

1988 YILINDA TÜRK İMALAT SANAYİNDE YOĞUNLAŞMA DÜZEYİ VE BU DÜZEYİ BELİRLEYEN FAKTÖRLER

Yrd. Doç. Dr. Meral ÖZHAN(*)

Bu yazıda Türk imalat sanayiinde yoğunlaşmanın son yıllarda ulaştığı düzey ve bu düzeyi belirleyen başlıca ekonomik faktörler araştırılmaktadır. Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Giriş olarak ayrılan Birinci bölümde piyasa yapısı ve yoğunlaşma ile ilgili kavramsal açıklamalar ve tanımlar yer almaktadır. İkinci bölümde Türkiye imalat sanayiinde yoğunlaşmanın ulaştığı düzey ölçülmektedir. üçüncü bölümde yoğunlaşmanın nedenleri üzerinde durulmakta ve dördüncü bölümde çalışmada ulaşılan sonuçlar özetlenmektedir.

1. GİRİŞ

Yoğunlaşma sanayi organizasyonu alanında en önemli piyasa yapısı unsurlarından biri olarak kabul edilir. Piyasa yapısı piyasa örgütlenmesinin firma davranış ve başarısına etki eden özellikleri olarak tanımlanır. Bu kavram piyasada varolan veya yeni girecek olan alıcı ve satıcıların sayısı ve birbirleri ile göreceli ilişkilerini yansıtır. Alıcı ve satıcı yoğunlaşma düzeyi ve biçimi yanısıra ürün farklılaştırması, piyasa giriş engelleri, maliyetler, firmalararası bağımlılık, diğer yapısal unsurlar olarak sıralanabilir. Yoğunlaşma kavramı bu çerçevede ekonominin tümünün veya belli bir sanayi dalının az sayıda ve belirli büyüklükte firmalar tarafından kontrol derecesini gösterir. Özel olarak piyasa yoğunlaşması belli bir sanayi dalındaki, yani aynı ürünü üreten firmaların yer aldığı faaliyet alanındaki büyük firmaların egemenlik derecesini ifade eder. Böylece yoğunlaşma ekonominin tümü veya belli bir sanayi dalındaki tekelleşme gücünü yansıtan bir kavram olarak kullanılmaktadır.

Yoğunlaşma olgusunun ekonomik teoride oturtulabileceği çerçeve tam rekabet ve tekel piyasası türleri arasında kalan diğer piyasa şekilleri için geliştirilmiş alandır. Bunlar tekelci rekabet veya oligopol piyasalarıdır. Her iki piyasa türü için ulaşılabilecek uzun dönem denge çözümleri genellikle tekel benzeri sonuçlar vermektedir. Bu sonuçlar tam rekabete göre yüksek fiyat ve düşük üretimi ifade eden artık kapasite (excess capacity theorem)/teoremi ile açıklanmaktadır. Bu teorem gereğince yoğunlaşmış sanayilerde firmalar ulaşabilecekleri en düşük maliyetle üretim yapmadıkları için yoğunlaşma düzeyi yükseldikçe eksik kapasite payının yükseleceği

(*) H.Ü. İ.İ.B.F. İktisat Bölümü Öğretim Üyesi

ve üretimde etkinliğin azalacağı kabul edilmektedir. Bu öngörüğü doğrular biçimde gelişmiş ve az gelişmiş ülkeler imalat sanayilerinde yoğunlaşma ile kârlılık ilişkisini araştıran birçok uygulamalı çalışma yoğunlaşmış sanayilerde normal-üstü kârların varlığını göstermektedir. Nitekim Türk imalat sanayiinde yoğunlaşma kârlılık ilişkisini araştıran bazı çalışmalar da¹ bu sonuçları destekler niteliktedir.

Ekonomik teorideki bu öngörüler yanısıra çoğu az gelişmiş ülke sanayilerinde ve bu arada Türk imalat sanayiinde gözlenen bazı ortak yapısal özellikler dikkati çekmektedir. Bunlar iki noktada toplanabilir. Birincisi birçok az gelişmiş ülke sanayiinde beliren modern ve geleneksel kesimden oluşan ikili yapı Türk imalat sanayiinde de mevcuttur. Bu iki yapı arasında ayrıca orta derecede modernleşmiş bir kesimin varlığı da gözlenmektedir. Modern kesim olarak nitelendirilebilecek iki kesim görel olarak daha ileri teknolojiler kullanan ve genellikle kentsel alanlarda kurulmuş sanayilerden oluşur. Buna karşılık küçük girişimlerden oluşan geleneksel kesim görel olarak geri teknolojiler kullanır ve daha çok kırsal alanlarda kurulmuştur. Bu son kesimin başlıca özellikleri küçük ölçekli girişimler, piyasaya giriş kolaylıkları, emek-yoğun teknolojiler ve aile mülkiyeti olarak özetlenebilir. Küçük girişimlerin imalat sanayi üretimindeki yerleri az gelişmiş ülkeler arasında farklılıklar göstermektedir. Türk imalat sanayiinde DİE'nin sınıflamasına uygun olarak 25 kişiden daha az işçi çalıştıran işyerleri küçük sanayi tanımına girmektedir. Bu küçük girişimlerin imalat sanayi toplam üretimindeki payları 1988 verileriyle yüzde 3'ü, katma değer olarak da yüzde 2'yi aşmamaktadır. 1983 ve 1985 yılları için bulunan oranlarla birarada ele alındığında bu paylar küçük sanayinin Türk imalat sanayiindeki görel önemini düşük olduğunu göstermektedir.

İkinci sorun az gelişmiş ülke imalat sanayilerinde orta ve büyük ölçekli firmaların mülkiyet özellikleri ile ilgilidir. Büyük ölçekli özel girişim firmaları genellikle çok ürünlü çok piyasalı veya ana bir firma ya da gruba bağlı olarak faaliyet gösterirler. Bu tür organizasyonların varlığı bir firmanın görel büyüklüğünün sadece belli bir piyasadaki veri bir malın satışı veya üretimi ile sınırlı kalmayıp, onun genel büyüklüğüne bağlı bir yoğunlaşma biçimi yansıtaçağını gösterir. Bu çalışmada DİE'nin işyeri yani fabrika bazında topladığı verilerle yoğunlaşma düzeyleri saptanmıştır. Firma düzeyinde bilgi sağlamak mümkün olmamıştır. Ancak firma düzeyinde bilgiler bile banka ve holdinglerin denetimindeki sanayi gruplarının varlığını yansıtamayacağı için sorunun bu yönü yoğunlaşmanın gerçek düzeylerinin saptanmasında önemli bir engel oluşturmaya devam edecektir.

2. 1988 Yılında İmalat Sanayi Yoğunlaşmasının Ulaştığı Düzey

Sanayi yoğunlaşma düzeylerinin ölçülmesinde çok çeşitli indeksler geliştirilmiştir. Bu indekslerle ölçümde genellikle sanayinin üretimi, satışları, yaratılan katma değer, istihdam ve sabit sermaye

gibi değişkenler kullanılmaktadır. Bu çalışmada kullanılan yoğunlaşma indeksi yoğunlaşma oranları olmuştur. Yoğunlaşma oranları kabaca ele alınan değişkenin toplam değerleri içinde belirli sayıda firmaların kümülatif payları olarak tanımlanmaktadır. Yoğunlaşma oranlarının saptanmasında esas alınan değişken piyasa paylarını doğrudan yansıttığı varsayılan satışlardır. Bu çalışmada benzeri çalışmalarda olduğu gibi 4 - firma ve 8 - firma yoğunlaşma oranları kullanılmıştır.

Türk imalat sanayiinde yoğunlaşma oranlarının saptanmasında DİE'nin uluslararası standart iktisadi faaliyet kolları sınıflandırmasında dört basamaklı sanayi gruplarına ait satış değerleri kullanılmıştır. 1988 yılı için 85 dört-basamaklı sanayi gruplarında 4 - firma ve 8 - firma yoğunlaşma oranları saptanmıştır. 1988 yılı verileriyle hesaplanan yoğunlaşma oranları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo : 1 Yoğunlaşma Oranları (1988)

Dört - Basamaklı Sanayi Grupları	Y02	Y04	Y08
3111 Mezbaha Ürünleri s.	0.19	0.34	0.50
3112 Süt ürünleri S.	0.42	0.54	0.69
3113 Sebze ve Meyve İş. S.	0.17	0.30	0.44
3114 Su Ürünleri İş. S.	0.70	0.86	0.94
3115 Bitkisel ve Hayvansal Yağlar İş. S.	0.29	0.46	0.60
3116 Un ve Unlu ürünler S.	0.08	0.13	0.22
3117 İşlenmiş Unlu Ürünler üretimi S.	0.36	0.50	0.67
3118 Şeker Fabrikaları S.	0.18	0.34	0.59
3119 Şekerleme-Kakao Çukolata S.	0.39	0.55	0.66
3121 Diğer Gıda Mad. S.	0.20	0.29	0.43
3122 Hayvan Yemleri S.	0.08	0.13	0.22
3131 Damıtık Alkollü İçkiler s.	0.63	0.81	0.99
3132 Şarap S.	0.55	0.72	0.91
3133 Malt ve Bira S.	0.39	0.68	0.98
3134 Alkolsüz İçkiler Meyve Suları S.	0.17	0.30	0.54
3140 Tütün S.	0.42	0.66	0.80
3211 Dokuma ve Giyim Eşyası Üretimi S.	0.08	0.13	0.23
3212 Giyim Dışında Kalan Hazır Dokuma S.	0.51	0.61	0.72
3213 Örme S.	0.11	0.19	0.30
3214 Her Türü Halı Kilim S.	0.38	0.59	0.79
3215 Halat, ip, sicim, organ S.	0.74	1.00	1.00
3219 Diğer Dokuma S.	0.81	0.99	1.00
3221 Deri Giyim Eşyası S.	0.14	0.20	0.32
3222 Tabii Deri ve kürk Dışında Hakır Giyim S.	0.04	0.08	0.13

Dört - Basamaklı**Sanayi Grupları**

	Y02	Y04	Y08	
3231	Deri İşleme S.	0.23	0.35	0.50
3232	Kürk İşleme ve Boya S.	1.00	1.00	1.00
3233	Deri Eşya S.	0.70	0.81	0.93
3240	Ayakkabı S.	0.34	0.48	0.65
3311	Ağaç ve Mantar Ürün. S.	0.11	0.20	0.32
3312	Ambalaj S.	0.72	1.00	1.00
3319	Diğer Ağaç ve mantar ürünleri S.	0.57	0.86	0.97
3320	Ağaç Mobilya Mef. S.	0.34	0.53	0.69
3411	Selüloz, Kağıt, Karton üretim Maddeleri S.	0.27	0.49	0.80
3412	Kağıt ve karton Ambalaj Maddeleri S.	0.28	0.47	0.67
3419	Diğer Selüloz Kağıt ve Karton Ürünleri S.	0.60	0.77	0.92
3421	Basım-Yayın ve Bunlara Bağlı S.	0.25	0.37	0.51
3511	Ana Kimyasal Maddeler S.	0.36	0.58	0.77
3512	Kimyasal Gübre ve Tarımsal İlaçlar S.	0.36	0.55	0.79
3513	Sentetik Reçineler Plastikler, Lifler S.	0.62	0.92	0.99
3521	Boya, Vernik, Lâk S.	0.42	0.65	0.84
3522	İlaç S.	0.24	0.41	0.61
3523	Sabun, Temizleyici Mad. S.	0.54	0.71	0.88
3529	Diğer Kimyasal Ürün S.	0.26	0.40	0.60
3530	Petrol Rafinerileri S.	0.76	0.98	1.00
3541	Petrol ve Kömür Türevleri Sanayi	0.87	1.00	1.00
3542	Kok Kömürü ve Briket Üretimi S.	1.00	1.00	1.00
3543	Madeni Yağlar ve Ürünler S.	0.52	0.88	0.99
3544	LPG Dolum İşlemleri S.	0.68	0.90	0.99
3551	Tekerlek İç ve Dış Lastiği Yapım S.	0.69	1.00	1.00
3559	Diğer Lastik Ürün. S.	0.39	0.49	0.62
3560	Diğer Plastik Ürün. S.	0.11	0.19	0.32
3610	Çanak, Çömlek, Çini ve Porselen S.	0.41	0.62	0.82
3620	Cam ve Cam Ürün. S.	0.31	0.53	0.80
3691	Pişmiş Kilden Yapı Gereçleri S.	0.16	0.28	0.39
3692	Çimento, Kireç ve Alçı S.	0.18	0.30	0.46
3699	Diğer Yapı Mal S.	0.19	0.28	0.44
3710	Demir-çelik Metal Ana S.	0.32	0.46	0.59
3720	Demir-çelik dışında Metal Ana S.	0.28	0.50	0.67
3811	Her Türü Bıçak Hırdavat Sanayi	0.15	0.27	0.43
3812	Metal Mobilya Donatım S.	0.23	0.38	0.59
3813	Metal Yapı Malzemeleri S.	0.16	0.27	0.42
3819	Diğer Metal Eşya S.	0.21	0.30	0.45
3821	İçten Yanmalı Motorlar ve Türbünler S.	0.57	0.89	1.00

Dört - Basamaklı Sanayi Grupları		Y02	Y04	Y08
3822	Tarımsal Makine ve Gereçlerin Yapım ve Onarımı S.	0.70	0.83	0.88
3823	Metal ve Metal Dışı Makineleri İşleyen Makinelerin Yapım ve Onarımı S.	0.33	0.46	0.60
3824	Özel Endüstri Mak. S.	0.16	0.29	0.45
3825	Bilgi İşlem, Büro, Muhasebe Hesap Mak. S.	0.63	0.85	1.00
3829	Diğer Mak. ve Gereçler S.	0.50	0.61	0.71
3831	Elektrik S. Makine ve Cihazları S.	0.27	0.48	0.66
3832	Radyo, Televizyon, Haberleşme Aletleri S.	0.36	0.60	0.82
3833	Elektrikli Ev Eşyası S.	0.44	0.60	0.76
3839	Diğer Elektrikli Mak. ve Aletler S.	0.25	0.38	0.51
3841	Deniz Taşıtları Yapım ve Onarımı S.	0.50	0.77	0.96
3842	Demiryolları Ulaşım Ar. S.	0.72	0.93	1.00
3849	Diğer Taşıt Ar. S.			
3851	Mesleki ve Bilimsel Al. S.	0.31	0.48	0.70
3852	Fotoğrafçılık ve Opt. Eşya S.	0.45	0.71	0.99
3853	Saat S.	1.00	—	—
3901	Kuyumculuk ve Benzeri Üretim S.	0.51	0.74	1.00
3903	Spor Malzemeleri S.	1.00	—	—
3904	Oyuncak ve Oyun Al. S.	0.80	1.00	1.00
3909	Diğer İmalat S.	0.22	0.33	0.50

1988 yılı için 4- firma yoğunlaşma oranı ortalama olarak yüzde 58, 8- firma yoğunlaşma oranı yüzde 71.5'dir. Bu oranlar 1983, 1985 ve 1987 yılları için hesaplanan ortalamalara göre önemli bir farklılık göstermemektedir. 1983 için bu oranlar sırasıyla yüzde 58 ve yüzde 71'dir. İki yıl arasında yüzde 10'dan fazla değişme gösteren sanayi grupları incelendiğinde yoğunlaşma düzeyleri artan sanayilerin azalanlara göre çok az bir farkla önde olduğu gözlenmektedir. 1988 yılı için hesaplanan yoğunlaşma oranları önceki yıllarda olduğu gibi, uluslararası düzeyde kritik olarak kabul edilen YO4 yüzde 50 ve YO8 yüzde 70 düzeylerinin üzerindedir. 1988'de 4-firma yoğunlaşma oranı yüzde 50'nin üzerinde olan sanayiler toplam sanayilerin yüzde 56'sını oluştururken, 8-firma yoğunlaşma oranları yüzde 70'in üzerinde olan sanayiler için bu değer yüzde 52'dir.

Uluslararası bir sınıflandırmaya göre 4-firma yoğunlaşma oranları yüzde 30'un altında olan sanayiler yoğunlaşmamış, yüzde 30 ile yüzde 70 arasında olan sanayiler orta derecede yoğunlaşmış, yüzde 70'in üzerinde olan sanayiler ise yoğunlaşmış sanayiler olarak kabul edilmektedir. Buna göre 1988 yılı rakamlarıyla 85 sanayi grubu içinde yoğunlaşmamış sanayi grubunda 14, orta derecede yoğunlaşmış sanayi gurubunda 38, yoğunlaşmış sanayi gurubunda ise 33 sanayi yer almaktadır. Diğer bir sınıflandırmaya göre 1988 imalat sanayi verileri Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo: 2

Yoğunlaşma oranları (%)	4 basamaklı Sanayi grupları
80-100	24
60-79	14
40-59	22
20-39	17
20'den az	8

3. Türk İmalat Sanayinde Yoğunlaşmayı Etkileyen Faktörler

Sanayi yoğunlaşmasına neden olan faktörler teorik düzeyde ölçek ekonomileri, birleşmeler, başlangıç sermaye gereği, ürün farklılaştırmasının bir göstergesi olarak reklamlar, piyasa talebinin büyüme hızı, kamu politikası ve tesadüfi değişkenler olarak sıralanmaktadır. Konu ile ilgili uygulamalı çalışmalarda yoğunlaşmanın ulaştığı düzeyi belirleyen faktörler çoklu regresyon modelleri ile saptanmaktadır.

1988 yılı verilerinin kullanıldığı bu çalışmada yoğunlaşma düzeyini belirleyen faktörler yoğunlaşma oranlarının bağımlı değişken olarak yer aldığı ve altı bağımsız değişken içeren çoklu regresyon modelleri ile analiz edilmektedir. Regresyon modellerinde bağımlı değişken olarak 4-firma ve 8-firma yoğunlaşma oranları kullanılmıştır. Bu oranlar sırasıyla firmalar satış değerlerine göre en büyükten en küçüğe doğru sıralandıktan sonra en büyük ilk dört veya en büyük ilk sekiz firmanın toplam satışlarının ilgili sektörün toplam satışlarına oranlanması ile bulunmuştur. Bağımsız değişkenler: (1) ölçek ekonomileri (2) mutlak sermaye gereği (3) kredi kullanım oranı (4) reklam harcamaları (5) piyasa talebinin artış hızı (6) ihracat olmuştur.

Analizde kullanılan değişkenler aşağıda sırasıyla tanıtılmaktadır.

1. Ölçek ekonomileri: Ölçek ekonomileri görece olarak büyük ölçeklerde üretilen ürünün birim maliyetlerinde azalma olarak tanımlanır. Böylece en düşük maliyetle üretim miktarını gerçekleştirecek kapasite optimum kapasite veya minimum ölçek olarak kabul edilir. Bu ölçekte üretimin piyasa yoğunlaşmasına katkısının iki şekilde olacağı beklenir. Birincisi büyük ölçekli üretimin kendi başına önemli bir giriş engeli oluşturması, diğeri ise minimum etkin ölçeğin sanayi arzına oranıdır. Bu etkiler piyasada az sayıda optimal ölçekte tesisin kurulmasına yol açarak yoğunlaşmayı artırıcı bir rol oynamaktadırlar.

Ancak tek bir fabrikanın veya entegre bir tesisin büyümesinden kaynaklanan yoğunlaşma artışı teknolojik bir gereklilik ve bu ne-

denle ekonomik hayatın vazgeçilmez bir gerçeği olarak kabul edilmektedir. Oysa firma başına düşen fabrika sayısındaki artıştan kaynaklanan yoğunlaşma artışı teknolojik gereklerle açıklanamayan bir mülkiyet yoğunlaşması şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada ölçek ekonomileri DİE verilerinde 4-basamaklı sanayiler için verilen çıktı değerlerine bağlı olarak tanımlanmıştır. Ölçek ekonomilerinin bir göstergesi olarak çıktı değerlerinin ilgili sanayi dalındaki firma sayısına bölünmesi ile bulunacak ortalama üretim değerleri alınabilirdi. Ancak böyle bir tanım piyasa payları çok düşük işletmelerin de hesaba katılmasını gerektirdiği için ölçek ekonomilerinin öneminin düşük tahmin edilmesine yol açacaktır. Bu sakıncayı önlemek için, büyük işyerlerinin ortalama üretimi ölçek ekonomilerinin pratik karşılığı olarak kabul edilmiştir. Buna göre örneğin yoğunlaşma oranının 1 olduğu sanayilerde ortalama ölçek büyüklüğü bu sanayiye ait çıktı değeridir. Benzer şekilde 4-firma yoğunlaşma oranı yüzde 50'nin üzerinde ise o sanayideki ortalama ölçeğin değeri en büyük dört firmanın ortalama üretimi olacaktır. Böylece ölçek büyüklüğünün belirlenmesinde her sanayideki firmaların büyüklük dağılımına uygun olarak farklı bir yol izlenmiştir. Bu tür bir yol izlenmesinin gerisinde yatan teorik varsayım ise ölçek büyüklüğünün bir giriş engeli yarattığı kabul edildiğinde büyük firmaların ortalama ölçeğinin kriter alınmasının daha doğru olduğu düşüncesidir.

2. Mutlak sermaye Gereği: Mutlak sermaye gereği optimal ölçekte bir işletme için gerekli sabit sermaye yatırımları olarak tanımlanmakta ve ekonomik teoride önemli bir giriş engeli olarak kabul edilmektedir. Ancak sermaye değerlendirme kriterlerindeki farklılık nedeniyle pratikte ortalama etkin ölçekte bir işletme için gerekli sermaye miktarını belirlemek güç olmaktadır. Bu güçlükler karşısında çalışmada DİE'nin dört basamaklı sanayiler için verdiği sabit varlıklar sermaye büyüklüğünü temsil eden değişkenler olarak kullanılmıştır. Ortalama sermaye büyüklüğünün hesaplanmasında ortalama ölçek büyüklüğünün hesaplanmasına benzer bir yol izlenmiştir.

Ortalama büyüklükte bir işletmenin toplam üretim içindeki yüzde payı toplam sabit varlıklar içindeki yüzde payı ile aynı varsayılmıştır. Bu varsayımın dayandığı mantık firma ölçeği ile sermaye büyüklüğünün oransal olduğu düşüncesidir. Bu değişken modelde ortalama sermaye büyüklüğünün ortalama çalışan sayısına bölünmesi ile bulunan İşçi Başına Sermaye şeklinde de kullanılmıştır.

3. Kredi Kullanım Oranı: Kamu kaynaklarından sağlanan krediler sanayide faaliyet gösteren firmalar için sermaye gereğinin diğer bir tamamlayıcı unsurudur. Kamu politikasının yoğunlaşma düzeyi üzerindeki etkisini yakalamanın en uygun yollarından birisi kredi kullanma olanaklarının sanayiler arasındaki dağılımında kamunun rolü ile ilgilidir. Bu nedenle kredi kullanım oranının

yoğunlaşmayı açıklamaya çalışan bir modelin ihmal edilmemesi gerekli bir açıklayıcı değişkeni olması gerekir. DİE verilerinden sağlanan 4-basamaklı sanayiler için uzun, orta ve kısa vadeli kredilerden oluşan toplam kredilerin öz sermaye ve toplam kredilerden oluşan pasifler toplamına oranı kredi kullanım oranı olarak alınmıştır.

4. Piyasa Talebinin Büyüme Hızı: Bir sanayinin büyüme hızı ne kadar yüksekse diğer koşullar aynı kaldığında yeni firmaların girişi o kadar kolaylaşacaktır. Ancak firmalar için önemli olan cari yılda gerçekleşen büyüme oranlarından çok gelecek yıllarda beklenen büyüme oranlarıdır. Bu alandaki bekleyişler ise daha çok geçmiş yıllarda gerçekleşen büyüme hızlarına bağlı olarak oluşur. Bu çalışmada sektörel taleplerin son üç yılda gerçekleşen büyüme hızları beklenen büyüme hızı olarak kabul edilmiştir. Bu değişkenin veri kaynağı DPT Yıllık Programları olmuştur. DİE'ni 4-basamaklı sanayi gruplandırması DPT'nin yayımlarındaki sınıflamaya karşı gelmediği için DPT'nin mal esasına dayalı talep artış oranları 4-basamaklı sanayilere göre toplulaştırılarak kullanılmıştır.

5. Reklam Harcamaları: Reklam harcamaları mal farklılığı yaratmak ve tüketici dhiinde yer almak için firmaların yaptıkları bir tür fiziksel olmayan yatırımdır. Reklam harcamaları ile yoğunlaşma arasındaki ilişki iki yönlü olarak ortaya çıkmaktadır. İlk olarak reklam harcamaları reel ve parasal ölçek ekonomileri yaratmaktadır. Reklamcılığın ancak büyük üretim düzeylerinde ortaya çıkan minimum etkin bir ölçeği olduğu ve reklamlar aracılığı ile sağlanacak en iyi sonucun ancak bu ölçek düzeyinde gerçekleşeceği kabul edilmektedir. Öte yanan reklamcılığın marka bağımlılığı yaratarak, mevcut firmalardan potansiyel gircilere talep kaydırmakta önemli bir giriş engeli yarattığı da bilinmektedir. Kurulu firmalar piyasadaki paylarını koruma amacıyla reklam harcamalarını artırmak zorundadır. DİE'den sağlanan 4-basamaklı sanayilere ait reklam giderlerinin satışlara oranlanması ile bulunan değer reklam-satış oranı şeklinde kullanılmıştır.

6. İhracat: Hem bir nihai talep unsuru olarak, hem de kamu politikalarının yoğunlaşma üzerindeki etkilerini değerlendirmek açısından ihracatın analizde önemli bir yeri vardır. Talep unsuru olarak ihracatın piyasa girişi kolaylaştırarak yoğunlaşmayı azaltması beklenir. Öte yandan kamunun kayırmacı politikalar izlemesi veya ihracatı teşvik tedbirlerinden belli bir sektör içinde büyük firmaların küçüklere oranla daha fazla yararlanma şansları yoğunlaşma olgusunu artırıcı bir etki yaratacaktır. Dolayısıyla hangi etkinin mutlak olarak daha büyük oluşuna bağlı olarak ihracatın yoğunlaşma üzerindeki etkisi artırıcı ya da azaltıcı yönde olacaktır. Çalışmada DPT programlarında yer alan mallar DİE'nin 4-basamaklı sanayi sınıflamasına göre toplulaştırılarak bulunmuştur. İhracat değeri, analizde son üç yılda ihracat artış oranları şeklinde kullanılmıştır.

Yoğunlaşma düzeyi bu değişkenlerin bir fonksiyonu olarak belirlenmektedir.

$$Y = f(X_1, X_2, \dots, X_6)$$

Y = Yoğunlaşma düzeyi

X₁ = Ölçek ekonomileri (ÖLÇ)

X₂ = Mutlak sermaye gereği (SER-İBS)

X₃ = kredi kullanımı (KRD)

X₄ = piyasa talebinin büyüme hızı (TES)

X₅ = reklam yoğunluğu

X₆ = ihracat

İlk olarak örnek hacminin bütünü oluşturarak 85 sanayi üzerinde analiz yapılmıştır.

Tablo : 3

Bağımlı Değişken : YO4

Açıklayıcı

değişkenler	Katsayılar	t	R ² , \bar{R}^2 , n, F
Sabit	0.6910	6.4891	R ² = 0.081
ÖLÇ	4.7930	0.7948	\bar{R}^2 = 0.118
İBS	0.0080	2.5906	F ² = 2.8645
KRD	-0.3055	-1.8648	n ² = 85
REK	-1.7859	-0.9838	k ² = 6
İHR	0.0006	0.9631	
TES	0.0004	0.5624	

a : Yüzde 1 düzeyinde anlamlı (tek yönlü)

b : Yüzde 5 düzeyinde anlamlı (tek yönlü)

Bu modelde açıklayıcı değişkenlerden sadece ÖLÇ ve İBS beklenen işaretleri ile tahmin edilmiştir. Diğer değişkenlerden KRD, İHR ve TES'nin beklenen işaretleri belirsiz olduğu için tahmin sonuçları açıklanabilir olsa bile, REK değişkeninin işareti beklenenin aksinedir. Öte yandan altı değişkene ait katsayılarından sadece bir tanesi istatistiksel olarak yüzde 1 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Ayrıca model, tablodan görülebileceği gibi diğer istatistiksel kriterleri yeterli düzeyde karşılayan sonuçlar vermemiştir. Kamu kesiminin

üretimde önemli paya sahip olduğu 12 sanayi grubu dışlanarak 73 gözlemle yapılan denemeler de 85 sanayilik regresyon sonuçları üzerinde hiçbir önemli yenilik getirmemiştir. Daha iyi model tahminlerine ulaşmak için bazı sanayilere ait verilerin tutarsız derlenmiş olabileceği düşüncesiyle gözlem atama yöntemi denenmiş ve bu amaçla gözlem sayısı 55 olan örnekle regresyon analizi yapılmıştır. Gözlem ayıklama yönteminde atılan gözlemlerin toplam sanayi satışları içindeki payının düşük olmasına dikkat edilmiştir.

Gözlem atama yönteminin en iyi sonucu olarak görünen 55 gözlemlilik analizin tahminleri Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo : 4

Bağımlı Değişken : YOS

Açıklayıcı değişkenler	Katsayılar	t	R ² , \bar{R}^2 , n, F
Sabit	0.5976	3.7772	R ² = 0.282
ÖLÇ	2.6600	0.2274	\bar{R}^2 = 0.192
İBS	0.0190	3.4663	F ² = 3.1412
KRD	-0.0515	0.1979	n ² = 55
REK	0.7840	0.4907	k ² = 6
İHR	-0.0012	-1.0499	
TES	0.0020	0.9076	

a : Yüzde 1 düzeyinde anlamlı (tek yönlü)

Bu modelde ne yazık ki 55 sanayilik gözlemle denenen yarı-logaritmik ve çift logaritmik pek çok modeller gibi istatistiki kriterleri yeterli düzeyde sağlayan sonuçlar vermemiştir.

Daha önce 1983 verileriyle yapılan benzeri analizler teorik beklentiler ve istatistiki kriterler açısından çok daha tatmin edici sonuçlar vermişti. Bu model tahminlerine göre imalat sanayiinde yoğunlaşmayı artıran faktörlerin, ölçek büyüklüğü, mutlak sermaye gereği, reklam harcamaları, kredi ve ithalat politikası ve kamu-özel mülkiyet ayrımı gibi değişkenlerin olduğu, buna karşılık piyasa talebinin büyüme hızı ve ihracatın yoğunlaşmayı azaltıcı yönde etkiledikleri sonucuna ulaşmıştı.

Şimdi yeterli güvenilirlikte olmamakla birlikte, 1988 verilerine dayalı model tahminlerine göre, imalat sanayiinde yoğunlaşmayı artıran faktörlerin ölçek ekonomileri ve sermaye gereği olduğu öne sürülebilir. Reklam harcamalarının yoğunlaşma üzerindeki etkisi-

nin artıcı ya da azaltıcı yönde oluşunun örnek hacmine bağlı olarak farklı sonuçlar vermesi bu konuda belirsizliğe neden olmuştur. Gözlem seti geniş tutulduğunda küçük firmaların görece paylarının artması bu firmaların yaptığı reklam harcamalarının büyüklerin piyasa paylarını olumsuz etkilediği sonucuna ulaştırmaktadır. Bu çalışmada kredi değişkeninin 1983 sonuçlarının aksine yoğunlaşmayı negatif yönde etkileyen önemli bir değişken olduğu görülmektedir. Bu sonuç son yıllarda ağırlık kazanan küçük sanayiye teşvik politikaları çerçevesinde değerlendirildiğinde, kamu kreilerinin büyüklerden yana ayırıcı uygulamalarının küçükleri teşvik edici doğrultuda yönlendirildiği sonucuna ulaşılmaktadır. Bir talep unsuru olarak ihracatın yoğunlaşma üzerinde negatif etkisinin teorik beklentilere uygun olmasına karşılık piyasa talebinin büyüme hızının yoğunlaşmayı artırıcı yönde etkilemesi ne teorik beklentilere ne de 1983 sonuçlarına uymaktadır. Bu olgu iç piyasadaki talep artış hızının yeni firma girişlerini özendirilmeyerek ve büyük firmaların görece paylarını arttırmalarını veya en azından korumalarını sağlayarak yoğunlaşmayı pozitif yönde etkilediğini düşündürmektedir. 1983 çalışmasında kullanılan ithal bağımlılığı ve kamu-özel mülkiyet ayrımını gösteren niteliksel değişkenler 1988 yılı verileriyle yapılan analizlerde kullanılmamıştır. Bu farklılığın nedeni kukla değişken kullanmanın model çözümlerinde yarattığı teknik zorlukların ötesinde, son yıllarda uygulanan ithalatı serbestleştirici ve kamunun görece önemini azaltmaya yönelik iktisat politikalarıdır.

4. SONUÇ

1981 yılından başlayarak 1983, 1985, 1987 ve 1988 yılları için 80'in üzerinde sanayi grupları için hesaplanan yoğunlaşma oranları bu yıllar boyunca yoğunlaşma düzeylerinde önemli bir değişme olmadığını göstermektedir. Ortalama yoğunlaşma oranları dört-firma için yüzde 58, sekiz-firma için yüzde 71 dolaylarında seyretmektedir. Bu oranlar uluslararası düzeyde yoğunlaşma için kritik oran olarak kabul edilen dört-firma için yüzde 50, sekiz-firma için yüzde 70 düzeylerini aşmaktadır. 1988 çalışmasında gördüğü gibi sanayilerin 1/3'ünde dört-firma yoğunlaşma oranları yüzde 80'nin üzerindedir. Verilerin firma değil, işyeri (fabrika) bazında derlendiği gözönüne alınırsa, gerçek yoğunlaşma düzeyinin hesaplanandan çok daha yüksek değerde olması şaşırtıcı olmayacaktır. Ancak Türk imalat sanayiinde kamu kesiminin payı oldukça yüksektir. Böylece kamu ekonomik kuruluşlarının varlığı genel ve piyasa yoğunlaşma düzeyini yükselten bir olgudur. 1988 yılında kamu kuruluşlarının imalat sanayi üretimindeki payı yüzde 28'dir. Bu oran 1985'de yüzde 38 olarak hesaplanmıştı. Son üç yılda kamunun payındaki 10 puanlık azalma, özel kesim yoğunlaşma oranlarında bir artış olduğunu göstermektedir.

Diğer taraftan Türk imalat sanayiinde özel sektör kuruluşları özellikle ara ve yatırım malları sanayilerinde oldukça gençtirler. Bu kuruluşlar teknolojik minimum ölçek gereklerinin altında bir kapasite ile işe başlasalar bile piyasanın sınırlılığı ve bölünmezlik ilkesi nedeniyle daha başlangıçta tekelci veya oligopolcü bir ortam yaratılmaktadır. Böylece teknolojik olarak minimum etkin ölçek gerekleri sanayide yüksek bir yoğunlaşma anlamına gelmektedir. Sanayileşme sürecinin başlangıcında olan Türkiye'de sanayileşme politikası büyük ölçekli kuruluşların gelişmesini özendirdiği için anti-tekelleşme yasal düzenlemelerle tekelleşme oluşumları engellenmemiştir.

Teknolojik MEÖ gereklerinin ötesinde bir yoğunlaşma düzeyi tekelleşme piyasaların fiyat ve üretime ilişkin olumsuz sonuçlarını birlikte getirmektedir. Bu açıdan bakıldığında ölçek büyüklüğü yarattığı ekonomiler nedeniyle olumlu bir faktör olarak kabul edilebilecek reklam harcamaları, kredi kullanımı, ithalat ve ihracat politikaları sanayileşme politikası açısından üzerinde önemle durulması gereken değişkenlerdir. Kamu elinde bir politika değişkeni olarak kabul edilebilecek kredi kullandırma, ithalat ve ihracat üzerinde kısıtlama ve özendirme ölçek gereklerini aşan yoğunlaşma artışını engellemekte bir araç olarak kullanılabilirler. Nitekim 1988 verileriyle yapılan çalışmada yoğunlaşmayı pozitif yönde etkilediği saptanan ithalat bağımlılığı değişkeninin kullanılmaması bu alanda son yıllarda uygulanan serbestleştirici politikalar nedeniyle. Diğer taraftan kredi kullanımının yoğunlaşmayı azaltıcı yönde etkilemesi küçük sanayiye teşvik politikaları ile açıklanabilmektedir. Reklam faaliyetleri tüketiciye bilgi verici ve bu nedenle yararlı kabul edilebilecek fonksiyonlarının ötesinde, gösterişe ağırlık veren savurgan yanı ile gerek fiyatların daha yüksek düzeyde belirlenmesine gerekse sanayiye giriş engelleri yaratarak mevcut oligopolistik fiyat yapısının sürmesine neden olmaktadır. Bu açıdan 1988 çalışmasında reklamların yoğunlaşma üzerindeki belirsiz etkisi daha önceki çalışmada saptanan pozitif etkisine göre olumlu bir gelişme olarak yorumlanabilir.

- (1) Aksoy, A. (1983) 'Türkiye Özel İmalat Sanayi'nde Yoğunlaşma Kârlılık ve Ücret İlişkileri' ODTÜ Gelişme Dergisi, 10 (4) Tekeli, İ., İlkın, S., Aksoy, A. ve Kepenek, Y. (1980) Türkiye Sanayi Kesiminde Yoğunlaşma, ODTÜ Sosyal Araştırma Enstitüsü Sarıkaya, Özhan, M. (1986) Sanayi Yoğunlaşmasının Nedenleri ve Etkileri - Türk imalat sanayiinde bir uygulama-yayınlanmamış doktora tezi.