölçek ekonomileri, ürün yaşam eğrisi, ürün ve pazar dengesizlikleri gibi etkenler de işletmelerin ulus-

lararası pazarlara giriş kararlarını etkilemektedir (Damlayıcı, 2020). Ayrıca, yönetici özellikleri açısından dil becerileri, ihracat deneyimleri, demografik özellikleri ve girişimcilik yönelimleri de işletmelerin ihracata yönelmelerinde önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Sağlam, 2019).

Kuyumculuk Sektörü

"Mücevherat/kuyumculuk ağırlıkla hammaddesi değerli metallerden ve taşlardan oluşan malzemeyi işlemek suretiyle her türlü takı ya da süs eşyası üreten ticari faaliyetlerin tümünün adıdır. Kuyumculuk denildiği zaman akla ilk etapta altın gelmektedir. Zira kuyumculukta hammadde olarak en çok kullanılan değerli metal altındır. Ancak sektör sadece altın değil, gümüş gibi diğer değerli metalleri de kullanmaktadır. Kuyumculuk sektörünü sadece ticari bir sektör olarak görmemek gerekir. Sektör bir sanat icra etme yeteneğine ve potansiyeline sahiptir. Sanatsal yaratıcılık sektör için çok önemli olduğundan her zaman rekabet yeteneği taşıyan bir sektördür. Kuyumculuk sektörünün tanımı ve analizi birkaç sözcükle ifade edildiği [tahmin edildiği] gibi hiç kolay değildir. Kullanılan değerli taş ve metalin ağırlığına ve değerine göre ürün birkaç tarife pozisyonunda yer alabilmektedir" (Adıgüzel ve Eyiler, 2017).

Kuyumculuk sektöründe işletmeler, ihracatlarını geliştirebilmek için Kosgeb desteklerinden yararlanmaktadır. Kosgeb'in işletme geliştirme destek programı sayesinde işletmelerin uluslararası pazarlarda rekabet etme gücü artırılmakta, kurumsallaşması ve markalaşması sağlanmakta, ihracat pazar payları artırılmakta ve ihracat kapasiteleri geliştirilmektedir. Kobi Finansman Destek Programı ile girişimci işletmelere finansal destek verilerek işletmelerin üretim kapasitelerinin artırılması, kalite ve standartlarının yükseltilmesi ve uluslararası düzeyde rekabet etme gücüne sahip olmaları hedeflenmektedir (Kosgeb, t.y.).

Araştırma Metodolojisi

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmada yarı yapılandırılmış mülakat tekniğiyle, ihracatçı işletmelerin ihracat yöneliminde değişim yaratan girişimcilik algılarının belirlenmesi ve işletme sahiplerinin girişimcilik yönelimi algılarının bir sonucu olarak işletme süreçlerini, uygulamalar ve karar verme faaliyetlerini tasarlarken nasıl bir strateji izlediği anlaşılmaya çalışılmış ve ihracata yönelmede girişimcilik yöneliminin etkisinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Araştırmanın sonuçları yurt içinde alım gücünün düşmesiyle birlikte, ihracata yönelmeyi düşünen işletmeler için kuyumcu imalat atölyelerinde üretilen işlenmiş takıların alımına yönelik iç talebin azalması ve yurtdışı satışlardan elde edilen karın yüksek olmasından dolayı gerek ülke ekonomisine katkı sağlamak gerekse dünya pazarından daha fazla pay alınmasını sağlamak açısından yol gösterici olacağı düşüncesiyle

OPEN ACCESS creative commons COPE

önem arz etmektedir.

Araştırmanın Anakütlesi ve Örneklem Seçimi

Araştırmanın anakütlesini İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB) üyesi olan ve Türkiye genelinde özellikle de Kuyumcukent ve Vizyonpark'taki mücevher ihracatı yapan ihracatçı işletmeler oluşturmaktadır. İstanbul Maden ve Metaller İhracatçı Birlikleri (İMMİB)'den alınan 2021 yılı verilerine göre 887 adet mücevher ihracatı yapan kuyumcu işletmesi bulunmaktadır. Çalışma bağlamında amaçlı örnekleme ile bu işletmeler arasından ihracat karı diğerlerine göre en yüksek olan 7 işletme seçilmiştir.

Veri Toplama Teknikleri ve Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak mülakat tekniği kullanılmış ve mülakatlar yüzyüze gerçekleştirilmiştir. Mülakat, yarı yapılandırılmış çerçevede yürütülmüş ve 1 soruya verilen yanıtların alt soruları oluşturularak gerçekleştirilmiştir. Mülakat öncesinde işletme sahipleriyle telefonda görüşülerek randevu alınmıştır ve kendileriyle bire bir iletişim kurulmuş ve görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

Veri Analiz Yöntemi

Araştırma kapsamında katılımcılara "Girişimcilik yönelimi, işletmenize ne anlamda bir katkı sağlamakta ve işletmenizin ihracat yöneliminde nasıl bir değişim yaratmaktadır?" sorusu yöneltilmiştir. Bu çalışma için etik kurul onayı, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Etik Kurulu/Komitesinden 25/11/2021 tarihli E-65836846-044-202493 sayılı karar ile alınmıştır.

Verilerin analizinde MaxQDA2020 nitel veri analiz programı ile içerik analizi gerçekleştirilmiştir. İçerik analizinde birbirine benzeyen veriler, belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirilmekte ve okuyucunun anlayabileceği biçimde düzenlenerek yorumlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:259). Çalışmada katılımcılardan elde edilen verilerden yorumlayıcı içerik analizi yoluyla öncelikle kodlar belirlenmiştir. Sonrasında kodlardan kategoriler ve kategorilerden de temalar oluşturulmuştur. Katılımcıların soruya verdikleri yanıtlardan oluşturulan temalar bulgular kısmında sunulmuştur. (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Araştırmanın Modeli ve Sınırlılıkları

Bu araştırma nitel bir yaklaşımla gerçekleştirilmiş olup girişimcilik ve ihracat olgularının analizinin yapılması için nitel yorumlayıcı araştırma modeli kullanılmıştır. Bu model "bir metni anlayabilmek için önce parçaların anlaşılması, parçaların anlaşılması için ise metnin tamamının anlaşılması gerekir" ilkesine dayanmaktadır. Çalışmanın amacına uygunluk sağlanması bakımından çalışmada içerik analizi yöntemi uygulanmış ve nitel araştırma deseni kullanılmıştır (Dönmez, 2018). Veri toplama aracı ola-

rak açık uçlu tek sorudan oluşan mülakat formu kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında görüşülen işletme sahiplerinden araştırmaya konu oluşturacak sektörel bilgi alınmaya çalışılmıştır. Ancak konuyla ilgili işletme sahipleri soruyu yanıtlarken net bir bilgi paylaşımı yapmaktan kaçınması ihtimali nedeniyle konunun anlaşılırlığı katılımcıların görüşleriyle sınırlandırılmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Girişimcilik yönelimi, işletmenize ne anlamda bir katkı sağlamakta ve işletmenizin ihracat yöneliminde nasıl bir değişim yaratmaktadır? sorusuna yanıt aramak üzere gerçekleştirilen bu araştırmada nitel bir çalışma yapılarak temalardan kategoriler, daha sonra bu alt kategorilerden kodlar oluşturulmuştur. Bu tema, kategori ve temalar katılımcıların verdiği yanıtlara göre aşağıdaki Tablo 1'de gösterildiği gibi özetlenmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Araştırma Sorusuna Verdiği Yanıtlara Göre Oluşturulan Tema, Kategori ve Kod Sınıflandırmaları

Tema		Kategori	Kodlar	K	K	K	K	K	K	K
Girişimcilik yöneliminin katkıları	Şirkete yönelik katkılar	Finansal katkılar								
			İşletmeye yeni gelir kaynağı sağlaması			1				
			İşletme gelirlerinin artması			1				
			İşletmenin satış potansiyelinin artması					1		
		İşletme hedefleri/ Vizyon								
			İşletmenin gelişmesi		1					1
			İşletmenin başarıya ulaşması			1				

OPEN ACCESS creative commons COPE

			Müşteri portföyünün oluşturulması/Gerçek alıcıya ulaşma					1	1	
			Yenilikçilik						1	1
		Ar-Ge yatırımı								
			İşletmeye yenilik katması				1			
			Yeni modellerin tasarlanması		1	1		1		
			Yeni ürünlerin üretimi		1					
			Yeni teknolojilere ayak uydurmak			1				
			Yeni makinaların alınması	1	1					
		Üretime yönelik katkılar								
			Yeni makinaların alınması	1	1					
			Pazarın talep ettiği ürünlerin belirlenmesi					1		
			Talebe yönelik üretim yapılması					1		
			Yeni ürünlerin üretimi		1					
			Üretimin artması/			1			1	

			kolaylaşması							
			İş gücünün artması	1						
			Çalışan sayısının artması	1						
			Üretimdeki sorunlarının çözülmesi							1
		Satış ve pazarlamaya yönelik katkılar								
			Satılabilir ürün yelpazesinin belirlenmesi					1		
			İş ya da ticaret hacminin artması	1				1		
	Sektörün gelişimine yönelik katkılar	Pazara yönelik katkılar								
			Yeni pazarların bulunması			1				1
			İhracat potansiyelinin artması		1			1		
			Pazar payının büyümesi	1				1	1	
		Rekabet gücü								
			Uluslararası piyasada rekabet gücünün artması		1					
			Yerel rakip-			1				

OPEN ACCESS creative commons COPE

			lerle rekabet etmek							

Girişimcilik yöneliminin katkıları

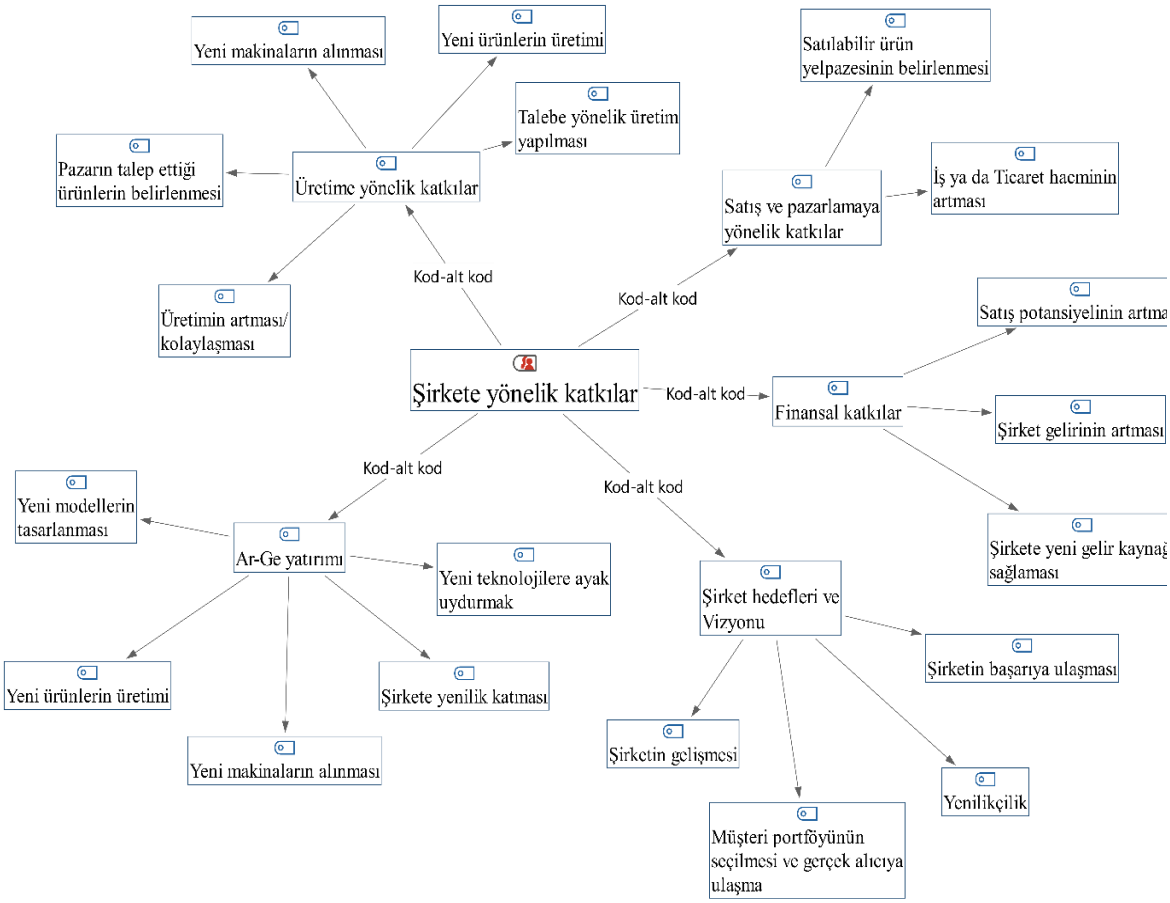
Katılımcılara "Girişimcilik yönelimi, işletmenize ne anlamda bir katkı sağlamakta ve işletmenizin ihracat yöneliminde nasıl bir değişim yaratmaktadır?" sorusu yöneltilmiştir. Bu şekilde girişimcilik yöneliminin katkıları ve ihracat yöneliminde yarattığı değişimin detaylı olarak incelenmesi amaçlanmıştır. Katılımcıların yanıtları ve sorunun içeriği doğrultusunda "Girişimcilik yöneliminin katkıları" başlığı tema adı olarak belirlenmiştir. Katılımcıların bu başlık altında verdikleri yanıtların kelime bulutu Şekil 1'de verilmiştir.

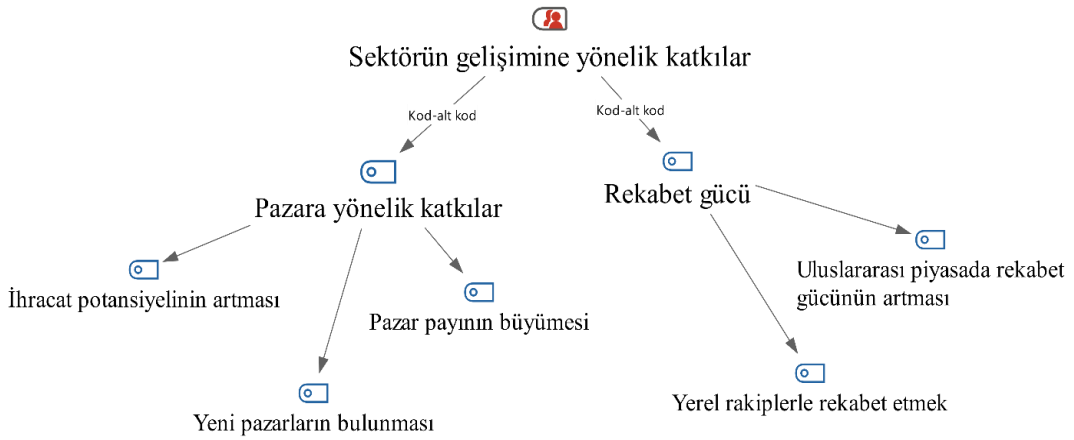


Şekil 1. Katılımcıların Girişimcilik Yönelimine İlişkin Verdikleri Yanıtlara Ait Kelime Bulutu

Katılımcıların verdikleri yanıtlar doğrultusunda girişimcilik yönelimi teması altında "Şirkete yönelik katkılar" ve "Sektörün gelişimine yönelik katkılar" olmak üzere iki kategori belirlenmiştir. Ana kategorilere ilişkin kod bölüm temelli hiyerarşik kod-alt kod modeli Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Girişimcilik Yöneliminin Katkıları Konusu Hakkındaki Görüşlerinin Kodlu Bölüm Temelli Hiyerarşik Kod Alt Kod Modeli





Katılımcıların görüşleri doğrultusunda girişimcilik yöneliminin katkıları teması altında "Şirkete yönelik katkılar" kategorisi altında "Finansal katkılar", "Şirket hedefleri ve vizyonu", "Ar-Ge yatırımı", "Üretime yönelik katkılar" ve "Satış ve pazarlamaya yönelik katkılar" şeklinde 5 kod oluşturulmuştur. Ayrıca "Sektörün gelişimine yönelik katkılar" kategorisi altında "Pazara yönelik katkılar" ve "Rekabet gücü" şeklinde iki kod oluşturulmuştur. Çalışmada belirlenen kod- alt kod modelleri farklı başlıklar al-

OPEN ACCESS creative commons COPE

tında aşağıda verilmiştir.

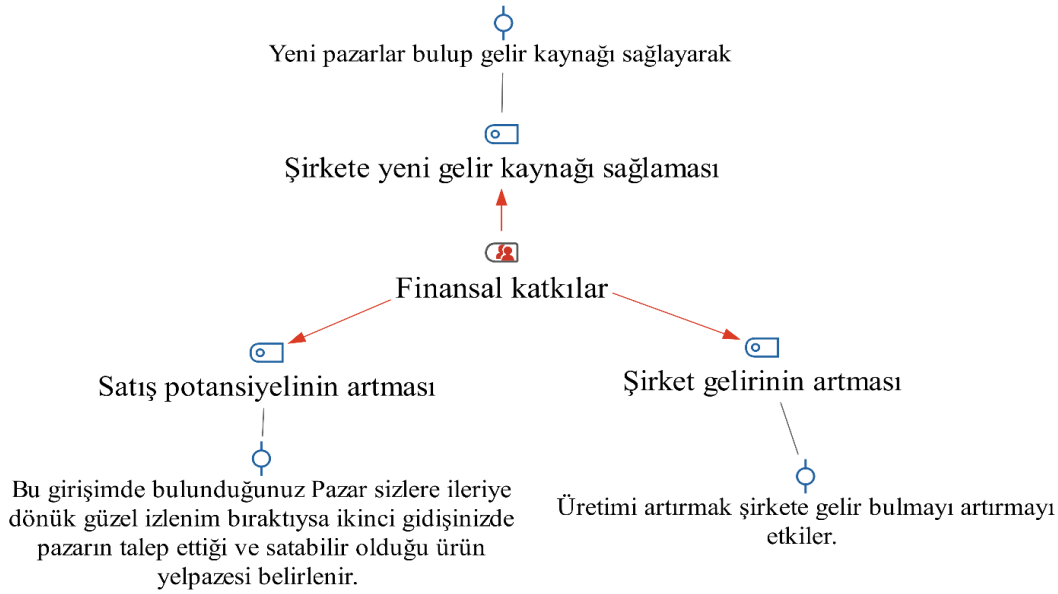
Şirkete Yönelik Katkılar

Çalışmada şirkete yönelik katkılar kategorisi altında belirlenen kodların kod-alt kod bölümleri modelleri alt başlıklar şeklinde verilmiştir.

Finansal katkılar

Katılımcıların "Girişimcilik yönelimi, işletmenize ne anlamda bir katkı sağlamakta ve işletmenizin ihracat yöneliminde nasıl bir değişim yaratmaktadır?" sorusuna verdikleri yanıtlardan "Şirkete yönelik katkılar" kategorisi altında kodlanan "Finansal katkılara" yönelik görüşleri kod-alt kod bölümleri modelleri Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Katılımcıların Finansal Katkılar Konusundaki Görüşleri Hakkındaki Kod-Alt Kod Bölüm Modeli



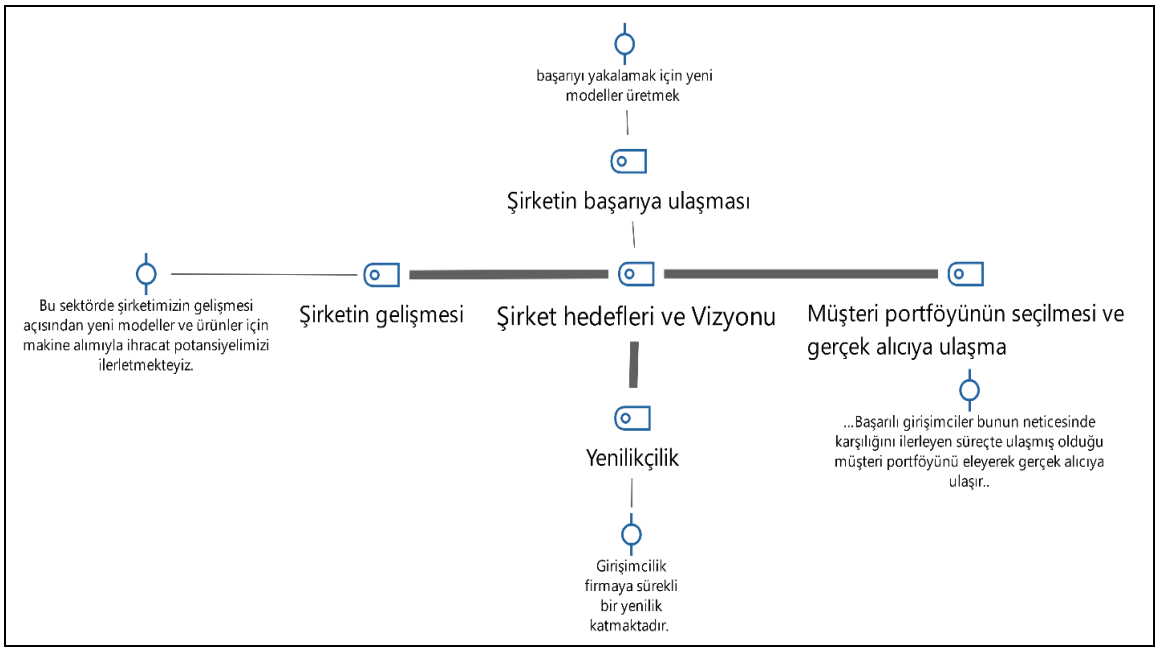
Katılımcıların "Finansal katkılar" kategorisine ilişkin görüşleri incelendiğinde, F3 girişimcilik yöneliminin şirkete yönelik katkılarından bahsederken "*….yeni pazarlar bulup gelir kaynağı sağlayarak…*" diye belirttiği görüşünde girişimcilik yöneliminin şirkete yeni gelir kaynağı sağladığını vurgulamıştır. Ayrıca F3 "*…üretimi artırmak şirkete gelir bulmayı artırmayı etkiler…*" diye belirttiği görüşünde girişimcilik yöneliminin şirkete yeni gelir kaynağı sağladığını ifade etmiştir.

Katılımcılarda F5 girişimcilik yöneliminin şirkete yönelik katkılarından bahsederken "*…bu girişimde bulunduğunuz pazar sizlere ileriye dönük güzel izlenim bıraktıysa ikinci gidişinizde pazarın talep ettiği ve satabilir olduğu ürün yelpazesi belirlenir…*" şeklinde belirttiği görüşünde girişimcilik yöneliminin satış potansiyelini arttırdığına vurgu yapmıştır.

Şirket hedefleri ve vizyonu

Katılımcıların "Girişimcilik yönelimi, işletmenize ne anlamda bir katkı sağlamakta ve işletmenizin ihracat yöneliminde nasıl bir değişim yaratmaktadır?" sorusuna verdikleri yanıtlardan "Şirkete yönelik katkılar" kategorisi altında kodlanan "şirket hedefleri ve vizyonuna" yönelik görüşleri kod-alt kod bölümleri modelleri Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların Şirket Hedefleri Ve Vizyonu Konusundaki Görüşleri Hakkındaki Kod-Alt Kod Bölüm Modeli



Katılımcıların "şirket hedefleri ve vizyonu" kategorisine ilişkin görüşleri incelendiğinde, F6 girişimcilik yöneliminin şirkete yönelik katkılarından bahsederken "*…tabi ki en büyük katkıyı markalaşma ve piyasa payımızı yükseltme olarak görüyoruz…*" şeklinde belirttiği görüşünde şirketin gelişmesine yönelik katkıların olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcılardan F6 "*…başarıyı yakalamak için yeni modeller üretmek…*" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin şirkete yönelik katkılarının şirketin başarıya ulaşmasına katkıları olduğunu belirtmiştir.

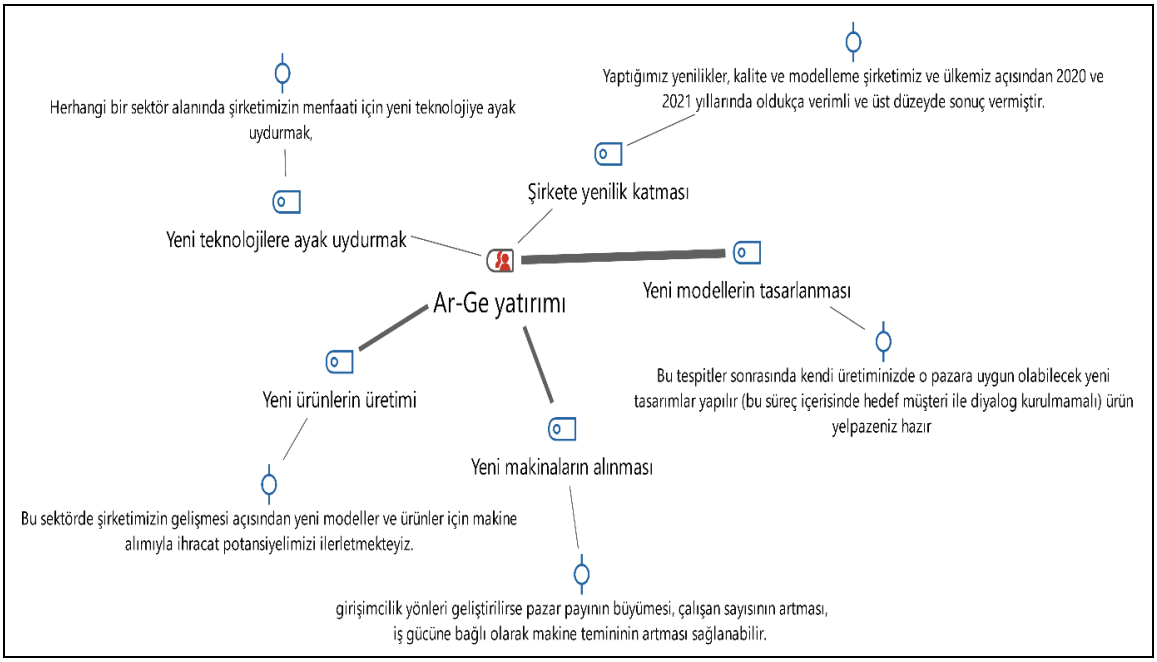
Katılımcılardan F6 "*…üretim için daha kolay yollar ve çözümler bulmayı sağlamaktadır. Bu etkenler ihracatı da etkilemektedir. İhracatta yeni pazarlar bulmayı ve üretilen yeni ürünleri daha etkili bir biçimde müşteriye sunum yapmayı sağlamaktadır…*" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin şirkete yönelik katkılarının müşteri portföyünün seçilmesi ve gerçek alıcıya ulaşması noktasında katkıları olduğunu belirtmiştir. Ayrıca F6 katılımcısının diğer bir görüşünde "*…girişimcilik firmaya sürekli bir yenilik katmaktadır…*" diyerek girişimcilik yöneliminin şirkete yönelik katkılarının yenilikçilik olduğunu ifade etmiştir.

OPEN ACCESS creative commons COPE

Ar-Ge yatırımı

Katılımcıların "Girişimcilik yönelimi, işletmenize ne anlamda bir katkı sağlamakta ve işletmenizin ihracat yöneliminde nasıl bir değişim yaratmaktadır?" sorusuna verdikleri yanıtlardan "Şirkete yönelik katkılar" kategorisi altında kodlanan "Ar-Ge yatırımı" yönelik görüşleri kod-alt kod bölümleri modelleri Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Ar-Ge Yatırımı Konusundaki Görüşleri Hakkındaki Kod-Alt Kod Bölüm Modeli



Katılımcıların "Ar-Ge yatırımı" kategorisine ilişkin görüşleri incelendiğinde, F4 girişimcilik yöneliminin şirkete yönelik katkılarından bahsederken "*…yaptığımız yenilikler, kalite ve modelleme şirketimiz ve ülkemiz açısından 2020 ve 2021 yıllarında oldukça verimli ve üst düzeyde sonuç vermiştir…*" şeklinde görüşünü ifade etmiştir.

Katılımcılardan F5 "*…pazar sizlere ileriye dönük güzel izlenim bıraktıysa ikinci gidişinizde pazarın talep ettiği ve satabilir olduğu ürün yelpazesi belirlenir…*" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin yeni modellerin tasarlanmasına yönelik katkıları olduğunu belirtmiştir.

Katılımcılardan F3 "*…başarıyı yakalamak için yeni modeller üretmek…*" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin yeni modellerin üretimine yönelik katkıları olduğunu belirtmiştir. Ayrıca F3'ün bir diğer görüşünde "*…herhangi bir sektör alanında şirketimizin menfaati için yeni teknolojiye ayak uydurmak…*" sözleriyle girişimcilik yöneliminin yeni teknolojilere ayak uydurma konusunda katkıları olduğunu belirtmiştir.

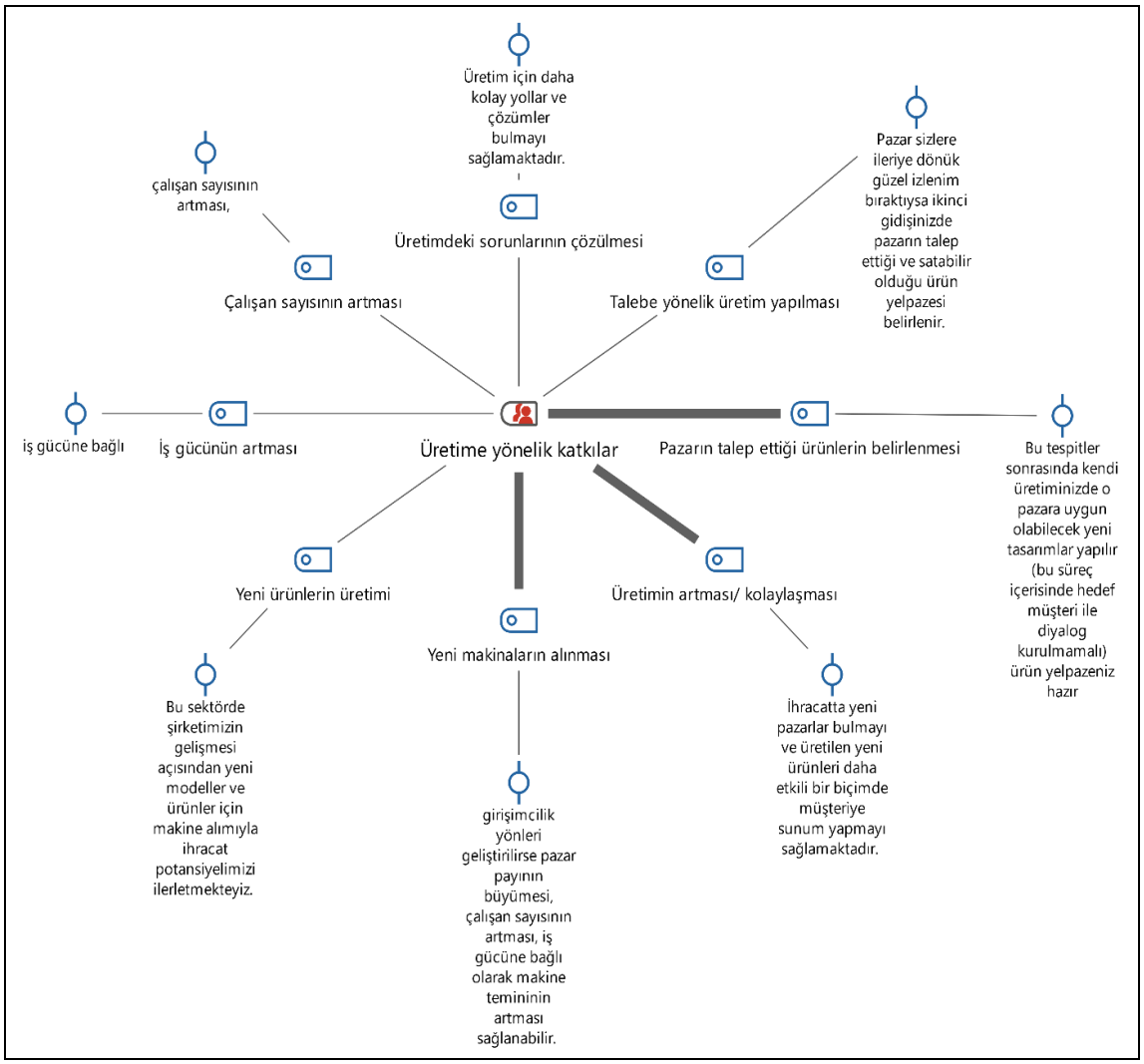
Katılımcılardan F1 "*…girişimcilik yönleri geliştirilirse pazar payının büyümesi, çalışan sayısının artması, iş gücüne bağlı olarak makine temininin artması sağlanabilir…*" şeklindeki

görüşünde girişimcilik yöneliminin yeni makinaların alınmasına yönelik katkıları olduğunu ifade etmiştir.

Üretime yönelik katkılar

Katılımcıların "Girişimcilik yönelimi, işletmenize ne anlamda bir katkı sağlamakta ve işletmenizin ihracat yöneliminde nasıl bir değişim yaratmaktadır?" sorusuna verdikleri yanıtlardan "şirkete yönelik katkılar" kategorisi altında kodlanan "üretime yönelik katkılar" yönelik görüşleri kod-alt kod bölümleri modelleri Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Üretime Yönelik Katkılar Konusundaki Görüşleri Hakkındaki Kod-Alt Kod Bölüm Modeli



Katılımcıların "Üretime yönelik katkılar" kategorisine ilişkin görüşleri incelendiğinde, F1 girişimcilik yöneliminin şirkete yönelik katkılarından bahsederken "…*girişimcilik yönleri geliştirilirse makine temininin artması sağlanabilir*…" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin yeni makinaların alınmasına yönelik katkıları oldu-

OPEN ACCESS creative commons COPE

ğunu belirtmiştir.

Katılımcılardan F5 "…*bu tespitler sonrasında kendi üretiminizde o pazara uygun olabilecek yeni tasarımlar yapılır*…" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin pazarın talep ettiği ürünleri belirlemeye yönelik katkıları olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca bir diğer görüşünde "…*pazar sizlere ileriye dönük güzel izlenim bıraktıysa ikinci gidişinizde pazarın talep ettiği ve satabilir olduğu ürün yelpazesi belirlenir*…" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin talebe yönelik üretim yapılmasına katkıları olduğunu belirtmiştir.

Katılımcılardan F2 "…*bu sektörde şirketimizin gelişmesi açısından yeni modeller ve ürünler için makine alımıyla ihracat potansiyelimizi ilerletmekteyiz*…" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin yeni ürünlerin üretimine yönelik katkıları olduğunu ifade etmiştir.

Katılımcılardan F7 "…*ihracatta yeni pazarlar bulmayı ve üretilen yeni ürünleri daha etkili bir biçimde müşteriye sunum yapmayı sağlamaktadır*…" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin üretimin artması / kolaylaşmasına yönelik katkıları olduğunu ifade etmiştir.

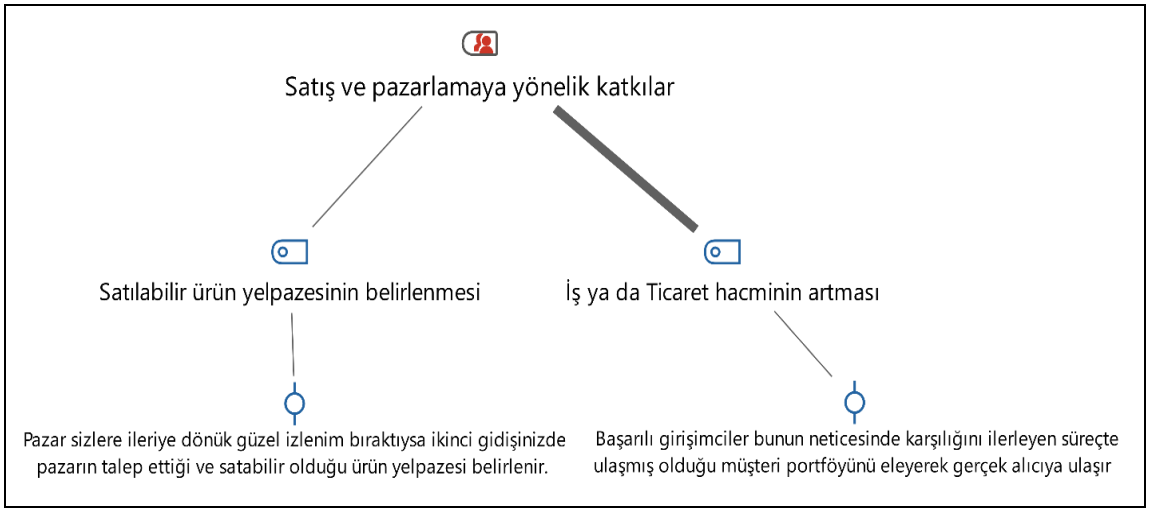
Katılımcılardan F7 "…iş gücüne bağlı…" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin iş gücünün artmasına yönelik katkıları olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca bir diğer ifadesinde "…*üretim için daha kolay yollar ve çözümler bulmayı sağlamaktadır*…" sözleriyle ifade ettiği görüşünde girişimcilik yöneliminin üretimdeki sorunların çözülmesine yönelik katkıları olduğunu belirtmiştir.

Katılımcılardan F1 "…iş gücüne bağlı…" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin iş gücünün artmasına yönelik katkıları olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca bir diğer görüşünde "…*iş gücüne bağlı*…" şeklindeki ifadesinde girişimcilik yöneliminin iş gücünü artırmasına yönelik katkıları olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte "…*çalışan sayısının artması*…" şeklindeki ifadesinde girişimcilik yöneliminin çalışan sayısının artırmasına yönelik katkıları olduğunu belirtmiştir.

Satış ve pazarlamaya yönelik katkılar

Katılımcıların "Girişimcilik yönelimi, işletmenize ne anlamda bir katkı sağlamakta ve işletmenizin ihracat yöneliminde nasıl bir değişim yaratmaktadır?" sorusuna verdikleri yanıtlardan "Satış ve pazarlamaya yönelik katkılar" kategorisi altında kodlanan "üretime yönelik katkılar" yönelik görüşleri kod-alt kod bölümleri modelleri Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Satış Ve Pazarlamaya Yönelik Görüşleri Hakkındaki Kod-Alt Kod Bölüm Modeli



Katılımcıların "Satış ve pazarlamaya yönelik katkılar" kategorisine ilişkin görüşleri incelendiğinde, F5 girişimcilik yöneliminin şirkete yönelik katkılarından bahsederken "*…pazar sizlere ileriye dönük güzel izlenim bıraktıysa ikinci gidişinizde pazarın talep ettiği ve satabilir olduğu ürün yelpazesi belirlenir…*" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin satılabilir ürün yelpazesinin belirlenmesine yönelik katkıları olduğunu belirtmiştir.

Katılımcılardan F1 "*…bu tip gelişmeler kendi sektörü olduğu kadar başka sektörlerde de ciddi iş hacminin artması anlamına gelir…*" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin iş ve ticaret hacminin artmasına yönelik katkıları olduğunu ifade etmiştir.

Şirketin Gelişimine Yönelik Katkılar

Çalışmada şirketin gelişimine yönelik katkılar kategorisi altında belirlenen kodların kod-alt kod bölümleri modelleri alt başlıklar şeklinde verilmiştir.

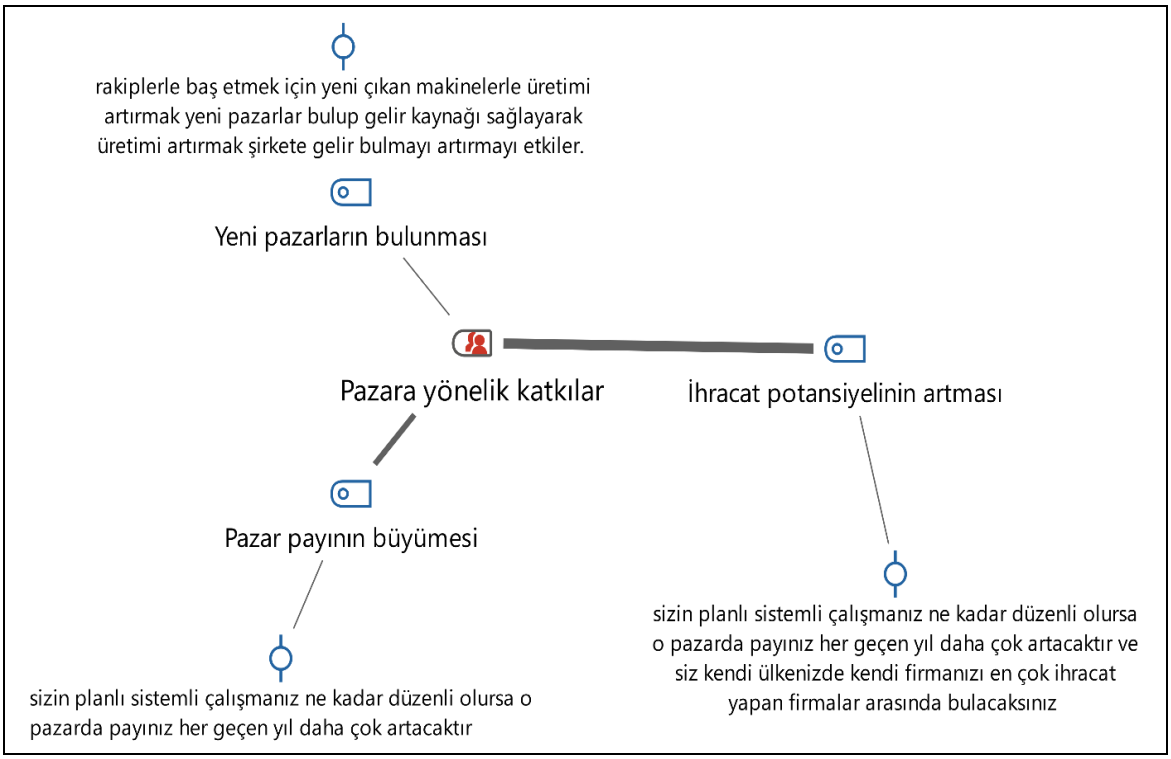
Pazara yönelik katkılar

Katılımcıların "Girişimcilik yönelimi, işletmenize ne anlamda bir katkı sağlamakta ve işletmenizin ihracat yöneliminde nasıl bir değişim yaratmaktadır?" sorusuna verdikleri yanıtlardan "Şirketin gelişimine yönelik katkılar" kategorisi altında kodlanan "pazara yönelik katkılar" ilişkin görüşleri kod-alt kod bölümleri modelleri Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Katılımcıların Pazara Yönelik Katkılar Konusundaki Görüşleri Hakkındaki

OPEN ACCESS creative commons COPE

Kod-Alt Kod Bölüm Modeli



Katılımcıların "pazara yönelik katkılar" kategorisine ilişkin görüşleri incelendiğinde, F3 girişimcilik yöneliminin şirkete yönelik katkılarından bahsederken "*…rakiplerle baş etmek için yeni çıkan makinelerle üretimi artırmak yeni pazarlar bulup gelir kaynağı sağlayarak üretimi artırmak şirkete gelir bulmayı artırmayı etkiler…*" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin yeni pazarların bulunmasına yönelik katkıları olduğunu belirtmiştir.

Katılımcılardan F2 "*…bu sektörde şirketimizin gelişmesi açısından yeni modeller ve ürünler için makine alımıyla ihracat potansiyelimizi ilerletmekteyiz…*" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin ihracat potansiyelinin artmasına yönelik katkıları olduğunu ifade etmiştir.

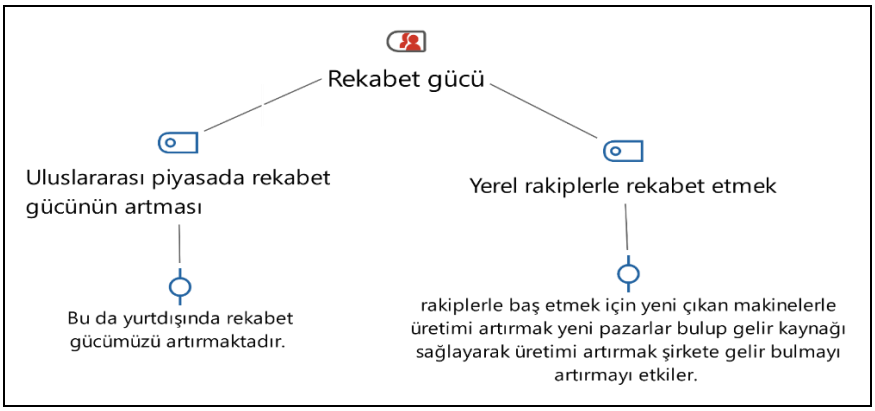
Katılımcılardan F5 "*…sizin planlı sistemli çalışmanız ne kadar düzenli olursa o pazarda payınız her geçen yıl daha çok artacaktır…*" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin pazar payının büyümesine yönelik katkıları olduğunu ifade etmiştir.

Rekabet gücü

Katılımcıların "Girişimcilik yönelimi, işletmenize ne anlamda bir katkı sağlamakta ve işletmenizin ihracat yöneliminde nasıl bir değişim yaratmaktadır?" sorusuna verdikleri yanıtlardan "şirketin gelişimine yönelik katkılar" kategorisi altında kodlanan "rekabet gücü" ilişkin görüşleri kod-alt kod bölümleri modelleri Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. Katılımcıların Pazara Yönelik Katkılar Konusundaki Görüşleri Hakkındaki

Kod-Alt Kod Bölüm Modeli



Katılımcıların "rekabet gücü" kategorisine ilişkin görüşleri incelendiğinde, F2 girişimcilik yöneliminin şirkete yönelik katkılarından bahsederken "…*bu da yurtdışında rekabet gücümüzü artırmaktadır*…" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin uluslararası piyasada rekabet gücünün artmasına yönelik katkıları olduğunu belirtmiştir.

Katılımcılardan F3 "…*rakiplerle baş etmek için yeni çıkan makinelerle üretimi artırmak yeni pazarlar bulup gelir kaynağı sağlayarak üretimi artırmak şirkete gelir bulmayı artırmayı etkiler*…" şeklindeki görüşünde girişimcilik yöneliminin yerel rakiplerle rekabet etmeye yönelik katkıları olduğunu ifade etmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Araştırmada tema olarak belirlenen [girişimcilik yöneliminin katkıları] iki ana kategori olarak işletmeye yönelik katkılar ve sektörün gelişimine yönelik katkılar olmak üzere iki grupta toplanmış, birincil olarak işletmeye yönelik katkılarından [finansal katkılar] alt kategorisi de "işletmeye yeni gelir kaynağı sağlaması, işletme gelirlerinin artması, işletmenin satış potansiyelinin artması" şeklinde kodlar olarak ele alınmıştır. Benzer şekilde [işletme hedefleri/vizyon] alt kategorisi de "işletmenin gelişmesi, işletmenin başarıya ulaşması, müşteri portföyünün oluşturulması / gerçek alıcıya ulaşma, yenilikçilik" olarak [ar-ge yatırımı] alt kategorisi de "işletmeye yenilik katması, yeni modellerin tasarlanması, yeni ürünlerin üretimi, yeni teknolojilere ayak uydurmak, yeni makinelerin alınması" olarak [üretime yönelik katkılar] alt kategorisi de "yeni makinelerin alınması, pazarın talep ettiği ürünlerin belirlenmesi, talebe yönelik üretim yapılması, yeni ürünlerin üretimi, üretimin artması / kolaylaşması, işgücünün artması, çalışan sayısının artması, üretimdeki sorunların çözülmesi" olarak [satış ve pazarlamaya yönelik katkılar] alt kategorisi de "satılabilir ürün yelpazesinin belirlenmesi, iş ya da ticaret hacminin artması" şeklinde kodlar olarak ele alınmış olup ikincil olarak sektörün gelişimine yönelik katkılarından [pazara yönelik katkılar] alt kategorisi de "yeni pazarların bulunması, ihracat potansiyelinin artması, pazar payının büyümesi" olarak [rekabet gücü] alt kategorisi de "uluslararası piyasada rekabet gücünün artması, yerel rakiplerle rekabet etmek" şeklinde kodlar olarak ele alınmıştır.

OPEN ACCESS creative commons COPE

Çalışma sonucundan hareketle girişimcilik yöneliminin işletmelerin ihracata yönelmelerinde doğrudan ve dolaylı olarak katkı sağladığı, katkı sağlayan faktörlerin de işletmeye yönelik katkılar ve sektörün gelişimine yönelik katkılar olmak üzere iki grupta toplandığı belirlenmiştir. Bu durum girişimcilik yöneliminin, ihracat yöneliminde yarattığı farklı katkıların bir sonucu olarak gösterilebilir.

Çalışmada ulaşılan sonuçlara benzer olarak, Danışman ve Sökmen (2007) yaptıkları çalışmada küçük ve orta ölçekli işletmelerde ihracat yönelimini örgütsel etkenler arasında daha çok hangileri belirlemektedir sorusuna yanıt aramışlar ve araştırmalarında birçok etken arasından özellikle girişimci kişiliğin ve işletme yeteneklerinin küçük ve orta ölçekli işletmelerin ihracatında büyük bir önem arz ettiğini ortaya koymuşlardır (Danışman ve Sökmen, 2007).

Altuntaş vd. (2015) çalışmalarında incelemeye aldıkları işletmelerin uluslararası girişimcilik yönelimleriyle ihracat pazar yönelimleri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Bu amaçla yaptıkları araştırmada "işletmelerin girişimcilik özellikleriyle ihracat yaptıkları pazarlarda elde ettikleri başarılar arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığına" cevap aramışlardır. Araştırma bulgularına göre bu şirketlerin yurtdışı pazarlara açılırken yaptıkları girişimlerin, ihracata olumlu etkisinin olduğu görülmüştür (Altuntaş vd., 2015). Çalışma kapsamında daha önceden yapılan bu çalışmalar bu makale çalışmasıyla benzer sonuçlar göstermiştir.

Uluslararası pazarlarda başarıya ulaşmayı hedefleyen ihracatçı işletmelerin pazardaki rakiplerine oranla daha avantajlı duruma gelmeleri için işletme planlarını girişimcilik yönelimi temelinde belirlemeleri gerekmektedir. İhracatçı işletmelerin başarılı olmalarının temel unsurlarından biri doğru bir işletme planı yaparak yeni pazar oluşturma ve pazara kaliteli ürünler sunma istekleridir. Doğru bir işletme planı işletmenin pazardaki konumunu güçlendirecektir. İşletme planını doğru belirlemek bu sebepten dolayı önem arz etmektedir. Hedef pazara uygun nitelikte belirlenen bir işletme planı pazar büyümesi yavaşlasa bile işletmenin gelirlerinde artışa yol açacaktır.

İhracatçı işletmelerin, ihracattaki başarısının en temel belirleyicilerinden biri de girişimcilik algılarıdır. Girişimcilik algısına sahip bir işletme sahibi, sürekli gelişime açıktır. Bir bakıma işletme sahibinin göstereceği girişimcilik performansı ihracat başarısında kilit noktadır. Aynı zamanda işletmenin iyi bir vizyonunun ve işletme stratejisinin olması hedeflerine ulaşmasını sağlayacaktır.

Bu bağlamda hazırlanan çalışma sonuçlarına bakılırsa işletme sahiplerinin girişimcilik algılarının ihracat yöneliminde değişime yol açtığı sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca doğru bir işletme planıyla ve ürün kalitesine önem verilerek pazara girildiğinde ihracatın arttığı gözlenmiştir. Araştırma kapsamında seçilen 7 işletmenin ihracattaki başarısının ortak noktası müşteriye nasıl yaklaşılacağını iyi bilmeleridir. Bu işletmele-

rin ihracat yönelimlerini belirleyen unsurlar arasında ülke içinde alım gücünün düşmesiyle birlikte iç talepte yaşanan daralmanın işletmelerin satış gücünü azaltması, işletmelerin ülke ekonomisine katkı sağlamayı istemeleri ve büyüme hızının artması için gerekli olan nitelikli eleman ihtiyacı, yüksek üretim potansiyeline ulaşan işletmelerin üretim fazlasını satmak için yeni pazar arayışlarına girmesi, ülke içindeki satışlarda gerek ödeme sorunlarıyla karşılaşılması gerekse kuyumculuk sektöründe tarafların anlaşmalarının hukuki sonuç doğuracak bir belgeye dayalı olmayıp karşılıklı güvene dayalı olmasından kaynaklanan riskler ayrıca yurtdışı satışlardan elde edilen gelirlerinin yüksek olması ve bu işletmelerin dünyada prestij elde edecek nitelikte donanıma sahip olması gösterilebilir.

Gelecekte yapılacak çalışmalarda, araştırma kuyumculuk sektörünün alt kollarını da kapsayacak daha bütünsel bir yaklaşımla ele alınabilir. Daha fazla sayıda ihracatçı işletmenin sorumlularıyla iletişim kurularak sektöre daha geniş bir açıdan bakılabilir.

İşletme sahipleriyle yapılacak görüşmelerde kuyumculuk sektörünün sorunları üzerinde durularak literatüre katkı sağlayacak yeni bir çalışma yapılabilir. Kuyumculuk fuarlarına ziyaretçi olarak katılarak veri toplama amacıyla tek seferde tüm endüstriyi(üreticiler, toptancılar, tedarikçiler, perakendeciler, tasarımcılar) bir arada görme fırsatına sahip olunabilir.

Nitel araştırma soruları derinleştirilerek konuya yeni bir bakış açısı kazandırılıp ilgili literatürdeki boşluk doldurulabilir.

KAYNAKÇA

Acquaye, J. A. (2018). *Export orientation and export performance: The role of marketing capabilities and brand orientation* [Unpublished Doctoral Dissertation]. University of Ghana.

Adıgüzel, M. ve Eyiler, R. Y. (2017). *Dünyada ve Türkiye'de altın, gümüş ve mücevherat sektörü rekabet analizi.* İstanbul Ticaret Odası.

Akıncı, K. (2019). *Çalışanların girişimcilik yönelimi algıları ile liderlik davranışı arasındaki ilişkinin havalimanı işletmeciliği sektöründe araştırılması* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Altuntaş, G., Sözüer, A., ve Semercioöz, F. (2015). Uluslararası girişimcilik ile ihracat pazar performansı arasındaki ilişki: Türkiye'deki ihracatçı işletmeler örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 16 (1), 65-78.

Beğendik, B., (2013). *Küresel doğan işletmelerin uluslararasılaşma sürecine etki eden girişim-*

OPEN ACCESS creative commons COPE

cilik yönelimi boyutları ve girişimci özellikleri. [Yayımlanmamış doktora tezi], Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Boohene, R., Marfo-Yiadom, E., & Yeboah, M. A. (2012). An empirical analysis of the effect of entrepreneurial orientation on firm performance of auto artisans in the cape coast metropolis. *Developing Country Studies, 2*(9), *77-86.*

Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1988). The influence of organization structure on the utility of an entrepreneurial top management style. *Journal of Management Studies*, 25(3), 217-234.

Damlayıcı, Ö. (2020). *Ofis mobilya sektörünün Türkiye ekonomisindeki yeri ve önemi: 2014 2017 Türkiye analizi* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Danışman, A., ve Sökmen, A. G. (2007). Girişimci özellikleri ve firma niteliklerinin ihracat performansına etkisi: Kobi'ler üzerinde bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16*(1), 213-230.

Dollar, D. (1992). Outward-oriented developing economies really do grow more rapidly. *Economic Development and Cultural Change,* 40(3), 523-544.

Dönmez, H. (2018). *Olimpiyat geometri soruları ile LYS geometri sorularının bloom taksonomisi ile karşılaştırılması* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper and Row.

Eggers, F., Kraus, S., Hughes, M., Laraway, S., & Snycerski, S. (2013). Implications of customer and entrepreneurial orientations for SME growth. *Management Decision*, 51(3), 524-546.

Ejdys, J. (2016). Entrepreneurial orientation vs. innovativeness of small and medium size enterprises. *Journal of Engineering, Project, and Production Management*, 6(1), 13-24

Grondin, D., & Grondin, C. (1994). The export orientation of Canadian female entrepreneurs in New Brunswick. *Women in Management Review, 9*(5), 20-30.

Guth, W. D., & Ginsberg, A. (1990). Guest Editors' Introduction: Corporate Entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 11, 5–15.

Güçlü, İ. (2013). *İşletmelerin uluslararasılaşma sürecinde ihracat stratejileri ve bir araştırma* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Hoque, A. S. M. M., Siddiqui, B. A., Awang, Z. B., & Baharu, S. M. A. T. (2018). Explo-

ratory factor analysis of entrepreneurial orientation in the context of Bangladeshi small and medium Enterprises (SMEs). *European Journal of Management and Marketing Studies, 3(2),*81-94.

Hussain, J., Ismail K. & Akhtar, C. S. (2015). Linking entrepreneurial orientation with organizational performance of small and medium sized enterprises: a conceptual approach. *Asian Social Science,* 11(7), 1-10.

Koçoğlu, M. (2013). *Çalışanların örgütlerine yönelik girişimcilik yönelimi algıları, örgüt desteği, kariyer tatminleri ve işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkinin incelenmesi: Otomotiv sektöründe bir araştırma* [Yayımlanmamış doktora tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Koyuncu, Ü. (2017). *Kültürel zeka ve girişimcilik yönelimi arasındaki ilişki: Laleli pazarındaki mikro ölçekli işletmeler üzerine bir araştırma* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Le Roux, I., & Bengesi, K. M. (2014). Dimensions of entrepreneurial orientation and small and medium enterprise performance in emerging economies. *Development Southern Africa,* 31(4), 606-624.

Li, Y. H., Huang, J. W., & Tsai, M. T. (2009). Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. *Industrial Marketing Management*, 38(4), 440-449.

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review,* 21(1), 135–172.

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: the moderating role of environment and life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16, 429-451.

Lumpkin, G.T, Cogliser, C.C., & Schneider, D.R, (2009). Understanding and measuring autonomy: An entrepreneurial orientation perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47–69.

Paçaman, H. E. (2010). *Türkiye'deki işletmeler için ihracatın önemi, sorunları ve çözüm önerileri* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Rajan, R. G. (2010). *Fault lines: How hidden fractures still threaten the world economy.* Princeton University Press.

Sağlam, M. (2019). Firma ve yönetici özelliklerine göre ihracat performans düzeylerinin incelenmesi: İstanbul ili ihracatçı firmalar üzerine bir araştırma. *Yıldız Social Sci-*

OPEN ACCESS creative commons COPE

ence Review, 5(1), 85-102.

Swink, M. (2003). Completing projects on-time: how project acceleration affects new product development. *Journal of Engineering and Technology Management*, 20(4), 319-344.

Suarez, J. (1994). *Closure rules, market power and risk-taking in a dynamic model of bank behavior*: LSE Financial markets group.

Wang, K. Y., Hermens, A., Huang, K. P., & Chelliah, J. (2015). Entrepreneurial orientation and organizational learning on SMEs innovation. *International Journal of Organizational Innovation*, 7(4), 71-81.

Weede, E. (2012). *Liberty in comparative perspective: China, India and the West*. Towards a worldwide index of human freedom, 189-241.

Wójcik-Karpacz, A. (2016). The researchers proposals: What is the entrepreneurial orientation. *Managing Innovation and Diversity in Knowledge Society Through Turbulent Time*, 247-255.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri.* Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, B. (2019). *Örgüt ikliminin girişimcilik yönelimine etkisinde dışadönüklüğün ılımlaştırıcı rolü ve bir araştırma* [Yayımlanmamış yüksek lisans tezi]. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Zehir, C., Gurol, Y., Karaboga, T., & Kole, M. (2016). Strategic human resource management and firm performance: The mediating role of entrepreneurial orientation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *235*, 372-381.

İnternet Kaynakları

Anadolu Ajansı, 2020, 15 Eylül). Mücevher İhracatının Liderleri Ödüllendirildi, https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/mucevher-ihracatinin-liderleri-odullendirildi/1974142 (Erişim tarihi: 21.11.2021).

KOSGEB, (t.y.). İşletme Geliştirme Destek Programı, https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekdetay/6798/isletme-gelistirme-destek-programi (Erişim tarihi: 29.12.2021).

View publication stats