

162008

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME BÖLÜMÜ
FİNANS ANABİLİM DALI

İŞLETMELERDE BÜYÜME VE TÜRKİYE'DEKİ İŞLETMELERDE
BÜYÜME BÜYÜKLÜK VE KÂRLILIK İLİŞKİLERİ

(Yüksek Lisans Tezi)

TÜRKİYE
BİLİMSEL ve TEKNİK
ARAŞTIRMA KURUMU
KÜTÜPHANESİ

Tezi Yöneten : Doç.Dr.Mehmet Şükrü TEKBAŞ
Hazırlayan : Rüya KADRİZE

İstanbul - 1986

İ Ç İ N D E K İ L E R

Sayfa

GİRİŞ

BÖLÜM I: İŞLETMELERDE BÜYÜME OLGUSU

1.1. İşletmelerde Büyüme ve Büyüklük Kavramları	1
1.2. Büyüme Olgusunu Açıklayan Teoriler	2
1.3. İşletmeleri Büyümeye Yönelten Etkenler	6
1.3.1. İşletme İçi Etkenler	6
1.3.2. İşletme Dışı Etkenler	12
1.4. Büyümenin Sonuçları	15
1.5. İşletmelerde Büyümenin Planlanması	22
1.6. Büyümenin Yönleri	25
1.7. Büyümenin Yolları	30
1.7.1. İç Büyüme	30
1.7.2. Dış Büyüme	32
1.7.2.1. Dış Büyümenin İç Büyümeye Olan Üstünlükleri	33
1.7.2.2. Dış Büyümede Birleşme Türleri	36
1.8. İşletmelerde Büyümeyi Kısıtlayan Etkenler	41
1.8.1. İşletme İçi Etkenler	42
1.8.2. İşletme Dışı Etkenler	46
1.9. İşletmelerde Büyümenin Ölçülmesi	48
1.9.1. Büyüklüğün Ölçülmesinde Kullanılan Kriterler	48
1.9.2. Kullanılacak Büyüklük Ölçüsünün Belirlenmesi	54
1.9.3. Büyüklüğün Belirlenmesinde Karşılaşılan Güçlükler	57
1.9.4. Büyümenin Ölçülmesi	58

BÖLÜM II: İŞLETME BÜYÜKLÜĞÜ DEĞİŞMELERİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER İLE İLİŞKİSİ

2.1. İşletme Büyüklüğü ve Büyüme Oranları Arasındaki İlişki	60
2.2. İşletme Büyüklüğü Değişmeleri ile Maliyetler Arasındaki İlişki	65

	<u>Sayfa</u>
2.3. İşletme Büyüklüğü Değişmeleri ile Kârlılık İlişkileri	68
2.4. İşletme Büyüklüğü Değişmeleri ile Prodüktivite İlişkileri	71
BÖLÜM III: TÜRKİYE'DEKİ İŞLETMELERDE BÜYÜKLÜK, BÜYÜME HIZI, KÂRLILIK VE PRODÜKTİVİTE İLİŞKİLERİ	
3.1. Türkiye'de İşletmelerin Çeşitli Büyüklük Kriterleri Arasındaki İlişkiler	80
3.2. İşletme Büyüklüğü ve Büyüme Hızı İlişkisi	83
3.3. Türkiye'de İşletmelerin Yıllara Göre Satış ve Öz Sermaye Kârlılığındaki Değişmeler	85
3.4. Büyüklük ve Büyüme ile Kârlılık İlişkileri	87
3.5. Türkiye'de İşletmelerde Büyüklük ve Prodüktivite İlişkisi	89
SONUÇ	90
EK	
YARARLANILAN KAYNAKLAR	

G İ R İ Ő

İŞletme ekonomisi literatüründe işletmelerin büyüklüğü ve büyümesi sorunu eskiden beri önemli bir araştırma konusu olmuştur. Bunun başlıca nedeni, her canlı gibi ulusal ekonomilerinde büyüyen bir varlık olmasıdır. Nüfusla beraber artan işgücüne devamlı çalışma olanağı sağlamak ve insanların gün geçtikçe artan gereksinimlerini karşılamak, ancak üretimin derece derece genişlediğı yani dengeli şekilde büyüyen bir ekonomide mümkün olabilir. Ekonomik büyümeyi gerçekleştirerek toplumun refah düzeyinin arttırılması ise ekonomiyi oluşturan birimlere, yani işletmelere düşmektedir. Çünkü işletmelerin büyümesi içinde yer aldıkları sektörün büyümesine bu da ulusal ekonominin büyümesine neden olmaktadır. Diğeri bir deyişle belli bir sektörün bir dönem öncesine göre büyüklük artışı, o sektördeki işletmelerin aynı dönemdeki büyüklük artışına bağlı bulunmaktadır. Ancak işletmelerin büyümesi ekonomik büyümeyi hızlandırdığı gibi ekonomik büyüme de işletmeleri büyümeye doğru yöneltmektedir.

İşte yukarıda sayılan çeşitli nedenlerden dolayı ulusal ekonomi açısından son derece önemli olan işletmelerin büyümesi çalışmamıza konu olarak seçilmiştir. Çalışmanın başlıca amaçları, işletmelerde büyümeyi açıklayan teorileri, işletmeleri büyümeye iten ve büyümeyi kısıtlayan faktörleri, büyümenin doğurduğu sonuçları ve nasıl ölçülebileceğini incelemek ve de işletme büyüklüğü, büyüme oranları, kârlılık ve prodüktivite arasında nasıl bir ilişki olduğunu saptamaktır.

Çalışma başlıca üç bölüm ve bir ek kısımdan oluşmaktadır. Birinci bölümde konunun teorik yönü ele alınmış, işletme büyüklüğü ve büyüme kavramları, büyümenin bağlı olduğu faktörler, büyümenin yönleri ve istatistik yönden ölçülmesi gibi konular işlenmiştir.

İkinci bölümde işletme büyüklüğü değişmelerinin kârlılık, maliyet ve prodüktivite gibi değişkenlerle olan ilişkileri hakkında literatürde ortaya konan önemli görüşlere yer verilmiştir.

Üçüncü bölümde ise ikinci bölümde incelenen ilişkilerin Türkiye'deki işletmelerde ne dereceye kadar geçerli olup olmadığı yani işletmelerin çeşitli değişkenleri arasında korelasyon ve anlamlılık bulunup bulunmadığı testlerle saptanmıştır. Çalışmanın sonunda yer alan ekde ise, üçüncü bölümde yer alan işletmelerin çeşitli değişkenleri arasındaki ilişkinin saptanması için hesaplanan korelasyon katsayılarına ait bilgisayar çıktısı yer almaktadır.



BÖLÜM I

İŞLETMELERDE BÜYÜME OLGUSU

1.1. İŞLETMELERDE BÜYÜME VE BÜYÜKLÜK KAVRAMLARI

İşletmelerde büyüme konusunu incelemeden önce büyüme ve büyüklük kavramlarının tanımını yapmak gerekir. Literatürde işletme büyüklüğü ile büyüme olayı kesin bir şekilde tanımlanmamakta, yapılan farklı tanımlar arasında da tam bir anlaşma bulunmamaktadır.

İşletme büyüklüğü statik bir kavramdır ve bir zaman kesitinde işletmenin sahip olduğu sabit sermaye tutarı, işçi sayısı, toplam varlıklar gibi kaynaklarla veya katma değer, üretim miktarı, satış hacmi, net kâr gibi faaliyeti sonucu yarattığı kıymetler ile ölçülebilir(1). İşletme büyüklüğü statik bir durumu yansıtmasına karşılık, büyüme devam eden dinamik bir kavramdır ve uzun bir zaman süreci içinde işletme büyüklüğünde meydana gelen pozitif yönde değişmeyi ifade etmektedir. Büyüme sözcüğü genellikle iki anlamda kullanılmaktadır. Birinci anlamda kullanıldığı zaman miktardaki artış (satışlardaki büyüme gibi), ikinci anlamda ise bir gelişme süreci sonunda hacimde meydana gelen artış belirtilmektedir(2). Ancak her hacim ve miktar artışı yani kantitatif bir artış sonucu büyümeden bahsedilemez. Büyüme için kantitatif bir gelişme gerekli olmasına karşın yeterli bir koşul değildir. Büyümeden söz edebilmek için kalitatif gelişmelerde gereklidir. Kalitatif gelişmeler işletmenin yapısını oluşturan maddi ve beşeri faktörlerin nitelik itibarıyla daha iyileştirilmesi ve

(1) Neyran Orhunbilge, "Türk İmalat Sanayinde Ortalama İşletme Büyüklüğü Değişimleri Sebep ve Sonuçları," (Doktora Tezi, İ.Ü.İşletme Fakültesi, 1980), s.10.

(2) A.Bilge Köksal, "Firmaların Büyümesi ve Firma Büyüklüklerinin Bölünmesi," (Doktora Tezi, İ.Ü.İktisat Fakültesi, 1974), s.2.

verimli hale getirilmesidir(3). Ekonomik büyüme gibi işletmelerin büyümesi de yapısal bir değişmeyi içermektedir. İşletmeler büyüdükçe çeşitli alanlarda faaliyet göstermekte, çeşitli büyüme yollarına başvurmakta ve iç yapı değişiklikleri yapmakta yani yeni bir biçimde örgütlenmektedirler.

1.2. BÜYÜME OLGUSUNU AÇIKLAYAN TEORİLER

İşletmelerde büyüme olayını açıklamak üzere bazı yaklaşımlar ortaya atılmıştır. Bu yaklaşımlarda konu, doğal bilimler ve ekonomi bilimi açılarından incelenmektedir.

Doğal bilimler yaklaşımında işletmeler biyolojik sistemlere benzetilmekte ve işletmelerin diğer canlılar gibi yaşayan organizmalar olduğu kabul edilmektedir. Bu yaklaşıma göre işletmeler önce hızla büyümekte ve daha sonra yaşlanma oldukça büyüme yavaşlamakta ve sona ermektedir. Büyümenin biyolojik bir yaklaşımla açıklanmaya çalışılması ilk kez 1890'larda Marshall tarafından yapılmıştır(4). Marshall klasik teori çerçevesi içinde fakat büyümeyi bir süreç olarak kabul edip tahlil eden ilk iktisatçıdır. Ona göre bir işletmenin sonsuz olarak büyümemesinin nedeni girişimcinin veya ondan sonra işletme yönetimini ele alacak olanların yeteneklerinin bir noktadan sonra etkinliğini kaybetmesidir. Marshall bunun nedenleri olarak birçok sanayi dalında, piyasayı genişletmede karşılaşılan güçlüklerin ölçekten doğan ekonomilere kıyasla daha etkili olacağını ve yeni işletmelerin piyasaya girmeye çalışarak diğerlerinin büyümelerine engel olacaklarını göstermiştir(5).

(3) Erol Eren, "İşletme Yönetiminde Stratejik Planlama ve Karşılaştırılmalı Bir Araştırma," (Doçentlik Tezi, İ.Ü. İşletme Fakültesi, 1976), s.107.

(4) Sera Özbaşar, İşletme Politikası; Büyüme Stratejileri ve Yönetimi, İstanbul, Ufuk Matbaası, 1981, s.33-34.

(5) B.Köksal, a.g.e., s.5.

Herşeye rağmen sosyal sistemlerin biyolojik sistemlere benzediğini ve davranışların aynı temelden kaynaklandığını söylemek güçtür. Çünkü sosyal sistemler kendilerini yenileyebilirler ve yaşamları biyolojik olmaktan çok psikolojik bağlara dayanır. Sosyal sistemler bir günde parçalanabileceği gibi yaşamları yüzyıllar boyunca da sürebilir(6). Bu nedenle işletmelerin büyümesi biyolojik açıdan ele alındığında, beşeri davranışların ve bilinçli kararların büyüme sürecindeki önemi ihmal edilmektedir. Canlıların hayatı önceden belirlenmiş olmasına karşın işletmelerin büyümesi ve gelişmesi yönetim kadrosundaki yöneticilerin irade ve isteğine bağlıdır(7).

Kökeninde iktisat bilimi yer alan yaklaşımları iki başlık altında ele almak mümkündür: Verimlilik teorisi ve ekonomik gelişme evreleri teorisi.

Verimlilik teorisi işletmelerin ortalama maliyeti en düşük noktasına gelinceye kadar büyümeye devam edeceklerini öne sürer. Bu teori klasik işletme teorisi ile desteklenmektedir(8). Klasik işletme teorisine göre işletmenin büyüklüğünü belirleyen tek faktör belirli bir mamulün gelir ve maliyet eğrileridir ve işletme için optimal büyüklük, uzun dönem ortalama maliyet eğrisinin en düşük noktasına karşıt düşen üretim miktarı ile belirlenmektedir. Modelin en önemli varsayımlarından biri bir mamulün gelir ve maliyet eğrilerinin işletme açısından veri olarak kabul edilmesidir. Klasik işletme bir tek mamul üretmekte ve işletme dengesi sadece belirli bir mamul için denge miktarı anlamına gelmektedir(9). Ayrıca teknik değişimin söz konusu olmadığı, işletme yönetiminin sabit bir faktör olduğu ve faktör fiyatlarının sabit olduğu varsa-

(6) S.Özbaşar, a.g.e., s.37.

(7) N.Orhunbilge, a.g.e., s.15.

(8) S.Özbaşar, a.g.e., s.38.

(9) B.Köksal, a.g.e., s.3.

yılmaktadır. Bu şartlar altında ölçekten doğan ekonomilerden yararlanıldığı sürece büyüme işletme için rasyonel bir davranış olacaktır. Fakat bir noktadan sonra, yönetim masraflarının artması, kontrol güçlüğü, bürokrasi, fazla miktarda yetki ve sorumluluk devrinden doğan ekşi ölçek ekonomilerinden dolayı uzun dönem ortalama maliyet eğrisi yükselme eğilimi gösterecek ve daha fazla büyümek kârı azaltacaktır. Bu nedenle işletme büyüme yolunu tercih etmeyecektir. Zira klasik teoride uzun dönem maliyet eğrisi büyük önem taşıdığından işletmeleri büyümeye yönelten diğer etkenler üzerinde durulmaktadır.

Klasik teoriden hareketle işletmelerin büyümesini açıklamak olanaksız denecek kadar güçtür. Çünkü teoride kabul edilen varsayımların gerçeğe uymadığı kesindir. Her şeyden önce üretim faktörlerinin fiyatı sabit değildir, teknik gelişme özellikle çağımızda çok hızlıdır. İşletmelerin yönetimi ise sabit bir faktör olmaktan çok uzaktır. Ayrıca modern yönetim teknikleri büyüklükten doğan sakıncaları ortadan kaldırılabılır. Bundan başka bir tek mamul üreten işletme için maliyeti optimal yapan büyüklükten söz edilebilir. Ancak birden çok mamul üreten günümüz işletmelerinde bu durum geçerli olamaz(10). Kısacası klasik işletme teorisi çok çeşitli mamul üreten, ürettiği mamuller için piyasada talep yaratabilen, azalan verimlerin başladığı noktayı ileri atabilen ve büyüme-yi sonsuz olarak devam ettirmeye çalışan günümüz modern işletmelerinin davranışlarını açıklamak bakımından yetersizdir(11). Çünkü klasik işletme teorisi işletme büyümesini dinamik bir açıdan tahlil edememiştir. İşte bu nedenlerden dolayı, klasik iktisat teorisine dayanan verimlilik teorisinin de pek yararlı bir tahmin aracı olduğu söylenemez.

(10) N.Orhunbilge, a.g.e., s.13-14.

(11) B.Köksal, a.g.e., s.3.

Ekonomik gelişme evreleri teorisi ise, Rostow'un ekonomik gelişme modeline dayanır. Bu kuramda Mc Guire beş evreli bir işletme büyüme modeli oluşturmuştur.

- 1- Geleneksel küçük işletme
- 2- Büyüme için planlama dönemi
- 3- Kalkış dönemi
- 4- Profesyonel yönetime yönelik dönemi
- 5- "Amaç çeşitlemesi ve toplumsal refaha ilgi" ile adlandırılan toplu üretim dönemi.

Bu model işletmelerin niçin büyüdüklerinden çok, nasıl büyüdüklerini göstermektedir. Ayrıca geçiş dönemleri ve büyüme evrelerinin içeriğinin ölçülmesi bazı güçlükler çıkarmaktadır(12).

Özetle işletmelerin büyümesi konusunda farklı yönlerden getirilen yaklaşımlar işletmelerin büyümelerini açıklamakta, yetersiz kalmaktadır. Bu konuda günümüzde de genel kabul görmüş bir teorinin olduğu söylenemez.

İşletmelerin büyüme teorisi esas olarak üretim gücünün incelenmesine dayanmaktadır. Ancak üretim gücü işletmelerdeki sabit varlıklara (bina, makina, donatım v.s.) bağlı olduğu kadar, bu kaynakları harekete geçiren insan unsuruna da bağlıdır. Bu nedenle işletmelerin büyümesi ile ilgili modern teorilerde özellikle beşeri problemler önem kazanmaktadır. Kısaca, işletmelerin büyümesi, işletmelerin karşılaştığı kârlı yatırım olanaklarının değerlendirilmesine, büyüme hızı da bu fırsatların değerlendirilmesindeki beceri ve sürate bağlıdır. İşletme büyüklüğünde şartların elverişli olduğu her dönemde işletmenin yapısına bağlı olarak ortaya çıkan gelişme sürecinin bir sonucudur(13).

(12) S.Özbaşar, a.g.e., s.39.

(13) N.Orhunbilge, a.g.e., s.17.

1.3. İŞLETMELERİ BÜYÜMEYE YÖNELTEN ETKENLER

İşletmeleri büyüme yönelten etkenleri işletme içi etkenler ve işletme dışı etkenler olmak üzere genel olarak iki grupta toplamak mümkündür.

1.3.1. İşletme İçi Etkenler

İşletmeleri büyüme yönelten etkenlerin bir bölümü kendi yapılarında mevcuttur. Bunlar şöyle sıralanabilir.

1- İşletmelerde Kullanılmamış Üretim Faktörlerinin Bulunması

Büyüme için gerekli kılan ve büyüme zorlayan etkenlerden biri üretim faktörlerinin durumu ve kullanılma olanaklarıdır. Üretim faktörleri, bir işletmenin satın aldığı, kiralandığı veya faaliyetlerinde kullanmak üzere imal ettiği fiziki değerler (hammadde stokları, malzeme, makina gibi) ile işgücünden meydana gelmektedir. Buna karşılık hizmetler, bu faktörlerin işletmenin üretim faaliyetlerine yaptıkları katkıyı ifade etmektedir. Böylece çeşitli üretim faktörlerine sahip olan işletme, bunlardan elde edeceği hizmetleri en kârlı ve etkin şekilde kullanmak eğilimindedir. Şayet mevcut üretim faktörlerinin bir kısmı tam kapasite ile kullanılmıyorsa ve büyüme, bu hizmetlerin daha kârlı ve etkin şekilde kullanılmasını sağlayacak ise işletmenin büyümesi için bir teşvik unsuru var demektir ve işletme büyüyecektir. Bu durumda ortaya önemli bir sorun çıkmaktadır. Acaba bir işletmenin büyüme yolu ile üretim faktörlerini daha kârlı şekilde kullanmak istemeyeceği, yani klasik teoriye dayanarak işletmeleri büyüme yönelten hiçbir etkinin bulunmadığı, işletmenin büyüme isteğinden yoksun olduğu bir denge durumu düşünülebilir mi? Ancak işletmelerin böyle bir denge durumuna ulaşmaları şu nedenlerden dolayı düşünülemez(14);

(14) B.Köksal, a.g.e., s.16.

i) Üretim Faktörlerinin Sağladığı Hizmetlerin Bölünmemesi: Üretim faktörlerinin hepsini dengeli bir şekilde kullanmak hiçbir zaman mümkün değildir, bazıları sadece kısmi olarak kullanılabilir. Zira üretim faktörlerinden sağlanacak hizmetler istenildiği gibi pek küçük parçalara bölünemezler(15). Eğer bir grup bölünmez üretim faktörünün tam kullanımını isteniyorsa, işletmenin toplam çıktı miktarının asgari olarak, her bir üretim faktörünün yarattığı en yüksek çıktı miktarlarının en küçük ortak çarpanına eşit olması gerekmektedir. Bir işletmenin çok çeşitli üretim faktörüne sahip olduğu ve bunlardan en iyi şekilde yararlanmak istediği varsayılırsa, buradaki en küçük ortak çarpan çok yüksek rakamlara eriştiğinden, işletmenin üreteceği çıktının miktar itibarıyla çok, hem de çeşitli olması gerekir. Belirli bir süre içinde bir işletmenin büyüme olanakları sınırlı olduğu düşünülürse, elindeki olanaklarla işletmenin yapabileceği işlerin kısıtlı olduğu görülür. Buna karşılık her üretim faktörünü her an kullanabilme olanağı olsaydı daha geniş çapta bir atılım mümkün olabilirdi. Durum böyle olmadığından bir kısım üretim faktörleri atıl kalmaktadır. Büyüme süresi içinde işletme daha fazla üretim faktörü elde ettiği zaman, her atılımın sonunda işletmenin "en küçük ortak çarpan"ında bir değişme meydana gelmiş olacak ve işletmenin elinde yeni kullanılmamış üretim faktörleri kalacaktır. Sonraki atılımlarda bunlardan yararlanmak isteyecek olan işletme için yeniden büyüme olanağı belirecektir(16). Kullanılmayan üretim faktörlerinin varlığı yetenekli yöneticilerin bu durumu iyi değerlendirmesi sonucu işletmelerin büyümesinde önemli bir etken olmaktadır.

Bütün bunlardan anlaşılacağı üzere işletme büyüdükçe bölünmezlik derecesi azalmaktadır. Aksi halde yani işletme küçüldükçe faktörlerin bölünmezlik derecesi çoğalmaktadır.

(15) N.Orhunbilge, a.g.e., s.19.

(16) B.Köksal, a.g.e., s.17.

Öyleyse işletmeyi büyümeye yönelten etkenlerin hepsini faktörlerin bölünmezliği ile açıklamak mümkündür.

ii) Üretim Faktörlerinin Kullanımında Uzmanlaşma: Üretim faktörlerinin bölünmezliğinin ortaya çıkardığı diğer bir sorun, üretim faktörlerinin uzmanlaşma ile gösterecekleri en yüksek verimi küçük çaptaki faaliyetlerde gösterememeleridir. Sadece büyümekte olan işletmeler uzmanlaşmanın sağladığı üstünlüklerden yararlanabilmektedirler(17). Yani üretim hacmi arttığında, işletme büyümeye başladığında, uzmanlaşma ve işbölümünden tam olarak yararlanma olanağı ortaya çıkmaktadır. İşletmelerde iş bölümü ve uzmanlaşma işletmenin toplam üretimi ile sınırlıdır. Zira üretim faktörlerinden sağlanan hizmetlere olan talebi üretim hacmi belirlemektedir. Kısacası işletmelerin tam bir uzmanlaşmadan yararlanmak istemeleri işletmeyi büyümeye yönelten önemli bir etken olmaktadır.

iii) Yeni Prodüktif Hizmetlerin Yaratılması: Üretim faktörlerinin çoğunun çeşitli hizmetlerde kullanılabilmesi işletme için yeni üretim fırsatı meydana getirir. Her işletmenin kendine özgü bir karakter taşımasının başlıca nedeni de sahip olduğu hizmetlerin heterojen olmasından kaynaklanmaktadır. Bu hizmetler üretim faktörlerini kullananların becerisine bağlı olduğu gibi kısmen de üretim faktörlerine bağlıdır. Beşeri üretim faktörleri ile maddi üretim faktörleri arasındaki bu karşılıklı etki işletmelerin üretim olanaklarının genişlemesine yol açmaktadır(18).

2- Büyüklüğün Sağladığı Ekonomiler (Ölçekten Doğan Ekonomiler) ve Büyümenin Sağladığı Ekonomiler

Büyümeyi mümkün kılan önemli etkenler arasında ölçekten doğan ekonomiler ve büyümenin sağladığı diğer ekonomiler

(17) Ibid., s.18.

(18) N.Orhunbilge, a.g.e., s.20-21.

sayılabilir. Fakat bu iki kavram ayrı anlam taşımaktadır.

Ölçekten doğan ekonomiler nisbeten büyük bir işletmenin küçük işletmelere oranla daha etkin bir şekilde mal ve hizmet üretiminde bulunabilmesinden ve büyüklüğünden dolayı bazı atılımlara daha kolay girişebilmesinden doğmaktadır(19). Ölçek ekonomilerinin doğduğu faktörler şöyle sıralanabilir:

i) Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Daha Ekonomik ve Etkin Şekilde Yürütülmesi: Büyük çaplı araştırma ve geliştirme faaliyetleri ancak büyük işletmeler tarafından finanse edilebilir. İşletmenin ölçeğinin küçük olması nedeniyle ekonomik bulunmayan bir araştırma-geliştirme projesi işletmenin büyümesi halinde ekonomik hale gelebilir ve finansmanı daha kolayca sağlanabilir(20). Böylece işletme kendi araştırma-geliştirme bölümünde geliştirdiği buluşların patentlerini alarak hem lisans verme yoluyla ek gelire kavuşmakta, hem de başkalarına lisans ücreti vermekten kurtulmaktadır.

ii) Yetenekli Yönetici ve Personel İstihdam Etme Olanasının Artması: Büyük bir işletmenin sahip olduğu en önemli üstünlüklerden biri yöneticilerin yeteneklerini tam olarak kullanabilmeleridir. Mali yönden kuvvetli olan işletmeler bilgili ve deneyimli yöneticileri yüksek maaş, kârdan payı, ikramiye ödeyerek kendilerine çekebilmekte ve bu yöneticiler işletmenin daha da büyümesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca büyük işletmeler kendi içlerinde de eleman bulma ve yetiştirme olanağına sahiptirler.

iii) Riskin Yayılması: Büyük işletmelerin sahip olduğu mali üstünlüğün bir kısmı da çeşitli alanlarda faaliyet göstererek işletmenin, yüklendiği riski yayabilmesinden ileri

(19) B.Köksal, a.g.e., s.19.

(20) Öztin Akgüç, Finansal Yönetim, 3.Baskı, İstanbul, Formül Matbaası, 1982, s.738.

gelmektedir. Bu şekilde işletmeler, hızla değişen çevre şartlarının getirebileceği zararları azaltmaya çalışmaktadırlar. Çeşitli faaliyetlerde bulunarak büyümesini gerçekleştiren işletme yalnız piyasadaki dalgalanmaların getireceği riske karşı değil aynı zamanda teknik başarısının risklerine karşı da kendini korumaktadır(21) ve bu şekilde işletmeler bir maldan zarar etseler dahi diğer mallardan elde ettikleri kârlarla söz konusu zararı gidermektedirler. Oysa büyümekte olan küçük bir işletmenin, bir girişiminde başarısızlığa uğraması, iş sahasını tamamen terketmesini gerektirebilir.

iv) Büyük Ölçekte Faaliyette Bulunmanın Maliyetler

Üzerindeki Olumlu Etkisi: İşletme büyümenin bir sonucu olarak bazı girdileri daha ucuza sağlama olanağını elde edebilir. Örnek olarak akımlar büyüdükçe miktar iskontosunun artması, büyük parti mal alışlarında taşıma giderlerinde sağlanan tasarruflar sayılabilir(22).

v) İşletmelerin Değerlendirilmesinde Piyasa Kapitali-

zasyon Oranının Düşmesi: Büyük işletmeler değerlendirilirken yıllık gelirleri genellikle daha düşük bir oranda kapitalize edilir. Yıllık gelirlerin daha düşük bir oranda kapitalize edilmesi, işletme için daha yüksek bir piyasa değeri hesaplamasına yol açar. Bu nedenle büyük işletmelerin pay senetlerinde fiyat/gelir oranı genellikle daha yüksektir(23). Kısaca hızlı büyüyen ya da az riskli işletmeler, daha yavaş büyüyen ya da daha riskli işletmelere oranla daha yüksek fiyat/gelir oranına sahiptirler(24).

(21) B.Köksal, a.g.e., s.14.

(22) Ö.Akgüç, a.g.e., s.738.

(23) Ibid., s.734.

(24) Atilla Gönenli, İşletmelerde Finansal Yönetim, 4.Baskı, İstanbul, Formül Matbaası, 1983, s.636.

İşletmeler büyüklüğün sağladığı teknik mali ve yönetimle ilgili ekonomilerden yararlanabilmek amacıyla belli bir büyüklüğe ulaşmak için büyümek isteyebilecekleri gibi büyümeden doğan ekonomilerden yararlanmak için de büyüebilirler. Büyümenin sağladığı ekonomiler, bir işletmenin belirli yönlerde doğru genişlemesini sağlayan ve işletmenin kendi içinde oluşan ekonomilerdir ve belirli bir zamanda bir işletmenin produktif hizmetlerinin diğer işletmelere göre daha üstün durumda olmasından ileri gelmektedir. Büyümenin sağladığı ekonomilerin en önemli özelliklerinden biri her büyüklükte var olabilmeleri ve işletmenin büyüklüğüne bağlı olmamalarıdır. Bu nedenle küçük işletmelerinde büyümeden doğan ekonomilerden yararlanmaları mümkündür. Ancak büyümenin yarattığı ekonomilerin çoğu belirli bir genişleme işlemi tamamlandıktan sonra ortadan kalkmaktadır, yani geçicidirler ve işletme büyürken elde edilebilirler. Bunun nedeni kullanılmamış fırsatların değerlendirilmesiyle artık bu fırsatların kullanılmamış olma halinden çıkmalarıdır. Bu suretle kullanılmamış kaynakların ve büyümenin yarattığı ekonomilerin birbirlerine bağlı kavramlar olduğu görülmektedir(25).

3- Kâr

İşletmelerin ana hedeflerinden biri belki de en önemlisi ekonomik faaliyet sonucu uzun dönemde kârın maximizasyonudur. Bu hedefe ulaşmak için işletmeler kârlı büyüme olanaklarını değerlendirmeyi arzu ederler. Uzun dönemde toplam kârlar artarken büyümenin hızlanması, bu durumda aynı anlama gelmektedir. Kâr, ister yeni yatırımlar için dağıtılmamış kâr olarak işletmelerde tutulsun

(25) B.Köksal, a.g.e., s.20-21.

ister pay senedi sahiplerine kâr payı olarak dağıtılsın, uzun dönemde toplam kârın işletmenin büyümesinde önemli rolü vardır(26). Çünkü işletmeler faaliyetleri sonucu kârlı iseler bu kârların birikmesiyle önemli bir otofinansman gücü elde ederler. Geniş finansal olanakları olan işletmeler, büyümenin sebep olacağı masrafları karşılayabileceklerinden büyüme eğilimi gösterebilirler. Ancak büyüme için kâr gerekli bir şart olduğu kadar, büyümenin ana hedefi normal olarak kâr elde etmektir(27). Yalnız kâr amacı taşımayan konularda kâr, büyüme sebebi olmaktan çıkar.

4- Talep Üzerinde Etkili Olabilme

Bir işletmenin ürettiği mamullere olan talepdeki artışların onun üretim faaliyeti ve büyümesi üzerinde belirgin bir etkisi olduğu kesindir. Ancak artık günümüzde talep klasik teoriden farklı olarak veri olmaktan çıkmıştır. Tam rekabet şartlarından uzak olan işletmeler mamullerine olan talebi reklam ve diğer teşvik faaliyetleriyle etkileyebilmektedirler. Bu özelliğinden dolayı bu talebe bazı iktisatçılar plastik talep demektedirler. Bu anlamdaki talep işletme büyüüp kaynaklarının mahiyeti değişikçe önemli değişikliklere uğramaktadır. Nitekim işletmelerin tanınmayan bir mamulü piyasaya sürerek bu mamul için talep yaratabilmesi talebin işletme için mutlak bir veri olmadığını kanıtlamaktadır(28). Talep üzerinde bu şekilde etkili olabilme olanağı işletmeleri büyümeye yönelten bir etken olmaktadır.

1.3.2. İşletme Dışı Etkenler

Dış etkenler dışarıdan gelerek işletmeyi belirli yollara yöneltip işletmenin büyümesini sağlamaktadırlar. Bu et-

(26) N.Orhunbilge, a.g.e., s.17.

(27) Ibid., s.22.

(28) B.Köksal, a.g.e., s.19.

kenler şöyle sıralanabilir:

1- Ekonomik Gelişme

Bütün işletmeler için ekonomik baskılar önem taşır. Zira bu baskılar işletmeyi ve işletmenin büyümesini etkiler. Büyüyen bir ekonomide işletmeler durumlarını korumak için büyümek zorundadırlar. İşletmelerin bu büyümeyi gerçekleştirmemeleri zamanla küçülmeleri anlamını taşır. Çünkü büyüyen bir ekonomi ile piyasanın genişlemesi birbirine bağlıdır. Genişleyen piyasa koşulları karşısında büyümeme ise rakip işletmelerin piyasa payını artırmaları sonucunu doğurur(29). Diğer taraftan ekonomik dalgalanmalar işletmenin büyümesini etkileyen etmenlerdir. Özellikle enflasyonist baskılar büyümeyi hızlandırıcı bir etken olmaktadır.

2- Talep Artışı

Herhangi bir mala olan talep demografik bir gelişme, tüketicilerin gelir seviyelerinin yükselmesi, moda ve zevklerdeki değişme sonucu artar. İşletmeler bu artan talebi karşılamak için üretimlerini arttırmak eğilimi gösterirler ve böylece büyümeye yönelmiş olurlar. İşletmeler halen üretmekte oldukları mamulün talebi arttığında, bu mamulün üretimini arttırmak yolunu seçebilecekleri gibi, başka mallara olan talep artışları karşısında mamul çeşitlendirme yolu ile büyüme eğilimi de gösterebilirler.

3- Teknolojik Gelişme

Teknolojik gelişme bilgi artışına ve bu bilgide uygulama alanında gelişmeye yol açtığından, işletmeleri büyümeye

(29) İlhan Cemalcılar ve diğerleri, İşletmecilik Bilgisi, Eskişehir, Eskişehir İktisadi Ticari İlimler Akademisi Yayını, 1979, s.91.

yönelten kuvvetli bir etken niteliği taşımaktadır. Teknolojik gelişme üretim maliyetini düşürebilecek yeni bir usul ve üretim şartlarını iyileştirebilecek yeni bir buluş olarak tanımlanabilir(30). Günümüzde üretim teknolojisinin çok karmaşık ve teknolojik gelişmelerin genelde sermaye yoğun tekniklere geçiş şeklinde olması kullanılan teknolojiye meydana gelen bir değişikliğin, makina sisteminde de değişikliğe gidilmesine neden olmaktadır. Ancak böyle bir değişiklik ise büyük işletmeler tarafından finanse edilebilir. Diğer yandan bazı yazarlar işletmenin teknolojik açıdan bağımsız olmayı ve kendi teknolojilerini yaratmayı arzu ettikleri taktirde büyümek zorunda olduklarını ileri sürmektedirler. Buna neden araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin sadece belirli bir büyüklükteki işletmelerin finanse edebileceği kadar masraflı olmasıdır(31). Böylece işletmeler teknik gelişmelerden yararlanmak, yani devamlı değişen şartlara uyabilmek için finansal güçlerini arttırmak ve büyümek zorunda kalmaktadırlar.

Bütün bu sayılan işletmeleri büyümeye teşvik eden iç ve dış etkenlerde temel motif ekonomik olmakla beraber, bu konuda psikolojik etmenler de büyük rol oynamaktadır. İşletmeleri büyümeye iten psikolojik etmenler şöyle sıralanabilir; Hırs, büyük rakipler karşısında ezilme korkusu, eskimiş olma kaygısı, tutku, yaratıcılık, dinamizm gibi. İnsanın kendisini bulunduğu yer ile değerlemesi, işletme ne kadar büyürse kendisinin de o kadar yükseleceği başarılı olacağı, güçleneceği düşüncesi, kişinin yeteneklerini gösterme arzusu bazı işletme sahip, ortak veya yöneticilerini işletmeyi büyütmeye itmektedir(32).

(30) N.Orhunbilge, a.g.e., s.23-24.

(31) Orhan İdil, "Türk İmalat Sanayiinde Ortalama İşletme Büyüklüğü Katma Değer ve Aralarındaki İlişkiler", (Doçentlik Tezi, İ.Ü.İşletme Fakültesi, 1977), s.55.

(32) Ö.Akgüç, a.g.e., s.734.

Ayrıca bu sayılanlardan başka büyük olmanın yaratacağı nüfuz ve gücün sağladığı hükümetle daha yakın ilişki kurabilme ve büyük işletmelere tanınan hukuki ayrıcalıklar da büyüme nedeni olarak sayılabilir.

1.4. BÜYÜMENİN SONUÇLARI

İşletmelerin büyüme nedenleri ile sonuçları arasında kesin bir sınır çizmek olanaksızdır. Zira işletmelerin büyüme nedenleri belirli bazı sonuçlara varma arzusudur. İktisat teorisinde uzun dönemde hepsi değişken kabul edilen birim maliyetlerin işletme büyüklüğü arttıkça önce düştüğü, sonra yükseldiği kabul edilmektedir. İşletme büyüklüğü artarken birim maliyette görülen düşüşe "içsel ve dışsal artı ekonomiler" neden olmaktadır. Çeşitli ölçek (büyüklük) ekonomileri değişik endüstri dallarında farklı ölçüde ortaya çıkmaktadır(33). Ölçek ekonomilerinin bir çok endüstri dalları için geçerli olduğu yapılan çeşitli ampirik çalışmalarla ortaya konmuştur. Özellikle kimya, uçak, otomotiv, elektronik, makina, motor, demir-çelik gibi temel endüstri dallarında ölçek ekonomileri oldukça önemlidir. Örneğin, otomotiv endüstrisinde birim maliyetin en düşük düzeyde olabilmesi için bir otomobilden yılda en az 500.000 adet üretilmesi gerekmektedir. Bunun yarısı kadar üretildiğinde birim maliyet % 6, daha az üretildiğinde ise birim maliyet giderek artmaktadır(34).

- İşletme büyümesinin içsel ekonomiler bakımından çeşitli evrelerdeki sonuçları şöyle incelenebilir;

(33) O.İdil, a.g.e., s.59.

(34) Tümay Ertek, Sanayileşmede Ölçek Sorunu ve Türkiye, İ.S.O.Yayını, 1984, s.2.

1- Tedarik Evresi

İşletmenin tedarik fonksiyonu, üretim süreci için gerekli üretim faktörlerinin (girdi çeşitlerinin) gerekli nitelik ve nicelikte, gerekli zamanlarda ve uygun fiyatlarla işletmede hazır bulundurulmasına ilişkin tüm faaliyetleri kapsar(35). Bunlar sermaye, işgücü ve maddi girdilerin tedari-kindenden oluşmaktadır.

i) Sermaye Tedariki: Büyük işletmeler sermaye tedariki yönünden küçük işletmelere göre daha güçlü durumdadırlar. Çünkü büyük işletmelerin hem iç hem de dış sermaye kaynakları daha fazladır. Herşeyden önce işletmenin pay senedi satarak fon sağlayabilmesi işletmenin hukuki şekline bağlıdır. İşletmenin hukuki şekli ise işletmenin büyüklüğünden etkilenir(36). Çünkü işletmelerin büyümelerine paralel olarak sermaye şirketleri ortaya çıkmıştır. Bunun başlıca nedeni işletmelerin büyümek için gereksinme duydukları fonları şahıs şirketlerinin belirli bir düzeye kadar sağlayabilmeleridir(37). Sermaye tedarikinin hukuksal yönü dışında tahvil ve pay senedi alıcıları küçük işletmelerden çok büyük ve tanınmış işletmelerle daha çok ilgilenirler. Ayrıca işletme büyüdükçe diğer şartlar aynı kalmak üzere, yabancı kaynak maliyetinin düşmesi de beklenebilir. Çünkü büyük işletmelerin kayıt düzenleri daha kolay incelemeye olanak verdiğiinden, istihbaratları daha kolay yapılabilmekte, karşılık gösterilen sermaye miktarının ve aktiflerinin çok olması, ayrıca kredi riskinin küçük işletmelere oranla daha düşük olması, yabancı kaynak

(35) M.Tamer Müftüoğlu, "Sanayi İşletmelerinde Kuruluş Yeri Seçimi ve Ölçek Sorunu" (Kuruluş Yeri ve Ölçek Büyüklüğünün Karşılıklı İlişkiler Çerçevesinde İncelenmesi), (Doçentlik Tezi, A.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi, 1981), s.166.

(36) O.İdil, a.g.e., s.60.

(37) B.Köksal, a.g.e., s.25.

maliyetini düşürmektedir(38). Sayılan bu çeşitli nedenlerden dolayı büyük işletmelerde sermaye tedariki daha kolay ve maliyeti daha düşük olmaktadır. Ayrıca büyüklükten doğan ekonomilerden en çok sabit sermaye etkilenmektedir. Çünkü ölçek büyüdükçe sermaye/gelir oranı azalmakta ve eldeki kaynaklarla daha çok mal üretme olanağı ortaya çıkmaktadır. Belli bir tasarruf oranı ele alındığında sermaye/gelir katsayısı ne kadar küçük olursa büyüme hızı da o kadar büyük olmaktadır(39).

ii) İşgücü Tedariki: Büyük işletmeler personeline daha fazla ücret ve ücret dışı ödeme yapabileceği için yetenekli, yetişmiş yönetici istihdam edebilecek ve işgücü tedarikinde karşılaşılan problemlerde nisbeten az olacaktır. Ücret dışı ödemeler daha çok sosyal amaçlı olmaktadır(40). Çalışanlar için yaz kampları, çocuk kreşleri, ikramiyeler gibi sosyal plan ve faaliyetler işletme sahipleri, yönetici ve diğer personel arasındaki ilişki eksikliğini gidererek büyük işletmelere sosyal ekonomiler sağlar. Ayrıca büyük işletmelerde daha fazla iş çeşidinin bulunmasından dolayı işçi devrindeki azalmanın sağladığı ekonomilerde oluşur(41).

iii) Maddi Girdiler Tedariki: Bu başlık altında hammadde, malzeme ve yatırım tedariki ele alınabilir. İşletmenin büyümesi ile hammadde ve malzeme gereksinimi artmaktadır. Hammadde ve malzeme miktarının artması sonucu satıcı işletmeler tarafından sağlanan çeşitli iskontolar, büyüklüğün sağladığı önemli bir maliyet tasarrufu olarak kabul edilmektedir. Satıcı işletmelerin sağladıkları iskontolar ekonomik gerekçelere dayanabileceği gibi büyüyen işletmenin artan gücünün bir sonucu olarak, satıcı işletmeler üzerindeki açık veya potan-

(38) O.İdil, a.g.e., s.58.

(39) T.Ertek, a.g.e., s.39.

(40) O.İdil, a.g.e., s.61.

(41) A.Gönenli, a.g.e., s.563.

siyel baskısı ile de ortaya çıkabilir. Ayrıca büyük işletmeler fiyat indirimleri yanında, satıcı kredileri ve kalite garantisini sağlayarak, malzeme teslim tarihlerini üretim şartlarına göre ayarlayarak söz konusu maliyet tasarruflarını daha da artırabilirler(42). Bunlardan başka büyük işletmeler kendileri için gerekli bazı maddeleri imal etmeye başlayabilirler veya ilk kaynaktan direkt olarak satın alabilirler. Öte yandan işletme büyüdükçe girdilerde, yedek parçalarda ve üretilen malda gerekli olan optimum stok miktarları aynı oranda artmadığından işletmeler "stokastik içsel ekonomiler" sağlayabilirler. Bunun nedeni büyük sayılar kanununun kendini göstererek üretim veya talepte meydana gelebilecek anormal durumların daha rahat kontrol altına alınabilmesidir. Ayrıca yatırım tedariki açısından da büyük işletmeler tasarruf sağlayabilirler. Büyük işletmeler piyasa hakkında kuvvetli bir istihbarata sahip oldukları için makina, donatım gibi yatırım mallarında farklı markalar arasında daha iyi seçim yapabilirler(43).

2- Üretim Evresi

İçsel artı ekonomilerden yararlanmak isteyen bir işletme üretimini artırmak için kullandığı emek, sermaye veya teknoloji faktörlerinden biri veya bir kaçını değiştirebilir. İşletme büyürken üretim, faktör kullanımından daha hızlı artıyorsa ölçeğe göre artan getiri, daha yavaş artıyorsa ölçeğe göre azalan getiri, aynı oranda artıyorsa ölçeğe göre sabit getiri söz konusudur. Büyüyen bir işletmenin ölçeğe göre artan getiriden yararlanması beklenir. Çünkü büyük bir işletmede ara ürünler daha iyi değerlendirilir, üretim kararlılığı kavuşur ve aylak dönemlere ait sabit giderlerin yarata-

(42) M.T.Müftüoğlu, a.g.e., s.166-167.

(43) O.İdil, a.g.e., s.62.

bileceği zarar en aza indirilir(44). Bunların yanısıra aşağı-
da sayılan nedenlerden dolayı da üretimde tasarruflar elde
edilebilir.

i) Mekanizasyon: Mekanizasyon işgücü yerine makinelerin
geçirilmesi demektir. Mekanizasyona sahip büyük bir işletmede
üretim miktarı artığında makinelerin bölünmezliğinden doğan
sakıncalar giderilerek makinelerin atıl kapasiteleri ortadan
kalkar ve böylece birim maliyet düşer(45).

ii) Otomasyon: Otomasyon mekanizasyonun son haddidir.
Bu durumda artık makineler, makineler tarafından yönetilmek-
tedir. Otomasyon sonucu üretim hızı artar, fire oranı düşer,
kalite iyileşir ve bu da üretim maliyetinin düşmesine neden
olur(46).

iii) Uzmanlaşma: İşletme ne kadar büyürse iş bölümü ve
uzmanlaşma o derece artar ve ortalama maliyetler düşer. İş
bölümü ve uzmanlaşma sonucu üretimdeki artışlar iki nedene
bağlanmaktadır; 1- Her işçi tek bir iş ile meşgul olduğundan
o işi yapma yeteneği artar. Yani öğrenme yoluyla ekonomiler
elde edilmektedir. 2- Üretimde bir işten diğerine geçerken
kaybedilecek zamandan tasarruf edilir(47).

Aynı zamanda işletmelerde makinelerin uzmanlaşmasından
da sözedilebilir. Böylece makinelerin teknik etkinlikleri
yükselir. Ancak uzmanlaşmanın tehlikeleri de gözden uzak tu-
tulmamalıdır. İşgücünün aşırı uzmanlaşması monotonluğa ve bu
nedenle produktivitenin düşmesine yol açabilir. Makinelerdeki
uzmanlaşma ise bazı durumlarda, örneğin makinelerin bozulması
halinde yüksek masraflara neden olabilir. Halbuki çok işlem

(44) A.Gönenli, a.g.e., s.562.

(45) O.İdil, a.g.e., s.63.

(46) İbid., s.65.

(47) T.Ertek, a.g.e., s.18.

yapan makinaların birinin bozulması halinde makineler birbirleriyle yer değiştirebilir(48).

3- Yönetim Evresi

Büyük bir işletme, bazı yönetim faaliyetlerinin maki-neleşmesi ile bu alanda büyük bir iş bölümünden yararlanabiliyorsa yönetici kadrosunun yoğun bir şekilde çalışmasını sağlayarak yönetim masraflarını azaltabiliyorsa, büyük partiler halinde alım ve satım yapabiliyorsa, rezervlerini iyi kullanıyor ve uygun şartlarla sermaye tedarik ederek araştırma programlarını finanse ediyorsa, yönetim ekonomilerinden yararlanıyor demektir. Yani temel yönetim ekonomileri yönetici kadrosunun uzmanlaşmasından doğmaktadır. Ancak üretim evresinin uzman yönetici kadrosu gerektirecek düzeyde olması şarttır. Uzman yöneticiler işletme faaliyetinin sadece bir kısmına tüm dikkatlerini vererek çalıştıklarında, prodüktiviteyi arttırabilirler ve böylece genel yönetim masrafları büyük üretime dağılacığından ortalama birim maliyeti azaltıcı yönde etkilemiş olurlar(49).

Öte yandan işletme yönetiminin büyüklük arttıkça zorlaşacağı muhakkaktır. İşletme büyüdükçe yöneticinin denetleme alanı genişleyecektir. Daha geniş bir piyasa hakkında bilgi toplama zorunluluğu doğacaktır. Büyüyen işletmede haberleşmenin gelişmeside yöneticinin işlerinin artmasına neden olacaktır. Ancak işletme büyüklüğü ile yönetici ücretleri arasında bir paralellik olduğu iddia edilemez. Dolayısı ile işletme büyürken yönetim ekonomileri nedeniyle üretim başına yönetim giderleri düşecektir.

(48) O.İdil, a.g.e., s.64.

(49) N.Orhunbilge, a.g.e, s.60.

4- Pazarlama Evresi

Pazarlama masraflarının çeşitli unsurları işletme büyüklüğü ile farklı şekilde ilgilidir. Büyük işletmeler mamullerinin satışında küçük işletmelere göre daha üstün durumdadırlar. Çünkü işletme büyüdükçe birim başına reklam masraflarının düşmesi beklenir. Bu düşüş işletme büyüdükçe daha planlı ve rasyonel çalışmasından, büyük çapta yapılan reklamlardan elde edilen ekonomilerden ileri geldiği gibi, reklam mesajı sayısı ve kalitesi arttıkça etkinliğin yükselmesinden de ileri gelir(50). Ayrıca büyük işletmeler reklam ve ticari tekniklerin kullanılmasında gerek finansal açıdan gerekse bilgi açısından daha güçlüdürler. Büyük işletmeler piyasada geniş bir reklam kampanyası ile sadece mevcut tüketicilere mamullerini tanıtmak değil, aynı zamanda onları belirli bir markaya inandırma olanağına da sahiptirler(51). Reklam kampanyaları işletmelerin piyasa payını arttırmakla kalmayıp üretimde ilave iş bölümüne olanak vererek yeni büyüklük ekonomilerinin ortaya çıkmasında sağlayabilirler. Ancak aynı zamanda işletme büyüdükçe dağıtım masraflarının da artması beklenir. Çünkü büyük işletme daha uzak pazarlara dağıtım yapmaya, dolayısı ile geniş bir örgüt kurmaya ve nakil vasıtaları depo gibi sabit masraflar yapmaya zorlanır(52). Ama büyük işletmeler maliyetleri düşürmek için araçlarının fonksiyonlarını üstlenerek tüketicilere daha etkin şekilde ulaşabilirler. İşte bütün bu nedenlerden dolayı bazı yazarlar işletme büyüdükçe birim başına pazarlama masraflarının azalacağını bazıları ise artacağını ileri sürmektedirler(53).

(50) O.İdil, a.g.e., s.66.

(51) N.Orhunbilge, a.g.e., s.63.

(52) O.İdil, a.g.e., s.66.

(53) İbid., s.67.

- İşletme Büyümesinin Dışsal Ekonomiler Bakımından Sonuçları

Dışsal ekonomiler, işletme dışı fakat endüstri içi elde edilen ekonomilerdir ve endüstrinin genel genişlemesine bağlı olarak ortaya çıkarlar. Endüstrinin gelişmesinden faydalanan işletmelerin maliyetlerinde genel bir düşüş görülebilir. Zira işletmeler bir çok nedenden dolayı karşılıklı ilişkiler içinde faaliyet gösterirler. İçsel ekonomilerden yararlanan büyük işletmelerin maliyetlerindeki azalma, bu işletmelerin mamullerini ham madde veya yarı mamul olarak kullanan ikinci işletmeninde üretimini fiyat düşürücü yolda etkiler. Ayrıca gelişen bir bölge içinde bulunan işletmeler yol, elektrik v.s. gibi gereksinmelerini daha kolaylıkla sağlamak olanağı kazandıklarından, az gelişmiş bölgelerdeki işletmelere oranla dışsal ekonomilerden yararlanmada daha üstün durumdadırlar(54). Aynı zamanda bu bölgelerdeki yerleşme merkezleri de kalifiye işçilere cazip görünebildiğinden işletmeler işgücü temininde zorluk çekmezler.

Yukarıda sayılan işletmelerde büyümenin sonuçları literatürde çok değişik şekillerde ele alınmaktadır. Ancak varılan ana sonuç işletme büyüklüğü geliştikçe birim maliyetin düşmesidir.

1.5. İŞLETMELERDE BÜYÜMENİN PLANLANMASI

Büyüme iyice planlanmadığı takdirde birtakım sorunlarla karşılaşmak kaçınılmaz olur. Bunun için işletmelerde büyüme yönlerinin saptanması ve büyüme yollarının arasından uygun olanlarının seçimi ile bir büyüme planı yapılması zorunludur. Özellikle sağlıklı bir büyüme ancak uzun vadeli planlama ile gerçekleştirilebilir. Çünkü kısa devre işletmelerin büyüklü-

(54) Yüksel Ülken, Fiyat Teorisi, İstanbul, İ.Ü.İktisat Fakültesi Yayını, 1979, Cilt 1, s.148.

günü değiştirmeye olanak bırakmayan bir zaman aralığıdır. Uzun devre ise bir endüstride işletmelerin giriş ve çıkışlarının (büyüme ve küçülmeleri) olduğu bir ayarlama devresini kapsar. Büyüme ancak uzun devrede söz konusu olabilir(55).

Sağlıklı büyüme içinde olan işletmeler faaliyet gösterdikleri iş alanlarında piyasa, teknoloji, kapasite ve üretim koşulları ve yönetim kadroları itibarıyla uzmanlaşan ve optimal boyutlara ulaşan bir yapıyı hedef almaktadırlar. Böylece büyüme stratejilerinin uzun vadeli planlama sistematığı içinde gerçekteştirilmesi bir ihtiyaç olmaktadır. Çünkü uzun vadeli planlama yaklaşımı şu üç soruya cevap aramaktadır(56).

- Neredeyiz? Bu soru işletmeyi bir durum değerlemesi yapmaya zorlar. İşletmenin kuvvetli ve zayıf yönlerinin, mevcut durumunun, faaliyetlerini etkileyen çevresel faktörlerin sistemli bir şekilde incelenmesine yol açar.

- Nereye varmak istiyoruz? Bu soru işletmenin varmak istediği hedef ve gayeleri ortaya çıkarır.

- Nasıl? İşletmenin saptadığı hedeflere varmak için gerekli stratejiler hazırlanır.

İşletmelerin büyüme stratejilerine baz oluşturacak uzun vadeli planlar ise makro seviyede yapılan ülke kalkınma planlarından yararlanmak zorundadır. İşletmeler faaliyetlerini genişletecekleri ve yeni girecekleri iş sahalarını saptarken, kalkınma planınca hedef alınan tüketim, üretim ve yatırım faktörlerini ve bu hedeflere dönük teşvik ve politikaları

(55) Kemal Tosun, "İşletmelerin Optimal Cesamet Teorisi Üzerine Bir Deneme", (Doktora Tezi, İ.Ü.İktisat Fakültesi, 1951), s.151.

(56) Gündüz Pamuk ve diğerleri, Uzun Vadeli Planlama, İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 1978, s.85.

yakından izlemek gereksinimindedirler. Özetle büyüme stratejilerinin, ülke kalkınma planları ışığında, uzun vadeli plan çalışmaları içersinde yapılması sağlıklı sonuçlar vermektedir(57).

Uzun vadeli planlamada önce işletmenin büyüme hedefi belirlenmeli ve daha sonra büyüme stratejisi saptanmalıdır. Zira strateji, saptanan işletme hedeflerine varmak için seçilen hareket biçimidir. Genellikle uzun vadeli planlarda iki tip büyüme hedefi tayin edilmektedir.

- Mevcut işlerle büyüme,
- Yeni işlerle büyüme.

Mevcut işlerle büyüme aynı zamanda potansiyel durumu göstermekte olup işletmenin mevcut iş ve olanaklarla (yatırım, kapasite, finansman) varabileceği noktaya göre tayin edilmektedir. Diğer taraftan politika olarak saptanması gereken önemli konulardan biri de yeni işlerle büyüme hedefidir. Bu hedefi saptamak için plan dönemi içinde girişilecek yeni işlerin yapılacak yeni mamullerin, toplam satış hacminin, hangi seviyelerde olacağı konusunda bir ana politika tesbit edilmelidir. Bu ana politikanın belirlenmesinde, mevcut kaynaklarla girişilebilecek işler, dışarıdan sağlanabilecek kaynaklar ve girişilecek işlerin sabit yatırım ve işletme sermayesi gereksinimi gibi temel kıstaslar rol oynarlar(58).

İşletmelerin uyguladıkları büyüme stratejilerine gelince, yapılan bir araştırmada satışlarında ve kârlarında önemli artışlar sağlayan işletmelerin çoğunun aşağıdaki büyüme stratejilerini uyguladıkları görülmüştür.

(57) Erkut Yucaoglu, "Holdinglelerde Büyüme Stratejileri ve Yeni İş Sahalarının Seçimi", Sevk ve İdaré Dergisi, Mart 1978, s.16.

(58) G.Pamuk ve diğerleri, a.g.e., s.77-78.

- Faaliyet konusu olarak hızlı büyüyen veya büyüme potansiyeli olan sanayi kollarını ve piyasaları seçmek,
- Dış piyasalar dahil olmak üzere yeni piyasalara girmek,
- Mamul politikalarına yenilik getirmek,
- Aynı konuda faaliyet gösteren başarılı diğer işletmeleri satın almak(59).

1.6. BÜYÜMENİN YÖNLERİ

İşletmeler büyüme faaliyetlerini çeşitli yönlerde gerçekleştirebilirler. İşletmelerin stratejik büyüme planları şu gruplar altında toplanabilir:

- Yatay Büyüme

Yatay büyüme, bir işletmenin faaliyette bulunduğu iş konusundaki piyasa payını artıracak yönde büyümesidir. Yatay büyümede işletmenin rekabet gücünü artırarak tekelleri bir güç haline alma eğilimi ağır basar(60). Bu tür büyümede hedef büyüklük ekonomilerinden faydalanmak ve üretim maliyetini azaltmaktır. Genel masrafları yüksek olan büyük işletmelerde üretim miktarı fazla olduğundan birim başına düşen maliyetler azalabilmektedir. Yatay büyüme belli bir piyasada ancak belli bir ürün çeşidi ile faaliyetleri planlama ve geliştirme esasına dayanır. Böylece işletmenin faaliyet gösterdiği alanda uzmanlaşması sağlanır. Ayrıca işletmelerin bu büyüme planını uygulamasına neden olarak yöneticilerin riskten kaçma duygusu(61) ve işletmelerin ürünlerine olan talepdeki büyümeyi karşılayacak bir kapasite yaratması gösterilebilir. Yöne-

(59) İbid., s.87.

(60) Ö.Akgüç, a.g.e., s.734.

(61) E.Eren, a.g.e., s.66-67.

ticinin riskten kaçma duygusu sağlam, yeterli ve doğruluğundan emin olduğu ve yetenekli olduğu alan üzerinde faaliyetini derinleştirmesine olanak hazırlar. İşletmelerin ürünlerine olan talepteki artışı karşılamak için yatay büyümeye gitmesi ise hızlı büyüyen piyasalarda söz konusudur(62).

Yatay büyümenin yararları ise şöyle sıralanabilir:

1- Mevcut dağıtım kanallarından yararlanılarak bilinen piyasaya satış yapma olanakları kolaylaşır.

2- Uzmanlaşmayı artırır. Uzmanlaşma ise işletmenin deneyim eğrisinden yararlanma yolunu açar, rekabet gücünü artırır ve prodüktivitenin artmasına neden olur.

Öte yandan yatay büyümenin sakıncaları arasında şunlar yer alır:

1- Mevcut iş alanına daha derinlemesine girildiğinden uzun dönem durumu çok iyi değerlendirilmediği takdirde yatay büyüme önemli sorunlar ortaya çıkarır.

2- Belli bir işletmenin sonunda piyasada aşırı derecede üstünlük kurmasından dolayı yatay büyüme tekelleşmeyi önleyen yasalara ters düşebilir.

3- Faaliyette bulunulan piyasanın ileride doyum noktasına ulaşması işletmeyi büyüme olanaklarından yoksun duruma düşürebilir. Yani yatay büyüme işletmenin ekonomik dalgalanmalardan, talebin daralmasından etkilenmesine yol açar(63).

(62) S.Özbaşar, a.g.e., s.207.

(63) İbid., s.198.

- Dikey Büyüme

Dikey büyüme üretimden satışa kadar birbirini izleyen evrelerin aynı işletmenin bünyesinde toplanmasıdır(64). Dikey büyüme iki şekilde olmaktadır, eğer işletme kendine gerekli girdileri sağlamak için bir büyümeye gitmiş ise buna geriye doğru dikey büyüme, çıktıklarına sürüm sağlamak amacıyla bir büyümeye gitmiş ise buna da ileriye doğru dikey büyüme denir. İşletme hem kendine gerekli girdileri sağlamak için hem de çıktıklarına sürüm sağlamak için bir büyümeye gitmiş ise o zaman iki yönlü dikey büyüme söz konusu olur(65). Genel olarak bir malın üretimi için büyük yatırımların yapılması gerektiğinde, bu yatırımın riskini azaltabilmek için gerek satış gerek tedarik yönünden yatırımı koruyucu adımlarla dikey büyümeye gidilebilir. Bu tür büyüme daha çok demir-çelik, kimya ve otomotiv sanayinde görülmektedir(66). İşletmeleri dikey büyümeye yönelten unsurlar şu şekilde sıralanabilir:

1- İşletme kendisinin mal satın aldığı veya mal sattığı işletmelerin kâr marjlarını kendisine mal ederek nihai maddelerin maliyetlerinin azaltılmasını amaçlayabilir.

2- Bu tür büyüme işletmenin stratejik dış baskı ve güçlüklerini çözümlenmek gayesi ile yapılabilir. Örneğin faktör tedariki veya üretilen malların satışı konularındaki güçlükler böylece çözümlenmiş olur(67).

(64) Ö.Akgüç, a.g.e., s.735.

(65) İnan Özalp, İşletmelerin Büyümesinde Ortaya Çıkan Organizasyon Sorunları, Adana, Adana İktisadi Ticari İlimler Akademisi Yayını, 1975, s.27.

(66) A.Gönenli, a.g.e., s.566.

(67) E.Eren, a.g.e., s.69.

Kısaca dikey büyümede genel amaç hammadde ve ara mallarını kolaylıkla sağlamak ve üretilen malı pazarlamaktır. Bir işletmenin girdi sağlamakta ve çıktısına piyasa bulmakta karşılaştığı güçlükler şöyle özetlenebilir:

- Piyasada yeterli miktarda hammadde ve ara mallarının üretilmemesi,
- Gereksinme duyulan maddelerin istenilen kalitede olmaması,
- Hammadde ve ara malları fiyatlarının değişmesi,
- Pazarlama açısından ise ekonomik krizler, piyasa koşullarının belirsiz olması, tüketici zevklerinde değişmeler v.b. nedenler, üreticiyi malını pazarlama konusunda etkin rol oynamaya yöneltmektedir.

Kuşkusuz dikey büyüme uzmanlaşma ile ters düşmektedir. Ayrıca dikey büyüme bir bakıma yatay büyümeye dayanır. Zira küçük işletmelerin dikey büyümeye yönelebilmesi üretimleri sınırlı olduğundan olanaksızdır(68).

Dikey büyüme işletmenin malzeme ve hammadde akışını denetlemek, stok tutma ve diğer maliyetleri azaltmak, ayrıca alıcılara karşı işletmenin durumunu güçlendirme olanağı vermesine karşın, tüm kaynakları aynı ürüne bağlı tutmaktan doğan risk ile yeni ve mevcut iş alanları arasında teknik benzerlik olmamasından doğan tehlikelerle de karşı karşıya bırakmaktadır(69).

- Çapraz Büyüme

Çapraz büyüme bir işletmenin aralarında ilgi olmayan sektörlerde mal ve hizmet üretimine girerek büyümesidir. Çap-

(68) Akın İlkin, Kalkınma ve Sanayi Ekonomisi, 3.baskı, İstanbul, İ.Ü.İktisat Fakültesi Yayını, 1979, s.309.

(69) S.Özbaşar, a.g.e., s.240.

raz büyümede yatırımların birbiriyle ilgili olmayan konulara yöneltilmesi ile riskin azaltılması yani riskin dağıtılması olanağı vardır. Çapraz büyüme genellikle finanslama olanakları geniş grupların ekonominin çeşitli kesimlerine hakim olma gayretlerini de yansıtır. Çapraz büyümede teknolojik yapı ya da bilgi yönetim birliğinden sağlanabilecek yararlardan çok vergi yasalarındaki kaçamaklardan yararlanma, sistem içindeki para akışını değerlendirme ve küçük bir yatırımla büyük bir üretim kapasitesini kontrol altına alma gibi etmenler önemli rol oynarlar(70). Ayrıca çapraz büyüme, yatay ve dikey büyümeden farklı bir nitelik gösterir. Yatay büyümede ana sorun, işletmenin piyasadaki rekabet gücünü artırması iken dikey büyümede birbirini izleyen üretim evrelerinde fonksiyonel bir ilişki meydana getirmektir. Tüm bu amaçların ekonomik niteliği vardır ve endüstriyel faaliyetler birinci plandadır. Çapraz büyümelerde ise endüstriyel faaliyetler ikinci plana itilmekte, finansal faaliyet ve organizasyon ilişkileri önem kazanmaktadır(71). Çapraz biçimdeki büyüme planları genellikle farklı faaliyet dallarının finansal açıdan dayanışmaya gitmesi ve kaynakların uzmanlaşmasından çok dağılımı yönünden önem taşır. Çapraz biçimdeki büyüme stratejilerini izleyen işletmeler, başlangıçtaki ana faaliyet konularından tamamen koparak daha kârlı alanlara yayılabilirler. Böylece sermayenin hareket serbestisini ön plana alarak en çok ilgi çekici ve kârlı faaliyet alanlarına kayılarak, az kârlı bölgelerden sermayenin geriye çekilebilme esnekliği sağlanır(72). Bundan başka çapraz büyüme pazara üstünlük kurmayı ve birikime engel olan yasalardan korunmayı kısmen de olsa sağlayabilir. Üstün yönlerine karşı çapraz büyümenin en önemli sakıncası genel ekonomik duraklama ve buhranlarda bu tür büyüyen işletmelerin diğer işletmelere göre daha çok etkilenmesidir(73). Ayrıca di-

(70) A.Gönenli, a.g.e., s.567.

(71) A.İlkin, a.g.e., s.310.

(72) E.Eren, a.g.e., s.71.

(73) S.Özbaşar, a.g.e., s.241-243.

key ve yatay büyüme halinde işletmelerin ölçek ekonomilerinden önemli ölçüde yararlanabilmesine karşın, çapraz büyüme-lerde farklı sektörlerde faaliyet göstermelerinden dolayı ölçek ekonomilerinden yararlanma olanakları çok daha azdır(74). Bunlardan başka yatay ve dikey büyümelerin serbest rekabeti ne derece etkiledikleri saptanabilmesine rağmen çapraz büyümelerin rekabet üzerindeki etkileri ise oldukça karışıktır. Çapraz büyümenin ulusal ekonomi açısından piyasada az sayıda ve güçlü büyük işletmelerin doğması nedeniyle tekelci bir tutumun yayılmasına olanak sağladığından rekabeti engellediği söylenebilir(75).

1.7. BÜYÜMENİN YOLLARI

İşletmelerin büyüme yönleri incelendikten sonra, büyümenin nasıl, hangi yollarla gerçekleştirileceğini de incelemek gerekir. Büyüme yolları arasında ayırım yapma gereksinimi her birinin etkinliğinin farklı olmasından kaynaklanmaktadır. İşletmeler genellikle iki yoldan büyüyebilirler; bunlardan birincisi iç büyüme, ikincisi ise dış büyümedir.

1.7.1. İç Büyüme

İşletmelerin kendi olanaklarıyla, faaliyetlerinin sonucu yarattıkları veya dışarıdan sağladıkları kaynakları yeni yatırımlara yönelterek büyümelerine iç büyüme denir(76). İç büyüme, işletmenin mevcut üretim faktörlerini daha iyi kullanarak veya yeni üretim faktörlerine yatırım yaparak gelişen pazarın artan talebini karşılamak için üretim kapasitesinin genişletilmesiyle gerçekleşebilir. Kısaca, bir işletmede iç

(74) Ö.Akgüç, a.g.e., s.739.

(75) A.İlkin, a.g.e., s.312.

(76) Ö.Akgüç, a.g.e., s.735.

büyümeden söz edebilmek için bu işletme mevcut üretim faktörlerini daha rasyonel bir şekilde kullanarak veya yeni üretim faktörlerine yatırım yaparak üretimini miktar, kalite ve çeşit açısından arttırmış olmalıdır. Herşeyden önce işletmelerin büyüme sürecine girebilmeleri için finansal kaynaklarının yeterli, yönetim kadrosunun güçlü olması ve karşılaşılan büyüme fırsatlarını iyi değerlendirmeleri gerekir. Yeni yatırımlara girişebilmek ise otofinansman gücüne ve aynı zamanda yabancı sermaye tedarik edebilme olanağına bağlıdır. İşletmelerin yabancı sermaye tedarik edebilmeleri kamu oyunun güvenini ve özellikle finansal kurumların ve sermaye sahiplerinin dikkatini ve güvenini kazanmış olmakla doğru orantılıdır(77). İç büyümenin sermaye piyasasından sağlanan ek fonlarla desteklenebilmesi için yatırımların kârlılık oranının borç alınan fonların maliyetinden yüksek olması gerekir. Ancak bu yolla işletme finansman kaldırıcının etkisinden yararlanır(78). Oto finansman yolu ile yatırımların finansmanı için de işletmelerin faaliyetlerinde başarılı olmaları ve kâr oranlarının yüksek olması zorunludur.

İç büyümenin diğer büyüme şekillerine kıyasla en belirgin özelliği bu yolla büyüyen işletmelerin özelliklerini yitirmemeleridir. İç büyümede işletmede yatırım, fiyat, pazarlama, stok ve personel politikalarında tedrici değişiklikler yeterli olduğundan işletmenin düzenini ve özelliğini koruması daha kolaydır(79). İç büyümenin diğer bir özelliği ise büyüme hızının daha düşük olmasıdır. Yeni yatırımlara girişmek örneğin, yeni bir fabrikanın kurulması, yeterli teknik eleman ve yetişmiş işçilerin tedariki ve fabrikanın işler

(77) N.Orhunbilge, a.g.e., s.33.

(78) Zeki Aksan ve diğerleri, Holding Muhasebesi ve Holdinglerin Organizasyon Yapıları, İstanbul Sermet Yayınevi, 1982, s.8.

(79) A.Gönenli, "İşletmelerin Büyüme ve Yatırım Politikaları", Sevk ve İdare Dergisi, Ekim 1971, s.10.

duruma getirilmesi zaman isteyen bir iştir. Bu nedenle bu büyüme yolunu seçen işletmeler eğer buldukları endüstri kolu daha yüksek bir büyüme hızına sahipse diğer işletmelerle rekabet şansını kaybederler(80). İç büyümeyi genellikle gelişen sanayi kollarında ve rekabet başka büyüme biçimlerini zorlayıncaya kadar izlemek mümkündür. Kısaca iç büyüme haddini etkileyen başlıca etmenler genel ekonomik durum ve sanayi dalındaki rekabettir. Genel ekonomik durum iyi olduğu ve hükümet yatırımlara teşvik edici politikalar izlediği takdirde, işletmelerin yatırım eğilimleri artış gösterir. Sanayi dalındaki rekabet de bir taraftan maliyetleri kontrol altına almayı, diğer taraftan yeni pazarlara ulaşarak daha büyük hacimde üretim yapmayı gerektirdiğinden işletmelerin yatırım eğilimlerini arttırır(81).

Yalnız iç büyüme işletmelerin fazla risk yüklenmeden yavaş yavaş büyüme olanağı sağlaması gibi bazı durumlarda avantajlıysa da, bu avantajlar bir takım şartlarla sınırlıdır. Büyümekte olan işletmenin sermaye yapısı çok basit ise, faiz ve öncelikli kâr payı ödeme yükümlülüğü yoksa, çalışma sermayesi durumunu zayıflatacak bir dış müdahale ile karşılaşma olasılığı yoksa, iç büyümeye gidilebilir. Aksi halde başka bir yol aranması gerekir ki, bu da dış büyümedir(82).

1.7.2. Dış Büyüme

Dış büyüme bir işletmenin diğer bir işletme veya işletmelerin tamamını veya bir bölümünü ele geçirerek veya yönetimlerini kontrol altına alarak veya onlarla birleşerek büyümesi olarak tanımlanabilir(83). İşletmeler yeni fabrikalar

(80) Z.Aksan ve diğerleri, a.g.e., s.8.

(81) A.Gönenli, İşletmelerin Büyüme ve Yatırım Politikaları, s.11.

(82) Ş.Özbaşaran, "Füzyonlar Üzerine Kısa Bir Araştırma", İ.Ü.İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt 5, Sayı 1, Nisan 1976, s.249-250.

(83) Ö.Akgüç, a.g.e., s.735.

kurarak ve yeni pazarlar yaratarak büyüme yerine, ekonomik nedenler veya riskten kaçınmak ve gücünü arttırmak gayesi ile başka işletmelerle birleşerek büyümeyi tercih edebilirler(84). Bu bakımdan dış büyüme aynı zamanda birleşme yolu ile büyüme olarak da tanımlanmaktadır(85). Gelişen sanayi kollarındaki işletmelerde içsel büyüme görülmesine karşın doymuş ve durgunluk evresine girmiş sanayi kollarında işletmeler düşen talep karşısında dışsal ve içsel ekonomiler sağlamak amacıyla dış büyümeye gitmektedir(86). İşletmeleri dış büyümeye iten diğer önemli bir etkende synergism'dir. Synergism birbirinden bağımsız olan işletmelerin faaliyetlerini birleştirmeleriyle elde edilecek gelirlerin, bu işletmelerin teker teker elde edecekleri gelirlerin toplamından büyük olması anlamında kullanılmaktadır. Yani $2+2=5$, olacağı görüşünden hareket edilmektedir(87).

Dış büyümeyi tanımladıktan sonra dış büyümenin iç büyümeye olan üstünlüklerini ve dış büyümede birleşme türlerini incelemek gerekir.

1.7.2.1. Dış Büyümenin İç Büyümeye Olan Üstünlükleri

Ölçek ekonomilerinden faydalanma dış büyüme ile mümkün olduğu gibi işletmenin iç büyümesi ile de sağlanabilir. Ancak dış büyümenin bazı üstünlükleri vardır. Bunlar;

1- Büyümenin hızla gerçekleştirilmesi ve büyümede dengenin sağlanması: Dış büyüme iç büyümeye oranla çok daha ça-

(84) Cudi Tuncer Gürsoy, "İşletmelerin Birleşme yolu ile büyümesi", Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, Ocak 1972, s.44.

(85) İ.Özalp, a.g.e., s.25.

(86) A.Gönenli, İşletmelerin Büyüme ve Yatırım Politikaları, s.10.

(87) Ş.Özbaşaran, a.g.e., s.242.

buk olmaktadır. Bir başka işletme ya da işletmelerle birleşerek büyüyen bir işletme bir anda yeni mamullere, yeni üretim metotlarına, yeni fabrikalara ve yeni organizasyonlara sahip olmaktadır(88). Ayrıca bunları kısa bir zamanda ve dengeli bir şekilde elde etmektedir. Kuşkusuz iç büyüme yolu ile de işletme aynı şeylere sahip olabilir, ancak bu uzun zaman alır. Oysa hız faktörü üretim kapasitesinin süratle büyütülmesinin gerekli olduğu dönemlerde önem taşır. Talebin ani artış gösterdiği hallerde üretim kapasitesi derhal genişletilemezse, piyasadaki elverişli durumun kaybedilmesi, rakiplerin piyasa paylarını arttırmaları tehlikesi vardır.

2- Maliyetlerin daha düşük olması: Dış büyüme iç büyümeye göre çok daha ucuza sağlanabilir. Satın alınacak işletmenin piyasa değeri veya pay senetlerinin borsa değeri, işletmenin ikame maliyetinden daha düşük olabilir. Maliyet açısından avantaj sağlayan diğer bir konu da, bir işletmenin satın alınması halinde personel tedarikinin de anında olmasıdır. İç büyümede yetenekli ve deneyimli personel tedariki daha güç ve pahalı olabilir(89).

3- Finansman kolaylığı: Bazen finansal güçlükler iç büyümeyi hemen hemen olanaksız kılar ve birleşme büyümek için tek yol olabilir. Ayrıca halka pay senedi satarak toplanacak fonlarla yeni kapasite elde etmektense, kurulu bir kapasiteye sahip bir gruba, katılacakları işletmenin pay senetlerini vererek onların elindeki hazır kapasiteyi ele geçirmek daha çekici gelebilir(90). Bir işletme aktif ve pasifi ile satın alınırken, bedelin nakten değil, satın alan firmaya ait pay senetlerinin verilerek ödenmesi halinde, satın alma ek bir finansman gereksinimi doğurmadan gerçekleştirilebilir.

(88) C.T.Gürsoy, a.g.e., s.44.

(89) Ö.Akgüç, a.g.e., s.740.

(90) A.Göneli, İşletmelerde Finansal Yönetim, s.570.

4- Risk Azlığı: İç büyüme dış büyümeye kıyasla çok daha risklidir. Birleşme halinde denenmiş, gelir sağlama kapasitesi saptanmış üretim araçları, üretim teknolojisi elde edilmektedir. Oysa benzeri bir işletmeyi kurmakla yeni ürün geliştirmek, yeni ürün teknolojisi uygulamak o kadar kolay değildir ve aynı kârlılık oranı elde edileceği söylenemez. Çünkü gelecek belirsizliklerle doludur. Dolayısı ile yatırımlardan zarar etme olasılığı daha yüksektir.

5- İşletmeler arası rekabetin azalması: Birleşme yolu ile büyüme rekabet koşullarını büyüyen işletme yararına değiştirmektedir. Aynı endüstri dalında faaliyette bulunan işletmelerin birleşmeleri halinde, aralarındaki rekabet ortadan kalkacağı, koordine edilmiş bir fiyat ve üretim politikası izleme olanağı elde edilebileceği gibi bu işletmelerin piyasa üzerindeki kontrolleri de iç büyümeye kıyasla daha süratli ve daha az riskli bir şekilde artabilir(91).

6- Vergi avantajı: İşletmeler arası birleşmelerin bazı vergi avantajları sağlaması, işletmelerin bu büyüme yolunu seçmelerine neden olmaktadır. Birçok ülkede sermaye kazançlarının vergi dışı bırakılması, bazı ülkelerde ise sermaye kazançları vergilendirildiği halde istisnalara konu olması önemli bir vergi avantajını oluşturmaktadır. Diğer bir vergi avantajı da bir birleşme halinde birikmiş zararların ileriki yıllara taşınarak ödenecek vergilerden önemli tasarrufların sağlanabilmesidir.

Ülkemizde ise son çıkarılan kanuna (3239 s. KVK m.74/14) göre, beş yıldan fazla devredilmemek şartıyla kurumlar vergisi kanununa göre yapılan devirlerde devir alınan işletmenin devir öncesi son bilançosuda görülen zararlar devralan işletme tarafından bildirilen kurumlar vergisi kazancından indirilebilmektedir. Buna göre zararlı bir işletmeyi aktif ve pasifi ile devir almak, vergi açısından çekici hale gelmektedir.

(91) Ö.Akgüç, a.g.e., s.740-741.

1.7.2.2. Dış Büyümede Birleşme Türleri

Birleşme türünün ne olacağı birleşmenin gayesi, birleşme türü ile ilgili kanunlar ve birleşme konusunu sınırlayan yasalara göre değişebilir. Eğer gaye öncelikle pazar ve rekabet durumunun denetlenmesi ise bu durumda birleşme türünün gayriresmi (informal) olacağı düşünülebilir. Diğer taraftan, faaliyetlerin bütünlenmesi, daha büyük işletmelerin kurulması veya diğer çeşitli konuların ana gaye olarak alınması halinde ise, birleşme türü resmi (formal) olacaktır. Kısaca, göz önüne alınacak gayelere göre birleşme türleri değişecektir. İncelediğimiz konu açısından ikinci grup birleşme türleri daha önemliyse de birinci gruba giren birleşme türlerine de kısaca değinmekte fayda vardır.

Birleşme türleri konusunda çeşitli sınıflamalar yapılmışsa da aşağıdaki sınıflama şeklinin diğerlerine tercih edileceği söylenebilir.

1- Gayriresmi (Informal) Birleşme Türleri

Belirli bir resmi şekli olmayan bu birleşmeler, rekabetin sınırlandırılması veya herhangi bir konuda işbirliği yapmak üzere ortaya çıkarlar(92). Ancak bunların birçoğu kullanıldıkları ülkelerde kanuna aykırı bulunduğu için ortadan kaldırılmışlardır. Gayriresmi birleşmeler tam birleşmeye gitmeden kaynaklardan tasarruf sağlayarak, bilgi ve görgülerini bir araya getirerek geçici olarak düşünce birliğine varma amacını güttüklerinden gelecekte sona ermeleri kaçınılmazdır. Yani gayelerine eriştikten sonra dağılırlar. Ayrıca bu tip birleşmeler bağlayıcı yönlerinin zayıf olması nedeniyle ya başarılı olamamakta ya da zamanla kontrolü ele geçiren grubun önderliğinde resmi bir birleşme yoluna gitmektedirler. Bu gruptaki birleşme türleri aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

(92) P.S.Çarıkcıoğlu, "Konsolide Bilanço ve Konsolide Kâr ve Zarar Tabloları ve Türkiye Uygulamasından Örnek," (Doktora Tezi, İ.Ü. İşletme Fakültesi, 1972), s.7-8.

i) Sözlü Anlaşmalar (Centilmenlik Anlaşması): İki tarafın saygınlığına, karşılıklı güvene dayanan, yazılı metni olmayan sözlü anlaşmalardır. Rekabeti kaldırmaya veya rekabeti anlaşımayı yapan tarafların yararına çevirmeyi amaçlar. Anlaşmayla taraflar piyasada ortak hareket etmeyi, örneğin arzı kısıtlamayı, ortak fiyat politikası gütmeyi kabul ederler. Ancak bağlayıcı yönü veya hukuki hiçbir kurala bağlı olmadığı için taraflar anlaşmayı serbestçe bozabilirler.

ii) Pool: Sözlü anlaşmalarda olduğu gibi bunda da hukuksal bir bağlayıcılık yoktur. Ancak taraflar arasındaki anlaşmayı denetleyen ve uymayanlara grup içinde yaptırımlar uygulayacak bir merkez komitesi vardır. Serbest rekabeti önleyici şekilde fiyatları ve piyasaları denetleyip bölüşmeyi amaçlayan bir birliktir(93).

iii) Kartel: Çeşitli işletmelerin aralarındaki rekabeti önlemek amacıyla belli prensipler içinde anlaşarak kurdukları bir birliktir. Kartelde anlaşmış işletmelerin kendi yönetim ve işletme yapılarında özgürlüklerini devam ettirmek olanakları vardır. Ancak işletmeler yasal bağımsızlıklarını korumakla birlikte, ekonomik yönden bazı sınırlamalara uymak zorundadırlar. Ayrıca kartellerin kurulabilmesi için kartele konu olan ürünün yeknesak belli bir madde olması ve kolay ikame edilebilir olmaması gerekir. Uygulamada satış koşulu karteli, fiyat karteli, üretimi sınırlayan karteller gibi çeşitli kartel türlerine rastlanabilir(94). Kartellerin diğer bir yolu da patent anlaşmalarıdır. Belirli coğrafi bölgelerde faaliyet gösteren büyük işletmeler, patent haklarını birbirlerine devrederek dünya piyasalarını kesin şekilde aralarında bölüştürebilirler.

(93) Z.Aksan ve diğerleri, a.g.e., s.9.

(94) A.İlkin, a.g.e., s.312-313.

iv) Menfaat (Çıkar, Dayanışma) Grupları: Çeşitli işletmelerin pay senetlerinin belli bir grubun veya belli bir ailenin bireylerinin elinde toplanarak, işletmelerin denetlenmesi ve aynı politika gütmeleri sağlanır(95).

v) Ortak Bir Yönetim Kuruluna Sahip Olan Birleşmeler: Bir füzyon meydana gelmeksizin, işletmeler arası ortak faaliyet sağlayan diğer bir yöntem ise, ortak yönetim kurullarına sahip olmaktadır. Ortak yönetim kurulu, her işletmenin yönetim kurulundan bir üyenin katılmasıyla kurulur. Bu ortak üyeler işletmelerin politikalarını, grup faaliyetleri yönünden etkilemeye çalışırlar(96).

2- Resmi (Formal) Birleşme Türleri

Resmi olmayan birleşme türleri herşeye rağmen büyük birimlerin veya grupların oluşması için yeterli olmamıştır. Bu nedenle resmi birleşme yollarına gidilmiştir. Bu tür birleşmeler daha bağlayıcıdır ve belli bir hukuki şekle sahiptirler. Uygulamada görülen resmi birleşme türleri şöyle sıralanabilir;

i) Tröstler: Resmi birleşme türü olarak ilk ortaya çıkan kuruluşlar tröstlerdir. Bunlar yeni bir işletme kurmadan, bazı işletmelerin kontrollerini ellerinde tutarak, işletmelerin tek bir yönetim altında, hukuki ve ekonomik özgürlüklerini kaybetmeleri ile ortaya çıkarlar. Tröstlerin kurulmasında gaye piyasada güçlü olmak, çok kâr sağlamak ve mümkün olduğunda rakipleri piyasadan uzaklaştırmak veya bağımlı bir duruma sokmaktır(97). Kısaca tröstler rekabeti ortadan kaldırmaya

(95) A.Gönenli, "Şirketlerin Büyüme Yolları", İ.Ü. İşletme Fakültesi, Muhasebe Enstitüsü Dergisi, Sayı No 1, Şubat 1976, s.15.

(96) P.S.Çarıkcioglu, a.g.e., s.9.

(97) A.İlkin, a.g.e., s.314.

yönelik büyümeyi amaçlayan birleşmelerdir. Özellikle geçen yüzyılın son yıllarında fazla görülmüş fakat daha sonra bir takım antitröst kanunlarla bunların faaliyetleri sınırlandırılmıştır.

ii) Holdingleler: Ticari ve sınai bir faaliyette bulunmayan kontrol amacıyla başka şirketlerin pay senetlerine sahip olan hukuken bağımsız şirkete holding adı verilir(98). Holding genellikle, çeşitli şirketlerin bir organizasyon altında toplanması ile kurulur. Holding sistemde şirketler hukuksal kişiliklerine ve bağımsızlıklarına sahiptirler. Ancak bunların üstündeki holdingin, şirketlerin pay senetlerine sahip olması nedeniyle, bunları kontrol etme ve yönetme olanağı vardır(99). Yani şirketler teker teker belli bir büyüklüğü temsil ederken, holding de buna ek olarak ayrı bir büyüklüğü temsil eder.

Büyüme süreci içinde holdingler önemli bir yere sahip bulunmaktadırlar. Çünkü holding sistemi büyümenin bir aracı olarak kullanılabilir. Büyük ölçekte faaliyette bulunmanın sağladığı ekonomiler aynen holding sistemi içinde geçerlidir. Holdinglerin bazı üstün yönlerinin olması, işletmeleri bu yolla büyümeye itebilmektedir. Holdingler tek işletme birimi altında büyümeye oranla riskin bağımsız yasal birimlerde yatıtılması, azınlık payları ve borç kapasitelerinden en büyük oranda yararlanarak tek birimin kontrol edebileceğinden daha büyük kapasiteyi grubun kontrolüne vermesi, bazı hallerde tek birimin büyümesine karşı çizilen kamu politikalarının karşılanması amacıyla başvurulan bir yoldur. Özellikle bir işletmenin büyümek amacıyla fon sağlamak için halka açılmasında holdingin başvurulacak bir yol olması, holdingin büyüme aracı olarak görülmesinin en önemli nedenidir. Holdinglere gerçekte

(98) Ö.Akgüç, a.g.e., s.777.

(99) A.İlkin, a.g.e., s.315.

içsel olmakla beraber, büyüme şansı tanıyan diğer bir unsur ülkemizde Kurumlar Vergisi Kanununda yer alan iştirak kazançları istisnasıdır. Bu şekilde iştirak kazançlarının vergilendirilmeden grup içinde kalması grubun yatırım potansiyelini artırmaktadır(100). Holding, çeşitli şirketlerin pay senetlerinin sermaye olarak konmasıyla gerçekleştirilebileceği gibi, bir şirketin başka bir şirkete hakim olmak için pay senetlerini eline geçirmesi veya kendisinin şirket kurması halinde de ortaya bir holding çıkmaktadır. Bu son durumda da bir büyüme söz konusudur ve sözü edilen şirket başka şirketlere iştirak ederek büyümeyi gerçekleştirmektedir. Bu şekilde bir büyüme işletme içinde yeni yatırımlara gitme yerine başka işletmelere iştirak etme veya yenilerini kurmanın daha avantajlı olması halinde ortaya çıkmaktadır(101).

iii) Füzyonlar (Merger, Birleşme, Katılma, Kaynaşma, Karışma): Literatürde füzyon konusunda büyük farklılıklar görülmektedir. Bu farklılık füzyonun tanımından olduğu gibi, füzyon için kullanılan terimlerden de ortaya çıkmaktadır. Genel olarak füzyon bir veya birden fazla işletmelerin bir diğeri tarafından direkt olarak ele geçirilmesini belirtmektedir. Ele geçiren işletme, diğer işletmelerin aktiflerini satın almakta ve borçlarını kabul etmektedir. Böylece ele geçirilen işletmelerin hukuki varlığı sona ererken, ele geçiren işletme büyümüş olarak faaliyetlerine devam eder.

iv) Konsolidasyon: İki veya daha fazla işletme aktiflerini ve borçlarını birleştirmek suretiyle yeni bir işletme kurmuşlarsa, meydana getirilen yeni organizasyona konsolidasyon denir. Yeni işletme, pay senetleri çıkararak, orjinal

(100) Ö.Akgüç, a.g.e., s.786.

(101) Mehmet Şükrü Tekbaş, "Holdinglerde Yönetim ve Organizasyon," Sevk ve İdare Dergisi, Nisan 1972, s.21-22.

işletmelerin net aktiflerini satın alır ve borçlarını kabul eder. Böylece birleşmeye giren işletmelerin hukuki varlıkları ortadan kalkmakta ve bu işletmelerin ortakları yeni kurulan işletmenin ortakları haline gelmektedir.

Gerçekte bu son iki birleşme türü arasında esaslı bir nitelik farkı yoktur. Her ikisinde de iki veya daha fazla işletmenin net aktiflerinin diğer bir işletmeye transferi veya yeni bir işletmenin yaratılması şeklinde bir araya gelme söz konusudur. Ayrıca, her iki birleşme türünde de denetlenen işletmelerin hukuki varlıkları sona ermektedir. Bu yüzden uygulamada bu iki birleşme türü arasında bir ayırım yapılmamaktadır(102).

Bir işletme bütün bu sayılan gerek iç gerekse dış büyüme yollarından birini veya her iki yolunçeşitli bileşimlerini kullanarak büyümeyi gerçekleştirebilir. Yapılacak büyüme yolu seçiminde sanayi dalının dinamiklik derecesi, arz ile talep arasındaki ilişkilerdeki gelişmeler ve dalgalanmalar, teknolojinin etkisi, coğrafi yayılma derecesi, ölçek ve öğrenmeden yararlanma derecesi gibi etkenler önemli rol oynarlar. Ayrıca büyüme yollarından hangisinin en uygun olduğu, zaman, yönetim, finansal olanaklar ve kamu politikası açısından da değerlendirilmelidir. Çünkü bütün bu sayılan unsurlar açısından her büyüme yolu eşit çekiciliğe sahip değildir(103).

1.8. İŞLETMELERDE BÜYÜMEYİ KISITLAYAN ETKENLER

Şimdiye kadar anlatılanlar işletmeleri büyümeye teşvik eden birçok faktörün bulunduğunu ve büyümenin işletme açısından olumlu sonuçlar yarattığını belirtmesine rağmen ortaya şöyle bir soru çıkabilir. Acaba işletmelerin ellerine geçen

(102) P.S.Çarıkcıoğlu, a.g.e., s.11-12.

(103) S.Özbaşar, a.g.e., s.117-118.

olanakları değerlendirerek istedikleri şekilde sonsuza kadar büyümeleri mümkün müdür? Başlıca büyüme teorileri her ne kadar işletmelerin sonsuz olarak büyümek istedikleri varsayımına dayanmaktaysa da hiç bir zaman sınırsız büyüme düşünülemez. Çünkü işletmeleri büyümeye teşvik eden etkenler olduğu gibi büyümeyi kısıtlayan etkenler de vardır. Bu etkenleri işletme içi ve işletme dışı etkenler olarak iki grupta incelemek mümkündür.

1.8.1. İşletme İçi Etkenler

İktisatçılar büyümenin pozitif etkilerinin sınırlı olduğu ve işletme büyüklüğünün belli bir hadde ulaşmasından sonra "içsel eksi ekonomilerin" başlayacağı görüşündedirler(104). Bu eksi ekonomilerin kaynakları şöyle sıralanabilir;

1- Yönetici Yeteneklerinin Sınırlı Oluşu ve Yönetim Sorunu

İşletmelerin büyümesi işletmenin karşılaştığı fırsatlara yakından bağlı olduğu gibi, bu fırsatları değerlendirecek yöneticiler olduğu için yöneticilerin davranışlarına ve yeteneklerine de yakından bağlıdır. Hiçbir işletmenin yapısı ve faaliyetleri diğer bir işletmeninkine aynen uymadığından piyasada bulunan profesyonel yöneticilerin söz konusu işletmeyi yeterli şekilde yönetebilmeleri için deneyime ve yetiştirilmeye gereksinimleri vardır. İşletme büyürken yönetim kadrosunu genişletmede ortaya çıkan güçlükler ve zamana olan gereksinim, yönetim sorununun kısıtlayıcı yönlerinden birini oluşturur. Buna ek olarak işletme yöneticilerinin yetenekleri tam olsa dahi bir veya bir grup şahsın belirli bir süre içinde planlayıp uygulayabileceği büyümenin sınırlı oluşu da büyümeyi kısıtlamaktadır(105). Büyümek için gerekli özelliğe

(104) O.İdil, a.g.e., s.68.

(105) B.Köksal, a.g.e., s.48.

sahip olmayan yönetici kadrosunu gerektiğinde tam olarak değiştirmenin hemen hemen mümkün olmaması nedeniyle yöneticilerin bilgi ve yeteneklerinin sabit kaldığı varsayılırsa azalan randımanlar kanununa uygun olarak işletmenin büyümesi, bir noktadan sonra yönetimle ilgili eksi ekonomilerin ortaya çıkmasına neden olacaktır(106). Kısaca hızlı bir büyüme işletmenin faaliyet alanını genişlettiği için yöneticilerin yetenekleri denetim, yetki, verimlilik ve kârlılığını sağlama bakımından yetersiz kalır(107). İşletme belli bir noktanın ötesinde büyüdükçe üst düzeydeki yöneticiler sorumluluk ve yetkilerini alt düzeydeki yöneticilerle paylaşırlar veya çoğunu onlara aktarırlar. Böylece yönetim zinciri artar, kararların alınmasında veya kararların uygulanmasında aksamalar olur. Bu nedenle aşırı büyüklük bürokrasinin doğmasına neden olur. Ayrıca işletme büyüdükçe yönetim ile sahiplik birbirinden ayrılabilir ve yöneticiler maliyetleri minimum, kârı maksimum yapma amacı yerine diğer bazı amaçlar üzerinde de durabilirler(108).

2- Finansal Güçlükler

İşletmelerin büyüebilmeleri için her şeyden önce büyümeyi finanse edecek güçlerinin olması gerekir. Bazı durumlarda işletmeler büyümelerini finanse etmek için gerekli sermayeyi tedarik etmekte güçlük çekebilirler.

Bilindiği gibi işletmelerin finansman için yararlanabilecekleri kaynaklar dağıtılmamış kârlar, borçlanma ve yeni pay senedi ihracıdır. Dağıtılmamış kârlar büyüme halindeki bir işletmenin en önemli finansman kaynağıdır. Bunun nedeni de dış kaynaklara göre daha güvenilir bir finansman şekli

(106) İbid., s.49.

(107) İ.Özalp, a.g.e., s.35.

(108) T.Ertek, a.g.e., s.24.

olmasıdır(109). Büyümenin dağıtılmayan kârlarla finansmanı işletmenin piyasa değeri açısından önemlidir. Çünkü işletmenin piyasa değeri kâr dağıtma politikası ile yakından ilgilidir. Büyüme için sadece dağıtılmamış kârlar ile finanse etmek, dağıtılan kârların azalmasına yol açacağından dolayı işletmeyi satın alınma tehlikesi ile karşı karşıya bırakabilir(110). Bu yüzden işletmelerin dağıtılmayan kârlar yoluyla yaptıkları yatırımlardan bekledikleri kârlılık oranının, kârın ortaklara dağıtılması halinde alternatif kullanılış alanlarından sağlanabilecek kâr oranından daha yüksek veya ona eşit bulunması gerekir. Aksi takdirde pay senetlerinin piyasa fiyatları düşer(111). Oysa pay senetlerinin piyasada iyi bir değere sahip olmaları sadece satın alınma tehlikesini önlemekle kalmayıp, aynı zamanda sermaye piyasasında işletmenin güçlü olabilmesini sağlamakta ve daha fazla pay senedi satabilme olanağı vermektedir. Buna ek olarak işletmenin borç alabilme yeteneği de artmış olmaktadır(112).

İşletmelerin diğer bir kaynağı ise kısa, orta ve uzun vadeli borçlanmalardır. Kredi veren şahıs ve kurumlar riskten kaçındıkları için genellikle büyük işletmelere borç vermeyi tercih etmektedirler. Bu yüzden küçük işletmelere yüksek faizli borçlar verilmekte ve bu da küçük işletmelerin borç maliyetlerini arttırmaktadır. Borçlanmanın kârlı olabilmesi ve yüksek faiz ödenmesini gerektirerek büyüme için tehlikeye sokması için yeni yatırımların kârlılık oranının faiz oranından yüksek olması gerekmektedir. Bu nedenle borçlanma yoluyla finansman büyük işletmelere daha uygun bir finansman şekli görünümündedir. Aynı şekilde yeni pay senedi ihracı da sermaye piyasasına girebilecek büyüklükteki işletmeler için mümkün olan bir finansman kaynağıdır. Fakat yöneticiler bu finansman

(109) N.Orhunbilge, a.g.e., s.26-27.

(110) B.Köksal, a.g.e., s.41.

(111) Ö.Akgüç, a.g.e., s.448.

(112) B.Köksal, a.g.e., s.47.

kaynağına başvurmadan çekinebilirler. Çünkü denetimi ellerinde bulunduran pay sahipleri arasındaki sermaye bölünmesi bozulabilir.

Görüldüğü gibi işletmelerin büyümeleri için gerekli olan sermayenin tedarikinde bir çok güçlükler ortaya çıkabilmektedir. Bu bakımdan finansal olanakları yeterli olmayan işletmelerin büyüme sürecine girebilmeleri, diğer bütün şartlar uygun olsa bile olanaksızdır(113).

3- Teknik Kısıtlamalar

İşletmelerin büyümesi sonucu teknik kısıtlamalar ortaya çıkabilir. İşletme büyüklüğü arttıkça teknik zorluklar maliyetlerde artışa neden olabilir. Bu teknik zorlukları giderici yönde yeni buluşlar yapılabilir, fakat bunların ilk maliyetleri önemli derecede yüksek olup ortalama maliyetlerin artmasına neden olurlar. Yani işletmenin büyüklüğü büyük ölçüde teknoloji ile sınırlıdır. Bir birimin kapasitesi belli bir büyüklüğü geçecek olursa, teknik sorunlar bunu olanak dışı bırakır veya ortalama maliyetleri artırır(114). Bu nedenle kapasitenin büyütülmesi ancak, teknik tarafından belirlenen sınırlar içinde mümkündür. Kapasitenin büyütülmesini sınırlandıran teknik faktörlerin başlıcaları şunlardır:

- İş araçlarının yapımında kullanılan malzemenin sıcaklık, basınç gibi faktörlere karşı dayanıklılığının sınırlı olması.
- Teknik iş bölümünün, teknik bakımdan bölünebilen iş birimlerine kadar mümkün olması, iş birimlerinin daha fazla bölünemeyeceği sınırlara ulaştıktan sonra gerçekleştirilememesi.

(113) N.Orhunbilge, a.g.e., s.27-28.

(114) T.Ertek, a.g.e., s.23.

- İş araçlarının yapımında belli bir büyüklükten itibaren ortaya çıkacak olan konstrüksiyon zorlukları, büyük makina ve aletlerin bakım işlerinin yapılması(115).

Yalnız büyüklük nasıl teknoloji ile sınırlı ise, teknoloji de zaman ile sınırlıdır. Zaman içinde, talep arttıkça teknolojiye gelişmeler büyük ölçekli birimlerin tesisini mümkün kılacak ve bunların daha etkin olmasını sağlayacaktır.

1.8.2. İşletme Dışı Etkenler

Bir endüstrideki işletmelerin büyümesi ile faktör talebi artar ve bir kısım veya bütün faktörlerin fiyatı yükselir. Böylece işletme bazı ek külfetlere katlanırken faaliyetlerinde güçlükler kendini gösterir ve bu sektördeki işletmenin faktör maliyeti artar. Fakat buradaki dışsal eksi ekonomilerde faktör arzındaki esnekliğin pek az olduğu kabul edilmektedir(116). Dışsal eksi ekonomilerden biri de yoğun trafik nedeniyle nakliye masraflarının dolayısıyla maliyetlerin artmasıdır. Diğer dışsal etkenler ise şöyle sıralanabilir:

- Üretim faktörlerinin tedarikinde darboğazların varlığı, örneğin işgücü ve hammadde tedarikindeki güçlükler ve kredilerin daralması, işletmelerin büyümesinde önemli bir engel teşkil eder.
- Piyasanın doymuş ve bir çok büyük işletmenin eline geçmiş olması veya kuvvetli bir rekabetin bulunması

(115) M.T.Müftüoğlu, "İşletme Ekonomisi Açısından Sanayi İşletmelerinde Üretim Kapasitesi" (Üretim Kapasitesinin Yapısı, Ölçülmesi ve Büyüklüğü), (Doktora Tezi, A.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi, 1975), s.131-132.

(116) Y.Ülken, a.g.e, s.149.

piyasaya girişte birçok güçlükler doğurabilir. Bu faktörler işletmenin büyümesini kısmen veya tamamen sınırlayabilir.

- Teknik gelişmenin yayılmasını sınırlayan ayrıcalıkların varlığı yeni işletmelerin bu olanaklardan faydalanmalarını engeller(117).
- Millileştirilmekten çekinmek veya ekonomide hakim duruma geçmeyi kötüye kullanmakla suçlanmaktan korkmak da işletmelerin büyümesini sınırlayabilir(118).
- Büyümenin kamuoyunun çıkarları açısından sakıncalı görülmesi nedeniyle eleştirilere konu olması(119) ve tüketicileri monopol gücü kullanabilecek işletmeler karşısında korumak için kanunlarla getirilen bir takım kısıtlamalar. Bu kanunların konması da işletmelerin aşırı büyüme yolunu seçmelerine engel olur.

Bütün bu sayılanların dışında belirsizlik ve riskten kaçınmakta bazı kişiler tarafından büyümeyi sınırlayan bu etken olarak ortaya atılmıştır. Bazı yazarlar işletmelerin büyümesi halinde risk faktörünün artacağını ileri sürmüşlerdir. İşletmelerin büyüdükçe daha fazla riskle karşılaşmasının nedeni olarak "ekonomik bunalım dönemlerinde değişmez giderlerini kolayca kısacak esneklik içinde olmadıklarından ürünlerinden sağladıkları kârların azalması ya da ortadan kalkması" konusu ileri sürülmektedir. Ancak risk artışı maliyetleri yükseltmez, sadece riski azaltmak için yapılan ek bilgi sağlama çabaları maliyetleri arttırıcı yöndedir(120). Bundan

(117) N.Orhunbilge, a.g.e., s.30.

(118) İbid., s.32.

(119) A.Gönenli, İşletmelerde Finansal Yönetim, s.564.

(120) O.İdil, a.g.e., s.69.

başka geleceğin tam olarak bilinmemesi modern tahmin ve planlama tekniklerinin en fazla geliştiği günümüzde bile işletmelerin büyümelerini kısıtlayan bir engel olma özelliğini yitirmemiştir.

Bu nedenlerden dolayı işletmeler için dinamik bir ortam yaratan ve işletmenin başarısında önemli bir etken olan büyüme kolayca başarılacak bir iş değildir. Bütün bu engellerin işletmelerin büyümesini sınırlayıp sınırlamayacağı konusunda ise kesin bir şey söylemek mümkün değildir. Gerçek olan konu işletmelerin hatta ekonomilerin sonsuza kadar yüksek bir hızla büyümelerinin mümkün olamayacağıdır. Ancak bir işletmenin büyüme hızının yavaşlama dönemine girmesi onun büyümesinin mutlaka duracağı veya kârlı olmaktan uzaklaşacağı anlamında gelmez(121).

1.9. İŞLETMELERDE BÜYÜMENİN ÖLÇÜLMESİ

Büyümenin nasıl ölçüleceğini belirtmeden önce büyüklüğün nasıl ölçüleceğini açıklamak gerekir. Çünkü büyüme, büyüklüğün ölçüldüğü değişkenlerin bir zaman aralığında (t_1-t_0 zaman aralığında) gösterdiği değişme (çoğunlukla artış) olarak tanımlanır. Bu nedenle büyümenin ölçülmesi büyüklüğün ölçülmesine yakından bağlıdır. Dolayısı ile bu başlık altında önce, kullanılan çeşitli büyüklük ölçme kriterleri ile bu kriterlerin yararlı ve sakancalı yanları incelenmiştir.

1.9.1. Büyüklüğün Ölçülmesinde Kullanılan Kriterler

İşletme büyüklüğü çeşitli kantitatif kriterlere göre ölçülebilir. Fakat bu kriterlerin ne olduğu konusunda yazarlar arasında tam bir anlaşma yoktur.

(121) N.Orhunbilge,a.g.e., s.32.

Bazı yazarlar;

- 1- Kaynaklara dayanan kriterler,
- 2- Ekonomik sonuçlara dayanan kriterler,

Bazıları ise;

- 1- Fiziki kriterler
- 2- Değere dayanan (parasal) kriterler

Diğerleri ise;

- 1- Faktörlere dayanan kriterler
- 2- Verime dayanan kriterler olmak üzere iki grupta toplamaktadırlar. İlk ayırimda kriterler şu şekilde sıralanmaktadır.

1- Kaynaklara dayanan kriterler:

- Çalışanların sayısı
- Öz sermaye
- Sabit sermaye

2- Ekonomik sonuçlara dayanan kriterler:

- Üretim değeri veya miktarı
- Katma değer
- Yıllık satış hasılatı
- Net Kâr

İkinci ayırimda ise kriterler şöyledir:

1- Fiziki Kriterler

- Üretim miktarı
- Çalışanlar sayısı

2- Değere dayanan (parasal) kriterler

- a) Akış kriterleri
 - Yıllık satış hasılatı
 - Üretim değeri
 - Katma değer

- Net Kâr

b) Sabit değerlere dayanan kriterler

- Sabit aktifler
- Toplam aktifler
- Net aktifler
- Öz sermaye(122)

Üçüncü ayırımdaki kriterler ise şöyle sıralanmaktadır(123):

1- Faktörlere dayanan kriterler

a) Bir ana ait büyüklükler

- Çalışanlar sayısı
- Makinelerin sayısı veya gücü
- Yerlerin sığdırma hacmi (otellerde yatak, sinemalarda koltuk sayısı gibi)
- Sermaye stoku

b) Zaman süresi büyüklükleri (kullanım büyüklükleri)

- Zaman birimi başına ödenen ücret toplamı
- Zaman birimi başına kullanılan hammadde miktarı
- Zaman birimi başına kullanılan makina saati toplam

2- Verime dayanan kriterler

- Üretim
- Satış
- Katma Değer

Şimdi bu kriterlerin belli başlılarını sırasıyla inceleyelim:

Çalışanların Sayısı: Bu büyüklük ölçüsü, objektif, he-

(122) İbid., s.43-44.

(123) O.İdil, a.g.e., s.47.

saplanması kolay, basit bir ölçüdür. Ancak yetersiz bir ölçüdür. Bu ölçüyü kullanırken çeşitli endüstri dalları arasındaki teknolojik farklılıkları ve teknolojik gelişmeyi gözden uzak tutmamak gerekir. Çünkü zamanımızda teknolojik gelişmeler daima emekten tasarruf edici yönde olmaktadır. Bu nedenle işletme büyüklüğü ölçüsü olarak çalışan işçi sayısı kabul edildiğinde aynı işletmenin, diğer şartlar aynı kaldığı takdirde, daha modern teknoloji ile çalışmaya başladığında küçülmüş sayılması gerekecektir. Aynı şekilde modern teknoloji ile üretim yapan işletmeler eski teknoloji kullananlara göre daha küçük kabul edilecektir(124). Öte yandan işçi sayısı az olan işletmeler çok işçi çalıştıran işletmelerden daha etkin şekilde faaliyette bulunabilirler. Ayrıca üretim yöntemlerinin farklı olması faaliyet kollarına göre işçi sayısında büyük farklılıklar yaratabilir. Bu nedenlerden dolayı incelenen konu açısından çalışanlar sayısının ölçü olarak ele alınması oldukça sakıncalıdır. Ancak verilerin yetersizliği nedeniyle büyüklük başka kriterlere göre ölçülemiyorsa çalışanlar sayısı büyüklük ölçüsü olarak alınabilir.

Üretim: Teorik olarak iyi bir büyüklük kriteri olmasına karşın çeşitli sorunlar yaratmaktadır. İlk sorun üretimin fiziki olarak mı yoksa değer olarak mı ele alınması konusunda ortaya çıkmaktadır. Üretimin fiziki ünite olarak ele alınabilmesi için büyüklüğü ölçülecek işletmelerin ürettiği mamullerin aynı olması ve her işletmenin tek mamul üretmesi gerekmektedir. Böyle bir durumun gerçekleşmesinde olanaksızdır. Üretim mamullerinin çok farklı ve çeşitli olduğu durumlarda kalite ve önem farklarını ortaya çıkarabilmek için bir tartı kullanmak gerekir. Örneğin üretim miktarını bu üretim için gerekli olan işçilik miktarı (saat-ücret) ile ifade etmek mümkündür. Böylece üretim miktarı, bu üretim için harcanan iş saati toplamı ile gösterilmiş olur. Kalite farklılıklarını

(124) İbid., s.51.

ortaya çıkarabilmek için kullanılabilir bir diğer yöntemde her mamulün üretim değerini standart fiyat ile göstermektir. Bu yola gidildiğinde ise ortaya fiyat değişimleri sonucu gelirlerin oranı değişebileceğinden standart fiyatlarla ifade edilen üretim değerinin gerçeği yansıtmaması sorunu çıkmaktadır. Görüldüğü gibi fiziki veya değer olarak üretim, ancak tek standart tip mamul söz konusu olduğunda büyüklük kriteri olarak kullanılabilir. Üretim değeri veya miktarının büyüklük ölçüsü olarak kullanılabilmesi için, büyüklüğü belirlenecek işletmelerin, aynı sektörde ve aynı faaliyet kolunda olması ve ürettikleri malların veya hizmetlerin kalitelerinde farklılık olmaması gerekir. Aksi takdirde büyüklükleri açısından bu işletmeleri karşılaştırmak olanaksızdır.

Öz sermaye: İşletme büyüklüğünün belirlenmesinde kullanılabilir en iyi ölçülerden biridir. İşletmelerin gücü ve gelişme olanakları hakkında bilgi veren öz sermaye tutarı, işletmelerin dış finansman sağlamalarında önemli bir kaynaktır. Tüm bu üstünlüklerine karşın, sektörler arasındaki teknik farklılıklar gerekli öz sermayenin farklı olmasına sebep olduğundan bu kritere göre belirlenen işletme büyüklüklerinin yorumlanmasında büyük dikkat gösterilmesi gerekir(125).

Toplam Aktifler (Brüt aktifler) ve Sabit Sermaye: Toplam aktifler işletmelerin kullandığı sermayenin toplamını ölçmeğe olanak verdiğinden ve yatırım hacminin belirlenmesine olanak sağladığından iyi bir büyüklük ölçüsü görünümündedir. Toplam aktifler içinde sabit sermayenin önemli bir yer tutması, işletmelerin büyüme hızlarının belirlenmesinde sabit sermayenin de ölçü kriteri olarak kullanılmasına olanak vermektedir. Sabit sermaye, bina, arazi, makina, taşıt araçları, donatım gibi sabit varlıklardan oluşmaktadır. Ancak gerek sabit sermayenin gerek toplam aktiflerin büyüklük kriteri olarak kullanılması, bilançolarda homojenlik olmaması nede-

(125) N.Orhunbilge, a.g.e., s.45-47.

niyle güçlük yaratmaktadır. Ayrıca bu kriterlerin fiyat değişmelerinden ve mevsimlik dalgalanmalardan etkilenmesi en önemli sakıncayı oluşturmaktadır.

Katma Değer: Üretilen kıymetle (çıktı değeri), bu üretim için yapılan masraflar (girdi değeri) arasındaki fark katma değeri oluşturmaktadır. Bir malın satış fiyatından (piyasa değeri) ücret, faiz, rant ve kâr gibi üretim faktörlerine yapılan ödemeler dışındaki diğer unsurların çıkarılması sonucu katma değere ulaşılmaktadır. Kısaca bir işletmenin yarattığı katma değer ücret, faiz, rant ve kâr gibi üretim faktörlerine yaptığı ödemelerin toplamıdır. Katma değer işletmelerin ekonomik faaliyete katkılarının gerçek ölçüsü olduğundan, diğer büyüklük ölçülerine oranla daha güvenilir bir ölçüdür. Özellikle farklı faaliyet kollarında çalışan işletmelerin büyüklük açısından karşılaştırılmasına olanak vermektedir. Ancak hesaplanmasındaki güçlükler, iyi bir büyüklük ölçüsü olan katma değer, uygulamada çok az kullanılmasına neden olmaktadır.

Satış Hasılatı: İşletmenin pazara sürdüğü mamullerin toplam değeri satış hasılatını oluşturur. Ölçülmesi kolay bir kriter olmasına karşın fiyat değişmelerinden etkilenebilmesi ve yıllara göre büyük dalgalanmalar gösterebilmesi en önemli sakıncasıdır. Bu nedenle satış hasılatının sabit fiyatlarla belirtilmesi yoluna gidilebilir. Ancak kullanılan indeksin satılan mamulün fiyatındaki değişmelere uygun olması ve tek mamul değil çeşitli mamuller söz konusu ise hassas bir tartı kullanılması gerekmektedir.

Net Kâr: İşletmenin ekonomik faaliyetinin sonucunu gösterir. Diğer bir anlatım ile net kâr, işletmenin pay sahiplerine kâr payı dağıtma kapasitesini, otofinansman gücünü ve böylece gelecekteki büyüme imkanını belirler. Net kâr işletme

büyükliğünden çok işletme etkinliğinin bir ölçüsü olarak düşünülebilir. Bu nedenle büyüklük ölçüsü olarak fazla dikkat çekmemektedir(126). Ayrıca geniş çaplı araştırmalarda net kârın büyüklük kriteri olarak alınması halinde, net kârın hesaplanabilmesi için her işletmenin vergi tutarının bilinmesi gereklidir. Bu verilerin elde edilmesindeki güçlük göz önüne alındığında net kârın büyüklük ölçüsü olarak kullanılmasının zorluğu ortaya çıkar.

1.9.2. Kullanılacak Büyüklük Ölçüsünün Belirlenmesi

Şimdiye kadar anlatılan bütün kantitatif ölçüler objektif olmaları yönünden değerlidir. Ancak sorun işletmelerin büyümesinde hangi ölçünün esas alınacağıdır. Ölçüler çeşitli olduğundan büyüklük ve büyüme hızı üzerinde anlaşmaya varmak güçtür. Bunlardan hangisinin kullanılacağı sorunu daha çok incelenecek probleme veya analizin gayesine bağlı kalmaktadır.

Seçilen kantitatif büyüme aracının homojen olmasını arzu edilirse parasal dalgalanmalardan bağımsız olan üretim veya satış hacimlerinden hareket etmek gerekir. Bu ölçüler özellikle demir-çelik, çimento gibi üretim çeşidinin olmadığı tek mamul işletmelerinde daha çok kullanılmaktadır. Halbuki üretilen ürünlerin özellikleri ve dolayısıyla değer bakımından çok değişken olduğu endüstrilerde, örneğin otomobil endüstrisinde üretim hacmini ölçü almak, tartışmalı hale gelmektedir. Bu nedenle faaliyet çeşitliliği olan endüstrilerde ölçü olarak satış tutarını, yani parasal değerleri almak daha iyidir. Zira birden çok kamul için üretim, satış ve katma değer ancak para birimi olarak hesaplanabilir. Böylece hacim ölçüsü kullanılmaktan çıkmakta, fiyat katsayısı ile düzeltilerek hem üretim değerlerinin öğrenilmesine hem de üretim grubunun toplam üretim içindeki önemlerinin hesaba katılması-

(126) İbid., s.48-50.

na yardımcı olmaktadır(127). Fakat para birimi olarak hesaplanan değer piyasa şartlarından etkilenir. Bu nedenle çok mamul işletmelerinde üretim faktörlerinin miktarı piyasa şartlarından nisbeten daha az etkilendiğinden üretim miktarı ölçü kabul edilebilir. Mali yapı açısından yapılacak analizlerde varlık toplamının büyüklük ölçüsü kabul edilmesi, işçi-işveren ilişkileri incelendiğinde ise işçi sayısına göre büyüklüğün belirlenmesi yerinde olacaktır(128).

Öte yandan kantitatif kriterlerin üstünlüklerine rağmen, bir çok bakımdan yetersizliği de sorun yaratmaktadır. Her sektörün ve her sektördeki çeşitli faaliyet kollarının kendine özgü yapısal özellikleri olması kullanılacak büyüklük ölçüsünün farklı olmasını gerektirmektedir. Örneğin elektrik santrallerinde kullanılan beygir gücü ölçü alınırken, otellerde yatak sayısı, el işçiliğinin önem kazandığı alanlarda işçi sayısının büyüklük ölçüsü olarak kullanılması gerekir. Ancak farklı büyüklük ölçüsü kullanılması sektörler arası ve aynı sektörün farklı faaliyet kolları arasında karşılaştırma yapma olanağını ortadan kaldırmaktadır. Örneğin bir yıldan diğerine istihdam hacmi artan bir işletme ile satışları artan diğer bir işletme karşılaştırıldığında hangisinin daha fazla büyüdüğünü belirlemek oldukça zordur.

Esas sorun en uygun ve en anlamlı kriterin seçilmesinde ortaya çıkmaktadır. Bu konuda halen genel kabul gören bir kriter yoktur. Önerilen kriterlerden hiçbiri tek başına objektif olarak işletme büyüklüğünü ölçmeğe olanak vermemektedir. Bu nedenle genel eğilim bir kaç kriterin bir arada ele alınmasıdır. Ancak yazarların görüş birliğine vardıkları bir konu vardır ki, o da hangi büyüklük kriterinin kullanılırsa kullanılsın işletmelerin büyüklüklerine göre sıraları arasında

(127) E.Eren, a.g.e., s.111.

(128) O.İdil, a.g.e, s.48-49.

yüksek ve pozitif bir ilişki olduğudur. J.Botes bu konuya açıklık getirmek amacıyla Amerikan ve İngiliz işletmelerinden oluşan bir örnekte çeşitli büyüklük ölçülerine göre işletme büyüklüklerini hesaplamış ve bu büyüklükleri ikişer ikişer ele alarak aralarındaki ilişkiyi basit korelasyon katsayısı ile belirlemiştir. J.Botes'in bulduğu bütün sonuçlarda korelasyon katsayıları yüksektir. Sadece çalışanlar sayısı ile diğer büyüklük ölçüleri arasındaki korelasyon katsayıları diğerlerine oranla düşüktür. Bu sonuçlara göre çalışanlar sayısı dışındaki diğer büyüklük ölçüleri arasında yüksek ve pozitif bir ilişki vardır. Birçok yazar bu nedenle eldeki veriler hangi ölçüyü kullanmağa olanak veriyorsa onun seçilebileceğini kabul etmektedirler. Ancak mevcut veriler birçok ölçünün kullanılmasına olanak veriyorsa, bunlar arasından yapılacak çalışmanın amacına uygun olan kriterin seçilmesi gerekir.

Uluslararası karşılaştırma yapılması gerektiğinde çalışanlar sayısı, işletmeler benzer faaliyette bulunuyor ve tek mamul üretiyorlarsa birim olarak üretim miktarı gibi fiziki kriterlerin kullanılması gerekebilir. Aynı sektörün benzer alt sektörlerinde çalışan işletmelerin büyüklükleri karşılaştırılmak istendiğinde, aynı yapısal özellikler söz konusu olduğundan kullanılacak kriterin seçimi büyük önem taşıyabilir. Ancak farklı sektörlerde veya aynı sektörün farklı alt sektörlerinde çalışan işletmelerin büyüklükleri karşılaştırılacak ise yapısal özelliklerin farklı olması (sermaye yapısı, teknoloji düzeyi gibi) ve özellikle hammadde, malzeme ve enerji gibi girdilerdeki farklılık, kullanılacak kriterin seçiminde çok dikkatli davranılmasını gerektirir. Bu durumda fiziki kriterler anlamını yitirdiği gibi değere dayanan (parasal) kriterlerden katma değer dışındakilerde karşılaştırmalara olanak vermediklerinden kullanılabilir olma özelliklerini kaybetmektedirler(129).

(129) N.Orhunbilge, a.g.e., s.54-56.

1.9.3. Büyüklüğün Belirlenmesinde Karşılaşılan Güçlükler

Büyüklük kriterlerinden herbirinin kendine özgü bazı sakıncaları vardır ve büyüklük ölçüsü olarak hangisinin alınması gerektiğine karar vermek güçtür. Büyüklüğün ölçülmesinde karşılaşılan güçlük her şeyden önce büyüklük kriterleri hakkında ayrıntılı bilgi toplama evresinde ortaya çıkmaktadır. Ayrıca gerekli veriler elde edilse bile büyüklük kavramının nisbi olması, bu verilerin yorumlanmasında ve kriter seçiminde çok dikkatli davranılmasını zorunlu kılar. Buna göre karmaşık bir işlem olan büyüklüğün ölçülmesinde karşılaşılan güçlükler şöyle sıralanabilir:

1- Bilgi edinme evresinde karşılaşılan güçlükler.

İşletmeler hakkında ayrıntılı bilgi edinebilmek için işletmelerin bilanço ve faaliyet raporları gibi kayıtlarını incelemek gerekir. Halbuki işletmeler bu kayıtlarını gizlilik nedeniyle genellikle yayınlamazlar. Ayrıca bu bilgiler yayınlanmış olsa bile muhasebe kayıtlarının tutulmasında homojenlik olmaması, işletmeler arası karşılaştırmalarda güçlük çıkarır.

2- Büyüklük kavramının nisbi olmasından doğan güçlükler

Bütün güçlüklerle rağmen bilgi edinilmiş olsa bile bu bilgilerin değerlendirilmesinde ve yorumlanmasında çok dikkatli davranmak gerekir. Bu da büyüklüğün nisbi bir değer taşımasından doğar. Büyüklük kavramının nisbiligi şu bölümler içinde incelenebilir:

- Ölçü olarak kullanılan kritere bağlılık: Şayet büyüklük bir çok kritere göre belirleniyorsa bir işletmenin büyüklük sıralamasındaki yeri her kritere göre farklı olabilir.

- Faaliyet alanına bağlılık: İşletmelerin büyüklük bakımından karşılaştırılabilmesi ve bu karşılaştırmanın anlamlı

olabilmesi için işletmelerin faaliyet konularınının az çok birbirine benzemesi gerekir. Bir ticaret işletmesi ile bir sınai işletmesinin karşılaştırılmasınının fazla bir anlamı yoktur.

- Mekan içinde nisbilik: Küçük orta ve büyük işletme kavramları çeşitli ülkelere göre farklılık göstermektedir. Örneğin Fransa'da 50'den az işçi çalıştıran işletmeler küçük 500'den az işçi çalıştıran işletmelerde orta büyüklükte işletme sayılırken, Amerika'da 500 den az işçi çalıştıran işletmeler küçük işletme sayılmaktadır.

- Zaman içinde nisbilik: Büyüklük kavramı zaman içinde de değişme göstermektedir. Yirmi, yirmi beş yıl önce büyük olarak nitelendirilen işletme günümüzdeki büyük işletmeye oranla çok farklılık göstermektedir(130).

1.9.4. Büyümenin Ölçülmesi

İşletmelerin büyüklüğü yukarıda anlatılan kriterler yardımıyla ölçülebilirken işletmelerin büyümesi ise bu kriterlerdeki değişme oranlarınının saptanması ile ölçülebilir. Kriterlerin değişme oranı para ve miktar cinsinden belirtilebilir. Parasal değerlerle ifade edilen oranlar reel veya nominal olabilir. Eğer gerçek artış belirlenmek isteniyorsa artış miktarının enflasyon ölçüsünde deflate edilerek oranlanması gerekir. Cari fiyatlarla artış belirlenmek isteniyorsa oranı herhangi bir değerle düzeltmeye gerek kalmaz. Ancak parasal ölçülerle ifade edilen büyüme oranlarınının kullanırken dikkatli olmak gerekir. Çoğu kez nominal büyüme oranları enflasyon etkisiyle daha çarpıcı olduklarından etkilemek amacıyla öne sürülebilir. Böyle durumlarda artış mümkünse miktar olarak belirtilmeye çalışılmalı veya belli bir iskonto oranında iskonto edilerek reel sınırlar içine sokulmalıdır. Ancak

(130) N.Orhunbilge, a.g.e., s.51-53.

miktara dayanan büyüme ölçüsünde teknolojik değişmeler birim alınan değerde yapılan değişiklikler hesaplamalara yansıtılmadığı takdirde yanıltıcı sonuçlar da verebilir.

Büyüme şu şekilde formüle edilebilir:

$$g = \left[\frac{t_1 - t_0}{n} / t_0 \right] \times 100$$

t_0 = başlangıç dönemindeki büyüklük (miktar veya para olarak)

t_1 = son dönemdeki büyüklük

n = dönem sayısı (yıl)

g = dönem başına büyüme oranı

Örneğin başlangıç dönemindeki büyüklük (satış hacmi olarak) 200.000 birim ise ve dört yıl sonra bu büyüklük 340.000 birime çıkmış ise yıl başına büyüme oranı % 17,5'dur. Demek ki dönem içinde büyüme oranı % 70 dolaylarındadır.

Yukardaki formül basit aritmetik artışı gösterir. Artış geometrik olarak da gösterilebilir. Geometrik artış için kullanılacak formül şudur.

$$g = 100 \cdot \sqrt[n]{t_1/t_0} - 100$$

Aynı örnekte yıllık artış oranı (g) % 14,2 olarak bulunur. Birleşik faiz yürütülmesinden dolayı bu artış oranı daha küçük bir değer taşımaktadır(131).

(131) S.Özbaşar, a.g.e., s.204-205.

BÖLÜM II

İŞLETME BÜYÜKLÜĞÜ DEĞİŞMELERİNİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER İLE İLİŞKİLERİ

2.1. İŞLETME BÜYÜKLÜĞÜ VE BÜYÜME ORANLARI ARASINDAKİ İLİŞKİ

İşletme büyüklüğü ve büyüme oranları arasındaki ilişkinin incelenmesi, büyüme oranlarının işletme büyüklüğünü değiştiren bir etken olması nedeniyle önem kazanmaktadır. İşletmelerin büyümesi incelenirken dikkati çeken sorun, işletmelere geçmişlerinden kalan büyüklüklerinin gelecekteki büyüme oranları üzerinde etkili olup olmadığıdır. Bu konuda bir çok ampirik çalışmalar yapılmış ve farklı görüşler ileri sürülmüştür. Bu görüşlere değinmeden önce işletme büyüklüklerinin bölünmesinin açıklanması iyi olacaktır.

Belirli bir zaman kesiti incelendiğinde endüstrileri meydana getiren işletmelerin büyüklükleri arasında önemli farklar göze çarpmaktadır. İncelemelerde ortaya çıkarılmış en önemli sonuç, işletme büyüklüklerinin istatistikî bölünmesinin zaman içinde değişme göstermediği, sabit kaldığıdır. Diğer bir deyişle, belirli işletmelerin büyüklüklerinde değişme meydana gelse bile, söz konusu endüstri dalına sürekli olarak yeni işletmelerin girmesinden ve diğer çeşitli etkenlerden dolayı, istatistikî bölünmenin genel görünümünde değişme olmamaktadır. İşletme büyüklüklerinin istatistikî bölünmesi ise pozitif (sağa doğru) asimetric (çarpık) bir görünüm vermektedir. Bölünmenin pozitif asimetric göstermesi, belirli bir endüstri dalı içindeki işletmelerin çoğunluğunun küçük işletmelerin oluşturduğu anlamını taşımaktadır(132). Belirli bir büyüklükteki işletmelere çeşitli faktörlerin etkisinin

(132) B.Köksal, a.g.e., s.56.

farklı olması işletme büyüklüklerinin bölünmesini asimetric hale getirmektedir. Eğer bu faktörler her büyüklükteki işletmeye aynı derecede etki etseydi, bu takdirde bölünmenin şekli simetric olacaktı. Fakat işletme büyüklüklerinin bölünmesi pozitif asimetri göstermesine karşın, büyüklüklerin logaritmaları alındığında bölünmenin şekli normale yakın çıkmaktadır(133).

İşletme büyümesi ve büyüklüklerinin istatistik bölünmesinin birbirleri ile olan ilişkisini log-normallik hipotezinden hareket ederek açıklamaya çalışan ve işletme büyüklüklerindeki orantılı değişimin işletmenin mutlak büyüklüğüne bağlı olmadığını, yani her büyüklükteki işletmenin büyüme ihtimalinin aynı olduğunu savunan ilk görüş, 1931 yılında R.Gibrat tarafından ortaya atılmıştır(134). R.Gibrat 10.000 işyeri üzerinde yaptığı çalışma sonucu, işletme büyüklüklerinin "sabit etki kanununa" (normal dağılım) göre değil, "orantılı etki kanununa" göre dağıldığını ileri sürmüştür. Orantılı etki kanununa göre, bir değişim sürecine tabi olan değişkenin, sürecin her evresindeki değişmesi ilk değerinin tesadüfi bir oranı ise, bu değişken orantılı etki kanununa uymaktadır. Bu kanun uygulandığında büyüklüklerin logaritmalarının işletme sayısına göre dağılımı normal dağılıma uyduğundan, orantılı etki kanununa log-normal adı da verilmektedir(135). Bilindiği gibi, çok sayıda çeşitli ve tesadüfi etkenlerin bir değişken üzerinde toplam olarak etki yapmaları normal bir eğrinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Log-normal bir eğri ise aynı etkenlerin toplam olarak değil çarpan olarak etki yapmaları ile oluşmaktadır. Yani bu, işletmelerin büyümesini belirleyen faktörlerin işletmelerin büyüklüklerine tesadüfi oranda etki yapmaları demektir. Bazı değişkenler işletme büyüklüğünü art-

(133) İbid., s.56.

(134) İbid., s.57.

(135) N.Orhunbilge, a.g.e., s.130.

tırıcı bazıları ise azaltıcı yönde etki göstermekte, fakat bunların net etkisi belirli büyüklükteki işletmelerin yararlarına ve zararlarına bir eğilimin ortaya çıkmasına engel olmaktadır(136). Bütün bunlara göre, belirli bir anda işletme büyüklüklerinin bölünmesinin log-normal dağılıma uyduğu sürece, büyüme oranlarının da log-normal dağılıma uyacağı söylenebilir. R.Gibrat'ın görüşlerinden hareket edilerek, ekonomik açıdan önemli şu sonuçlara ulaşılabılır(137);

1- Büyük, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ortalama büyüme oranları aynıdır. Yani belirli bir dönemde büyüklüğün nisbi değişme ihtimali, dönem başındaki büyüklük ne olursa olsun her işletme için aynıdır.

2- Büyüme oranlarının, ortalama büyüme oranı etrafındaki istatistik dağılımı büyük, küçük ve orta büyüklükteki işletmeler için aynıdır.

3- Büyüme oranlarının istatistiksel bölünmesi log-normal bir görünüm taşımaktadır. Yani belirli bir süre içinde işletmeler ortalama olarak örneğin, aynı büyüklükte kalmakta işlemler büyüklüklerini iki katına çıkaran işletmelerin sayısı, büyüklüklerini yarıya indiren işletmelerin sayısına eşittir. Diğer bir deyişle, büyüme oranlarının logaritmik bölünmesi sadece simetrik olmakla kalmayıp normal eğriye uymaktadır.

4- İşletme büyüklüklerinin nisbi istatistik dağılımı (varyans) giderek artacaktır. Bunun nedeni, büyük işletmelerin ortalama büyüme oranları küçük işletmelerinkine eşit olmasına rağmen mutlak büyümedeki farkların dağılmayı arttırmasıdır.

(136) B.Köksal, a.g.e., s.58.

(137) İbid., s.58-59.

Fakat orantılı etki kanunun işletmelerin büyüme oranları dağılımına uygulanabilmesi için(138);

- 1- Büyüme oranlarını etkileyen faktörlerin çok sayıda olması,
- 2- Büyüme oranlarını etkileyen faktörlerin birbirinden bağımsız olması,
- 3- Bu faktörlerin etkilerinin, toplam içindeki payının önemsiz olması

gibi üç şartın gerçekleşmesi gerekmektedir. Ancak işletme büyüklüklerinin dağılımı için geçerli olan ihtimali şartların büyüme oranlarına uygulanması, bazı nedenlerden dolayı birçok problem yaratmaktadır. İlk olarak büyüme oranını etkileyen çeşitli faktörlerin olmasına karşın bunların hepsinin istatistik olarak ölçülmesi mümkün değildir. İkinci şart olan faktörlerin bağımsızlığı tartışılabilir. Çünkü işletmeler birçok faktörün etkisi altında kaldıkları gibi bu faktörlerin rollerini düzenleyen karar merkezlerinin yani yönetici ve girişimcilerin arzularının ve stratejilerinin etkisi altındadır. Bu nedenle büyüme oranını etkileyen faktörler birbirinden tamamen bağımsız olamaz. Üçüncü şarta gelince, büyümeyi etkileyen faktörlerin çarpan özellikleri olsa bile bu özelliklerin aritmetik olarak ortaya konması imkansızdır. Bu güçlükler işletme büyümesinin büyüklükten bağımsız olduğunu hipotezini doğrulayan şartların dikkatli bir şekilde incelenmesi gerektiğini göstermektedir.

Gibrat kanununun, işletmelerin büyüme sürecini açıkladığı kabul edilirse farklı büyüklük sınıflarındaki işletmelerin büyüme oranları ortalamasının eşit olduğu ve büyüme oranının büyüklüğe bağlı olmadığı onaylanmış olmaktadır. Yani işletmelerin büyüklüğü ne olursa olsun, büyüme şansları aynıdır

ve herhangi bir büyüklük sınıfının bu konuda bir üstünlüğü yoktur(139).

R.Gibrat'ın görüşü daha sonra diğer yazarlar tarafından geliştirilmiş ve bazı açılardan değişikliğe uğramıştır. Yapılan araştırmalardan en önemlisi Simon ve Bonini'nin Amerika Birleşik Devletlerinde çelik endüstrisinde yapmış oldukları araştırma ve elde ettikleri sonuçtur. Simon ve Bonini de 1958 yılında birlikte yaptıkları bu çalışmada işletme büyüklüğü ile büyüme oranı arasında ilişki olmadığı sonucuna varmışlardır. Yalnız Simon ve Bonini yaptıkları araştırmada işletme büyüklüklerinin Yule bölünmesine daha uygun olduklarını ve log-normal dağılımın, bu bölünmenin özel bir şekli olduğunu ileri sürmüşlerdir. Yule bölünmesi R.Gibrat'ın orantılı etki kanunu ile en küçük işletmeler sınıfına yeni işletmelerin katıldığı veya doğduğu görüşünün bir araya getirilmesi ile ortaya çıkmıştır. Bir endüstriye sürekli olarak yeni işletmelerin katıldığını dikkate alması nedeni ile Yule Bölünmesi log-normal dağılımdan daha üstündür. Ancak Simon ve Bonini araştırmalarında işletmelerin bazı durumlarda büyük olarak da doğabileceklerini dikkate almamışlardır(140).

Diğer yandan Hymer ve Pashigian farklı büyüklükteki işletmelerin ortalama büyüme oranları arasında sistematik bir fark olmadığını ancak büyük işletmelerde büyüme oranlarının değişkenliğinin küçük işletmelere göre daha az olduğunu iddia etmişlerdir. E.Mansfield ile Singh ve Whittington ise yaptıkları araştırmalar sonucu R.Gibrat kanununu reddetmişlerdir. Onlara göre büyüme oranları ile büyüklükleri arasındaki ilişki hakkında kesin bir şey söylemek mümkün değildir. Ortalama büyüme oranları çeşitli büyüklükteki işletmeler için birbirinden farklıdır, fakat bu farklılık sistematik olarak aynı büyüklük sınıfının yararına veya zararına olmamaktadır(141).

(139) İbid., s.131.

(140) B.Köksal, a.g.e., s.59.

(141) N.Orhunbilge, a.g.e., s.133.

Ayrıca pay senetleri borsada işlem gören İngiliz şirketleri ile ilgili bir araştırmada bu işletmelerin büyüklükleri arttıkça ölüm ihtimallerinin azaldığı görülmüştür. Bu sonuç büyüme hızlarının mutlak büyüklüğe bağlı olduğunu belirtmektedir(142). Bazı görüşler ise, büyük işletmelerin daha hızlı büyüdüklerini veya belirli bir noktaya ulaşıldıktan sonra büyüme hızında azalma olacağını ileri sürerek, log-normal bölünmede çok önemli yer tutan, belirli bir büyüme oranı ihtimalinin işletme büyüklüğüne bağlı olmadığını varsayımını reddetmektedirler(143).

Sonuç olarak işletme büyüklüğü ile büyüme oranı arasında nasıl bir ilişki olduğu konusunda araştırmacılar görüş birliğine ulaşamamışlardır. İşletmelerin büyüklüklerinin bölünmesini ve işletme büyümesini etkileyen çok çeşitli güçlerin olması, sadece belirli faktörlerin ele alınması mevcut bölünmeyi açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Zaten işletme büyüklükleri dağılımı ve büyüme oranları ile ilgili çalışmalarda büyüme oranlarını etkileyen tüm güçler sabit tutulmuş ve sadece işletmenin geçmişinden kalan büyüklüğü üzerinde durulmuştur. Ayrıca yapılan araştırmalarda seçilen dönemlerin aynı olmaması, incelenen örneklerin farklı ülkelerde bulunması ve yapısal farklılıkları içermesi ve de araştırmalarda kullanılan yöntemlerin ve varsayımların aynı olmaması sonuçların birbirinden değişik çıkmasına neden olmuştur.

2.2. İŞLETME BÜYÜKLÜĞÜ DEĞİŞMELERİ İLE MALİYETLER ARASINDAKİ İLİŞKİ

Bir işletmenin üreteceği mamul miktarı, bu mamulün üretimi ve dağıtımını ile ilgili olan maliyet şartlarına direkt

(142) B.Köksal, a.g.e., s.62.

(143) İbid., s.57.

olarak bağlıdır. İşletmenin mamulüne olan talebin durumu ve işletmenin hedefleri belirli olduğunda maliyet şartları işletmenin ne kadar üretim yapması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Klasik teoriye göre uzun dönem maliyet eğrisinde belirli bir üretim seviyesine kadar maliyetler azalmakta, üretim artışı (işletme büyümesi) devam ettiğinde ise artmağa başlamaktadır. Böylece klasikler işletmenin maliyet fonksiyonunun U şeklinde olduğunu kabul etmektedirler ve uzun dönemde ortalama birim maliyetin en düşük olduğu noktada işletme büyüklüğü sınırlanmaktadır. Bu durumda bir mamulün uzun dönem maliyet eğrisinin, işletmenin ulaştığı herhangi bir üretim ölçeğinden sonra yükselip yükselmediği sorusu ile işletme büyüklüğü için bazı sınırların söz konusu olup olmadığı sorusu birbirine sıkıca bağlı olmaktadır(144). Statik işletme modelinde optimal çıktı miktarına erişildiği zaman, maliyet ve talep yapısında bir değişme olmadığı takdirde işletme bu miktarı sonsuz olarak üretecektir. Dinamik tahlilde ise çıktı miktarındaki artışı yani büyüme hızını optimalleştirme söz konusudur. Girdi-çıktı fiyatlarının sabit, üretim fonksiyonunun doğrusal ve homojen olduğunu kabul edersek üretim miktarının sınırı yoktur ve bu şartlar altında yöneticilerin çıktı miktarını sonsuz olarak arttırmaları beklenir. Ancak bu eksi ölçek ekonomileri, finansal kaynaklar, azalan talep eğrileri gibi nedenlerden dolayı mümkün olmamakta ve artan maliyetlerle karşılaşılmaktadır. Yani büyüme ile ilgili maliyetler işletmenin büyüme hızının artan bir fonksiyonudur. Diğer bir deyişle örneğin işletme büyüme hızını % 10'dan % 15'e çıkarırsa toplam büyüme maliyetleri % 50'den daha fazla artacaktır. Aynı şekilde işletmenin toplam geliri de büyüme hızının artan bir fonksiyonudur, çünkü hızlı büyümeyi tercih eden işletmenin daha fazla gelir elde etmeyi beklemesi doğaldır(145).

(144) N.Orhunbilge, a.g.e., s.145.

(145) B.Köksal, a.g.e., s.29-30.

Bilindiği gibi işletme içi ve dışı finansman kaynakları temininde işletmelerin kârlılığı büyük önem taşımaktadır. Endüstrinin her fiyat seviyesinde birim maliyeti düşük olan işletmelerin kâr oranı yükselecektir. Kâr ise geniş ölçüde işletme büyümesi için gerekli olan fonları oluşturduğundan büyüme oranları ile birim maliyet arasında ilişki olduğu söylenebilir. Ancak bu ilişki, birim maliyetleri aynı olan işletmelerin büyüme oranlarında aynı olacağı anlamına gelmez. Çünkü işletmelerin hedefleri farklıdır.

Ayrıca bazı iktisatçılar farklı büyüklükteki işletmelerin büyüme ihtimalinin aynı olduğu görüşüne ekşi ölçek ekonomilerinin varlığından dolayı geçersiz olduğunu iddia etmektedirler. Ekşi ölçek ekonomilerinin varlığı belli bir büyüklüktün sonra işletmenin büyümesi yüksek birim maliyete ve dolayısıyla düşük kâr marjına neden olmaktadır. Bu durumda büyük işletmelerin küçüklere oranla daha yavaş büyümeleri gerekmektedir. Fakat uygulamada karşılaşılan sonuçlara göre durum böyle olmamakta(146), yapılan bir çok araştırmalar ekşi ölçek ekonomilerini desteklememektedir. Klasiklerin U şeklindeki maliyet eğrisine karşılık bulgular belli bir büyüklüğe kadar maliyetlerin düştüğünü onun ötesinde pek değişmediğini göstermiştir. Bu nedenle amprik bulgular ters J şeklindeki ölçek eğrisinin varlığını desteklemektedir. Gerçek yaşamda ölçek, teknolojinin izin verdiği ölçüde büyük olmakta ve ortalama maliyetlerde bir artış görülmemektedir(147). Ayrıca işletmelerin geniş finansal olanaklara sahip olduklarında mamul çeşitlendirmesi yolu ile bir pazarda kaybettiklerini diğer bir pazarda kazanabildiklerinden büyük işletmelerin ekşi ölçek ekonomileri nedeniyle küçük işletmelerden daha yavaş büyüyecekleri iddia edilemez. Bu şekilde işletmeler çeşitli yollarla ekşi ölçek ekonomilerinin etkilerini bertarf ederek

(146) N.Orhunbilge, a.g.e., s.146.

(147) T.Ertek., a.g.e., s.9-10.

uzun dönem maliyet eğrilerini yatay bir biçime sokmayı başarmışlardır. Bununla beraber büyümeyle beraber artan maliyetlerin gerçek olduğu kabul edilmektedir. Fakat burada önemli olan nokta, belirli bir büyüklüğe eriştikten sonra değil, belirli bir büyüme hızının üzerine çıkıldığı zaman maliyetlerin arttığıdır(148).

2.3. İŞLETME BÜYÜKLÜĞÜ DEĞİŞMELERİ İLE KÂRLILIK İLİŞKİLERİ

Kârlılık ile işletme büyüklüğü ve değişimleri arasındaki ilişki bir çok araştırmacının ilgisini çekmiş, fakat yapılan ampirik çalışmalardan çıkan sonuçlar birbirinden farklı olmuştur. Birçok araştırmada işletme büyüklüğünü veya büyüklük değişmesini etkileyebilecek diğer değişkenler üzerinde durulmayıp, direkt olarak otofinansman imkanı sağlayan ve endirekt olarak borçlanma olanağı sağlayan kâr üzerinde durulmasının nedeni basit teorik nedenlerden ileri gelmektedir(149). Kârlılık ile büyüme arasındaki ilişki şu yönden incelenebilir; işletme bulunduğu çalışma sahasında kârlı olduğu sürece büyümesi gerektiği mantığından hareket ederse kârlılık oranı arttığı ölçüde işletme sahipleri işletmelerini finanse edecekler ve azaldığı ölçüde de finanse etmekten vazgeçeceklerdir(150).

Kârlılık ile işletme büyüklüğü ve değişmesi arasındaki ilişkinin incelenmesinde bir çok araştırmadan en ilginçleri W.W.Haines ve M.Hall ile L.Weiss'in birlikte yaptıkları araştırmalardır.

W.W.Haines 1956-1967 döneminde 500 sanayi işletmesini incelemiş ve büyüklük kriteri olarak ele alınan yatırılan sermaye ile kârlılık arasında ilişki olmadığı sonucuna varmıştır.

(148) B.Köksal, a.g.e., s.4.

(149) N.Orhunbilge, a.g.e., s.142.

(150) O.İdil, a.g.e., s.68.

Hall ve Weiss'da yaptıkları ortak çalışmada 341 büyük sanayi işletmesini incelemişlerdir. 1956-1962 döneminde yapılan bu araştırmada kâr oranı sadece işletme büyüklüğünün değil, pazarın yapısı, büyümesi, iktisadi dalgalanmaların ve gelişmelerin bir fonksiyonu olarak ele alınmaktadır. Hall ve Weiss büyüklük dışındaki diğer faktörlerin kâr oranı üzerindeki etkisini inceledikten sonra elde ettikleri korelasyon katsayılarına dayanarak kâr oranları ile büyüklük arasında kuvvetli pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu araştırmada kullanılan istatistik teknikleri açısından ve işletme kârlılığını etkileyen büyüklük dışındaki faktörlerin önemi açıklandığından sonuç daha da güvenilirlik kazanmaktadır. Hainess'in çalışmasında ise işletmelerin kârlılığı üzerinde pazar yapısı, büyümesi ve ekonomik dalgalanmaların etkileri üzerinde durulmamıştır.

Bunlardan başka Steindh ve Baumol'da işletme kârlılığı ile büyüklüğü arasında pozitif bir ilişki olduğunu iddia etmişlerdir(151). Kârın işletmenin büyüklüğü ile orantılı olarak arttığı hipotezi Baumol tarafından geliştirilmiştir. Büyük işletmelerin kârlılıklarının daha yüksek olduğunun tahli-
lindeki modelde yer alan önemli tanımlar şunlardır:

- İşletmenin büyüklüğü, sahip olduğu veya kredi yoluyla elde ettiği parasal sermayenin tutarı ile ölçülmektedir.

- Belirli bir yatırım-kâr fonksiyonu işletmelerin bir sanayi dalına yapacakları yatırımın ortalama gayri safi kârıdır. Fonksiyon her işletme büyüklüğü için ortalama maliyetin ortalama gelirden çıkarılması yolu ile bulunmuştur(152).

Diğer önemli bir araştırmada Singh ve Whittington'un yaptıkları çalışmadır. Bu araştırmada yaklaşık 14 finansal oranla işlet-

(151) N.Orhunbilge, a.g.e., s.142-143.

(152) B.Köksal, a.g.e., s.37-38.

melerin büyüklük değişimleri arasında ilişki olup olmadığı kısmi korelasyon katsayıları yardımıyla incelenmiştir. 1948-1960 döneminde 450 işletme üzerinde yapılan çalışma sonucu işletmelerin büyümesi ile diğer değişkenler arasındaki ilişkilerin, işletmelerin büyümesi ile kârlılığı arasındaki ilişkiyle eşit ağırlıkta olmadığı ortaya çıkmıştır(153).

İşletme büyüklüğü ve kârlılıkla ilgili araştırmaların bir kısmında büyük işletmelerin kârlılığının daha düşük olduğu sonucuna varılmış ise de, bunda bütün faktörlerin özellikle kapasite kullanımının dikkate alınmamış olmasının büyük payı vardır. Küçük işletmelerin daha kârlı olduğu iddiası ise bu işletmelerin yatırımlarında risk unsurunun daha önemli bir yer tutmasından kârların dengesiz olduğu esasına dayanmaktadır. Buna ek olarak, küçük işletmeler, mali durumları elverişsiz olmasından dolayı yeni yatırımları finanse etmek için alacakları krediye genellikle yüksek faiz ödemekte, böylece girişimlerin riskini arttırmış olmaktadır. Küçük işletmelerin sadece bazı yıllar aşırı yüksek olan kazançları, bu işletmelerin kârlılıklarının yüksek olduğu izlenimini uyardırmaktadır. Buna karşılık büyük işletmelerin kârları daha düşük fakat dengeli olmakta ve belirli bir süre içindeki ortalama incelendiğinde kârlılıklarının küçük işletmelere oranla daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

İşletmelerin büyüme hızları ve kârlılıkları konusunda yapılmış araştırmalar ise bu iki değişken arasında kesin ve önemli bir korelasyonun varlığını, yani hızlı büyüyen işletmelerin aynı zamanda kârlılıkları yüksek olan işletmeler olduğunu ortaya çıkarmıştır(154). Kâr otofinansmana ve dış kaynaklardan sermaye tedarikine olanak verdiğinden, işletmelerin

(153) N.Orhunbilge, a.g.e., s.143.

(154) B.Köksal, a.g.e., s.36-37.

büyümesinde etkili olması doğaldır. Ancak kâr oranı ile büyüme oranı arasındaki ilişkiden söz ederken bazı özellikleri göz önünde tutmak ve bazı sınırlamalar yapmak gerekir. Çünkü büyüme oranı ile kârlılık arasındaki ilişkinin sabit ve düzenli olarak devam edeceği söylenemez. Özellikle sektör ve dönemler itibariyle işletme hedef ve politikalarının farklı olması, bu ilişkinin düzgün olarak devam edemeyeceğini gösterir. Büyüme gücünü gösteren kâr, büyüme arzusu üzerinde direkt olarak etkili olmayabilir. Böyle bir durumun ise, uygun istatistikî veri elde edilemeyeceğinden, ortaya çıkarılması güçtür. Ayrıca şimdiki kâr oranı ancak büyüme gücünün bir kısmını belirleyebilir, zira kârların bir kısmı kâr payı olarak pay sahiplerine dağıtılmaktadır(155).

Sonuç olarak büyüme oranı ile kârlılık arasında ilişki olduğu ancak büyümenin kârlılık dışında başka faktörlerden de etkilendiği ve özellikle ölçülemediği için araştırmalara değişken olarak giremeyen yönetim kadrosunun yeteneğinin, işletmelerin büyümesinde ve kârlılığında büyük önem taşıdığı söylenebilir.

2.4. İŞLETME BÜYÜKLÜĞÜ DEĞİŞMELERİ İLE PRODÜKTİVİTE İLİŞKİLERİ

Prodüktivite genel olarak üretim kaynaklarının iyi değerlendirilmesine dayandığından, gerek işletme ekonomisi gerekse ulusal ekonomiler açısından çok önemli bir kavramdır. İşletmelerde ve dolayısıyla ulusal ekonomilerde üretim kaynaklarının iyi değerlendirilmesi sonucu elde edilen yüksek prodüktivite, ekonomik ve sosyal hayatta olumlu ve köklü değişiklikler meydana getirir(156).

(155) N.Orhunbilge, a.g.e., s.144.

(156) İbid., s.150.

Bir ekonomide prodüktivite artışları reel gelirden, dolayısıyla satınalma gücünde artışlara ve giderek pazarın büyümesine yol açar. Pazarın büyümesi ya da ulusal ekonomi açısından bireylerin eskisine göre daha fazla mal ve hizmet talep etmeleri üretici birimlerinin de büyümesine doğrudan doğruya etki yapar(157). İşletme seviyesinde yüksek prodüktivite ise, üretim faktörlerini rasyonel kullanımı sonucu artan üretim nedeniyle birim maliyetlerde azalma yaratır. Böylece yüksek prodüktiviteyle çalışan işletmelerin kâr marjı, düşük prodüktiviteyle çalışan işletmelere göre daha fazladır. Ancak prodüktiviteyi işletmelerin temel hedefi olarak görmek mümkün değildir, ama maliyetleri azalttığından işletmelerin temel hedefi olan yüksek kârlılığın elde edilmesinde önemli bir araç olmaktadır.

Prodüktivite genel olarak üretimin, bu üretim için gerekli olan üretim faktörlerinin tümüne veya bazılarına bölünmesi ile elde edilen bir orandır. Bu bakımdan işletmelerde prodüktivite artışı, ya aynı üretim faktörleri ile daha çok üretim yaparak ya da aynı üretimin daha az üretim faktörü ile gerçekleştirilmesi ile sağlanabilir. Üretim ise ya mevcut üretim faktörlerinin iyi değerlendirilmesi ile ya da yeni üretim faktörlerinin işletmelere sokulması ile arttırılabilir. Mevcut üretim faktörlerinin iyi değerlendirilmesi yani üretim faktörlerinin tam kapasite ile çalıştırılması, iş gücü, makine ve malzemenin daha rasyonel bir şekilde kullanılmasıdır. Ancak bu şekilde üretimi ve dolayısı ile prodüktiviteyi arttırmak araştırma ve geliştirme faaliyetlerine, yönetim kadrosunun iş değerlemesi konusundaki bilgisine ve işletmenin bu tip masrafları karşılayabilecek büyüklükte olmasına bağlıdır(158). Yeni üretim faktörlerinin işletmelere sokularak sağlanan üretim artışı ise ya işletmelerin işgücü, makine

(157) B.Çobanoğlu, "İşletme Büyüklüğü ve Prodüktivite İlişkileri", Prodüktivite "Verimlilik" Dergisi, Nisan 1971, s.515.

(158) N.Orhunbilge, a.g.e., s.151.

ve donatıma yeni ilaveler yapması ya da bunları daha modernleri ile değiştirmesi ile sağlanır. Her iki durumda da önemli sermaye yatırımları gerektiğinden, bu şekilde üretim artışı sağlamak ancak sermayesi bol veya borç bulması kolay olan büyük işletmelere uygundur. Yalnız bu üretim artışının mutlaka prodüktivite artışı yaratması beklenemez. Tam kapasite ile çalıştırılmadığı sürece modern makinelerin özelliklerinden yeterince faydalanılamaz ve beklenen prodüktivite artışı da sağlanmamış olur(159). Ayrıca prodüktiviteyi arttırmak için alınan önlemler üretim hacmini arttırmasına karşın satış hacmi artmazsa ekonomiklik ve kârlılık oranları düşmeye başlar. Çünkü satış hacmi azalınca kâr azalacak, böylece kârlılık oranı düşecektir. Bu yüzden prodüktivitesi yüksek her işletme, mutlaka ekonomik veya kârlı çalışan bir işletme değildir.

Tüm bu açıklamalardan sonra büyük işletmelerin küçük işletmelere oranla daha prodüktif çalışma olanakları olduğu izlenimi doğmaktadır. Sonuç olarak işletme büyüklüğü ile prodüktivite arasında bir ilişki bulunmasının normal olduğu söylenebilir. Zira işletme büyüdükçe,

- 1- İşbölümü ve uzmanlaşma olanakları artar.
- 2- Üretim faktörlerinin bölünmezlik özelliklerinden doğan sakıncalar giderilir.
- 3- Büyük tutarlarda satın alınanın avantajları sağlanır.
- 4- Bazı hammadde, yardımcı madde ve işletme malzemesinin işletmede üretilmesi mümkün olabilir.
- 5- Satış miktarının artması ile birim üretim başına satış masrafları düşer.
- 6- Araştırma ve geliştirme çalışmaları için olanaklar elde edilebilir(160).

(159) ibid., s.153.

(160) B.Çobanoğlu, a.g.e., s.518.

Ancak büyük işletmelerin yeni donatılarını tam kapasite ile kullanamamaları personelin yeniliklere kolayca uyum sağlayamaması ve kontrol edilmesi güç olan işletme dışı faktörlerin etkisiyle beklenen prodüktivite artışı elde edilemiyebilir. Küçük işletmeler ise yönetim kadrosunun yeteneği sayesinde büyük yatırımlara girişmeksizin üretim faktörlerinden tasarruf sağlayarak yüksek prodüktiviteye ulaşabilirler. Kısaca işletme büyüklüğü ile prodüktivite arasında kuvvetli bir ilişki olduğu kesin olarak söylenemez. Ancak büyük işletmelerin prodüktivitelerini artırmak açısından daha geniş olanaklara sahip oldukları söylenebilir(161).

Diğer yandan işletme büyüklüğü ile prodüktivite arasındaki ilişkileri araştıran yazarlar istatistik metotlarla bu ilişkilerin ortaya konulmasının güç olduğunu fakat bazı yaklaşımların elde edilebileceğini ortaya koymuşlardır. Ancak prodüktivite ile işletme büyüklüğü ve değişmesi arasındaki ilişkiyi incelemek için yapılan bir çok araştırmada birbirinden farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Bunlar arasında Frankel, Rostas, Borch ve Rows 'in çeşitli ülkelerde yaptığı araştırmalar en ilginç olanlarıdır(162).

Rostas'a göre işletmelerin nisbi büyüklüğü ile çalışanların bireysel randımanları arasında gerçek anlamda bir ilişki olduğu söylenemez. Frankel'e göre ise eğer prodüktivite ile büyüklük arasında bir ilişki olsaydı bu durum kendisini korelasyon katsayısında gösterecektir. Halbuki bu katsayı,

- Büyüklük ölçüsü olarak üretim alındığında 0,51
- Büyüklük ölçüsü olarak istihdam alındığında 0,12
- Büyüklük ölçüsü olarak sermaye alındığında 0,18

(161) N.Orhunbilge, a.g.e., s.154.

(162) İbid., s.154.

çıkmaktadır(163). Frankel ve Rostas böylece İngiltere ve Amerika'da yaptıkları araştırmalarda büyüklük ile emek produktivitesi arasındaki ilişkinin sistematik olarak belirlenemeyeceği görüşünde birleşmişlerdir.

Aynı konuda Karl Borch, Almanya'da kağıt sanayiindeki 150 işletme üzerinde yaptığı araştırmada emek produktivitesinin (katma değer/çalışanların sayısı) işletme büyüklüğü ile (brüt üretim milyon DM) bir müddet arttığı daha sonra da azaldığı sonucuna ulaşmıştır. Yine Almanya'da 1950 sayımlarına dayanarak yaptığı bir araştırmada Borch 136 sanayi dalını incelemiş ve 136 sanayi dalında 62 işletmeden sadece 33 tanesinde (% 53,2) emek produktivitesinin işletme büyüklüğü ile birlikte arttığını diğerlerindeyse belirli bir eğilim gözlemediğini tesbit etmiştir. Sonuç olarak küçük işletmelerin düşük produktivite ile çalıştıklarının kesin olduğunu ancak diğer büyüklük grupları için daha ayrıntılı analiz yapmak gerektiğini ileri sürmüştür.

J.W.Rowes ise Yeni Zelanda sanayi işletmelerinde emek produktivitesi ile çalışanlar sayısına göre büyüklük arasındaki ilişkiyi incelemiş ve işletmelerin,

- % 39'unda büyüklükle birlikte emek produktivitesinin arttığını,
- % 34'ünde sabit kaldığını,
- % 9'unda azaldığını,
- % 18'inde önce artıp sonra azaldığını tesbit etmiştir(164).

Aynı konuda Türkiye'de imalat sanayi için yapılan araştırmada işletme büyüklükleri çalışan sayısına göre gruplan-

(163) B.Çobanoğlu, a.g.e., s.518-519.

(164) N.Orhunbilge, a.g.e., s.154-155.

mış, işgücü prodüktivitesi ise çalışan başına çıktı ve çalışan başına katma değer olmak üzere iki kritere göre belirlenmiştir. alışan başına çıktı değişik işletme büyüklüklerinde çıktı rakkamının çalışanlar ortalamasına bölünmesi ile, çalışan başına katma değer ise katma değer rakkamının çalışanlar ortalamasına bölünmesi ile elde edilmiştir. Bu verilerden hareketle yapılan sıra korelasyonu sonuçları,

- işletme büyüklüğü ile çalışan başına çıktı arasında % 63,

- işletme büyüklüğü ile çalışan başına katma değer arasında % 97 olarak bulunmuştur.

Bu bulgulara göre her iki kriter için işletme büyüklüğü ile işgücü prodüktivitesi arasında pozitif bir ilişki saptanmıştır. Fakat işletme büyüklüğü ile işgücü prodüktivitesi arasındaki ilişki çalışan başına katma değer kriterine göre daha belirgin bulunmuştur(165).

Çeşitli ülkelerde yapılan tüm bu araştırmalara dayandığında emek prodüktivitesinin büyükle birlikte genel olarak artış gösterdiği, ancak çok karmaşık bir yapıya sahip olan büyük işletmelerde durumun kesinlikle belirlenemediği görölmektedir. Bu araştırmalardan kesin sonuç ıkarılamamasının nedeni;

- Prodüktivitenin işçi sayısına göre belirlenen büyükle ölçölmesidir. Oysa prodüktiviteyi arttıran makineleşme işçi sayısını azalttığından işçi sayısına göre belirlenen büyükle azalma olacağı kesindir.

- işletmelerde üretim faktörlerinin kullanım derecesi dikkate alınmamıştır.

(165) T.Ertek, a.g.e., s.52.

- Sermaye işgücü arasındaki ilişkilere ve yöneticilerin yönetim ve organizasyon anlayışına hiç önem verilmemiştir. Halbuki prodüktivite işçi başına sermaye tutarına bağlı olarak değişmektedir(166).

Sonuç olarak prodüktivitenin işletme büyüklüğü ile birlikte yükselmesi doğal görülmektedir. Çünkü işletmelerin büyümesi üretim artışı anlamına gelmektedir. Üretim artışı ise ya üretim faktörlerinin tam kapasite ile rasyonel bir şekilde kullanılması ile ya da yeni ve modern makinelerin işletmelere sokulması ile sağlanabileceğinden aynı zamanda prodüktivite artışına da neden olması beklenebilir.

BÖLÜM III

TÜRKİYE'DEKİ İŞLETMELERDE BÜYÜKLÜK, BÜYÜME HIZI, KÂRLILIK VE PRODÜKTİVİTE İLİŞKİLERİ

Bu bölümde işletmelerin büyüklükleri, büyüme hızları, kârlılıkları ve prodüktiviteleri arasındaki ilişkiler incelenmeye çalışılarak, teorik olarak anlatılanların Türkiye'deki işletmelerde ne dereceye kadar geçerli olduğu saptanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın konusu işletmelerin mutlak büyüklükleri ve mutlak olarak ne kadar büyüme gösterdikleri olmadığı için, oldukça tartışmalı bir konu olan, hangi işletmelerin büyük sayılacağı veya Türkiye'deki işletmelerin diğer ülkelere göre küçük olup olmadıkları gibi sorunlara burada değinilmemiştir. Bu araştırmada önemli olan işletmelerin çeşitli değişkenleri arasında ilişki bulunup bulunmadığının ve eğer ilişki bulunuyorsa bunun derecesinin, yönünün ve anlamlı olup olmadığının saptanmasıdır.

Araştırmada izlenen yollar ve kullanılan yöntemler ise şöyle belirtilebilir:

- Araştırmanın başlıca kaynağını İstanbul Sanayi Odasının her yıl yayınladığı "Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu" adlı eser oluşturmaktadır. Kaynak olarak bu yayının alınmasının nedeni, çok sayıda işletmeyi ve bunlara ait çeşitli verileri kapsaması ile bu verilerin toplu bir şekilde elde edilebilmesidir. Çünkü işletmeler dışarıya kapalı oldukları için istenen bilgileri çok zor vermektedirler. Yalnız araştırmada "Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu"ndan yararlanmamız, varılan sonuçların belli bir hata payını içermesine neden olmuştur. Çünkü araştırma kapsamına alınan işletmelerin hepsinin belli bir büyüklüğe ulaşmış Türkiye'nin önde gelen işletmelerininin

olması, küçük işletmelerin durumunu yansıtmamaktadır. Kısaca 500 Büyük Firma dışında kalan işletmelerde durum daha farklı olabilir. Ancak genede araştırmanın, hiç değilse büyük işletmelerdeki durumu yansıtmamasından dolayı ve 500 büyük işletmenin hepsinin aynı büyüklükte olmaması, kendi içlerinde de büyük ve küçük işletmelerin bulunmasından dolayı elde edilen sonuçların anlamı vardır.

- Araştırmada başlangıç yılı olarak 1980 yılı alınmıştır. Bunun başlıca nedeni daha önce "Türkiye'nin 300 Büyük Sanayi Kuruluşu" olarak yayınlanan eserin bu tarihten itibaren 500 büyük kuruluşla dönüşmesidir. Böylece 1980 yılı baz alınarak veriler arası bütünlük sağlanmaya çalışılmıştır.
- 1980-1984 yıllarını kapsayan incelemede yukarıda adı geçen eserde yer alan kamu kesimi işletmeleri hesaplama dışı tutulmuştur.
- Yapılan inceleme sonucunda 500 büyük işletmeden 1980-1984 arasında her yıl adı geçen eserde yer alan işletmelerin 184, yalnız 1980 ve 1984 yıllarında yer alanların ise 215 tane olduğu saptanmıştır. Araştırmada ilişkiler 215 işletmenin değerleri üzerinden hesaplanmıştır.
- Çeşitli değişkenlerin arasındaki ilişkinin saptanmasında basit korelasyon analizi kullanılmıştır. Seçilen korelasyon formülü ise şöyledir:

$$r = \frac{\Sigma(X-\bar{X})(Y-\bar{Y})}{\sqrt{\Sigma(X-\bar{X})^2 \cdot \Sigma(Y-\bar{Y})^2}}$$

Basit korelasyon analizinin kullanılması ile değişkenler arasındaki ilişkilerin doğrusal olduğu varsayılmıştır. Ayrıca basit korelasyon analizinin kullanılabilmesi için serinin normal dağılması gerekmektedir. Aksi halde nonprometrik istatistik teknikleri yani sıra korelasyonu uygulamak gerekecektir. Ancak Merkez Limit Teoremine göre ana kütle dağılımı ne olursa olsun örnek sayısı ana kütle sayısına yaklaştıkça, örnek değerlerinin aritmetik ortalaması normal dağılım göstereceğinden sıra korelasyonu ve basit korelasyon analizi $n > 30$ için birbirine yaklaacaktır. Bu nedenle araştırmada basit korelasyon analizinin kullanılması mümkün olmuştur.

Araştırmada ilişki aranan değişkenler ve elde edilen sonuçlar Tablo 1'de gösterilmiştir. Tabloda yer alan sonuçların yorumu ve yöntemleri aşağıda ayrıntılı olarak verilmiştir.

3.1. TÜRKİYE'DE İŞLETMELERİN ÇEŞİTLİ BÜYÜKLÜK KRİTERLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLER

İşletme büyüklüğü değişmelerini yani büyümeyi ölçmek için ilk aşamada uygun bir büyüklük ölçüsü seçmek gerekmektedir. Bu nedenle, satış hasılatı, öz sermaye, kâr ve çalışanlar sayısına göre dört tip işletme büyüklüğünün karşılaştırılması yapılmıştır. Bu büyüklük kriterleri arasındaki ilişkinin derecesini ve yönünü belirlemek amacıyla 1980 ve 1984 yılları için dört kritere göre saptanan işletme büyüklükleri ikişer ikişer ele alınarak basit korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Tablo 1'de görüldüğü gibi tüm korelasyon katsayıları pozitifdir (sıra 1-12). Ancak ilişkinin anlamlı olup olmadığını belirlemek için korelasyon katsayılarının test edilmesi gerekmektedir. Veri sayısı ($n=215$) 30'dan büyük olduğundan $t = r \cdot \sqrt{(n-2)/(1-r^2)}$ formülü ile hesaplanan t değeri normal eğri alanları tablosundan bulunan t_{α} değeri ile karşılaştırılma

TABLO 1- 1980 ve 1984 Yılları Verilerine Göre 215 İşletmeden Oluşan Kütlenin Değişkenleri Arasındaki İlişkiler ve % 5 Güvenlik Sınırları İçinde t-Testi Sonuçları

Sıra	İlişki Aranan Değişkenler	ilişki derecesi (r)	t-testine göre ilişki
1. 1980	Satış hasılatı ile öz sermaye	0.6831	önemli
2. 1980	Satış hasılatı ile kâr	0.6511	önemli
3. 1980	Satış hasılatı ile çalışanlar sayısı	0.4239	önemli
4. 1980	Öz sermaye ile kâr	0.8440	önemli
5. 1980	Öz sermaye ile çalışanlar sayısı	0.2343	önemli
6. 1980	Kâr ile çalışanlar sayısı	0.3289	önemli
7. 1984	Satış hasılatı ile öz sermaye	0.7199	önemli
8. 1984	Satış hasılatı ile kâr	0.5310	önemli
9. 1984	Satış hasılatı ile çalışanlar sayısı	0.3140	önemli
10. 1984	Öz sermaye ile kâr	0.7663	önemli
11. 1984	Öz sermaye ile çalışanlar sayısı	0.2679	önemli
12. 1984	Kâr ile çalışanlar sayısı	0.1122	önemsiz
13. 1980	Satış hasılatı ile 1980-1984 satış hasılatı büyüme hızı	-0.3170	önemli
14. 1980	Öz sermaye ile 1980-1984 öz sermaye büyüme hızı	-0.2420	önemli
15. 1980	Kâr ile 1980-1984 kârlardaki büyüme hızı	-0.2964	önemli
16. 1980	Satış hasılatı ile satış kârlılığı	-0.0780	önemsiz
17. 1980	Öz sermaye ile öz sermaye kârlılığı	0.0081	önemsiz
18. 1984	Satış hasılatı ile satış kârlılığı	-0.0680	önemsiz
19. 1984	Öz sermaye ile öz sermaye kârlılığı	-0.0455	önemsiz
20. 1980	Satış kârlılığı ile 1980-1984 satış hasılatı büyüme hızı	0.1701	önemli
21. 1980	Öz sermaye kârlılığı ile 1980-1984 öz sermaye büyüme hızı	0.4131	önemli
22. 1980	Emek prodüktivitesi ile üretimden satışlar	0.2441	önemli
23. 1980	Emek prodüktivitesi ile çalışanlar sayısı	-0.2427	önemli
24. 1980	Emek prodüktivitesi ile öz sermaye	0.2345	önemli
25. 1984	Emek prodüktivitesi ile üretimden satışlar	0.2727	önemli
26. 1984	Emek prodüktivitesi ile çalışanlar sayısı	-0.3021	önemli
27. 1984	Emek prodüktivitesi ile öz sermaye	0.0180	önemsiz

yoluna gidildiğinde, % 5 güvenlik sınırlarında çift taraflı testde t_{α} değeri $\pm 1,96$ bulunduğundan ve hesaplanan bütün t değerlerinin $\pm 1,96$ 'nın dışında bulunmasından dolayı ilişki aranan büyüklük kriterleri arasında istatistik olarak anlamlı bir ilişki olduğu kabul edilebilir.

Bütün bunlara göre işletmelerin satış hasılatı ile öz sermayeleri arasında doğru yönde, istatistik anlamı olan, kuvvetli sayılabilecek ilişki bulunmuştur (sıra 1 ve 7). Diğer bir deyişle, öz sermayeleri yüksek olan işletmelerin satış hasılatları da yüksek olmaktadır.

Satış hasılatı ile kâr arasında doğru yönde anlamlı bir ilişki olduğu halde, ilişkinin derecesi öz sermayeye göre daha zayıf çıkmıştır (Sıra 2 ve 8). Buradan, aynı satış hasılatına sahip işletmelerin maliyet veya kâr marjı farklılıklarından dolayı kâr tutarlarında farklılık olabileceği sonucuna varılabilir.

Öz sermaye ile kâr arasında ise olumlu yönde, istatistik anlamı olan, kuvvetli bir ilişki saptanmıştır (Sıra 4 ve 10). Buna göre öz sermayesi yüksek olan işletmelerin kârları da yüksektir.

Satış hasılatı ile çalışanlar sayısı (sıra 3 ve 9), kâr ile çalışanlar sayısı (sıra 6 ve 12) ve öz sermaye ile çalışanlar sayısı (sıra 5 ve 11) arasında ise anlamlı bir ilişki olmasına karşın, ilişkinin derecesi zayıf çıkmıştır.

Özetle, elde edilen korelasyon katsayılarına göre çalışanlar sayısı dışındaki diğer büyüklük ölçüleri arasında anlamlı yüksek ve pozitif bir ilişki vardır. Çalışanlar sayısı ile diğer büyüklük kriterleri arasındaki ilişki anlamlı ve pozitif olmakla beraber ilişkilerin derecesi diğerlerine oranla da düşüktür. Böylece çalışanlar sayısının diğer büyük-

lük kriterleri arasında yüksek ve pozitif ilişki olması nedeni ile işletmelerde büyümenin saptanması eldeki seriler hangi büyüklük kriterini kullanmaya olanak veriyorsa ona göre yapılabilir.

3.2. İŞLETME BÜYÜKLÜĞÜ VE BÜYÜME HIZI İLİŞKİSİ

Bu başlık altında işletme büyüklüklerinin ve büyüme hızlarının arasında nasıl bir ilişki olduğu, diğer bir deyişle b =büyüklük (bağımsız değişken) ve g =büyüme hızı (bağımlı değişken) olarak kabul edilirse,

$$g = f(b)$$

fonksiyonunun geçerli olup olmadığı saptanmaya çalışılmıştır. Bunun için konumuz 215 işletmenin yıllık ortalama büyüme hızları ile 1980 yılındaki büyüklükleri arasında korelasyon analizi yapılmıştır. Büyüme hızları ile işletme büyüklüğü ilişkisi satış hasılatı, öz sermaye ve kâr olmak üzere üç farklı değer üzerinden hesaplanmıştır. İncelemenin anlamlı olabilmesi için de büyüme hızları reel olarak tesbit edilmiş ve bunun içinde 1984 rakamları 1980 fiyatlarına indirilmiştir. Reel değerlerin hesaplanması için Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı Toptan Fiyat İndeksi kullanılmıştır. Ancak inceleme kapsamına giren işletmelerin sanayi sektöründe faaliyette bulunmalarından dolayı genel indeks yerine sanayi hammaddeler ve yarı mamuller indeksinin kullanılması daha uygun görülmüş ve düz indeks değerleri aşağıdaki şekilde hesaplanmıştır.

TABLO 2- Cari Fiyatların Sabit Fiyatlara Çevrilmesinde Kullanılan Deflatör

<u>Yıllar</u>	<u>1980 = 100</u>	<u>1963 = 100</u>
1980	100	3152,1
1981	131,1	4134,5
1982	170,8	5386,9
1983	231,5	7298,0
1984	328,6	10358,1

Satış hasılatı, kâr ve öz sermaye rakkamları 1980 yılı değerlerine indirgenirken çevirme faktörü olarak yukarıdaki düz indeks rakkamları kullanılmış; cari değerler düz indeks rakkamlarına bölünüp, 100 ile çarpılarak sözü edilen büyüklükler 1980 fiyatları ile ifade edilmiştir. Daha sonra da 1980 yılı fiyatlarına indirgenmiş değerler üzerinden de yıllık ortalama büyüme hızı,

$$g = 100 \cdot \sqrt[n]{t_1/t_0} - 100$$

formülü ile hesaplanmıştır.

Bu şekilde hesaplanan ortalama büyüme hızı ile büyüklük arasındaki ilişki satışlara göre -0,31 (sıra 13), öz sermayeye göre -0,24 (sıra 14) ve kâra göre de -0,29 (sıra 15) bulunmuştur. Görüldüğü gibi bütün korelasyon katsayıları negatiftir. İstatistik açıdan bu katsayıların anlamlı olup olmadığını incelediğimiz zaman, bütün katsayıların istatistik açıdan bir anlam ifade ettiğini yani ilişkinin önemli olduğunu buluruz. Bu bulgulara göre, satış hasılatı, öz sermaye ve kâr bakımından büyük işletmelerin büyüme hızının yavaş olduğu, diğer bir deyişle, belli bir büyüklüğe ulaşıldıktan sonra büyümenin yavaşlama eğilimi gösterdiği öne sürülebilir. Ancak ilişkinin derecesinin zayıf olması ve ilişkinin anlamlı olup olmadığını saptamak için hesaplanan t değerinin t_α değerinden az bir farkla büyük olması yani t değerinin ilişkinin önemsiz olduğu sonucuna yakınlığı, işletmelerin büyüklüğü ile büyüme-leri arasında ters bir ilişki olduğu sonucuna varmamızı engel-

lemektedir. Zaten bulduğumuz korelasyon katsayısına göre Y'-deki değişmelerin (büyüme) ne kadarının X'deki değişmelerden (büyüklük) meydana geldiğini saptamak için belirlilik (determinasyon) katsayısına bakacak olursak satışlara göre olan ilişkide 0,096, öz sermayeye göre 0,0576 ve kârlara göre de 0,0841 olduğu görülür. Belirlilik katsayılarının çok düşük, hatta sifıra yakın çıkması büyümede belirsiz sebeplerden ileri gelin değişmelerin daha çok olduğunu yeni büyümedeki değişmelerin çok az bir bölümünün büyüklüğe bağlı olduğunu ifade etmektedir.

3.3. TÜRKİYE'DE İŞLETMELERİN YILLARA GÖRE SATIŞ VE ÖZ SERMAYE KÂRLİLİĞINDAKİ DEĞİŞMELER

Yıllara göre satış ve öz sermaye kârlılığındaki değişmelerin belirlenmesinde 1980-1984 yılları arasında yer alan 184 özel sektör işletmesine ait işletmelerin verilerinden yararlanılmıştır. Elde edilen sonuçlar şöyledir:

TABLO 3- 1980-1984 Yılları Arasında 184 Özel Sektör İşletmesine Ait Satış Kârlılığı (Kâr/Satış Hasılatı) Oranları

<u>Yıllar</u>	<u>Ortalama</u>	<u>Standart Sapma</u>	<u>Değişim Katsayısı</u>
1980	% 12,03	% 9,29	% 77,26
1981	10,02	9,42	94,03
1982	8,92	9,70	108,73
1983	8,68	8,30	95,71
1984	9,25	7,94	85,82

Bu tabloya göre 184 özel sektör işletmesinin satış kârlılığı ortalamasında yıllara göre azalma gözlenmektedir. 1980 yılında % 12,03 ile en yüksek düzeyde bulunan satış kârlılığı ortalaması, 1981 yılında % 16,7 oranında azalma kaydederek % 10,02'ye düşmüştür. 1982'de bir yıl önceye göre % 10,9, 1983 de ise % 2,6 oranında azalma olurken, 1984 de

bir yıl önceye göre % 6,5 oranında artış olmuştur. Ancak yine de 1984 yılı satış kârlılığı ortalaması 1980 yılının değerinin altında kalmıştır.

TABLO 4- 1980-1984 Yılları Arasında 184 Özel Sektör İşletmesine Ait Öz Sermaye Kârlılığı (Kâr/Öz Sermaye) Oranları

<u>Yıllar</u>	<u>Ortalama</u>	<u>Standart Sapma</u>	<u>Değişim Katsayısı</u>
1980	% 50,22	% 30,85	% 61,42
1981	47,40	35,5	74,89
1982	32,54	38,47	118,22
1983	35,95	28,5	79,27
1984	36,85	32,32	87,70

Öz sermaye kârlılığı incelenen yıllar boyunca % 50,22 ile % 32,54 arasında değişme göstermektedir. İncelenen dönemde en yüksek kâr/öz sermaye oranı 1980'de sağlanırken en düşük oran 1982'de elde edilmiştir. 1981'de bir yıl önceye göre % 5,6 oranında azalma olurken, 1982'de % 31,3 oranında yüksek bir azalmanın gerçekleşmesi satış kârlılığında görülen daralmanın yanısıra 1982'de yapılan yeniden değerlendirme sonucu öz sermayenin artış göstermesinden kaynaklanmaktadır. 1983'de ise bir yıl önceye göre % 10,4 oranında artış olurken, 1984'de % 2,5 oranında çok az bir artış gerçekleşmiştir.

Yıllara göre ortalama öz sermaye ve satış kârlılıkları hesaplandıktan sonra bulunan değerlerin 184 işletme için ne derece temsili olup olmadığına bakmak gerekir. Aksi halde sonuçların incelenmesinde hatalı yorumlar yapılabilir. İstatistik olarak ortalamanın temsil gücü, dağılma ölçüleri ile saptanmaktadır. Dağılma ölçüleri ise mutlak olarak standart sapma ve nisbi olarak değişim katsayısı ile ölçülebilir. Ancak standart sapmanın serideki kıymetlerin büyüklüğünden etkilenmesinden dolayı değişim katsayısı daha üstün bir ölçüdür. Yani büyük değerlerden oluşan bir serinin ortalamasında

büyük olur, bu nedenle ortalamaları farklı olan satış ve öz sermaye kârlılığı serilerinin dağılımlarının tesbiti için değişim katsayısına bakılmalıdır. Bu takdirde yıllara göre genellikle öz sermaye kârlılığının değişim katsayısının daha küçük olduğu görülmektedir. Yani 184 özel kesim işletmesinin öz sermaye kârlılığının dağılımının daha düşük olmasından dolayı öz sermaye kârlılığı ortalaması satış kârlılığı ortalamasına göre daha temsilidir.

1980-1984 yılları arasında 184 özel sektör işletmesinin ortalama satış kârlılığı ile ortalama öz sermaye kârlılığı arasındaki ilişki ise $r=0,8893$ olarak bulunmuştur. Bu değer % 5 güvenlik sınırları içinde önemlidir. Diğer bir deyişle, satış kârlılığı ile öz sermaye kârlılığı arasında doğru yönde, kuvvetli ve anlamlı bir ilişki vardır. Yani bir değer artarken, öteki de artmaktadır. Bu bakımdan büyüme ölçüsü olarak kullanıldığında her iki değer de diğeri bakımından bir anlam taşıması mümkündür.

3.4. BÜYÜKLÜK VE BÜYÜME İLE KÂRLILIK İLİŞKİLERİ

İşletmelerde büyüklük ile kârlılık arasında ilişki aranmasında amaç büyük işlemlerin kârlılıklarının daha yüksek olup olmadığının saptanmasıdır. Araştırmada işletme büyüklükleri satış hasılatı ve öz sermayeye göre, kârlılık ise öz sermaye ve satış kârlılığına göre iki ayrı kritere göre belirlenmiştir. Bu verilerden hareketle basit korelasyon sonuçları,

- Satış hasılatı ile satış kârlılığı arasında 1980'de -0,078, 1984'de -0,068,
- Öz sermaye ile öz sermaye kârlılığı arasında 1980'de 0,0081, 1984'de -0,0455 olarak hesaplanmıştır.

1980 yılı öz sermayeye göre saptanan ilişki hariç her iki kritere göre büyüklük ile kâr arasında negatif ve çok zayıf bir ilişki bulunmaktadır. Fakat bu korelasyon katsayılarının istatistik yönden anlamlı olup olmadığı test edildiğinde; % 5 güvenlik sınırları içinde çift taraflı yapılan teste söz konusu ilişkilerin istatistik yönden anlamsız olduğu saptanmıştır. Buna göre, büyüklük ve kârlılık arasında ilişki olmadığı, yani büyük işletmelerin kârlılığının küçük işletmelerinkinden farklı olmadığı söylenebilir.

Kârlılık ile büyüme hızları arasında ilişki aranmasındaki amaç ise, hızlı büyüyen işletmelerin aynı zamanda kârlılıkları da yüksek olan işletmeler olup olmadıklarının belirlenmesi içindir. Kârlılık ile büyüme hızları arasındaki ilişki yine iki kritere göre saptanmıştır. Buna göre korelasyon katsayısı,

- Satış kârlılığı ile satış hasılatı büyüme hızı arasında 0,1701,
- Öz sermaye kârlılığı ile öz sermaye büyüme hızı arasında 0,4131 çıkmaktadır.

Elde edilen bu değerler % 5 güvenlik sınırları içinde anlamlıdır. Yani büyüme ile kârlılık arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır. Ancak her iki kritere göre elde edilen ilişkilerin derecesi çok kuvvetli değildir. Yalnız öz sermayeye göre saptanan ilişkinin derecesi diğer kritere göre belirlenen ilişkiye daha kuvvetlidir. Bütün bunlara göre kârlılığı yüksek olan işletmelerin büyüme hızının da yüksek olması beklenebilir.

3.5. TÜRKİYE'DE İŞLETMELERDE BÜYÜKLÜK VE PRODÜKTİVİTE İLİŞKİSİ

Araştırmada prodüktivite, emek prodüktivitesi şeklinde ölçülmüştür. Emek prodüktivitesinin belirlenmesi ise ideal

ölçülerden biri olan katma değer/çalışanlar sayısının veri yetersizliğinden kullanılamamasından dolayı, üretimden satışlar/çalışanlar sayısı şeklinde hesaplanmıştır. Büyüklük ise üç kritere göre ele alınmıştır. Buna göre emek produktivitesi ile büyüklük arasındaki korelasyon katsayısı,

- Büyüklük olarak üretimden satışlar alındığında 1980'de 0,2441, 1984'de 0,2727,
- Büyüklük olarak çalışanlar sayısı alındığında 1980'de -0,2427, 1984'de -0,30,
- Büyüklük olarak öz sermaye alındığında 1980'de 0,2345, 1984'de 0,018 bulunmuştur.

Bulunan bu sonuçların hepsi istatistik yönünden anlamlıdır. Sadece 1984 yılı için öz sermaye ile emek produktivitesi arasındaki ilişki anlamsız çıkmıştır. İlişkilerin derecesi zayıf olmasına karşın emek produktivitesi ile üretimden satışlar arasında pozitif, çalışanlar sayısı arasında negatif ve de öz sermaye arasında pozitif bir ilişki vardır. Bütün bunlara göre emek produktivitesi işletmenin büyüklüğünden az da olsa etkilenmektedir. Yalnız büyüklük olarak çalışanlar sayısı alındığında ilişkinin negatif çıkması, bir işletmede diğer üretim faktörleri sabit iken çalışanlar sayısının artmasının emek produktivitesini olumsuz yönde etkileyeceğini belirtmektedir. Yani çalışanlar sayısı bakımından büyük sayılan işletmelerde emek produktivitesinin düşme eğilimi göstereceği söylenebilir.

S O N U Ç

İşletmelerde büyüme ve Türkiye'deki işletmelerde büyüme büyüklük ve kârlılık ilişkilerini incelemek amacıyla yaptığımız bu çalışmanın teorik bölümlerinde büyümeyi açıklayan teorileri, işletme büyümelerini olumlu ve olumsuz yönde etkileyen çeşitli faktörleri, büyümenin sonuçlarını ve ölçülmesini, işletme büyüklüklerinin mevcut bölünmesini inceleyerek, büyüklük, büyüme oranları, kârlılık ve produktivite ilişkileri hakkında literatürde yer alan görüşleri sunmaya çalıştık.

Bütün bunların sonucunda işletmelerin büyümesi hakkındaki teorilerin yetersiz oldukları, işletmeleri büyümeye iten çok çeşitli etkenler olduğu, işletmelerin büyümeye iten nedenlerle büyümenin doğurduğu sonuçların birbirine karışmış olduğu, büyüme yolları ve yönlerinin çok çeşitli olup farklı tanımlamalar yapıldığı saptanmıştır. İşletme büyüklüğü, büyüme, kârlılık ve produktivite ilişkileri hakkında ise literatürde görüş birliği sağlanamamıştır. Bunun başlıca nedeni, yapılan araştırmaların yöntemlerinin aynı olmaması, çeşitli ülkelerde, değişik zaman kesitinde, farklı işletme büyüklüğü ve sayıları ile araştırmaların yapılmış olmasıdır.

Çalışmanın uygulama bölümünde ise "Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu" adlı yayında yer alan işletmelerden hareketle 215 özel sektör işletmesinden oluşan kütlenin çeşitli değişkenleri arasındaki ilişkiler saptanmıştır. Elde edilen sonuçlar şöyle sıralanabilir:

- İşletmelerin büyüklük kriteri olarak alınan satış hasılatı, kâr, öz sermaye ve çalışanlar sayısına göre 1980 ve 1984 yılları için yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre bu dört kriter arasında çalışanlar sayısı hariç olmak üzere istatistik anlamı olan pozitif ve kuvvetli bir ilişki saptan-

mıştır. Buna göre mutlak olarak satış hacmi yüksek olan işletmelerin öz sermayesi, ve kârları da yüksek olmaktadır.

- İşletmelerin büyüklükleri ile büyüme hızları arasında istatistik anlamı olan negatif bir ilişki bulunmuştur. Yani büyümeyi ölçmek için satış hasılatı artış hızı, öz sermaye artış hızı ve kârlardaki artış hızı kullanıldığı takdirde, bu değişkenler ile yukarıdaki büyüklük göstergeleri arasında olumsuz ilişki olduğu gözlenmiştir. Bundan büyük işletmelerin gösterdiği büyümenin daha sınırlı boyutlar içinde kaldığı anlaşılmaktadır. Ancak ilişkinin derecesinin zayıf olması bizi kesin olarak böyle bir sonuca varmamızı engellemektedir. Ama gene de işletme büyüklüğü ile büyüme hızı arasında zayıfı da olsa negatif bir ilişki bulunmaktadır.

- 1980-1984 yılları arasında yer alan 184 özel sektör işletmesinin ortalama satış kârlılığı ve ortalama öz sermaye kârlılığı hesaplandığında öz sermaye kârlılığının satış kârlılığına göre daha temsili bir ölçü olduğu bulunmuştur. Öz sermaye ile satış kârlılığı serileri arasında yapılan korelasyon analizi ise yüksek ve pozitif sonuç vermiştir. Buna göre işletmelerin öz sermaye ve satış kârlılıkları birlikte değişme göstermektedirler.

- İşletmelerin kârları ile satış hasılatı ve öz sermayeleri arasında yüksek bir ilişki olmasına karşın, satış hasılatı ile satış kârlılığı ve öz sermaye ile öz sermaye kârlılığı arasında istatistik yönden anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Yani işletmelerin büyüklükleri ile kârlılıkları arasında ilişki bulunmamaktadır. Ancak işletmelerin kârlılıkları ile büyüme hızları arasında anlamlı pozitif bir ilişki saptanmıştır. Buna göre satış kârlılığı yüksek olan işletmelerin satış hasılatı büyüme hızı ve öz sermaye kârlılığı yüksek olan işletmelerin öz sermaye büyüme hızlarının yüksek olması beklenmelidir. İstatistik olarak ölçülen ilişkinin derecesi düşük

olmasına karşın kârın oto finansman gücü sağlayarak büyüme olanağını belirlemesi bakımından yüksek kârlılığı olan işletmelerin büyüme hızında yüksek olması normal kabul edilebilir.

- İşletmelerde emek prodüktivitesi ile büyüklük arasındaki ilişki istatistik olarak anlamlı olmakla beraber zayıf bulunmuştur. Ama gene de emek prodüktivitesi ile üretimden satışlar arasında ve öz sermaye arasında pozitif, emek prodüktivitesi ile çalışanlar sayısı arasında negatif bir ilişki vardır. Buna göre emek prodüktivitesi işletme büyüklüğünden az da olsa etkilenen bir değişken durumundadır.

Bütün bunlara dayanarak hesaplanan 27 adet korelasyon katsayısı sonuçlarının bir kaçının dışında teoride kabul edilen görüşlere uyduğu söylenebilir.

Özetle işletmelerin büyüklükleri ve büyümeleri hakkında çok şey söylenmiştir. Fakat açıklanan konularda tam bir fikir birliğine varılamamıştır. Aynı şey yapılan ampirik çalışmalar için de geçerli olmaktadır. Ama bu çalışmada literatürde yer alan farklı görüşler toplanmaya çalışılarak teorideki görüşlerin geçerliliği ve seçilen işletmelerin çeşitli değişkenleri arasındaki ilişkilerin ne dereceye kadar teoriye uyduğu saptanmaya çalışılmıştır. Eğer bu yerine getirilebilirdiyse çalışma amacına ulaşmış sayılabilir.

E K

1980 VE 1984 YILLARI VERİLERİNE GÖRE
215 İŞLETMEDEN OLUŞAN KÜTLENİN
DEĞİŞKENLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERE AİT
BİLGİSAYAR ÇIKTISI

1980 GIRIŞ DEĞERLERİ

1	1.43245E+07	1.43245E+07	2357900	5138200	11629
2	1.369688E+07	1.392599E+07	693994	1031873	6943
3	9212468	9555439	772140	895414	1772
4	9149278	9738465	-141578	1076342	2045
5	9081210	9081210	-155290	576707	1119
6	8770441	8834700	924410	976792	1816
7	8072797	8171519	-38307	1173535	930
8	8024971	8052063	491960	653563	3133
9	1313984	1332620	65453	1142982	383
10	7627435	8036897	492253	756511	5718
11	7530183	7612417	499868	1815031	915
12	7232958	7613359	230207	972901	4635
13	7199426	7421076	2071200	3238976	1162
14	6976458	6976476	1233850	2003229	964
15	6972318	7543199	195868	313200	896
16	6400039	6400039	340794	894669	1075
17	6207716	6207716	150108	461497	621
18	6086729	6086729	104208	330635	1400
19	5979757	5989729	1342122	1976716	543
20	5965414	6744312	986844	2640289	1340
21	5800084	5872578	464922	1337344	2287807
22	5776591	5939309	11421	1039358	338
23	5648939	6199652	721947	94409	2023
24	5252423	5603854	823370	1530459	1586
25	5237181	4996111	582490	1384915	790
26	4996111	4787513	51743	1055305	225
27	4787513	4805611	1233235	897300	1081
28	4782805	4771127	9443	1823235	3286
29	4764458	4898015	1057048	91019	748
30	4562824	4448857	599611	1267212	753
31	4444806	4446425	586264	1069256	565
32	4436981	4247994	281623	627905	341
33	4247994	4269927	273989	65976	781
34	4191252	4158282	1164334	545752	1396
35	4158282	4309461	377400	1716972	1691
36	4052591	3820318	11155	920168	827
37	3819864	4762094	336409	91820	2719
38	3800569	3797642	150347	466931	1542
39	3535818	3537753	891640	466931	1488
40	3535280	3571032	781893	170425	1495
41	3509528	3358978	185144	504103	1520
42	3454966	3486831	92131	606755	492
43	3358978	3583407	704038	547933	448
44	3322980	3291365	526493	473442	3630
45	3291365	329472	470556	1602368	977
46	3229472	316302	907645	651170	332
47	3142072	3765044	470556	750363	1401
48	3105165	3116302	232033	565178	332
49	3103033	3149850	907645	1156355	490
50	3076658	3076658	742459	591576	674
51	3049934	3112140	489489	886728	569
52	2973052	3088934	256886	56948	770
53	2914000	2937224	393408	826593	636
54	2907101	2911962	275306	100000	1578
55	2709002	2842504	20832	116920	1278

864121

2559

180

56	2624268	2637987	580961	777903	1821
57	2520117	2522882	490759	200000	1265
58	2508233	2565420	837221	1174644	472
59	2501639	2501639	415966	415966	560
60	2466194	2498904	647097	1134976	725
61	2426719	2513349	226016	577563	1671
62	2346993	2351517	58030	748314	913
63	2329154	2329154	163679	249871	396
64	2326284	2642811	85925	378240	1455
65	2298261	2298261	441778	569076	358
66	2221708	2259049	307355	673934	479
67	2169557	2169557	210912	1549628	696
68	2138767	2138767	293743	490259	283
69	2085983	2100824	130535	397371	701
70	2063515	2063515	301687	726863	1322
71	2052580	2151228	313378	378306	786
72	2037646	2037646	140390	400446	567
73	2024868	2178329	518321	841179	120
74	2002886	2485789	31722	137289	1472
75	1982509	1989509	14271	89372	170
76	1986792	1986792	122440	137628	578
77	1888258	1965215	82248	178254	339
78	1883887	1965236	269056	596095	469
79	1878157	1901946	94210	172476	259
80	1842454	1842454	336111	419004	220
81	1818431	1819431	111624	239656	356
82	1801352	1801352	339111	419004	220
83	1797233	1892605	110416	255101	307
84	1757300	1887930	130255	394213	580
85	1746457	1746457	270870	352849	426
86	1730610	1914107	332875	459145	827
87	1723276	1779910	161523	311372	520
88	1667747	1669682	297359	447089	394
89	1319088	1617006	107801	218736	519
90	1649418	1732234	255982	239297	663
91	1629238	1632702	341717	394744	294
92	1594333	1708355	277983	459788	837
93	1586746	1593551	474971	871818	413
94	1586421	1897426	249442	339760	176
95	1563178	1665565	166689	315779	343
96	1561320	1563630	43870	329508	1205
97	1514109	1522208	166954	245129	463
98	1506303	1606858	180904	106874	358
99	1490533	1542789	71382	336294	762
100	1487945	1515121	320811	386075	168
101	1480173	1480173	-29700	161083	1567
102	1477948	1477948	63385	200953	362
103	1468167	1520230	54366	505525	1034
104	1449048	1505477	270450	563688	866
105	1427691	1427691	264478	256225	155
106	1420615	1424473	258187	456687	1657
107	1373290	1394184	-34730	140131	539
108	1370966	1407634	91528	417132	439
109	1341668	1373046	307786	699150	336
110	1333093	1378878	179017	370568	445
111	1326885	1376567	584611	814919	150
112	1313442	1313442	235236	518361	667

113	1285299	1321974	332460	430278	1100
114	1280705	1324687	366073	362442	337
115	1271380	1286600	-146920	762506	518
116	1269702	1299315		471498	167
117	1268237	1268237	236526	92098	275
118	1256263	3144009	325471	562198	700
119	1249484	1249484	322536	454822	425
120	1240463	1243162	104778	232008	212
121	1238276	1228525	139973	301986	194
122	1217870	1233079	323539	670850	311
123	1210463	1216754	337983	483354	362
124	1207557	1208037	306875	08050	176
125	1202780	1206764	165075	206401	211
126	1191758	1253716	230213	457355	1114
127	1149707	1152292	70996	150570	259
128	1135994	1135994	27005	28835	121
129	1131902	1162802	-50612	123531	392
130	1125086	1127678	105578	457167	535
131	1110635	1164672	108369	395419	570
132	1097371	1124283	90331	199258	140
133	1083996	1083996	112492	359500	502
134	1076487	1079999	67199	277477	932
135	1062474	1077950	229335	384208	767
136	1052878	1056438	155597	213357	124
137	1044600	1176101	59941	207223	1551
138	1042103	1057161	146140	283787	76
139	1027927	1027927	116494	228690	221
140	1022120	1022120	166849	351459	433
141	1018620	1018843	150915	245634	460
142	1016389	1085616	103435	243962	174
143	1014465	1290063	125950	117426	325
144	1006945	1154975	9783	79527	784
145	985629	1160389	16193	488348	334
146	978755	1034551	302206	427258	444
147	977948	1317620	281688	546707	165
148	943183	952606	49543	116366	357
149	923070	950759	165658	219669	201
150	919874	925975	232068	445561	306
151	891795	950752	272094	408637	353
152	889583	861476	95937	104162	66
153	882122	931048	318293	339762	274
154	852055	852055	44701	258602	467
155	844823	937008	13900	144507	537
156	833585	837523	-34888	161280	220
157	828576	828576	24607	49312	228
158	797839	797939	30219	86021	256
159	779898	792344	116606	481329	207
160	77528	77528	124521	303213	470
161	75288	785445	174122	165623	201
162	767684	846802	51453	241808	214
163	746763	1067084	350687	7879	90
164	736042	736042	37776	88502	208
165	735464	735464	115000	288002	250
166	713230	713230	14311	107393	598
167	704629	716129	89163	90000	120
168	688246	697424	127151	181819	159
169	655406	685823	5709	61933	369

171	649218	748053	10225	119215	902
172	633800	777506	19367	22131	246
173	626966	626966	12735	221976	110
174	618938	690578	25531	380985	1442
175	617960	625527	110048	206573	97
176	606281	613442	-23508	154759	645
177	607938	644367	183412	281206	386
178	637088	639493	71499	182932	226
179	589197	593202	52151	132913	84
180	540000	570000	7543	210565	181
181	578561	685131	14616	129282	604
182	575055	575055	22311	57727	128
183	567483	603274	2158	19696	73
184	566812	588340	115830	242968	71
185	528744	557024	74905	147349	486
186	515448	515448	20240	58127	84
187	512090	516199	32131	179966	321
188	496273	519136	90626	83424	97
189	492170	502750	127	-15917	604
190	481132	482539	12323	151732	221
191	465545	486578	25439	74775	244
192	464450	464450	4400	18308	469
193	461882	462415	56206	10246	88
194	461472	461472	62516	209877	421
195	458974	469172	37630	55798	240
196	457592	668784	16831	19831	116
197	446439	466820	3260	41215	214
198	439813	459658	68298	70992	315
199	435935	440351	77636	86105	323
200	407721	500693	38811	158484	74
201	394119	394759	4201	32803	106
202	383150	393226	25471	35471	45
203	378804	382524	-8916	163949	210
204	372174	901148	162771	369746	402
205	367000	369325	49809	32713	211
206	366544	369373	-143493	10145	408
207	363268	366921	18738	51442	197
208	363588	384356	1679	13634	70
209	353712	354281	120540	153457	68
210	346139	468399	20414	156904	262
211	387174	457142	115779	398653	531
212	345674	361595	43891	128232	120
213	333118	333118	4203	20000	39
214	320786	324493	124855	234002	121
215	297033	295033	38213	99181	344
1980	HESAPLANAN DEGERLER :				
1	.1646061	.4588961	1231.791	2.787844	
2	4.985642E-04		8.034755E-03		5352.433
3	7.262816E-02		.6725576	5198.91	9.260286
4	7.928765E-02		.9026506	4473.975	11.38451
5	-1.559021E-02		-.1315363	8115.469	8.437104
6	-1.757728E-02		-.2692702	4829.538	15.31922
7	.1131259	.9463734	8680.427	8.36567	
8	-4.757415E-03		-.0326424	2501.433	6.861375
9	.3691675	.7527354	3430.768	2.039008	
10	8.144064E-03		5.726512E-02		1333.934
					7.031517

11	6.466448E-02	.2734047	.6506885	8229.708	10.002333
12	.0656567		1560.509	4.194617	
13	3.102071E-02		.2366192	6195.719	7.627782
14	.2968834	.6394613	7236.99	2.153914	
15	.1635712	.6159306	7781.828	3.76552	
16	3.060419E-02		.6253768	5953.525	20.43435
17	5.489845E-02		.3809163	9996.322	6.938562
18	2.466152E-02		.3252632	4347.664	13.1891
19	1.740617E-02		.3151693	11012.44	18.10676
20	.1990006	.6789655	4451.801	3.411877	
21	.0667857	1.154067	32222.69	17.28015	
22	.1680427	.7379134	17090.8	4.391225	
23	.0782788	.4473165	2792.308	5.714402	
24	.0018422	.1209813	3311.742	65.6722	
25	.1283305	.4717193	6629.343	3.661551	
26	.164802	.5938054	22204.94	3.607522	
27	.1216686	.5519636	4428.782	4.536616	
28	1.076721E-02		5.766522E-02	1455.51	5.355635
29	.2584788	.6763994	6369.596	2.616847	
30	1.927924E-03		.1037476	6059.528	53.8131
31	.2375999	.8341525	7866.913	3.510744	
32	.1348524	.560774	13011.68	4.158429	
33	.1380096	.9336826	5439.173	6.765345	
34	6.595499E-02		.4286656	3002.33	6.499366
35	6.589996E-02		.5020394	2459.067	7.619362
36	.2701809	.6781322	4900.352	2.509919	
37	9.878759E-02		.4101425	1404.805	4.151762
38	2.342457E-03		.1214877	2464.701	51.86336
39	8.658365E-02		.7204683	2376.222	8.133198
40	4.249788E-02		.8821896	2364.736	20.75842
41	.2384857	1.689417	2308.9	7.083934	
42	.2242417	1.288647	7042.614	5.746687	
43	5.511915E-02		.3378953	7497.719	6.130272
44	-2.571045E-02		-.1945983	915.4215	7.566841
45	.2139046	.4393735	3368.849	2.054063	
46	.1630276	.7963051	9727.325	4.884481	
47	.1249802	.6271045	2242.735	5.01763	
48	.0744578	.4105486	6337.071	5.513842	
49	.286155	.784919	4603.906	2.723947	
50	.24132	1.255033	5223.528	5.200782	
51	.1572837	.5520171	3960.953	3.50969	
52	8.316332E-02		.4874978	4674.61	5.861933
53	.139387	.4759392	1846.641	3.55341	
54	9.454313E-02		2.75306	2274.727	29.11962
55	7.303057E-03		-.1781731	6656.025	24.39706
56	.2202289	.7468296	1441.114	3.391152	
57	.1945232	2.453795	1992.187	12.61441	
58	.3263485	.7127445	5314.053	2.183998	
59	.1662774	.726902	4467.213	4.371622	
60	.2568523	.5701416	3401.647	2.201724	
61	8.992622E-02		.391327	1452.256	4.351645
62	.2373064	.7457163	2570.639	3.14242	
63	7.027401E-02		.655054	5881.702	9.321426
64	3.251273E-02		.2271706	1598.821	6.987127
65	.1922227	.7763076	6419.724	4.038584	
66	.136053	.456061	4638.221	3.352033	
67	9.721432E-02		.1361049	3117.18	1.40005

68	.1373422	.5931588	7557.481	4.362525	5.286808
69	6.213514E-02	.3284966	2975.725	2975.725	
70	.1462005	.4150535	1560.904	2.838933	
71	.145674	.8283718	2611.425	5.686476	
72	6.889813E-02	.3505841	.3505841	3593.732	5.088442
73	.2379443	.616184	16873.9	2.589614	
74	1.276134E-02	.23106	.23106	1360.656	18.10625
75	7.176734E-03	.1586809	.1586809	11697.11	22.2498
76	6.162699E-02	.8896446	.8896446	3437.357	14.43596
77	4.185191E-02	.461409	.461409	5570.083	11.0248
78	.1369084	.4513643	4016.817	3.296834	
79	4.953348E-02	.5402209	.5402209	7251.571	11.02731
80	.1824257	.8021666	8974.791	4.397223	
81	6.135105E-02	.4857676	.4857676	5107.952	7.591644
82	.1882536	.8093264	8187.964	4.299129	
83	5.834075E-02	.4328325	.4328325	5854.179	7.419042
84	6.899355E-02	.3304178	.3304178	3029.828	4.789112
85	.1550969	.7676655	4099.664	4.949588	
86	.1739062	.7349888	2092.636	4.168851	
87	9.074785E-02	.5187461	.5187461	3913.992	5.718346
88	.1780932	.6650854	4232.861	3.73448	
89	6.666704E-02	.4928361	.4928361	2541.596	7.392501
90	.1477739	1.069725	2487.81	7.238929	
91	.2092954	.6656673	5541.626	4.136104	
92	.1627197	.6045895	1904.818	3.715528	
93	.2980583	.5448053	3842	1.827848	
94	.1314634	.7341711	9013.756	5.584607	
95	.1000796	.527866	4557.37	5.274464	
96	2.805651E-02	.1331379	.1331379	1295.701	4.745348
97	.1096788	.6810863	3270.214	6.209824	
98	.1125825	1.692685	4207.55	15.03507	
99	4.626816E-02	.2122607	.2122607	1956.08	4.58762
100	.2117395	.8309551	8956.816	3.924421	
101	-2.006522E-02	-.184377	-.184377	944.5902	9.188884
102	5.641943E-02	.4149478	.4149478	4082.729	7.354695
103	3.576169E-02	.1075436	.1075436	1419.891	3.00723
104	.1796441	.635.494	.635.494	2.670858	
105	.1852488	1.03221	8210.91	5.572021	
106	.1812509	.5653478	857.3416	3.119145	9.949148
107	-2.491063E-02	-.2478395	-.2478395	2547.848	3.374553
108	6.502258E-02	.2194222	.2194222	3122.93	
109	.2241629	.4402289	3993.06	1.963879	
110	.129828	.4830882	2995.719	3.720985	
111	.4246877	.7173854	8845.901	1.689207	
112	.179137	.4534664	1969.179	2.531395	
113	.2514876	.7726633	1188.454	3.072372	
114	.2767998	1.011671	3800.312	3.654884	
115	-.1141924	-.1926805	2454.402	1.687331	
116	.2190716	.6036993	7603.006	2.755717	
117	.2022698	2.785359	4611.771	13.77052	
118	.103521	.5789259	1794.661	5.592352	
119	.2581354	.7091478	2939.963	2.747193	
120	8.428346E-02	.4516137	.4516137	5851.241	5.358272
121	.1139358	.4635083	6331.32	4.068152	
122	.2615721	.4807916	3915.981	1.838085	
123	.2777743	.6781986	3343.82	2.441546	

124	.2540278	4.509552	6861.119	17.7522	
125	.1367915	.7997781	5700.379	5.846697	
126	.1756482	.4814925	1069.801	2.741232	
127	6.161286E-02	.4715149	.4715149	4439.023	7.652866
128	2.377213E-02	.9051449	.9051449	9388.38	38.07588
129	-.0435259	-.4097109	2887.505	9.413038	
130	9.362424E-02	.2740612	.2309397	2102.964	2.466665
131	.0930468	.1948.482	1948.482	2.943413	
132	8.034543E-02	.4533369	.4533369	7838.364	5.642348
133	.1037753	.3129124	2159.355	3.015288	
134	6.222136E-02	.2421786	.2421786	1155.029	3.892211
135	.2127511	.5969032	1385.233	2.805642	
136	.1472846	.7292801	8490.951	4.951504	
137	5.096586E-02	.2892584	.2892584	673.501	5.675553
138	.1382392	.5149637	13711.88	3.725192	
139	.1138291	.5093971	4651.254	4.494849	
140	.1632382	.4747325	2360.554	2.90822	
141	.1481239	.6143897	2214.391	4.14781	
142	9.527771E-02	.42398	.42398	5841.316	4.449939
143	9.763089E-02	1.07259	1.07259	3121.431	10.98618
144	8.470314E-03	.1230148	.1230148	1284.369	14.52306
145	.0199548	3.249336E-02		2950.985	2.328471
146	.2930798	.7096555	2204.403	2.421373	
147	.2137855	.5152449	5926.958	2.410103	
148	5.200786E-02	.4257515	.4257515	2641.969	8.186292
149	.1742376	.7541255	4592.388	4.328144	
150	.3154167	.6555062	3006.124	2.078223	
151	.2861882	.6658575	2526.332	2.326642	
152	9.978096E-02	.9210365	.9210365	13478.53	9.230583
153	.3418653	.3219.423	3219.423	2.740295	
154	5.246258E-02	.1728564	.1728564	1824.529	3.294851
155	2.017059E-02	.1307895	.1307895	1573.227	6.484171
156	4.165617E-02	.2163195	.2163195	3789.023	5.192975
157	2.969794E-02	.4990063	.4990063	3634.105	16.80273
158	3.787132E-02	.351298	.351298	3116.949	9.276095
159	.1471659	.384568	1659.357	2.61316	
160	.1601499	.751834	3868.299	4.694565	
161	.2216858	.7200837	3622.841	3.248218	
162	6.076155E-02	6.448553	6.448553	8529.822	106.1288
163	.3286405	.7295806	3607.551	2.216954	
164	5.132316E-02	.4268378	.4268378	3438.664	8.316671
165	.1563639	.2941.856	2941.856	2.553677	
166	2.006506E-02	.1392582	.1392582	1192.692	6.641308
167	.1245069	.9907	5871.908	7.956989	
168	.1823152	.6993274	4328.591	3.835815	
169	8.324306E-03	9.218026E-02	9.218026E-02		11.07363
170	-4.833653E-03	-1.615495E-02	-1.615495E-02		1011.771
171	1.366882E-02	8.576941E-02	8.576941E-02		719.7539
172	2.490913E-02	.8751072	.8751072	2576.423	35.13199
173	.2037351	.5699.691	5699.691	2.824477	
174	3.697048E-02	6.701314E-02	6.701314E-02		429.2219
175	.1759285	6370.722	6370.722	3.028116	
176	-3.632147E-02	-1519007	-1519007	943.0713	
177	.284639	.7021738	1574.969	2.466892	3.963853
178	.1118058	.3908502	2816.974	3.495796	
179	.0879144	.3923695	7014.25	4.463085	

180	1.323333E-02	1.323333E-02	3.582267E-02	954.5712	2983.425	2.707003
181	2.133315E-02	.1130552	.3647593	4402.617	5.299508	
182	3.862413E-02	.1095654	7983.268	2.421471	9.96163	
183	3.577148E-03	1087.951	3482031	6136.286	30.62927	
184	.196876	.5083509	.1785393	1595.296	8.867618	
185	.1344736	1.08633	5116.216	6.222861	2.868314	
186	3.926681E-02	-7.97889E-03	-7.97889E-03	814.851	-31.58573	
187	6.224537E-02	8.11556E-02	8.11556E-02	1907.971	2177.068	3.180206
188	.1745708	.9402073	.2403321	990.2985	6.507229	
189	2.526107E-04	5248.659	45.13127	45.13127	25.36869	
190	2.533783E-02	1096.133	2.198774	2.198774	8.408401	
191	5.238144E-02	.674397	3944.759	1912.392	33.72417	
192	9.473571E-03	.9495739	2086.164	3944.759	11.32646	
193	.1215488	5.485653	1399.232	6.474786	3.159265	
194	.1354708	.2978697	1318.684	5.114117	12.03424	
195	8.020513E-02	.9630521	.2259597	5509.743	11.08585	
196	2.815708E-02	.9016433	.1280676	3718.104	1802.876	2.333189
197	6.98342E-03	7.809741E-02	.7180796	8514.444		
198	.1485844	.4402238	925.806	2.437208		
199	.1763048	1.522606	1739.336	11.28985		
200	7.152287E-02	-14.14421	898.3921	36.40936		
201	1.064194E-02	5.106821E-02	.3642549	1844	7.132713	
202	6.477445E-02	4.368346E-03	.123148	5079.829	28.19099	
203	-2.330834E-02	.7854969	5201.647	2.308666		
204	.1808263	.130105	1321.141	2.985259		
205	.134865	.2904255	729.1413	1.146717		
206	-.3884772	.3422781	2880.617	2.81985		
207	5.106821E-02	1.261715E-02	.21015	8541.488	16.6559	
208	4.368346E-03	.5873835	2651.124	1.448617		
209	.3402384	.3852855	863.468	2.974693		
210	.0435825					
211	.2522671					
212	.1213817					
213	1.261715E-02					
214	.387695					
215	.1295211					
1980	DEGERLERI ARASINDAKI LISKILER					
RCD	= .6511028					
RCE	= .6831448					
RCF	= .4238676					
RDE	= .8440151					
RDF	= .3289442					
REF	= .2343075					
RCK	= .0752568					
REL	= .0081716					
RNB	= .2441055					
RNF	= .2427397					
RNE	= .2345002					
RBE	= .7031366					
1984	GIRIŞ DEGERLERI					
1	7037230	1.476286E+07	2900000	2096589	1.446122E+07	1411
2	4.64E+07	4.67E+07	4.026201E+07	1.12E+07	2189	7860236
3	3.870592E+07		2.713069E+07		-2142461	2413
4	2.408078E+07		4.604274E+07		420013	3023950
5	4.594269E+07		5.245315E+07		4495987	1.411154E+07
6	5.025205E+07				6312644	4802488
						207

7	5.5237E+07	5.52344E+07	1442904	1.31103E+07	112E	
8	5.39415E+07	5.399564E+07	1688155	4440310	1 276540E+07	2024
9	7213152	252708		487		
10	4.798953E+07	4.816539E+07		1922111	1 205034E+07	2125
11	3.163742E+07	3.227942E+07		282430	-5538744	5933
12	4.87796E+07	1042233		1357		
13	2.267892E+07	2.448643E+07		3649479	9756931	3984
14	4.224771E+07	4.24329E+07		6731691	10R7	
15	2.7156E+07	4816400		956		
16	5.220899E+07	2.73111E+07		1294286	1 304558E+07	680
17	2.61435E+07	2.61435E+07		1189		
18	3.166975E+07	3.166975E+07		2347691	7766724	730
19	2.288407E+07	2.391218E+07		877675	2253357	600
20	3.227668E+07	3.461313E+07		2784042	1 214055E+07	170?
21	1.96237E+07	2.114412E+08		9654144	517	
22	1.257079E+07	13637		4629269	390	
23	1.195027E+07	1.575919E+07		869912	5321119	1324
24	1.839337E+07	2.224527E+07		2462796	5328140	1213
25	3.935275E+07	3.935275E+07		5442017	2336290	825
26	2.264321E+07	2.265444E+07		1543435	3484371	550
27	2.08211E+07	2.113055E+07		903465	3489845	1417
28	2.041482E+07	2.097145E+07		-7089914	600000	3232
29	2.369231E+07	2.389231E+07		2635304	9657499	848
30	1.050902E+07	1.259641E+07		-11R047	22145R	1R00
31	3.130042E+07	3.194475E+07		4340680	1.270398E+07	791
32	4.618174E+07	4.618174E+07		3505464	1.222667E+07	509
33	2.381327E+07	2.381327E+07		4092520	8691777	1012
34	1.80033E+07	1.80033E+07		1670		
35	8932924	1.101984E+07		595071	1306	
36	2.343291E+07	2.413485E+07		1294456	8900589	R50
37	1.790472E+07	17938		4539850	2433	
38	1.238917E+07	1.576877E+07		2277711	3762251	1A59
39	2.077604E+07	2.179088E+07		980191	4234734	1386
40	954322	338857		1465		
41	4.452022E+07	4.493197E+07		5361748	7577168	1938
42	1.041377E+07	1.041377E+07		423335	5404902	516
43	1.366959E+07	1.366959E+07		450000	1490276	550
44	1.297995E+07	1.590453E+07		1192211	5887403	2787
45	4.594498E+07	4.597898E+07		1115000	6090000	1364
46	1.888976E+07	1.888976E+07		1231508	5510970	368
47	1.070933E+07	1.2309E+07		2308545	1341	
48	1.589038E+07	1.589038E+07		1383503	250000	500
49	9800374	2938591		686		
50	9546000	912700		660		
51	3.416949E+07	3.560531E+07		975377	5467195	1564
52	1.429018E+07	1.451162E+07		1184536	4253470	2400
53	1.55476E+07	1.451162E+07		4661603	1538	
54	1.798991E+07	1.960807E+07		1765809	3937546	1818
55	1.086835E+07	1.086835E+07		526313	526477	248
56	1.265377E+07	1.265377E+07		2492477	5242077	2048
57	1.370464E+07	1.371464E+07		1291081	4156053	1435
58	1.008947E+07	1.008988E+08		1059064	4157853	677
59	9195227	3345566		575		
60	1.105402E+07	1.111997E+07		922623	3706539	891
61	1.177181E+07	1.177181E+07		1029655	3769045	1790
62	1.0235673E+07	1.029085E+07		-171336	6197739	1231

119	6476278	6476278	1738381	3204254	465
120	3665576	3725914	93063	1209667	239
121	6584803	6584803	468465	1208644	324
122	6927995	7031639	1770367	4232794	363
123	5204233	5344733	1113925	1993601	432
124	6651484	6668981	546507	2109201	226
125	7070589	7443015	805634	491048	234
126	4926281	5389500	168109	2015530	1272
127	4930592	6126524	1412629	2158907	308
128	4795240	5544730	813711	1537789	800
129	6215867	6280222	278606	1301831	416
130	8232330	8246140	2121184	2418489	732
131	5205766	5205766	97554	1053172	404
132	7082041	8285008	929326	1296154	216
133	7536736	7536736	1335146	4528059	702
134	3284236	3347182	255847	2175243	820
135	4745616	4815801	256542	1656522	634
136	5582414	5704719	1785732	1358441	158
137	1.11687E+07	1.187185E+07	1.12059	558560	2778039
138	5413650	5527449	112059	5325566	79
139	6467107	6467107	389126	1430174	326
140	2665959	2667279	63710	1190077	325
141	7110695	7638497	505122	1497621	547
142	4221536	4457283	150373	406748	500
143	6819644	7050606	241530	2147792	535
144	4672060	5243880	1131736	1997245	1023
145	3531009	3982445	63372	886236	341
146	6239688	6248378	760464	3391820	504
147	6677566	9162338	1365518	1136663	223
148	3876501	3894338	418928	1210477	353
149	3536903	3588732	97789	790381	363
150	4030004	4100667	211	1900338	459
151	5333770	5333770	1410869	2856874	510
152	7544766	7748376	565268	430105	70
153	2721836	2817400	379709	708187	254
154	2517330	2672850	77331	835251	534
155	6456824	6456824	417565	406231	600
156	3675359	3850706	18734	2068583	286
157	5355274	5603335	139372	416289	220
158	4779860	6022276	189411	691506	330
159	3395881	3407331	408591	1237364	465
160	5110566	5110566	741065	1213565	186
161	4083903	4187386	405735	978512	317
162	3893673	3942361	64664	954900	120
163	1.108504E+07	1.135385E+07	1.135385E+07	6816507	321
164	4693245	4693245	454439	867973	265
165	5420515	5420515	478342	1782220	250
166	8334937	8334937	573798	2415621	680
167	3871695	4246836	1003452	1054675	286
168	5798453	5805789	4335149	1212771	375
169	3895004	3895004	482997	948363	324
170	7556347	7605137	379128	1641649	900
171	4443447	4508450	-13333	1023123	802
172	4350286	5000140	452290	697424	423
173	5348516	5453809	41058	944450	300
174	1.373842E+07	1.441578E+07	1.441578E+07	662126	6.252531E+07

175	3587603	4727666	1003799	1720675	400	1083401	2485084	460
176	2999057	3077933	264397	1599806	570	700		
177	4030623	4251850	587540	1070604	750	140		
178	4802279	4970743	815790	1287930	281	135		
179	4090164	4090164	419783	1190302	100	4164100		
180	1.963907E+07	5430123	1.997643E+07	477817	1083401	2485084		
181	5430123	3012952	245317	542003	700			
182	2992114	1.571576E+07	3570	2098211	140			
183	1.29477E+07	4532240	430690	867584	125			
184	4532240	3055566	344878	852620	591			
185	2976313	3898225	32069	731148	250			
186	3898225	4791952	424228	693606	398			
187	4791952	2852146	230624	347761	90			
188	2764790	2793404	36594	364770	650			
189	2793404	4947065	-36608	-540	450			
190	4912637	3928987	1282301	2850258	299			
191	3928987	3062985	45923	1122808	619			
192	2490205	2776785	251562	152797	68			
193	2776785	3845815	720519	1650064	420			
194	3845815	3488925	62679	462923	330			
195	2488925	8015529	1173563	680865	200			
196	7475484	4844492	472374	462691	372			
197	4418778	3647194	1159533	845127	404			
198	3625830	3878185	230552	470560	346			
199	3387354	2763125	81594	775885	75			
200	2704882	5341743	5916	325786	100			
201	4356653	4536765	126344	623361	110			
202	3784334	4652582	1082307	2403861	242			
203	4630667	624414	175744	2213960	766			
204	6115559	2548166	234352	232419	255			
205	2548166	3899424	52703	1.63217E+07	437			
206	3888722	3940062	368722	715403	195			
207	3661744	8013314	362408	519075	62			
208	7716269	2984818	576870	1121385	170			
209	2981472	5749351	218837	1277001	318			
210	5313565	5222533	-38354	8014166	1300			
211	5162932	7763078	1641416	229249	185			
212	7536640	2582023	618810	469814	167			
213	2582023	2700841	972941	1477898	217			
214	2689112	3128336	4211	191236	290			
215	2999147	1.476286E+07	2096589	2096589	1411			
1984	HASAPLANAN DEGERLER !	4.67E+07	2900000	1.12E+07	2189			
1	.1420178	4.67E+07	4.026201E+07	1.12E+07	-2142461			
2	.0620985	2.713069E+07	2900000	1.12E+07	7860236			
3	-5.321298E-02	2.713069E+07	4.026201E+07	1.12E+07	1880			
4	.0154811	2.713069E+07	4.604274E+07	420013	1.411154E+07			1197
5	9.764812E-02	5.245315E+07	4.604274E+07	6312644	2207			
6	.1203482	5.245315E+07	5.552344E+07	252708	1.31103E+07			1128
7	2.598729E-02	8.223477E-02	5.399564E+07	252708	1.442904			
8	8.223477E-02	3.430695E-02	732394	252708	4440319			2834
9	3.430695E-02	3.990648E-02	4.816539E+07	252708	1688155			
10	3.990648E-02	8.748538E-03	3.227942E+07	1042233	1922111			
11	8.748538E-03	2.136617E-02	4.877905E+07	1042233	282430			5933
12	2.136617E-02	.1430409	4.24329E+07	3649479	4957708			
13	.1430409	2.448643E+07	4.24329E+07	1219113	9756931			
14	2.873038E-02	2.448643E+07	4.24329E+07	1219113	6731691			

15	.1763532	2.73111E+07	4816400	1.16455E+07	956	1.304558E+07	880
16	2.479048E-02	5.220899E+07	5.220899E+07	1294256	1169	7766729	730
17	-7.045051E-02	2.61435E+07	-1841823	2347691	600	1.214055E+07	517
18	7.413039E-02	3.166975E+07	877675	2784042	8330578	9654144	1702
19	.0367041	2.391218E+07	286357	390	869812	5321119	1324
20	8.043311E-02	3.461313E+07	1.575919E+07	2462796	5338140	1213	825
21	3.939903E-02	2.114412E+08	5442017	2336290	1545435	3484371	550
22	20.98853	2.265444E+07	2.113055E+07	903465	3489845	1417	1849
23	5.519395E-02	2.097145E+07	-7089914	900000	3232	2221458	791
24	.110711	2.389231E+07	2635304	-118047	1.270398E+07	1.222667E+07	509
25	.1382891	3.194475E+07	4340680	3505464	1012	1670	1306
26	6.821776E-02	4.618174E+07	4092520	8691777	4181608	595071	850
27	4.275634E-02	1.80033E+07	1192125	500357	1294456	8900589	1859
28	-.3380746	1.101984E+07	459850	2433	3762251	4234734	1386
29	.1102993	2.413485E+07	798207	459850	989191	4234734	1386
30	-9.371476E-03	1.576877E+07	2277711	2277711	1150000	1958	516
31	.1358809	4.493197E+07	5361748	339857	7577168	5404902	500
32	7.590585E-02	1.041377E+07	450000	450000	1490276	550	2787
33	.1718588	1.590459E+07	1.590459E+07	1192211	1192211	5887403	1364
34	6.621703E-02	4.597898E+07	4.597898E+07	1115000	1115000	6090000	368
35	4.542225E-02	1.888976E+07	1.888976E+07	1231508	1231508	5510970	500
36	5.363431E-02	1.2309E+07	203307	2308345	1341	250000	660
37	44.49911	1.589038E+07	4061458	1383503	1383503	250000	1564
38	.1444444	2938591	912700	686	2581200	5467195	1538
39	4.539472E-02	9546000	912700	975377	4253470	2400	1818
40	3.547507E-02	3.560531E+07	1184536	1008519	4661603	3957546	246
41	.1193304	1.579745E+07	526313	526477	248	2046	1435
42	4.065148E-02	1.960807E+07	2492477	5242077	1291081	4156053	677
43	.0328198	1.451162E+07	1184536	1059064	4157853	677	891
44	7.496045E-02	1.086835E+07	3345566	5654836	575	3706539	3706539
45	2.425021E-02	1.371464E+07	1.11997E+07	922623	922623	3769045	1790
46	6.519449E-02	1.17181E+07	1.17181E+07	1029855	1029855	6197739	1231
47	1.651694E-02	1.029085E+07	1.029085E+07	-171336	-171336	1163946	526
48	8.706544E-02	1.012092E+07	1.012092E+07	102893	102893	3770901	1015
49	.2998448	1.101844E+07	1.101844E+07	360053	360053	3770901	1015
50	9.561072E-02	6641373	6641373	699552	699552	301	630
51	2.739414E-02	1.008988E+08	1059064	1059064	9092815	1.632092E+07	870
52	.0816267	9756685	5654836	5654836	630	250000	587
53	6.384065E-02	1.11997E+07	1.11997E+07	922623	922623	1583100	500
54	9.003524E-02	1.17181E+07	1.17181E+07	1029855	1029855	1583100	587
55	.0484262	1.029085E+07	1.029085E+07	-171336	-171336	250000	500
56	.1965751	1.012092E+07	1.012092E+07	102893	102893	1583100	587
57	9.413866E-02	1.101844E+07	1.101844E+07	360053	360053	3770901	1015
58	.0104963	6641373	6641373	699552	699552	301	630
59	.3428999	1.008988E+08	1059064	1059064	9092815	1.632092E+07	870
60	8.296994E-02	1.11997E+07	1.11997E+07	922623	922623	3706539	3706539
61	8.746786E-02	1.17181E+07	1.17181E+07	1029855	1029855	6197739	1231
62	-1.664935E-02	1.029085E+07	1.029085E+07	-171336	-171336	1163946	526
63	1.014661E-02	1.012092E+07	1.012092E+07	102893	102893	3770901	1015
64	3.267732E-02	1.101844E+07	1.101844E+07	360053	360053	3770901	1015
65	3.519333E-02	6641373	6641373	699552	699552	301	630
66	.1027167	1.008988E+08	1059064	1059064	9092815	1.632092E+07	870
67	7.770796E-02	1.11997E+07	1.11997E+07	922623	922623	3706539	3706539
68	5.212544E-02	1.17181E+07	1.17181E+07	1029855	1029855	6197739	1231
69	4.121335E-02	1.029085E+07	1.029085E+07	-171336	-171336	1163946	526
70	.1191186	1.012092E+07	1.012092E+07	102893	102893	3770901	1015
		3725700	443800	2792000	500	1583100	587

71	1.076165E-02			6556336	70557	1299090	1197
72	4.933905E-02			9611373	474216	5788202	568
73	1484165	7039278		1044745	2101632	200	
74	1322049	9830692		1299660	2929987	1644	
75	-0890164	1.330337E+07			-1194218	215835	355
76	1.931013E-02			7895131	152456	605428	911
77	6.767191E-02			1.00606E+07	680820	200000	420
78	-1.389239E-02			9691059	-134632	1674998	553
79	3.947517E-02			1.434391E+07		566228	1791264
80	1.623066E-02			3781879	61384	597108	100
81	.8673326	1.677625E+07			6162461	7976054	436
82	2.893804E-02			7668109	221900	2289701	289
83	6.237887E-02			3.072788E+07		1916770	1426981
84	8.071756E-02			7882337	636243	3656091	724
85	1203403	4846400		583217	1102466	410	
86	4.294598E-02			6764173	290494	1745795	739
87	4.606074E-02			1.097227E+07		505391	3421180
88	.1546545	5387520		833204	1354586	210	
89	5.462439E-02			3.670965E+07		2005242	659
90	.2474928	8081877		2000206	2098690	809	
91	.180554	5460938		985994	4938294	304	
92	1208588	9186555		1110276	2798428	760	
93	1890569	7699448		1455634	4665637	498	
94	7.278003E-03			5348363	40381	1402850	180
95	6.171411E-03			4619851	28511	1569890	394
96	8.222333E-02			8800835	723634	3708973	1060
97	1.664908E-02			9767389	162618	688889	427
98	1.561012E-02			6801550	106173	4706638	375
99	.1227786	1.829854E+07			2246670	7023085	1480
100	.117004	6074860		710783	1192271	245	
101	9.160074E-03			7258020	66484	1961295	1769
102	.1661908	4998252		830664	861580	380	
103	4.659805E-02			1.409314E+07		656247	1532
104	9.33242E-03	6577179		61381	1386702	922	
105	-.0144873	5328906		-77200	520452	33	
106	5.544538E-02			8747329	484999	1192271	1346
107	.1487077	3.941331E+07			5861061	7437062	1020
108	4.904652E-02			1.030432E+07		505391	634
109	.4187199	6876657		2879393	6917405	364	
110	.1877085	7159500		1343899	2466291	476	
111	2.938183E-02			3939912	115762	536774	125
112	3.740577E-02			3516062	131521	1208658	984
113	.2198922	5787132		1272545	2968217	1203	
114	6.609791E-02			9189367	607398	1524435	424
115	1.605917E-02			6089667	97795	-1403739	419
116	.2240716	6349872		1422826	1643766	450	
117	8.655134E-02			5822452	503941	559879	62
118	8.152121E-02			1.630733E+07		1329393	2486141
119	.2684229	6476278		1738381	3204254	465	
120	2.497223E-02			3725914	93063	1209667	239
121	7.114336E-02			6584803	468465	1208644	324
122	.2517716	7031639		1770367	4232794	363	
123	.2084155	5344733		1113925	1993601	432	
124	.0819476	6668981		546507	2109201	226	
125	.1082403	7443015		805634	491048	234	

126	3.119195E-02	5389500	168109	2015530	1272	
127	.2305759	1412629	2158907	308		
128	.1467539	813711	1537789	800		
129	4.439429E-02	6280222	278806	1301831	416	
130	.2572336	2121184	2418469	732		
131	1.873961E-02	3205766	97554	1053172	404	
132	.1121696	929326	1296154	216		
133	.1771518	1335146	4528059	702		
134	7.643654E-02	3347182	255847	2175243	820	
135	5.327089E-02	4815801	256542	1656522	634	
136	.3130272	1785732	1358441	158		
137	4.704911E-02	1.187185E+07	112059	558560	2778039	1427
138	2.016081E-02	5552749	389126	532566	79	
139	6.017003E-02	6467107	369126	1430174	326	
140	2.388577E-02	2667279	69710	1190077	325	
141	6.612846E-02	7638497	505122	1497621	547	
142	3.373647E-02	4457283	150372	406748	500	
143	3.425663E-02	7050606	241530	2147792	535	
144	.2158162	1131736	1997245	1023		
145	1.591283E-02	3982445	63372	886236	341	
146	.1217058	760464	3391820	504		
147	.149036	9162338	1136663	223		
148	.1075736	418928	1210477	353		
149	.0272489	97789	790381	363		
150	5.145254E-05	4100867	211	1900338	459	
151	.2645163	1410869	2856874	510		
152	7.295121E-02	7748576	565268	430105	70	
153	.1347728	379709	706187	254		
154	2.893204E-02	2672850	77331	835251	534	
155	6.467034E-02	6456824	417565	406231	600	
156	4.865082E-03	3850706	18734	2068583	286	
157	2.487305E-02	5603335	139372	416289	220	
158	3.145173E-02	6022276	189411	691506	330	
159	.1199153	408591	1237364	465		
160	.1450065	741065	1213565	186		
161	9.689458E-02	4187386	405735	978512	317	
162	1.640236E-02	3942361	64664	954900	120	
163	.3303546	1.135585E+07	3751456	867973	265	
164	9.682831E-02	4693245	454439	2415621	680	
165	.6862466	478342	1782220	250		
166	2.884251E-02	8334937	573798	286		
167	.62823	1003452	1054675	375		
168	.7466942	435149	1212771	324		
169	.1240042	482997	948383	324		
170	4.985157E-02	7605137	379128	1641649	900	
171	-2.957336E-03	4508450	-13333	1023123	802	
172	9.045546E-02	5000140	452290	697424	423	
173	7.528316E-03	5453808	41058	944450	300	
174	4.593066E-02	1.441578E+07	1720675	662126	6.2525331E+07	1631
175	.2123244	1003799	264397	400		
176	8.590082E-02	3077933	1070604	1599806	570	
177	.1381813	587540	1287930	750		
178	.1641183	815790	1287930	281		
179	.1026323	4090164	1190302	100		
180	5.423397E-02	1.997643E+07	245317	1083401	2485084	460
181	4.517706E-02	5430123	5430123	477817	700	

182	1.184885E-03	1.571576E+07	2098211	164100	125
183	.13351	453240	430690	867584	
184	9.502806E-02	3055566	852620	591	250
185	.1128698	344878	32069	731148	398
186	7.705966E-03	4161581	424228	693606	90
187	8.852927E-02	4791952	230624	347761	650
188	8.085982E-02	2853146	36594	364770	450
189	1.314721E-02	2783404	-336608	-540	
190	-6.804196E-02	4947065	2850258	299	619
191	.3263694	1282301	45923	1122808	68
192	1.499289E-02	3062385	251562	152797	
193	9.059469E-02	2776785	1650064	420	330
194	.1873515	720519	62979	462923	
195	2.518316E-02	2488925	680865	280	372
196	.1484112	1173563	472374	462891	
197	9.750744E-02	4844492	845127	404	346
198	.3179247	1159533	230552	470560	75
199	5.944843E-02	3878185	81594	775885	100
200	2.952961E-02	2763125	5916	325786	110
201	1.107504E-03	5341743	126344	623361	
202	2.784892E-02	4536765	2403861	242	255
203	.232625	1082307	2213960	766	437
204	.0281442	175744	234352	232419	195
205	9.196889E-02	2549166	52703	1.63217E+07	62
206	1.351559E-02	3899424	368722	715403	
207	9.358279E-02	3940062	362408	519075	318
208	4.522573E-02	8013314	1121385	170	1300
209	.1932681	576870	218837	1277001	
210	3.606291E-02	5749351	-38394	8014166	290
211	-7.343946E-03	5222533	223249	185	
212	.2114388	1641416	469814	167	
213	.2396609	618810	1477898	217	
214	.3602363	972941	4211	191236	
215	1.346083E-03	3128336			
ORTALAMALAR			1.344025E+07		
2222882	1.182002E+07	2464751	39406	5269264	257027.7
3995851	719.7721	768.6558	.1133831		983911.6
8.158158	-36.30866				4398.266
5092.719	15.03658	15.57263			3.295236
1984 DEGERLERI ARASINDAKI ILISKILER					21059.21
RCD4 =	.5310329				
RCE4 =	.7199251				
RCF4 =	.3140811				
RDE4 =	.7663281				
RDF4 =	.1122087				
REF4 =	.2679691				
RCK4 =	-.0680241				
REL4 =	-.0455446				
RNB4 =	.2727791				
ENF4 =	-.3021932				
RNE4 =	.0188679				
RBE4 =	.6746813				
RPF4 =	-.1594887				
RER4 =	-.2420888				
RDS4 =	-.2964827				
RCT4 =	-.3170141				
ELR4 =	.4131281				
RKT4 =	.1701412				

YARARLANILAN KAYNAKLAR

KİTAPLAR

- 1- Akgüç,Özti. Finansal Yönetim, 3. Baskı, İstanbul, Formül Matbaası, 1982.
- 2- Aksan,Zeki, Sera Özbaşar, Rüstem Hacırüstemoğlu, Jale Özdemir, Ahmet Sarpyener. Holding Muhasebesi ve Holdinglerin Organizasyon Yapıları, İstanbul, Sermet Yayınevi, 1982.
- 3- Cemalcılar,İlhan, Doğan Bayar, İnal Cem,Aşkun, Şan Öz-Alp, İşletmecilik Bilgisi, Eskişehir, Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını, 1979.
- 4- Ertek,Tümay. Sanayileşmede Ölçek Sorunu ve Türkiye, İstanbul, İstanbul Sanayi Odası Yayını, 1984.
- 5- Gönenli,Atilla. İşletmelerde Finansal Yönetim, 4. Baskı, İstanbul, Formül Matbaası, 1983.
- 6- İlkin,Akın. Kalkınma ve Sanayi Ekonomisi, 3. Baskı, İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayını, 1979.
- 7- Özalp,İnan. İşletmelerin Büyümesinde Ortaya Çıkan Organizasyon Sorunları, Adana, Adana İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayını, 1975.
- 8- Özbaşar,Sera. İşletme Politikası; Büyüme Stratejileri ve Yönetimi, İstanbul, Ufuk Matbaası, 1981.
- 9- Pamuk,Gündüz, Erkut Yucaoğlu, Ruzan Yarar, Turgut Alev, Mehmet Küçük, Sevgi Elgin. Uzun Vadeli Planlama, İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, 1978.

10- Ülken,Yüksel. Fiyat Teorisi, İstanbul, İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayını, Cilt 1, 1979.

MAKALELER

- 1- Çobanoğlu,Bekir. "İşletme Büyüklüğü ve Prodüktivite İlişkileri", MPM Prodüktivite "Verimlilik" Dergisi, Cilt IV, Sayı 12, Nisan 1971.
- 2- Gönenli,Atilla. "İşletmelerin Büyüme ve Yatırım Politikaları", Sevk ve İdare Dergisi, Ekim 1971.
- 3- Gönenli Atilla. "Şirketlerin Büyüme Yolları", İ.Ü. İşletme Fakültesi Muhasebe Enstitüsü Dergisi, Sayı 1, Şubat 1976.
- 4- Gürsoy,Cudi Tuncer. "İşletmelerin Birleşme Yolu İle Büyümesi", Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, Ocak 1972.
- 5- Özbaşaran,Şule. "Füzyonlar Üzerine Kısa Bir Araştırma", İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt 5, Sayı 1, Nisan 1976.
- 6- Tekbaş,Mehmet Şükrü. "Holdinglelerde Yönetim ve Organizasyon", Sevk ve İdare Dergisi, Nisan 1972.
- 7- "Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu", İstanbul Sanayi Odası Dergisi, Ekim 1981, Ağustos 1982, Ağustos 1983, Ekim 1984, Ekim 1985.
- 8- Yucaoğlu,Erkut. "Holdinglelerde Büyüme Stratejileri ve Yeni İş Sahalarının Seçimi", Sevk ve İdare Dergisi, Mart 1978.

TEZLER

- 1- Çarıkçioğlu, Peyami Sefa. "Konsolide Bilanço ve Konsolide Kâr ve Zarar Tabloları ve Türkiye Uygulamasından Örnekler," (Doktora Tezi, İ.Ü. İşletme Fakültesi, 1972).
- 2- Eren, Erol. "İşletme Yönetiminde Stratejik Planlama ve Karşılaştırılmalı Bir Araştırma," (Doçentlik Tezi, İ.Ü. İşletme Fakültesi, 1976).
- 3- İdil, Orhan. "Türk İmalat Sanayiinde Ortalama İşletme Büyüklüğü Katma Değer ve Aralarındaki İlişkiler," (Doçentlik Tezi, İ.Ü. İşletme Fakültesi, 1977).
- 4- Köksal, A. Bilge, "Firmaların Büyümesi ve Firma Büyüklüklerinin Bölünmesi," (Doktora Tezi, İ.Ü. İktisat Fakültesi, 1974).
- 5- Müftüoğlu, M. Tamer. "İşletme Ekonomisi Açısından Sanayi İşletmelerinde Üretim Kapasitesi," (Üretim Kapasitesinin Yapısı, Ölçülmesi ve Büyüklüğü), (Doktora Tezi, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi, 1975).
- 6- Müftüoğlu, M. Tamer. "Sanayi İşletmelerinde Kuruluş Yeri Seçimi ve Ölçek Sorunu," (Kuruluş Yeri ve Ölçek Büyüklüğünün Karşılıklı İlişkiler Çerçevesinde İncelenmesi), (Doçentlik Tezi, A.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi, 1981).
- 7- Orhunbilge, Neyran. "Türk İmalat Sanayiinde Ortalama İşletme Büyüklüğü Değişmeleri Sebep ve Sonuçları," (Doktora Tezi, İ.Ü. İşletme Fakültesi, 1980).
- 8- Tosun, Kemal. "İşletmelerin Optimal Cesamet Teorisi Üzerine Bir Deneme," (Doktora Tezi, İ.Ü. İktisat Fakültesi, 1951).