



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İktisat Anabilim Dalı

**TÜRK İMALAT SEKTÖRÜNDE KÜÇÜK VE ORTA
BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELERİN PİYASA PAYLARINI
ETKİLEYEN FAKTÖRLER**

Hande Sultan KARAGÜL

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2010

TÜRK İMALAT SEKTÖRÜNDE KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ
İŞLETMELERİN PİYASA PAYLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Hande Sultan KARAGÜL

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İktisat Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2010

KABUL VE ONAY

Hande Sultan Karagül tarafından hazırlanan “Türk İmalat Sektöründe Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Piyasa Paylarını Etkileyen Faktörler” başlıklı bu çalışma, 07/10/2010 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.



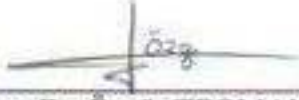
Prof. Dr. Bahtışen KAVAK (Başkan)



Doç. Dr. Burak GÜNALP (Danışman)



Doç. Dr. Arzu AKKÖYUNLU WIGLEY



Yard. Doç. Dr. Özgür TEOMAN



Öğr. Gör. Dr. Bahar BAYRAKTAR SAĞLAM

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. İrfan ÇAKIN

Enstitü Müdürü

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezim/Raporum sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

07/10/2010



Hande Sultan KARAGÜL

TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasının planlanmasında, yürütülmesinde ve oluşturulmasında en önemli rolü oynayan, engin bilgi ve tecrübeleriyle çalışmanın her bir aşamasına büyük bir titizlikle eğilen sayın hocam Doç. Dr. Burak Günalp'e, ilgi ve emekleri için sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Çalışmama değerli yorum ve önerileriyle katkıda bulunan kıymetli hocalarım Prof. Dr. Bahtışen Kavak'a, Doç. Dr. Arzu Akkoyunlu Wigley'e, Yard. Doç. Dr. Özgür Teoman'a ve Dr. Bahar Bayraktar Sağlam'a teşekkür ederim.

Yüksek lisans eğitimim boyunca destek olan TÜBİTAK, Bilim İnsanı Destekleme Daire Başkanlığı'na teşekkürlerimi sunarım.

Son olarak hayatımın her anında olduğu gibi, tez çalışmam boyunca da ilgi ve destekleriyle yoluma ışık tutan babam Dr. Ender Karagül ve annem Dr. Suna Karagül başta olmak üzere tüm aileme, maddi manevi hiçbir yardımı esirgemediğim yanımda oldukları için tüm kalbimle teşekkür ederim.

ÖZET

KARAGÜL, Hande Sultan. *Türk İmalat Sektöründe Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Piyasa Paylarını Etkileyen Faktörler*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2010.

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ), gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan tüm ülkeler açısından, ekonomilerde lokomotif bir görev üstlenmektedir. Küreselleşmenin getirdiği yoğun rekabet ortamında değişime kolay adapte olabilen yapıları sayesinde giderek artan bir önem arz eden KOBİ'ler, sosyal ve ekonomik alanlarda olduğu kadar akademik çalışmalarda da son yıllarda dikkat çeken önemli bir konu oluşturmaktadır. Bu çalışma kapsamında; Türk imalat sektörlerinde faaliyet göstermekte olan KOBİ'lerin piyasa paylarını etkileyen faktörlerin tespit edilmesi amaçlanmaktadır.

Bu amaç doğrultusunda, TÜİK'den elde edilen panel veri seti kullanılarak 1993- 1999 dönemi için dört haneli 66 Türk imalat endüstrisinde KOBİ'lerin piyasa paylarının belirleyeni analiz edilmiştir. Minimum etkin ölçek, mutlak sermaye gereksinimi, dört firma yoğunlaşma oranı, endüstri büyüme oranı, endüstri karlılığı, reklam yoğunluğu, ARGE yoğunluğu, ihracat yoğunluğu, ithalat yoğunluğu, batık maliyet, endüstri işgücü verimliliği ve endüstri sermaye-emek oranı açıklayıcı değişkenler olarak modele dahil edilmiştir. Ampirik sonuçlara göre, küçük firmaların piyasa payının en önemli belirleyeni endüstri yoğunlaşma oranıdır. Bununla birlikte, regresyon sonuçları görece işgücü verimliliğinin, batık maliyetlerin, ihracat yoğunluğu ve minimum etkin ölçeğin küçük firmaların piyasa payı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Sözcükler

KOBİ, Türk imalat endüstrileri, KOBİ'lerin piyasa payı, panel veri analizi

ABSTRACT

KARAGÜL, Hande Sultan. *The Determinants of Small and Medium Size Enterprises' Market Share in Turkish Manufacturing Industries*, Master's Thesis, Ankara, 2010.

Small and Medium Size Enterprises (SMEs) are playing a locomotive role in economies of both developed and developing countries. SMEs possess a gradually increasing significance due to their flexible organizational structures which can easily be adapted to the evolution in the intensive competitive climate brought about by globalization. The importance of SMEs cannot be restricted to social and economic fields. They have attracted considerable attention from academic researches as well in recent years. This study aims at detecting the factors that affect the market shares of SMEs which are operating in Turkish manufacturing industries.

For this purpose, determinants of SME's market shares are examined for 66 four-digit Turkish manufacturing industries for the years between 1993 and 1999 by using a panel data set obtained from the Turkish Statistics Institute. Minimum efficient scale, absolute cost requirement, four-firm concentration ratio, industry growth rate, industry profitability, advertisement intensity, research and development intensity, export intensity, import intensity, sunk costs, industry labor efficiency and industry capital-labor ratio are included in the model as explanatory variables. According to the empirical data, the most significant determinant for the market share of small firms is the concentration ratio of industry. Besides, regression results indicate relative labor efficiency, sunk costs, export intensity and minimum efficient scale have significant impact on market shares of small firms.

Key Words

SME, Turkish manufacturing industries, SME's market share, panel data analysis

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
BİLDİRİM	iii
TEŞEKKÜR	iii
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	vii
ŞEKİLLER VE TABLOLAR DİZİNİ	x
GİRİŞ	1
FİRMA BÜYÜKLÜĞÜNÜN BELİRLENMESİ	4
1.1. Yapı-Yönetim-Performans Paradigması, Geleneksel Giriş Engelleri Ve Limit Fiyat	4
1.1.1. Yapı-Yönetim-Performans Paradigması	4
1.1.1.1 Piyasa Yapısı Unsurları	7
1.1.1.1.1 Endüstrinin Yoğunlaşma Derecesi	8
1.1.1.1.2. Endüstriye Giriş Koşulları	11
1.1.1.1.3. Diğer Yapısal Değişkenler	14
1.1.2. Geleneksel Giriş Engelleri	14
1.1.2.1. Mutlak Maliyet Avantajı	16
1.1.2.2. Ürün Farklılaştırması	18
1.1.2.3. Ölçek Ekonomileri	20
1.1.2.4. Sermaye Gereksinimi	22
1.1.2.5. Çıkış Engelleri	24
1.1.3. Limit Fiyatlama Modelleri	25
1.1.3.1. Sylos Varsayımı Altında Limit Fiyatlama Modeli	26
1.1.3.2. Dinamik Limit Fiyatlama Modeli	30
1.2 Başlangıç Büyüklüğü Ve Piyasa Payı	32

AMPİRİK LİTERATÜR ÖZETİ	38
2.1. Firmaların Başlangıç Büyüklüğünü Belirleyen Faktörler Üzerine Yapılmış Çalışmalar	38
2.2. Firmaların Piyasa Paylarının Belirleyenleri Üzerine Yapılmış Çalışmalar	43
TÜRK İMALAT ENDÜSTRİLERİ İÇİN BİR UYGULAMA	48
3.1. Kobi Tanımı	48
3.2. Türkiye’deki Kobi’ler	49
3.3. Türk İmalat Sanayinde Kobi’ler	51
3.4 Ekonometrik Modelin Spesifikasyonu	52
3.4.1. Veri ve Model.....	52
3.4.2. Tahmin Sonuçları	62
SONUÇ	68
KAYNAKÇA	74
EK: 1	83

KISALTMALAR DİZİNİ

- KOBİ** : Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
SEGEM : Sanayi Eğitim ve Geliştirme Merkezi
KÜSGET : Küçük Sanayi Geiştirme Topluluğu
KOSGEB : Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
AB : Avrupa Birliği
OECD : Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu
YYP : Yapı-Yönetim-Performans Paradigması

ŞEKİLLER VE TABLOLAR DİZİNİ

Şekil 1: Sylos Varsayımı Altında Limit Fiyatlama	28
Tablo 1: İşletmelerin Büyüklüklerine Göre Dağılımı	49
Tablo 2: İşletmelerin Sanayi ve DİĞER Faaliyet Alanlarına Dağılımı ve İstihdam Değer ve Oranları (2008)	50
Tablo 3: İmalatçı KOBİ Niteliğindeki İşletmelerin Sanayi Alt Sektörlerine Dağılımı ve İstihdamı(2008).....	51
Tablo 4: Piyasa Payı Denklemine Yer Alan Değişkenlerin Tanımları Hesaplanma Şekilleri ve Beklenen İşaretleri.....	58
Tablo 5: (3.1) Numaralı Denklemin Tahmin Sonuçları	64

GİRİŞ

Yarattıkları katma değer, istihdam olanakları, büyük ölçekli firmalara karşı sahip oldukları avantajlar ve üretimlerinin toplam hasıla içindeki payları ile küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ), hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülke ekonomilerinin temel dinamiklerinden birini oluşturmaktadır. Rekabetin ve değişikliğin yoğun bir şekilde yaşandığı günümüzde; istihdam ve üretimin büyük bir bölümünü elinde tutan KOBİ'lerin değişimlere kolay adapte olabilen yapıları, gerek ekonomik gerekse sosyal açıdan son yıllarda dünya gündeminde önemli bir yer tutmalarını sağlamıştır.

Sınır tanımayan para, sermaye ve mal hareketlerinin yarattığı küreselleşme sürecinde; rekabetin yerleşmesi ve devam ettirilmesinde, bölgesel ve yerel kalkınmanın hızlanmasında, iktisadi, sosyal ve siyasi istikrarın korunmasında ve yeni ekonomik faaliyet alanlarını doldurulmasında sağlam bir KOBİ yapısının varlığının gerekli olduğu açıktır. Taşıdıkları önem dolayısıyla başta gelişmiş ülkeler olmak üzere bütün ülkeler, KOBİ'lerin doğması, büyümesi, gelişmesi ve korunması için uygun ortamı hazırlayacak politikalar geliştirmekte ve uygulamaktadırlar. Bu amaçla, 1980'lerde Türkiye'nin KOBİ'ler için uygulamaya başladığı yeni bir politikayla SEGEM (Sanayi Eğitim ve Geliştirme Merkezi) ve KÜSGET (Küçük Sanayi Geliştirme Topluluğu) kurulmuş, bunlar daha sonra 1990'da KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) çatısı altında birleştirilmiştir. KOSGEB uyguladığı çeşitli destek programlarıyla, KOBİ'lerin ülke ekonomisindeki payını arttırmayı, rekabet güçlerini geliştirmeyi ve sanayide entegrasyonu ekonomik gelişmeye uygun olarak gerçekleştirebilmeyi amaçlamaktadır. KOBİ politikalarının oluşturulması, uygulanması ve desteklenmesinde; Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Hazine Müsteşarlığı, Türkiye Orta Ölçekli İşletmeler, Serbest Meslek Mensupları ve Yöneticileri Vakfı, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Birliği gibi kuruluşlar da rol oynamaktadır. Bunların dışında ülke genelinde uygulanan kalkınma planlarında da KOBİ'lerin gelişimi ve rekabetçi güçlerinin arttırılmasına yer verilmekte, uluslararası alandaki

başarılı örnekler incelenerek öncelik ürün kalitesinin arttırılmasına, üniversitelerle işbirliğine gidilerek teknolojik yeniliklerin yakından takip edilmesine ve yaratıcılığa, yeni finansman ve yönetim modellerinin oluşturulmasına verilmektedir.

Pek çok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkenin yanı sıra AB, OECD gibi kuruluşlar da KOBİ'lere ayrıcalıklı bir önem atfetmekte ve çeşitli alanlarda uyguladıkları uluslararası destekleme programlarıyla küçük işletmelerin performanslarını yükseltmeye çalışmaktadır.

TÜİK'in 2008 Genel Sanayi ve İşyeri Sayımı (GSİS) sonuçlarına göre Türkiye'de 2008 yılında 2.246.850 işletme faaliyet göstermektedir. Aynı yıl itibariyle toplam işletme sayısı içinde 10'dan az işçi çalıştıran mikro ölçekli firmaların payı %95,36 olup 10-49 işçi çalıştıran küçük ölçekli firmalar toplamdan %3,01 pay almaktadır. Orta ölçekli 50-249 işçi çalıştıran firmaların payı %0,98'dir. Bu itibarla Türkiye'deki işletmelerin %99,35'i KOBİ kapsamına girmektedir. İmalat sanayinde ise faaliyet gösteren 308.400 işletmeden 306.404'ü KOBİ niteliğinde olup, toplam sanayi istihdamının %62'sini oluşturmaktadır. Bu rakamların da açıkça gösterdiği üzere tüm dünyada olduğu gibi KOBİ'ler Türk imalat sanayinde ağırlıklı bir yer tutmaktadır.

Öte yandan AB bünyesinde faaliyet gösteren toplam işletme sayısının %99,8'ini oluşturan yaklaşık 25 milyon KOBİ, 100 milyon kişiyle istihdam sağlamakta ve Avrupa Gayri Safi Milli Hasılasının üçte ikisini yaratmaktadır.

Dünya ekonomisinde bu denli önemli bir yere sahip olmasına rağmen KOBİ'lerin piyasa paylarının belirleyenlerine ilişkin çalışmalara literatürde sıkça rastlanamamaktadır. Bu tezde amaçlanan, Türk imalat sanayinde KOBİ'lerin piyasa paylarını belirleyen faktörlerin ortaya konulmasıdır. Çalışma kapsamında belirlenen model, Türkiye İstatistik Kurumu'ndan temin edilen verilerle, 1993-1999 yıllarını kapsamak üzere 4 haneli Türk imalat endüstrileri için panel veri teknikleri kullanılarak tahmin edilmiştir.

Çalışma, üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, piyasada faaliyet gösteren firmaların piyasa payları üzerindeki etkisi nedeniyle, firma büyüklüğünün belirlenmesi üzerinde durulmuştur. Bu amaçla; Yapı-Yönetim-Performans Paradigması, geleneksel giriş engelleri ve limit fiyatlama konularında teorik bilgilere yer verilerek bu konuların firma büyüklüğü üzerindeki etkisi açıklanmaya çalışılacaktır. İkinci bölüm ampirik literatür özetine ayrılmıştır. Firmaların başlangıç büyüklüğünün ve firmaların piyasa paylarının belirleyeni üzerine yapılmış çalışmaların izlendiği bu bölümde, literatürde yer alan konuyla ilgili çalışmaların gösterdiği gelişim modele yol gösterecek şekilde ortaya konulmuştur. Modelin uygulamasına yer verilen üçüncü bölümde, öncelikle KOBİ tanımı ve Türkiye'deki KOBİ'lere kısaca değinildikten sonra tahmin sonuçları açıklanmıştır. Tezin son bölümü olan sonuç bölümünde, Türk imalat endüstrilerinde KOBİ'lerin piyasa paylarını belirleyenlerine ilişkin bulunan sonuçların genel bir yorumu yorumu ve değerlendirmesi yapılmıştır.

BÖLÜM 1

FİRMA BÜYÜKLÜĞÜNÜN BELİRLENMESİ

1.1. YAPI-YÖNETİM-PERFORMANS PARADİGMASI, GELENEKSEL GİRİŞ ENGELLERİ VE LİMİT FİYAT

Çalışmanın konusunu oluşturan, firmaların piyasa paylarının belirleyenlerini araştırmaya geçmeden önce, firma büyüklüğünün hangi değişkenlerden etkilendiği üzerinde durmanın konuyu anlaşılabilir kılmak açısından gerekli olduğu düşünülmektedir. Bu amaçla, çalışmanın bu bölümünde, teorik literatürde önemli yer tutan Yapı-Yönetim-Performans paradigması, geleneksel giriş engelleri ve limit fiyatlandırma konularına, bunların firma büyüklüğü üzerindeki etkisine ve bu etkinin nasıl bir mekanizma ile piyasa paylarını belirlediğine değinilecektir. Genel olarak, belirtilen unsurların piyasanın mevcut işleyişini etkileyerek gerek piyasaya girişi engellemek gerekse giriş sonrası küçük ve orta ölçekli firmalar üzerinde çeşitli baskılar ya da teşvik edici unsurlar yaratarak bu firmaların piyasa paylarını belirleyebildiği görülmektedir. Bölümün izleyen başlıklarında bu etkilerin detaylı bir anlatımına yer verilmiştir.

1.1.1. Yapı-Yönetim-Performans Paradigması

Mason, Bain, Scherer ve Shepherd gibi iktisatçıların yaptığı çalışmalarla geliştirilen Yapı-Yönetim-Performans (Structure-Conduct-Performance) Paradigması, genel olarak; piyasa aktörlerinin davranışını açıklayabilecek belirli bir metodolojinin geliştirilebileceğini öngörür.¹ Harvard Üniversitesi'ndeki iktisatçılar tarafından başlatılan ve 'Yapısalcı Okul' olarak da adlandırılan bu akıma göre; endüstri yapısı, firma yönetimi ve piyasa performansı arasında nedensel bir ilişki söz konusudur. Yapı, yönetim ve performans arasındaki

¹ YYP paradigması ilk kez Harvard Üniversitesi'nden Edward Mason tarafından 1939 yılında ortaya atılmıştır. Bkz. Mason (1939).

ilişkileri incelemeye geçmeden önce bu kavramlara açıklık getirmek faydalı olacaktır.

Kısaca, piyasanın örgütlenme özelliklerini ifade eden piyasa yapısı, alıcıların ve satıcıların birbirleriyle ve kendi aralarındaki ilişkilerinin yanı sıra, piyasadaki mevcut satıcılar ile piyasaya girmesi muhtemel satıcılar arasındaki ilişkileri belirleyen unsurlar tarafından oluşturulmaktadır (Bain, 1968). Kullanılan teknoloji, ürünün dayanıklılığı, arz ve talepteki dönemsel dalgalanmalar, hammaddenin lokasyonu, arz ve talep esneklikleri, işgücünün sendikalaşma oranı, piyasanın büyüme eğilimi gibi sıralanabilecek arz ve talep koşullarına bağlı olan piyasa yapısının başlıca unsurları; ölçek ekonomileri, ürün farklılaştırması, dikey bütünleşme gibi giriş engelleri ile yoğunlaşmadır.²

Piyasa yönetimi; piyasadaki mevcut alıcı ve satıcılar ile piyasaya girmesi beklenen firmaların izledikleri davranış şekilleri olarak tanımlanmaktadır (Schmalensee, 1989, 954). Bu kapsamda, fiyat ve üretim miktarına ilişkin verilen kararlar, belirlenen amaçlar, ürün farklılaştırmasına, satış artırma ve AR-GE'ye ilişkin politikalar, piyasa yönetimi kararlarıdır.

Piyasa performansı ise, mevcut piyasa yapısı altında piyasa yönetimi ile ulaşılan sonuçlar olarak tanımlanmaktadır (Davut, 2002, 7). Piyasa performansı, piyasanın tüketici yararına sonuçlar üretip üretmediğinin bir göstergesidir. Performans; fiyat, hizmet kalitesi, teknolojik gelişme, etkinlik gibi unsurlar bakımından ölçülebilir. Piyasa performansının ölçülmesi ile endüstrideki piyasa gücü hakkında bilgi sahibi olmak mümkündür. YYP çalışmalarında piyasa performansının ölçülmesinde kullanılan 3 farklı karlılık değişkeni mevcuttur: Yatırımın getiri oranı, fiyat-maliyet marjı ve Tobin'in q'su.

- *Yatırımın Getiri Oranı:* Getiri oranı, yatırımın karlılığını göstermektedir. Uzun dönemli ekonomik kar, piyasa gücünün bir göstergesi olarak ele alınmaktadır. Tam rekabet piyasalarında, piyasaya girişlerle ekonomik kar uzun

² Piyasadaki arz ve talep koşullarına ilişkin ayrıntılı bilgi için bkz. Koch (1980) ve Reid (1989).

dönemde yok olma eğilimine girer. Giriş engellerinin piyasa gücü sağladığı tekel piyasalarında ise kar, uzun dönemde de korunmaktadır. Eğer ekonomik kar pozitif bir değer alıyorsa, firmanın getiri oranı, rekabetçi düzeyin üzerinde demektir. Bu nedenle getiri oranı, piyasa gücünün büyüklüğüne işaret etmektedir. Analizlerde çoğunlukla, sermayenin değer kaybını da dikkate alan getiri oranı baz alınmaktadır. Getiri oranı hesaplamalarında farklı metodolojiler kullanan farklı yaklaşımlar mevcuttur. Kullanılan yöntemlere göre getiri oranı farklılık gösterebilmektedir.

- *Fiyat-Maliyet Marjı:* Getiri oranını hesaplamada yaşanan sorunlar nedeniyle performans hesaplamalarında Lerner İndeksi veya Fiyat-Maliyet Marjı adı verilen farklı bir ölçüt kullanılmaktadır.

$$\text{Lerner İndeksi} = \frac{P - MC}{P}$$

Uygulamada marjinal maliyet verilerine ulaşmada yaşanan güçlükler nedeniyle fiyat-ortalama değişken maliyet marjı kullanılabilir.

- *Tobin'in q'su:* Bu ölçüt ekonomik karı belirlemede hisse senedi piyasa değerlemelerini kullanır. Firmanın piyasa değerinin, varlıklarının yenileme değerinin maliyetine oranı olarak hesaplanır. Firmanın piyasa değeri, ödenmiş sermayesi ve borçlarının toplamıdır. Firmanın değerinin, varlıklarının yenileme maliyetini aşan kısmı, finans piyasalarında, ekonomik kar olarak nitelendirilmektedir. q'nun değeri 1'in ne kadar üzerindeyse, firmanın getirilerinin, varlıklarının maliyetine göre değeri o kadar büyüktür. Bu da, daha büyük kar anlamına gelmektedir. (Tobin'in q'su uygulamada en az kullanılan ölçüttür.)

YYP yaklaşımının ilk şekli; temel arz ve talep koşullarıyla belirlenen piyasa yapısının, yönetim üzerinden performansı etkilediğini ortaya koymaktadır (Davut, 2002, 9). Yapı- Yönetim-Performans arasındaki ilişkileri ise şöyle açıklamak mümkündür (Needham, 1978, 2-4): Firmaların aldığı kararların sonuçları, alıcıların ve diğer satıcıların davranışlarına bağlı olarak şekillenmektedir.

Dolayısıyla bu davranışları etkileyen faktörler firmanın faaliyetlerine bir sınırlama getirmektedir. Piyasa yapısı unsurları, söz konusu sınırlamanın firma tarafından algılanışını etkileyerek, firma yönetimi ve performans üzerinde etki gösterecektir. Çalışmaların ilk şeklinde piyasa yapısına ayrıcalıklı önem atfeden YYP paradigmasını açıklarken; yapıdan performansa uzanan bu etki zincirinin yanı sıra bu üç kavram arasındaki karşılıklı ilişkileri göz ardı etmemek, performanstan, yönetim ve yapıya uzanan etkileri de dikkate almak gerekmektedir.³ Örneğin, yönetimin unsurlarından olan reklam faaliyetleri ile yoğunlaşma oranı etkilenebilmektedir ya da piyasadaki yerleşik firmaların izledikleri fiyatlama politikalarının, ileriki bölümlerde de ayrıntılı şekilde açıklanacağı üzere, piyasaya giriş önünde ciddi engeller yaratarak piyasada faaliyet gösteren firma sayısını etkilemesi mümkündür. Bu şekilde yönetimin kapsamına giren unsurlar yapı ve performans üzerinde etki yaratmaktadır. Bu açıdan bakıldığında YYP çalışmaları piyasadaki firma sayısı, firmaların büyüklük dağılımı ve firmaların piyasa payları hakkında yapılacak çalışmalarda yol gösterici olacaktır.

1970’li yılların sonuna kadar endüstri iktisadında hâkim görüş oluşturan YYP yaklaşımı ilerleyen dönemlerde çeşitli eleştirilerin odağı olmuştur. Chicago Okulu, yapıdan performansa uzanan etki zincirini kabul etmemekte, performansın yapı üzerinde asıl belirleyici role sahip olduğunu savunmaktadır. Buna göre firmalar arasındaki farklılıklara dikkat çekilmekte, firma bazında etkinlik farkının maliyetlere yansıtacağı ve böylece daha az etkin olan küçük firmaların kar marjlarının ve piyasa paylarının düşeceği belirtilmektedir. Bu şekilde maliyet dezavantajına sahip firmaların piyasadan çekilmesi yoğunlaşmayı arttıracaktır.

1.1.1.1 Piyasa Yapısı Unsurları

Yapıya göre performansın nasıl değiştiğini araştırırken, piyasa yapısına ilişkin bir takım değişkenleri de tanımlamak gerekmektedir. Kısa dönemde piyasa yönetimi büyük ölçüde piyasa yapısı tarafından belirlense de, uzun dönemde yönetimden yapıya doğru bir ilişkinin de söz konusu olabileceğine daha önce de değinilmişti.

³ Nitekim, YYP yaklaşımının son şeklinde piyasa performansının tek belirleyicisinin piyasa yapısı olduğu yönündeki kesin yargı terk edilerek, iki yönlü ilişkilerin varlığı kabul edilmiştir.

O halde herhangi bir anda gözlemlenen firmanın piyasa yönetimi unsuru, diğer unsurlarla ilgili yönetimine, geçmiş dönemin piyasa yönetimine ve piyasa yapısı unsurlarına bağlıdır (Davut, 2002, 11). Piyasa yapısı unsurları ise, diğer yapı unsurlarının geçmiş dönemdeki durumuna, geçmiş dönemin piyasa yönetimine ve dışsal olarak belirlenen yapı unsurlarına bağlıdır. Firmaların faaliyet gösterdiği piyasayı karakterize eden bu unsurların, firmaların piyasa gücü üzerinde belirleyici bir role sahip olduğu açıktır. Bu noktada dışsal yapı unsurları ve piyasadaki firma büyüklüğü üzerindeki etkileri üzerinde durmak önem kazanmaktadır. Dışsal yapı unsurları çalışma kapsamında şu başlıklar altında tanımlanacaktır: Yoğunlaşma, giriş koşulları ve diğer yapısal unsurlar.

1.1.1.1.1 Endüstrinin Yoğunlaşma Derecesi

Yoğunlaşma derecesi, hem alıcıların hem de satıcıların yönetim ve performansını etkileyen önemli bir yapı unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bilgi edinme ve ölçümlemedeki güçlükler nedeniyle literatürde, alıcılar açısından yoğunlaşmaya ilişkin çalışmalara fazla rastlanmamaktadır (Davut, 2002, 203). Satıcılar açısından yoğunlaşma firmaların sayısı ve büyüklük dağılımına ilişkin bir kavramdır. Yoğunlaşma; belli bir ekonomik faaliyetin büyük bir oranının, o faaliyete katılan birimlerin küçük bir oranı tarafından karşılanması olarak tanımlanmaktadır (Bain, 1968, 78). Bu tanımdan hareketle daha az sayıda ve daha büyük firmaların yer aldığı endüstrilerde yoğunlaşma oranı yüksek olacaktır. Ölçek ekonomilerinin varlığı, ürün farklılaştırması, firmaların monopol gücü kazanmak ve karı arttırmak amacıyla birleşmeleri, endüstriye girişin önündeki engeller, ürünün içinde bulunduğu dönem, ekonominin ve piyasanın büyüme hızı, AR-GE faaliyetlerinde bulunma derecesi yoğunlaşmayı etkileyen unsurların başlıcaları olarak sıralanabilir (Davut, 2002, 204–210).

Yoğunlaşma ölçme teknikleri ve çeşitli yoğunlaşma ölçülerinin özellikleri literatürde geniş bir yer tutmaktadır. Yoğunlaşmanın ne şekilde ölçüleceğine ilişkin birkaç farklı yöntem bu çalışma kapsamında yer vermekte fayda görülmüştür. İlk yoğunlaşma ölçüsü olarak, tüm firmaların piyasa paylarının

karelerinin toplamından oluşan Herfindahl-Hirschman İndeksi (HHI), hem endüstrideki tüm dağılımı hesaba kattığı için hem de firma sayısındaki azlık ve firma büyüklükleri arasındaki değişikliklere hassas olduğu için iyi bir yoğunlaşma ölçüsü olarak tanımlanmaktadır. Hesaplama kolaylığı nedeniyle uygulamada en çok kullanılan yoğunlaşma ölçüsü ise, endüstrideki en büyük birkaç firmanın endüstri üretimi içindeki payları toplamını gösteren yoğunlaşma oranıdır (CR). Çalışmalarda genellikle, piyasadaki en büyük dört firmanın piyasa payının toplamı olarak hesaplanan dört firma yoğunlaşma oranı kullanılmaktadır (CR4). Kısmi yoğunlaşma ölçüsü olan Linda İndeksi (L), endüstrideki oligopolistik yapıyı ortaya koyduğu için sektör içindeki büyük firmalara ilişkin bilgilere önem vermektedir. Rosenbluth İndeksi (RI) ise firmaların endüstrideki paylarının büyüklük sıralamasındaki yerleri ile ağırlıklandırılması ile oluşturulmaktadır. Bir diğer yoğunlaşma ölçüsü Hovarth'ın Kapsamlı Yoğunlaşma İndeksi (CCI), endüstrideki en büyük firmanın piyasa payı ile diğer firmaların piyasa paylarının ağırlıklı toplamını gösteren, kısmi ve kapsamlı yoğunlaşma ölçülerini birlikte kullanan bir endekstir. Yoğunlaşma oranı ve Linda İndeksi kısmi yoğunlaşma ölçüleridir. HHI ve RI ise kapsamlı yoğunlaşma ölçüleri olarak sıralanmaktadır. HHI, RI ve CCI arasındaki temel farklılık, firmaların piyasa paylarına verilen ağırlıkla ilgilidir. HHI'de küçük firmaların ağırlığı az, RI'de ise fazladır. Ağırlıklandırma yöntemlerindeki bu farklılıklar nedeniyle küçük firmaların piyasa paylarındaki değişimler indekslere farklı şekilde yansiyacaktır.

Yapılan çalışmalar yoğunlaşma ve piyasa gücü arasındaki pozitif bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Bu ilişkinin açıklanmasında, tartışmalar başlıca iki hipotez etrafında toplanmaktadır. Bain'i takip eden klasik yaklaşımda, yoğunlaşmanın firmalar arası birleşme ve anlaşmaları kolaylaştırdığı, fiyatlama davranışında koordinasyonu sağlayarak endüstride karı olumlu yönde etkilediği savunulmaktadır. Bain (1968, 117) yoğunlaşmanın yüksek olduğu oligopol piyasalarında, firmalar arası karşılıklı bağımlılığın artacağını ve bu durumun da yönetim ve performansı etkileyeceğini ileri sürmektedir. Yoğunlaşma derecesinin artmasıyla, piyasada bulunan firmalar birleşip anlaşarak birleşik karı maksimum kılacak şekilde fiyat belirleme yoluna gideceklerdir. Çünkü az sayıda firmanın

büyük piyasa payına sahip olduğu bir ortam hem firmaların birleşik karın maksimizasyonu amacıyla birleşerek hareket etmelerini kolaylaştırıcı hem de firma karının maksimizasyonu doğrultusunda bireysel hareketi güçleştirici bir rol oynar (Davut, 2002, 11). Bu konuda yapılmış olan çalışmalar (örneğin; Brannman, Klein ve Weiss, 1987; Cotteril 1986; Lamm, 1981) genel olarak yoğunlaşma ve fiyat düzeyi arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Bain tarafınca ortaya atılan ve YYP modeline dayanan bu hipotez, “işbirliği hipotezi” (collusion hypothesis) olarak adlandırılmaktadır. Demsetz (1973) ve Peltzman (1977)’in ileri sürdüğü alternatif hipotez olan “etkin yapı hipotezi”nde (efficient structure hypothesis) ise firmalar arası etkinlik farklarının olduğu endüstrilerde, daha etkin firmaların daha hızlı büyüyüp daha yüksek kar elde edeceği, bunun sonucunda da piyasa paylarındaki eşitsizliğin ve yoğunlaşma derecesinin artacağı öne sürülmüştür.

Literatürde yoğunlaşma ve karlılık ilişkisini açıklamak üzere yapılmış çok sayıda çalışmaya rastlamak mümkündür. Schwartzman (1959) ABD ve Kanada endüstrileri üzerinde yaptığı çalışmasında bağımlı değişken olarak belirlediği kar marjlarının, yoğunlaşmanın yüksek olduğu endüstrilerde daha yüksek değerler aldığını gözlemlemiştir. Aynı şekilde Collins ve Preston (1969) fiyat-maliyet marjı ile yoğunlaşma arasında pozitif bir korelasyon bulmuştur. Weiss (1973) yaptığı 50’ye yakın yoğunlaşma-karlılık çalışmalarının çoğunda yoğunlaşmanın karlılığın önemli bir belirleyeni olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Yoğunlaşmanın, fiyat ve karlılık ile ilişkisi, piyasadaki firmaların büyüklüğü üzerinde de belirleyici bir etken oluşturacaktır. Yoğunlaşma ne kadar yüksekse var olan firmaların piyasadaki ağırlığı o kadar fazla olacaktır. Böyle bir piyasada faaliyet gösteren yerleşik firmalar, kendi aralarında anlaşarak karar alma sürecini, yeni firmaların girişini engelleme yönünde daha etkin hale getirecektir. Bu açıdan yoğunlaşmanın küçük firmaların varlığı üzerinde negatif bir etki doğuracağı beklenmektedir. Çünkü minimum etkin ölçekte çalışan, fiyat ve maliyet avantajlarından büyük ölçüde yararlanan, az sayıdaki büyük ve köklü firmaların yer aldığı, yüksek giriş engelleriyle korunan bir piyasaya girip varlığını

sürdürmek, küçük ölçekli firmalar açısından hayli zor olacaktır. Örneğin, birleşik kar maksimizasyonu amacı güden mevcut firmalar, fiyat alıcı konumdaki küçük firmaların piyasa paylarını daraltmak için fiyatlarını monopol fiyatının altına çekebilirler. Bu sayede yeni piyasa fiyatı, rekabetçi düzeye inerse bile maliyet dezavantajına sahip küçük firmaların karlarını sıfır yapacak bir seviyede tutulabilir.

Benzer şekilde, yoğunlaşma ile reklam ve AR-GE arasında bulunan pozitif ilişki de aynı sonuçları doğurmaktadır. Yapılan çalışmalar, yoğunlaşma ve reklam (Strickland ve Weiss, 1976) ile yoğunlaşma ve AR-GE faaliyetleri (Mansfield, 1968) arasında da pozitif ilişkiler ortaya koymaktadır. Yoğunlaşmanın, reklam ve AR-GE faaliyetlerini arttırması, piyasadaki büyük firmaların ürün farklılaştırması yaratmasını sağlayacaktır. Reklam ve AR-GE harcamalarını karşılayacak düzeyde fon yaratamayan küçük firmaların piyasada tutunabilmeleri söz konusu olamayacaktır.

Özetlemek gerekirse, yoğunlaşmış piyasalarda az sayıda firma, piyasa talebinin büyük bir oranını karşılayacak şekilde bir üretim gerçekleştirmektedir. Büyük ölçeklerde üretim yapan bu büyük firmalar gerek ürün farklılaştırması ile gerekse fiyatlama politikaları ile daha güçlü giriş engelleri yaratarak, girişin önünü kapatmakta ve piyasadaki oligopolistik yapıyı korumaktadır. Böyle bir rekabetle baş edebilmesi olanaksız olan küçük firmaların, bu tip piyasalarda önemli ve kalıcı bir piyasa payı elde etmeleri olasılığı düşüktür.

1.1.1.1.2. Endüstriye Giriş Koşulları

Endüstriye giriş koşulları oligopolistik piyasalarda önemli bir yapı unsurudur. Giriş koşullarındaki değişiklikler, endüstriye girmesi beklenen firmaların kararlarında önemli etkiler yaratır. Bu firmaların kararları, endüstriye girmeseler bile, yerleşik firmaların yapı, davranış ve performansını etkileyecektir. Bu nedenle endüstriye giriş koşulları, endüstrideki firma büyüklüğünü belirleyen sonuçlar ortaya koyacaktır. Endüstriye giriş, endüstri için yeni sayılan bir firmanın,

endüstriye girerek üretim kapasitesine katkıda bulunması ya da endüstride üretilen ürüne ikame üretim yapması olarak açıklanırken; giriş engelleri ise mevcutlara kıyasla yeni firmaların dezavantajlı durumda olmasına yol açacak unsurları kapsamaktadır. Bain (1956, 6-8), endüstriye giriş koşullarını mevcut firmaların uzun dönemde endüstriye yeni firma girişine yol açmaksızın fiyatları ne derece minimum uzun dönem ortalama maliyetlerin üzerine çıkarabileceklerini gösteren bir kavram olarak tanımlamaktadır. Bu tanım kapsamında, fiyatı ortalama maliyetin üzerinde tutup yeni firmaları endüstriye giriş kararından alıkoymak suretiyle giriş engeli yaratan unsurlara konu bütünlüğünü korumak açısından bu bölümde değinilecek, bir sonraki bölümde ise bu unsurlar ayrıntıları ile işlenecektir.

- Mevcut firmalar yeni gireceklere karşı, mutlak maliyet avantajlarına sahip olabilirler. Mevcut firmaların üstün üretim tekniklerini kontrol altında tutmaları ya da üretimde gerekli ve önemli bir hammadde veya doğal kaynağa sahip olmaları ve bu üretim teknikleri ile doğal kaynaklardan yeni firmaları yararlandırmamaları mutlak maliyet avantajına yol açacağı gibi, yeni firmaların üretim faktörlerini ve yatırım için gerekli fonları, mevcut firmalar kadar uygun şartlarda sağlayamamaları da mutlak maliyet avantajına neden olur. Yerleşik firmaların maliyetlerde yakaladığı bu avantaj, onlara fiyatları ortalama maliyetlerin üzerinde bir düzeyde belirleyebilme olanağı tanımaktadır.

- Mevcut firmalar yeni gireceklere karşı ürün farklılaştırmasından kaynaklanan bir avantaja sahip olabilirler. Tüketicilerin markaya olan güçlü sadakati, yeni firmaların tüketiciyi kullandıkları markayı değiştirme konusundaki ikna gücünü düşürecektir. Ürün farklılaştırması, tüketicilerin mevcut firmaların ürünlerine ve bakım-onarım hizmetlerine bağlılığından, mevcut firmaların ürettiği ürünlerin gösteriş tüketimine konu olmasından kaynaklanabileceği gibi; mevcut firmaların elinde tuttuğu patentler ve nitelikli dağıtım kanalları da ürün farklılaştırmasına dayalı giriş engeli yaratan unsurlara örnek verilebilir. Bu unsurlardan kaynaklanan dezavantajlar nedeniyle yeni firmalar, yerleşik firmalardan daha düşük bir fiyat ya da daha yüksek bir maliyete katlanmak

zorunda kalabilirler. Reklam ve AR-GE yoğunluğu ürün farklılaştırmasını belirlemek için kullanılan başlıca ölçütlerdir.

- Mevcut firmalar ölçek ekonomilerinden kaynaklanan avantajlara sahip olabilirler. Firma bazında ölçek ekonomileri söz konusu ise ve yeni girecek firma minimum optimal ölçekle giriş yaptığında endüstri üretiminin önemli bir payını karşılıyor ise, ayrıca daha küçük ölçeklerde önemli ölçüde ölçek eksi ekonomileri ortaya çıkıyorsa, ölçek ekonomilerinden kaynaklanan giriş engeli söz konusudur. Her üretim sürecinde uzun dönem ortalama maliyetlerin minimum düzeyde olduğu en küçük ölçek olarak tanımlanan bir minimum etkin ölçek bulunmaktadır. Mevcut firmaların avantajı minimum etkin ölçeğe veya daha büyük ölçeklere ulaşmış olmaktan kaynaklanmaktadır. Ölçek ekonomilerini ölçmek için, minimum etkin ölçeğin endüstri satışlarına oranı kullanılmaktadır.

- Yeni girecek firmalar, kuruluş için gerekli fonların büyüklüğünden kaynaklanan dezavantajlara sahip olabilirler.

Bu özet açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, giriş engeli yaratan unsurlar yeni firmaların endüstriye giriş kararını önemli ölçüde etkileyerek, endüstrideki firma büyüklüğü üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Doğal, yasal, finansal ve mali sebeplerle birlikte, tüketicilerin tercihini mevcut firmalar yönünde değiştirebilecek faktörlerin yarattığı giriş engellerinin, piyasadaki oligopolistik yapıyı koruması ve beraberinde gerçekleşen yoğunlaşmanın, piyasaya girmesi muhtemel firmaları giriş kararından caydırarak ya da girişi gerçekleştirmesine rağmen piyasadaki rekabete karşın tutunamayarak, endüstriden çekilmesine neden olacak etkiler oluşturmak suretiyle, küçük firmaların piyasadaki varlığı üzerinde negatif bir etki yaratması olasıdır. Bu unsurlar ve firma büyüklüğü üzerinde yaratacağı etkiler ilerleyen başlıklarda ayrıntılarıyla incelenecektir.

1.1.1.1.3. Diğer Yapısal Değişkenler

Yoğunlaşma ve giriş koşullarının yanı sıra piyasa yapısı üzerinde etki sahibi olan bir takım değişkenlerden de söz etmek mümkündür. Örneğin, birliklerin yoğun baskılar oluşturduğu piyasalarda ortaya çıkan yüksek ücretler, endüstri karlarının düşmesine neden olabilir. Öte yandan artan ücretler fiyat artışını da beraberinde getirerek karların artmasına da sebep olabilir. Ayrıca alıcılar arası yoğunlaşma derecesi de fiyatlar üzerinde etki yaratan bir piyasa unsuru oluşturmakla beraber bu olgu literatürde genellikle göz ardı edilmiştir.

1.1.2. Geleneksel Giriş Engelleri

Mikroiktisat teorisinde, endüstrideki mevcut firmalar arasında oluşan rekabet üzerinde durulmaktadır. Firma davranışları ve kararları üzerinde önemli etkiler yaratmakla birlikte bu rekabet, endüstrideki fiyatlama davranışını açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Endüstriyel organizasyon teorisi, bu noktada piyasaya girmesi muhtemel firmaların, mevcut firmalar açısından yarattığı rekabet tehdidinin, piyasa yapısı ve performansı üzerinde doğuracağı etkiye dikkat çekmektedir. Girişler, girdi fiyatları ve talep üzerinde değişiklikler yaratacağı gibi, rekabeti artırır ve var olan firmalara daha etkin çalışma yönünde baskı yaratıp bir seleksiyon süreci başlatarak etkin olmayan firmaların endüstriden çekilmesini sağlar. Ayrıca girişlerin endüstriyi yeni ürün ve yeni teknolojilerle tanıştırmayı da mümkündür. Dolayısıyla endüstriye giriş koşullarındaki değişiklikler, endüstriye yeni firma girişi gerçekleşmese bile yaratılan potansiyel rekabetin etkisiyle yerleşik firmaların davranış ve kararları üzerinde etki sahibidir. Mevcut ve yeni firmalar üzerinde sahip olduğu bu önemli etki sebebiyle, bir önceki bölümde piyasa yapısı unsurları altında değinilmiş olan giriş engellerine bu bölümde ayrıntılarıyla yer verme gereği duyulmuştur.

Yeni firmalar piyasaya giriş kararını değerlendirirken, endüstriye girişi teşvik edici ve engelleyici unsurları göz önünde bulundurlar. Girişi teşvik eden temel unsurlar, piyasanın içinde bulunduğu büyüme trendi ve firmaların kar

beklentisidir. Piyasanın büyüme trendinde olması, piyasaya girmesi muhtemel firmaların talep sıkıntısı sorununu azaltarak mevcut firmalarla rekabete girmeden daha büyük piyasa payı elde etmelerini sağlar. Büyüyen bir piyasada yeni firmaların arzda yarattığı artış karşısında fiyatlarda meydana gelen düşüş daha az olacaktır. Bu nedenle yeni firmalar için bu tip piyasalar daha caziptir. Son olarak esnek yapıları sayesinde ani talep artışlarına karşı mevcut firmalara kıyasla daha çabuk tepki verebilmeleri bu firmalara avantaj sağlamaktadır. Piyasaya girişi teşvik eden bir diğer unsur ise kar beklentisidir. Giriş sonucu elde edilmesi beklenen kar pozitif ise yeni firma endüstriye giriş yapmak isteyecektir. Hatta bazı iktisatçılar daha komplike modeller öne sürerek, yeni firmaların sadece bugünkü karın durumuna değil, gelecek yılların kar trendine de dikkat ettiklerini söyler. Buna göre mevcut firmalar şu an yüksek bir kar elde ediyor olsalar bile, karların düşüş eğiliminde olması girişi caydırıcı bir unsur oluşturmaktadır.

Öte yandan yeni firmaları piyasaya girmekten alıkoyan birtakım unsurlar olduğuna da piyasa yapısı unsurları anlatılırken değinilmişti. Bu bölümün alt başlıklarında tekrar ayrıntılarıyla üzerinde durulacak olan bu unsurlar, çalışma kapsamında Bain (1956)'in oluşturmuş olduğu sistematik üzerinden incelenecektir.

Daha önce de belirtildiği üzere, Bain (1956), yerleşik firmaların, uzun dönemde potansiyel firmaları endüstriye çekmeyecek ve kendilerine pozitif kar sağlayacak şekilde, satış fiyatlarını minimum ortalama üretim maliyetlerinin üzerinde tutmalarının giriş koşullarını oluşturduğunu söylemektedir. Bu açıdan bakıldığında, giriş koşulunu ortalama maliyet ile piyasa fiyatı arasındaki fark olarak tanımlamak da mümkündür. Ayrıca Bain (1956), bu giriş koşullarını belirleyip yeni firmaların piyasadan uzak kalmalarını sağlayan unsurları ise giriş engelleri olarak adlandırmaktadır. Bu giriş engelleri piyasa koşulları, teknoloji ve ürünün temel özellikleri gibi temel arz ve talep koşulları tarafından belirlenmekte ve firmanın kontrolü dışında oluşmaktadır. Bu nedenle bu tür giriş engelleri “egzojen giriş engelleri” olarak adlandırılmaktadır (Davut, 2001). Literatürde giriş engellerine ilişkin birçok farklı tanımlama ile karşılaşmak mümkündür. Stigler

(1968) giriş engellerine farklı bir açıdan yaklaşmış ve giriş engelini endüstride önceden bulunan firmalar tarafından değil, yeni girecek olan firmalar tarafından katlanılması gereken üretim maliyetleri olarak tanımlamıştır. Ferguson (1974) ise fiyatı marjinal maliyetin üzerinde tutmak suretiyle girişleri karsız hale getirecek faktörlere vurgu yaparak, giriş engellerine ekonomik etkinlik açısından yaklaşmıştır.

Bir önceki bölümde bahsedilen ancak ayrıntılarına bu başlık altında girilecek olan giriş engeli yaratan bu unsurları Bain, başlıca üç başlık altında toplamakta ve mutlak maliyet avantajı, ürün farklılaştırması ve ölçek ekonomileri olarak sıralamaktadır.

Çalışmanın bir sonraki bölümünde yukarıda sıralanan giriş engellerinin detaylı açıklamaları üzerinde durulacaktır. Bain'in sınıflandırmasında esas olarak mutlak maliyet avantajları içinde yer alan, ancak önemi nedeniyle çoğu kez ayrı bir başlık altında incelenen "sermaye gereksinimi" bu çalışmada da ayrı bir başlık altında incelenmektedir. Ayrıca, Bain'in sınıflandırmasında yer almayan, ancak ilerleyen yıllarda pek çok çalışma tarafınca önemine dikkat çekilen "çıkış engelleri"ne de giriş engeli yaratan unsurlar arasında aşağıda yer verilmektedir.

1.1.2.1. Mutlak Maliyet Avantajı

Mutlak maliyet avantajı; daha önce de bahsedildiği gibi, yerleşik firmaların, herhangi bir çıktı seviyesinde, giriş yapması muhtemel firmalara göre daha düşük ortalama maliyetle üretim yapmalarından kaynaklanmaktadır (Bain, 1956, 12). Kısaca mutlak maliyet avantajı, yeniler ve mevcutlar arasında maliyet asimetrisi yaratan durumları tanımlamaktadır. Mevcut firmaların üstün üretim tekniklerini kontrol altında tutmaları (patentler gibi) ve yeni girecek firmaları bu üretim tekniklerinden yararlandırmamaları veya belli bir ücret karşılığında yararlandırmaları, yine mevcut firmaların, üretimde gerekli ve önemli bir hammadde veya doğal kaynağa sahip olmaları veya yeni girecek firmaların üretim faktörlerini mevcut firmaların sağladığı kadar uygun şartlarda sağlayamamaları

nedeniyle; yerleşik firmaların uzun dönem ortalama maliyet eğrileri, her çıktı seviyesinde yeni firmaların uzun dönem ortalama maliyet eğrilerinin altında kalmaktadır. Ancak yukarıda belirtilen patent ve doğal kaynaklar, bunları kontrol altında bulunduran firmalara, alternatif kullanım alanlarında yaratacağı değer üstünde bir değer sağladıkları takdirde, mutlak maliyet avantajı yaratan bir giriş engeli olarak değerlendirilebilirler. Yani, giriş engeli yerleşik olmaktan kaynaklanan bir rant olarak tanımlanırsa, kıt kaynakların kullanımı, onların alternatif maliyetini hesaba kattıktan sonra pozitif bir kar sağlıyorsa, o noktada bir giriş engelinden bahsetmek mümkündür. Aksi takdirde yerleşik olmaktan kaynaklanan bir rantın varlığından bahsedilemez. Benzer şekilde, sahip olunan patentin değeri, onun fırsat maliyetinden küçük ise patent satılacak ve bu bedeli ödemeye razı olan herhangi bir potansiyel firma için giriş engeli olmaktan çıkacaktır (Gilbert, 1989, 494).

Bu noktada belirtmek gerekir ki, yeni firmaların, etkin olmayan üretim tekniklerini kullanmalarından kaynaklanan maliyet dezavantajı, bazı iktisatçılar tarafından bir giriş engeli olarak değerlendirilmemektedir (Gilbert, 1989). Bu açıdan mutlak maliyet dezavantajı, yeni giren firmalar tarafından kullanılmayan, ancak kullanıldığı takdirde bu firmaları mevcutlar kadar etkin kılabilen bir üretim faktörü olarak değerlendirilmektedir.

Bain (1956), mutlak maliyet avantajının olmadığı durumları ise şu şekilde sıralamaktadır:

- Mevcut firmalar herhangi bir üretim faktörünü (yatırım fonları dahil) temin ederken yenilere nazaran bir fiyat ya da başka bir avantaja sahip değilse,
- İlave girişler cari üretim fiyatları düzeyinde fark edilebilir bir etki yaratamıyorsa,
- Mevcut firmalar üretim tekniklerinin elde edilmesi açısından hiçbir avantaja sahip değilse, mutlak maliyet avantajından bahsedilemez.

Maliyetler açısından yukarıdaki sebeplerle oluşan farklılık, firmalar arasındaki etkinlik farklılığına işaret etmektedir. Açıktır ki, küçük firmaların etkinliklerini arttırmaları, piyasa paylarına olumlu yansıtacak bir etkidir.

1.1.2.2. Ürün Farklılaştırması

Tüketicilerin ürünü, kalite, renk, model, ambalaj, dayanıklılık, kullanım kolaylığı, satış sonrası hizmetler yönünden algılayışlarındaki farklılık ya da ürünün gösteriş tüketimine konu olması ürün farklılaştırması yaratan unsurlardır. Ayrıca alıcıların bilgi noksanlığı, satış yerinin alıcıya uzaklığı, teknolojik gelişme düzeyi de ürün farklılaştırması üzerinde etkilidir. Ürün farklılaştırmasından dolayı tüketici tercihlerinin, mevcut firmaların ürünleri yönünde olması, yeni firmalar için giriş engeli yaratmaktadır (Bain, 1956, 123; Bain 1968, 260).

Markaya olan sadakatin yarattığı ürün farklılaştırması, “marka değiştirme maliyeti” kavramını ortaya çıkarmıştır. Tüketicinin belli bir markanın ürünü kullanmaktan vazgeçmesinin yaratacağı fayda kaybı ve diğer ürünü kullanmayı öğrenmenin ek maliyetler yaratması marka değiştirme maliyetlerini oluşturmaktadır. Bu gibi olasılıkları göze alamayan tüketici, aynı ürün daha düşük bir fiyattan bir başka üretici tarafından sunulsa dahi kullandığı markayı değiştirmek istemeyecektir (Gilbert, 1989, 506). Görüldüğü üzere ürün farklılaştırmasının temeli; yerleşik ve yeni firmaların ürünlerinin tüketicinin gözünde mükemmel ikame ürünler olarak algılanmamasına dayanmaktadır (Gilbert, 1989, 503). Busayede tüketici algısında yaratılan farklılık duygusu, üreticiye, müşterilerini kaybetmeden fiyatları yükseltebilme esnekliği tanımaktadır. Bain (1956), tüketici açısından yaratılan bu bilgi asimetrisi nedeniyle ürün farklılaştırmasından kaynaklanan giriş engelini tüketim malları için daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Reklam ve ARGE faaliyetleri, ürün farklılaştırmasının gerçekleştirilmesinde öne çıkan iki önemli etkidir. Yoğun reklam çalışmaları, ürün hakkında alıcılara bilgi vererek ya da tüketicileri ürünün farklı olduğuna ikna ederek tüketicilerin

tercihlerini etkileyebilmektedir (Bain, 1968). Şüphesiz, tüketicilerin tercih ettiği ürün özelliklerini tanımlamayı amaçlayan ARGE faaliyetleri ve bunlar sonucunda ortaya çıkan buluş ve yenilikler ürün farklılaştırması açısından önem arz etmektedir.

ARGE faaliyetleri sonucunda ulaşılan farklılaştırılmış ürünlerin, tüketicilerin nazarındaki konumlandırması reklam çalışmalarıyla sağlanmaktadır. Ürün farklılaştırmasının yoğun olduğu bir piyasaya girmek niyetinde olan yeni firmalar ya yoğun reklam çalışmalarıyla kendi ürünlerini tanıtmaya çalışıp tüketicileri o ürünü almaya ikna edecek ya da mevcut firmalardan daha düşük bir fiyatla piyasa payı elde etmeye çalışacaktır. Açıkça görülüyor ki; yeni firmaların katlanmak zorunda olduğu reklam maliyetleri ve düşük fiyat, yeni firmaların piyasaya girmesinin önünde bir engel oluşturmaktadır.

Reklam çalışmaları, mevcut firmalara üç yoldan avantaj sağlamaktadır (Comanar ve Wilson, 1967, 425-426):

a) Reklam, mevcut firmalara mutlak maliyet avantajı sağlayabilir. Reklamın etkileri kümülatif, ertelenebilir ve gecikmelidir. Bir dönemde yapılan reklam çalışması, izleyen dönemlerin satışları üzerinde etkilidir. Dolayısıyla yeni firmalar mevcutları yakalayabilmek için daha çok reklam yapmak zorundadır. İşte geçmiş reklamların bugünkü talep üzerindeki etkisi nedeniyle reklam, mevcut firmalar için mutlak maliyet avantajı yaratmaktadır.

b) Reklam ölçek ekonomileri sergileyerek, mevcut firmalar için avantaj yaratabilir. Reklamın yarattığı ölçek ekonomileri birkaç farklı nedene dayanabilir. Öncelikle; reklamın satışlar üzerinde hiçbir etki yaratmadığı bir eşik düzeyi olabilir.⁴ Diğer tüm batık sabit maliyetler gibi, bu minimum reklam düzeyinin birim başına maliyeti çıktı yükseldikçe azalacaktır. Ayrıca reklam hacmi arttıkça yararlanılan indirimler, artan bir getiri yaratabilir.

⁴ Örneğin; tüketicinin etkilenebilmesi, dikkatinin çekilebilmesi için aynı mesajı birkaç defa duyması gerekiyor olabilir.

c) Reklam, endüstriye girişin gerektirdiği sermaye maliyetlerini arttırarak mevcut firmalara avantaj sağlayabilir. Bu durum önceki iki unsurla ilgilidir. Eğer, reklamın etkileri sonraki dönemlere transfer edilebiliyorsa veya reklamın yarattığı ölçek ekonomileri önemliyse, giriş maliyetleri sadece fiziksel fabrika ve ekipmanın maliyetini kapsamaz, aynı zamanda reklam maliyetini de içerir. Sermaye piyasaları ise bu tür yatırımları riskli kabul etmekte dolayısıyla yeni firmalar bu tür fonlar için daha yüksek faiz ödemek zorunda kalmaktadır.

Yukarıda açıklandığı üzere, reklam yoğunluğu ürün farklılaştırması kanalıyla giriş engeli yaratmaktadır. Eğer böyle bir giriş engeli büyük firmalardan ziyade küçük firmaların girişi açısından daha olumsuz bir durum yaratıyorsa, reklamın daha yoğun olarak uygulandığı sektörlerde küçük firmaların piyasa payının daha düşük gerçekleşmesi beklenebilir.

1.1.2.3. Ölçek Ekonomileri

Ölçek ekonomileri; çıktı miktarı arttıkça uzun dönem ortalama maliyetlerin azalması olarak tanımlanmaktadır. Uzun dönem ortalama maliyet eğrisinin minimum olduğu nokta, minimum etkin ölçek (MEÖ) olarak adlandırılmakta ve bu ölçek, firmalar için en etkin üretim miktarını göstermektedir. Piyasada faaliyet gösteren firmaların ulaştığı minimum etkin ölçek, çoğunlukla piyasaya girmesi muhtemel firmalar açısından önemli bir giriş engeli yaratmaktadır.

Minimum etkin ölçek, piyasadaki firma sayısının tespiti açısından önem arz etmektedir. Tüm firmaların minimum etkin ölçekle üretim yaptığı bir durumda kaç firmanın piyasada çalışabileceğini minimum etkin ölçeğin piyasa talep eğrisine göre konumu belirlemektedir. Eğer, minimum etkin ölçeğe karşılık gelen üretim miktarı, piyasa talebine yakınsa, minimum etkin ölçekte çalışan daha az sayıda firma piyasa talebini karşılamaktadır. Bu da yeni firmaların daha yüksek bir giriş engeliyle karşı karşıya olması demektir. Bu noktada, yeni firmaların, girişin fiyat ve maliyetler üzerinde yaratacağı etkiyi ve mevcut firmaların göstereceği tepkiyi iyi tahlil etmeleri gerekmektedir. Bain (1956), yeni firmaların

girişini karşısında mevcut firmaların üretim miktarını sabit tutacaklarını savunmuştur, bu durumda minimum etkin ölçekte çalışan yeni firma ile birlikte toplam çıktı artacaktır, böylece fiyat ortalama maliyetin altına düşecek ve ekonomik kayıplar yaşanacaktır.

Yeni firmaların minimum etkin ölçeğin altında ya da üstünde bir ölçekle piyasaya girmeleri, bu firmalara farklı sebeplerle dezavantaj yaratabilmektedir. Minimum etkin ölçeğin talebin önemli bir oranına karşılık geldiği bir piyasaya giriş yapacak yeni bir firma, etkin ölçekte piyasaya girerse artan üretimin, fiyatı düşürmesi gerek yeni gerekse yerleşik firmalar için bir fiyat dezavantajı yaratabilir. Örneğin yerleşik firmaların, aşağıda ayrıntılı olarak değinilecek olan ‘limit fiyat’ uygulaması durumunda yeni firmaların endüstriye girmesiyle birlikte artan üretim fiyatı tüm firmalar için zarar anlamına gelecek bir seviyeye düşürebilecektir. Dolayısıyla böyle bir durumda yeni firmaların piyasaya girişi engellenmiş olacaktır. Öte yandan yeni firmanın minimum etkin ölçeğin altında bir ölçekle endüstriye girme yoluna gitmesi durumunda üretim artışı daha az olacağından fiyat dezavantajı küçülecektir. Ancak bu kez de minimum etkin ölçeğin altında çalışmaktan dolayı bir maliyet dezavantajı ortaya çıkacaktır.

Yeni firmaların piyasaya giriş için seçeceği ölçek, bu bağlamda stratejik bir karar oluşturmaktadır.⁵ Küçük firmalar üretimlerini, piyasada ulaşılmış bulunan minimum etkin ölçeğin altında gerçekleştirmelerinden dolayı maliyetler açısından büyük işletmelere göre dezavantajlı bir konumda olacaklardır. Gerek büyük firmalara kıyasla yüksek olan maliyetlerinden kaynaklı giriş engellerinin varlığı nedeniyle gerekse minimum etkin ölçeğe ulaşmak için ihtiyaç duyulan yüksek büyüme hızına ulaşamamaları nedeniyle küçük firmalar minimum etkin ölçeğin yüksek olduğu piyasalarda varlık gösteremeyebilirler. Bu sebeple yoğunlaşmış piyasalarda küçük işletmelerin payı düşük seyretmektedir.

Özetlemek gerekirse, minimum etkin ölçekte yapılan girişler, yeni firmalar açısından fiyat dezavantajına yol açmaktadır. Bu süreçte, piyasada artan üretimle

⁵ Gorecki (1976), maliyet eğrileri dikleştikçe, firmalar açısından minimum etkin ölçekte tesis oluşturmak yönünde baskının artacağını belirtmiştir.

birlikte düşüş gösteren fiyat, yeni olsun olmasın tüm firmaları zarara sürükleyebilecektir. Bu zarardan kaçınmak için minimum etkin ölçeğin altına bir ölçekle piyasaya giriş yoluna gidilmesi ise üretimin etkin bir şekilde gerçekleştirilememesine neden olacağından, yeni firmalar açısından maliyet dezavantajı yaratacaktır.

Jovanovic (1982), optimal ölçeğin altındaki girişlerin yarattığı maliyet dezavantajının girişleri çok fazla etkilemeyeceğine dikkat çekmektedir. Bu yaklaşıma göre; ölçek ekonomilerinin bir giriş engelinden çok, giriş yapan yeni firmaların ayakta kalmalarının önünde bir engel oluşturduğu belirtilmektedir. Jovanovic'e göre minimum etkin ölçeğin altında gerçekleşen girişlerde firmalar daha hızlı bir büyüme trendine ulaşmış etkin ölçeği yakalamalıdır. Bu sayede firmalar arasındaki ölçek farkı büyüme hızına yansımacaktır. Dolayısıyla minimum etkin ölçeğin yüksek olduğu bir piyasada, giriş sonrası büyüme hızı da yüksek olacaktır. Öte yandan böyle bir piyasa için, yeterince hızlı büyüme sergilemeyen ve minimum etkin ölçeğe ulaşamayan firmalar da çıkış oranlarını yükseltecektir.⁶

1.1.2.4. Sermaye Gereksinimi

Sermaye gereksinimi, yeni firmanın endüstriye girerken karşılamak zorunda olduğu maliyetleri ifade eder. Minimum etkin ölçek ile piyasaya girmeyi amaçlayan yeni firmalar ihtiyaç duyduğu sermayeyi, finansal piyasalardan karşılama yoluna gidecektir. Ancak çeşitli nedenlerle, gerek duydukları fonlara mevcut firmalara kıyasla daha yüksek bir faiz oranıyla ulaşabilirler. Sermaye gereksinimi kimi iktisatçılar tarafından mutlak maliyet avantajı içerisinde değerlendirilse de, daha önce de belirtildiği gibi bu tez çalışması kapsamında ayrı bir giriş engeli olarak ele alınacaktır.⁷

⁶ Böyle bir modelde yüksek minimum etkin ölçek, her ne kadar firmaların ayakta kalmalarını etkilese de, bu durumun farkında olan yeni firmaları girişten caydırarak, Bain'in açıkladığı olduğundan farklı bir yolla, bir giriş engeli yaratabilmektedir.

⁷ Mann (1966), Amerikan imalat endüstrileri için yaptığı çalışmasında sermaye gereksinimini ayrı bir giriş engeli olarak incelemiş ancak bu engelin mutlak maliyet avantajı kadar önemli olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Mutlak maliyet avantajı ölçek ekonomileriyle alakalı bir kavram değilken, sermaye gereksiniminin ölçek ekonomileriyle yakından ilişkili bir unsur olduğu açıktır. Bir piyasada ulaşılmış bulunan minimum etkin ölçek ne kadar büyükse, o piyasaya minimum etkin ölçek ile girebilmek için ihtiyaç duyulan finansal sermayenin miktarı da o denli fazladır. Sermaye piyasasından talep edilen fonların hacmi arttıkça, yeni firmaların katlanmak zorunda kalacakları faiz oranları, mevcut firmalara uygulanandan daha yüksek olacaktır. Bu da yeni firmaların endüstriye girişlerinin önünde bir engel oluşturmaktadır.

İktisatçılar faiz oranları arasındaki bu ayrımın sebeplerini üç başlık altında toplamaktadır: Risk, işlem maliyeti ve sermaye piyasası aksaklıkları. Kreditörler, firmaların iflas etmesi veya kredilerin temerrüde düşmesi risklerini tazmin edebilmek için daha yüksek faiz belirlerler. Dunne, Roberts ve Samuelson (1988)'un çalışmalarında, yeni firmaların yüksek başarısızlık oranı gösterdiği sonucuna ulaşılması, kreditörlerin yeni ve küçük firmalara atfettiği yüksek riski desteklemektedir. Buna göre, büyük firmalar riski dağıtmada, ayrıca fiyat savaşlarında, girdi maliyetlerinde artışlarda ve talep düşüşlerinde kendilerini korumada daha beceriklidir. Bu konularda korumasız olan küçük firmalar için ise belirsizlik yüksektir. Ayrıca işlem maliyetleri de firma büyüklüğü ile ilişkilidir. Sabit nitelikli olan bu maliyetleri daha yüksek hacimdeki menkul kıymetlere yaymak, birim başına maliyeti düşürecektir. Faizleri farklılaştıran bir diğer unsur ise; büyük firmaların ulusal, küçük firmaların ise yerel piyasalardan borçlanma yoluna gittiği durumda yoğunlaşmanın daha ileri düzeyde olduğu yerel bankaların, piyasa güçlerini kullanarak küçük firmalara daha yüksek faiz uygulamasından kaynaklanmaktadır.

Kredi faizlerinin yükselmesine neden olan tüm bu sebepler açısından küçük firmaların dezavantajlı bir konumda olduğu açıktır. Sermaye gereksinimi büyük firmalara nazaran küçük firmaların kredi taleplerinde etkisini daha çok göstermektedir. Bu sebeple firmaların ihtiyaç duyduğu sermayenin miktarı küçük firmalar için bir handikap oluşturmaktadır.

1.1.2.5. Çıkış Engelleri

Geleneksel giriş engellerinin yanı sıra, piyasaya girişin bir diğer belirleyeni olarak piyasadan çıkışın önündeki engeller gösterilmektedir. Firmaların endüstriyi terk ederken katlanmak zorunda kaldıkları her türlü maliyet “çıkış engeli” olarak adlandırılmaktadır. Çıkış engellerinin genellikle batık maliyetlere bağlı olarak ortaya çıktığı düşünülmektedir. Batık maliyetler, firmaların üretim alanını değiştirmeleri durumunda, firmaya ya da ürüne özgü olmalarından dolayı başka bir aktiviteye kaydırılamayan varlıkların maliyetini kapsar. Diğer bir deyişle batık maliyetler firmanın uzun dönemde dahi kurtaramadığı (geri çeviremediği) harcamalardır. Pazarlama ve reklam yatırımları bu tür maliyetlere örnektir.

Varlıkların, firmaya ve faaliyete özgü olduğu ve yeniden satılamadığı piyasalarda çıkış eğilimi daha düşük gözlenmektedir. Bu tür batık maliyetlerin ağırlığının yüksek olduğu firmalar diğerlerine göre endüstride daha uzun süre kalırlar, çünkü çıkış durumunda katlanacakları zarar da büyük olacaktır. Bu da yeni firmaları endüstriye girişten caydıran bir faktör oluşturmaktadır. Öte yandan batık maliyetlerin boyutu, yerleşik firmalar tarafından yenilerin girişini caydırmak için gönderilmiş bir sinyal olarak ele alınabilir. Mevcut firmalar, bu yolla endüstride kalıcı olduklarının mesajını vermektedir. Çıkışı teşvik eden unsurlar ise giriş teşvik eden unsurların tersi olarak özetlenebilir. Pozitif ekonomik kar girişi özendirirken, negatif kar çıkışı destekler, aynı şekilde yüksek büyüme oranı girişi teşvik ederken, talepteki sürekli düşüşler çıkışı körükler.

Giriş ve çıkışı belirleyen faktörler arasındaki ilişki, bu iki olgu arasındaki yüksek korelasyonun sebebi olarak gösterilebilir (Caves ve Porter, 1976). Bu konuda yapılmış olan çalışmalar, endüstriler arasında farklı seviyelerde olmasına rağmen, girişlerin yüksek olduğu endüstrilerde çıkışların da yüksek oranda seyrettiğini, girişlerin düşük olduğu endüstrilerde çıkışların da düşük gerçekleştiğini göstermektedir. Aynı zamanda çıkışların yüksek oranda yeni firmalar tarafından gerçekleştirilmiş olduğu da göze çarpmaktadır. Bu durum yeni giren firmaların piyasaya tutunma konusunda daha başarısız olduğunu göstermektedir.

Batık maliyetlerin oranının yüksek olduğu endüstrilerde, pazarlama ve reklam faaliyetlerine yönelik harcamaların da yüksek gerçekleşmesi beklenmektedir. O halde batık maliyetler yüksekse ürün farklılaştırmasının da yoğun olduğuna yönelik bir çıkarım yapmak da mantıklı olacaktır. Önceki başlıklarda ürün farklılaştırmasının küçük firmalar açısından bir handikap olarak ele alındığı göz önünde bulundurulursa, küçük firmalara bu tip piyasalarda daha az rastlanıyor olması beklenebilir. Öte yandan batık maliyetler, sonuçta bir maliyet unsuru oluşturduğundan dolayı, bu faktörü sermaye gereksinimi ile ilişkilendirmek de mümkündür. Bu tip harcamaların finansmanı için küçük firmaların katlanmak zorunda kalacağı faiz yükü de büyük firmalara nazaran daha fazla olacağından, batık maliyetler sermaye gereksinimi üzerinden küçük firmalar için caydırıcı bir unsur teşkil edecektir. Son olarak çıkış engelleri, mevcut firmaların yenileri giriş kararından caydırmak için gönderdikleri bir sinyal olarak da ele alınabildiğinden bahsedilmişti. Böyle bir tehdit, küçük ölçekle girmeyi planlayan yeni firmaları daha çok etkileyecektir. Sonuç olarak, küçük firmalar çeşitli sebeplerle, çıkış engellerinin yüksek olduğu piyasalara girmeme yoluna gideceklerinden, bu tip piyasalarda, küçük firmaların payının daha az olması beklenebilir.

1.1.3. Limit Fiyatlama Modelleri

Yeni firma girişini engellemeye çalışan firma veya anlaşarak birlikte hareket eden firmalar bu amaç doğrultusunda monopol fiyatından daha düşük bir fiyat uygulama yoluna gidebilirler. Endüstriye yeni giren firmaların girişini engelleyecek olan bu maksimum fiyata “limit fiyat” adı verilmektedir.

Limit fiyat uygulamasıyla, yerleşik firmalar fiyatı kar maksimizasyonu sağlayan fiyatın altında bir düzeyde belirlemektedirler. Bu nedenle limit fiyat politikası mevcut firmalar açısından daha düşük bir karlılık anlamına gelmektedir. Daha önceki bölümlerde, endüstrinin karlılığı ve içinde bulunduğu büyüme trendinin, yeni firmalar için endüstriye girişi teşvik edici unsurları oluşturduğu belirtilmişti. O halde, limit fiyatlama politikasına gidilmesinin, girişi cazip kılan etkenlerden biri olan endüstri karlılığını düşürmesi; bunun da yeni firmaların piyasaya giriş

davranışı üzerinde etki yaratması beklenmektedir. Düşük karlılık oranlarının gözlendiği piyasalar girişimciler açısından cazibesini yitirecektir, bu nedenle küçük firmaların bu tip piyasalardaki varlığı daha kısıtlı bir düzeydedir. Öte yandan piyasada faaliyetlerini sürdürmekte olan ancak minimum etkin ölçeğe ulaşamamış küçük firmaların böyle bir fiyatlama politikasından olumsuz etkilenmesi de olasıdır. Bu şekilde, küçük firmaların endüstrideki payı limit fiyatlamanın uygulanma derecesinden etkilenecektir. Bu nedenle limit fiyatlama konusu, çalışma açısından önem taşımaktadır. Konuyla ilgili literatürde farklı bakış açılarıyla limit fiyatın belirlenmesine yönelik modeller ve bu modellere yöneltilmiş olan eleştirilere aşağıdaki bölümlerde yer verilecektir.

1.1.3.1. Sylos Varsayımı Altında Limit Fiyatlama Modeli

Bain (1956), Sylos-Labini (1957) ve Modigliani (1958)'nin çalışmaları endüstriye girişi sınırlayıcı fiyatlama davranışının geleneksel modelini oluşturmaktadır. Bu konuda, yeni firmaları piyasadan uzak tutmak amacıyla, fiyatların kar maksimizasyonunu sağlayan düzeyin altında tutulması durumunu açıklayan limit fiyatlama modelinin, kar maksimizasyonu amacıyla bağdaşmadığı, mevcut firmaların kendi piyasa paylarını korumak için yeni firmaların girişini sınırlandırmanın kendi başına bir amaç olduğunu savunan çalışmalar (Koutsoyiannis, 1987) olmakla birlikte, firmaların girişlerini sınırlandırarak kısa dönem kar maksimizasyonu yerine gelecekteki kar akımlarının bugünkü değerini maksimum yapmaya yöneleceklerini, dolayısıyla limit fiyat modelinin kar maksimizasyonu amacından pek de uzak olmadığını öne süren çalışmalar da literatürde yer almaktadır (Hay ve Morris, 1979).

Endüstrideki yerleşik firmalar limit fiyat uygulama kararını verirken, giriş engellerinin yüksekliğini, girişin gerçekleşmesi halinde piyasa paylarının ne kadar azalacağını, yeni firma girişinin endüstrideki fiyatı nasıl etkileyeceğini, endüstriye firma girişinin gerçekleşmesi için gerekli sürenin uzunluğunu dikkate alırlar (Davut, 2002).

Bain (1956), mevcut firmaların yeni firma girişine yol açmaksızın uygulayabileceği en yüksek fiyata “maksimum giriş engelleyici fiyat” veya “maksimum sınırlayıcı fiyat” adını vermektedir. Bain ile birlikte Sylos-Labini (1957) ve Modigliani (1958)’nin yaptığı çalışmalarla oluşturulan limit fiyatlama modeline (kısaca BSM modeli) ilişkin önemli varsayımlar şunlardır (Gilbert, 1989, 48) :

- 1) Giriş öncesi ($t=0$) ve giriş sonrası ($t=1$) olmak üzere iki dönem söz konusudur. Girişler sadece 1. dönemde gözlenir.
- 2) Tek bir yerleşik firma ya da kartel (i) ve tek bir potansiyel firma (e) mevcuttur.
- 3) Tüketiciler, yeni firmalar ve mevcut firmaların ürünleri arasında kayıtsızdır ve tedarikçiyi değiştirmenin maliyeti sıfırdır.
- 4) Talep zaman içinde değişiklik göstermez.
- 5) $t=0$ döneminde yerleşik firma x_i çıktı düzeyini karşılar ve bu düzey tüm gelecek dönemler için korunur.

Son varsayım yerleşik firmanın çıktıda bir Stackelberg lideri gibi davrandığını göstermektedir. Yeni firmalar ise mevcut firmanın, yeni firmanın girişine ve piyasada oluşacak yeni fiyata rağmen giriş öncesi çıktı düzeyini sürdüreceğine inanan bir Cournot takipçisi gibi hareket etmektedir.

Yeni firma giriş kararını giriş sonrası denge durumuna ve giriş sonrası elde edeceği kara ilişkin beklentilerine göre verir. Bu noktada mevcut firmanın giriş karşısındaki tutumuna ilişkin bir takım varsayımlarda bulunur. Mevcut firmanın gerçekleştirdiği son çıktı düzeyini giriş sonrasında da koruyacağına dair 5. maddede belirtilmiş olan bu varsayım literatürde “Sylos varsayımı” olarak adlandırılmaktadır. Mevcut firma, fiyat ve karları girişi engelleyecek şekilde sınırlandırma şansına sahiptir. Eğer yeni firma beklentilerini Sylos varsayımına göre uyarlamışsa, mevcut firmanın limit çıktı düzeyinde üretim yapması girişi engelleyecektir. Çünkü bu durumda limit düzeyde belirlenen çıktı seviyesinin

üzerine çıkan piyasa arzı, fiyatları da limit seviyenin altına çekecek ve yeni firma sıfır kar elde edecektir.

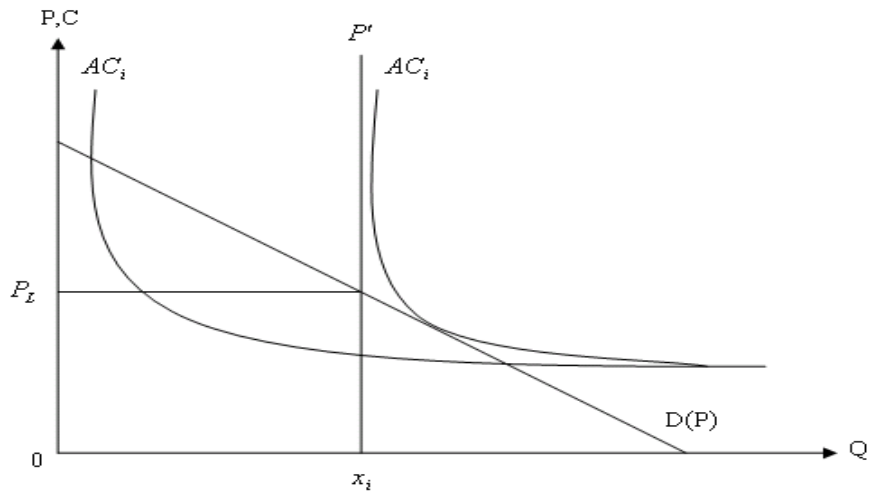
x_i yerleşik firma çıktı düzeyini, x_e yeni firma çıktı düzeyini gösteriyorken, piyasa fiyatı 1. dönemde $P(x_i)$, 2. dönemde $P(x_i + x_e)$ olacaktır. Yerleşik firmanın maliyet fonksiyonu $C_e(x)$ ise yeni firmanın karı;

$$\pi_e(x, x_i) = P(x_i + x_e)x - C_e(x)$$

olarak tanımlanabilir.

x_e , x_i veri iken, yeni firmanın kar koşulunu sağlayan çıktı düzeyini göstermektedir. Yeni firma, maksimum karı pozitif ise piyasaya girecek, değilse girmeyecektir. Limit çıktı düzeyini simgeleyen Y ise x_e 'nin 0 olduğu, yani girişin olmadığı, en küçük x_i değeridir ve limit fiyatı gösteren P_L 'ye karşılık gelmektedir.

Şekil 1:Sylos varsayımı altında limit fiyatlama



Kaynak: Davut (2002:155)

Sylos varsayımı altında, limit fiyatlamayı yukarıdaki şekil yardımıyla açıklamak mümkündür. Yerleşik ve yeni firmalar aynı ortalama maliyete sahiptir ve şekilde AC eğrisi ile gösterilmektedir. $D(P)$ ise piyasa talep eğrisidir. Sylos varsayımı altında, $D(P)$ 'nin, yerleşik firmanın uyguladığı fiyat-miktar bileşiminin altında kalan kısmı, yeni firmaların karşı karşıya olduğu kalıntı talebi ($D(P)-x_i$) göstermektedir.

Yeni firma, yerleşiklerin çıktığı düzeyini (x_i) veri olarak alarak, karını bu kalıntı talep eğrisine göre maksimize etmeye çalışmaktadır. Limit fiyatın seviyesini belirlemek için fiyat eksenini ve AC_i yatay olarak, piyasa talep eğrisine teğet olacak şekilde kaydırılır. P' , $D(P)$ ile kesiştiği nokta limit fiyatı göstermektedir. Bu cari fiyatta, çıktı $0 x_i$ kadardır ve mevcut firma tarafından üretilmektedir. Yeni bir firmanın piyasaya giriş yapması durumunda, artan piyasa arzı, piyasa fiyatını düşürecektir. Düşük fiyatın talep miktarında yarattığı artış, yeni firma tarafından karşılanacaktır. Ancak P_L ve x_i öyle belirlenmiştir ki, yeni firma karşı karşıya olduğu talep koşulları altında maliyetlerini karşılayarak kar elde edemeyecektir. Bu şekilde yeni firmalara yer bırakmayan bir yapıda, küçük firmaların varlık sergilemesi mümkün değildir. Çünkü bu piyasa, ne yeni girişlere ne de minimum etkin ölçek altında çalışmakta olan firmalara müsaade edecektir.

Limit fiyat, kar maksimizasyonu sağlayan düzeyin üzerinde ise, firmalar bu durumda limit fiyat uygulama yoluna gitmeyecek, endüstri karını maksimum yapan fiyat girişi engellemekte yeterli olacaktır. Bain (1956, 8), bu durumu “girişin bloke edildiği durum” olarak nitelendirmektedir. Eğer limit fiyat, birleşik endüstri karını maksimum eden fiyatın altında ise ve firmalar limit fiyat uygulamasıyla uzun dönem karının daha yüksek olacağını düşünüyorlarsa sınırlayıcı fiyat tercih edilir ve girişler efektif olarak engellenir. Öte yandan firmalar limit fiyat uygulamasıyla uzun dönem karının daha düşük gerçekleşeceğini de tahmin ediyor olabilirler. Bu durumda sınırlayıcı fiyat uygulanmaz. Bu da “girişin efektif olarak engellenmediği durum” olarak tanımlanmaktadır. Bain, endüstriye giriş koşulları açısından, “girişin kolay

olduğu” dördüncü bir durumdan daha bahsetmiştir. Buna göre, girişi engelleyecek şekilde fiyatın sürekli olarak ortalama uzun dönem maliyetin üzerinde tutulması mümkün olmamakta ve bu şekilde girişler kolaylaşmaktadır (Davut, 2002, 130).

Bu modele yöneltelen eleştiriler, Sylos varsayımının irrasyonel bir varsayım olduğu yönünde birleşmektedir. Modelde, yerleşik firmanın giriş sonrası üretim miktarını korumasını sağlayacak bir mekanizma bulunmamaktadır (Scherer, 1980; Wenders, 1971). Ayrıca bazı yaklaşımlar, yeni firmanın, giriş sonrasında yerleşik firmanın kar maksimizasyonunu düopol piyasasına göre değiştireceğini bekleme gerektiğini öne sürmektedir. Öte yandan bu varsayımda, piyasaya giriş tehdidi karşısında mevcut firmalar girişi engellemek ya da engellemek doğrultusunda seçim yapmaktadır. Oysa Stigler (1968), böyle bir tehdide karşı giriş hızını kontrol etmenin alternatif bir davranış olarak sergilenebileceğini savunmaktadır.

1.1.3.2. Dinamik Limit Fiyatlama Modeli

Gaskins (1971), yerleşik firmaların fiyatlama davranışını dinamik yönden ele almaktadır. Model, piyasaya girişi bir dengesizlik süreci olarak ele almakta ve sürekli bir giriş tehdidi altında olan endüstrideki optimal fiyatlama tanımlamaya çalışmaktadır.

Bu modele göre; endüstriye giriş, yerleşik firmaların belirlemiş olduğu fiyata ($P(t)$) ve rakiplerin uzun dönem marjinal maliyetlerine (C_e) göre belirlenen, rakiplerin toplam üretim miktarının (X_t) zaman içindeki değişimi, olarak ifade edilmektedir. Bu değişimi aşağıdaki şekilde formüleştirmek mümkündür:

$$dx/dt = f(P(t), C_e)$$

Herhangi bir t döneminde rakiplerin toplam üretimi;

$$x(t) = \int_0^1 f(P(t), C_e) dt,$$

şeklinde gösterilmektedir.

Yerleşik firma $P(t)$ 'yi, elde edilecek karın bugünkü değerini maksimum kılacak şekilde belirler.

$$\pi = \int_0^1 (P(t) - C_i) Q(P(t), t) e^{-rt} dt ,$$

Bu şekilde belirlenen $P(t)$; X_t 'yi ve endüstri girişini etkilemektedir. Gaskins'in dinamik fiyatlandırma modelinde, piyasadaki yerleşik firmaların, fiyat liderliği yaparak zaman içinde karını maksimum kılacak şekilde bir fiyatlandırma politikası izlediği ve bu politikanın nasıl belirlenmesi gerektiği açıklanmaktadır. Giriş tehdidi karşısında yerleşik firma tarafından seçilecek yüksek bir fiyat, bugünkü karı, gelecekte elde edilmesi beklenen kar pahasına arttıracaktır. Çünkü piyasaya girişi cezbetmeyen en yüksek fiyat olan limit fiyatın üzerine çıkan bir piyasa fiyatı, piyasaya girişleri ve dolayısıyla toplam çıktıyı arttırarak, mevcut firmanın piyasa payı ve karını düşürecektir. Bu noktada yerleşik firma, fiyatlandırma politikasını belirlerken ya bugünkü karı maksimum etme yoluna gidecek ya da limit fiyat uygulayarak girişleri engellemeyi tercih edecektir. Gaskins'e göre optimal strateji; şimdiki kar ve gelecekteki piyasa payı arasında dengeyi sağlamayı gerektirmektedir. Bu durumda kar maksimizasyonu probleminin çözümü; başlangıçta kısa dönem kar maksimizasyonunu sağlayan fiyatın altında olan ve zamanla asimptotik olarak limit fiyata yaklaşan bir fiyat belirlemektir. Piyasa fiyatı limit fiyata yaklaştığında mevcut firmanın piyasa payı, limit fiyat tarafından belirlenen pozitif bir düzeyde olacaktır. Ayrıca Gaskins bazı makul varsayımlarla, daha yüksek bir limit fiyatın, yerleşik firma için uzun dönemde daha yüksek bir piyasa payı yaratacağını göstermektedir.

Limit fiyat ile yerleşik firmanın ortalama maliyeti arasındaki fark, yerleşik firmanın maliyet avantajını, yani giriş engellerinin büyüklüğünü göstermektedir. Yüksek giriş engelleri bu farkın arttığına işaret etmektedir. Eğer giriş engelleri mevcut değilse, o halde tek denge limit fiyat, mevcut firmanın ortalama

maliyetine eşit olan fiyat olacaktır. Bu durumda da mevcut firmanın uzun dönem piyasa payı sıfıra, piyasa fiyatı ise ortalama maliyetlere eşitlenecektir.

Optimal politika, monopol fiyatlamaasının yaratacağı kazanç ve girişi engelleyen yüksek fiyatların yarattığı maliyet arasındaki tercihe bağılı olarak belirlenmektedir. Piyasaya girişler, mevcut firmaların piyasa payını düşürür ve fiyatları endüstri büyümesine bağılı olan seviyeye kadar çeker.

Gaskins'in modeline yöneltilen eleştiriler, yerleşik firmaların fiyat politikasını belirlerken rasyonel seçimler yapmasına rağmen, yeni firmalar için böyle bir rasyonel davranışın öngörülmediği ve endüstriye girişin tamamen dışsal olarak belirlendiği, dolayısıyla mevcut ve yeniler arasında rasyonellik açısından asimetric bir yapı olduğu noktasında birleşmektedir. Ayrıca Gilbert, giriş kararının verilmesinde giriş sonrası fiyatların da önem arz ettiğini ancak bunun modelde dikkate alınmadığını belirtmektedir (Gilbert, 1989, 512).

1.2 BAŞLANGIÇ BÜYÜKLÜĞÜ VE PİYASA PAYI

Firmaların piyasa paylarının belirleyenlerini araştırmaya geçmeden önce, piyasa paylarının, yeni firmaların piyasaya giriş yaparken sergiledikleri tutum ve davranışlarla olan ilişkisini ortaya koymak, konuyu daha iyi kavrayabilmek açısından gereklidir.

Firmaların başlangıç büyüklüğüne ilişkin literatürde yer alan çalışmalar, bu değişkenin, giriş sonrası performans ve firmaların hayatta kalma olasılıklarının önemli bir belirleyeni olduğunu ortaya koymaktadır. Tez çalışmasının bu bölümünde, piyasaya giriş yapan firmaların giriş süreci ve bu süreçte izledikleri istihdam politikasını anlayabilmek için, giriş ölçeği seçiminin arkasında yatan faktörlere değinilecek, ardından da firmanın başlangıç büyüklüklerinin, piyasa payları üzerindeki etkisi araştırılacaktır.

Firmaların başlangıç büyüklüğü seçimi üzerine yoğunlaşan teorik literatür oldukça sınırlı olmakla birlikte genel olarak firmaların optimal büyüklüğünün belirleyenlerini açıklayan dört farklı yaklaşım göze çarpmaktadır (You, 1995). Bu yaklaşımlardan ilki olan geleneksel teknolojik yaklaşıma göre, firma büyüklüğü teknik etkinlik tarafından belirlenmektedir. Ancak bu yaklaşım temsili bir yapı sergilediğinden, firma büyüklüklerindeki geniş heterojenlikleri açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle daha ileri modeller geliştirme ihtiyacı doğmuştur. İşlem maliyeti⁸ yaklaşımına göre firma büyüklüğünün, işlem maliyeti verimliliğine bağlı olduğu savunulmakta iken, endüstriyel organizasyon yaklaşımında ise firmaların büyüklük dağılımı piyasa gücü ile açıklanmaktadır. Son yaklaşım olan büyüme literatürü, firmaların büyüklük dağılımının dinamiklerine odaklanmaktadır. Bu yaklaşım firmaların büyümesine ilişkin stokastik modelleri, yaşam döngüsü modellerini ve evrimsel modelleri içermektedir. Nurmi (2006), büyüme literatürü yaklaşımlarının, firmaların başlangıç büyüklüğündeki farklılıkları açıklamada daha uygun bir yöntem olabileceğini belirtmektedir.

Jovanovic (1982), yaşam döngüsü modelinde, yeni firmaların kendi maliyetlerini ve göreceli etkinliklerini kesin olarak önceden bilemediklerini, ancak “dene ve gör” davranışı ile faaliyetlerine devam ettikçe bu konularda fikir sahibi olabileceklerini, bu sebeple yeni firmalar piyasaya küçük ölçekle girme eğilimi sergilediklerini öne sürmektedir. “Pasif Öğrenme” adı verilen bu süreç boyunca, etkin firmalar büyüyüp varlıklarını devam ettirebilirken, etkin olmayanlar piyasadan çekilmek zorunda kalacaktır. Bu yaklaşıma göre, minimum etkin ölçeğin altında giriş yapan yeni ve küçük firmaların, başlangıç büyüklükleri ile etkin ölçek arasındaki farkı kapatabilmek için daha hızlı bir büyüme göstermesi beklenmektedir. Bunun sonucunda yeni giriş yapan firmalar bir yandan daha değişken ve daha hızlı büyüme oranlarına ulaşırken öte yandan daha düşük hayatta kalma oranları sergilemektedir. Özetle Jovanovic, piyasaya giriş yapan firmaların başarı olasılıklarının, başlangıç büyüklüğünden çok, başlangıç

⁸ İşlem maliyeti yaklaşımı, literatürde kurumsal yaklaşım olarak da bilinmektedir.

büyükliğüne bağlı olan giriş sonrası büyümeye dayandığını savunan bir model ortaya koymaktadır.

Yapılan ampirik çalışmalar göstermektedir ki, piyasaya yeni giriş yapacak olan firmalar Jovanovic (1982)'in de belirttiği gibi küçük ölçeklerle faaliyete başlama eğilimindedir (Geroski, 1995). Bununla birlikte, başlangıç büyüklüğü küçüldükçe firmaların başarı olasılıklarının da azalmakta olduğu çalışmaların ulaştığı bir diğer gerçektir (Evans, 1987; Audretsch ve Mahmood, 1995; Taymaz, 1997). Bu noktada, daha düşük hayatta kalma olasılığına rağmen, firmaların neden hala küçük ölçeklerle piyasaya girmeyi tercih ettikleri sorusu gündeme gelmekte ve bu durum, yazarları başlangıç büyüklüğünün ardındaki etmenleri analiz etmeye yöneltmektedir.

Cabral (1995), Mata ve Machado (1996) gibi yazarlar, firmaların özellikle başarısızlık durumunda geri döndürülemeyecek olan batık maliyetlerin yüksek olduğu endüstrilere küçük ölçekle girdiklerini belirtmektedir. Öte yandan Görg, Strobl ve Ruare (2000), Mata ve Machado (1996) minimum etkin ölçeğin yüksek gerçekleştiği endüstrilerde başlangıç büyüklüğünün de yüksek seyrettiğine dikkat çekmektedir. Bu açıdan bakıldığında, önceki bölümlerde değinilmiş olan girişin belirleyenlerinin, başlangıç büyüklüğünün belirleyenleri ile açık bir ilişki sergilediği sonucu ortaya çıkmaktadır. Firmaların piyasaya giriş davranışını, giriş sonrası performansını ve piyasa paylarını açıklamaya çalışan ve literatürde ağırlıklı yer alan geleneksel çalışmalar, Bain'in ortaya koyduğu giriş engellerini temel alan analizlere yer vermektedir. Bu çalışmaları izleyen modern yaklaşımlar ise giriş sonrası piyasa performansının, başlangıç büyüklüğünden önemli ölçüde etkilendiğini gözler önüne sermekte ve bu sebeple başlangıç büyüklüğünün belirleyenlerine odaklanmanın, giriş sonrası performansı açıklamak açısından taşıdığı öneme dikkat çekmektedir. Firmaları küçük ölçekle giriş yapmaya iten faktörleri analiz eden çalışmalar, çok sayıda olmamakla birlikte, genel olarak endüstri özelliklerinin yanı sıra kurucunun kişisel özellikleri ve çalışanların eğitim durumu gibi firmanın sahip olduğu beşeri sermayenin, finansal ve

makroekonomik koşulların başlangıç büyüklüğü üzerindeki etkisini araştırmışlardır.⁹

Piyasanın büyüme oranı ve minimum etkin ölçek, geleneksel çalışmalarda olduğu gibi modern başlangıç büyüklüğü analizlerinde de kullanılan açıklayıcı değişkenlerdir. Büyüme eğilimi içinde olan piyasalarda mevcut firmaların yeni firmalara misilleme yapma olasılığı düşük olduğundan, yeni firmaların varlıklarını devam ettirebilme şansı daha yüksek gerçekleşmektedir. Bununla birlikte hızlı büyüyen piyasalarda yeni firmaların, büyük ölçeklerle girmesi, büyüme süreçlerinde bazı aşamaları atlayarak uyarılma maliyetlerinden tasarruf etmelerini sağlayacağından, bu alanda yapılan çalışmalar piyasanın büyüme oranı ile başlangıç büyüklüğü arasında pozitif bir ilişki beklenmektedir. Minimum etkin ölçek de başlangıç büyüklüğünün belirleyeni arasında yer almaktadır. Minimum etkin ölçek yükseldikçe, optimal ölçeğin altında giriş yapan firmaların maliyet dezavantajı artacak ve beraberinde rekabet gücü düşecektir. Bu nedenle, bu alanda yapılan çalışmalarda minimum etkin ölçekteki artışların başlangıç büyüklüğünü arttırması beklenilmektedir.

Modern çalışmaların, başlangıç büyüklüğünün belirleyeni olarak gösterdiği faktörlerden biri de, eşanlı olarak gerçekleşen endüstriye giriş ve endüstriden çıkışları gösteren türbülans değişkenidir. Bu değişken; endüstrideki batık maliyetlerin yoğunluğunun dolaylı bir göstergesi olarak analizlere dahil edilmektedir. Eğer bir piyasanın büyüklüğü artma eğilimdeyse, daha önce de belirtildiği gibi, yüksek kar olanakları firmaları o piyasaya çekecektir. Öte yandan batık maliyetlerin düşük olması sebebiyle girişlerin kolay olması da endüstriye girişleri arttırarak yeni firmalarla mevcutların yer değiştirmesini kolaylaştıracaktır. Ters durumda, piyasadan çıkışlar da piyasanın daralmasının ve düşük batık maliyetlerin işareti olabilmektedir. Eğer giriş ve çıkışlar aynı anda yüksek oranda gerçekleşiyorsa, bu sadece batık maliyetlerin düşük olduğunun göstergesidir. Bu nedenle eşanlı giriş ve çıkışlar modellere dahil edilerek, dolaylı olarak batık maliyetlerin boyutu analize sokulmaktadır. Türbülans adı verilen bu

⁹ Bu çalışmalara ilişkin ampirik literatürün özetine ilerleyen başlıklarda yer verilecektir.

değişken ilişkin değerler yükseldikçe, girişlerin ölçeğinin de yükselmesi beklenmektedir.

Açıktır ki, girişimcinin yeni bir firma kurarken içinde bulunduğu finansal kısıtlar da başlangıç büyüklüğü üzerinde etki yaratabilmektedir. Kuruluş aşamasındaki yatırımların finansmanında yabancı kaynaklara bağımlılık düzeyi ve bu kaynaklardan yararlanmanın maliyeti de girişimcinin seçeceği başlangıç büyüklüğünün belirlenmesinde rol sahibidir. Bu nedenle konuyla ilgilenen yazarlar, finansman olanaklarını incelemeye dahil ederken, girişimcinin malvarlığını ve sahip olduğu mirası da dikkate almaktadırlar. Öte yandan bazı yazarlar, finansal kısıtlara bağlılığın girişimcinin kişisel özelliklerinden de etkilenebileceğine vurgu yapmaktadır.

Evans ve Leighton (1989), Evans ve Jovanvic (1989), Holtz-Eakin ve diğerleri (1994), Mata (1996), Ástebro ve Bernhardt (1999) gibi yazarlar, başlangıç büyüklüğünü açıklarken, finansal kısıtların yanında kurucunun yaşı, eğitimi, çalışma tecrübesi gibi girişimcilik kararını şekillendiren bireysel özelliklerin oynadığı kilit rolün önemini vurgulamaktadır. Bir kısmı yukarıda belirtilmiş olan kurucunun bireysel özelliklerini ön plana alan çalışmalar, kişisel bilgi birikimini arttıran ve beşeri sermayeye yatırımı olan her türlü değişkenin başlangıç büyüklüğü üzerinde etkili olabileceğini savunmaktadır. Buna göre; daha iyi eğitim almış ve alanında daha tecrübeli kişiler, endüstriye daha büyük ölçeklerle giriş yapma eğilimindedir (Mata, 1996). Öte yandan, girişimcilik motivasyonunu pekiştiren dışsal etmenlerin de çoğu zaman analizlere dahil edildiği göze çarpmaktadır. Kurucunun cinsiyeti, girişimcilik konusunda duyduğu özgüven, sosyal statü edinme arzusu, aile gelenekleri gibi girişimcilik dürtüsüne yön veren faktörler de bu bağlamda başlangıç büyüklüğünün belirlenmesinde önem kazanmaktadır. Örneğin, Segura, Garrigosa ve Verges (2005), girişten önceki dönemde işsizlik tecrübesi yaşamış kişilerin daha küçük ölçeklerle piyasaya girmeyi tercih etmesine karşın, kadın girişimcilerin piyasaya daha büyük ölçeklerle giriş yapma eğilimi taşıdıklarını belirtmektedir.

Literatürde yer alan en son çalışmalarda, geleneksel değişkenlerinin yanı sıra beşeri sermayeyi öne çıkaran değişkenlerin ağırlık kazandığı gözlenmektedir. Buna göre Bain'in tanımladığı ve yukarıdaki bölümlerde ayrıntılarıyla incelenmiş olan geleneksel giriş engellerinin, firmaların giriş davranışı, giriş sonrası performansı ve piyasa payları üzerinde oynadığı kilit rol, yerini yavaş yavaş kurucunun kişilik özelliklerini içeren değişkenlere bırakmaktadır. Bu nedenle yakın gelecekte, geliştirilen yeni yaklaşımlarla birlikte geleneksel analiz ve açıklamaların önemini kaybetmesi olası görülmektedir.

BÖLÜM 2

AMPİRİK LİTERATÜR ÖZETİ

2.1. FİRMALARIN BAŞLANGIÇ BÜYÜKLÜĞÜNÜ BELİRLEYEN FAKTÖRLER ÜZERİNE YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR

Literatürde endüstriye giriş ve giriş sonrası firma performansına ilişkin pek çok çalışma bulunmaktadır. Bununla birlikte, giriş sonrası performansa ilişkin çalışmalar, başlangıç büyüklüğünün, firmalarının başarı olasılıklarının önemli bir belirleyeni olduğunu göstermesine rağmen, başlangıç büyüklüğü konusu daha az dikkat çeken bir başlık olmuştur. Bu başlıkta literatürde başlangıç büyüklüğünü belirleyen faktörleri ortaya koymayı amaçlayan araştırmalara ışık tutan çalışmaların bazılarına yer verilecektir.

Mata ve Machado (1996), literatürde başlangıç büyüklüğünü araştıran ilk çalışmalardan biri olarak kabul edilmektedir. Yazarlar, 1984 yılı için Portekiz İstihdam Bakanlığı'ndan elde edilen verilerle, minimum 5 işçi çalıştıran 1079 imalat firması için başlangıç büyüklüğünün belirleyenlerini ortaya koymaya çalışmışlardır. Kantil regresyon yönteminin uygulandığı analizlerde, minimum etkin ölçek, endüstride optimal altı ölçekle çalışan firmaların ağırlığı, endüstrinin büyüklüğü, eşanlı olarak gerçekleşen endüstriye giriş ve endüstriden çıkışları gösteren türbülans ve endüstrinin büyüme oranı açıklayıcı değişkenler olarak seçilmiştir. Çalışmanın sonuçları, endüstrinin yapısının firmaların başlangıç büyüklüğü üzerindeki etkisinin büyük ve küçük firmalar açısından değişiklik arz ettiğini, büyük firmaların, ölçek ekonomilerinin önemsiz olduğu ve türbülansın düşük gerçekleştiği endüstrilere giriş yapmayı tercih etmediklerini göstermektedir. Yazarlar, Jovanovic (1982)'in de öne sürdüğü gibi, yeni firmaların büyük risk taşıdığını, bu firmaların gerçek performanslarının ise girişten sonra tedrici olarak tespit edilebileceğini belirtmektedirler. Eğer piyasaya giriş yapmak, yeni firmalara batık maliyetler gibi bir takım maliyetler yüklüyorsa, firmalar ihtiyaten küçük ölçekle giriş yapma yoluna gitmektedir. Buna göre, girişte katlanılan yatırımların

geri döndürülebilme olasılığı düşükse veya küçük olmanın dezavantajları yüksekse firmalar büyük ölçekli kurulumu tercih etmektedir. Bu şekilde herhangi bir başarısızlık durumunda firmaların karşı karşıya kalacağı kayıplar minimuma indirilebilmektedir. Öte yandan söz konusu çalışma, ölçek ekonomileri ve türbülansın önemli olduğu endüstrilerde bile çok küçük girişlere rastlandığını hatta en küçük firmaların niş pazarlardan yararlanmak için en çok bu tip endüstrilerde yer aldığını göstermektedir.

Görg, Strobl ve Ruare (2000), Mata ve Machado (1996)'nın metodolojisini İrlanda imalat endüstrilerini için uygulamışlardır. Bu çalışmada da büyük ve küçük ölçekli giriş yapan firmalar için başlangıç büyüklüğünün belirleyenlerinin farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. 1973-1996 dönemini kapsayan ve 4,603 firmaya ilişkin gözlemi içeren analizin bulguları, büyük ölçüde Mata ve Machado (1996)'nın sonuçları ile tutarlı olmakla birlikte, en büyük fark endüstri büyüklüğü ve endüstri büyümesinin etkisi açısından ortaya çıkmaktadır. Buna göre bu iki değişken sadece büyük ölçekli girişler üzerinde etki yaratmaktadır. Çünkü, büyük firmalar, hızlı büyüyen ve daha büyük endüstrilerde başarı şanslarını daha yüksek gördüklerinden büyük ölçekle girmeyi tercih etmektedir.

Nurmi (2006), Mata ve Machado (1996)'un yöntemini kullandığı çalışmasında, önceki araştırmalardan farklı olarak, başlangıç büyüklüğünün belirleyenlerini, imalat ve hizmet sektörleri için ayrı ayrı araştırmaktadır. Finlandiya imalat ve hizmet sektörleri için 1989-2000 arası dönemi kapsayan analizlerde, minimum etkin ölçek, piyasanın büyümesi, endüstrinin karlılığı, sermaye gereksinimi, AR-GE yoğunluğu, türbülans gibi endüstri özelliklerinin yanı sıra, tecrübeli ve eğitilmiş işgücünün bölgesel olarak ulaşılabilirliğinin başlangıç büyüklüğü üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Böylelikle söz konusu çalışma işgücünün bölgesel niteliğini dahil ederek önceki analizlerden ayrılmaktadır. Nitelikli işgücüne ulaşılabilirlik, yaparak öğrenme ve AR-GE kanalıyla yeni giren firmalara verimliliklerini yükseltme şansı tanıyarak hayatta kalma olasılıklarını ve böylece de başlangıç büyüklüğünü arttıracaktır. Öte yandan firma sahipliğinin yapısı da incelemeye konu değişkenler arasında yer almaktadır. Birden fazla tesise

sahip olan firmaların endüstriye yapacağı girişlerde, diğerlerine nazaran yönetsel, finansal ve dağıtım kanalları açısından daha tecrübeli olması, bu firmaların gelecekte sergileyecekleri performansı daha öngörülebilir kılmaktadır. Geleceğe ilişkin belirsizliğin azalması da bu tip firmalara, daha büyük ölçeklerle giriş yapma olanağı tanımaktadır. Benzer şekilde yabancı sahiplik de, firmalara daha uygun finansman olanakları tanınması nedeniyle başlangıç büyüklüğünü arttıran bir diğer etmen olarak kabul edildiğinden analizlere dahil edilmiştir. Çalışmanın sonuçları, açıklayıcı değişkenlerin çoğunun imalat ve hizmet sektörleri için benzer sonuçlar sergilediğini, ayrıca değişkenlerin etkilerinin giriş ölçeğine göre farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Eğitimli personel istihdamı her iki sektörde de başlangıç büyüklüğü üzerinde pozitif etki yaratırken, bu değişkenin hizmet sektörü açısından daha anlamlı sonuçlar verdiği gözlenmektedir. Önceki iş tecrübesi ve kadınların payının başlangıç büyüklüğüne etkisi hizmet sektöründe ön plana çıkmaktadır. Analizler, Mata ve Machado (1996)'nın çalışmalarında ulaştığı, büyük işletmelerin, ölçek ekonomilerinin önemsiz ve batık maliyetlerin yüksek olduğu endüstrilerde küçük işletmelerden daha az yer aldığı sonucunu desteklemektedir. Ayrıca yabancı sahiplik ve çok tesisli bir firmanın parçası olarak endüstriye girmek de başlangıç büyüklüğü üzerinde pozitif etki yaratan diğer değişkenler olarak bulunmuştur. Bununla birlikte bir gruba bağlı olmadan tek başına yapılan girişlerde, başlangıç büyüklüğünün endüstri karakteristiğinden daha çok etkilendiği de çalışmanın ulaştığı bir diğer sonuçtur.

Başlangıç büyüklüğünün belirleyenleri üzerine yoğunlaşan bir diğer çalışma Resende (2007) tarafından 1995-1997 dönemi Brezilya Çalışma ve İstihdam Bakanlığı verileriyle gerçekleştirilmiştir. Minimum etkin ölçek (MES), minimum etkin ölçeğin altında çalışan sektörlerin maliyet dezavantajını gösteren endüstrideki optimal altı ölçek oranı (SUB), endüstrinin büyüklüğü (IND), endüstrinin sergilediği büyüme oranı (GROW) ve türbülansın (TURB) bağımsız değişkenler olarak belirlendiği analizlerdeki model aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur:

$$SIZE = \alpha_1 + \alpha_2 MES + \alpha_3 SUB + \alpha_4 IND + \alpha_5 TURB + \alpha_6 GROW + \varepsilon$$

Analiz sonuçları, yukarıda bahsedilen İrlanda ve Portekiz için yapılmış olan çalışmalarla benzer özellikler sergilemektedir. Genel olarak, açıklayıcı değişkenlere ilişkin bazı katsayılar göz ardı edilebilir olmakla birlikte beklentilerle uyumlu sonuçlar veren çalışmada, en zayıf etkiyi IND ve GROW değişkenlerinin yarattığı göze çarpmaktadır. Giriş ölçeği arttıkça açıklayıcı değişkenlerin açıklama gücünün de artış eğiliminde olması çalışmanın ulaştığı bir diğer sonuçtur.

Mata (1996), Portekiz’de 1984 yılı verileriyle 766 imalat endüstrisi için başlangıç büyüklüğünün belirleyenlerini araştırdığı çalışmada, endüstrinin özelliklerinden çok kurucunun sahip olduğu beşeri sermayeye yoğunlaşmaktadır. Çalışma tecrübesinin göstergesi olarak kurucunu yaşı ve eğitiminin de dikkate alındığı analizlerde, kurucunun endüstriye girmek için seçtiği başlangıç ölçeğinin yukarıda belirtilen kişisel özelliklerle anlamlı bir ilişki sergilediği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre yaşlı ve daha iyi eğitim almış kişiler daha büyük firmalar kurmaktadır.

İtalya için 391 ileri teknoloji imalat ve hizmet firması üzerinde yaptıkları çalışmalarında, Colombo, Delmastro ve Grilli (2004); kurucunun sahip olduğu beşeri sermayeye ve dış finansmanın kullanım olanaklarına ayrıca önem atfetmişlerdir. Yazarlar beşeri sermayeyi iki farklı yaklaşımla incelemişlerdir. Buna göre beşeri sermayenin ilk boyutu, eğitim ve profesyonel tecrübe ile edinilen bilgi birikimidir. Diğer taraftan beşeri sermaye, kurucunun, firmanın faaliyet gösterdiği işkolundaki yönetsel tecrübesi ile ilişkilendirilmektedir. Kurucunun önceki iş tecrübesi, yeni kurulan firmanın faaliyetleri ile ilgili ise, bu durum beşeri sermaye verimliliğine yansımaktadır. Bununla birlikte yazarlar, beşeri sermayedeki artışların, finansal olarak kısıtlanma olasılığını azaltacağını, bunun da başlangıç büyüklüğü üzerinde pozitif etki yaratacağını ifade etmektedirler. Ayrıca çalışma, kurucuların piyasaya giriş sürecinde, bireysel girişimcilik yeteneklerinin farkında olduğunu vurgulamakta ve bu noktada Jovanovic (1982)’in teorisinden ayrılmaktadır. Analizler dahilinde dört grup açıklayıcı değişkenden yararlanılmıştır. İlk grup değişkenler firma karakteristiğini, ikinci grup değişkenler ise endüstri karakteristiğini ortaya koymaktadır. Bir diğer

grup, beşeri sermayeyi temsil eden değişkenlerden oluşmaktadır. Finansman olanakları ve reel faiz oranı ile firmanın kurulacağı bölgedeki altyapı yatırımlarını temsil eden değişkenler ise diğer grupları oluşturmaktadır. Tahmin sonuçları, beşeri sermayenin, firma karakteristiğinin ve farklı finansman olanaklarının başlangıç büyüklüğü ile kuvvetli bir ilişki sergilediğini ortaya koymaktadır. Çalışmada, önceki iş tecrübesinin başlangıç büyüklüğünü pozitif etkilediği, özellikle aynı sektörde tecrübe sahibi olan kurucuların daha büyük ölçeklerle piyasaya girme eğiliminde olduğu kanıtlanırken, kurucuların eğitim durumunu temsil eden değişken açısından aynı derecede kuvvetli sonuçlara ulaşılamamıştır. Yatırımın yapıldığı yerdeki altyapı düzeni ve bir ana firma tarafından desteklenme olanakları da başlangıç büyüklüğünü etkileyen diğer önemli değişkenlerdir.

Günalp ve Cilasun (2007), Türk imalat endüstrileri için, minimum etkin ölçek (MEÖ), sermaye yoğunluğu (SER), reklam yoğunluğu (REK), endüstrinin büyüme oranı (EB), endüstrinin geçmiş dönemdeki kar oranı (KAR), yoğunlaşma oranı (YO), makine ve teçhizat kiralama harcamaları (MTK), AR-GE yoğunluğu (ARGE) ve reel faiz oranlarının (r), başlangıç büyüklüğü üzerindeki etkisini araştırmışlardır. 4 haneli 51 imalat endüstrisi için 1993–1999 dönemini kapsayan ve TÜİK’den elde edilen verilerin kullanıldığı çalışmada ortalama başlangıç büyüklüğü denklemi aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

$$OKB_{i,t} = a_0 + a_1MEÖ_{i,t} + a_2SER_{i,t} + a_3REK_{i,t} + a_4EB_{i,t} + a_5KAR_{i,t-1} \\ + a_6YO_{i,t} + a_7MTK_{i,t} + a_8ARGE_{i,t} + a_9r_{i,t} + u_{i,t}$$

Çalışma, öncekilerden farklı olarak konuyu geliştirmekte olan ülkeler açısından ele almaktadır. Bu sayede başlangıç büyüklüğünün belirleyicilerinin, gelişmiş ve geliştirmekte olan ülkeler arasında farklılık gösterip göstermediğine ışık tutulabilecektir. Ayrıca makroekonomik değişkenlerin etkisini ölçmek amacıyla modele dahil edilen reel faiz oranları da çalışmayı önceki örneklerden ayıran bir diğer özelliktir.

Çalışmanın sonuçlarına göre başlangıç büyüklüğü açısından en önemli belirleyen, endüstri büyüme oranı ve reel faiz oranı olarak bulunmuştur. Büyüyen endüstrilerde, yeni firmalar açısından mevcutların piyasa payını kapma zorunluluğu ortadan kalkacağından, yerleşik firmaların yeni girenlere misilleme yapma olasılığı azalmaktadır. Bu nedenle büyüyen endüstriler yeni firmalara daha çok başarı şansı tanımaktadır. Sonuç olarak büyüyen endüstrilere yapılan girişler daha büyük ölçeklerle gerçekleşmektedir. Öte yandan makroekonomik ortamın göstergesi olarak analize dahil edilen reel faiz haddinin sergilediği negatif ilişki, yükselen faizlerin küçük ölçekli giriş yapmak isteyen firmalar için oynadığı caydırıcı rolün göstergesi olarak yorumlanmaktadır. Ayrıca, sermaye ihtiyacı, yoğunlaşma oranı ve AR-GE harcamaları da ortalama başlangıç büyüklüğünü önemli düzeyde etkilemektedir. Ek olarak, bağımlı değişkenin (ortalama başlangıç büyüklüğü) gecikmeli değerlerinin yer aldığı dinamik panel tahminleri, ilgili değişkene ait pozitif ve anlamlı sonuçlar vermektedir. Bu durumu firmaları takip davranışı ile açıklayan yazarlar, firmaların, giriş sürecinde, önceki dönem gerçekleşen girişlerin ölçeğini dikkate alarak başlangıç büyüklüklerini şekillendirdiklerini belirtmektedir.

Åstebro ve Bernhardt (1999), 1987 yılı için 986 firma üzerinde yaptıkları çalışmalarında beşeri sermayeyi temsil eden değişkenlerin yanında, kurucunun kişisel gelirini de başlangıç büyüklüğünü açıklayan değişkenler arasına dahil etmişlerdir. Kurucunun geliri arttıkça başlangıç büyüklüğünün de arttığı sonucuna ulaşan yazarlar, bu durumu artan gelirin finansal kısıtları azaltması ile açıklamaktadır.

2.2. FİRMALARIN PİYASA PAYLARININ BELİRLEYENLERİ ÜZERİNE YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR

Firmaların piyasa paylarının belirleyenlerini inceleyen çalışmalara literatürde oldukça ender rastlanılmaktadır. Bu başlık altında konuyla ilgili farklı yaklaşımlarla gerçekleştirilmiş olan analizlere yer verilecektir.

Baldwin ve Gorecki (1985), 4 haneli endüstri düzeyinde 120 endüstri için 1970 ve 1979 yılları verileriyle, Kanada imalat sektöründe, minimum etkin ölçeğin altında çalışan tesisler olarak tanımlanan küçük işletmelerin piyasa paylarının belirleyenlerini araştırdıkları çalışmalarında, 14 açıklayıcı değişkene yer vermektedirler. Yoğunlaşma ve küçük işletme piyasa payı arasındaki negatif ilişkiden dolayı analize dâhil edilen değişkenler çoğunlukla, literatürde yoğunlaşmanın belirleyenleri olarak gösterilen değişkenler arasından seçilmiştir. Yerel piyasanın minimum etkin ölçeğe göre büyüklüğü, reklâm ve AR-GE yoğunluğu, büyük işletmelere göre küçük işletmelerin maliyet dezavantajlarını gösteren yoğunlaşma ile ilgili değişkenlerin yanı sıra; konuyla ilgili yapılmış olan önceki çalışmalardan farklı olarak, ticaret akımları ve endüstrideki koruma önlemlerini de içeren değişkenlere de analizde yer verilmiştir. Kanada imalat sektörünün satışlarının yaklaşık %70'ini karşılayan 120 endüstriyi kapsayacak şekilde uygulanan ve Kanada imalat endüstrisi satışlarının minimum etkin ölçeğin altındaki işletmelerin satışlarına oranının bağımlı değişken olarak belirlendiği regresyon analizleriyle; artan yoğunlaşmanın, küçük işletmelerin piyasa payını düşürdüğü sonucuna ulaşılmakla birlikte, yoğunlaşmanın göstergesi olan reklam ve AR-GE yoğunluğunun küçük işletmelerin piyasa payı üzerindeki etkisinin daha düşük seyrettiği gözlenmektedir. Piyasa büyüklüğünün her iki dönem için istatistiksel olarak anlamlı ve negatif bir etki yarattığı saptanmıştır. Buna göre küçük işletmeler, yerel endüstrilerde, ulusallara göre daha yüksek bir piyasa payına sahip olmaktadır. Tarifelerin küçük işletmelerin piyasa payı üzerindeki etkisi, daha düşük ve negatif seyretmekte iken, yoğunlaşmanın yüksek olduğu endüstrilerde bu etkinin arttığı gözlenmektedir. Regresyon sonucunda ithalatın yaratmış olduğu pozitif etki, yarı mamul ithal mallarını mamul hale getiren veya monte eden küçük işletmelerin piyasa paylarının, ithalatın artmasıyla yükseldiği hipotezi ile açıklanmaktadır.

ABD imalat sanayinde küçük işletmelerin büyüklük belirleyenlerini araştıran Miller (1986), küçük firmaların piyasaya girişini engelleyen ölçek ekonomilerinin yanı sıra, küçük ve büyük işletmeler arasındaki ücret farklılıklarına dikkat çekmektedir. Söz konusu çalışma kapsamında, 1976 yılı verileriyle ABD imalat

endüstrisinde, 250'den az çalışana sahip 406 firma için işgücü verimliliği, ücret farklılığı, sermaye verimliliği, karlılık ve sermaye yoğunluğunun piyasa payı üzerindeki etkileri araştırılmaktadır. Ampirik sonuçlar küçük firmaların ücret farklılığından kaynaklanan maliyet avantajlarından yararlandığını savunan hipotezleri desteklemekte, küçük firmaların piyasa payının asıl belirleyicisi olarak sermaye yoğunluğu ve emek verimliliğine işaret etmektedir.

White (1987), 1972 yılı verileriyle 3 haneli endüstri seviyesinde 115 imalat endüstrisi için ABD'deki küçük firmaların endüstrideki varlığının belirleyenlerini araştırdığı çalışmada, küçük firmaların varlığının minimum etkin ölçeğin konumuna ve firmanın minimum etkin ölçeğin üstünde ya da altında çalışmasına bağlı olduğunu belirtmiş ve öncelikle minimum etkin ölçeğin belirleyenleri üzerinde durmuştur. En küçük kareler metodunun uygulandığı testler sonucunda, sermaye yoğunluğu, dikey bütünleşmenin göstergesi olan katma değer satışlara oranı, firmanın çalıştığı pazarı gösteren mamullerin gönderildiği uzaklık ve endüstri satışları içinde tüketim mallarının oranını gösteren değişkenlerin, küçük işletmelerin piyasa paylarıyla negatif ilişki sergilediği gözlenmiştir. Reklam harcamaları açısından ise anlamlı sonuçlara ulaşamamıştır. Ancak mallar tüketim ve üretim malları olmak üzere iki gruba ayrılıp testler yapıldığında, tüketim mallarında reklamın küçük işletmelerin piyasa paylarını pozitif etkilediği görülmektedir. Endüstrinin geçmiş dönemlerdeki büyüme oranı ise küçük işletmelerin piyasa payını pozitif etkilemektedir. Bu sonuçlar; sermaye emek oranının düşük olduğu, daha az dikey bütünleşmeye yer veren, hızlı büyüyen, yerel piyasalara satış yapan ve nihai tüketicilerden ziyade diğer endüstrilere satış yapma olanağına sahip endüstrilerde küçük firmaların daha ağırlıkta olduğunu göstermektedir.

Çalışmada Alman imalat endüstrilerinde küçük işletmelerinin önemini ve büyüklük dağılımının belirleyenlerini araştıran Scwalbach (1989), 1979 ve 1985 yılları için 4 haneli endüstri kodunda 106 imalat endüstrisi için analizler yapmıştır. Ampirik model, kısa ve uzun dönem etkilerini ayırıştırmakta ve uzun dönem dengesinden ayrılma olduğunda, uyarılma hızını tahmin etmektedir.

Modelin bağımsız değişkenleri; ölçek ekonomileri, ürün farklılaştırması, AR-GE yoğunluğu, yatırım yoğunluğu, çok tesisli faaliyet, talep büyümesi, ihracat, piyasa büyüklüğü ve uzmanlaşma olarak sıralanmaktadır. Çalışma, endüstriye özgü faktörlerin, küçük işletmelerin varlığında ve büyüklük dağılımında önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Ayrıca, ölçek ekonomileri gibi teknolojik faktörler küçük işletmelerin gelişimini sınırlandırmaktadır. Ek olarak yüksek reklâm ve AR-GE harcamaları gerektiren ve büyük çaplı yerel ve yabancı çıktı hacmi olan endüstrilerde büyük işletmelerin hâkim role sahip olduğu belirtilmektedir. Küçük işletmelerin varlığı uluslararası ticaret akımlarından negatif etkilenmektedir. Talep büyümesi ise istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar vermemektedir. Dinamik analizler uzun dönem dengesinden ayrılmaların kısa süreli olduğunu göstermektedir.

Küçük firmaların piyasa paylarının belirleyicileri üzerine Droucopoulos ve Thomadakis (1993) tarafından yapılmış olan çalışma, Yunan imalat sanayini kapsamaktadır. 3 haneli endüstriler için 1983 yılı verilerinin kullanıldığı çalışmada endüstriyel özellikler ve küçük firmaların performans göstergeleri olmak üzere 2 grup açıklayıcı değişken kullanılmış. Çalışan sayısına göre alt gruplara ayrılan küçük işletmeler her iki denklem üzerinden analize tabi tutulmuştur. Daha az bir gelişmişlik seviyesinde olan Yunan ekonomisinden elde edilen bulgular ABD ile karşılaştırılmış ve sonuçların çelişmediği gözlenmiştir. Çalışmadan çıkarılabilecek 4 sonucu şöyle sıralamak mümkündür: ilki, sermaye yoğunluğu, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin varlığı önünde önemli bir engel teşkil etmektedir. İkincisi, reklam önemli bir engel olmamakla birlikte, orta büyüklükteki işletmelerin varlığını etkileyebilmektedir. Üçüncü olarak, küçük işletmelerin performansına ilişkin değişkenler piyasa paylarını önemli ölçüde etkilemektedir. Son olarak, sermaye dışı faktörlerin etkinliği önem arz etmekte iken yatırım yoğunluğu anlamlı bir belirleyen değildir. Ayrıca reklamın etkisindeki belirsizlik nedeniyle işletmeler sermaye ve tüketim malları üretimlerine göre ikiye ayrılarak test edilmiş ve ürün farklılaştırılmasının önem arz ettiği tüketim malları için reklamın giriş engeli oluşturduğu sonucuna

ulaşmıştır. Bununla birlikte modelin açıklama gücünün sermaye malları sektörü için daha yüksek olduğu da belirtilmiştir.

Hu (1999), 1991 yılı için 240 Tayvan imalat endüstrisinden elde edilen verilerle küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin piyasa paylarını belirleyen faktörleri araştırdığı çalışmada, 11 açıklayıcı değişkenden yararlanmıştır. Giriş engellerini gösteren değişkenlerin yanında Tayvan'ın kendine özgü ekonomik yapısından kaynaklanan ve yeni endüstriyel ortamı gösteren değişkenler de modele dâhil edilmiştir. Çalışmada, küçük ve orta ölçekli işletmelerin görece ücret oranları, emek ve sermaye verimlilikleri, endüstriye ait sermaye-emek oranı, katma değer, ihracat, karlılık, ortalama firma yaşı, otomasyon makine kullanım oranları ile taşeronluk faaliyetlerine ilişkin değişkenler ve çevresel düzenlemelerin yarattığı harcamaları gösteren açıklayıcı değişkenler ile oluşturulan model analize tabi tutulmuştur. Ampirik sonuçlar, Tayvan imalat endüstrisinde KOBİ'lerin piyasa paylarının en önemli belirleyeni olarak görece emek verimliliğini göstermektedir. Görece emek verimliliğinin artması, büyük işletmelerle verimlilik farkını düşürmektedir. Bu durumu, ölçek ekonomilerinin öneminin azalması olarak yorumlayan Hu, bu şekilde KOBİ'lerin piyasa paylarının arttığını savunmakta, ABD ve Yunanistan için yapılmış olan benzer çalışmalarda da aynı sonuca ulaşıldığını belirtmektedir. Sermaye-emek oranı, endüstrideki ortalama firma yaşı gibi piyasaya giriş engeli yaratan tüm değişkenler KOBİ'lerin piyasa payı üzerinde negatif etki yaratmaktadır. Bu sonuç, ABD, Kanada ve Almanya için yapılmış benzer çalışmalarla örtüşmektedir. Öte yandan Tayvan hükümetinin, uluslararası rekabetçiliği arttırmak için hayata geçirmiş olduğu otomasyonu destekleyici programlar, başta KOBİ'ler için bir handikap olarak algılanmakta iken, ampirik sonuçlar emek yoğun üretim tekniklerini kullanan bu işletmelerin otomasyona geçmesinden, halihazırda sermayeye kullanımı daha yüksek olan büyük işletmelere nazaran, daha fazla yarar sağladığını göstermektedir. Çevre kirliliğini önlemek adına yapılan düzenlemelerin ise, işletmeler açısından üretime katkı sağlamamakla birlikte, bir giriş engeli yaratarak KOBİ'lerin piyasa paylarını negatif etkilediği ortaya konmaktadır. Son olarak, endüstri karlılığını gösteren değişkene ilişkin anlamlı sonuçlara ulaşılamadığı belirtilmektedir.

BÖLÜM 3

TÜRK İMALAT ENDÜSTRİLERİ İÇİN BİR UYGULAMA

3.1. KOBİ TANIMI

Genel olarak incelendiği zaman tüm ekonomilerde kilit özelliğe sahip olmalarına rağmen, bugün dünya literatüründe kesin ve görüş birliği sağlanabilmiş bir KOBİ tanımı bulunmamaktadır. Ülkelerin içinde buldukları ekonomik ve teknolojik şartlar, herkesin paylaşabileceği bir KOBİ tanımının yapılabilmesini güçleştirmektedir. Sanayileşme düzeyine, işletmelerin bağlı oldukları iş kollarına ve üretim tekniklerine bağlı olarak ülkeler arasında hatta aynı ülkelerin farklı bölgeleri ve iş kolları arasında KOBİ tanımı değişebilmektedir. Bu çalışma kapsamında, Sanayi ve Ticaret Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkındaki Kanunda yapılan tanımlama baz alınmaktadır. Buna göre; küçük ve orta büyüklükteki işletme; ikiyüzelli kişiden az, yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu yirmibeş milyon Türk Lirasını aşmayan ve mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ve kısaca ‘KOBİ’ olarak adlandırılan ekonomik birimleri ifade etmektedir. Bu tanım kapsamında, on kişiden az çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu bir milyon Türk Lirası’nı aşmayan küçük ölçekli işletmeler “mikro işletme”, elli kişiden az çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu beş milyon Türk Lirası’nı aşmayan işletmeler “küçük işletme”, ikiyüzelli kişiden az çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı ya da mali bilançosu yirmibeş milyon Türk Lirası’nı aşmayan işletmeler “orta büyüklükteki işletmeler” olarak kabul edilecektir.

Bununla birlikte Türkiye’de KOBİ’ler ile iş yapmakta olan çeşitli kuruluşlar kendi KOBİ tanımlarını kullanmaktadır. Halk Bankası, ayrıntılı bir alt sınıflandırmaya girmeden ve sektör ayırımı yapmaksızın 1-250 işçi çalıştıran işletmeleri KOBİ olarak kabul etmektedir. Eximbank, 1-200 işçi çalıştıran, sabit sermaye yatırımları 2 milyon USD’yi geçmeyen işletmeleri KOBİ sınıfına almaktadır. Dış Ticaret

Müsteşarlığı, imalat sanayinde faaliyette bulunan ve 1-200 işçi çalıştıran, gerçek usulde defter tutan, arsa ve bina hariç sabit sermaye tutarı bilanço değeri itibariyle 2 milyon USD karşılığı TL'yi aşmayan işletmeleri KOBİ olarak adlandırmaktadır. Hazine Müsteşarlığı, Sanayi Bakanlığı'nın KOBİ tanımını kullanmakla birlikte defter tanımlarında arsa ve bina hariç net sabit yatırım tutarının 950.000 TL'yi aşmaması kriterini eklemiştir. TOSYÖV, işçi sayısında farklı bir ayırım izleyerek, 1-5 işçi çalıştıran işletmeleri 'çok küçük ölçekli', 6-100 işçi çalıştıran işletmeleri 'küçük ölçekli', 101-200 işçi çalıştıran işletmeleri ise 'orta ölçekli' işletme olarak sınıflandırmıştır. AB Komisyonu tanımına göre, 10 kişiden az işçi çalıştıran, yıllık cirosu veya bilanço toplamı 2 milyon Euro'yu aşmayan, bağımsız işletme kriterine uygun işletmeleri 'mikro işletme' statüsünde değerlendirmektedir. Aynı tanım kapsamında, 'küçük işletmeler', 10-49 arası işçi çalıştıran yıllık cirosu veya bilanço toplamı 10 milyon Euro'yu geçmeyen bağımsız işletmeleri; 'orta büyüklükteki işletmeler' ise 50-250 işçi çalıştıran yıllık cirosu 50 milyon Euro'yu veya bilanço toplamı 43 milyon Euro'yu geçmeyen bağımsız işletmeleri ifade etmektedir.¹⁰

3.2. TÜRKİYE'DEKİ KOBİ'LER

2008 yılı itibariyle 2.246.850 olan toplam işletme sayısı içinde 10'dan az işçi çalıştıran mikro ölçekli firmaların payı %95,36, 10-49 işçi çalıştıran küçük firmaların payı %3,01 ve 50-249 işçi çalıştıran firmaların payı ise %0,98'dir.

Tablo 1: İşletmelerin Büyüklüklerine Göre Dağılımı

İşletme Niteliği	Çalışan Sayısına Göre İşyeri Grupları	Dağılım (%)
KOBİ	1-250	99,35
<i>Mikro</i>	1-9	95,36
<i>Küçük</i>	10-49	3,01
<i>Orta</i>	50-99	0,40
<i>Orta</i>	100-150	0,31
<i>Orta</i>	151-250	0,27
Büyük İşletme	251'den fazla	0,65

Kaynak: TMMO (2010)

¹⁰ Bağımsız işletme, sermayesinin ya da hisse senetlerinin %25 veya daha fazlası bir firma tarafından üstlenilmemiş olan veya sermayesi KOBİ tanımı dışındaki firmalardan oluşmamış işletmelerdir.

Buradan hareketle Türkiye'deki işletmelerin %99,35'i KOBİ kapsamına girmektedir. KOBİ'lerin ise önemli bir bölümünün mikro ölçekli olduğu görülmektedir.

Tablo 2: İşletmelerin Sanayi ve Diğer Faaliyet Alanlarına Dağılımı ve İstihdam Değer ve Oranları (2008)

FAALİYET KOLLARI	İşletme Sayısı	Pay (%)	Çalışan Sayısı	Pay (%)	Ortalama Ölçek Boyutu
Madencilik ve Taşocakçılığı	2.417	0,1	70.382	0,8	29,1
İmalat Sanayi	308.400	13,7	3.804.100	42,6	12,3
<i>Gıda, İçki, Tütün</i>	34.502	1,5	472.919	5,3	13,7
<i>Tekstil, Konfeksiyon, Deri</i>	72.313	3,2	1.343.676	15,0	18,6
<i>Ağaç ve Mantar Ürünleri (Mobilya hariç)</i>	31.416	1,4	133.216	1,5	4,2
<i>Kağıt ve Kağıt Ürünleri</i>	2.214	0,1	53.538	0,6	24,2
<i>Basın Yayın</i>	11.009	0,5	89.236	1,0	8,1
<i>Kok Kömürü, Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri</i>	175	0,0	8.502	0,1	46,8
<i>Kimyasal Madde Ürünleri</i>	4.490	0,2	116.001	1,3	25,8
<i>Plastik ve Kauçuk Ürünler</i>	10.607	0,4	147.767	1,6	13,9
<i>Taş ve Toprağa Dayalı Ürünler</i>	15.406	0,7	254.800	2,8	16,5
<i>Ana Metal Sanayi</i>	7.759	0,3	139.306	1,6	17,9
<i>Metal Eşya Sanayi (Mak. Teç. Hariç)</i>	41.580	1,8	258.760	2,9	6,2
<i>B.y.s. (*) Makine Teçhizat</i>	21.914	0,9	285.536	3,2	13,0
<i>Büro, Muhasebe, Bilgi İşlem Makineleri</i>	509	0,0	4.302	0,0	8,5
<i>B.y.s. Elektrikli Makine ve Cihazlar</i>	6.006	0,2	69.384	0,8	11,5
<i>Radyo, TV, Haberleşme Cihazları</i>	611	0,0	16.408	0,2	26,9
<i>Tıbbi, Hassas ve Optik Aletler, Saat</i>	2.396	0,1	33.686	0,4	14,0
<i>Motorlu Kara taşıtları ve Karoseri</i>	5.785	0,2	170.460	2,0	29,5
<i>Diğer Ulaşım Araçları</i>	1.202	0,5	17.813	0,2	14,8
<i>Mobilya</i>	38.376	1,7	187.380	2,1	4,9
<i>Hurda Yeniden Değerlendirme</i>	130	0,0	1.410	0,0	10,8
Elektrik, Gaz ve Su	4.216	0,2	74.300	0,8	17,6
İnşaat	37.307	1,7	260.165	2,9	7,0
Toptan ve Perakende Tic., Komisyonculuk, Tamirat	1.076.438	47,9	2.377.813	26,7	2,2
Otel ve Lokantalar	211.124	9,3	652.145	7,3	3,1
Ulaştırma, Depolama, Haberleşme	322.932	14,4	609.176	6,9	1,9
Mali Aracı Kuruluşların Faaliyetleri	21.107	1,0	196.311	2,2	9,3
Gayrimenkul Kiralama ve İş Faaliyetleri	107.808	4,8	350.126	3,9	3,3
Eğitim Hizmetleri	8.107	0,4	96.300	1,1	11,9
Sağlık İşleri ve Sosyal Hizmetler	37.002	1,6	111.416	1,2	3,0
Diğer Sosyal, Toplumsal ve Kişisel Hizmetler	109.992	4,9	321.414	3,6	2,9
Genel Toplam	2.246.850	100	8.923.648	100	4,0

Kaynak : TMMO (2010)¹¹

¹¹ Tablo 2002 GSİS verilerinin TMMO tarafından yapılmış olan 2008 revizyonudur. Daha detaylı bilgi için bkz www.tuik.gov.tr

3.3. TÜRK İMALAT SANAYİNDE KOBİ'LER

TÜİK'in 2002 Genel Sanayi ve İşyeri Sayımı (GSİS) sonuçlarına göre, 2002 yılında Türkiye'de 1.881.443 işletme faaliyet göstermektedir. 2005 yılında işletme sayısı 2.013.746'ya ulaşmıştır. TMMO tarafından yapılan, son üç yılın verileri değerlendirilerek GSİS'nin 2008 yılı için güncelleştirildiği bir çalışmaya göre 2008 yılında 2.246.850 işletme faaliyet göstermekte ve bu işyerlerinde toplam 8.923.648 kişi istihdam edilmektedir.

Tablo 3 : İmalatçı KOBİ Niteliğindeki İşletmelerin Sanayi Alt Sektörlerine Dağılımı ve İstihdamı (2008)

ALT SEKTÖRLER	İşletme Sayısı		Çalışan Sayısı		Çalışan Sayısı/ İşletme Sayısı
	Adet	Pay %	Adet	Pay %	
Gıda, İçki, Tütün	34.210	11,1	297.176	12,6	8,7
Tekstil, Konfeksiyon ve Deri Üretimi	72.104	23,5	837.282	35,5	11,6
Ağaç ve Orman Ürünleri	31.305	10,2	89.624	3,8	2,9
Kağıt ve Kağıt Ürünleri	2.196	0,7	42.453	1,8	19,3
Basım ve Yayı	10.920	3,6	49.529	2,1	4,5
Kok Kömürü, Rafine Petrol Ürünleri	165	0,0	7.075	0,3	42,8
Kimyasal Madde Ürünleri	4.370	1,4	87.266	3,7	19,9
Plastik-Kauçuk Ürünleri	10.550	3,4	94.342	4,0	8,9
Taş ve Toprağa Dayalı Ürünler	15.341	5,0	143.871	6,1	9,3
Ana Metal Sanayi	7.680	2,5	84.907	3,6	11,0
Metal Eşya Sanayi	41.396	13,6	155.663	6,6	3,8
Makine İmalatı	21.701	7,1	158.022	6,7	7,3
Büro, Bilgi İşlem Makineleri	496	0,2	2.358	0,1	4,7
Elektrikli Makine ve Cihazlar	5.910	1,9	40.095	1,7	6,8
Radio, TV ve Haberleşme Cihazları	590	0,2	11.792	0,5	20,0
Tıbbi, Hassas ve Optik Aletler	2.370	0,8	16.510	0,7	7,0
Motorlu Kara Taşıtları	5.690	1,9	95.700	4,1	16,8
Diğer Ulaşım Araçları	1.190	0,4	14.551	0,6	12,2
Mobilya	38.100	12,5	129.420	5,5	3,4
Hurda Yeniden Değerlendirme	120	0,0	906	0,0	7,5
Toplam İmalat Sanayi	306.404	100,0	2.358.542	100,0	7,7

Kaynak : TMMO (2010)

İmalat sanayinde ise işletme sayısı 306.404 olup, toplam işletmelerin %13.7'sini oluşturmaktadır. İstihdam yönünden ele alındığında imalat sanayinde çalışan 3.804.100 kişi toplam istihdamın %46,6'sı olmaktadır.

Türk imalat sanayinde KOBİ'lerin alt sektörler göre dağılımının gösterildiği yukarıdaki tablodan görüleceği üzere en fazla KOBİ işletme sayısı tekstil, konfeksiyon ve deri üretiminde olup bunu, metal eşya sanayi ve mobilya izlemektedir. En fazla istihdam yaratan sektör yine tekstil, konfeksiyon ve deri üretimindedir. İstihdam sıralamasında bunları, gıda, içki, tütün üretimi ve makine imalat sektörü izlemektedir. İşletme başına işçi sayısı ortalaması 7,7'dir. Bu sayı, daha önce de belirtildiği üzere mikro işletme sınıfına karşılık gelmektedir.

3.4 EKONOMETRİK MODELİN SPESİFİKASYONU

Pek çok alanda sahip oldukları avantajlar ve değişen ekonomik koşullara son derece hızlı adapte olabilen esnek yapıları ile KOBİ'lerin, ülkemizde olduğu kadar pek çok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkenin gerek sosyal gerekse ekonomik dokusunda önemli bir role sahip olduğu göze çarpmaktadır. Ekonomilerin işleyiş mekanizmalarına itici bir kuvvet sağlayan KOBİ'ler son yıllarda araştırmacılar açısından da dikkat çeken bir konu olarak öne çıkmaktadır. Ülke ekonomisi için bu denli önemli bir rolü üstlenmiş olan KOBİ'lerin piyasa paylarını araştıran çalışmalara, dünya ekonomisi açısından, literatür özetinde de belirtildiği gibi, sınırlı sayıda rastlanmaktadır. Bu tarz bir çalışmaya ülkemiz açısından rastlanılmamış olması bu tez çalışmasının konusunun belirlenmesinde etken bir rol oynamıştır. Bu çalışma kapsamında, literatürdeki söz konusu boşluğu doldurmak üzere, Türk imalat endüstrilerinde KOBİ'lerin piyasa paylarını etkileyen faktörlerin ampirik olarak araştırılması amaçlanmaktadır.

3.4.1. Veri ve Model

KOBİ'lerin piyasa paylarının belirleyenlerinin araştırıldığı ampirik analizde, 1993-1999 dönemi için, Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması'na (ISIC Rev.2) göre ayrılmış 4 basamaklı 66 Türk imalat endüstrisine ait değişkenler baz alınmıştır. Modelin tanıtılacağı ilerleyen bölümde açıklanacak olan bu değişkenlere ilişkin veriler, TÜİK'ten temin edilmiştir.

66 imalat endüstrisine ait işletmeler, çalışan sayısına göre büyüklük gruplarına ayrılmıştır. Bu tez çalışmasında Taymaz (1998) takip edilerek, 10-99 işçi çalıştıran işletmeler, küçük ve orta büyüklükteki işletmeler olarak nitelendirilmiştir.¹² 10 çalışandan az istihdamı olan işletmelere ilişkin veri temin edilemediğinden, analizlerde bu boyutta işletmelere yer verilmemiştir.

Oluşturulan denklemde, KOBİ'lerin piyasa payı (MS), bağımlı değişken olarak belirlenmiştir. Küçük işletmelerin piyasa payını gösteren bu değişken, küçük işletmelerin çıktısının, endüstri çıktısına oranı olarak hesaplanmaktadır.

Modelin açıklayıcı değişkenleri ise genel olarak, endüstriye girişin ve endüstriden çıkışın önündeki engelleri, firmaları endüstriye girme yönünde teşvik eden unsurları, endüstrinin karakteristik özellikleri ile sektörün dış ticaret olanaklarını gösteren değişkenler tarafından oluşturulmaktadır. Buna göre, endüstrideki minimum etkin ölçek, endüstrinin mutlak sermaye gereksinimi, reklam ve ARGE yoğunluğu giriş engellerini gösteren değişkenler olarak modele dahil edilmiştir. Bunların yanı sıra, endüstrideki batık maliyet oranı da çıkış engellerini temsilen modelde yerini almaktadır. İthalat ve ihracat yoğunluğunu gösteren değişkenler, endüstrinin sahip olduğu dış ticaret olanaklarının KOBİ'lerin piyasa payı üzerindeki etkisini açıklamada yardımcı olmak üzere analiz kapsamına alınmıştır. Endüstriye girişi teşvik eden unsurlar olarak, endüstri büyümesi ve endüstri karlılığı da analizlerde kullanılan diğer açıklayıcı değişkenler olarak belirlenmiştir. Ayrıca, endüstrinin yoğunlaşma derecesi, sermaye emek oranı ve işgücünün görece verimliliği de modelin açıklayıcı değişkenleri arasında yer almaktadır. Bu açıklamalar ışığında modelin genel formu aşağıdaki şekildedir:

$$MS = f(MES, ACR, CR4, GRO, PCMR, A, RD, X, M, SNK, RL, KL)$$

Genel formu yukarıda ortaya konmuş olan piyasa payı denklemi ise, doğrusal formda aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

¹² Çalışmanın bundan sonraki kısımlarında küçük ve orta büyüklükteki işletmeler kısaca "küçük işletmeler" olarak anılacaktır.

$$MS = \beta_1 + \beta_2 MES + \beta_3 ACR + \beta_4 CR4 + \beta_5 GRO + \beta_6 PCMR + \beta_7 A + \beta_8 RD + \beta_9 X + \beta_{10} M + \beta_{11} SNK + \beta_{12} RL + \beta_{13} KL + \varepsilon \quad (3.1)$$

Modelin bu şekilde tanıtılmasının ardından, değişkenlerin ve bu değişkenlere ilişkin hesaplama yöntemlerinin üzerinde durmak modelin açık bir şekilde ortaya konmasına yardımcı olacaktır. Hatırlanacağı üzere birinci bölümde, küçük firmaların piyasa paylarının yukarıda belirtilmiş olan analiz konusu değişkenlerden ne yönde ve nasıl etkileneceği ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştı. Çalışmanın bu bölümünde birinci bölümde yer alan bilgiler ışığında, modeldeki değişkenlerin etkilerine ilişkin beklentilere kısaca yer verilecek ve söz konusu değişkenlerin hesaplanması üzerinde durulacaktır.

Literatürde piyasa paylarını araştıran çalışmaların analizlerinde sıkça yer verdiği değişkenlerden olan minimum etkin ölçek (*MES*), bu tez çalışması kapsamında da en önemli açılmalı değişken olarak analizlerde yer almaktadır. Hatırlanacağı üzere, piyasada halihazırda faaliyetlerini devam ettirmekte olan firmaların, yenileri piyasaya girmekten uzak tutmak için uyguladıkları yöntemlerden biri limit fiyatlama politikasıdır. Buna göre mevcut firmalar belirledikleri eşik bir fiyat düzeyi ile hem uzun dönemde normal üstü kar edebilmekte hem de girişleri caydırmaktadır. Limit fiyat uygulamasının hakim olduğu bir piyasaya giriş yapmak niyetinde olan firmalar, bir takım dezavantajlara katlanmak zorunda kalacaktır. Bu noktada, yeni firmaların giriş için seçeceği ölçek, katlanmak zorunda kalacakları söz konusu maliyetler üzerinde belirleyici bir unsurdur. Firma, uzun dönem ortalama maliyet eğrisinin minimum olduğu nokta olarak tanımlanan minimum etkin ölçekte piyasaya girerse, toplam çıktıda önemli bir artış meydana gelecek ve bu ilave üretim nedeniyle fiyatlar limit düzeyin altına düşecektir. Fiyatlardaki aşağı yönlü bu hareket hem mevcutlar hem de yeniler için zarar anlamına geleceğinden, minimum etkin ölçek, yeni firmalara fiyat dezavantajından kaynaklanan bir giriş engeli yaratacaktır. Öte yandan firmalar optimal ölçekte girmenin yaratacağı bu giriş engelinden kurtulmak için optimal ölçeğin altında giriş yapma yoluna da gidebilmektedirler. Bu durumda ise optimal ölçeğin altında üretim yapan yeni firmalar ile optimal düzeyde faaliyetlerini

sürdürmekte olan mevcut firmalar arasında oluşan etkinlik farkı, maliyet dezavantajına neden olacaktır. Söz konusu durum yeni firmaların rekabet gücünü düşürecek ve bu süreç, firmaların piyasadan çekilmesiyle son bulacaktır. Minimum etkin ölçeğin yükselmesi, bu üretim düzeyine ulaşamamış olan küçük işletmelerin, maliyetler açısından katlanmak zorunda kalacağı dezavantajı arttıracaktır (Baldwin ve Gorecki, 1985). Yukarıda açıklanmış olan sebeplerden dolayı, endüstriye ait minimum etkin ölçeğin endüstri çıktısına oranı şeklinde hesaplanan *MES* değişkenine ilişkin negatif bir katsayı beklentisi oluşmaktadır. Ancak bu noktada, konuya ilişkin teorik bölümde daha detaylı yer almakta olan görece yeni teorileri de göz ardı etmemekte yarar vardır. Söz konusu yeni çalışmalar, firmaların faaliyete geçtiklerinde sergileyecekleri performanstan emin olamayacaklarını ve bu belirsizlik nedeniyle piyasaya küçük ölçeklerle girme eğilimi taşıdıklarını vurgulamaktadır. Buna göre firmalar, piyasaya küçük ölçekle giriş yapıp koşulları gözlemlemek ve koşullar kendileri için uygunsa zaman içinde yerleşik firmalara göre daha yüksek bir büyüme sergileyerek optimal ölçeğe tedrici bir şekilde ulaşmak isteyebilirler. Bunun sonucunda firmalar optimal ölçeğin altında giriş yapmanın getireceği maliyet dezavantajına rağmen piyasaya küçük ölçeklerle girmeyi tercih edebilmektedir. Bu durumda minimum etkin ölçek bir giriş engeli yaratsa da, endüstride küçük ölçekli firmaların faaliyet göstermesi söz konusu olabilmektedir. Bu argüman geçerli ise, minimum etkin ölçeğin bağımlı değişken ile ilişkisi zayıflayabilir ve söz konusu değişken için anlamsız bir katsayı elde edilebilir.

Modelde yer alan ve giriş engellerini temsil eden bir diğer değişken olan mutlak sermaye gereksinimi (*ACR*), sermaye-çıktı oranının minimum etkin ölçekle çarpımı ile hesaplanmıştır. Endüstriye girerken firmaların katlanmak zorunda kaldığı maliyetler olarak tanımlanan sermaye gereksiniminin küçük firmalar açısından daha yoğun bir giriş engeli yarattığı birinci bölümde açıklanmıştır. Hatırlanacağı üzere, bir endüstriye giriş yapmak niyetinde olan her firma, akıbeti açısından bir belirsizlik taşımaktadır. Bu belirsizlik unsuru, firmaların piyasaya giriş sırasında ihtiyaç duydukları fonları temin etmek için kredi verenlere ödemek zorunda oldukları faizi yükselten bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz

konusu firma küçük ve tanınmamış bir firma ise, fonların geri dönmeme riski diğer firmalara göre artacağından, bu firmalara yüklenen faiz de artacaktır. Dolayısıyla sermaye gereksinimi özellikle küçük firmalar açısından giriş sürecinde bir handikap oluşturmaktadır. O halde *ACR* değişkeninin katsayısına ilişkin, diğer giriş engelleri değişkenlerinde olduğu gibi negatif bir işaret beklentisi oluşmaktadır.

Endüstrideki en büyük dört firmanın endüstri üretimindeki payları toplamını gösteren dört firma yoğunlaşma oranı (*CR4*), endüstrinin yoğunlaşma derecesini göstermek üzere modele dahil edilmiştir. Az sayıda firmanın üretimin büyük bir bölümünü karşıladığı piyasalarda, küçük firmalar açısından daha yoğun bir rekabet ortamının mevcut olduğuna ve böyle bir ortamda küçük firmaların piyasaya tutunmasının çok daha zor olacağına birinci bölümde değinilmişti (Baldwin ve Gorecki, 1985). Hatırlanacağı üzere, yoğunlaşmanın yüksek olduğu endüstrilerde, piyasanın büyük kısmını elinde bulunduran az sayıdaki firmanın, karşılıklı bağımlılıklarının farkına varmaları daha kolay olmaktadır ve bu firmalar girişleri engellemek adına aralarında anlaşarak ortak bir fiyatlama politikası uygulama yoluna gidebilmektedir. Bu şekilde yoğunlaşma, giriş engellerini arttırdığı gibi, yoğun giriş engellerinin varlığı da yoğunlaşmayı etkileyebilmektedir. Süreç ne şekilde işlerse işlesin, yoğunlaşmanın küçük işletmelerin varlığı üzerinde yıkıcı bir etki oluşturduğu açıktır. Bu alanda yapılmış önceki çalışmalar da bu ilişkiyi destekler niteliktedir (Dickson, 1979; Gupta, 1979). Bu çalışma kapsamında da yoğunlaşmaya ilişkin negatif bir işaret beklenmektedir.

Firmaların endüstriye giriş davranışını araştıran çalışmalar, girişi teşvik eden iki temel unsurdan bahsetmektedir. Endüstrinin içinde bulunduğu büyüme trendi ve endüstri karlılığı olarak belirlenen bu faktörlerdeki artışlar, firmaları söz konusu endüstriye çekmektedir. Bu unsurlardan ilki olan endüstri büyümesi (*GRO*), *t* dönemindeki çıktı ile *t-1* dönemindeki çıktı farkının, *t-1* dönemindeki çıktıya oranı olarak hesaplanmıştır. Literatürde de sıkça üzerinde durulduğu gibi, büyüyen bir piyasada küçük firmaların yapacağı girişler büyük firmaların daha az

tepkisini çekecektir. Dolayısıyla büyük firmalar tarafından gerçekleştirilecek misilleme hareketlerinin gerçekleşme olasılığı ve gücü azalacaktır. (White, 1982; Schwalbach, 1989). Bu sebeple küçük firmaların piyasa paylarının bu tip endüstrilerde daha yüksek gerçekleşmesi beklenmektedir.

Bir diğer girişi teşvik edici unsur ise, endüstri karlılığıdır (*PCMR*). Endüstri karlılığı, Collins ve Preston (1968, 1969) takip edilerek, katma değerden işçilere yapılan ödemelerin ve makine kira harcamalarının düşülmesi ile bulunan değer endüstri çıktısına oranı olarak hesaplanmaktadır. Endüstri karlılığı, küçük firmaların piyasa payları üzerinde çift yönlü bir etki yaratabilmektedir. Literatürde, girişlerin çoğunun küçük ölçekli olarak gerçekleştiği, son yıllarda geniş kabul gören bir gerçek olarak ön plana çıkmaktadır (Bates, 1990). Endüstrinin sergilediği potansiyel karlılık, girişimcileri bireysel işletmeler kurmaya yöreklendirmektedir (Storey, 1982; Acs ve Audretsch, 1989; Wagner, 1994). Bu sebeple daha yüksek endüstri karlılığı, küçük firmaların o endüstrilerde yoğunlaşmasına ve dolayısıyla piyasa paylarını arttırmalarına olanak tanımaktadır (Hu ve Schive, 1996). Öte yandan bazı araştırmacılar da, yüksek karlılığın yüksek piyasa gücünün bir göstergesi olduğunu savunmaktadır (Scherer ve Ross, 1990). Yani endüstride faaliyet göstermekte olan birkaç büyük firma, yoğun giriş engelleriyle piyasaya girişi önemli ölçüde sınırlayabilmekte ve böylece yüksek karlılığı koruyabilmektedir. Bu açıdan bakıldığında ise karlılık, küçük firmaların piyasa payı üzerinde negatif bir etki yaratmaktadır. O halde söz konusu değişkene ilişkin beklenen etki belirsizdir.

Hatırlanacağı gibi, birinci bölümde, reklam ve ARGE harcamalarının ürün farklılaştırması kanalıyla giriş engeli yarattığı, giriş engellerinin de küçük firmaları caydırıcı gücünün büyük firmalara göre daha kuvvetli olduğu üzerinde durulmuştu (White, 1982; Schwalbach, 1989). Bu durumda tüm giriş engelleri değişkenlerinde olduğu gibi, bu iki değişkenin bağımlı değişken üzerinde negatif etki yaratması beklenmektedir (White, 1982; Duetsch, 1984; Khemani ve Shapiro, 1986; MacDonald, 1986). Endüstrideki ARGE yoğunluğu (*RD*), o endüstriye ait ARGE harcamalarının endüstri çıktısına oranı olarak hesaplanmıştır. Denklemde

yer alan bir diğer değişken olan reklam yoğunluğu (A) ise endüstrinin toplam reklam harcamalarının toplam endüstri çıktısına oranı olarak ele alınmıştır.

Tablo 4: Piyasa Payı Denkleminde Yer Alan Değişkenlerin Tanımları, Hesaplanma Şekilleri ve Beklenen İşaretleri

Değişken	Değişken Tanımı	Beklenen İşaret
<i>MS</i>	Küçük Firmaların Piyasa Payı (Bağımlı Değişken) Küçük firmaların çıktısının endüstri çıktısına oranı	
<i>MES</i>	Minimum Etkin Ölçek Minimum etkin ölçeğin endüstri çıktısına oranı	Negatif
<i>ACR</i>	Mutlak Sermaye Gereksinimi Makine kira harcamalarının çıktıya oranının minimum etkin ölçekle çarpımı	Negatif
<i>CR4</i>	Dört Firma Yoğunlaşma Oranı	Negatif
<i>GRO</i>	Endüstri Büyüme Oranı t zamanındaki çıktı ile t-1 zamanındaki çıktı farkının, t-1 zamanındaki çıktıya oranı	Pozitif
<i>PCMR</i>	Endüstri Karlılığı Katma değerden işçilere yapılan ödemelerin ve makine kira harcamalarının düşülmesi ile bulunan değer endüstri çıktısına oranı	Belirsiz
<i>A</i>	Reklam Yoğunluğu Endüstrinin reklâm harcamalarının toplam endüstri çıktısına oranı	Negatif
<i>RD</i>	ARGE Yoğunluğu Endüstrinin ARGE harcamalarının toplam endüstri çıktısına oranı	Negatif
<i>X</i>	İhracat Yoğunluğu Endüstri ihracatının endüstri çıktısına oranı	Pozitif
<i>M</i>	İthalat Yoğunluğu Endüstri ithalatının endüstri çıktısına oranı	Negatif
<i>SNK</i>	Batık Maliyet Makine kira harcamalarının sermayeye oranı	Negatif
<i>RL</i>	Endüstri Göreli İşgücü Verimliliği Küçük işletmelerde işçi başına çıktının endüstride işçi başına çıktıya oranı	Pozitif
<i>KL</i>	Endüstri Sermaye-Emek Oranı Endüstri sermaye stokunun endüstri ücret ödemelerine oranı	Negatif

Konuyla ilgili literatürde yer alan çalışmalarda, dış ticaretin etkilerinin de analizlere sıkça dahil edildiği göze çarpmaktadır (Baldwin ve Gorecki, 1985; Schwalbach, 1989; Hu, 1998). İhracat yoğunluğu (X) ve ithalat yoğunluğu (M) değişkenleri ile temsil edilen dış ticaret etkileri, endüstriye ait ihracat ve ithalat rakamlarının ilgili endüstrinin çıktısına oranı olarak hesaplanmaktadır. İhracatın artıyor olması, o endüstriye ait çıktının pazar olanaklarının da büyümesi anlamına gelmektedir. Daha çok alıcıya hitap eden daha büyük bir piyasada küçük firmalara daha çok yer açılacaktır. Bu sayede küçük işletmeler piyasadaki boşluklardan yararlanıp, niş pazarlar oluşturma şansı yakalayabilecektir. O halde ihracat yoğunluğunu artmasıyla birlikte, küçük firmaların piyasa paylarının da paralel bir seyir izlemesi beklentiler arasındadır. Yani bu değişkene ilişkin pozitif bir beklenti söz konusudur. Tersî şekilde, ithalat yoğunluğunun artması ise piyasayı küçültecektir. İthalat ile birlikte iç piyasadaki talep miktarı değişmezken, aynı piyasada faaliyet gösteren satıcı firma sayısı artacaktır. Piyasaya yabancı rakiplerin girmesi ile küçük firmaların, talebini karşılamakta olduğu alıcı kitlesi düşeceğinden ithalat yoğunluğundaki artışın, küçük firmaların piyasa payını düşürmesi beklenmektedir (Baldwin ve Gorecki, 1985).

Hatırlanacağı gibi, firmaların faaliyet göstermekte olduğu endüstriye özgü olan ve endüstriden çıkış durumunda geri çeviremediği maliyetler, batık maliyetler (SNK) olarak adlandırılmakta ve bu maliyet unsuru hem giriş hem de çıkış engeli olarak ele alınmaktadır. Bir firmanın faaliyette bulunduğu endüstriye özgü makine ve teçhizatı ne kadar çoksa, endüstriden çıkması durumunda sahip olduğu ekipmanı elden çıkarabilmesinin ya da başka bir faaliyet alanına kaydırabilmesinin de o kadar güç olacağına daha önceki başlıklarda değinilmişti. Bu nedenle, batık maliyetlerin yoğun olduğu endüstrilerde kuruluş harcamalarının önemli bir bölümünü geri döndüremeyeceğinin farkında olan küçük firmalar bu tarz endüstrilere girmektense, olası bir çıkış durumunda kayıplarını minimum seviyede tutabilecekleri endüstrilere girmeyi daha makul göreceklidir. Ayrıca batık maliyetlerin büyük firmalar tarafından bir tehdit sinyali olarak kullanılabilmesine daha önce de değinilmişti. Büyük firmalarca piyasadaki yoğun rekabetin bir göstergesi olarak kullanılan ve caydırıcı nitelikli bu mesaj, yeni firmaların

piyasaya girmesini tamamen engelleyecek veya etkin rekabet edebilmek için büyük ölçeklerle girmelerine neden olacaktır. Diğer bir deyişle küçük firmalar, olası kayıpların önüne geçebilmek için batık maliyetlerin yoğun olduğu endüstrilere girmekten uzak durmayı tercih edeceklerdir. Tüm bu nedenlerle, bu değişkene ilişkin negatif bir işaret beklentisi oluşmaktadır.

İşgücünün görelî verimliliğini temsil eden *RL* değişkeninin hesaplamasında, literatürde birçok farklı yöntem kullanılmaktadır. Bir birim katma değer başına işgücü maliyetleri, birim katma değer başına istihdam ve çalışan başına satış rakamlarıyla hesaplanabilecek olan *RL* değişkeni, bu tez çalışması kapsamında küçük işletmelerdeki işçi başına çıktının, endüstrideki işçi başına çıktıya oranı ile hesaplanmaktadır. Literatürde yer alan önceki çalışmalar gibi bu tez çalışması kapsamında da görelî işgücü verimliliğinin küçük firmaların piyasa paylarını pozitif etkileyeceği beklenmektedir (Miller, 1986; Acs ve Audretsch, 1989; Droucopoulos ve Thomadakis, 1993; Hu ve Schive, 1996). Miller (1986), ABD imalat endüstrileri için yaptığı çalışmada, işgücü verimliliği büyük ve küçük işletmeler için eşit iken, küçük işletmelerin toplam çıktının yüzde 30'una yakın bir üretimi gerçekleştirdiğini ortaya koymaktadır. Bu sonuç, söz konusu değişkene atfedilen önemi arttırmaktadır. Miller aynı zamanda, küçük işletmelerin işgücü verimliliğinin, büyük işletmelerin sergiledikleri düzeyin üstüne çıkması durumunda küçüklerin piyasa payının artacağına, aksi durumda ise azalacağına vurgu yapmaktadır. İşgücü verimliliğinin küçük firmaların piyasa payı üzerindeki etkisini araştıran bir başka çalışmada Droucopoulos ve Thomadakis (1993), işgücü verimliliğindeki değişimin sermaye bazlı faktörlerden de kaynaklanıyor olabileceğine dikkat çekerek hem sermaye kaynaklı hem de sermaye dışı faktörler kaynaklı etkileri ayrıştırarak analizlerini yürütmüştür. Bu çalışmanın sonucunda da sermaye dışı faktörlerin yarattığı işgücü verimliliğinin, küçük işletmelerin piyasa payı üzerinde önemli bir etkisi olduğu ortaya konmaktadır. İşgücü verimliliğinde yaşanan artışlar, daha ziyade emek yoğun üretim teknikleri kullanan küçük firmaların etkinliğini arttıracaktır. Bu sayede rekabet şansını yükselten firmaların piyasadana daha çok pay alabileceği teorisi, değişkene ait katsayının pozitif olacağı yönünde bir beklentinin oluşmasına neden olmaktadır.

Modelin son açıklayıcı değişkeni, endüstrinin sermaye stokunun endüstrideki toplam ücret ödemesine oranı ile hesaplanan, endüstrinin sermaye-emek oranıdır (KL). Literatürde yer alan çalışmalar, küçük firmaların genellikle emek yoğun endüstrilere girme eğiliminde olduğunu göstermektedir (Droucopoulos ve Thomadakis, 1993). İşgücü temininin daha kolay ve maliyetsiz olması küçük firmaları emek yoğun endüstrilere çeken bir diğer unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Miller (1986), sermaye yoğunluğu ile küçük firmaların piyasa payı arasındaki negatif ilişkinin sebebini, emek yoğun endüstrilerde küçük firmaların işgücü kiralama avantajı olarak ortaya koymaktadır. Sermaye yoğun endüstrilerdeki mevcut firmaların rekabetinin daha yıkıcı sonuçlar doğurabileceği gerçeği ve bu tip endüstrilerde faaliyetlerini yürütmekte olan yerleşiklerin tepkisine karşı yeni firmaların daha savunmasız durumda olması küçük firmaları bu endüstrilere girmekten alıkoymaktadır. Bazı araştırmacılar sermaye yoğunluğu değişkeninin yeni firmaların oluşumu ile negatif bir korelasyon sergilediği üzerinde durmaktadırlar (Highfied ve Smiley, 19987; Rosenbaum ve Lamort, 1992; Wagner, 1994) . Daha önce de belirtildiği gibi yeni firmalar daha çok küçük ölçekli olarak piyasaya girme eğilimindeyse, sermaye-emek oranındaki artışların, bağımlı değişkeni negatif yönde etkilemesi beklenmektedir. Öte yandan sermaye yoğun endüstrilerde minimum etkin ölçek çoğu kez daha yüksek olmakta ve mekanize olmuş üretim süreçlerinin varlığı sayesinde firmalar ölçek ekonomilerinin avantajından kolayca yararlanabilmektedirler (Miller, 1986). Bu firmaların ulaşmış olduğu ölçek ekonomilerine yetişmek için gereken yüksek büyüme hızlarını yakalamadaki zorluklar ve büyük ölçeklerde faaliyet gösterebilmek için gereken fonları temin etmedeki güçlükler küçük firmaların bu piyasalarda ayakta kalma şansını azaltmaktadır. Her ne kadar bu durumları açıklamak için denklemde MES ve ACR değişkenlerine yer verilmiş olsa da KL değişkeninin ilave bilgi verebileceği düşünüldüğünden ve söz konusu değişkenler arasındaki korelasyonun da düşük olması sayesinde bu değişken de modele dahil edilmiştir. Ayrıca küçük firmalar, daha önce de üzerinde durulduğu üzere, herhangi bir başarısızlık durumunda mümkün olan en az zararla piyasadan çıkabileceği endüstrilere girmeyi tercih etmektedir. Endüstrideki sermaye yoğunluğunun artması da, üretim sürecini endüstriye özgü hale

getirebileceğinden, çıkış durumunda firmanın karşı karşıya kalacağı kayıpları arttırabilmektedir. Bahsedilen durum batık maliyetleri gösteren değişken tarafından modelimizde yer almakta olmasına rağmen, sermaye yoğun endüstrilerin bu açıdan da küçük firmaları dışarıda tutabileceği de göz ardı edilmemelidir.

Modelde yer alan tüm değişkenlerin tanımları, hesaplanma yöntemleri ve beklenen işaretleri özet olarak Tablo 4’de yer almaktadır.

3.4.2. Tahmin Sonuçları

TÜİK’den elde edilmiş olan ve 1993-1999 dönemini kapsayan veriler kullanılarak, dört haneli 66 imalat sanayii için, tek denklemlerli bir model oluşturulmuştur. Panel veri teknikleri kullanılarak tahmin edilen model kapsamında 10-99 çalışana sahip işletmeler küçük işletme olarak nitelendirilmiştir. 10’dan az çalışana sahip işletmelere ilişkin veriler TÜİK tarafından yayınlanmadığından bu ölçekteki işletmelere çalışmamızda yer verilmemiştir.

Yukarıda verilen (3.1) numaralı denklemin tahmin sonuçları Tablo 5’de sunulmuştur. Tahmine ait R^2 istatistiği değeri oldukça yüksek çıkmıştır. Dolayısıyla modelimizin başarılı bir model olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca F istatistiğinin de çok yüksek bir değere sahip olması modelin bir bütün olarak çok yüksek derecede anlamlı olduğunu göstermektedir. Tahminler endüstri etkilerini içeren tek yönlü sabit etki modeli çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.¹³ Tahmin sonuçlarına bakıldığında, bağımsız değişkenlerden minimum etkin ölçek, yoğunlaşma, ihracat, batık maliyetler ve işgücünün görece verimliliği değişkenlerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir.

¹³ Zaman etkilerini de içeren çift yönlü tahminler ve rassal etki modeli tahminleri de gerçekleştirilmiş ancak, ulaşılan genel sonuçların kapsamlı bir şekilde değişmediği gözlemlendiğinden bu tahminler çalışmada rapor edilmemiştir.

Tahmin sonuçları, küçük firmaların piyasa paylarının en önemli belirleyeni olarak yoğunlaşma oranını göstermektedir. Değişkene ilişkin katsayı beklenildiği üzere negatif ve yüzde 1 düzeyinde anlamlıdır. Daha önce de belirtildiği gibi az sayıda firmanın piyasanın büyük kısmını elinde bulundurması olarak tanımlanan yoğunlaşma, küçük firmaların piyasa payları üzerinde olumsuz bir etki yaratmaktadır. Bu etkiyi, teorik kısımda belirtilen şekilde, baskın olan birkaç firmanın yarattığı giriş engeliyle açıklamak mümkündür. Toplam endüstri talebinin büyük bir kısmını karşılamakta olan az sayıdaki firma bir araya gelerek koordineli bir şekilde yeni firmaları girişten caydıracak çeşitli önlemler alabilmekte hatta piyasa yapısını tamamen değiştirebilmektedir. Bu önlemlerden biri piyasada limit fiyat politikası uygulaması yardımıyla yeni firmaların piyasaya girişle birlikte zarar etmelerini sağlamaktır. Öte yandan piyasayı elinde bulunduran az sayıdaki bu firmalar, karar vericiler üzerinde çeşitli baskılar oluşturarak girişleri güçleştirecek şekilde düzenlemelere gidilmesini sağlayabilirler (Hu, 1999). Örneğin bu kapsamda, çevreyi korumak adına yapılan düzenlemeler ile giriş yapacak firmalara çevreye duyarlı yeni teknolojileri kullanma zorunluluğunun getirilmesi, bu firmalara ek maliyetler yükleyerek girişlerini güçleştirebilir. Bu açıdan bakıldığında mevcutlar tarafından piyasaya girmesi muhtemel firmalara gönderilmiş bir tehdit mesajı olarak da algılanabilecek olan batık maliyetlerinin boyutunun da hakim firmalar tarafından etkilenebileceği sonucu ortaya çıkmaktadır. Ayrıca yoğunlaşmanın yüksek olduğu piyasalarda yerleşik firmalar sistematik bir şekilde herhangi bir giriş engeli yaratmasa bile küçük firmaların olası etkinlik farklarından dolayı mevcut rekabete dayanabilmesi de oldukça zordur. Tüm bu gerekçeler tahmin sonuçlarının iki değişken arasında ortaya koyduğu negatif ilişkiyi desteklemektedir.

Tablo 5: (3.1) Numaralı Denklemin Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayı
Sabit	0.473689 (0.052333)
<i>MES</i>	-1.80E-05* (5.86E-06)
<i>ACR</i>	-2.48E-13 (3.25E-11)
<i>CR4</i>	-0.502539* (0.087963)
<i>GRO</i>	0.002110 (0.012760)
<i>PCMR</i>	-0.023649 (0.073473)
<i>A</i>	-0.001405 (0.229712)
<i>RD</i>	-1.597390 (1.041717)
<i>X</i>	0.122584** (0.048728)
<i>M</i>	0.005018 (0.012991)
<i>SNK</i>	-4.04E-05** (2.04E-05)
<i>RL</i>	0.040636* (0.010648)
<i>KL</i>	0.000436 (0.000401)
R^2	0.914930
<i>F</i> istatistiği	43.70977

Not: Tabloda parantez içerisinde standart hatalar gösterilmektedir. * %1 seviyesinde ve ** %5 seviyesinde anlamlılığı göstermektedir.

Regresyon sonuçları, işgücünün görece verimliliğinin, küçük firmaların piyasa payları üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. İstatistiksel olarak yüzde 1 düzeyinde anlamlı olduğu görülen *RL*, bağımlı değişken ile pozitif yönlü bir ilişki sergilemektedir. Bu sonuç, ABD (Miller, 1986), Yunanistan (Droucopoulous ve Thomadakis, 1993) ve Tayvan (Hu, 1999) için yapılmış olan benzer çalışmalarla örtüşmektedir. Küçük ve büyük işletmeler arasında, işgücündeki etkinlik farkının kapanması bu iki grup firma arasındaki ölçek

ekonomileri farkının öneminin azalmasına neden olmaktadır. Bu sayede bu tip endüstrilerde küçük firmaların büyüklerle rekabet edebilirliği artmakta ve dolayısıyla küçük firmaların piyasa payları da yüksek seyretmektedir.

Batık maliyetler modelin anlamlı değişkenlerinden bir diğeridir. Hem giriş hem de çıkış engeli olarak sınıflandırılabilir bu değişken yüzde 5 düzeyinde anlamlılık sergilemektedir. Bu durum, batık maliyetlerin yoğun olduğu endüstrilerde yapılan kuruluş harcamalarının büyük bir kısmının geri çevrilemeyeceğinin farkında olan küçük işletmelerin, bu tip endüstrilere girmekten uzak durduklarını ortaya koymaktadır. Yani bir endüstri ne kadar o alana özgü yatırım gerektiriyorsa, küçük firmalar tarafından o kadar az tercih ediliyor demektir. Firmalar endüstride tutunamayacaklarını anladıklarında piyasadan çekilme kararı alırken kuruluş sırasında ve sonrasında yapmış olduğu birtakım harcamaları gözden çıkarmak durumunda kalmaktadır. Geri döndürülmesi mümkün olmayan bu yatırımların boyutu firmaların giriş kararı üzerinde etki yaratarak endüstrideki küçük firmaların payını belirlemektedir. Bu sonuç, Jovanovic (1982)'in ileri sürdüğü evrimci firma modelini doğrulamamaktadır. Göreli etkinliklerini tam olarak kestiremeyen yeni firmaların daha ihtiyatlı davranarak 'dene ve gör' davranışı ile piyasaya daha küçük ölçeklerle giriş yapmayı tercih ettiğini söyleyen bu model, bu tez çalışması kapsamındaki analizlerde destek bulmamaktadır. Sonuç olarak, endüstride batık maliyetlerin ağırlığının yüksek olduğunun fark eden yeni firma, herhangi bir başarısızlık durumunda bu yatırımları geri döndüremeyeceğinin de farkındadır. Dolayısıyla böyle bir piyasaya girme konusunda daha temkinli yaklaşacaktır. Bunun anlamı ise batık maliyetlerin yüksek olduğu endüstrilerde küçük firmaların payının da daha az olmasıdır.

Tahminlerde anlamlı çıkan bir diğer değişken ise ihracat yoğunluğudur. Pozitif ve istatistiksel olarak yüzde 5 düzeyinde anlamlı olan bu değişkene ait katsayı, ihracatın piyasa büyüklüğünü arttırarak küçük firmalara yer açtığı görüşünü desteklemektedir. Elde edilen sonuçlara göre, ihracat ile hem mevcut hem de yeni firmalar sadece ulusal değil uluslararası piyasalara da ulaşma şansı yakalamaktadır. Bu sayede hitap edebileceği alıcı kitlesini de genişletmiş olan

firmalar, aynı zamanda piyasadaki boşluklardan yararlanıp niş pazarlar yaratabilmektedir. Bu şekilde yeni firmaların girişi, mevcutlar açısından önemli bir tehdit olarak algılanmayacağından, misilleme olasılığı azalacaktır.¹⁴

Minimum etkin ölçek beklentilere uyumlu şekilde negatif ve yüzde 1 düzeyinde anlamlı bir katsayıya sahiptir. Bu sonuç, minimum etkin ölçeğin yüksek seyrettiği endüstrilerde küçük firmaların piyasa payının düştüğünü doğrulamaktadır. Minimum etkin ölçeğin piyasaya girişler önünde engel teşkil ettiğine daha önce dikkat çekilmişti. Piyasadaki optimal ölçeğin altında ya da üstünde yapılan girişler yeni firmaya fiyat ya da maliyet yönünden dezavantaj yaratmaktadır. Mevcut firmalar tarafından ‘limit fiyat’ politikasının uygulandığı bir piyasada yeni girişlerle birlikte artış gösteren toplam endüstri üretimi, fiyatları aşağı çekmektedir. Fiyatlarda meydana gelen bu hareket, hem yerleşik hem de yeni firmalar açısından zarar anlamına gelebilmekte, diğer bir deyişle yeni firmalar için, daha önce de ayrıntılarıyla değinilen bir ‘fiyat dezavantajı’ ortaya çıkmakta ve bu durum karşısında küçük firmaların piyasadaki varlığı olumsuz etkilenebilmektedir. Fiyat dezavantajını elemine etmek için optimal ölçeğin altında gerçekleştirilen girişler ise, yeni firmalar açısından, mevcut firmalara kıyasla daha yüksek maliyetlerle faaliyetlerini sürdürmek zorunda kalacakları için bir maliyet dezavantajı ile yaratmaktadır. Minimum etkin ölçek ne kadar yüksekse

¹⁴ Örneklem dönemimiz içinde kalan Gümrük Birliği’ne geçişin, KOBİ’lerin piyasa payı üzerindeki etkilerini görebilmek için örneklem, tüm endüstriler hesaba katılarak belirlenmiş olan ortalama ithalat rakamına göre ortalamanın üstünde ve altında ithalat yoğunluğu sergileyen endüstriler olarak iki gruba ayrılmış ve tahminler iki grup için de ayrı ayrı gerçekleştirilmiştir. Bu tahminlerde, endüstrinin yoğunlaşma oranı ve göreceli işgücü verimliliğinin, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin piyasa payı üzerindeki negatif etkisinin yüzde 1 düzeyinde olan anlamlılığını koruduğu gözlenmektedir. Ortalamanın üzerinde ithalat yoğunluğuna sahip endüstrilerde söz konusu iki değişkenin yanında reklam ve ARGE yoğunluğu da anlamlı sonuçlar sergileyen diğer değişkenlerdir. Her iki değişken de KOBİ’lerin piyasa payını negatif etkilemektedir. Bu durum, ithalatın yoğun olduğu endüstrilerde Gümrük Birliği ile birlikte ürün farklılaştırmasının önemini artmış olabileceği izlenimi vermektedir. Diğer bir deyişle, Gümrük Birliği’ne geçilmesi ile ithalatın yoğun olduğu endüstrilerde, faaliyet gösteren üretici yelpazesi genişlemekte ve bu durum her firmanın kendi ürününü ön plana çıkarma gayretini tetiklemektedir. Bu da reklam ve ARGE gibi ürün farklılaştırması yaratan çabaların önem kazanmasına yol açmaktadır. İthalat yoğunluğu ortalamanın altında olan endüstriler için yapılan tahminler, böyle bir ayırım gözetmeksizin yapılmış olan tahminlerle genel olarak benzer sonuçlar ortaya koymakla birlikte batık maliyetlerin önemini yitirdiği ve sermaye emek oranının anlamlı hale geldiği göze çarpmaktadır. (Belirtilen iki grup arasındaki yüksek benzerliğin, çalışma kapsamında değerlendirilen endüstrilerin büyük bir çoğunluğunun ortalama ithalat değerinin altında kalmasından kaynaklanıyor olması olasıdır.) Ayrıca bu noktada, tahmin sonuçları yorumlanırken ithalatın yüksek/düşük olduğu endüstrilerin yapısal özelliklerinin de dikkate alınması önemlidir.

bahsedilen dezavantajlar da artacağından, giriş engelleri daha etkin hale gelmektedir. Bu durumda, firmaların tüm bu maliyetlere rağmen küçük ölçekle piyasaya girdiği ve piyasaya girdikten sonra koşulları gözlemleyip optimal ölçeğe ulaşmak için büyüme sergilediklerini öne süren modern teoriler destek bulmamaktadır.

Yapılan tahmin sonuçlarında yukarıda açıklanan değişkenler dışında kalan ve giriş engellerini temsil eden ARGE, reklam ve sermaye gereksinimini gösteren değişkenlere ilişkin anlamlı sonuçlara ulaşılamamış olmasına rağmen, her üç değişkene ait katsayı da beklentilerle uyumlu olarak negatif işaret taşımaktadır. Dolayısıyla, *MES* ve *CR4* değişkenleri için elde ettiğimiz sonuçlara ilave olarak bunlar da göz önüne alındığında genel olarak giriş engellerin küçük firmaların piyasa payları üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu tezi çalışmamızda destek bulmuş olmaktadır. Öte yandan girişi teşvik eden unsurlar olarak modele dahil edilmiş olan endüstri karlılığı ve endüstri büyümesini gösteren değişkenlerin her ikisinin de anlamlı sonuçlar verememesi şaşırtıcıdır. O halde endüstriye giriş konusunda firmaları cesaretlendirdiği düşünülen faktörlerin küçük firmalar açısından sanılığın kadar cezbedici olmadığı sonucuna ulaşmak mümkündür. Her ne kadar anlamlı sonuçlar sergilemese de endüstri karlılığının negatif bir katsayı alması, bu değişkenin firmalar açısından teşvik edici bir unsur olarak algılanmadığı, aksine yoğunlaşmanın bir göstergesi olarak küçük firmaların girişlerini ve dolayısıyla piyasa paylarını beklenenin aksi yönde etkilediği izlenimini vermektedir. İthalat yoğunluğu ve sermaye-emek oranı da modelde anlamlı sonuçlar vermeyen değişkenler arasındadır.

SONUÇ

Küçük ve orta büyüklükteki işletmeleri, faaliyette buldukları ülkedeki iktisadi sistemin temellerini oluşturan yapı taşları olarak nitelemek mümkündür. İstihdama katkıda bulunmak, ekonomik gelişmeyi hızlandırmak ve devamlılığını sağlamak, ekonomik dalgalanmaların yarattığı yıkıcı etkiyi en aza indirmek ve üretimi arttırmak gibi görevleri üstlenmiş olan KOBİ'ler, ülke ekonomisi açısından önemli bir itici güç oluşturmaktadır.

Sahip oldukları dinamik yapı sayesinde ekonomide meydana gelen değişikliklere hızla uyum sağlayabilen bu işletmeler, ekonomide yaşanacak olası bir dengesizlik durumunda kolayca esneyebilen organik bir yapıyı andırmaktadır. Bu durum hem kendilerinin hem de bütün olarak iktisadi sistemin işleyişinin aksamasına mani olmaktadır. Ekonomide böylesine hayati bir rolü yürütmekte olan KOBİ'ler aynı zamanda üretim ve istihdamın da büyük bölümünü elinde bulundurmaktadır. Türkiye'deki işletmelerin yüzde 99,3'ünün, AB bünyesindeki işletmelerin ise yüzde 99,8'inin KOBİ tanımına giren işletmelerden oluşuyor olması, bu işletmelerin ekonomideki ağırlığını ortaya koymaktadır.

KOBİ'lerin üstlenmiş oldukları bu önemli rolü başarıyla yürütmekte olması, araştırmacıların da dikkatini çekerek, ampirik çalışmaların bu alanda yoğunlaşmasına neden olmuştur. Literatüre bakıldığında KOBİ'lerin pek çok açıdan ampirik analizlere tabi tutuldukları göze çarpmaktadır. Her ne kadar söz konusu işletmelerle ilgili zengin bir literatür birikimine ulaşılmış olsa da KOBİ'lerin piyasa paylarını inceleyen çalışmaların sayısının oldukça az olduğu dikkat çekmektedir. Bununla beraber benzer bir çalışmaya Türkiye açısından rastlanılmamış olması ise bu tez konusunun belirlenmesinde önemli bir etken oluşturmuştur.

Söz konusu çalışma, Türk imalat endüstrileri için KOBİ'lerin piyasa paylarını belirleyen faktörleri ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu amaç doğrultusunda, TÜİK'den elde edilmiş olan ve 1993-1999 dönemini kapsayan veriler

kullanılarak, dört haneli 66 imalat sanayii için, tek denklemlili bir model oluşturulmuştur. Panel veri teknikleri kullanılarak tahmin edilen modelin bağımlı değişkeni olarak, küçük işletmelerin çıktısının endüstri çıktısına oranı ile hesaplanan piyasa payı değişkeni kullanılmıştır. Modeldeki açıklayıcı değişkenler ise genel olarak, endüstriye girişin ve endüstriden çıkışın önündeki engeller, firmaları endüstriye girme yönünde teşvik eden unsurlar, endüstrinin karakteristik özellikleri ile sektörün dış ticaret olanaklarını gösteren değişkenler arasından seçilmiştir. Buna göre, endüstrideki minimum etkin ölçek, endüstrinin mutlak sermaye gereksinimi, reklam ve ARGE yoğunluğu giriş engellerini gösteren değişkenler olarak modele dahil edilmiştir. Bununla birlikte, endüstrideki batık maliyet oranı da çıkış engellerini temsil etmektedir. İthalat ve ihracat yoğunluğunu gösteren değişkenler, endüstrinin sahip olduğu dış ticaret olanaklarının KOBİ'lerin piyasa payı üzerindeki etkisini açıklamada yardımcı olmak üzere analiz kapsamına alınmıştır. Endüstriye girişi teşvik eden unsurları göstermesi açısından, endüstri büyümesi ve endüstri karlılığı da analizlerde kullanılan değişkenlerdendir. Ayrıca, endüstrinin yoğunlaşma derecesi, sermaye emek oranı ve işgücünün göreliliği de modelin diğer açıklayıcı değişkenleri olarak sıralanmaktadır.

Tahminlerden elde edilen sonuçlara göre, yoğunlaşma oranını, endüstrideki işgücünün göreliliğini, batık maliyetleri, ihracat yoğunluğunu ve minimum etkin ölçeği gösteren değişkenler anlamlı sonuçlar vermektedir.

Çalışmanın sonuçları Türk imalat endüstrilerinde incelenen dönemde küçük firmaların piyasa payının en önemli belirleyeni olarak yoğunlaşma oranını ön plana çıkarmaktadır. Bu sonuç, az sayıda firmanın toplam endüstri üretiminin büyük bölümünü elinde bulundurduğu piyasaların küçük firmalar tarafından tercih edilmediğini ortaya koymaktadır. Yerleşik firmaların az sayıda olmaları bu firmaların karşılıklı bağımlılıklarının daha kolay farkına varmalarına neden olabilmekte ve yeni girişleri engelleyecek veya zorlaştıracak limit fiyat politikaları gibi politikalar izlemelerine imkan vermektedir. Limit fiyat uygulaması ile yeni firmaların girişten zarar etmesi sağlanarak girişler engellenebilmektedir. Ayrıca,

piyasadaki kimi giriş engellerinin yoğunluğu da bu firmalar tarafından belirlenebilmektedir. Bir diğer olasılık da bu firmaların piyasaya hakim olmalarından ileri gelen güçlerini kullanarak karar vericiler üzerinde baskı kurabilecek olmalarıdır. Örneğin, endüstride faaliyet göstermek için bir takım yasal zorunlulukların getirilmesi, yeni firmalar için önemli bir giriş engeli yaratabilmektedir. Ülke ekonomisi açısından sahip olduğu öneme daha önce değindiğimiz KOBİ'lerin endüstrideki varlığını korumak, politika yapıcılar tarafından da göz ardı edilmemesi gereken bir konudur. Bu hedefe yönelik olarak, piyasada oluşan, doğal olmayan nitelikteki yoğunlaşmaları sınırlandırabilecek ve küçük firmaların yoğunlaşmış piyasalara daha kolay girebilmelerine imkan verecek düzenlemeler gündeme alınabilir. Bu sayede, istihdam ve üretime önemli katkıları olan küçük işletmelerin piyasadaki ağırlıkları arttırılabilir.

İşgücünün göreceli verimliliği, tahminlerde anlamlı sonuç veren diğer değişkendir. Değişkenin küçük firmaların piyasa payı üzerinde anlamlı bir pozitif etkisi tespit edilmiştir. Bu durum, işgücü verimliliğinin yüksek olduğu endüstrilerde, küçük firmaların daha yüksek piyasa payına sahip olduğuna işaret etmektedir. Söz konusu durumun, bahsedilen endüstrilerde küçük işletmeler ile büyük rakipleri arasındaki etkinlik farkının kapanmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu süreçte, işgücü verimliliğinin artması ile ölçek ekonomilerinin önemi azalmaktadır. Ölçek ekonomilerinin getirilerinden yararlanmakta olan yerleşik firmaların, sahip oldukları avantajlı durumu yitirmeleri, küçüklerin rekabet gücünü arttırmakta olduğundan bu tip endüstriler küçük firmalar için daha cazip hale gelmektedir. O halde küçük firmaların daha etkin çalışabilecekleri endüstrilere yönlendirilmesini sağlamak, toplam endüstri çıktısı üzerinde olumlu etkiler yaratabilecektir. Bu endüstrilerde faaliyet göstererek ayakta kalma şanslarını arttıran küçük firmaların piyasa paylarını bu sayede yükseltmeleri mümkün olabilecektir.

Tahminlerde anlamlı çıkan bir diğer değişken ise minimum etkin ölçektir. Değişkenin sahip olduğu negatif işaret, minimum etkin ölçekteki artışların endüstrideki küçük firmaların varlığı üzerinde olumsuz bir etki yarattığı anlamına

gelmektedir. Bu durumun, minimum etkin ölçeğin yükselmesi ile birlikte küçük firmaların katlanmak zorunda kaldıkları dezavantajların da yükselmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Daha önce de belirtildiği üzere endüstrideki minimum etkin ölçek ne kadar yüksekse mevcut firmalar üretimlerini o kadar etkin gerçekleştirmektedirler. Yeni firmalar minimum etkin ölçeğin altında giriş yaptıklarında mevcut firmalara göre bir maliyet dezavantajına maruz kalacaklardır. Bu durum küçük firmaların bu gibi endüstrilerde ayakta kalmalarını zorlaştırmaktadır. Öte yandan küçük firmaların minimum etkin ölçekte endüstriye giriş yapmaları da olasıdır. Yeni firmalar bu durumda maliyet dezavantajına katlanmaktan kurtulmuş olacaktır. Ancak, artan üretimin düşürdüğü fiyat, limit fiyat uygulamasının geçerli olduğu bir ortamda hem büyük hem de küçük firmaların zarar etmesiyle sonuçlanacaktır. Tahmin sonuçlarında minimum etkin ölçek değişkeni için elde edilen negatif ve anlamlı katsayı, incelenen dönemde, Türk imalat endüstrilerinde, minimum etkin ölçekle birlikte gelen dezavantajların etkili olduğuna işaret etmektedir.

Modelde anlamlı sonuç veren değişkenlerden bir diğeri ise ihracat yoğunluğudur. Tahminler sonucunda elde edilen pozitif katsayı, ihracat ile büyüme gösteren piyasaların küçük firmaların piyasa payı üzerinde olumlu bir etki yarattığını ortaya koymaktadır. İhracat olanaklarının yüksek olduğu endüstrilerde daha büyük bir talep potansiyeli söz konusu olmakta ve küçük firmalar yerleşiklerin müşterilerini çalmak zorunda kalmadan ve dolayısıyla yerleşiklerden gelecek bir misillemeye maruz kalmadan piyasaya giriş yapabilmektedirler. Bu açıdan bakıldığında, politika yapıcıların dış ticaretin gelişimine olanak tanıyan uygulamaları kuvvetlendirmesi ve dış ticaretin desteklenmesi, hem mevcutlar açısından artan dış rekabet nedeniyle üretimde verimliliğin artmasını sağlayacak hem de büyüyen bir piyasada küçük firmaların ağırlıklı yer sahibi olmasına ön ayak olacaktır.

Piyasadaki batık maliyet yoğunluğu küçük firmaların piyasa paylarını etkileyen sonuncu değişken olarak karşımıza çıkmaktadır. Tahmin sonuçları, Türk imalat endüstrilerinde batık maliyetlerin, küçük firmaların piyasa payları üzerinde negatif

bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bunun olası bir nedeni, hem giriş hem de çıkış engeli yarattığı bilinen batık maliyetlerin yüksek olduğu bu gibi endüstrilere küçük firmaların giriş yapmaktan uzak durmaları olabilir. Bu durum küçük firmaların, piyasaya giriş aşamasında, olası bir başarısızlık durumunu da göz önünde bulundurduklarını ortaya koymaktadır. Çıkış durumunda geri çevrilemeyecek maliyetlerin boyutu küçük firmaların giriş kararı üzerinde önemli bir etki yaratmaktadır. Ayrıca, aynı nedenle, bu gibi endüstrilerde, hâlihazırda faaliyet gösteren küçük firmaların da büyümekten ve piyasa paylarını arttırmaktan çekiniyor olmaları da muhtemeldir. Politika yapıcılar, firmaların katlanacakları batık maliyetleri azaltabilmek için çeşitli önlemler alabilirler. Örneğin, büyük batık maliyetler gerektiren teknolojilerin yerine daha düşük batık maliyetler yaratan veya piyasadaki tüm firmaların kullanabileceği fırsatlar sunan teknolojilere geçirilmesinin teşvik edilmesi düşünülebilir. Ayrıca, sermaye malları için kiralama piyasalarının özendirilmesi ve ikinci el piyasalarının geliştirilmesi batık maliyetleri azaltabilecek diğer önlemler arasındadır.

Yapılan tahminlerde, yukarıda açıklanan değişkenler dışında kalan, mutlak sermaye gereksinimi, endüstri büyümesi, endüstri karlılığı, reklam ve ARGE yoğunluğu, ithalat yoğunluğu ve endüstrinin sermaye-emek oranını temsil eden değişkenlerin, küçük firmaların piyasa payı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.

Konuyla ilgili benzer çalışmalara literatürde sıkça rastlanamıyor olması sonuçların kıyaslanabilmesi için daha az kaynağa ulaşılmasına eden olmaktadır. İleride Türkiye ve Türkiye'ye benzer ekonomik yapıya sahip ülkelerde benzer çalışmaların yapılması, bu analizlerden elde edilecek sonuçların kıyaslanmasına olanak tanıyacaktır. Ayrıca, küçük firmaların piyasa paylarının girişimcinin kişisel özellikleriyle de yakından ilişkili olduğu açıktır. Literatürde yer alan bazı çalışmalar, yaş, eğitim, önceki iş tecrübesi gibi kişisel özelliklerin girişimcilik kararında etkili olduğunu göstermektedir (Evans ve Leighton, 1989; Evans ve Jovanovic, 1989). Beşeri sermayeyi belirleyen bu faktörlerin başlangıç büyüklüğü üzerinde ağırlıklı bir etkiye sahip olduğu da bazı yazarlar tarafından ortaya

konmaktadır (Colombo, Delmastro ve Grilli, 2004). Örneğin Mata (1996), Portekiz için yapmış olduğu çalışmada yaşça büyük ve daha iyi eğitime sahip girişimcilerin daha büyük işletmeler kurduklarını belirtmektedir. Başlangıç büyüklüğünün seçiminde belirleyici role sahip bu faktörlerin, piyasadaki küçük işletmelerin payı üzerinde de etki yaratması olasıdır. Konu ile ilgili literatürde yer alan çalışmalarda geleneksel değişkenlerden uzaklaşılması ve bahsedilen değişkenlere ilişkin atfedilen önemin artıyor olması, beşeri faktörleri de ilerideki çalışmalarda analizlere dahil etmeyi gerektirmektedir. Kişinin faaliyette bulunduğu iş kolunda sahip olduğu iş tecrübesi, yönetsel tecrübe, almış olduğu eğitim, yaşı, cinsiyeti, sosyal statüsü, önceki işsizlik tecrübesi gibi girişimcilik motivasyonunu önemli ölçüde etkileyen bu beşeri faktörlere ilişkin veri setinin mevcut olmaması, bu değişkenlerin küçük firmaların piyasa payı üzerindeki etkisinin ülkemiz açısından incelenmesine şu an için imkan tanımamaktadır. İleride yapılacak olan çalışmalarda kişisel faktörlerin hesaba katılması küçük firmaların piyasa paylarının hangi faktörlerden etkilendiğinin daha iyi ortaya konmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Acs, Z. J. (1992). Small Business Economics: A Global Perspective. *Challenge*, 35, 38–44.
- Acs, Z. J. ve Audretsch, D. B. (1989). Small-firms in U.S. Manufacturing: A First Report. *Economic Letters*, 31(4), 399–402.
- Acs, Z. J. ve Audretsch, D. B. (1993). *Small Firms and Entrepreneurship: An East-West Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Acs, Z. J. ve Preston, L. (1997). Small and Medium- Sized Enterprises, Technology and Globalization: Introduction to a Special Issue on Small and Medium-Sized Enterprises in the Global Economy. *Small Business Economics*, 9(1), 1–6.
- Åstebro, T. ve Bernhardt, I. (1999). The Winner's Curse of Human Capital. Center for Economic Studies, U.S. Department of Commerce, Working Paper, No: CES 99-5.
- Audretsch, D. B. ve Mahmood, T. (1995). New-Firm Survival: New Results Using a Hazard Function. *Review of Economics and Statistics*, 77, 97-103.
- Austin, J. S. ve Rosenbaum, D. I. (1990). The Determinants of Entry and Exit Rates Into US Manufacturing Industries. *Review of Industrial Organisation*, 5(2), 211-223.
- Bain, J. S. (1956). *Barriers to New Competition*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Bain, J. S. (1968). *Industrial Organization*. 2nd edition. New York: John Wiley and Sons Inc.

- Baldwin, J. R. ve Gorecki P. K. (1985). The Determinants of Small Plant Market Share in Canadian Manufacturing Industries in the 1970s. *The Review of Economics and Statistics*, 4, 156–161.
- Bates, T. (1990). Entrepreneur Human Capital Inputs and Small Business Longevity. *The Review of Economics and Statistics*, 72, 551-554.
- Brannman, L., Klein, J. D. ve Weiss, L. (1987). The Price Effects of Increased Competition in Auction Markets. *Review of Economics and Statistics*, 69, 24–32.
- Cabral, L. (1995). Sunk Costs, Firm Size and Firm Growth. *Journal of Industrial Economics*, 43, 161-172.
- Carree, M. ve Thurik, R. (1993), The Dynamics of Entry, Exit and Profitability: An Error Correction Approach for the Retail Industry. *Small Business Economics*, 6, 107–116.
- Caves, R. ve Porter, M. (1976). Barriers to Exit. R. Schmalensee ve R. D. Willig(Ed.), *Handbook of Industrial Organization*, vol. II, (s. 951–1009). Amsterdam: North-Holland.
- Church, J. ve Ware, R. (2000). *Industrial Organization: A Strategic Approach*. New York: McGraw-Hill.
- Collins, N. R. ve Preston, L. E. (1968). *Concentration and price-cost margins in manufacturing industries*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Collins, N. R. ve Preston, L. E. (1969). Price-Cost Margins and Industry Structure. *Review of Economics and Statistics*, 51, 271–286.

- Colombo, M., Delmastro, M. ve Girilli, L. (2004). Entrepreneurs' Human Capital and The Start-Up Size of New Technology-Based Firms. *International Journal of Industrial Organization*, 22, 1183-1211.
- Comanor, W. S. ve Wilson, T. A. (1967). Advertising, Market Structure and Performance. *Review of Economics and Statistics*, 49, 423-535.
- Cotteril, R. S. (1986). Market Power in Retail Food Industry: Evidence From Vermont. *Review of Economics and Statistics*, 68, 379-386.
- Davut, L. (2002). *Sanayi İktisadı*, Ankara: İmaj Yayıncılık.
- Demsetz, H. (1973). Industry Structure, Market Rivalry and Public Policy. *Journal of Law and Economics*, 16 (1), 1-9.
- Deutsch, L. L. (1984). Entry and the Extent of Multiplant Operations. *The Journal of Industrial Economics*, 32, 477-487.
- Dickson, V. A. (1979). Suboptimal Capacity and Market Structure in Canadian Industry. *Southern Economic Journal*, 46, 206-217.
- Disney, R., Haskel, J. ve Heden, Y. (2003). Entry, Exit and Establishment Survival in UK Manufacturing. *The Journal of Industrial Economics*, 51(1), 91-112.
- Droucopoulous, V. ve Thomadakis, S. (1993). The Share of Small and Medium-Sized Enterprise in Grek Manufacturing. *Small Business Economics*, 5(3), 187-196.
- Dunne, T., Roberts, M. J. ve Samuelson, L. (1988). Patterns of Firm Entry and Exit in US Manufacturing Industries. *Journal of Economics*, 19(4), 495-515.

- Evans, D. (1987). Tests of Alternative Theories of Growth. *Journal of Political Economy*, 95, 657-674.
- Evans, D. ve Jovanovic, B. (1989). An Estimated Model of Entrepreneurial Choice Under Liquidity Constraints. *Journal of Political Economy*, 95, 657-674.
- Evans, D. ve Leighton, L. (1989). Some Empirical Aspects of Entrepreneurship. *American Economic Review*, 79, 519-535.
- Ferguson, J. (1974). *Advertising and Competition: Theory, Measurement, Fact*. Cambridge, MA: Ballinger.
- Gaskins, D. (1971). Dynamic Limiy Pricing: Optimal Pricing Under Threat of Entry. *Journal of Economic Theory*, 3, 306-322.
- Geroski, P. A. (1995). What Do We Know About Entry?. *International Journal of Industrial Organization*, 13(4), 421-440.
- Gilbert, R. J. (1989). The Role of Potential Competition in Industrial Organisation. *Journal of Economic Perspectives*, 3, 107-127.
- Gilbert, R. J. (1989). Mobility Barriers and The Value of Incumbency. R. Schmalensee and R. D. Willig(Ed.), *Handbook of Industrial Organization*, vol. II, (s. 951-1009). Amsterdam: North-Holland.
- Görg, H., Strobl, E. ve Ruane, F. (2000). Determinants of Fir Start-up Size: An Application of Quantile Regression for Ireland. *Small Business Economics*, 14, 211-222.
- Gujarati, D. N. (1999). *Temel Ekonometri* (Ü. Şenesen ve G. G. Şenesen Çev.). İstanbul: Literatür Yayıncılık.

- Gupta, V. K. (1979). Sub-optimal Capacity and Its Determinants in Canadian Manufacturing Industries. *The Review of Economics and Statistics*, 61, 506-512.
- Gupta, V. K. (1981). Minimum Efficient Scale as a Determinant of Concentration: A Reappraisal. *Manchester School of Economic and Social Studies*, 59, 153-164.
- Güenalp, B. (2002), Yarışılabilir Piyasalar Yaklaşımı ve Rekabet Politikaları, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (3), 49-66.
- Güenalp, B. ve Cilasun, S. M. (2006). Determinants of Entry in Turkish Manufacturing Industries. *Small Business Economics*, 27, 275–287.
- Güenalp, B. ve Cilasun, S. M. (2007). *Türk İmalat Endüstrilerinde Kuruluş Büyüklüğünün Belirleyenleri*. TÜBİTAK Araştırma-Geliştirme Projesi, SOBAG 105K167. Ankara: Tubitak.
- Hay, D. ve Morris, D. (1979). *Industrial Economics, Theory and Evidence*. Oxford: Oxford University Press.
- Highfield, R. ve Smiley, R. (1987). New Business Starts and Economic Activity: An Empirical Investigation. *International Journal of Industrial Organisation*, 5, 51-66.
- Hu, M. W. (1995). The Changing Roles of SMEs during Taiwan's Industrial Development, Proceedings of International Conference Series 1, *Research in Industrial Development: The Experience of Taiwan*, 266–294, The School of Management, Taiwan: National Central University(ROC).
- Hu, M. W. (1999). The Determinants of SME's Market Share in 1991-Taiwan Manufacturers. *Small Business Economics*, 12(1), 1-9.

- Hu, M. W. ve Schive, C. (1995). The Market Shares of Small and Medium Scaled Enterprises in Taiwan Manufacturers. *The Asian Economic Journal*, 9(2), 117–131.
- Hu, M. W. ve Schive, C. (1998). The Changing Competitiveness of Taiwan's Manufacturing SMEs. *Small Business Economics*, 11(4), 315-326.
- Jovanovic, B. (1982). Selection and Evolution of Industry. *Econometrica*, 50, 649–670.
- Lamm, R. M. (1981). Prices and Concentration In The Food Retailing Industry. *Journal of Industrial Economics*, 29, 67-78.
- Kaya, S. ve Üçdoğruk, Y. (2002). The Dynamics of Entry and Exit in Turkish Manufacturing Industry. ODTÜ VI. Uluslar arası İktisat Kongresinde Sunulan Tebliğ, Ankara: Türkiye.
- Khemani, R. S. ve Shapiro, D. M. (1986). The Determinants of New Plant Entry in Canada. *Applied Economics*, 18(11), 1243–1257.
- Koch, J. V. (1980). *Industrial Organisation and Prices*. Englewood Cliffs, N-J: Prentice-Hall
- Koutsyiannis, A. (1987), *Modern Mikroiktisat* (M. Sarımeşeli, Çev.). Ankara: Teori Yayınları.
- MacDonald, J. M. (1986). Entry and Exit on the Competitive Fringe. *Southern Economic Journal*, 54, 640–652.
- Mansfield, E. (1968). *Industrial Research and Technological Innovations: An Econometric Analysis*. New York: Norton.

- Mason, E. S. (1939). Price and Production Policies of Large Scale Enterprises. *American Economic Review*, 29, 61-74.
- Mata, J. (1996). Markets, Entrepreneurs and the Size of New Firms. *Economics Letters*, 52(1), 89-94.
- Mata, J. ve Machado, J. A. F. (1996). Firm Start-up Size : a Conditional Quantile Approach. *European Economic Review*, 40, 1305-1323.
- Miller, E. M. (1986). Determinants of the Size of the Small Business Sector: They Are Labor Productivity, Wage Rates and Capital Intensity. *American Journal of Economics and Sociology*, 45(4), 389-402.
- Modigliani, F. (1958). New Developments on the Oligopoly Front. *Journal of Political Economy*, 66, 215-232.
- Needham, D. (1978). *The Economics of Industrial Structure Conduct and Performance*. Londra: Holt, Rinehart and Winston.
- Nurmi, S. (2006). Sectoral Differences in Plant Start-up Size in the Finnish Economy. *Small Business Economics*, 26, 39-59.
- Orr, D. (1974). The Determinants of Entry: A Study of the Canadian Manufacturing Industries. *Review of Economics and Statistics*, 56, 58-65.
- Peltzman, S. (1977), The Gains and Loses From Industrial Concentration. *Journal of Law and Economics*, 20, 229-263.
- Reid, G.C. (1989). *Theories of Industrial Organisation*. Oxford: Basil Blackwell Ltd.

- Resende, M. (2007). Determinants of Firm Start-up Size in the Brazilian Industry: An Empirical Investigation. *Applied Economics*, 39, 1053-1058.
- Rosenbaum, D. I. ve Lamort, F. (1992). Entry, Barriers Exit, and Sunk Costs: An Analysis. *Applied Economics*, 24(3), 297–304.
- Segura, J. C., Garrigosa, E. G. ve Vergés, J. M. V. (2005). Determinants of Start-up Size and Subsequent Growth: A Multivariate Analysis, Universidad Autónoma de Barcelona, *yayınlanmamış makale*.
- Scherer, F. M. (1980). *Industrial Market Structure and Economic Performance*. Chicago, IL: Rand Mc Nally.
- Scherer, F. M. and Ross, D. (1990). *Industrial Market Structure and Economic Performance*, 3rd ed., Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Schmalensee, R. (1989). Inter-industry Studies of Structure and Performance, R. Schmalensee and R. D. Willig (Ed). *Handbook of Industrial Organization*, vol. II, (s. 951–1009). Amsterdam: North-Holland.
- Schwalbach, J. (1989). Small Business in German Manufacturing. *Small Business Economics*,1(2), 129–136.
- Staley, E. ve Morse, R. (1965). *Modern Small Industry for Developing Countries*. New York: McGraw-Hill.
- Storey, D. J. (1982). *Entrepreneurship and the New Firm*. London: Croom Helm.
- Stigler, G. (1968). *The Organisation Of Industry*, Homewoods. IL: Richard D. Irwin. Inc.

- Strickland, A. D. ve Weiss, L. (1976). Advertising, Concentration and Price-Cost Margins. *Journal of Political Economy*, 84, 1109–1121.
- Sylos-Labini, P. (1957). *Oligopoly and Technical Progress*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- TMMOB. (2010). *Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri (KOBİ'ler)*. Ankara: TMMOB
- Taymaz, E. (1997). *Small and Medium-Sized Industry in Turkey*. Ankara, Türkiye: State Institute of Statistics.
- Wagner, J. (1994). The Post-Entry Performance of New Small Firms in German Manufacturing Industries. *The Journal of Industrial Economics*, 42(2), 141–154.
- Wagner, J. (1995). Exports, Firm Size, and Firm Dynamics, *Small Business Economics*, 7(1), 29–39.
- Wenders, J. T. (1971). Collusion and Entry. *Journal of Political Economy*, 79, 1258–1277.
- White, H. (1980). A Heteroskedasticity-Consistent Covariance Matrix and a Direct Test for Heteroskedasticity. *Econometrica*, 48(4), 721–746.
- White, L. J. (1982) The Determinants of the Relative Importance of Small Business. *The Review of Economics and Statistics*, 64(1), 42–49.
- You, J. I. (1995). Small Firms in Economic Theory. *Cambridge Journal of Economics*, 19, 441-462

EK: 1**İmalat Endüstrileri ve Kodları**

ENDÜSTRİ KODU	ENDÜSTRİ ADI
3111	Mezbaha ürünleri sanayi
3112	Süt ve süt ürünleri sanayi
3113	Sebze ve meyve işletme sanayi
3114	Su ürünleri sanayi
3115	Bitkisel ve hayvansal yağlar sanayi
3116	Un ve unlu mamuller sanayi
3117	İşlenmiş unlu ürünler sanayi
3119	Şekerleme, kakao, çikolata vb. maddeler sanayi
3121	Başka yerde sınıflandırılmamış gıda maddeleri sanayi
3122	Yem sanayi
3132	Şarap sanayi
3134	Malt ve bira sanayi
3140	Tütün sanayi
3211	Elyafın hazırlanması, iplik haline getirilmesi, dokunması, boyanması vb. bitirme işlemleri
3212	Giyim eşyası dışında kalan hazır dokuma
3213	Örme sanayi
3214	Halı ve kilim sanayi
3219	Başka yerde sınıflandırılmamış dokuma ürünleri sanayi
3221	Deri ve kürk giyim eşyası sanayi
3231	Deri işleme sanayi
3233	Deri ve benzeri maddelerden yapılmış eşya sanayi (Ayakkabı ve giyim eşyası hariç)
3240	Ayakkabı sanayi (Kalıp mamulü lastik ve plastik ayakkabılar hariç)
3311	Kereste ve parke sanayi
3312	Ambalaj sanayi
3319	Diğer ağaç ve mantar ürünleri sanayi
3320	Ağaç mobilya ve döşeme sanayi
3412	Kağıt ve karton ambalaj maddeleri sanayi
3419	Başka yerde sınıflandırılmamış selüloz kağıt ve karton ürünleri
3421	Basım, yayım ve bunlara bağlı sanayi
3511	Ana kimyasal maddeler sanayi
3512	Kimyasal gübre ve tarımsal ilaçlar sanayi
3513	Sentetik reçineler, plastikler, yapay ve sentetik lifler (cam lifleri hariç) sanayi
3521	Boya, vernik-lak sanayi
3522	İlaç sanayi (veteriner ilaçları dahil)
3523	Sabun, temizleyici maddeler, parfüm, kozmetik ve diğer tuvalet malzemesi sanayi
3529	Başka yerde sınıflandırılmamış kimyasal ürünler sanayi

3551	Tekerlek iç ve dış lastiği yapımı
3559	Başka yerde sınıflandırılmamış lastik ürünleri sanayi
3560	Başka yerde sınıflandırılmamış plastik ürünleri sanayi
3610	Çanak, çömlek, çini porselen vb. sanayi
3620	Cam ve cam ürünleri sanayi
3691	Pişmiş kilden yapı gereçleri üretimi
3692	Çimento, kireç ve alçı sanayi
3699	Başka yerde sınıflandırılmamış ürünler yapımı
3710	Demir, çelik metal ana sanayi
3720	Demir, çelik dışında metal ana sanayi
3811	Her türlü bıçak el aletleri ve hırdavat malzemesi sanayi
3812	Metal mobilya ve donatım sanayi
3813	Metal yapı malzemesi sanayi
3819	Diğer metal eşya sanayi
3822	Tarımsal makine ve gereçlerin yapım ve onarımı
3823	Metal ve metal dışı makineleri işleyen makinelerin yapımı ve onarımı
3824	Özel endüstri makineleri ve gereçleri yapım ve onarımı
3825	Bilgi işlem, büro, muhasebe ve hesap makineleri yapımı ve onarımı
3829	Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve gereç yapım sanayi (Elektrik makineleri sanayi hariç)
3831	Elektrik sanayi makinaları ve aygıtları sanayi
3832	Radyo, televizyon ve haberleşme alet ve aygıtları sanayi
3833	Elektrikli ev aletleri sanayi
3839	Başka yerde sınıflandırılmamış elektrik makine ve aletleri yapım sanayi
3841	Deniz taşıtları yapım ve onarımı sanayi
3843	Motorlu kara taşıtları yapım, montaj ve onarımı sanayi
3844	Triportör, motosiklet, mobilet, bisiklet yapım ve onarımı sanayi
3851	Mesleki ve ilmi aletler ile başka yerde sınıflandırılmamış ölçme ve kontrol aletleri yapım sanayi
3852	Fotoğrafçılık malzemesi ve optik aletler imali
3901	Kuyumculuk ve benzeri üretim sanayi
3909	Başka yerde sınıflandırılmamış imalat sanayi

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Hande Sultan KARAGÜL

Doğum Yeri ve Tarihi : Uşak, 1986

Eğitim Durumu

Lisans Öğrenimi : Gazi Üniversitesi, İktisat Bölümü

Gazi Üniversitesi, İşletme Bölümü

Yüksek Lisans Öğrenimi : Hacettepe Üniversitesi, İktisat Bölümü

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

İş Deneyimi

Çalıştığı Kurumlar : Türkiye Halk Bankası A.Ş., Uzman Yardımcısı
(2010-...)

İletişim

E-Posta Adresi : handekaragul@hotmail.com

Tarih : 07.10.2010