T.C.

ANKARA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

COĞRAFYA ANABİLİM DALI

BEŞERİ VE İKTİSADİ COĞRAFYA BİLİM DALI

KÜMELENME YAKLAŞIMININ FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ: ANKARA OSTİM ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Muhammed ORAL

Ankara-2014

T.C.

ANKARA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

COĞRAFYA ANABİLİM DALI

BEŞERİ VE İKTİSADİ COĞRAFYA BİLİM DALI

KÜMELENME YAKLAŞIMININ FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ: ANKARA OSTİM ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Muhammed ORAL

Ankara-2014

T.C.

ANKARA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

COĞRAFYA ANABİLİM DALI

BEŞERİ VE İKTİSADİ COĞRAFYA BİLİM DALI

KÜMELENME YAKLAŞIMININ FİRMA PERFORMANSINA ETKİSİ: ANKARA OSTİM ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Muhammed ORAL

Tez Danışmanı

Doç. Dr. Nuri Yavan

Ankara-2014

İÇİNDEKİLER

TABLOLAR LİSTESİ..... viii

ŞEKİLLER LİSTESİ..... x

KISALTMALAR LİSTESİ..... xv

ÖNSÖZ..... xvi

I. BÖLÜM: GİRİŞ..... 1

1.1. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları..... 4

1.2. Araştırmanın Gerekçesi ve Önemi..... 6

1.3. Araştırmada Veri, Yöntem ve Sınırlılıklar..... 8

II. BÖLÜM: KURAMSAL ÇERÇEVE..... 10

2.1. Dünyada Kümelenme Üzerine Yapılan Çalışmaların Tarihsel Gelişimi..... 11

2.2. Kümelenmenin Tanımı, Bileşenleri ve Temel Özellikleri..... 15

2.3. Kümelenme Yaklaşımının Teorik Temelleri..... 22

2.4. Ekonomik Coğrafya Yazınında Kümelenme Yaklaşımının Kuramsal ve Kavramsal Çerçeveleri..... 25

2.4.1. Endüstriyel Bölgeler..... 26

2.4.2. Yeni Sanayi Odakları..... 27

2.4.3. Öğrenen Bölgeler..... 28

2.4.4. Yenilikçi Çevre..... 29

2.4.5. Ağyapılar (NetWork)..... 30

2.4.6. Bölgesel İnovasyon (Yenilik) Sistemleri 32
2.5. Diğer Kuramsal Çerçeveler: Porter'ın Elmas Modeli 34
2.6. Kümelerin Kritik Başarı Faktörleri ve Temel Rekabetçilik Göstergeleri 37
2.6.1. İstihdam 37
2.6.2. İnovasyon 38
2.6.3. Verimlilik 39
2.6.4. İşbirliği 40
2.6.5. Taşma Etkisi (Bilginin Yayılması) 41
2.6.6. Girişimcilik 41
2.6.7. Sosyal Sermaye ve Güven 42
2.6.8. Kurumsal Yapı 43
III. BÖLÜM: ANKARA VE OSTİM'DE SANAYİNİN TEMELLERİ 47
3.1. Ankara Sanayisinin Gelişimi 47
3.2. Ankara Sanayisinde Ağırlığı Oluşturan Merkezler 56
3.3. Ostim'de Sanayinin Gelişimi 59
IV. BÖLÜM: SAHA ARAŞTIRMASI VE OSTİM KÜMELERİ 62
4.1. Ostim Kümeleri 62
4.1.1. İş ve İnşaat Makineleri Kümesi (İşim) 64
4.1.2. Medikal Sanayi Kümelenmesi 65
4.1.3. Savunma ve Havacılık Sanayisi Kümesi 66
4.1.4. Yenilenebilir Enerji ve Çevre Teknolojileri Kümesi 67
4.2. Saha Araştırmasının Amacı 68

4.3. Araştırma Alanı 69
4.4. Saha Araştırmasının Evreni ve Örneklemi 70
4.5. Veri Toplama Tekniği 72
4.6. Verilerin Analizi 72
V. BÖLÜM: AMPİRİK BULGULAR VE TARTIŞMA 73
5.1. Firma Yöneticilerinin Demografik Özellikleri 73
5.1.1. Firma Yöneticilerinin Pozisyon Durumu 73
5.1.2. Firma Yöneticilerinin Cinsiyete Göre Dağılımı 74
5.1.3. Firma Yöneticilerinin Eğitim Durumu 75
5.1.4. Firma Yöneticilerinin Yaş Durumu 75
5.2. Küme Firmalarının Genel Özellikleri 76
5.2.1. Firma Türü 76
5.2.2. Ankete Katılan Firmaların Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı 77
5.2.3. Firmaların NACE Rev. 2 Sınıflamasına Göre Sektörel Dağılımı 78
5.2.4. Firmaların Kümelere Dağılımı 80
5.2.5. Kümeye Aidat Ödeme Durumu 80
5.2.6. Kümeye Üye Olma Yılı 81
5.3. Kümelenmenin Nedenleri ve Firmada Yol Açtığı Değişimler 82
5.3.1. Kümeye Üye Olmada Etkili Olan Durumlar 82
5.3.2. Kümeye Üyelik Nedeni 83
5.3.3. Kümenin Firmaya Kazandırdıkları 85
5.3.4. Kümenin Firmaya Sağladığı Destekler 87

5.3.5. Kümenin Firma Üzerinde Yapmış Olduğu Değişimler 88
5.3.6. Kümenin Firma Üzerinde En Önemli Etkisinin Olduğu Alanlar 90
5.3.7. Küme Firmalarının Teşvik/Hibe Alma Durumları 91
5.3.8. Teşvik Süresi 93
5.3.9. Kümeye Üyelik-İhracat İlişkisi 93
5.3.10. Yerel Bağlantı 95
5.3.11. Ulusal Bağlantı 96
5.3.12. Uluslararası Bağlantı 97
5.3.13. Küme Tanıtım 98
5.3.14. Girişimcilik ve Yenilikçilik 99
5.3.15. Yabancı Firmalarla Ortaklık/İşbirliği 100
5.3.16. Performans 102
5.3.17. Kârlılık 103
5.3.18. Önümüzdeki Üç Yıl İçinde Ciro 104
5.3.19. İşgücü Temini 105
5.3.20. Çalışan Kişi Sayısı 106
5.3.21. Diğer Firmalara Bakış 107
5.4. Küme İşletmelerinin İşbirliği/Ortaklık Durumları 108
5.4.1. Firmaların Faaliyetleri Sırasında Ostim'deki Firmaları Tercih Etmesindeki Bazı Faktörlerin Önem Derecesi 108
5.4.2. İşletmelerin Kümedeki Firmalarla Belirtilen İlişki Biçimlerinden Hangileriyle Yardımlaşma ve Dayanışma İçerisine Girdikleri 115

5.5. Kümenin Firmalara İnovasyon ve Rekabetçilik Düzeyinde Etkileri 120

5.5.1. Son Beş Yılda Bir Yenilik (tasarımda, üründe, iş yapma biçiminde, teknolojisinde) Yapılma Durumu 120

5.5.2. Firmaların Alanındaki Gelişmelerden Haberdar Olma, Yenilikleri Takip Etme Gibi Rekabetçilik Düzeyinde İlişkili Oldukları Kümedeki Firmaların Rolü 121

5.5.3. Kümedeki Diğer İşletmelerin Hangi Boyutuyla Firmaları Etkilediği 122

5.6. Kümenin Geleceği ve Sorunları 130

5.6.1. İşletmelerin Faaliyet Gösterdikleri Sektörün Gelecek Üç Yıl İçerisinde Nasıl Olacağı Öngörüsü 130

5.6.2. Firmaların İçinde Bulundukları Kümenin Gelecek Zaman İçerisinde Firmalarına Ne Boyutlu Bir Etkisinin Olabileceği 131

5.6.3. Kümenin Dışında Olan Firmaların da Kümeye Katılması Durumu 132

5.6.4. Firmaların İçinde Bulundukları Kümenin İşleyiş Biçimi 133

5.6.5. Firmaların Küme Üyeliği Durumu 134

5.6.6. Firmalara Göre Bulundukları İş Kümesinin En Önemli Sorunları 135

VI. BÖLÜM: SONUÇ VE ÖNERİLER 137

KAYNAKÇA 144

EKLER 152

EK 1: Ostim Kümelerinin Performansını Ölçmeye Yönelik Anket Formu 152

ÖZET 159

ABSTRACT 161

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1. 1953-2004 Yılları Arasında Kümelenme Üzerine Yapılmış Uluslararası Yayınlar 11

Tablo 2.2. Temel Alanı ve Yaklaşımlarıyla Yabancı Literatürde Bazı Kümelenme Çalışmaları 13

Tablo 2.3. Temel Alanı ve Yaklaşımlarıyla Türkiye'de Bazı Kümelenme Çalışmaları 14

Tablo 2.4. Kümelenmeyle İlgili Farklı Tanımlar 16

Tablo 2.5. Markusen'e Göre Sanayi Kümeleri Tipolojisi 21

Tablo 2.6. Kitle Üretim Sistemi ve Öğrenen Bölge Arasındaki Farklılıklar 29

Tablo 2.7. Ağyapılar ve Kümeler Arasındaki Farklılıklar 31

Tablo 2.8. Mekânsal Yenilik Modellerinin Temel Özellikleri 33

Tablo 3.1. Sanayide İstihdam Edilen Nüfusun Toplam Nüfus İçindeki Oranı 48

Tablo 3.2. Ankara İlindeki OSB'lerin Görünümü, 2012 49

Tablo 3.3. Ankara İlinde İstihdamın Sektörel Dağılımı (Türkiye ve Avrupa Sektörlere Göre Dağılım Ortalamalarıyla, 2012) 50

Tablo 3.4. Ankara İmalat Sektörünün Alt Sektörlere Yüzdelik Dağılımları, 2010 51

Tablo 3.5. Sektörlere Göre Bölgesel Gayrisafi Katma Değer Payları, 2011 53

Tablo 3.6. Ankara İlinde Sanayi İşletmelerinin Sektörel Dağılımı, 2012 54

Tablo 3.7. Ankara'da İstihdam Edilen Nüfusun Sektörel Dağılımı, 2008 55

Tablo 4.1. Ostim'de Kümelenme Aşamasından Önce Analiz Edilen (Elmas Modeline göre) Sektörler 63

Tablo 4.2.Ostim'de Mevcut Olan İş Kümelerinin Özellikleri, 2013 63

Tablo 5.1. Anket Uygulanan İşletmelerin NACE Rev. 2 Sınıflamasına Göre Faaliyet Gösterdiği Sektörler 79

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Dönemler İtibariyle Kümelenmeyle İlgili Çalışmaların Grafikle Gösterimi 12

Şekil 2.2. Farklı Şekillerde Küme Sınıflamaları 19

Şekil 2.3. Kümelenmenin Gelişim Evresi 23

Şekil 2.4. Coğrafi Yakınlığın Avantajları 25

Şekil 2.5. Kümelenme-Kalkınma Boyutu 34

Şekil 2.6. Porter'ın Elmas Modeli 35

Şekil 2.7. Sosyal Sermayenin Yarattığı Ekonomik Etki 43

Şekil 2.8. Kaliforniya Napa Vadisi Şarap İş Kümesi Kurumsal Yapısı 44

Şekil 2.9. Ostim Medikal Kümesi Kurumsal Yapısı 46

Şekil 3.1. Ankara Sanayisi (işletmelerin ölçeksel dağılımı, 2012) 51

Şekil 3.2. Ostim Savunma Sanayisi Küme Haritası 52

Şekil 3.3. Ankara'da İlçelere Göre Firma Bazında İmalat Sanayi Sektörü'nün Yoğunluğu, 2012 57

Şekil 3.4. Ankara'da İlçelere Göre İmalat Sanayi Sektöründe Çalışan Kişi Sayısı Yoğunluğu, 2012 58

Şekil 3.5. Ostim OSB'nin Çalışan Kişi Sayısı İtibariyle Ankara Sanayisi İçindeki Yeri, 2012. 61

Şekil 4.1. Ostim İşim Kümesinde Yer Alan Firmalar, 2013 65

Şekil 4.2.Ostim Medikal Sanayi Kümesinde Yer Alan Firmalar, 2013 66

Şekil 4.3. Ostim Savunma ve Havacılık Sanayi Kümesinde Yer Alan Firmalar, 2013 67

Şekil 4.4. Ostim Yenilenebilir Enerji ve Çevre Teknolojileri Kümesinde Yer Alan Firmalar, 2013 68

Şekil 4.5. Araştırma Alanının Lokasyonu 70
Şekil 4.6. Anket Uygulaması Yapılan Firmaların Dağılımı 71
Şekil 5.1. Firma Yöneticilerinin Pozisyon Durumu 74
Şekil 5.2. Firma Yöneticilerinin Cinsiyet Durumu 74
Şekil 5.3. İşletme Yöneticilerinin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı 75
Şekil 5.4. İşletme Yöneticilerinin Yaş Durumuna Göre Dağılımı 76
Şekil 5.5. İşletme Yapılarının Hukuki Durumlarına Göre Dağılımı 77
Şekil 5.6. İşletmelerin Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı 78
Şekil 5.7. İşletmelerin NACE Rev. 2 Sınıflamasına Göre Yüzdelik Oranları 79
Şekil 5.8. İşletmelerin Kümeler Bazında Dağılımı 80
Şekil 5.9. İşletmelerin Küme Kurumsal Yapısına Aidat Ödeme Durumları 81
Şekil 5.10. İşletmelerin Kümeye Üye Olma Yılı 82
Şekil 5.11. Kümeye Üyelikte Etkili Olan Durumlar 83
Şekil 5.12. İşletmelerin Kümeye Üye Olma Nedenleri 85
Şekil 5.13. Küme Oluşumunun Firmaya Olan Kazanımları 86
Şekil 5.14. Küme Kurumsal Yapısının İşletmelere Olan Destekleri 88
Şekil 5.15. Kümenin İşletme Üzerindeki Değişimleri 90
Şekil 5.16. Kümenin Firma Üzerinde En Etkili Olduğu Alanlar 91
Şekil 5.17. Küme İşletmelerinin Teşvik/Hibe Alma Durumları 93
Şekil 5.18. İşletmelerin Küme Üyeliği ve İhracat İlişkisi 94
Şekil 5.19. Küme İşletmelerinin Küme Üyeliklerinden Sonra Yerel Bağlantı Durumları 95
Şekil 5.20. Küme İşletmelerinin Küme Üyeliklerinden Sonra Ulusal Bağlantı Durumları 96

Şekil 5.21. Küme İşletmelerinin Küme Üyeliklerinden Sonra Uluslararası Bağlantı Durumları 98

Şekil 5.22. Küme İşletmelerinin Tanıtım Durumları 99

Şekil 5.23. Küme Oluşumunun Yeni Bir Ürün Üretmede Girişimcilik ve Yenilikçiliğe Etkisi . 100

Şekil 5.24. Küme Üyeliği ve Yabancı Firmalarla Ortaklık/İşbirliği İlişkisi..... 101

Şekil 5.25. Küme Oluşumunun Firma Performansına Etkisi 103

Şekil 5.26. Küme Oluşumunun Firmanın Kârlılığına Etkisi..... 104

Şekil 5.27. Küme Yararına Göre İşletmelerin Önümüzdeki Üç Yıl İçinde Ciro Beklentileri .. 105

Şekil 5.28. Kümenin Firmalara İşgücü Teminindeki Yararı 106

Şekil 5.29. İşletmelerin Küme Üyeliğinden Sonra Çalışan Kişi Sayılarını Artırma Durumları 107

Şekil 5.30. Küme Firmalarının Diğer Küme Üyesi Firmalara Bakışı 108

Şekil 5.31. Aynı Şehirde Olmak Birlikte Çalışmayı Kolaylaştırıyor 109

Şekil 5.32. Yüz Yüze Sıcak İlişkilerin Kurulabilmesi..... 110

Şekil 5.33. Aynı Şehirde Olmakla Birbirimizi Daha Kolay Anlıyoruz 111

Şekil 5.34. Çoğunun Tanıdık Olması ve Kolay Güvenebilme 112

Şekil 5.35. Yerli Firmalarla İşlerin Daha Kolay ve Hızlı Olması 112

Şekil 5.36. Yerli Firmalarla Çalışmanın Mâli Avantajları 113

Şekil 5.37. Başka illerdeki Firmalara Ulaşmanın Güç Olması..... 114

Şekil 5.38. Yurt Dışındaki Firmalara Ulaşmanın Güçlüğü ve Mâliyeti..... 115

Şekil 5.39. İşletmelerin Kalifiyeli İşgücü Alıp Verme İlişki Biçimine Göre Durumları 116

Şekil 5.40. İşletmelerin Makine ve Teçhizat Alıp Verme İlişki Biçimine Göre Durumları 117

Şekil 5.41. İşletmelerin Hammadde ve Girdi Alımı İlişki Biçimine Göre Durumları 118

Şekil 5.42. İşletmelerin Yurtiçi, Yurtdışı Fuarlara Katılımda ve Pazar Bulmada, İhracat Bağlantıları Kurma İlişki Biçimine Göre Durumları 119

Şekil 5.43. İşletmelerin Sermaye ve Finans Kaynakları Bulma İlişki Biçimine Göre Durumları 120

Şekil 5.44. İşletmelerin Son Beş Yılda Yenilik Yapma Durumları 121

Şekil 5.45. İşletmenin Sektördeki Gelişmelerden Haberdar Olma ve Sektörel Yenilikleri Takip Etme Gibi Rekabetçilik Düzeyinde Diğer Firmaların Etkisi..... 122

Şekil 5.46. Ürün Kalitesini Artırmada Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu..... 123

Şekil 5.47. Yeni Ürün Yaratmada Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu..... 124

Şekil 5.48. Organizasyon Yapısını Yenilemede Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu..... 125

Şekil 5.49. Üretim Süreçlerini Yenilemede Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu..... 126

Şekil 5.50. Pazarlamada Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu..... 127

Şekil 5.51. İşle İlgili Yeni Bilgilerin Kazanılmasında Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu..... 128

Şekil 5.52. Teknoloji Transferinde Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu..... 129

Şekil 5.53. Yeni İş Bağlantıları Kurmada Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu..... 130

Şekil 5.54. İşletmelerin Sektörlerine Dair Gelecek Üç Yıl İçerisindeki Öngörüleri 131

Şekil 5.55. Firmaların İçinde Bulundukları Kümenin Gelecek Zaman İçerisinde Firmaya Etkisi 132

Şekil 5.56. Küme Dışındaki İşletmelerin Kümeye Katılması Durumu 133

Şekil 5.57. İşletmelerin İçinde Bulundukları Kümenin İşleyiş Biçimine Göre Görüşleri 134

Şekil 5.58. İşletmelerin Küme Üyeliğinden Çıkma Görüşlerine Göre Durumu 135

Şekil 5.59. İşletmelere Göre Küme Kurumsal Yapısının En Önemli Sorunları 136

KISALTMALAR LİSTESİ

AR-GE	Araştırma ve Geliştirme
ASO	Ankara Sanayi Odası
DTM	Dış Ticaret Müsteşarlığı/Ekonomi Bakanlığı
İŞİM	İş ve İnşaat Makineleri Kümesi
KOBİ	Küçük ve Orta Boy İşletme
MSB	Milli Savunma Bakanlığı
NACE	Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
OSB	Organize Sanayi Bölgesi
SASAD	Savunma ve Havacılık Sanayi İmalatçılar Derneği
SPSS	Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi
SSM	Savunma Sanayi Müsteşarlığı
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu

ÖNSÖZ

İnsanların küreselleşmeyle birlikte değişen dünya görüşü yani modern ötesi anlayış fordist üretim modelinin (tek tip kitle üretimi) ihtiyaçları karşılamasında yetersiz olduğunu ortaya koymuştur. Modern dünyanın bir getirisi olan kitle üretimi 1970'lere kadar devam eden bir üretim biçimi olmuştur. Ancak kapital döngüde petrol krizi, küreselleşme, modern ötesi anlayış, müşteri talepleri gibi sebeplerle krize maruz kalan kitle üretimi yerini esnek üretime bırakmıştır. Bu da Kobi şeklinde faaliyet gösteren firmalar için bir fırsat olmuştur. Çünkü Kobilerin esnek ve hızlı üretim yapması daha kolaydır. Bu tür firmaların aynı mekânda bulunmaları ise çeşitli avantajlar yaratarak rekabet güçlerini pozitif yönde etkileyebilmektedir.

Kuramsal kökeni Marshall'a dayanan, 1970'lerde ekonomik coğrafyacıların farklı modellemelerle ortaya koyduğu yığılma ekonomileri, 1990'lı yıllarda Porter'la bir yerel kalkınma politikası olarak ele alınmıştır. Kümelenme yeni bir yaklaşım olmayıp ekonomik coğrafyacıların yığılma ekonomileriyle ilgili modellemelerini referans alan bir yaklaşımdır. Bu çalışma firmalar arası coğrafi yakınlığın, mekândaki kümelenmenin firmalara olan yansımalarını Ostim yerelinde ölçmeyi amaçlamıştır.

Tezimi, her bilimsel çalışma gibi zorlu bir çalışma sürecinin ardından tamamlamanın mutluluğunu yaşıyorum. Tezimin başından sonuna her aşamasında yardımlarını esirgemeyip bana sürekli rehberlik eden değerli hocam Doç. Dr. Nuri Yavan'a, saha çalışmasında yardımlarını esirgemeyen arkadaşım Gökhan Çağlayan'a, tezin ampirik bulgularını değerlendirme noktasında yol gösteren mesai arkadaşım Arş. Gör. Mahmut Polatcan'a ve haritaların oluşturulmasında bana destek olan hocam Yrd. Doç. Dr. Osman Çepni'ye teşekkürlerimi sunarım. Çalışmanın her aşamasında bana maddi manevi destek veren sevgili aileme sonsuz teşekkürler.

Muhammed Oral

Ankara, 2014

I. BÖLÜM: GİRİŞ

1980 sonrası dönemde çok uluslu şirketlerin küresel ekonomide artan rolü gerçekleştirilen yatırımlarla belli Coğrafyalarda yığılma göstermesi şeklinde ortaya çıkmış ve sonucunda mekânsal sistemlerde değişimlere yol açmıştır. 1980'lerden sonra mekânın yeniden yapılanması şeklinde ortaya koyabileceğimiz bu durum üretim biçimlerini de müşteri talepleri doğrultusunda belirlemiştir. Buna göre bakıldığında fordizm ve post-fordizm şeklinde iki tür algı ortaya çıkmıştır. Birincisi modern dünyanın yarattığı kitle üretimi, ikincisi ise post-modern (içerisinde estetik anlayışı da barındıran) dünyanın yarattığı post-fordist üretimdir. Bu yıllarda sanayi alanında (üretim biçiminde) yaşanan köklü değişimler toplumsal ve ekonomik yaşamda da derin etkiler yaratmıştır (Türkdoğan, 2009:19). Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması mesafenin önemini azaltırken dünyanın herhangi bir yerinde gerçekleşen bir olay çok kısa bir süre içerisinde tüm dünyanın erişimine sunulabilmektedir. Bu küresel ağ, dünya ekonomisini de küresel ekonomi adı altında birbirine bağlı halkalar haline getirmiştir.

Ekonomik entegrasyonlar dünya Ekonomik Coğrafyasında da çeşitli değişimlere yol açmaktadır (ulusüstü ekonomiler). Küresel yeniden yapılanma süreci ulus devlet kavramını da etkilemiş ve ulus devlet kavramının siyasal, kültürel anlamdaki öneminin azalmasına sebep olmuştur. Devletleri aşan örgütler ve kuruluşlar, küresel şirketler (McDonald's, Mercedes, Coca Cola, Sony, Starbucks vb.) küreselleşme kavramını açıklayan göstergelerdir. Küreselleşmenin üretim içimlerine yansıması olarak 1970'li yıllarda kitle üretiminin çözülmesi ve esnek üretime geçilmesiyle birlikte geleneksel kalkınma anlayışı yerini mekânın değişen rolüyle yerel kalkınma anlayışına bırakmıştır (Karaçay Çakmak ve Erden, 2005:112). Esnek üretim sadece üretim biçiminin yanında mekânda da büyük değişimlere yol açmıştır. Mekândaki kümelenme, üretim sürecinde yaşanan yaratıcılıkla doğrudan ilgili olup inovatif üretim olgusuna işaret eder. Esnek üretimin yol açtığı zorunlu

değişim ve evrimleşme bir taraftan üretilen ürünlerde kendini gösterirken diğer taraftan mekânın evrilmesine de zemin hazırlamıştır.

Bu üretim biçimi; dış ticaretin canlanması ve kalkınma bakımından büyük önem taşıdığı gibi teknolojik açıdan da mekânın gelişmesi, mekânda kümelenmiş firmaların birbirinden destek alarak küresel anlamda rekabet edebilmesi için önem taşır hale gelmiştir. Mekândaki değişiklikler post-fordist üretim tipiyle daha belirgin bir biçimde ortaya çıkmış ve yeni sanayi odaklarını doğurmuştur (Türkiye'de Denizli ve Gaziantep kentleri gibi). Bunun bir sonucu olarak büyük ve hızla büyüyen firmalar, ölçek ekonomilerini sağlamaya çalışırken aynı zamanda üretimin belirli bölgelerde yığılmasını da sağlamıştır. (Eraydın, 1992:16).

Bu çalışma esasen üretim biçimlerinin mekândaki yansımasını Çağdaş Ekonomik Coğrafyanın sunduğu yeni fikirler bağlamında ele almıştır. O halde Ekonomik Coğrafyanın geçirdiği bilimsel dönüşüm yeni bir bilim anlayışını ortaya çıkararak genelde Ekonomik Coğrafyaya özelde kümelenmeye çağdaş bir bakış açısıyla yaklaşmayı zorunlu kılmıştır.

Söylenenlerin ışığında temel noktayı oluşturan yaklaşım şudur:

> *1950'lerin ortalarında Sanayi Coğrafyasının odak noktasında meydana gelen önemli bir değişiklik, gözlem ve tasvirden teori geliştirmeye yönelik olmuştu. O zamana kadar (halen de devam eden bir bakış açısıyla) sanayi coğrafyacıları büyük ölçüde belirli sanayi kollarının ya da sanayi bölgelerinin örnek çalışmalar olarak incelemesiyle uğraşıyorlardı. Fakat Coğrafyayı daha bilimsel yapmak arzusu (pozitivizm akımının etkisiyle) teorik bir yaklaşımı zorunlu kılmıştı* (Tümertekin ve Özgüç, 2007:441).

Bununla birlikte İktisat biliminin de mekâna yüklediği anlam değişince (Samuelson'un 1952'deki çalışması, Isard'ın 1956'daki çalışması-yerleşik İktisat biliminin mekânı göz ardı etmesine yönelik eleştiriler) Sanayi Coğrafyası üzerine olan çalışmalar artmakla birlikte farklı bir boyut kazanmıştır. 1990'lara gelindiğinde ise Ekonomik Coğrafya neredeyse Sanayi Coğrafyasına karşılık geliyordu. Çağdaş Ekonomik Coğrafya akımının da etkisiyle yerel uzmanlaşma, yığılma ekonomileri, mekânsal dengesizlikler, yeni sanayi bölgeleri Sanayi Coğrafyasının ağırlıklı konularını oluşturmaktadır (Kaygalak, 2011:20). Bu bağlamda yığılma

ekonomilerini esas alan kümelenme konusu 1990 sonrasında Çağdaş Ekonomik Coğrafyaya adeta damgasını vurmuştur.

Nitekim Türkiye'de kümelenme konusuyla ilgili genel olarak iktisatçılar (örneğin; Yücer, 2008; Keskin, 2009) işletmeciler (örneğin; Akdeve, 2008; Eraslan, 2009) şehir ve bölge plancılar (örneğin; Çelik, 2008; Eceral, Armatlı Köroğlu, Uğurlar, 2009) çalışmalar yapmaktadır. Türkiye'de konuya coğrafyacı olarak ve Çağdaş Ekonomik Coğrafya bakış açısıyla yaklaşan çalışma Kaygalak'ın (2011) çalışmasıdır.

Türkiye'de son dönemlerde kalkınmanın gerçekleştirilmesi ve sanayinin geliştirilmesi noktasında devletin yaklaşımı kümelenme politikasıdır. Bu kapsamda, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (Resmi Gazete, 2012), Ekonomi Bakanlığı (Resmi Gazete, 2013), Kalkınma Bakanlığı (Kobi İşbirliği ve Kümelenme Projesi-2013) tarafından çeşitli çalışmalar yapılmıştır.

Konuyla ilgili literatür incelendiğinde kümelenmenin; sanayinin geliştirilmesinde, rekabet gücünün artırılmasında ve inovasyonu sağlamada en önemli etken olduğu görülmektedir. Kümelerin en önemli başarı parametrelerinden olan rekabet gücü kavramı yerel ve bölgesel kalkınmanın gerçekleştirilmesinde çok önemli bir paya sahiptir. Zaten küme olmanın amacı, işletmelerin aynı mekânda bulunmalarından dolayı sağladığı ekonomik avantajlarla küresel pazarda rekabet gücü elde etmektir. Yerelin sahip olduğu endüstriyel dinamikleri harekete geçirerek firmaları kümelemek (Porter'ın Elmas Modelindeki gibi) ya da mevcut gizli kümeleri açığa çıkararak firmaların küresel pazara entegrasyonlarını sağlamak kümelenme anlayışının en önemli amaçlarındandır.

Araştırmayı diğer araştırmalardan farklı kılan; kümelenme gerçekten firmalara yarar sağlıyor mu ve yerel kalkınmada gerçekten doğrudan bir araç mı? gibi sorularla konuya yaklaşması ve literatürde daha önce sorulmamış sorulara yanıt aramasıdır. Bu çalışmanın

sunduğu bulguların ışığında bilinen literatürün aksine kümelenme kuramının tek bir boyutuyla değil dolayısıyla eksik ele alındığı bir boşluğu doldurmak amaçlanmıştır.

Kümelenmenin bölgesel kalkınmayı arttırması, verimlilik artışı yaratması, inovasyonu hızlandırması gibi faydalar sağlayarak rekabet avantajı oluşturması sadece şirketler için değil ülkeler açısından da önem taşımaktadır. Ülkelerin belli alanlarda veya sektörlerde öncü olması ve lider rolünü üstlenmesi de söz konusu rekabet üstünlüğünü yakalamalarına bağlıdır. Dolayısıyla kümelenme Türkiye'nin gündeminde olan çok önemli bir kalkınma paradigması ve üzerine en fazla çalışılan bilimsel sahalardan biri olmuştur.

1.1. Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları

Bu çalışmanın amacı; Ankara Ostim Organize Sanayi Bölgesi (OSB) özelinde dört tane sanayi kümesini (iş ve inşaat makineleri, savunma ve havacılık, medikal sanayi, yenilenebilir enerji ve çevre teknolojileri) inceleyerek, kümelenmenin firmalar üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Literatürde kümelenmenin firmalara doğrudan fayda sağladığı noktasında ortak bir kabul söz konusudur. Özellikle politika yapıcılar ve bürokratlar sorgulamaksızın bu yaklaşımı Porter'ın Elmas Modeliyle tartışmasız kabul etmekteler. Bu çalışma mevcut kümelenme politikası ve yaklaşımlarını eleştirel bir perspektifle sorgulanması gerektiği düşünülerek Ostim örneğinde dört iş kümesinin firmalara gerçekten fayda sağlayıp sağlamadığı, kümelenme yaklaşımının ne ölçüde işbirliği sağladığını, aksayan taraflarını sorgulamayı ve ortaya çıkarmayı hedeflemektedir. Çalışma eleştirel perspektifle konuya yaklaşan bir araştırmadır. Amaca bağlı olarak çalışma birkaç araştırma sorusuna yanıt aramaktadır. Bu bağlamda araştırma sorularını şöyle sıralayabiliriz:

1) Kümelenme faaliyeti kümede yer alan firmalara hangi alanlarda doğrudan spesifik olarak katkı sağlamıştır?

2) Literatürde kümenin kritik başarı faktörü olarak görülen göstergeler (istihdam, inovasyon, verimlilik, işbirliği, taşma etkisi, girişimcilik, sosyal sermaye, kurumsal yapı) Ostim'deki kümelerde nasıl karşılık bulmaktadır?

3) Ostim'deki bu sanayi kümelenmeleri gerçekten firmalara yarar sağlamış mıdır?

4) Ostim'deki dört kümede firmalar kümelenmeden ne ölçüde ve nasıl faydalanmaktadır?

Kümelenme yazınında kümelerin ihracat kapasitesi, inovasyon gücü, rekabet gücü, istihdam kapasitesi gibi faydalar oluşturduğu belirtilmektedir. Ancak her yerelin içsel başarısı, büyüme gücü, kurumsal yapısı farklılık gösterebilmektedir. Kümelerin farklı içsel yapıları vardır ve bazı küme ihracat kapasitesi yönüyle küme olarak ele alınıp başarılı kabul edilirken diğer taraftan bir kümenin inovasyon kabiliyeti çok daha iyi olabilir ancak bu kümenin de kurumsal yapısı çok başarılı işlemeyebilir. Bu bakımdan, sanayi kümeleri salt bir coğrafi yoğunlaşma değil bununla beraber sosyo-mekânsal oluşumlardır (Kaygalak 2011:XX). Kümelenme firmalar için olumlu dışsallıklar yaratarak işletmelere mâliyet avantajı, inovasyon, ortak rekabet gücü gibi spesifik bazda imkânlar sunarken yarattığı ekonomik canlılıkla bölgesel kalkınmaya olanak sağlamaktadır.

Araştırmaya konu olan Ostim'in 1967'de başlayan serüveni bugüne dek uzanmış ve artık Ostim OSB 5 milyon m² alana yayılmış, 5000 Kobi'nin yer aldığı, 50.000 kişinin istihdam edildiği bir sanayi merkezi alanı haline dönüşmüştür. Ostim, kurulma aşamasının tamamlanmasıyla 1980'lerde üretim başlamıştır (Ostim Medikal Sanayi Rehberi, 2010). Ancak küreselleşmenin etkisiyle artan rekabetçilik ve sermaye hareketleri Ostim OSB'nin de bir sanayi bölgesi olarak rekabetçilik boyutunda gelişimini zorunlu kılmıştır. Bu bağlamda, küresel dünyada artan rekabet ve yerel kalkınma politikalarının hız kazanması Ostim OSB bünyesinde dört tane sanayi kümesinin kurulması şeklinde kendini göstermiştir. Bu noktada

Ostim OSB'de rekabetçi ve yenilikçi olabilmenin gereklilikleri; kurumsallaşma, danışmanlık, Ar-Ge ile ilgili çalışmalar yapılmış ve üniversite-sanayi işbirliğinin sağlanması, birlikte hareket edilmesi için adımlar atılmıştır.

Bu çerçevede 2008 yılında kurulan dört kümeyle (iş ve inşaat makineleri kümelenmesi, savunma ve havacılık kümelenmesi, medikal sanayi kümelenmesi, yenilenebilir enerji ve çevre teknolojileri kümelenmesi) rekabet gücü ve inovasyon kabiliyetini artırmak amaçlanmıştır. Bu kümeler süreç içerisinde kendiliğinden ortaya çıkmış yığınlaşmalar olsa da politika bağlamında sonradan ele alınarak yapay iş kümeleri özelliği taşımaktadır. İşte bu çalışmanın amacı da, Ankara Ostim örneğindeki dört iş kümesinin üyesi olan firmalara, kümelenmenin sağladığı avantajların olup olmadığını ortaya çıkarmak ve böylece kümelenme yaklaşımının firmaya olan etkisini ampirik kanıtlarla göstermektir.

1.2. Araştırmanın Gerekçesi ve Önemi

Yerel kalkınma kuramları değişen ekonomik sistemlerle beraber yeni bir boyut kazanmış bu çerçevede çeşitli disiplinler kendi bakış açılarıyla bölgesel kalkınmada bir model olan kümelenme konusunda pek çok araştırma ortaya çıkarmıştır. Yapılan çalışmaların pek çoğu kümelenmenin firmalara yarar sağladığı, bölgesel kalkınma için bir fırsat oluşturduğunu söylemektedir. Ancak kümelenmenin içsel kalkınma kuramlarında bir eleştiriye tutulmadan dışsal bir ölçek ekonomisi yarattığı savunulmakta fakat ampirik bulgular işlem mâliyetinde dahi kümelenmenin daha ucuz üretim vaat etmediğini ancak davranışsal olarak daha kolay üretime olanak verdiğini göstermektedir (Taylor ve Ersoy, 2011:65-66). Buna göre araştırmanın başlangıç motivasyonunu; sanayi kümeleriyle ilgili kuramlar her zaman geçerli mi? sorusu oluşturmaktadır. Bu durumu Ostim sanayi bölgesinde sorgulayarak literatüre katkı sağlanması planlanmıştır.

Çalışma; mekânda salt sanayinin coğrafi dağılışını, sektörel yapısını verme gibi bir yaklaşıma sahip değildir. Dolayısıyla araştırma, klasik Sanayi Coğrafyası çalışmasından

uzaktır. Araştırma kümelenmenin işletmelere faydasını ölçmeye yönelik olduğu için firma bazlı olup mekâna gömülülük, ilişki ağları gibi spesifik anlamda konuları ele almaktadır. Çağdaş Ekonomik Coğrafya çalışması olan bu araştırma Türk Ekonomik Coğrafya disiplini için yöntembilimsel ve yaklaşım olarak yenilikçidir. Kümelenmeyle ilgili çalışmaların uluslararası arenada Ekonomik Coğrafya üzerinden sürdürüldüğü görülmektedir.

Yerel üretimin uzmanlaşmasına ve yığılma ekonomilerine odaklanan ekonomik coğrafyacılar; sanayi odakları (industrial districts), yeni sanayi mekânları (new industrial spaces), mekânsal üretim kompleksleri (territorial production complexes), bölgesel yenilikçi odaklar, ağsal bölgeler (network regions), iş ağları (business networks), yenilikçi çevre (innovative milleux), öğrenen bölgeler (learning regions) gibi sanayi kümelenmelerini açıklayan kavramlar ve kuramlar geliştirmişlerdir (İzmir Kalkınma Ajansı, 2010:8). Gerçekten de literatür incelendiğinde kümelenme konusuna en büyük katkıyı coğrafyacılar yapmış, Porter ise işletmeci gözüyle sektöre yeni ve daha çok küme politikasına dayanan bir modeli ortaya koymuştur. Bu çerçevede bu çalışma Ostim'de Porter'ın iş kümesi anlayışına uygun olarak geliştirilen dört sanayi kümesinin işleyişini coğrafyacı bakış açısıyla irdelemektedir. Ancak son yıllarda uluslararası literatürde sanayi kümeleriyle ilgili eleştirel çalışmalar ortaya çıkmış ve mevcut kümelenme anlayışı sorgulanmaya ve kümelenmenin özellikle de Porter'cı iş kümelenmesi anlayışının sorunları tartışılmaktadır. Bu anlamda literatürde az sayıda çalışma vardır. Bu bağlamda bu çalışma, kümelenmenin gerçekten fark yaratıp-yaratmadığını OSTİM örneğinde sorgulayarak literatürde katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Türkiye'de ise kümelenmeyle ilgili genel olarak iktisatçılar (örneğin; Yücer, 2008; Keskin, 2009) işletmeciler (örneğin; Akdeve, 2008; Eraslan, 2009) şehir ve bölge plancılar (örneğin; Çelik, 2008; Eceral, Armatlı Köroğlu, Uğurlar, 2009) çalışmalar yapmaktadır. Türkiye'de konuya coğrafyacı olarak ve Çağdaş Ekonomik Coğrafya bakış açısıyla yaklaşan tek çalışma Kaygalak'ın (2011) çalışmasıdır. Ayrıca kümelenme ile ilgili Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (Resmi Gazete, 2012), Ekonomi Bakanlığı (Resmi Gazete, 2013),

Kalkınma Bakanlığı (Kobi İşbirliği ve Kümelenme Projesi-2013) ve Kalkınma Ajansları (İzmir Kalkınma Ajansı, 2012) tarafından çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Ancak bu çalışmalar, kümelenmeyi farklı boyutlarda ele almışlar fakat kümelenmenin firmanın performansına etkisini net olarak ölçen ve kümelenmenin sağladığı yararı ampirik kanıtları ile ortaya koyan herhangi bir çalışma yapmamışlardır. Bu çalışma bu bakımdan yenilikçi ve özgündür.

1.3. Araştırmada Veri, Yöntem ve Sınırlılıklar

Bu çalışma, yöntembilimsel olarak öncelikle araştırmanın amacı, önemi, kapsamı ve gerekçesini ele almaktadır. Bu çerçevede öncelikle kümelenmeyle ilgili önceki çalışmalar taranmış ve taranan bu araştırmalar çalışmanın amacına uygun olarak sınıflandırılmış daha sonra konuyla doğrudan ilgili çalışmalar değerlendirilerek araştırmanın hem kuramsal çerçevesi hem de ampirik bulguları ve sonuçları yorumlanmıştır.

Kümelenmenin coğrafi bir mekânda olması ve firmaların bir arada bulunmalarından dolayı sağladığı ekonomik avantajlar Sanayi Coğrafyası içerisinde kümelenmeyi bir inceleme alanı olarak ortaya çıkarmıştır. Bu bakımdan literatürün taranmasında ve değerlendirilmesinde yalnızca Coğrafya literatüründen değil konuyla ilgili diğer disiplinlerin (İktisat, İşletme, Şehir ve Bölge Planlama) çalışmalarından da yararlanılmıştır. Bunun yanında çeşitli kurumlardan ve saha araştırmasından elde edilen veriler amaca uygun olarak düzenlenmiştir. Bu noktada araştırmada hem birincil hem de ikincil veriler kullanılmıştır.

Birincil veri olarak, çalışmanın ampirik sonuçlara dayandırılabilmesi adına Haziran 2013'te Ostim OSB bünyesinde yer alan (küme firmalarının bir kısmı da İvedik OSB'de bulunmaktadır) dört adet kümedeki 65 firmaya anket uygulaması yapılmış, ikincil veri olarak da TÜİK, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Ankara Sanayi Odası (ASO), Ostim OSB, Ankara Kalkınma Ajansı gibi kurumlardan sağlanan veriler kullanılmıştır. Ortaya çıkan veriler ışığında konunun betimsel ve yorumsal analizi yapılarak sonuca ulaşılmıştır.

Her bilimsel çalışmada olduğu gibi bu araştırmanın da çeşitli sınırlılıkları olmuştur. Öncelikle, kurumlar firmalarla ilgili spesifik bilgiler vermekten kaçınmaktadırlar. Bunun yanında işletmeler de anket sorularına katılımda çekinceli davranmaktadırlar. Kümelenme kavramının firmalarca çok iyi özümsenememesinden dolayı da sorulara zaman zaman güçlükle yanıt alınabilmiştir.

Bu araştırmada yerel kalkınmada popüler politika haline gelen kümelenmenin Ostim'deki yansımaları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu noktada, hem konuyla ilgili literatüre hem de (yeni) Ekonomik Coğrafya perspektifine katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Çalışma altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmanın dayanak noktaları ve amacından bahsedilmiş, ikinci bölümde mevcut literatürün değerlendirilmesi ve kümelenmenin kuramsal tartışması yapılmış, üçüncü bölümde Ankara Sanayisinin tarihsel gelişimi ele alınmış, dördüncü bölümde saha araştırmasından; kümelenme yaklaşımının Ostim sanayi bölgesindeki yansımalarından bahsedilmiş, beşinci bölümde araştırma alanıyla ilgili ampirik bulgular ve tartışma ele alınmış, altıncı bölümde ise sonuç ve değerlendirmeler yer almıştır.

II. BÖLÜM: KURAMSAL ÇERÇEVE

Kümelenme kavramının ortaya çıkışı Marshall'a dayanmaktadır. 1890'daki Marshall'ın çalışması (Principles of Economics) kavramın önemini ortaya koymuş ancak yeniden yoğun bir biçimde ele alınması 1990'larda Porter'la gerçekleşmiştir. Coğrafi yoğunluk ve yığınlaşmaya dair çalışmalar 1950'lerden sonra yapılmış ancak kümelenmenin yerel kalkınmada bir araç olabileceği vurgusu Porter'la olmuştur. Porter 1990 yılındaki *"The Competitive Advantage of Nations"* çalışmasıyla yeni bir süreç başlatmış ve kavrama farklı bir boyut yüklemiştir. Ulusal rekabet gücüyle ilgili literatür incelendiğinde çalışmaların odağını Porter'ın Elmas Modelinin oluşturduğu görülmektedir (Gökmenoğlu vd., 2012:10). Porter, rekabet avantajı ve yerel kalkınmayı aynı zemin üzerine oturtmaktadır. Yerelin kendine özgü mekânsal davranışı kümelenme konusunda pek çok kavramın birlikte kullanımını sağlamıştır. Öğrenen bölgeler, yaratıcı bölgeler, yenilikçi ortamlar, bölgesel ve yerel yenilik sistemleri gibi inovasyona işaret eden tüm kavramlar sanayi kümelerini referans almaktadır.

Türk Sanayisi için konunun tarihi belki de lonca teşkilatlarına kadar geri götürülebilir[1]. Türkiye'de günümüzde ise konuyla ilgili olarak politika yapıcıların kümelenmeye verdiği önemin her geçen gün artması, kalkınma ajanslarının ve ilgili bakanlıkların (Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı) konuyla ilgili çalışmaları ve kalkınma planlarında (dokuzuncu ve onuncu) kümelenmenin sanayi ve bölgesel kalkınma politikası olarak görülüp kümelenmeye çeşitli destekler verilmesi yapılan çalışmaların sayısını artırmaktadır.

[1] Kavramsal benzerlik anlamında değerlendirildiğinde özellikle Türk Sanayisi açısından tarihsel anlamda loncaların önemi büyüktür. Türk Sanayisinde yerel iş örgütlenmeleri, esnaf ve zanaatkârlık esasen Osmanlı dönemindeki lonca teşkilatına dayanmaktadır. Loncalar, esnaf ve zanaatkârların nicelik ve nitelik yönünden gelişmelerini sağlamıştır (İstanbul Ticaret Odası, 2009:106). Lonca teşkilatlarıyla kümelenmenin işbirliği anlamında kavramsal bir yakınlığı bulunmaktadır. Çünkü loncalar, aynı işi yapan esnaf ve zanaatkârların arastalarda (çarşılarda) bir arada toplanmasına karşılık gelir. Dolayısıyla coğrafi yakınlığın ve işbirliğinin bir güç oluşturduğu anlayışı dönem itibariyle lonca teşkilatlarının kuruluş amacını oluşturmuştur.

2.1. Dünyada Kümelenme Üzerine Yapılan Çalışmaların Tarihsel Gelişimi

Küresel dünyada rekabetçiliğin hızla artmasıyla, yerel ve bölgesel kalkınma anlayışı içsel dinamikleri ön plana çıkarmış ve kümelenme kavramının yerel ve bölgesel kalkınmayla yan yana koyulmasını, bir politika olarak benimsenmesini sağlamıştır. Bu konudaki akademik çalışmalara duyulan ihtiyaç artmış Marshall'ın öncülük ettiği Porter'ın ise yeniden bir yerel ve bölgesel kalkınmanın anahtarı şeklinde gündeme getirdiği kümelenme kavramına dair birçok yayın yapılmış ve yapılmaya devam etmektedir.

Aşağıdaki tabloda 1950'lerden 2000'li yıllara kümelenmeyle ilgili dolaylı (coğrafi yığınlaşma/yoğunlaşma, mekânsal yığınlaşma/yoğunlaşma, yerelleşen endüstriler, inovasyon çevresi, büyüme kutbu, endüstriyel yakınlaşmalar) ya da doğrudan kümelenmeyle ilgili gerçekleştirilmiş yayınlar gösterilmektedir (Bkz. Tablo 2.1).

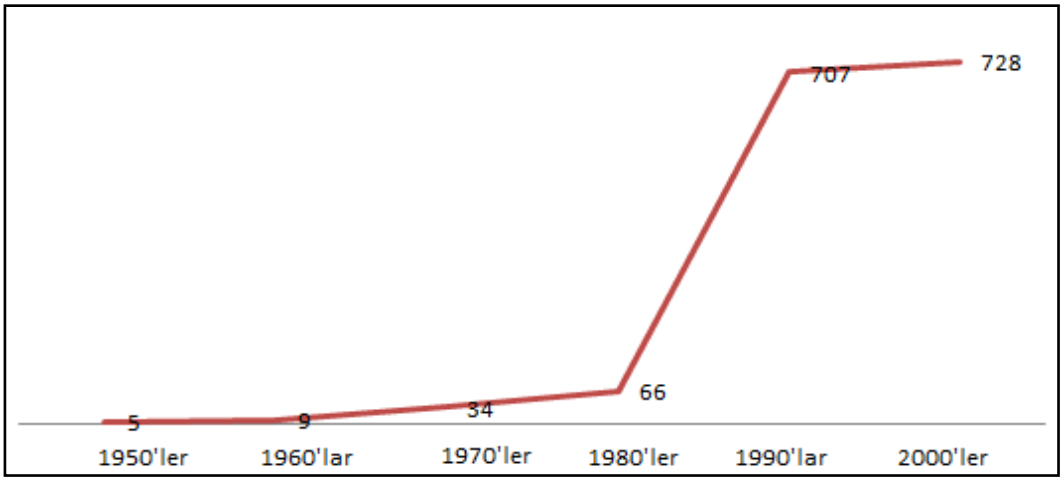
Tablo 2.1. 1953-2004 Yılları Arasında Kümelenme Üzerine Yapılmış Uluslararası Yayınlar

Geçen Terim	*1950'ler*	*1960'lar*	*1970'ler*	*1980'ler*	*1990'lar*	*2000'ler*
Kümelenme (ler) /Firmaların Kümelenmesi	0	0	0	0	9	15
Yığınlaşma	2	4	23	45	305	380
a.Coğrafi Yığınlaşmalar	0	0	0	0	4	7
b.Mekânsal Yığınlaşmalar	0	0	0	3	17	23
Coğrafi Yoğunlaşmalar	0	0	1	4	71	50
Mekânsal Yoğunlaşmalar	0	0	3	0	32	51
Yerel veya Yerelleşen Endüstriler veya Firmalar	0	0	0	0	5	7
Büyüme Kutbu	1	1	3	4	12	5
İnovasyon Çevresi(ortamı)	1	2	2	5	126	95
Endüstriyel Yakınlaşmalar	1	2	2	5	126	95
***TOPLAM**	***5***	***9***	***34***	***66***	***707***	***728***

Kaynak: Keskin ve Dulupçu, 2010:4

Tabloda 1990'lı yıllarda çalışmaların sayısındaki belirgin artış dikkat çekmektedir. Öncesinde ise Marshall'ın çalışmasını referans alan çalışmalar bulunmaktadır. 1990'lı yıllarda Porter'in kümelenmeyi yerel kalkınmanın politik süreçlerle gerçekleştirilmesinde bir anahtar olarak literatüre kazandırması çalışmaların sayısını artırmıştır. Elbette ekonomik coğrafyacıların mekândaki yığılmaları, uzmanlaşmaları çeşitli biçimlerde açıklaması da literatüre fazlaca katkı sağlamıştır (öğrenen bölgeler, yaratıcı bölgeler, yenilikçi ortamlar, bölgesel ve yerel yenilik sistemleri gibi). Porter ise bölgesel dengesizliklerin giderilmesinde yerel kalkınma modeli olarak işletmeci gözüyle kümelenmeye yaklaşmıştır. Hem coğrafyacıların hem diğer disiplinlerin hem de işletmecilerin yaklaşımları kümelenmenin farklı yönleriyle (bölgesel uzmanlaşma-sektörel uzmanlaşma) ele alınmasını sağlamış dolayısıyla coğrafi yığılmalar/yoğunlaşmalar uzmanlaşmayı ve inovatif süreçleri içine alan çalışmalara olanak tanımıştır. 1950'lerden 2000'li yıllara kadar konuyla ilgili yapılan çalışmaların tarihsel seyri (Bkz. Şekil 2.1).

Şekil 2.1. Dönemler İtibariyle Kümelenmeyle İlgili Çalışmaların Grafikle Gösterimi



Kaynak: Tablo 2.1'e dayanarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

1980'li yıllarda değişen ekonomik sistemler, artan küreselleşme rekabeti hızlandırmış ve ulus ekonomilerinde nasıl rekabet edebiliriz anlayışı doğmuştur. 1970'li yıllardaki

ekonomik krizde küçük işletmelerin ayakta kalabildiğinin görülmesi (üçüncü İtalya örneği) Kobi'lerin esnek üretimde ve rekabet kapasitesindeki öneminin anlaşılmasında önemli bir role sahip olmuştur. Bu durum ise yerelin kendine özgü üretim örgütlenmesinin mekânsal yapısının araştırılmasına olanak tanımış ve 1980'ler yeni mekânsal çalışmaları beraberinde getirmiştir. Şekilde dikkati çeken nokta çalışmaların 1990'larda büyük çapta artışıdır. Bunu sağlayan ise elbette Porter'la birlikte yerel kalkınmada kümelenmenin bir model olarak alınması ve bu doğrultuda yapılan çalışmaların artışıdır. Bununla birlikte coğrafi yakınlığı, yerel uzmanlaşmayı ya da doğrudan kümelenmeyi referans alan yabancı literatürdeki çalışmaların bazılarını şu şekilde sıralayabiliriz:

Tablo 2.2. Temel Alanı ve Yaklaşımlarıyla Yabancı Literatürde Bazı Kümelenme Çalışmaları

Çalışmayı Yapan	***Çalışmanın Temel Alanı***	***Çalışmanın Modeli/Yaklaşımı***
Marshall (1890)	Coğrafi Yakınlık	Endüstriyel Bölgeler
Piore ve Sabel (1984)	Yerel Uzmanlaşma İnovasyon	Yeni Sanayi Odakları
Porter (1990)	Kümelenme Rekabet Gücü	Elmas Modeli
Camagni (1991, 1995)	Coğrafi Yakınlık Yerel Uzmanlaşma	Yenilikçi Ortamlar Yenilikçi Çevre
Florida (1995)	Yerel Uzmanlaşma Coğrafi Yakınlık	Öğrenen Bölgeler
Markusen (1996)	Coğrafi Yakınlık Mekânsal Yığılma	Küme Tipolojisi
Cooke ve Morgan (1998)	Coğrafi Yakınlık Yerel Uzmanlaşma	Yerel ve Bölgesel Yenilik Sistemleri
Asheim ve Isaksen (2002)	Coğrafi Yakınlık Yerel Uzmanlaşma	Yerel ve Bölgesel Yenilik Sistemleri

Kaynak: Kaygalak, 2011'den yararlanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yapılan bu çalışmalar yerel uzmanlaşmayı, rekabet gücünü ve inovasyonu temel almakta bu yüzden de mekândaki üretim ağlarını açıklarken yereli; uzmanlaşma, inovasyon, coğrafi yakınlığa bağlı kalarak modellemektedirler. Coğrafyacıların yaklaşımı kavramsal anlamda uzmanlaşma-inovasyon-rekabet avantajına dayanmaktadır. Coğrafyacılardan farklı olarak İşletmeci Porter ise aynı mekânda yer alıp aynı sektörde faaliyet gösteren firmaların ihracat istatistiklerini dikkate alarak oluşturduğu Elmas Modelinde bir politika olarak kümelenmeye (yerele) yaklaşmaktadır. ''Porter, bir ülkenin belirli endüstrilerde başarılı ve diğerlerinde başarısız olmasının nedenlerini geliştirdiği Elmas Modeli ile açıklamaktadır. Porter'a göre ülkeler ulusal elmasın en verimli olduğu endüstri ve endüstriyel bölümlerde başarıya ulaşmaktadır'' (Gürpınar ve Sandıkçı, 2008:110). Hem coğrafyacıların hem diğer disiplinlerin yaklaşımı yerelin kendine özgü inovasyon kabiliyetiyle ilgilidir. Yerelin üretim kabiliyetinde uzmanlaşması onu farklı kılmakta ve diğer üretim mekânlarından önde olmasına olanak tanımaktadır. Bu anlamda, düşük maliyetli bir konuma sahip olmak işletmeye ortalamanın üzerinde gelir getirebilirken piyasa da rekabet edebilmesini sağlar. Bu durum ise tüm işletmelerle birlikte yerele güçlü bir mekân ekonomisi kazandırır (Yiğit, 2008:40). Coğrafi yakınlığın getirdiği dışsallıklarla birlikte işletmeler bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Dolayısıyla yerel/bölge bir inovasyon havuzu olarak ortaya çıkmaktadır.

Türkiye bağlamında konuya yaklaşıldığında ise yabancı literatürün merkez alınarak çeşitli çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Hem akademik hem de çeşitli devlet kurumlarının yaptığı çalışmalar şu şekildedir:

Tablo 2.3. Temel Alanı ve Yaklaşımlarıyla Türkiye'de Bazı Kümelenme Çalışmaları

Çalışmayı Yapan	***Çalışmanın Temel Alanı***	***Çalışmanın Modeli/Yaklaşımı***
Kaygalak (2011)	Coğrafi Yakınlık (Dışsallıklar) Kümelenme	Yerel Uzmanlaşma İnovasyon
Savran (2007)	Coğrafi Yoğunluk	Yerel Uzmanlaşma

Tablo 2.3 *(Devam)*

Yücer (2008)	Kümelenme	Kümelenmenin Yarattığı Dışsallıklar
Çelik (2008)	Kümelenme	Yer Seçim Eğilimleri
Akdeve (2008)	Coğrafi Yakınlık	İnovasyon Ağyapı
Keskin (2009)	Coğrafi Yakınlık Kümelenme	Yerel Uzmanlaşma Rekabet Gücü
Alsaç (2010)	Kümelenme	Bölgesel Kalkınma
Yıldırım (2011)	Kümelenme	Küme Yaşam Döngüsü
Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2012)	Kümelenme Yerel/Bölgesel Kalkınma Rekabet Gücü	Kümelenme Destek Programı
Ekonomi Bakanlığı (2013)	Kümelenme Yerel/Bölgesel Kalkınma Rekabet Gücü	Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Hakkında Tebliğ
Kalkınma Bakanlığı (2013)	Kümelenme Yerel/Bölgesel Kalkınma Rekabet Gücü	Kobi İşbirliği ve Kümelenme Projesi

Kaynak: Yazar.

2.2. Kümelenmenin Tanımı, Bileşenleri ve Temel Özellikleri

Kümelenme kavramı üzerine olan çalışmalar arttıkça kümelenmenin ne anlama geldiği çeşitli disiplinler tarafından salt mekânsal yığılma anlamında değil, mekâna olan farklı yaklaşımlarla birlikte değişik biçimlerde tanımlanmıştır. ‘’Kümelenme kavramı sadece mekânsal bir araya gelmeyi içinde barındırmamakta, bunun yanı sıra içeriğinde rekabet edebilirlik, işbirlikçi aktiviteler, öğrenme, yenilik üretimi, bilgi alışverişi ve karşılıklı etkileşimi de bulundurmaktadır’’ (Karataş, 2006:47).

Kavramın birkaç yönüyle ele alınması, endüstriyel bölgeler, sanayi odakları gibi kavramlarla yan yana koyulması ve içerisinde öğrenen bölgeler, yenilikçi çevre, network yapısı gibi kavramları da barındırması aynı zamanda coğrafyadan farklı bilim dallarının da

kümelenmeyle ilgilenmesi kavramsal tanımın çeşitliliğine yol açmıştır. Aşağıdaki tabloda kavramın farklı tanımlarını görebiliriz (Bkz. Tablo 2.4).

Tablo 2.4. Kümelenmeyle İlgili Farklı Tanımlar

Crouch vd. "Genel manada kümelenme; benzer faaliyetler yürüten firmaların, belirli bir alanda herhangi bir zorunluluk olmaksızın, birbirine yakın kurulma eğilimidir."
Rosenfeld "Kümelenme en basit anlamda, coğrafi yakınlıklarından ve bağımlılıklarından dolayı sinerji yaratabilecek firmaların, istihdam düzeyi her ne kadar yüksek ya da kayda değer olmasa da, yoğunlaşması olarak tanımlanabilir."
Feser "Ekonomik kümeler sadece ilgili ve birbirine destek olan sanayiler ve kuruluşlar değildir, daha ziyade birbirleriyle ilişkilerinden dolayı daha rekabetçi olan, ilgili ve birbirine destek olan kuruluşlardır."
Swann ve Prevezer "Kümeler, bir sanayi içerisinde belirli bir coğrafi alanda kurulmuş firma grupları olarak tanımlanmıştır."
Simmie ve Sennett "Yenilikçi küme, genelde tedarik zinciri vasıtasıyla yüksek derecede işbirliği içerisinde olan ve aynı piyasa şartları altında çalışan, çok sayıda, bağlantılı sınai ve/veya hizmet şirketleri olarak tanımlanabilir."
Roelandt ve den Hertog "Kümeler, birbiriyle katma değer yaratan üretim zinciri içerisinde bağlantılı, güçlü bir şekilde bağımlı olan firmaların (uzmanlaşmış tedarikçiler dahil) ve üreticilerin ağı olarak tanımlanabilir."
Van den Berg, Braun ve Van Winden "Popüler bir tanım olan küme en fazla yerel ve bölgesel ağlarla ilgilidir."
Enright "Bölgesel küme, üye firmaların birbirine yakın olduğu sinai kümedir."

Kaynak: Alsaç, 2010:9

Farklı tanımlar elbette farklı disiplinlerin oluşturduğu bakış açılarıyla ilgilidir. Kavrama coğrafi perspektiften tanım yapan Kaygalak'ın tanımı ise şöyledir:

> *Sanayi kümelenmesi, yerel ve bölgesel kurumların ortaklaşa evrildiği, birlikte öğrendikleri, değiştikleri, dolayısıyla belli bir mekânda gerçekleşen değişim ve dönüşüm süreçlerinin tüm kesimlerince paylaşıldığı ve bunlardan etkilenildiği bir mekânsal organizasyon şekli olduğu kadar bir üretim ve toplumsal organizasyon şeklidir* (Kaygalak, 2011:43).

Bu nedenle sanayi kümelerini yalnızca bir coğrafi yoğunlaşma/yığınlaşma olarak ele almak konuyu daraltmak, basite indirgemektir. Sanayi kümelerinde kümelerin yaşam döngüsü aslında bizi tarihsel birikimin gösterilmesinde en iyi yoldur. Sanayi kümelerini o mekâna iten etmenler elbette olumlu dışsal ekonomilerle açıklanabilir ancak burada dikkat

edilmesi gereken nokta kümelerin birden bire oluşmadığı, hepsinin tarihsel bir birikime sahip olduğu ve kümelerin yalnızca belli bir sektörde uzmanlaşmasının toplumsal bir üretim/endüstri kültürüyle ilgili olduğudur. Yani kümeler yalnızca uzmanlık mekânları değil aynı zamanda yerel toplumun ortaya koyduğu bir üretim kültürüdür.

Diğer bir tanım ise önemli uluslararası kuruluşlardan olan OECD'ye (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı) aittir. OECD kümeleri şöyle tanımlamaktadır: Kümeler, birbirlerine katma değer sağlayan bir üretim zincirinde, birbirlerine güçlü bir şekilde bağlı olan firmaların, bilgi üreten ajansların ve müşterilerin üretim ağıdır (Alsaç, 2010:8). ''Kavramın en önemli kuramcılarından birisi olan Porter'a göre ise; bir küme, birbirlerine ortak noktalar ve tamamlayıcı unsurlar ile bağlanan, belli bir alanda birbirlerine bağlı olan şirketlerin ve ortak kurumların coğrafi olarak birbirine yakın bir grubudur'' (DTM, 2008:12).

Bu bağlamda Ekonomik Coğrafya literatüründe sanayi kümeleri üretim mekânları olarak ele alındığından mekânsal boyutu ön plana çıkaran tanımların sayısı fazladır. Bunlardan sanayi odakları-industrial district, yenilikçi çevre-innovative milieux, öğrenen bölgeler-learning regions, yerel ve bölgesel üretim sistemleri/bölgesel yenilik sistemleri/yaratıcı bölgeler-local and regional production systems ve daha birçok tanımlayıcı kavram aslında sanayi kümelerine atıfta bulunmaktadır. Bu kavramlar sanayi kümelerini daha çok mekânsal yoğunlaşma, "yeni endüstriyel bölgeler" ve "yeni üretim coğrafyaları" şeklinde tarif etmesine karşın özellikle iktisatçılar ve işletmeciler tarafından yapılan tanımlamalar daha çok sektörel tanımlama şeklinde olmaktadır. (Kaygalak ve Karadağ, 2010:3). Günümüzde kümelenme kavramı birçok açıdan ortak bir anlama sahip olsa da disiplinlere göre farklı uygulamalar içermektedir. Tanımların pek çoğunun ortak noktası ise coğrafi yakınlıktır ve bu yakınlığın getirdiği network avantajıdır. Küme tanımındaki ortak noktalar aşağıdaki gibi özetlenebilir.

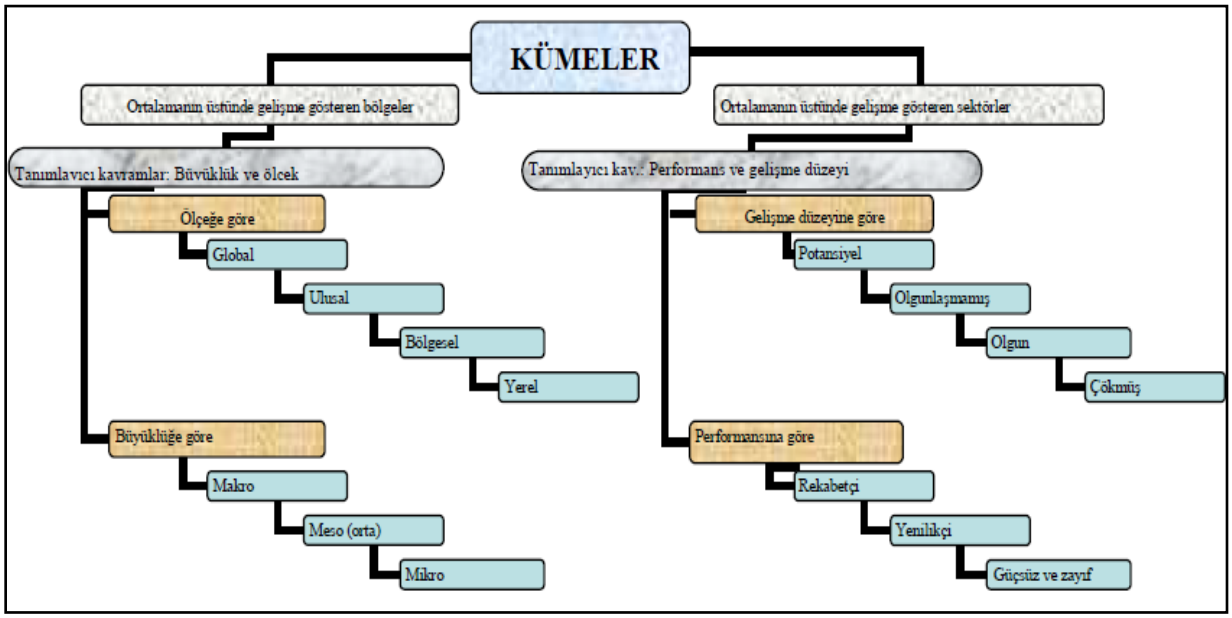
Küme tanımındaki ortak noktalar*:* (Kaygalak ve Karadağ, 2010:4)

- ✓ *Coğrafi yakınlık ve yoğunlaşma (site, semt, şehir ve bölge ölçeğinde sayılabilir)*
- ✓ *Sosyal network ağının olması*
- ✓ *Birbiriyle ilişkili sanayi kollarının olması*
- ✓ *Destekleyici-tamamlayıcı servis ve hizmetlerin varlığı*
- ✓ *Uzmanlaşmanın varlığı*
- ✓ *Kolektif organizasyon ve karar alma süreçleri*
- ✓ *Kolektif öğrenme, ortak bilgi üretme süreci, üretim sürecinde birbirini tamamlama*
- ✓ *Gelişmeye, kalkınmaya öncülük etmeleri.*

Görüldüğü gibi kümelenme kavramının odak noktasını coğrafi yakınlık, coğrafi yoğunlaşma ve bunun getirdiği birçok avantaj oluşturmaktadır. Bununla beraber kümelenme kavramsal olarak basit ancak içerik olarak kompleks bir yapıya sahiptir. Kümelenme sadece firmaların aynı mekânda bulunmaları ve bu yakınlıktan doğan avantajların değil aynı zamanda tarihsel bir geçmişe sahip olan toplumsal bir üretim biçiminin mekândaki yansımasıdır (Kaygalak, 2011:43). Bu çerçevede kümelenme rekabet avantajının mekândaki görünümüdür diyebiliriz.

Kümelerin mekânsal ve sektörel bazdaki tanımları coğrafyacılar, iktisatçılar ve işletmeciler tarafından değişik biçimlerde ele alınmış dolayısıyla farklı tanımlara bağlı olarak farklı küme sınıflamaları yapılmıştır (Bkz. Şekil 2.2).

Şekil 2.2. Farklı Şekillerde Küme Sınıflamaları



Kaynak: Kaygalak ve Karadağ, 2010:3

Coğrafyacılar kümeleri bölgesel bazda ele alıp buna göre bir sınıflama yaparken, iktisatçılar ve işletmeciler kümeleri sektörel bazda ele alıp buna göre bir sınıflama yapmışlardır. Coğrafyacılardan farklı olarak iktisatçılar ve işletmeciler kavrama sektörel uzmanlaşma boyutuyla bakmaktadır. Örneğin; ülke/bölge ölçeğinde daha fazla gelişmiş/gelişen bir medikal sanayisi kümelenmiş bir sektör olarak ele alınmaktadır. Buna göre iktisatçılar ve işletmeciler ortalamanın üstünde gelişme gösteren *sektörleri* küme olarak değerlendirmektedir. Coğrafyacılar konuya yerel ve bölgesel gelişme/kalkınma perspektifinden bakmaktadır (Kaygalak, 2010:3). Coğrafya dışındaki disiplinler konuya sektörel anlamda baksa dahi bu belirgin sektörlerin yine mekândaki yığılma sonucunda ortaya çıktığı açıktır. Dolayısıyla her durumda kümelenme konusu mekâna yani Coğrafya disiplininin paradigmasına doğru açılmaktadır.

Aynı sektörlerin (ilişkili sektörler dahil) yoğunlaşma gösterdiği bölgeler (coğrafi yoğunlaşma) kümelenme kavramı çerçevesinde ele alınmaktadır. Buna göre ortalamanın üstünde gelişme gösteren *bölgeler* coğrafyacıların yaklaşımına göre kümedir.

Kümelerin belirlenme sorunu politika uygulanacak alanların iyi seçilmesi, analiz edilip değerlendirilmesi bakımından önemlidir. Sanayi kümelerini belirlemede çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Bu yöntemleri iki kategoride incelemek mümkündür (Kaygalak ve Karadağ, 2010:7).

a) Niceliksel Yöntemler

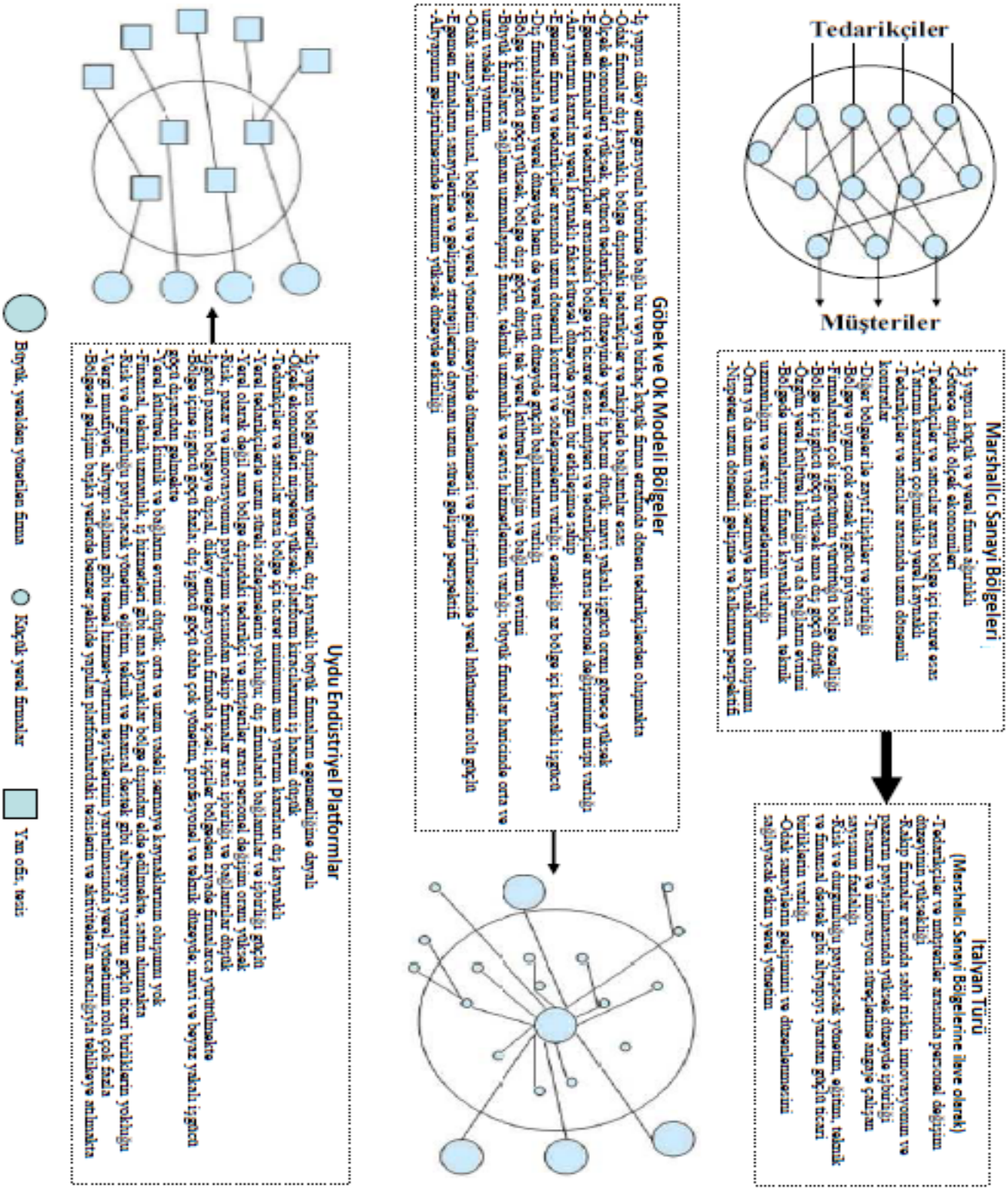
- *Girdi-Çıktı Tabloları Yöntemi*
- *Lokasyon Katsayıları Yöntemi*
- *Mesafe Optimizasyonu Yöntemi*
- *İhracat İstatistikleri Yöntemi*

b) Niteliksel Araştırmalar

- *Kurumsal Analizler*
- *Network Analizleri*
- *İnovasyon ve Diğer Niteliksel Araştırmalar*
- *Yerinde Özgül (idiografik) Alan Araştırmaları*

Bu yöntemlerden daha çok niceliksel yöntemler kullanılmaktadır. Kümelerin belirlenmesinde hem niteliksel yönteme göre daha kolay olması ve daha az zamanda sonuç alınabilmesi niceliksel yöntemin kullanımının daha fazla olmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte kümelenme kavramını yeniden tartışmalara açan Porter kümelerin belirlenmesinde ihracat istatistiklerini esas almıştır. Buna göre Porter rekabet avantajı yüksek olan sektörleri küme olarak ele almaktadır. Niteliksel yöntem olarak kümelerin yapısını incelemeye yönelik olarak en çok bilinen çalışma ise Markusen'in çalışmasıdır (Markusen'e göre sanayi kümeleri, Bkz. Tablo 2.5).

Tablo 2.5. Markusen'e Göre Sanayi Kümeleri Tipolojisi



Kaynak: Kaygalak, 2011:46

2.3. Kümelenme Yaklaşımının Teorik Temelleri

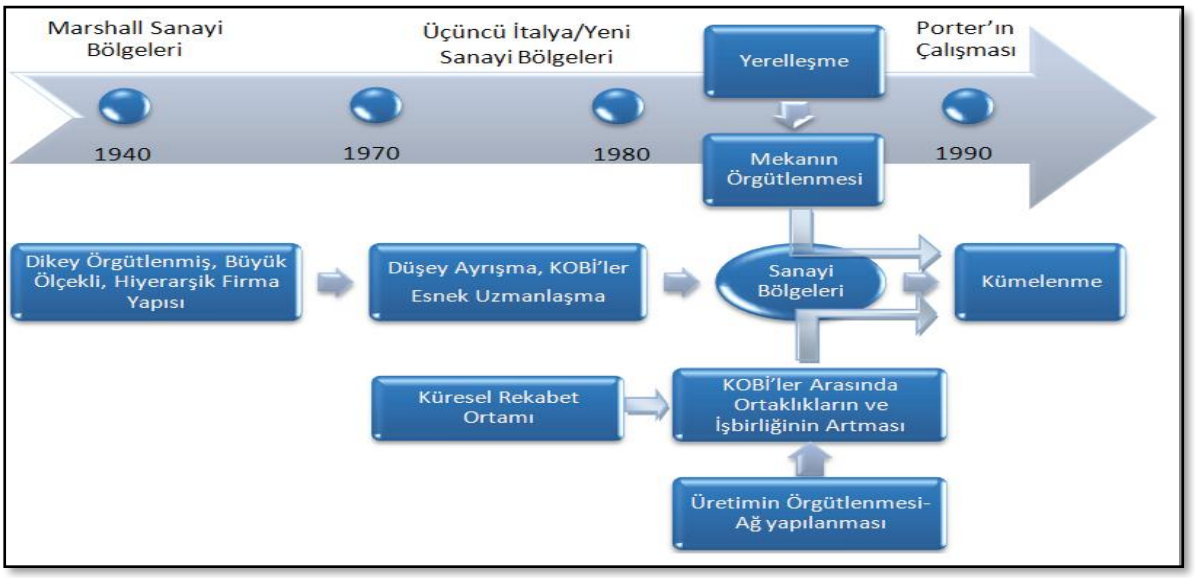
Çeşitli tanımların yapıldığı kümelenme kavramının başlangıç noktası Marshall'ın bölgesel ekonomiler üzerine olan Endüstriyel Bölgeler ve Dışsal Ekonomiler (1890-1920) çalışmasıdır (Öcal ve Uçar, 2011:290-291). Bu tarihten günümüze firmaların kümelenmesi, coğrafi ve mekânsal yığınlaşma/yoğunlaşma, yerel sanayiler, büyüme kutbu, inovasyon çevresi, endüstriyel yakınlaşmalar gibi mekânsal yakınlık ve getirdiği avantajlar üzerine çalışmalar yapılmıştır. Ancak kümelenme kavramının ikinci bir doğuşu olarak adlandıracağımız dönem 1990'da Porter'ın "The Competitive Advantage of Nations" adlı çalışmasıyla başlayan ve bu tarihten itibaren yerel ve bölgesel kalkınmanın en büyük aracı olarak görülen dönemdir. Ancak Porter'ın ortaya attığı kümelenme kuramı yeni değildir. Firmaların bir arada bulunmasından kaynaklı avantajları ilk olarak Marshall ele almıştır. ''Porter'ın Elmas Modeliyle Marshall'ın dışsallıklar üçlüsü arasında açık bir benzerlik bulunmaktadır'' (İzmir Kalkınma Ajansı, 2010:8).

Şekil 2.3'te Marshall Sanayi Bölgelerinden (geleneksel sanayi bölgeleri; küresel rekabet amacı taşımayan ve sanayi yoğunlaşmasıyla firmaların olumlu dışsallıklar elde etmesi) 1970'lerde Üçüncü İtalya Sanayi Bölgeleri (esnek üretim biçiminin 1970'li yıllarda petrol krizinin yol açtığı küresel krizden etkilenmemesi-Üçüncü İtalya örneği) ve 1980'lerde değişen ekonomik konjonktür küresel rekabetin hız kazanmasına, yerel ve bölgesel kalkınmaya atfedilen önemin mekân örgütlenmesi, sanayi odakları (yerel endüstriyel dinamikli) boyutuna kaymasına (Kobi'lerin önem kazanması-esnek üretim-esnek uzmanlaşma) yol açmıştır. 1990'larda Porter'ın kümelenmenin yerel ve bölgesel kalkınmadaki rolünü ortaya koyan çalışmasıyla mekân ekonomisi, mekânsal inovasyon sistemleri adını verdiğimiz kavramlar önem kazanmış, yerel ve bölgesel kalkınma noktasında içsel dinamiklerin öneminin daha iyi anlaşılmasını sağlayarak kümelenme kavramını yeniden tartışmaya açmış bu durum konuyla ilgili yapılan çalışmaları da artırmıştır. Bu bağlamda

Şekil 2.3'te Alsaç, 2010:45 çalışmasında kümelenme kavramının gelişim sürecini göstermektedir.

Bu aşamada biz 1950 ve 1960'lardaki çalışmaların Marshall Sanayi Bölgelerini (endüstriyel bölgeler), 1970'lerdeki çalışmaların Üçüncü İtalya (yeni sanayi bölgeleri), 1980'lerdeki çalışmaların yerel kalkınmayı, Kobi'leri ve ağyapıları referans alarak oluşturulduğunu söyleyebiliriz. Bununla beraber 1990'larda kümelenmenin bir yerel/bölgesel kalkınma politikası olarak ortaya çıkışıyla mekânın yeniden organizasyonu/dönüşümü gibi değişimler çalışmaların artışına imkân tanımıştır. Akademik çalışmalarla kavramın gelişimi paralellik göstermektedir. Şekil 2.3'te kümelenmenin gelişim evresini görebiliriz.

Şekil 2.3. Kümelenmenin Gelişim Evresi



Kaynak: Alsaç, 2010:45

Kavramın gelişim aşaması incelenirken yığılma ekonomileriyle birlikte ele alınmalıdır çünkü esasen kümelenme yığılma ekonomilerinin yarattığı bir sonuçtur. Bundan dolayı kümelenmeyle ilgili yapılan çalışmalar (Bkz. Tablo 2.1, Şekil 2.3) ile kavramın gelişim süreci paralellik göstermektedir. Marshall'ın çalışması da yığılma ekonomileriyle ilişkiliydi. ''Yığılma (agglomerasyon), firmaların bir yerde toplanması, kümelenmesi veya yoğunlaşmasını ifade

eder. Ekonomiler (economies) ise, tasarruf etme, ekonomik yarar elde etme anlamındadır'' (Yavan, 2006:167). Bu anlamda yığılma ekonomileri firmaların lokasyon tercihinde çok önemli bir role sahiptir.

Firma kendisi için en uygun (altyapının hazır bulunduğu, üretimini gerçekleştirmede kendisine bir bedel ödemeden çeşitli yönlerden fayda sağlayan) yeri seçer. Bu durum ise firmaların belli bir mekânda toplanmasına (kümelenmesine) neden olur. Yığılma ekonomileri de firmaların niçin belli bölgelerde, yörelerde, alanlarda ve/veya kentlerde toplanma eğilimi gösterdiğini açıklar (Yavan, 2006:167). Marshall'ın 1890'daki çalışması (Principles of Economics) firmaların belli bir mekânda yoğunlaşmalarından elde ettiği avantajları içermekteydi. Marshall bu avantajlar içerisinde emek havuzu, çeşitli özel mallara ve hizmetlere erişim, bilginin yayılması gibi firmalara bir bedel ödemeden fayda sağlayan faktörleri göstermekteydi. Ancak Marshall'ın bu teorisi eksik bir rekabet anlayışına sahipti. Porter ise modelinde kümelerde rekabet gücüne vurgu yapmaktadır. ''Porter'ın Elmas Modeli, kümelenmede uluslararası rekabetçilik analizi için kullanılan başlıca modeldir. Michael E. Porter'ın da vurguladığı gibi, "Kümeler, üretken, yenilikçi bir ekonominin temel taşlarıdır" (Has, 2013:5).

Üretken ve rekabetçi görülen kümeler yığılma ekonomilerinin yarattığı bir sonuçtur. Yığılma ekonomileri iki grup altında toplanmaktadır: yerelleşme ekonomileri ve kentleşme ekonomileridir (Yavan, 2006:129). ''Yerelleşme ekonomileri, aynı tip üretim yapan birden fazla firmanın bir arada yer alması ile doğan dışsal ekonomilerdir. Kentleşme ekonomileri ise aynı üretimi yapmayan üretim ünitelerinin büyük bir kentte bir arada bulunmasından doğan dış ekonomilerdir'' (Tekeli, 2010:26). Belirtilen yığılma ekonomileri tiplerine göre kümelenme yerelleşme ekonomileri grubunda yer almaktadır. Aynı şekilde Marshall dışsallıkları da Porter modeli de yerelleşme yığılma ekonomileri grubundadır. Her ikisi de coğrafi yakınlığın avantajlarını, işletmeler için doğurduğu olumlu dışsallıkları ele alır (Bkz. Şekil 2.4).

Şekil 2.4. Coğrafi Yakınlığın Avantajları



Kaynak: Alsaç, 2010:14

Coğrafi yakınlık bir network ağına imkân tanır ve resmi ya da resmi olmayan (güven gibi) ilişkilere olanak sağlayarak karşılıklı bilgi taşması yaratır. Porter'ın Marshall'dan farkı firmaların rekabet gücüne vurgu yapmasıdır. Marshall piyasa koşullarında eksik rekabetçi görünürken Porter rekabet gücü üzerinde durur. Ulaşım mâliyeti avantajı ise her firma için büyük önem taşır ve coğrafi yakınlık bu anlamda ulaşım mâliyeti avantajı da sağlar.

2.4. Ekonomik Coğrafya Yazınında Kümelenme Yaklaşımının Kuramsal ve Kavramsal Çerçeveleri

Sanayi kümelerini yalnızca bir coğrafi yoğunlaşma/yığınlaşma olarak ele almak konuyu daraltmak, basite indirgemektir. Sanayi kümelerinde kümelerin yaşam döngüsü aslında bizi tarihsel birikimin gösterilmesinde en iyi yoldur. Sanayi kümelerini o mekâna iten etmenler elbette olumlu dışsal ekonomilerle açıklanır ancak burada dikkat edilmesi gereken nokta kümelerin birden bire oluşmadığı, hepsinin tarihsel bir birikime sahip olduğu ve kümelerin yalnızca belli bir sektörde uzmanlaşmasının toplumsal bir üretim/endüstri kültürüyle ilgili olduğudur. Yani kümeler yalnızca uzmanlık mekânları değil aynı zamanda yerel toplumun ortaya koyduğu bir üretim kültürüdür.

2.4.1. Endüstriyel Bölgeler

Endüstriyel Bölge kavramı Marshallcı Sanayi Bölgelerine karşılık gelmektedir. Sanayi kümelerinin arka planını (tarihsel kaynağını) endüstriyel bölgeler oluşturmaktadır. ‘’Endüstriyel Bölge genellikle coğrafi olarak sınırlandırılmış bir üretim sistemi olarak tanımlanmaktadır. Bu sistem birkaç aktivitede uzmanlaşan küçük ölçekli firmalara dayanmaktadır. Bu firmalar arasında güçlü yerel iş bölümü bulunmaktadır’’ (Keskin, 2009:69).

Sanayi kümelenmesinin tanımlanmasında en önemli nokta kümeyi meydana getiren firmalar arasında güçlü bağların bulunmasıdır. Küme kavramını geleneksel endüstriyel bölgelerden yani Marshallcı endüstriyel bölgelerden ayıran yegane özellik de firmalar arası bu network ya da ağdır (Kaygalak, 2011:37). Sanayi kümelerinin endüstriyel bölgeler şeklinde tanımlanması aynı amaca karşılık gelir yani mekânsal yoğunluğun yol açtığı bir kavramdır. Ancak geleneksel (Marshallcı) endüstri bölgeleri rekabet avantajını sağlayacak bir ağ yapıya sahip değildir. Geleneksel sanayi bölgeleri bir arada bulunmadan kaynaklanan çeşitli avantajları elde etseler de küresel bir rekabet avantajına sahip değillerdir. Marshall dönem koşullarına göre endüstriyel bölgelerin dışsallıklarını çok iyi ortaya koymuştur. Dönem itibariyle küresel ekonominin, Finans Coğrafyasının günümüzdeki gibi hareketli olmamasından dolayı küresel çapta bir rekabet avantajından bahsedilmemiştir.

Günümüzün endüstriyel bölgeleri için ise artık rekabet, küresel pazarda yer alabilme çok önemli bir hal almıştır. Endüstriyel bölgelerin kalkınmayla yan yana koyulması devletin yerel yönetimler aracılığıyla bu konuda politikalar yürütmesini sağlamaktadır. Endüstriyel bölgelerdeki ekonomik yapı mekânsal dinamiklerin öneminin daha fazla anlaşılmasını sağlamaktadır.

2.4.2. Yeni Sanayi Odakları

Post-fordist üretim tipinin 1980'lerden itibaren belirgin biçimde önem kazanmasıyla birlikte kalkınma kavramı da değişime uğramış ve ulus devlete değil yerel kavramına işaret etmeye başlamıştır. Yeni sanayi odaklarının coğrafi yoğunlaşmadan sağladığı dışsal faydalar firmaların tarihsel birikiminde verdiği uzmanlıkla aynı coğrafi mekânda yoğunlaşmaları diğer deyişle sanayi kümesi/bölgesi olmalarını sağlamıştır[2].

Merkez-çevre ilişkisi; coğrafi yoğunlaşmanın mekânda kendisine ekonomik bakımdan dezavantajlar oluşturmaya başlaması (olumsuz dışsallıklar) ve firmaların işletme yeri bulamaması ya da firmalar için o mekânın yüksek kira, arazi fiyatlarına sahip olması şeklinde kendini gösterince metropolden çevreye kayma şeklinde ortaya çıkar. Sanayinin yayılım alanına bakıldığında çevreden merkeze doğru bir yayılma söz konusudur. Metropol alanlardan çevreye (kent, bölge) doğru gerçekleşen sanayi yayılması buralarda da sanayi şehirleri oluşturabilir. Nitekim İstanbul metropolü Kocaeli, Sakarya gibi sanayi merkezlerini doğurmuştur. Kümelenme açısından buralar fırsat sahaları olabilir.

Sanayi odaklarının küresel rekabet pazarında daha kolay yer alabilmesi ve esnek uzmanlaşmanın verdiği rekabet avantajıyla yerel/bölgesel kalkınmada büyük öneme sahip olması aynı zamanda tarihsel bir üretim kültürünü elinde bulundurmaları, mekândaki ekonomik işleyişlerini anlama konusunda coğrafi paradigmayı gerekli kılmaktadır.

Sanayi odakları iki boyutuyla ele alınabilir. Bunlardan birincisi geleneksel sanayi odakları, ikincisi ise ileri teknolojili sanayi odaklarıdır. Üretimdeki evrimleşme sürecinin mekâna yansıması da farklı olmaktadır. Geleneksel sanayi odakları küresel rekabet amacı taşımaz buna karşın ileri teknolojili sanayi odakları varlıklarını sürdürebilmek için küresel çapta rekabet etmek zorundadır.

[2] Türkiye'de 1980'lerden sonra ortaya çıkan yeni sanayi odakları farklı bir boyuta sahiptir. Her ne kadar tarihsel birikime sahip olsalar da ortaya çıkışları sanayi kümelerindeki yaşam döngüsünden farklıdır. Denizli, Gaziantep ve Çorum farklı sanayi göstergeleri ile coğrafi bölgeler bağlamında birer yerel sanayi odağı niteliğindedir. Ancak bu illerin gelişimi post-fordist üretim tipiyle gerçekleşmemiştir. Dünyadaki diğer sanayi odaklarında görülen kendiliğinden oluşum buralarda görülmemektedir (Mutluer, 2003:14).

2.4.3. Öğrenen Bölgeler

Coğrafi yığınlaşma/yoğunlaşma, yerel inovatif süreçler günümüzde çeşitli kavramlarla birlikte kullanılmaktadır. Öğrenen bölgeler kavramı da bunlardan biridir. Öğrenen Bölgeler; mekândaki inovatif süreci konu alan gelişip değişen böylelikle küme olmanın sağladığı rekabet avantajlarını devam ettirebilen mekândır. ''Bir bölgenin gelişmişliğinin tanımında artık sadece yatırım miktarının artırılması çok bir anlam ifade etmemekte, bölgenin bir öğrenen bölge haline getirilmesi önem kazanmaktadır'' (Tekeli, 2011:317).

Sanayi kümelerinin rekabet avantajını devam ettirebilmesindeki en önemli faktör küresel pazarda kendi ürünlerini kabul ettirebilmeleridir. Bu durumu sağlayabilmek için ise inovasyon gerekmektedir. Öğrenen bölgeler kavramı da inovatif süreçlere işaret etmektedir.

Öğrenen bölgelerdeki kurumsal yapı da çok önemlidir. Kurumsal küme yapısının inovatif süreçleri teşvik etmesi, üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde üniversitelerin nitelikli eleman yetiştirmesi, yerel yönetimlerin her türlü desteği sağlaması, devletin Ar-Ge çalışmaları için sunduğu fırsatlar vb. tümüyle rekabet avantajının sürekliliğini sağlayabilecek dinamiklerdir. Öğrenen bölgeler inovasyon kabiliyetlerini kurumsal bir yapı içerisinde değiştirip geliştirebilen sanayi mekânlarıdır. Hem öğrenen bölgeler hem yenilikçi çevre yaklaşımı mekândaki sosyal, kültürel, politik ilişkileri içine alır. Öğrenen bölge, bölgesel yenilik sistemleri, teknolojik bilgi transferi, az çok birbirlerine yakın anlamda kullanılan ama farklı manaları olan kavramlardır. Buna karşılık hepsinin ortak amacı bölgesel düzeyde özellikle Kobi'lerde öğrenme ve yenilik düzeyine nasıl destek ve katkıda bulunulacağıdır.

Öğrenen bölgeler esnek üretim alanlarıdır. Müşteri taleplerine seri yanıt verip kendi içerisinde bilgi altyapısının oluştuğu dolayısıyla bilgi paylaşımının gerçekleşebildiği bu yolla inovasyonu hızlı sağlayabilen bölgelerdir. Bu bakımdan kitle üretiminin ortaya çıkardığı geleneksel sanayi bölgelerinden farklılık gösterirler (Bkz. Tablo 2.6).

Tablo 2.6. Kitle Üretim Sistemi ve Öğrenen Bölge Arasındaki Farklılıklar

Kavramlar	*Kitle Üretim Sistemi*	*Öğrenen Ulus/Bölge/Şehir*
Rekabet Yetkinliği	Doğal kaynaklara dayalı karşılaştırmalı üstünlük Fiziksel üstünlük	Bilgi üretimine dayalı sürdürülebilir üstünlük Sürekli eğitim
Üretim Sistemi	Kitle üretimi Değerin kaynağı olarak işgücü	Bilgiye dayalı üretim Değerin kaynağı olarak bilgi
Beşeri Altyapı	Düşük mâliyetli, düşük kalifiyeli işgücü Çalışanların verimliliğini ve etkinliğini maksimize etme Sabit iş eğitimi	Bilgili ve yetenekli işgücü Beşeri kaynakların sürekli gelişimi Sürekli iş eğitimi
Fiziksel/İletişim Altyapısı	Yerele yönelik	Küresele yönelik
Endüstriyel Yönetim Sistemi	Rekabetçi ilişkiler Sabit yönetim	Karşılıklı bağımlı ilişkiler Esnek yönetim

Kaynak: Keskin, 2009:73

2.4.4. Yenilikçi Çevre

Kavram üretimdeki yenilik kabiliyetine atıf yapar. Yerel ve bölgesel kalkınmanın 1980'lerde önem kazanmasıyla yerel dinamiklerin kendi gücünü ortaya koyarak kalkınması anlayışı doğmuş ve küme kavramının politika olarak uygulanmasıyla da öğrenen bölgeler, yenilikçi çevre, network gibi kavramlar da kümelenme, endüstri bölgeleri gibi kavramlarla sık kullanılmaya başlamıştır.

İktisatçıların yenilikçi çevre olarak adlandırdığı ve iletişim, bilgi/beceri aktarımı gibi kritik işbirliği faktörlerini destekleyen yerel ağyapılar uygun yerel koşullarla birlikte rekabetçiliği artıran üstünlüklere sahip olurlar (Akdeve, 2008:3).

Yenilikçi çevre kavramının odağında bilginin taşması, yayılması (spillover) yatar. Firmalar arası rekabetten ve işbirliğinden doğan yararlı bilgiler (firmalar için bu olumlu bir dışsallıktır) kümenin/sanayi bölgesinin kendini geliştirerek yenilemesini sağlar. İnovatif kabiliyeti artıran bu süreç kurumsal bir yapının da olması gerektiğini göstermektedir.

Keskin, (2009:68) çalışmasında yenilikçi çevreyi kurumsal bir bütünlük içerisinde aşağıda ele almaktadır.

Yenilikçi çevre teorisi, firmayı, izole edilmiş tek başına hareket eden bir yenilikçi aktör olarak değil, çevresindeki yenilikçi kapasitesinin bir parçası olarak kabul etmektedir. Yenilikçi çevre teorisinde firma için 3 ana fonksiyonel alan arasında ayrım yapılmıştır. Bunlar; üretim alanı, piyasa alanı ve destek alanıdır.

Yenilikçi çevre teorisinde destek alanı üç tip ilişki çevresinde oluşmaktadır:

- *Firma, firmanın ortakları, tedarikçileri ve müşterileri arasındaki stratejik*

ilişkiler çevresinde

- *Üretim faktörlerinin organize edilmesinde dikkat edilen vasıflı veya*

ayrıcalıklı ilişkiler çevresinde

- *Bölgesel çevreye ait olan aktörler ile stratejik ilişkiler çevresinde*

2.4.5. Ağyapılar (NetWork)

Sanayi kümesiyle doğrudan ilgili olan bir kavramdır ancak üretim biçimindeki farklılıktan dolayı sanayi kümesi ve ağyapılar çeşitli özellikler itibariyle farklılıklar gösterebilir. Sanayi kümesi denildiğinde network yapısından da bahsetmek gerekir. Network yapısının düzenli işleyişi yenilikçi, rekabetçi bir kümeyi oluşturur. Bu işleyiş ise sosyokültürel veya tarihsel üretim kimliği ve kurumsal (yapabilme-öğrenebilme) yeteneğine bağlıdır. ‘’Ağyapı temelli endüstriyel sistemler ya da bölgeler, yerel ekonomik ve sosyal duruma sıkı bir şekilde bağlı olan, esnek ilişkilerin ağı üzerine dayalı, örgütsel ve üretimsel modelden doğmaktadır’’ (Akdeve, 2008:16).

Ağyapılar içerisinde odak noktasını Kobi’ler oluşturmaktadır. Sanayi kümesindeki Kobi’lerin karşılıklı ilişkilerle elde ettikleri becerileri küresel rekabette kümenin becerisine eşdeğer olmaktadır.

Akdeve (2008:20-21)’e göre ağyapıların özellikleri şöyle sıralanabilir:

- *Ağyapılaşma dinamik bir süreçtir.*

- *Ağyapılaşma planlanmaz. Ağyapıyı oluşturan aktörlerin hareketleri ve etkileşimleri ile oluşur.*
- *Bütün işletmeler aynı anda ağyapı kurarlar.*
- *Bütün işletmeler sınırlandırılmış özgürlüklere sahiptir.*
- *Ağyapılaşma işletme tipine göre belirlenmez.*
- *Ağyapılaşma diğerleriyle çalışmayı gerektirir.*
- *Ağyapılaşma iki taraflı ya da çok taraflı olabilir.*
- *Tek başına işbirliği ya da rekabet ile temellendirilemez.*
- *İşletmenin resmine ve diğerlerine göre oluşan konumuna göre şekillenir.*
- *Başkalarıyla ilişki şekliymiş gibi görülür.*

Yukarıdaki özellikler ağyapıların belli bir plan dahilinde gelişmediğini ortaya koymaktadır. Bir üretim sistemi olarak ağyapıların dinamik olabilmesi kurumsal yapının işleyişteki başarısına bağlıdır. Ağyapı içerisinde ilişkilerin monoton bir boyut alması ağyapının yenilik kabiliyetini ortadan kaldırabilir. Bununla birlikte ağyapılar ve kümeler birbirine çok yakın kavramlar olmalarına rağmen çeşitli yönlerden farklılık gösterebilmektedirler (Bkz. Tablo 2.7).

Tablo 2.7. Ağyapılar ve Kümeler Arasındaki Farklılıklar

Özellik	**Ağyapılar**	**Kümeler**
Üyelik	Sınırlı	Açık
İlişkiler	İşbirliği yoluyla rekabet	İşbirliğiyle beraber rekabet
Aktör	Ortak iş hedefleri	Kolektif vizyon
Temel İlişki	Biçimsel ortaklıklar	Biçimsel olmayan ilişki
Ölçek	Limitli, işletmelerarası	Geniş
Bilgi Transferi Şekli	İlişkiler	Mekân/Yakınlık

Kaynak: Akdeve, 2008:42

Ağyapılarla kümeler arasındaki en belirgin faktör; ağyapıların küresel bir bütünlükte olabileceği ve böylelikle bir rekabet gücü elde edilebileceğiyken kümelerin coğrafi yakınlıktan doğan olumlu dışsallıklarla birlikte bir rekabet avantajı elde edebileceğidir. Bunun yanında ağyapılar; kıtalararası, denizaşırı olabilirken kümeler için coğrafi yakınlık şarttır.

2.4.6. Bölgesel İnovasyon (Yenilik) Sistemleri

Kavram mekânsal inovasyon terimlerinden birisi olarak görülebilir. Kümelenmenin çok boyutlu olması literatürde bahsi geçen kavramların da değişik şekillerde belirtilip açıklanmasını doğurmuştur. Ancak gerek öğrenen bölgeler gerek yenilikçi çevre gerekse de bölgesel yenilik sistemleri kümede küresel çapta rekabeti sağlayan inovasyon kabiliyetinin kurumsal bir kimlikle gerçekleştirilmesine gönderme yapar. ‘’Rekabetin artarak keskinleştiği günümüzde bölge ekonomisinin rekabet gücü ürün, süreç ve örgütsel alanında gerçekleştirilen yeniliğe bağlı olarak gelişmektedir’’ (Akdeve, 2008:45).

Bölgesel kalkınmanın odağında bölgenin üretim süreci ve kurumsal yapısında gerçekleştirdiği inovatif hareketlere bağlıdır. Bölgesel inovasyon sistemi ortaklaşa öğrenmeyi ve sürdürülebilir yeniliği öngörür. Aynı zamanda mekândaki üretim sistemi, biçimi gibi tarihsel birikime dayalı faktörler de sosyokültürel yapının bir ürünüdür. Öğrenme ve yeniliğin kurumsal bir kimliğe bürünmesi bölgesel inovatif süreçlerin yerel kalkınmayla birlikte düşünülmesini sağlar.

Mekânsal yenilik sistemleri olarak adlandırdığımız kavramların (yenilikçi çevre, endüstriyel bölge, bölgesel inovasyon sistemleri, yeni sanayi odakları, öğrenen bölge) özelliklerini aşağıdaki tabloda görebiliriz (Bkz. Tablo 2.8).

Tablo 2.8. Mekânsal Yenilik Modellerinin Temel Özellikleri

İnovasyonun Özellikleri	Yenilikçi Çevre	Endüstriyel Bölge	Bölgesel İnovasyon Sistemleri	Yeni Sanayi Odakları	Öğrenen Bölge	*Coğrafyacılardan farklı olarak Porter Modeli
Çekirdek İnovasyon Dinamiklerinin Ana Unsurları	Firmaların aynı çevredeki diğer aktörlerle ilişkileri yoluyla yenilik yapma kapasitesi	Aktörlerin inovasyonu ortak değerler sistemi içinde uygulama kapasitesi	İnovasyon araştırma ve geliştirmenin karşılıklı etkileşimli, kümülatif ve özel bir sürecidir.	AR-GE"nin ve onun uygulamasının bir sonucudur veyeni üretim metotlarının uygulanması (örneğin JIT)	Bölgesel inovasyon sistemleri gibi fakat teknolojinin ve kurumların birbirine bağlı evrimleşmesi vurgulanır.	*Bilgi paylaşımının getirdiği ortak rekabet gücü*
Kurumların Rolü	Araştırma sürecinde kurumların çok önemli rolü var (üniversiteler, firmalar,kamu kurumları vs.)	Kurumlar, inovasyon ve kalkınmayı besleyen sosyal düzenlemeyi sağlar	Yeni sanayi odaklarında olduğu gibi tanımlamalar yazarlar arasında farklılık göstermektedir fakat hepsi kurumların hem örgütün içinde hem de dışında davranış düzenleme lerine öncüllük ettiğine katılmaktadır.	Firmalar arası işlemlerin koordinasyonun da ve girişimsel aktivitenin dinamikleri konusunda sosyal düzenlemeler	Bölgesel inovasyon sistemleri gibi fakat kurumların rolü üzerine daha güçlü odaklanma vardır	*Kümelenmenin bir politika olarak uygulanmasında ilgili kurum, kuruluşlar arasındaki ilişkiler*
Bölgesel Kalkınma	Bölgesel görüş yenilikçi çevre ve aktörlerin bir atmosfer içinde yenilik yapma kapasitesi üzerine kuruludur.	Bölgesel görüş mekânsal birlik (dayanışma) ve bölgenin esnekliği üzerine kuruludur.	Bu esneklik inovasyonun bir parçasıdır. Bölge, karşılıklı etkileşimli öğrenmenin ve yönlendirici düzenlemenin bir sistemi olarak görülür.	Sosyal düzenleme ve yığınlaşmış üretim sistemleri arasında karşılıklı etkileşim	Çift dinamik: teknolojik ve tekno-örgütsel dinamikler; sosyoekonomik ve kurumsal dinamikler	*İşletmeler arası işbirliği ve inovasyon gücüyle rekabet avantajı elde edilebilmesi, yerel uzmanlaşma ve yerel/bölgesel kalkınma*
Kültür	Güven ve karşılıklı ilişkiler kültürü	Endüstriyel bölge aktörleri arasında paylaşılan değerler: güven ve karşılıklılık	Öğrenmenin kaynağı karşılıklı etkileşimdir.	Network ve sosyal karşılıklı etkileşim kültürü	Yeni sanayi odaklarındaki gibi fakat ekonomik ve sosyo-kültürel hayat arasındaki karşılıklı etkileşime daha güçlü odaklanma	*Karşılıklı güven ve bu güvene bağlı olarak oluşan çeşitli iş ilişkileri*
Aktörler Arasındaki İlişki Tipleri	Destek alanının rolü: firmalar arasında, firmalarla firmanın ortakları, tedarikçiler ve müşterileri arasında stratejik ilişkiler	Network sosyal bir düzenleme Örneğidir ve disiplinin kaynağıdır. Network hem rekabetin hem de işbirliğinin birlikte var olmasını olanaklı kılar	Network, karşılıklı etkileşimli öğrenmenin bir örgütsel biçimidir.	Firmalar arası işlemler	Aktörlerin networkü	*Firmalar arası ve ilgili kurum, kuruluşlar arasındaki ilişkiler, network ağı*

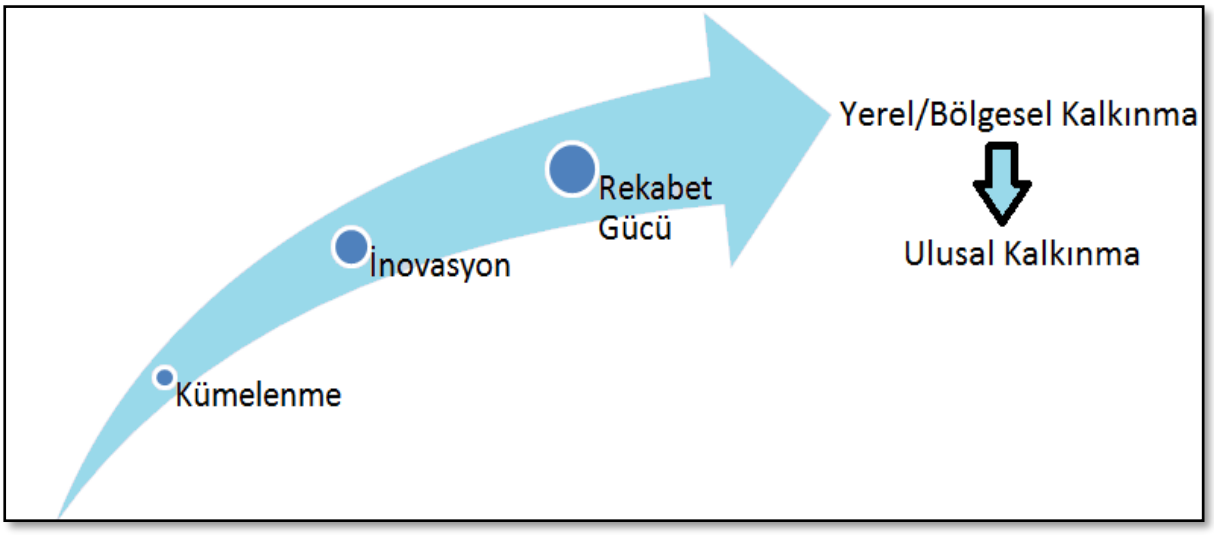
* Bu bölüm yazar tarafından oluşturulmuştur.
Kaynak: Keskin, 2009:76

2.5. Diğer Kuramsal Çerçeveler: Porter'ın Elmas Modeli

Kümelenme, yerel dinamiklerin ortaya çıkarılması suretiyle kalkınmanın gerçekleşmesini sağlar. Aynı işi yapan işletmelerin mekânda yoğunlaşması onlar için çeşitli avantajlar yaratır. Kümelenmeyi kuramsal olarak ortaya atan Porter'a göre rekabet avantajını ülke içinde faaliyet gösteren işletmeler oluşturmaktadır. Elmas Modelinde de Porter rekabet avantajının odağına yerel dinamikleri oturtmaktadır (Gürpınar ve Sandıkçı, 2008:105).

Bu fırsatlar hem işletmelerin pazar gücüne hem de ortaya çıkardığı dinamizmle yerel kalkınmaya olanak sağlar. Kümelenmenin kuramsal yapısında inovasyon, rekabet gücü ve kalkınma birlikte rol oynamaktadır. İnovasyon rekabet gücüne olanak sağlarken, rekabet gücü kalkınmaya imkân tanır. Tüm bunlar ise iyi işleyen bir kümeyle mümkün olabilir. Yani kümelenme tüm bu süreçlerin başlatıcısı konumundadır. Dolayısıyla yerel/bölgesel kalkınma bu yolla gerçekleştirilebilirken diğer taraftan ulusal kalkınmaya pozitif yansımaları olur (Bkz. Şekil 2.5).

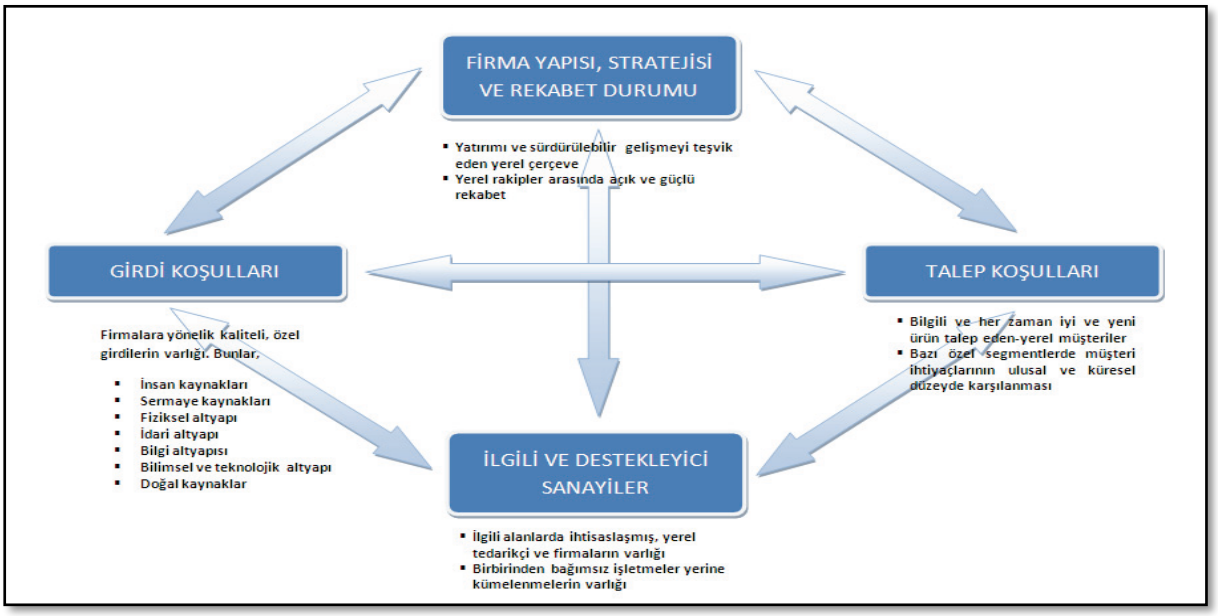
Şekil 2.5. Kümelenme-Kalkınma Boyutu



Kaynak: Yazar.

Bölgesel kalkınmanın dinamiğini oluşturan bir model olarak kümelenme ise Porter'ın Elmas Modelinde birkaç dinamiğe bağlı olarak ele alınmıştır. Buna göre Porter'ın modeli dört temel bileşenden oluşur (Alsaç, 2010; Bkz. Şekil 2.6).

Şekil 2.6. Porter'ın Elmas Modeli



Kaynak: Alsaç, 2010:17

Porter'ın bu modeline göre; girdi koşulları (emek, sermaye, fiziki altyapı gibi unsurlar) bir kümenin oluşumunda etkilidir. Elmas Modeline göre kümenin oluşabilmesi ve işlerlik kazanabilmesi için firmaların bir arada bulunmasından kaynaklanan avantajların olması gerekir ki küme firmalar için çekim merkezi olabilsin ve bu yolla mekânda lokalizasyon yığılma ekonomileri gerçekleşebilsin. Aynı zamanda kümelenmeyle ilgili kuruluşların varlığı (ilgili bakanlıklar, Kalkınma Ajansları, STK'lar) da küme oluşumunda etkilidir. Bu kuruluşlar yerelin rekabet dinamiğini ortaya çıkarabilmesinde büyük paya sahiptir.

Talep ise belki de bu belirleyicilerin içinde en önemli yere sahiptir. Müşterinin istekleri, beklentileri küme oluşumunda etkin olabildiği gibi aynı zamanda inovasyon kabiliyetini de etkiler. Talep firmaların üretimlerinde yenilik yapması ve bunu devam ettirebilmesinde

belirleyici role sahiptir. Müşterinin talebindeki beklenti hızına yetişemeyen firmaların rekabet gücü elde edebilmesi mümkün değildir.

Firmanın piyasada monopol güce sahip olması/olmaması, kurulduğu mekânda rekabet edebileceği firmaların bulunması/bulunmaması ve işletmenin yönetim yapısı küme oluşumunda etkilidir. İşletmelerin rakipleriyle mücadelesi bölgesel bir yenilik sisteminin oluşmasına olanak sağlar (inovatif süreçler).

Porter'ın Elmas Modelindeki diğer bileşenlerden olan *''devlet''* etkisi, yerelin kalkınmasına etki edecek ve diğer değişkenleri belirleyecek bir yapıya sahip olmasıdır. Diğer bileşen ise *''şans''* kavramıdır ki o da kontrol edilemez ancak bazı etmenlere bağlı olarak rekabet ortamını değiştirebilir (savaşlar, doğal afetler gibi). Porter'ın modelini farklı kılan etmen endüstriyel bölgeler, öğrenen bölgeler, yenilikçi çevre, bölgesel yenilik sistemleri, ağyapılar gibi coğrafi yoğunluğa, teknolojik üstünlüğün dolayısıyla yenilikçiliğin önemine atıf yapan bir model olmasıdır. Diğer modeller var olanın coğrafi yoğunlaşmanın/yığınlaşmanın, yığılma ekonomilerinin avantajlarını ortaya koyarken Porter'ın Elmas Modeli olması gerekenin sunduğu avantajları ortaya koyar (kümelerin Porter'a göre ihracat kapasitesi yöntemiyle belirlenmesi ve coğrafi yakınlığın ortaya çıkardığı avantajların bir politikayla yürütülerek şekillendirilmesi ve yerel/bölgesel kalkınmanın sağlanması).

Porter'ın çalışması var olan kümelerin ortaya çıkarılması ve bu kümelere rekabet avantajı kazandırılmasını içermiyordu ancak sunduğu Elmas Modeliyle kümeyi yaratma amacını içeriyordu. Elmas Modelinin bu denli benimsenmesi politika uygulamadaki belirsizliği ortadan kaldırarak bir plan sunması olarak değerlendirilebilir.

Bu anlamda Porter ortaya koyduğu modelle yerelin kendi dinamikleriyle kalkınmasını planlamakta ve salt ulusal politikalarla yerelin yönlendirilmesi değil yerelin kendi gücüyle rekabet avantajı yakalayarak kalkınmasını öngörmektedir. Kümelenmenin bir politika olarak uygulanıp başarılı olabilmesi (uluslararası rekabeti sağlayabilmek) için politika yapıcılar ile

firmalar arasında güçlü bir iletişimin (finans, danışmanlık vb.) olması gerekir. Porter'ın ortaya koyduğu Elmas Modeli kümelenmenin uygulanabilmesi için gerekli olan noktaları açıklar.

2.6. Kümelerin Kritik Başarı Faktörleri ve Temel Rekabetçilik Göstergeleri

Temel rekabetçilik göstergeleri kümelerin küresel pazara entegrasyonuyla ilgilidir. Kümelerin başarılarındaki kritik faktörler (istihdam, inovasyon, verimlilik, işbirliği, vb.) kümenin başarısında, rekabet gücünde belirleyici olabildiği gibi aynı zamanda yerel kalkınma için de bir fırsat penceresidir. Çünkü istihdam başta olmak üzere küme çeşitli şekillerle yerel nüfusa katkı yapar. İnovatif süreçlerin de kurumsal bir kimlikle sürdürülebilmesi sosyokültürel yapıyı da üretkenlik alanında değişime sevkeder.

Küreselleşmeyle beraber değişen ekonomik yapılar güçlü-zayıf ayrımını bulanıklaştırmıştır. Bilgi ve inovasyon sayesinde rekabet gücünü elinde bulunduran yereller, bölgeler, ülkeler yüksek performanslar yaratabilmektedir. Hindistan gibi gelişmekte olan bir ülke dünya yazılım piyasasında Japonya'nın önünde yer alabilmektedir (Keskin, 2009:19-20).

Rekabet gücünün ana noktalarından birisi, ilgili endüstrilerin rekabeti artıracak şekilde yapılanmasıdır/yapılandırılmasıdır. Bu noktada devletin rekabet gücünü artırmaya yönelik politikaları (firmalar için dışsal ekonomiye karşılık gelir), sosyal sermaye (firmaların aynı mekânda bulunmasından dolayı kazandıkları avantajlar-güven gibi) unsurları büyük öneme sahiptir.

2.6.1. İstihdam

Kümelenme bölgesel kalkınma aracı olarak işletmelere bilgi paylaşımı, yenilik gibi verimliliklerini artırıcı özellikler kazandırırken diğer yandan firmalar için yer seçim tercihlerinde daha avantajlı olduğundan yereldeki istihdamın artışına da pozitif yönde etki eder. İşletmelerin faaliyetlerinde artan verimlilik kârlılıklarına yansır ve bölge yeni işletmeleri kendine çeker bu sayede istihdam olanakları artar (Alsaç, 2010:55).

Kobi'lerin[3] esnek üretim sistemine ayak uydurabilmesi onlara kolay rekabet edebilme yeteneği kazandırır ve kümelerde yeni işletmelerin kurulmasını sağlar bu yolla Kobi'ler yereldeki istihdama önemli katkıda bulunur (Şişman, 2012:114). Bu bakımdan Kobi'lerin esnek üretime en uygun üretim tipi olduğu söylenebilir.

Bununla birlikte üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde üniversitelerin yetiştirdiği uzman nitelikli işgücünün kümelerde görev alması hem istihdam kapasitesini hem de kümenin yenilik yapabilme yeteneğini artırır. Kümelenmelerin dayanak noktaları olan mekânsal yakınlık ve ilişki ağları, işletmelere kendi esnek yapılarından vazgeçmeden, büyük ölçekliymiş ya da resmi olarak diğer işletmelerle birleşmiş gibi fayda elde etmelerini sağlamaktadır.

2.6.2. İnovasyon

İnovasyon temel rekabetçilik kavramlarının başında gelmektedir. Çünkü sanayi kümesinde yenilik sürdürülebilir boyutta olmazsa rekabet gücü yitirilir. Küresel dünyada maksimuma çıkan bir rekabet pazarında yer alabilmek ancak yenilikçi yönde evrilmek ve gelişmekle mümkündür. ''İnovasyon en geniş anlamıyla, bilginin ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürülmesi olarak tanımlanır. Firmalar için inovasyon, verimliliği ve kârlılığı artırdığından, yeni pazarlara girilmesini ve mevcut pazarın büyütülmesini sağladığından çok önemli bir rekabet aracıdır'' (Elçi, 2009:62).

Ulusal ekonomik büyümenin farklı şekillerde gerçekleştirilmesinin anlaşılmasıyla önem kazanan yerel dinamikler elde ettikleri inovasyon kabiliyetiyle hem yerel ve bölgesel kalkınmaya hem de ulusal ekonominin kalkınmasına yardım eder.

---

[3] Dünyada olduğu gibi Türkiye ekonomisinde de KOBİ'lerin katkıları beş maddede toplanabilir: (Bayülken ve Kütükoğlu, 2012:15)
İstihdam yaratılması
Esneklikleri sayesinde yeniliklere hızlı uyum
Girişimciliği teşvik
Butik üretim sayesinde ürün farklılaşması
Büyük işletmelere ara mal temini.

Dünyada yaşanan gelişmeler (küreselleşme, yeni ekonomi) ve yaşanan dönüşümler karşısında, bölgeye bakış açısı ve bölgesel kalkınma konusu da değişime uğramaktadır. Bilginin artan önemi, inovasyona dayalı politikalar sonucunda, geleneksel bölgesel kalkınma anlayışı ve araçları yerini; yeni bölgesel kalkınma anlayışına ve bu yaklaşımda öğrenme-işbirliği-bilgi-inovasyona ağırlık veren politikalara ve araçlara bırakmaktadır (Keskin, 2009:5). İnovasyonun kalkınmaya olan etkisi mekândaki ekonomik işleyişin hareketliliği (kümenin yarattığı pozitif dışsallıklar, network ağı, kümeye devlet tarafından sağlanan fonlar vb.) sonucunda ortaya çıkar. Yani sanayi kümesindeki avantajların kullanılması sonucunda gerçekleşen bilgi birikimi, bilgi taşması, birlikte hareket etme düşüncesi inovasyona etki eder. Sanayi kümesinin elde ettiği inovasyon kabiliyetiyle sağladığı rekabet gücü yerel ekonomi için istihdam alanı da oluşturur. Dolayısıyla inovasyon, rekabet gücü ve yerel kalkınmanın hem nedeni hem sonucu olur.

Bununla birlikte kümenin kurumsal bir yapıya sahip olması firmalara verilen destekle inovasyonu daha kolay hale getirir ve böylelikle daha iyi bir verimlilik sağlanır. Kümelenmenin inovasyonla birlikte anılması kavramın kümelenmede ne denli önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

2.6.3. Verimlilik

Verimlilik, firma ve sektör bazlı işlerken iş ve işgücü performansıyla ilgilidir. İşletmelerin inovatif kabiliyet kazanabilmeleri ve bu yolla rekabet gücü elde edebilmeleri verimlilik artışıyla mümkündür. İşletmeler verimlilik artışı sağlarsa sektörde de bir devinim gerçekleşir ve küresel pazarda bir rekabet gücü ortaya çıkar. Kümelenme kuramını ortaya atan Porter da verimliliği rekabet gücüyle eşdeğer ele almaktadır (Gökmenoğlu vd., 2012:5). Kümelenmenin firmalar arası bilgi akışına olanak sağlaması sektörel yenilikçiliği ve bölgesel rekabet gücünü artırırken işletmelerin verimliliğinde de artışı mümkün kılar.

İşletmelerin coğrafi yakınlığı onlara bir bedel ödemeden öğrenme ve uygulama avantajı sağlar. Bu yolla sanayi kümesi inovasyon yoluyla rekabet gücüne sahip olur. Rekabet avantajı ise firma ve sektörel anlamda verimlilik artışıyla gerçekleştirilebilir (Çelik, 2008:7).

2.6.4. İşbirliği

İşbirliği kümelenmenin odak noktasını oluşturur. Taşma etkisinin yaratılmasında işbirliği çok önemli bir rol oynar. Küme içerisinde işbirliğinin getirdiği karşılıklı bilgi paylaşımıyla hızlanan inovasyon kabiliyeti küresel boyutta rekabet üstünlüğü sağlar. Gerek işleyen kümeler, gerekse devlet eliyle kurulan kümelerde rekabet avantajını sağlayan en önemli etmen firmalar arası işbirliğidir. Küme içinde yer alan firma küme içindeki diğer firmalarla sağladığı yakın ilişkiler dolayısıyla ve farklı paylaşımları neticesinde işbirliğine gidebilir ve küme dışında kendi ile eş özellikleri sağlayan diğer firmalara karşı daha güçlü olma avantajını kullanma imkânına sahip olabilir (Çelik, 2008:8).

Küme içinde yer alan firmaların birbiriyle rakip olması aynı zamanda çeşitli konularda işbirliği içinde olması kümede yenilik faaliyetlerinin gelişimini sağlar. Kümelerin rekabetçi avantajlarından olan işbirliğiyle birlikte firmalar bilgiye bedelsiz bir şekilde ulaşır. Bilgi taşması denilen kavram birbiriyle rakip firmaların işbirliği neticesinde ortaya çıkan inovasyona zemin hazırlayan görerek uygulama, farklı fikirler, tasarımlar (müşteri memnuniyetine etki eden diğer faktörler) sayesinde gerçekleşir ve böylelikle rekabet gücü elde edilir.

İşbirliğinin kümede hayati bir öneme sahip olduğunu anlamamıza aşağıdaki örnek güzel bir anlatım olacaktır:

> *Pakistan Tekstil Kümesi başarı gösteren bir kümedir. Küme çalışmaları kapsamında öncelikle tekstil firmaları arasında işbirliğinin oluşturulması konusunda çalışmalar yapılmış ve işbirliğinin rekabeti olumsuz etkileyen bir etken değil aksine her alanda gelişmeyi sağlayacak bir araç olduğu kümeye aşılanmıştır. İşbirliklerinin geliştirilmesi ile birlikte kümede Ar-Ge çalışmaları da hızlanmıştır. Devlet desteği ile kurulan bu küme ihracat rakamlarını sürekli artıran bir trend göstermiştir. Özellikle temel tekstil*

ürünlerinin ihracatının yanı sıra katma değeri olan tekstil ürünlerinin ihracatını 2000 yılından bu yana yaklaşık iki katına çıkarmayı başarmış ve böylece dünyada tekstil sektöründe söz sahibi olmaya aday bir ülke haline gelmiştir (Erkek ve Öselmiş, 2011:43).

Kümelenme bir politika olarak uygulandığında gelişmekte olan ekonomilerin de sektör itibariyle gelişmiş ülkelerin daha önünde yer alabilmesine imkân tanır. Bu bakımdan kümelenme yerelin kendine özgü mekânsal bir davranışıdır.

2.6.5. Taşma Etkisi (Bilginin Yayılması)

İşbirliği ve taşma etkisi birbirini tamamlayan kavramlardır. Bir kümedeki işbirliği taşma etkisi yaratırken (işletmelerin bilgi paylaşımı), taşma etkisi de birlikte öğrenmenin küme içinde daha avantajlı bir durum olduğunu ortaya koyar. Küme içindeki işletmeler her ne kadar birbirleriyle rakip olsalar da aynı zamanda çeşitli yollarla birbirine destek sağlarlar. Bu destek işletmeler arası bilgi paylaşımı (bir yemekte, formal veya informal sohbette vb. yollarla) şeklinde kendini gösterir ve kümenin küresel pazarda rekabet avantajı elde edebilmesini sağlar.

İşletmelerin sahip olduğu bilgiyi kullanmaları, diğer işletmelerden yeni fikirler almaları kümenin inovasyon kabiliyetini artırır ve yaratılan bilgi taşmasıyla inovasyon reinovasyon boyutunda devam eder. Ancak kümenin kurumsal bir yapıya sahip olmaması bilgi taşmalarının boyutunu azaltabilir aynı zamanda kümede oluşan ilişkiler monoton bir boyut alarak kümeyi durağan bir hale sokabilir.

2.6.6. Girişimcilik

Kümelenme politikasının hedeflerinden biri de kümede sağlanan dışsallıklarla kümeye yeni Kobi'ler çekmek, girişimcilik ruhunu artırmaktır. Böylelikle kümedeki istihdam gücü de artar. İşletmeler lokasyon tercihlerini yaparken en kârlı yeri seçme eğilimindedir. Mal ve hizmetlere ulaşım, bedel ödemeksizin sahip olunan imkânlar işletmeler için kümeyi cazip

kılar ve girişimcilik ruhuyla birlikte kümeye yeni işletmeler eklenir bu yolla istihdam artışı sağlanır.

Aynı zamanda uzman işgücünün kümede görev almasına da olumlu yönde etkisi olur. ‘’Dokuzuncu Kalkınma Planında; Bölgesel Kalkınma Ajanslarının desteklenmesi, azgelişmiş bölgelerde yerel düzeyde uzmanlaşmayı destekleyecek şekilde beşeri kaynaklar geliştirilmesi, girişimcilik, bölgelerdeki rekabet avantajının arttırılması gibi konulara ağırlık verilmiştir’’ (Savran, 2007:75).

2.6.7. Sosyal Sermaye ve Güven

İnsanlar arası karşılıklı güven sonucunda ortaya çıkan sosyal sermaye küme içerisinde işbirliği yaratır. Bu işbirliği kümenin yenilik kabiliyetlerini artırırken küresel rekabette firmalara bir bedel ödemeden sahip oldukları avantajı kullanmalarını sağlar. Sosyal sermayenin ekonomik kalkınma üzerindeki etkilerini açıklamada üzerinde durulan olgulardan birisi güvendir. Sosyal araştırmacılar, farklı sosyal ve politik çevrede örnekleri görülen çeşitli düzeydeki işbirliği faaliyetlerini değerlendirirken güven olgusunu oldukça sık kullanırlar.

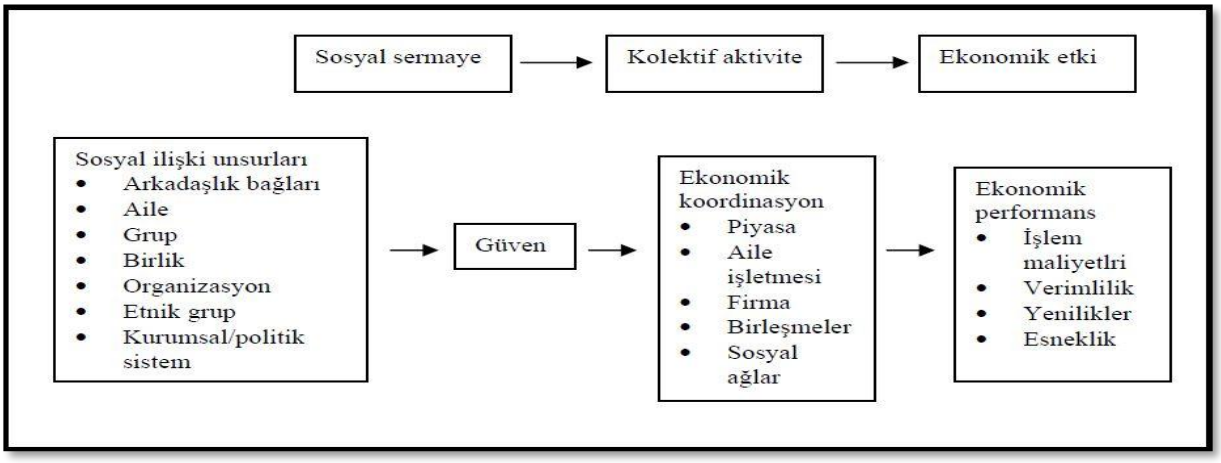
Sosyal sermaye ile güven arasındaki ilişkiler çok yönlü ve karşılıklıdır, iki olgu da birbirini destekleyici bir özellik sergiler. Mekânın kendine özgü organizasyon yapısı onu diğer mekânlardan farklı kılacak sosyal sermaye unsurlarına sahip olmasına imkân tanır.

> *İtalya’da endüstriyel bölgelerin büyük bir kısmı, Üçüncü İtalya adı verilen bölgede bulunur. Üçüncü İtalya’da endüstriyel gelişme örnekleri, ülkenin kuzey-batı bölgelerinden farklılık arz eder. Bölgede ekonomik işbirliğinin yanısıra kurumsal ve politik işbirliğinin varlığı dikkati çekmektedir. Her alanda görülen işbirliği kültürü bu bölgeyi İtalya’nın diğer bölgelerinden ayırır ve bölgenin sosyal sermayesi sosyal gelenekleri içerisinde gizlidir* (Çetin, 2006:78-79).

Sosyal yapının ortaya çıkardığı sosyal sermayenin oluşturduğu güven ekonomik etki yaratır. Bu sayede herhangi bir sektördeki kümelenme daha kolay gerçekleşir. Sosyal ilişki unsurlarının (arkadaşlık bağları, aile, grup vb.) ortaya çıkardığı *güven* ekonomik birliktelikler

sağlayabilir (kümelenme için avantaj), bunun sonucunda ise işlem mâliyetleri düşerken verimlilik ve yenilik artar rekabet gücü elde edilir (Bkz. Şekil 2.7).

Şekil 2.7. Sosyal Sermayenin Yarattığı Ekonomik Etki



Kaynak: Çetin, 2006:77

Sosyal sermaye, oluşturduğu arkadaşlık bağları, birliktelik anlayışı ile kolektif aktiviteyi artırır ortak iş kültürü oluşturur. Sanayi kümesi içerisindeki karşılıklı güvenin oluşması işletmeler arası bilgi taşmalarının daha kolay gerçekleşmesini sağlar. Üçüncü İtalya örneğinde İtalya'nın kuzey ve batı bölgelerinden farklı bir gelişme yaşanmıştır. Bu gelişme sürecinde sosyal sermayenin rolünü görmek mümkündür.

Sosyal sermaye birlikte üretilme gücüne erişilmesini sağlar. Sanayi kümelerinin başarısı karşılıklı güven neticesinde ortaya çıkan işletmeler arası bilgi akışına bağlıdır. Karşılıklı bilgi akışı bir taraftan yenilikçiliği desteklerken diğer taraftan ekonomik birliktelik sağlayarak olası ekonomik bir krize karşı koyabilme imkânı tanır.

2.6.8. Kurumsal Yapı

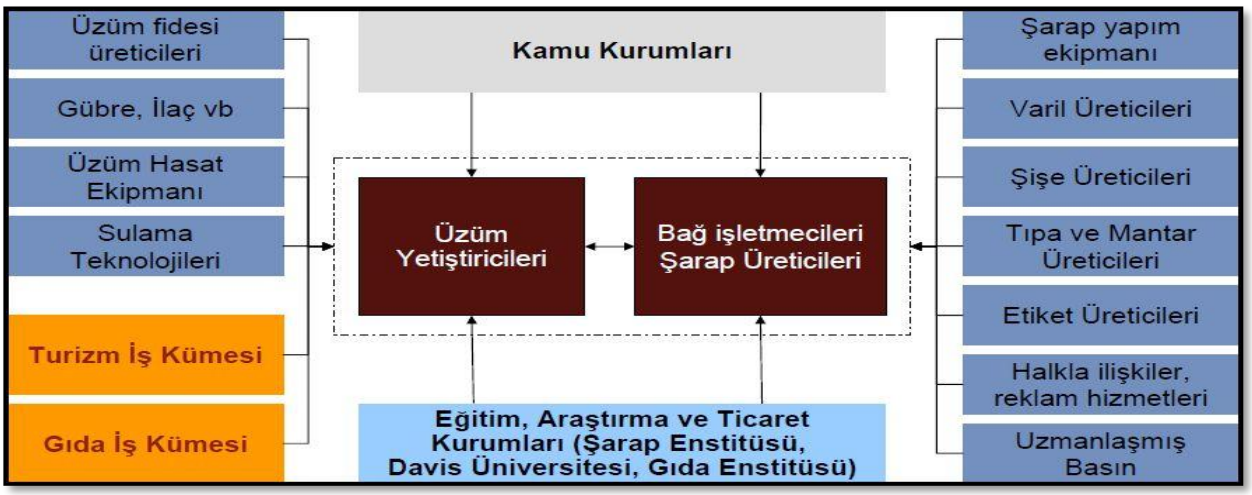
Kümelerin işleyişinde sahip olduğu kurumsal kimlik çok önemlidir. Mekânsal inovasyon modelleri olarak adlandırdığımız (öğrenen bölgeler, yenilikçi çevre, yerel ve bölgesel üretim-yenilik sistemleri vb.) kavramların tümü kurumsal bir yapıyla birlikte işleyen

bir kümeden bahseder. Küme içindeki işbirliğinin devamlı olması, inovasyonun daha hızlı ve kolay yayılması, yeni girişimciler için kümenin çekici hale gelmesi kurumsal bir işleyişle mümkün hale gelebilir. Kurumsal yapının gelişmesi; karar alma, uygulama ve kontrolü için gerekli çerçeveyi sağlar ve aktörler arası işbirliğinin oluşmasına olumlu yönde etki eder (Yücer, 2008:48).

Küme olarak kabul edilen bir sanayi bölgesinin gelişiminde önemli unsurlardan biri olan kurumsal yapı kümenin endüstriyel, ekonomik ve mekânsal evriminde anahtar rol oynamakta ve endüstriyel dönüşüm devam ettikçe bu kurumsal yapı da değişmektedir (Kaygalak, 2011:280).

Aşağıdaki şekil bize Kaliforniya'daki Napa Şarap Vadisi küme kurumsal yapısını gösteriyor. Küme içinde birbirleri ile ilgili konularda faaliyet gösteren işletmeleri, kamu kurumlarının ve araştırma kurumları ile üniversitenin üzüm yetiştiricileri ve bağ işletmecileri ile şarap üreticilerine sağladığı desteği, üretimin her aşamasından paketlemenin tüm aşamalarına kadarki işbirliğini aynı zamanda turizm iş kümesi ve gıda iş kümesiyle olan yakın ilişkileri görmek mümkün (kurumsal yapıya bir örnek, Bkz. Şekil 2.8).

Şekil 2.8. Kaliforniya Napa Vadisi Şarap İş Kümesi Kurumsal Yapısı



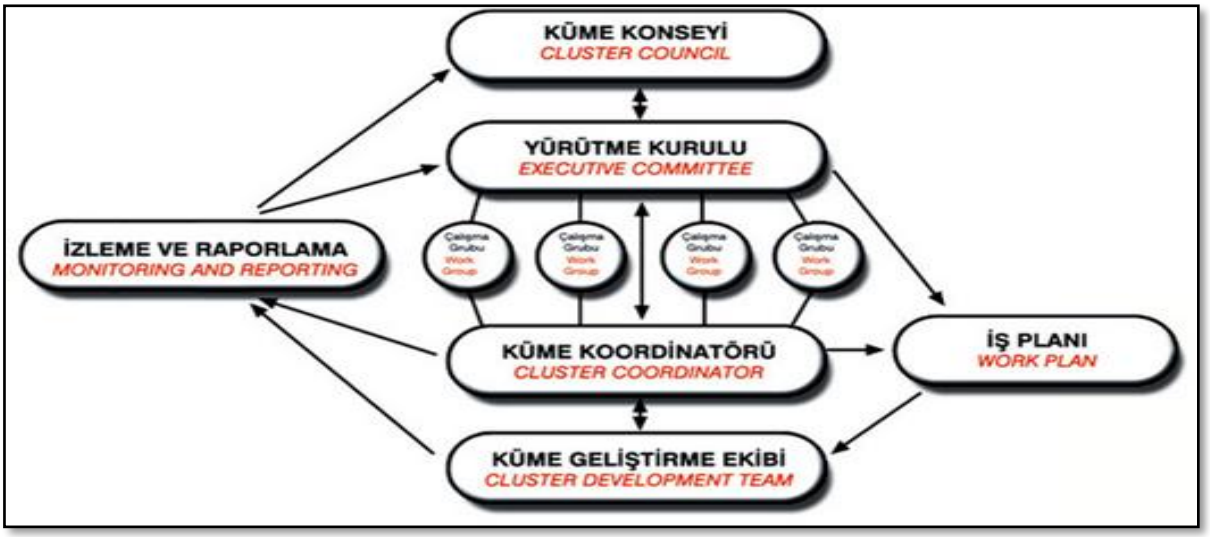
Kaynak: Gürsoy, 2008:12

Gelişmiş kümelerdeki kurumsal yapıyla henüz gelişim aşamasındaki kümelerdeki kurumsal yapılar birbirinden farklıdır. Bu bakımdan bir karşılaştırma anlamında Napa Vadisi şarap iş kümesi kümelenmenin başarılı bir mekânsal, sosyal, ekonomik yansımasını gösterirken Ostim medikal kümesinin (Bkz. Şekil 2.9) kurumsal yapısını ele aldığımızda yönetimsel bazda bir kurumsal yapının olduğunu görüyoruz, Napa Vadisi şarap iş kümesi gibi üretimden tüketiciye ulaşana kadarki bir aşama göremiyoruz. Ancak yönetimsel anlamda bir oluşum bu işin başlangıcını oluşturabilir.

Medikal sanayisi kümelenme konseyi içerisinde çalışma gruplarından oluşan ve birbiriyle ilişkili olarak yürütme kurulu ve küme koordinatörü bulunurken, küme geliştirme ekibiyle küme koordinatörü izleme ve raporlarını yürütme kuruluna ve küme konseyine sunarlar sonrasında bu değerlendirmelerle küme koordinatörü yürütme kuruluyla birlikte bir iş planı hazırlar ardından küme geliştirme ekibine sunarlar ve küme çalışmaları bu şekilde devam eder.

Medikal sanayi kümelenme konseyi içerisinde; Sağlık Bakanlığı, üreticiler, destek mekanizmaları, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler yer alırken küme yürütme kurulunda Ankara Üniversitesi'nin, ASO'nun, Başkent Üniversitesi'nin, Fatih Üniversitesi'nin, Gülhane Askeri Tıp Akademisi'nin (GATA), Hacettepe Üniversitesi'nin, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı'nın (KOSGEB), Medikal Sanayi Kümesi'nin, ODTÜ'nün (Orta Doğu Teknik Üniversitesi), ODTÜ-Teknokent'in, Ostim OSB'nin, Özel Hastaneler Platformu'nun, Sağlık Bakanlığı'nın, Türkiye Sağlık Endüstrisi İşverenleri Sendikası'nın, TTGV'nin (Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı) ve TÜBİTAK'ın (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu) temsilcileri yer almaktadır. Küme geliştirme ekibinde ise; küme koordinatörü, sektör danışmanları ve akademisyenler bulunmaktadır.

Şekil 2.9. Ostim Medikal Kümesi Kurumsal Yapısı



Kaynak: Medikal Sanayi Rehberi, 2011:9

III. BÖLÜM: ANKARA VE OSTİM'DE SANAYİNİN TEMELLERİ

3.1. Ankara Sanayisinin Gelişimi

Cumhuriyet önceki süreçte Ankara yaklaşık 30 bin nüfuslu bir kentti. Dönem koşullarına göre Ankara bir ticari kent kimliğine sahipti. Tiftik dokumacılığı ve dericiliğin kent ekonomisine büyük katkısı vardı.

> *Kurtuluş Savaşı'nda ülke için Ankara'da savunma sanayisinin merkez haline gelmesi, 1921 yılında Eskişehir'deki silah tezgâhlarının Ankara'ya taşınması, Ankara'da özellikle savunma sanayinin çekirdeğini oluşturmuştur. Ankara'nın siyasal karar merkezi olmasından dolayı savunma sanayisi gelişimini daha sonraları, Ostim'de bir Savunma Sanayisi Kümelenmesinin oluşumunu sağlayacaktır* (Tekeli 2010:134).

Başkent olduktan sonraki dönemde devlet kurumlarının Ankara'da örgütlenmeye başlaması, idari binaların yapımı gibi etmenler Ankara'yı farklı ticari sektörlere sürükledi. İnşaat malzemeleriyle ilgili imalathaneler kurulmaya başladı. İnşaat malzemelerine yönelik işletmeler ve Ankara'nın başkent kimliğiyle ilgili olarak altyapı ve üstyapı hizmetleri çeşitli fabrikaların (havagazı fabrikası, dokuma) kurulmasını sağlamış ve mekânsal değişimlere yol açmıştır. Kentin bu değişkenlere bağlı anlamda nüfus olarak büyümeye başlaması bir yandan işyeri sayısını artırırken istihdamı da artırdı. Başkent olmanın sağladığı çeşitli çekicilikler de eklenince Ankara, sanayi üretimi ve nüfus bağlamında büyümeye başladı. Ancak nüfusun sürekli artış göstermesi devletin bu noktada sanayi tesislerini Ankara dışındaki illerde (Anadolu'da) kurma yönünde kararlarıyla önlenmeye çalışıldı (Tekeli, 2010:134). Ankara Sanayisinde istihdam edilen nüfus ise dönemler itibariyle çok fazla değişme göstermemiştir (Bkz. Tablo 3.1).

Tablo 3.1. Sanayide İstihdam Edilen Nüfusun Toplam Nüfus İçindeki Oranı

1927	1950	1980	1990	2000	2010*
%16	%13.8	%13.9	%14.3	%13.4	%14.1

Kaynak: Tekeli, 1991 ve DİE (TÜİK), 2004:38'e göre

*2010 yılı yazar tarafından belirtilmiştir (il toplam nüfusunun sanayide çalışan nüfusa oranına göre).

1950-1970 döneminde sanayinin yer seçimi eğilimleri şöyle özetlenebilir (Tekeli, 1991:77-78):

> ***1)*** *Kamu kesimi sanayileri genellikler eski yerlerinde dönüşümler geçirmişlerdir.* ***2)*** *Kentin eski merkezi Ulus hakimiyetini korumuştur.* ***3)*** *Sanayi çarşıları kent merkezinde yer alma eğiliminde olan küçük üreticiler için çekim merkezleri olmuştur.* ***4)*** *Ulus merkezinin kuzeybatısında spontane ve düzensiz olarak gelişen Soğukkuyu'daki sanayi yığılmasından ve Ulus merkezinden ilk işyeri değiştirmeleri bu yeni sanayi çarşılarına doğru olmuştur.* ***5)*** *Daha büyük ölçekli ve kent merkezinden uzakta yer seçebilen ve çok miktarda arazi kullanan özel kesim sanayi kuruluşları ilk yıllarda kamu kesimi sanayilerine benzer olarak daha çok Güvercinlik'te yer seçme eğilimi gösterirken 1960'lardan sonra İstanbul Karayolu üzerinde ucuz arazi sağlama fırsatlarına bağlı olarak sıçramalı bir biçimde yer almışlardır.* ***6)*** *Sanayi gelişmelerinin kentin değişik yörelerinde kümelenmesine paralel olarak bu alanlarda belirli emek hinterlantları oluşmaya başlamıştır.*

1970-1985 dönemi itibariyle Ankara Sanayisinin Türkiye Sanayisi içerisindeki oranı azalma eğiliminde olmuştur.[4] 1990 Ankara Nazım Planına bağlı olarak lokasyon anlamında önemli sayılacak noktalarda çeşitli işletmeler kuruldu. Ankara'nın sanayi kimliğini oluşturan şu an mevcut OSB'leriyle ilgili verilere baktığımızda, Ankara'da OSB'lerde toplam 12215 işyerinde 187111 kişi çalışmaktadır (Bkz. Tablo 3.2).

[4] Bu durum Türkiye'de sanayinin dağılışının Anadolu'ya kaymasıyla ve daha sonradan ortaya çıkacak Anadolu kaplanlarının da bu dönemde toplam sanayide üretim güçlerini artırmalarıyla açıklanabilir (Denizli, Gaziantep).

Tablo 3.2. Ankara İlindeki OSB'lerin Görünümü, 2012

	İşyeri Sayısı	***Çalışan Sayısı***
ASO I. OSB	226	30000
Ostim OSB	5202	50000
İvedik OSB	6707	102927
ASO 2. ve 3. OSB	17	982
Başkent OSB	42	2590
Polatlı OSB	21	612
Toplam	12215	187111
Anadolu OSB	Faaliyet Yok	
Polatlı Ticaret Odası OSB		
Şereflikoçhisar OSB		
A. Dökümcüler İhtisas OSB		
Çubuk Hayvancılık İhtisas OSB		

Kaynak: Ankara Kalkınma Ajansı, 2013:100

Ankara'nın sanayi yatırımları; başkent olmasının verdiği ayrıcalık, geçmişten beri var olan bir özellik olarak ülkenin ortasında yer alması (ulaşım avantajı), her ne kadar artan bir nüfusu olan Ankara'da sanayi ikinci planda tutulmak istense de nüfus hep bir artış içerisinde olmuştur. ''Nüfus artışına bağlı olarak inşaat faaliyetlerinin artması, inşaata ilişkin bazı sanayi kuruluşlarının gelişmesine kaynaklık etmiştir'' (Büyükgöçmen Sat ve Varol, 2005:11). Daha sonraları özellikle kamu binaları (iş ve inşaat makineleri sektörünün gelişimine olanak tanıması) ve savunma sektörü yatırımları Ankara'nın sanayideki ağırlığını artırmıştır. Öyle ki, günümüzde İç Anadolu Bölgesi'nde Ankara en fazla teşvik alan ildir. ''Ankara ili teşvik belgesi sayısı bakımından ülkenin üçüncü, yatırılan sermaye bakımından ise ikinci önemli yatırım alanıdır. Nitekim Ankara'ya verilen teşviklerin %60'ı hizmette, yaklaşık %40'ı sanayi sektöründe yoğunlaşmıştır'' (Yavan, 2011:162).

İstihdam anlamında değerlendirildiğinde imalat sanayisindeki istihdam oranları Türkiye'nin altında olmasına rağmen özellikle son dönemlerde Ankara Sanayisi bir devinim halindedir (Bkz. Tablo 3.3).

Tablo 3.3. Ankara İlinde İstihdamın Sektörel Dağılımı (Türkiye ve Avrupa Sektörlere Göre Dağılım Ortalamalarıyla, 2012)

Sektörler*	*Ankara*	*Türkiye*	*Avrupa Birliği*
Tarım	%5	%25	%5
Sanayi	%23	%26	%25
Hizmet	%72	%49	%70

*Sektörel göstergeler sayısal olarak yuvarlanmıştır.

Kaynak: Ankara Kalkınma Ajansı, 2013:105

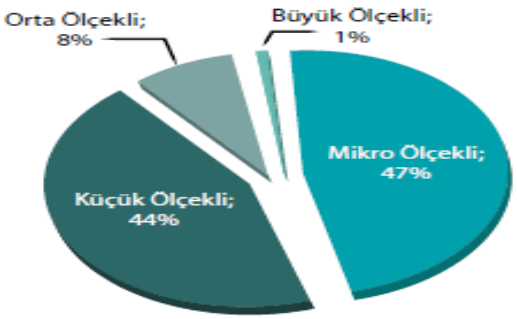
Tabloda görüldüğü üzere Ankara kentinde sanayi sektöründeki istihdam oranı 22,66 düzeyindedir. Bu oran Türkiye ortalamasının altında kalsa da değerler itibariyle Ankara AB ortalamasına çok yakın bir görünüme sahiptir. Ankara'nın idari kentin ötesinde bir sanayi kenti olarak da gelişimini sürdürmesi çerçevesinde ASO, Ankara Kalkınma Ajansı, Organize Sanayi Bölgeleri çalışmalar yürütmekte bunun yanında devlet imalat sanayisinde faaliyet gösteren firmalara yönelik teşvikler/hibeler vermektedir. Ankara'nın sahip olduğu yerel birikimin istihdama yansıtılması Ankara'nın sanayide istihdam ettiği nüfusun daha da artmasına olanak tanıyacaktır.

Savunma sanayisinin Ankara'da teknolojik bir hareketlilik yaratması, teknoparklar ve çok sayıda üniversite yüksek teknolojili ürünlerin üretilmesine de katkı sağlayacaktır. Bu yolla sanayide yüksek standartlara ulaşılırken, bilişim ve teknoloji Ankara Sanayisinin dinamiğini oluşturacağı gibi istihdama da büyük katkı sağlayacaktır. ''Ankara'nın Ar-Ge ve yenilikçilik kaynakları Türkiye'nin bilim ve teknoloji stratejilerine ulaşmada öncü ve belirleyici bir rol oynamakta, aynı zamanda çalışan ve üreten Ankara hedefine hizmet etmektedir'' (Ankara Kalkınma Ajansı, 2010:100).

Ankara Sanayisinin yapısına bakıldığında ise yüksek oranda küçük ve orta boy işletmelerden oluştuğu gözlenir (% 99). Türkiye sanayi yapısına bakıldığında yine aynı

şekilde küçük ve orta boy işletmelerin girişimlerin çok büyük bir kısmını oluşturduğu görülmektedir (Bkz. Şekil 3.1).

Şekil 3.1. Ankara Sanayisi (işletmelerin ölçeksel dağılımı, 2012)



Kaynak: Ankara Kalkınma Ajansı, 2013:99

Savunma sanayisi ile ilgili en önemli yatırımların Ankara'da gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır (Macunköy'de Aselsan-Ostim Savunma Kümelenmesinin başlangıç noktasını oluşturur). Savunma Sanayinin oluşturduğu altyapı ve talep sonucu Makine ve Metal Sanayisinin, Ankara ekonomisinde oldukça önemli bir ağırlığı vardır. Bugün sanayi kuruluşlarının büyük oranda üretim yaptığı alan makine ve metal sanayisidir (Bkz. Tablo 3.4).

Tablo 3.4. Ankara İmalat Sektörünün Alt Sektörlere Yüzdelik Dağılımları, 2010

Alt Sektör	***Dağılımı***
Makine ve Teçhizat İmalatı	% 17,82
Mobilya İmalatı	% 10,65
Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı	% 10,48
Gıda Ürünleri ve İçecek İmalatı	% 10,42
Ana Metal Sanayisi	% 5,2
Plastik ve Kauçuk Ürünleri İmalatı	% 4,96
Kimyasal Madde ve Ürünleri İmalatı	% 4,83
Metalik Olmayan Diğer Mineral Ürünlerin İmalatı	% 4,75
Tıbbi Aletler; Hassas ve Optik Aletlerle Saat İmalatı	% 4,28
Elektrikli Makine ve Cihazların İmalatı	% 3,4
Motorlu Kara Taşıtı, Römork ve Yarı Römork İmalatı	% 3,4
Diğer Madencilik ve Taşocakçılığı	% 3,23
Basım ve Yayım; ve Kayıtlı Medyanın Çoğaltılması	% 3,04
Giyim Eşyası İmalatı	% 2,78

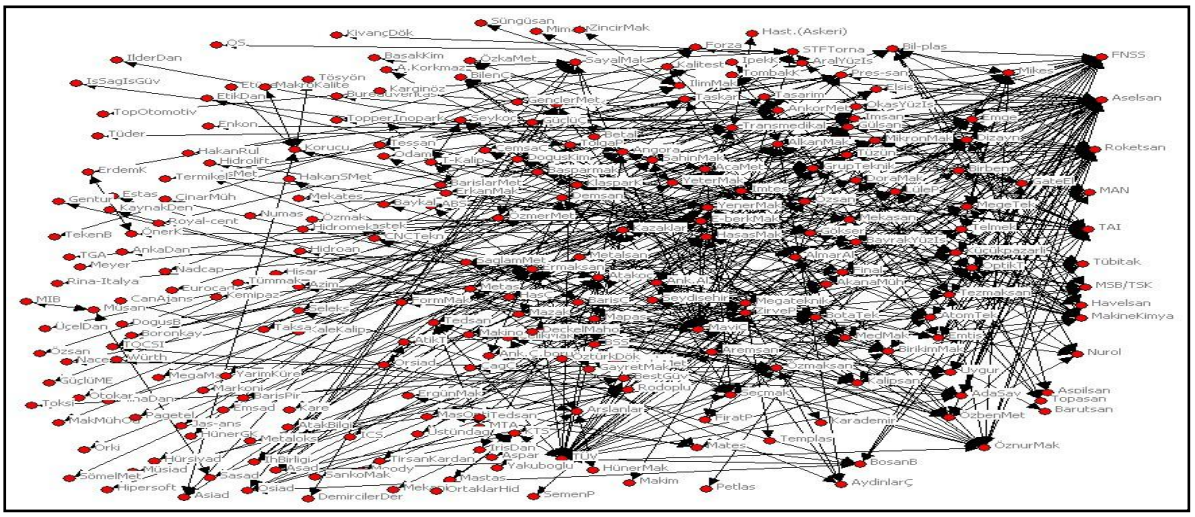
Tablo 3.4 *(Devam)*

Tekstil Ürünleri İmalatı	% 2,57
Derinin Tabaklanması ve İşlenmesi	% 2,27
Diğer	% 5,93

Kaynak: Ankara Kalkınma Ajansı, 2011b:72

Savunma Sanayisinin yarattığı dinamizm (altyapı, talep), Makine ve Metal Sanayisinin ağırlığını artırmıştır. Ostim'deki Savunma Kümelenmesi de Ankara Sanayisindeki bu sektörün ağırlığının en iyi göstergesidir. Aselsan, Roketsan, FNSS gibi kuruluşlar bu talebi pek çok ilgili ve destekleyici sanayi kuruluşlarını yaratarak sağlamaktadırlar.[5] Şekilde Ostim Savunma Kümesinin ilişki ve işbirliği ağını görebiliriz (Bkz. Şekil 3.2).

Şekil 3.2. Ostim Savunma Sanayisi Küme Haritası



Kaynak: Ostim OSB, 2008:55

Savunma Sanayi, hem yetişmiş insan gücü hem de bu sektör içinde yer alan kuruluşların yarattığı potansiyel yoluyla Ankara'da çok büyük sanayi kuruluşlarının doğmasını sağlamıştır. Türkiye'nin en büyük savunma sanayi projesinin yapımcısı olan Türk Havacılık ve Uzay Sanayisi (TAI), 1984'de Türk-Amerikan işbirliği neticesinde kurulmuştur. Savunma

[5] Porter'ın Elmas Modeline göre küme yaratabilmenin koşullarından biri de ilgili ve destekleyici kuruluşların varlığıdır.

Sanayi ile ilgili yapılan yatırımlar ilgili ve destekleyici sanayinin de gelişimini hızlandırarak makine, metal sanayisinin de gelişimine olanak sağlamıştır.

Ankara'daki önemli Savunma Sanayi kuruluşları olarak, Türkiye'nin savunma sanayisine yönelik ilk özel sektör kuruluşu olan FMC-Nurol Savunma Sanayi A.Ş. Roketsan A.Ş. gibi kuruluşlardan söz edebiliriz. Türk Sanayisi içersinde grafiğini hızla yükselten Ankara Sanayisi, başkent kimliğine yeni bir yüz kazandırmakta ve bir sanayi şehri olarak da Türk Sanayisinde ağırlığını her geçen gün artırmaktadır. Ankara Sanayi Odasına kayıtlı toplam 5377 (03.07.2014) sanayi kuruluşu bulunmaktadır.

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığından elde edilen verilere göre: Kayıtlara göre sanayi işletmelerinin, başta İstanbul (%31) olmak üzere, Bursa (% 8), Ankara (% 7), İzmir (% 5), Konya (% 4), Gaziantep (% 3), Denizli (% 3), Kocaeli (% 2), Adana (% 2), Tekirdağ (% 2), Kayseri (% 2), Mersin (% 2) olmak üzere, toplam % 71'i, on iki ilimizdedir. Sektörlere göre bölgesel gayrisafi katma değer payları ise şu şekildedir (Bkz. Tablo 3.5).

Tablo 3.5. Sektörlere Göre Bölgesel Gayrisafi Katma Değer Payları, 2011

İBBS2	***Bölgeyi Kapsayan İller***	***Sıra***	***GSKD***	***Tarım***	***Sanayi***	***Hizmetler***
TR	Türkiye		100	100	100	100
TR10	İstanbul	1	27.7	0.7	27.1	31.4
TR51	***Ankara***	***2***	***8.5***	***2.6***	***7.8***	***9.6***
TR41	Bursa, Eskişehir, Bilecik	3	6.6	4.3	10.3	5.4

Kaynak: Ankara Kalkınma Ajansı, 2011b:57

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı verileri çerçevesinde İç Anadolu Bölgesi'ndeki illerin sanayisine göre bir değerlendirilme yapıldığında, % 45 ile Ankara ili ilk sırada yer alırken, Ankara ilini sırasıyla %24 ile Konya, %10 Kayseri, %5 Eskişehir, %3

Sivas, %2 Karaman, %2 Kırıkkale, %2 Aksaray, %2 Nevşehir, %2 Yozgat, %1 Niğde, %1 Çankırı ve %1 ile Kırşehir ili takip etmektedir.

Ankara ilinde bulunan sanayi işletmelerinin sektörel dağılımına baktığımızda ise şu yüzdelikleri görebiliriz.

Tablo 3.6. Ankara İlinde Sanayi İşletmelerinin Sektörel Dağılımı, 2012

Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Ekipman İmalatı	% 14
Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı (makine ve teçhizat hariç)	% 12
Gıda Ürünlerinin İmalatı,	% 10
Mobilya İmalatı,	% 8
Ana Metal Sanayi,	% 6
Kauçuk ve Plastik Ürünlerin İmalatı,	% 6
Kimyasalların ve Kimyasal Ürünlerin İmalatı,	% 5
Diğer Metalik Olmayan Mineral Ürünlerin İmalatı,	% 5
Elektrikli Teçhizat İmalatı,	% 4
Diğer Madencilik ve Taşocakçılığı,	% 3
Giyim Eşyası İmalatı; Kürkün İşlenmesi ve Boyanması,	% 3
Diğer İmalatlar,	% 3
Motorlu Kara Taşıtı, Treyler (römork) ve Yarı Römork İmalatı,	% 3
Bilgisayarların Elektronik ve Optik Ürünlerin İmalatı,	% 3
Ağaç ve Mantar Ürünleri İmalatı (mobilya hariç),	% 2
Tekstil Ürünleri İmalatı,	% 2
Deri ve İlgili Ürünlerin İmalatı,	% 2

Tablo 3.6 *(Devam)*

Kayıtlı Medyanın Basılması ve Çoğaltılması,	% 2
Kağıt ve Kağıt Ürünleri İmalatı,	% 1
Makine ve Ekipmanların Kurulumu ve Onarımı,	% 1
Diğer Ulaşım Araçlarının İmalatı,	% 1
Kok Kömürü, Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri İmalatı,	% 1
Metal Cevherleri Madenciliği,	% 1
Diğer (içecek imalatı, temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı, elektrik, gaz, sıcak su üretimi ve dağıtımı, kömür ve linyit çıkartılması)	% 2

Kaynak: Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2012

Ankara İlinde bulunan sanayi işletmelerinin % 47'si mikro ölçekli, % 44'ü küçük ölçekli, %8'i orta ölçekli, % 1'i büyük ölçekli işletmelerdir. Ankara ilindeki tüm faaliyetlerdeki girişim sayısı, 207517'dir. İmalat sanayisindeki girişim sayısı, 21341 olup Ankara'da faaliyet gösteren işletmelerin %9.72'si imalat sektöründe faaliyet göstermektedir.

Tablo 3.7. Ankara'da İstihdam Edilen Nüfusun Sektörel Dağılımı, 2008

Sektör	***Dağılımı***
Kamu Yönetimi, Tarım ve Mali Kuruluşlar	% 34,9
Toptan Perakende Ticaret	% 17,4
İmalat	% 12,3
Gayrimenkul Kiralama ve Iş Faaliyetleri	% 9,6
İnşaat	% 8,7
Ulaştırma, Depolama ve Haberleşme	% 6
Otel, Lokanta ve Kahvehane	% 4,6
Diğer Sosyal, Toplumsal ve Kişisel Hizmetler	% 1,8
Eğitim	% 1,6
Sağlık Işleri ve Sosyal Hizmetler	% 1,3
Elektrik, Gaz ve Su	% 1
Madencilik ve Taşocakçılığı	% 0,7

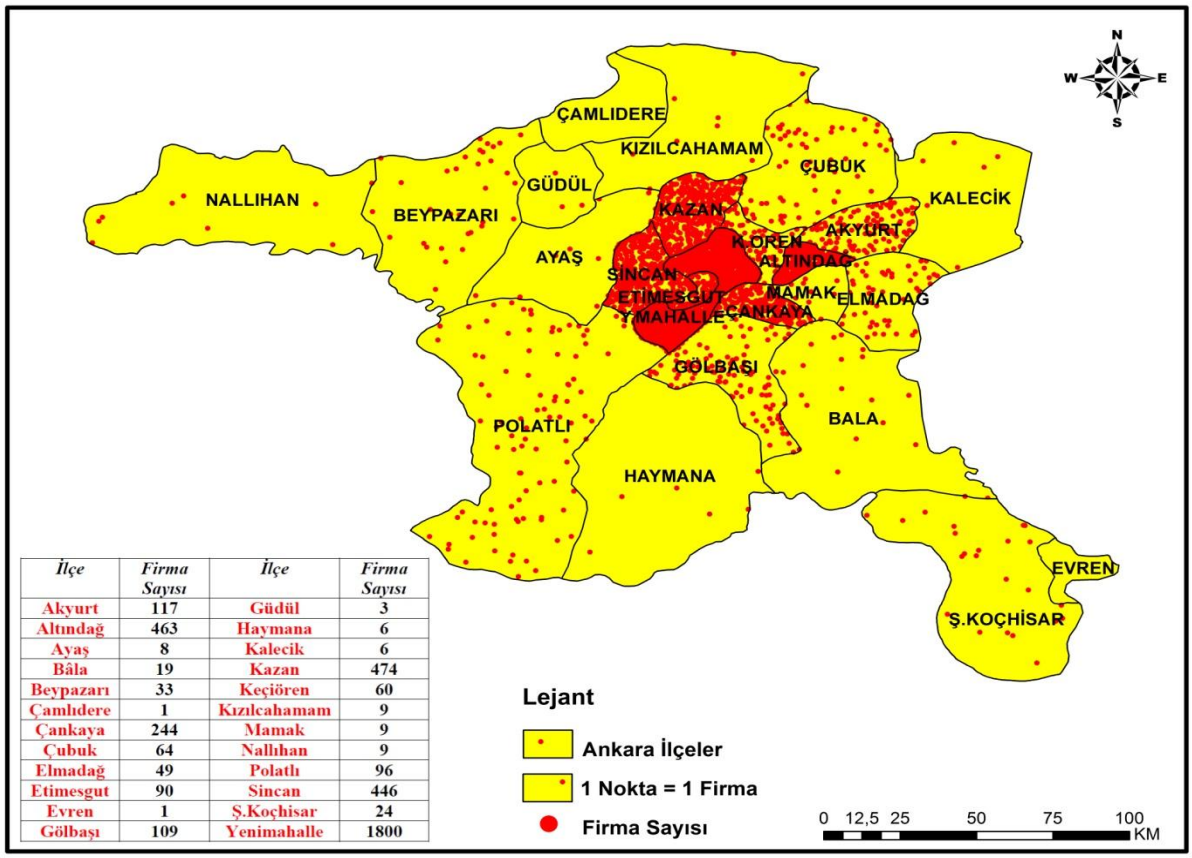
Kaynak: Ankara Kalkınma Ajansı, 2011b:83

3.2. Ankara Sanayisinde Ağırlığı Oluşturan Merkezler

Ankara Sanayisinin bugünkü görünümüne bakıldığında tüm ilçeler dahil olmak üzere firma ve çalışan kişi sayısı bazındaki dağılışı aşağıdaki haritalarda görebiliriz. Ankara'nın imalat sanayisinin firmalara göre dağılışı incelendiğinde dağılışın özellikle Yenimahalle, Çankaya, Sincan, Altındağ, Kazan ilçelerinde yoğunlaştığını görüyoruz.

Ostim OSB ve İvedik OSB Ankara'nın önemli sanayi bölgelerini oluşturmakta dolayısıyla Yenimahalle ilçesinde firmaların dağılışının yoğun bir görünüm sergilemesi söz konusudur. Çankaya'da ise herhangi bir OSB bulunmamasına rağmen atölye tipine bağlı üretim yapan işletmeler dağılışta bir yoğunluk oluşturmaktadır. Bununla beraber Sincan'da bulunan ASO I. OSB ve Sincan'ın Temelli Mahallesinde yer alan ASO II. ve III. OSB'ler benzer biçimde Sincan'da firmaların yoğun bir dağılışa sahip olmasına sebep olmuştur. Altındağ'da ise daha çok Siteler mobilya sanayisinin etkili olması nedeniyle bu sanayiye bağlı işletmelerin bölgede yoğun olduğunu görmekteyiz. Kazan'da bulunan Kazan OSB'de ise yaklaşık 474 firma faaliyet göstermektedir. Kazan'ın Ankara'ya olan yakınlığı ve ulaşım yönünden uygun bir konumda bulunması bu bölgeye çok sayıda sanayi tesisinin kurulmasına bu manada firmaların yoğun bir dağılışa sahip olmasına neden olmuştur. Kazan'da TAI (Turkısh Aerospace Industry-Türk Havacılık Sanayi) gibi uluslararası çapta faaliyet gösteren önemli kuruluşlar da bulunmaktadır. Bkz. Şekil 3.3'teki haritada Ankara'da ilçelere göre firma bazında imalat sanayi sektörünün yoğunluğu görülmektedir.

Şekil 3.3. Ankara'da İlçelere Göre Firma Bazında İmalat Sanayi Sektörü'nün Yoğunluğu, 2012



İlçe	Firma Sayısı	İlçe	Firma Sayısı
Akyurt	117	Güdül	3
Altındağ	463	Haymana	6
Ayaş	8	Kalecik	6
Bâla	19	Kazan	474
Beypazarı	33	Keçiören	60
Çamlıdere	1	Kızılcahamam	9
Çankaya	244	Mamak	9
Çubuk	64	Nallıhan	9
Elmadağ	49	Polatlı	96
Etimesgut	90	Sincan	446
Evren	1	Ş.Koçhisar	24
Gölbaşı	109	Yenimahalle	1800

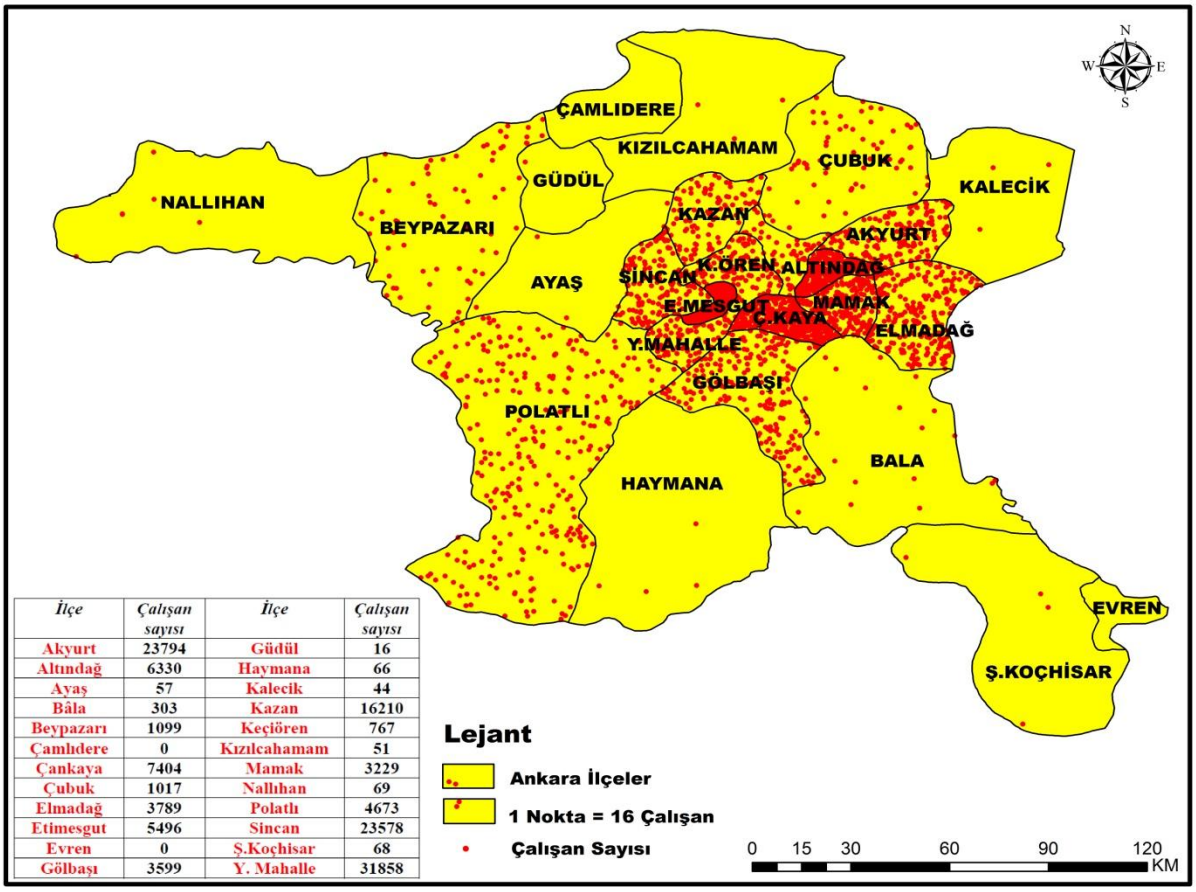
Kaynak: Yazar.

İmalat sanayindeki firmalara göre dağılış ile çalışan kişi sayısı bazlı dağılış büyük oranda paralellik göstermektedir. Yenimahalle'deki sanayi yoğunluğuna bağlı olarak (Ostim, İvedik) çalışan sayılarının dağılışı da yoğunluk göstermektedir. Yenimahalle ilçesi sanayi sektöründe Ankara'da en fazla istihdamın sağlandığı bölgedir. Sincan'da ise üç OSB'nin bulunması sonucunda çalışan sayısının dağılışı da buna göre bir yoğunluğa sahiptir. Bu yüzden Sincan'daki OSB'ler Ankara'nın en önemli istihdam mekânlarından biridir. Kazan'da mevcut OSB'ye bağlı olarak çalışan sayısı yoğunluğu da kayda değer bir görünüme sahiptir. Kazan, imalat sanayisinde 16 binden fazla istihdam gücü yaratmaktadır. Önemli çalışan sayısı yoğunluğunun görüldüğü bir diğer bölge ise Akyurt'tur. Akyurt OSB'de yaklaşık 117

firma faaliyet göstermektedir. Mobilya endüstrisine bağlı işletmeler ve diğer alt sektörlerde faaliyet gösteren firmalar Akyurt'ta yaklaşık olarak 25 bin istihdam gücü sağlamaktadır.

Akyurt'ta bulunan işletmelerin sayısı firma bazlı yoğunluğa göre diğer ilçelerden daha az olsa da burada bulunan işletmelerin daha büyük çaplı olduğunu bu anlamda da daha fazla işçi çalıştırdığını söyleyebiliriz. Çalışan sayısı yoğunluğunun önemli olduğu başka bir ilçe Çankaya'da ise atölye tipi sanayi işletmelerine bağlı olarak firma sayısının fazla olmasına rağmen çalışan sayısının o denli yüksek olmadığı görülmektedir. Ancak sağladığı yaklaşık 8 binlik istihdamla Çankaya çalışan kişi sayısı dağılışına göre Ankara Sanayisinde yoğun bir görünüme sahiptir (Bkz. Şekil 3.4).

Şekil 3.4. Ankara'da İlçelere Göre İmalat Sanayi Sektöründe Çalışan Kişi Sayısı Yoğunluğu, 2012



İlçe	Çalışan sayısı	İlçe	Çalışan sayısı
Akyurt	23794	Güdül	16
Altındağ	6330	Haymana	66
Ayaş	57	Kalecik	44
Bala	303	Kazan	16210
Beypazarı	1099	Keçiören	767
Çamlıdere	0	Kızılcahamam	51
Çankaya	7404	Mamak	3229
Çubuk	1017	Nallıhan	69
Elmadağ	3789	Polatlı	4673
Etimesgut	5496	Sincan	23578
Evren	0	Ş.Koçhisar	68
Gölbaşı	3599	Y. Mahalle	31858

Kaynak: Yazar.

3.3. Ostim'de Sanayinin Gelişimi

Ülkemizde sanayinin gelişmesine ve yaygınlaşmasına büyük katkı sağlayan OSB uygulamalarına, planlı kalkınma dönemiyle birlikte 1962 yılında başlanmıştır. OSB uygulamasının temel amacı geri kalmış bölgelerin kalkınmasını ve kent içinde sıkışan sanayinin planlı gelişmesini sağlamanın yanında sanayi kaynaklı çevre sorunlarını minimize etmektir (Organize Sanayi Bölgeleri Derneği, 2010:4). Bu anlamda, Ostim'in 1967'lerde başlayan sanayi serüveni (kooperatif statüsünde) günümüze kadar büyük bir ivmeyle gelmiştir. Cevat Dündar ve arkadaşları İskitler kısmında sıkışan sanayiye alternatif olarak Ostim'i (Ankara için ikinci nesil-yeni nesil sanayi merkezi olarak gelişme göstermiştir) oluşturmuşlardır. Savunma sanayisinin oluşturduğu altyapı ve talep, makineyle metal sanayisinin büyük bir gelişme kaydetmesine olanak tanımıştır (Erol, 2005:28). Ankara'da yapılan savunma yatırımları sonraları Ostim'de savunma sanayisi kümelenmesine olanak sağlamıştır (Tekeli, 2010:134). Ostim'in OSB statüsünü kazanması ise 1997 yılında gerçekleşmiştir.

1967 yılında tamamen özel sektör girişimciliğiyle kurulumuna başlayan, Ankara'nın ikinci nesil sanayi bölgelerinden biri olan, 1980'li yıllardan itibaren faaliyete geçen ve 1997 yılında Organize Sanayi Bölgesi statüsünü alan OSTİM OSB bugün; 17 ana sektörde, 139 işkolunda faaliyet gösteren 5000 işletme ve 50.000 çalışana sahiptir. Bölge işletmelerinin yaklaşık yarısı imalat diğer yarısı ise montaj, ticaret, lojistik, finans ve destek hizmetler vb. faaliyetleri yürütmektedir.

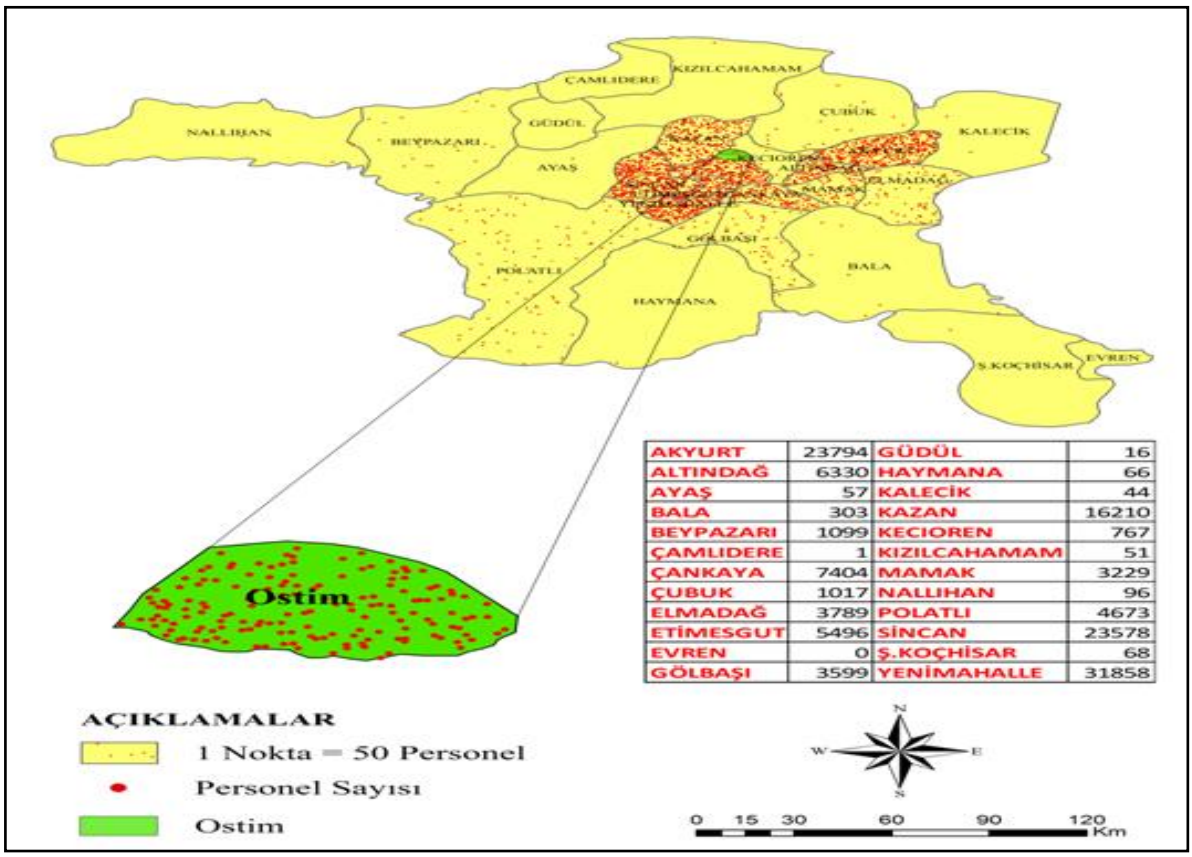
Yoğunlukla küçük ölçekli olan bölge işletmeleri Türkiye'nin önde gelen yan sanayilerinden birini oluşturmakla birlikte; işbirliği kültürünü ve zaman içinde edindikleri üretim ve mühendislik yeteneklerini birleştirerek savunma, sağlık, inşaat, makine, ulaştırma, enerji gibi sektörlerde büyük proje ve taahhüt işlerine de imza atmışlardır. Bu özelliği ile OSTİM bugün orta ve büyük ölçekli işletmeler için bir *'kuluçka merkezi'* (örneğin Ostim'de

makine sektöründe iş yapan bir işletmenin daha sonra büyüyerek sektörde edindiği tecrübe ve bilgi birikimiyle Sincan'da büyük bir fabrika kurması) niteliği taşımaktadır. Bugün bir sanayi kenti olan Ostim pek çok arayüzle (teknokent, endüstriyel tasarım, medya, tanıtım, reklam, bilişim, endüstriyel yatırımlar ve işletme, danışmanlık, eğitim, proje hizmetleri gibi) birlikte güçlü bir kimliğe sahiptir.

Ostim Sanayi Bölgesi yalnızca Ankara'nın değil Türkiye'nin en önemli sanayi bölgelerindendir. Aşağıdaki harita bize Ankara'da genel anlamda imalat sanayisinde çalışanların dağılışını göstermektedir. Dağılış merkez ilçe alanlarında yoğunluk gösterirken çevreye özellikle nüfusu az olan ilçelere doğru azalmaktadır.

Ankara'da en fazla istihdam sağlayan ilçe Yenimahalle'dir. Buna bağlı olarak Ostim OSB'nin bulunduğu bölgede dağılışın yoğun olduğu görülmektedir. Bu anlamda Ostim Ankara için önemli bir istihdam sahasıdır. İmalat sanayisinde çalışan kişi sayısına göre Ostim'in Ankara Sanayisi içerisindeki ağırlığını aşağıdaki haritada görebiliriz (Bkz. Şekil 3.5).

Şekil 3.5. Ostim OSB'nin Çalışan Kişi Sayısı İtibariyle Ankara Sanayisi İçindeki Yeri, 2012



Kaynak: Yazar.

IV. BÖLÜM: SAHA ARAŞTIRMASI VE OSTİM KÜMELERİ

Bu bölümde Ostim'de gerçekleşen saha araştırmasının amacı, araştırma alanı, araştırma evreni, örneklem büyüklüğü, veri toplama yöntemi ile toplanan verilerin frekans analizi ve bu analizin sonuçları değerlendirilmektedir. Ostim, günümüz dünyasında yerel/bölgesel kalkınma noktasında bir politika olarak kabul gören kümelenme yaklaşımının Türkiye'deki en belirgin örneğidir. Konunun bu denli önemli olması ve Ostim'in bu alanda incelemeye değer bir laboratuar ortamı sunması araştırmanın başlangıç noktasını oluşturmuştur. Bu çerçevede öncelikle literatür ve lokasyonla ilgili ikincil veriler toplandıktan sonra birincil veriler anket yoluyla elde edilmiş ve sonuçlar ortaya konulmuştur.

4.1. Ostim Kümeleri

Ostim sanayi bölgesi Ankara Sanayisi'nin can damarını oluşturmakla birlikte Türkiye için de büyük bir fırsat penceresidir. Çünkü Ostim uygulama olarak bir sanayi kümelenmesidir. Tüm dünyada coğrafi yakınlığın avantajını kullanıp kümelenen işletmelerin hep bir adım önde olması Ostim kümelenmesinin motivasyon kaynağını oluşturmuştur.

Ostim'de dört adet sanayi kümesi *(İş ve İnşaat Makineleri, Medikal Sanayi, Savunma ve Havacılık, Yenilebilir Enerji ve Çevre Teknolojileri)* yer almaktadır. Küme oluşumu 2008 yılında Ostim OSB önderliğinde başlatılmıştır. Bu yüzden rekabet ve yenilikçi olabilmenin gereklilikleri; kurumsallaşma, danışmanlık, Ar-Ge gibi önemli konularda çalışmalar yapılarak üniversite-sanayi işbirliğinin sağlanması yönünde adımlar atılmıştır. Zaten kümelenmenin amacının altında da bu hedef yatmaktaydı. Bu çerçevede 2008 yılında kurulan dört kümeyle rekabet gücü ve inovasyon kabiliyeti sağlayarak yerli üretimi artırmak amaçlanmıştır. Bu kümeler dönem içinde kendisi gelişmiş kümelerdir. Burada kurumsallaşmaya gidilerek var olan açığa çıkarılmış ve bu sanayi birimlerini kurumsal anlamda kümeleyerek rekabet gücünü ve inovatif kabiliyetleri artırmak amaçlanmıştır. Bu kurumsallaşma sürecinde Ostim kümeleri ilgili kurum ve kuruluşların, üniversitelerin desteğini almaktadır.

Kümelerin oluşturulması aşamasında ise Ostim'de Elmas Modeliyle (ihracat kapasitesi yüksek olan sektörler) analiz edilen sektörler kuvvetli bir işbirliği ve rekabet gücü sağlamak için küme adı altında toplanmışlardır. Tablo 4.1'de kümelenme aşamasından önce analiz edilen, öne çıkan sektörleri, Tablo 4.2'de ise Ostim'deki dört iş kümesinin genel bilgilerini görebiliriz.

Tablo 4.1. Ostim'de Kümelenme Aşamasından Önce Analiz Edilen (Elmas Modeline göre) Sektörler

Sektörler
Yapı ve İnşaat Sektörü
Plastik Sektörü
Metal ve Metal İşleme (Talaşlı İmalat) Sektörü
Otomotiv Yan Sanayi Sektörü
Makine ve Teçhizat Sektörü
Elektrik-Elektronik Sektörü
Teknoloji ve Bilişim Sektörü
İş Makineleri Sektörü

Kaynak: Ostim OSB, 2008:38

Tablo 4.2.Ostim'de Mevcut Olan İş Kümelerinin Özellikleri, 2013

Kümeler	**Kuruluş yılı**	**Kümedeki firma sayısı**	**Hedef**	**Kümede Çalışan Sayısı**
İş ve İnşaat Makineleri Kümesi	2008	89*	Yerli üretimin payını artırmak ve uluslararası rekabet sağlayabilmek	1223
Medikal Sanayi Kümesi	2008	56*	Yerli üretimin payını artırmak ve uluslararası rekabet sağlayabilmek	1150
Savunma ve Havacılık Kümelenmesi	2008	84*	Yerli üretimin payını artırmak ve uluslararası rekabet sağlayabilmek	1500

Tablo 4.2 (Devam)

Yenilenebilir Enerji ve Çevre Teknolojileri Kümesi	2008	53*	Yerli üretimin payını artırmak ve uluslararası rekabet sağlayabilmek	1071

*Ostim Organize Sanayi Bölgesi'nde yaklaşık 5000 işletme bulunmaktadır. Kümelere üye firma sayısı toplamda 283'tür. Küme üyesi olmayan firma sayısı ise yaklaşık 4717'dir.

Kaynak: Yazar.

4.1.1. İş ve İnşaat Makineleri Kümesi (İşim)

Ostim OSB ile Çankaya üniversitesi arasında 2007'de yılındaki protokolle birlikte kümelenme çalışması sektör temsilcisi ve firmalar tarafından onaylanarak 2008 yılında iş ve inşaat makineleri kümesi kuruldu (İşim Tanıtım Broşürü, 2011). Hedef, sektörü dünyada daha rekabetçi yapacak, gelecekte daha ileri teknoloji ile ürün üretilebilmesini sağlayacak, nanoteknoloji ile katkılandırılabilecek ürün üretebilecek noktaya çekmektir. İşim kümesi 89 firmadan oluşmaktadır. Bu kümede 20 kişi de küme geliştirme ekibi içerisinde görev yapmaktadır.

Ankara inşaat sektörünün yıllar içinde kamuyla iş yapmanın getirdiği deneyimle birlikte Ostim, iş ve inşaat makineleri üretiminin yapıldığı bir merkez haline gelmiştir. Sektörde faaliyet gösteren firmaların büyük çoğunluğu büyük iş makinesi üreticilerine yedek parça üretimi yapmaktadır. Sektör yerel uzmanlaşmaya iyi bir örnek niteliğindedir (İşim, 2013). Kümede Adıyaman tekstil kümesi, Konya otomotiv yan sanayi kümesi, Gaziantep OSB ile iş ilişkiler yürütülmektedir. Cezayir, Suriye, Libya, Irak, Suudi Arabistan kümenin uluslararası pazarlarıdır. Kümeyi oluşturan firmalar için Bkz. Şekil 4.1.

Şekil 4.1. Ostim İşim Kümesinde Yer Alan Firmalar, 2013



Kaynak: İşim Kümesi Tanıtım Sunumu.

4.1.2. Medikal Sanayi Kümelenmesi

56 firmadan oluşan medikal sanayi kümesinin amacı sağlık sektörünün ihtiyaçlarının karşılanmasında yerli üretimin payını artırmak ve medikal sanayi Kobi'lerini uluslararası pazarda rekabet edebilir hale getirmektir. Bununla birlikte üreticileri artan yetenek ve işbirlikleri sayesinde tercih edilir bir firma haline getirmek, üniversitelerin sahip olduğu teknik bilgiyi ticarileşmesi için sanayiye aktarmak, sektörel ihtisaslaşma ile bölgesel rekabet avantajı oluşturmaktır (Medikal Sanayi Küme Tanıtım Broşürü, 2011). Sağlık Bakanlığı, firmalar, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler küme konseyinde yer almaktadır. Ostim medikal sanayi kümelenmesi ve Fatih Üniversitesi arasında Ağustos 2009'da işbirliği protokolü imzalanmıştır.

Medikal Sanayi Kümelenmesi, dernek çatısı altında birçok faaliyette bulunmaktadır. Küme öncülüğünde başlayan İNOVANKARA[6] hareketiyle Ankara'nın medikal sektöründeki

[6] Detaylı bilgi için "http://www.inovankara.org/" adresine bakılabilir.

potansiyelini ortaya koyabilmek amaçlanmıştır (Yıldırım, 2011:118). Türkiye'de sağlık teknolojileri alanında teknoparklarda faaliyet gösteren 104 firmadan %41'i Ankara'daki 6 teknoparkta yer almaktadır. Bu durum, Ankara'nın sektörün gelişmesi yönündeki potansiyelini açıkça ortaya koymaktadır (Ankara Kalkınma Ajansı, 2011c:115). Kümeyi oluşturan firmalar için Bkz. Şekil 4.2.

Şekil 4.2.Ostim Medikal Sanayi Kümesinde Yer Alan Firmalar, 2013



Kaynak: Medikal Sanayi Kümesi Tanıtım Sunumu.

4.1.3. Savunma ve Havacılık Sanayisi Kümesi

84 firmadan oluşan kümenin amacı savunma ve havacılık sektörlerinin ihtiyaçlarının karşılanmasında yerli üretimin payını artırmak ve küme üyesi firmaları uluslararası pazarda rekabet edebilir hale getirmektir. Savunma ve havacılık sektörünün gün geçtikçe büyümesi sektör ve küme adına önemlidir. Tüm dünyada savunma sanayisine yapılan yatırımların artışı pazar hacmini genişletmekte dolayısıyla rekabet gücünün önemini ortaya koymaktadır.

Bu yüzden küme geliştirme faaliyetleri; sadece küme üyesi firmaların mevcutta savunma ve havacılık sektörlerinin gerekliliklerini rekabetçi şekilde sağlayabilmelerini değil, aynı zamanda önümüzdeki 5-10 yıllık süreçte de rekabetçiliklerini sürdürebilecekleri şekilde

planlamakta ve yürütülmektedir. Savunma sanayisinin büyük oyuncuları (MSB, SSM, Ana Tedarikçiler, SASAD gibi) Ankara'da bulunmaktadır. Büyük oyuncularla aynı coğrafi bölgede yer almak sürdürülebilir bilgi ve iletişim ağlarının oluşturulması bakımından çok önemli bir avantajdır (Savunma ve Havacılık Kümelenmesi Tanıtım Rehberi, 2011). Kümeyi oluşturan firmalar için Bkz. Şekil 4.3.

Şekil 4.3. Ostim Savunma ve Havacılık Sanayi Kümesinde Yer Alan Firmalar, 2013



Kaynak: Savunma ve Havacılık Kümesi Tanıtım Sunumu.

4.1.4. Yenilenebilir Enerji ve Çevre Teknolojileri Kümesi

Dünyada teknolojiye bağımlı hayat, nüfus artışı ve gelir dağılımı dengesizliğinin tetiklediği enerji fiyatlarının ve talebinin artması, çevre duyarlılığı gibi unsurlar enerji ve çevre teknolojilerinin önümüzdeki yüzyılda yıldızı parlayan en önemli sektör haline getirmektedir. Bu çerçevede yenilenebilir enerji ve çevre teknolojilerine duyulan ihtiyaç sürekli artmaktadır. Özellikle enerjide Türkiye gibi dışa bağımlı ülkeler için kendi enerjilerini üretmek bu konuda çalışmalar yapmak bir zorunluluk haline gelmektedir. 53 firmadan oluşan küme Yerli Enerji Teknolojileri Araştırma Geliştirme Platformu, Enerji İşleri Genel Müdürlüğü, EÜAŞ (Elektrik Üretim Anonim Şirketi), Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı ve Ostim öncülüğüyle başlatılan

enerji teknolojileri ve ekipmanlarında yerli katkı payını artırmak amacını taşıyan bir çalışmadır. Bu platformun genel hedefi sektörün tüm taraflarını bir araya getirmek kaydıyla oluşturulacak bilgi odaklı bir işbirliği ağı sayesinde enerji sektöründe yerli üretimin payını artırarak dışa bağımlı olan sektörde ulusal katma değeri artırmaktır.

Bu amaçla enerji sektöründe yerli üretime yönelik pazar ve yatırım fırsatlarını ortaya çıkarmak, platform üyesi kurumlar arası stratejik, teknolojik ve ekonomik işbirlikleri oluşturmak ve platform üyesi firmaların yeteneklerini artırması hedeflenmektedir (Yerli Enerji Teknolojileri Ar&Ge Platformu Broşürü, 2011). Kümeyi oluşturan firmalar için Bkz. Şekil 4.4.

Şekil 4.4. Ostim Yenilenebilir Enerji ve Çevre Teknolojileri Kümesinde Yer Alan Firmalar, 2013



Kaynak: Yenilenebilir Enerji ve Çevre Teknolojileri Kümesi Tanıtım Sunumu.

4.2. Saha Araştırmasının Amacı

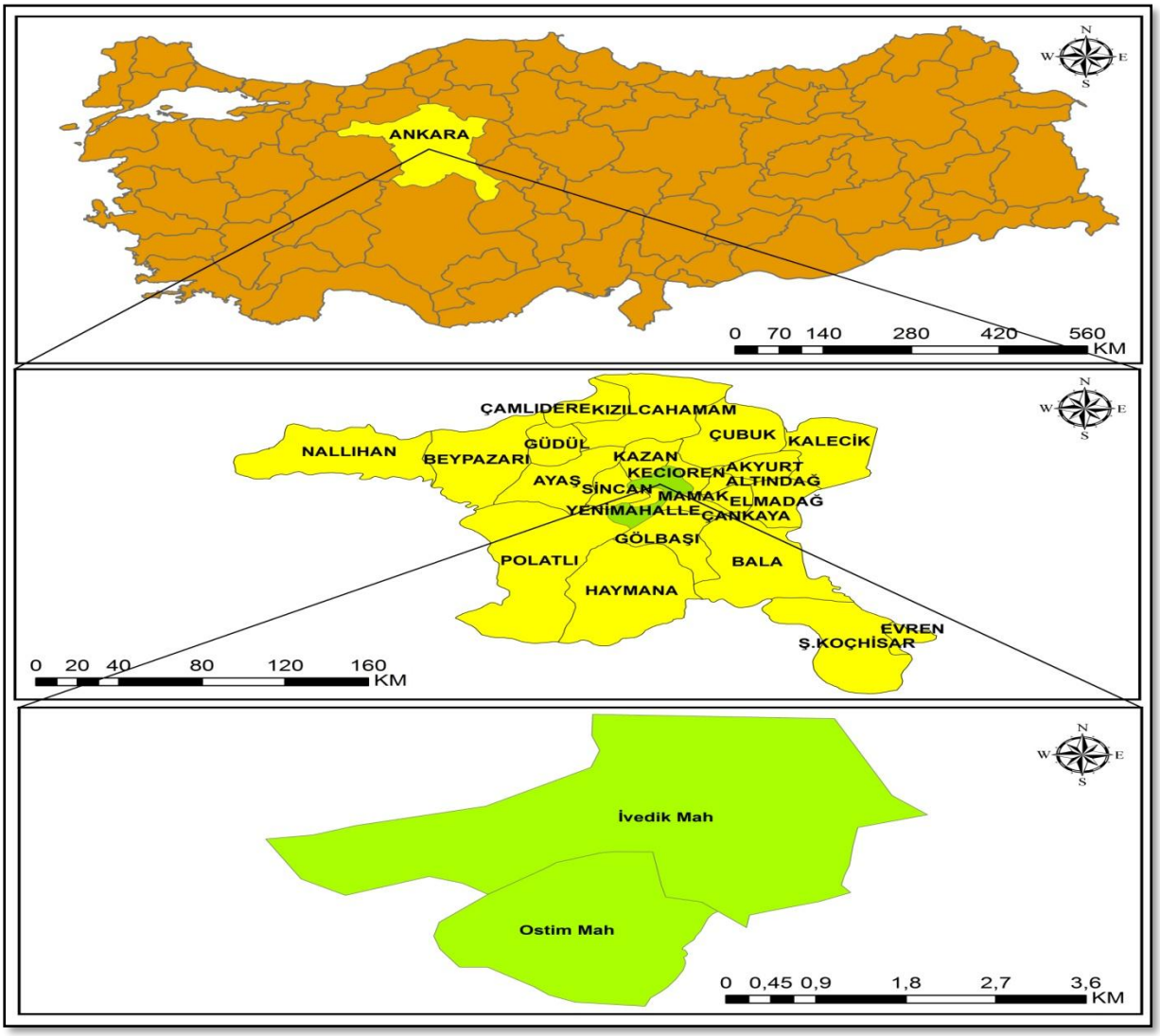
Saha araştırmasının amacı, Ankara ili sınırları içinde faaliyet gösteren Ostim sanayi bölgesidir. Ostim'de yer alan dört adet kümenin firmalarına yönelik uygulanan araştırma, kümelenmenin firmalara spesifik anlamda ne gibi yararlar oluşturduğunu/oluşturmadığını

Ostim yerelinde ölçmeyi amaçlamıştır. Kümenin kritik başarı faktörü olarak görülen kavramların (istihdam, inovasyon, verimlilik, işbirliği, taşma etkisi, girişimcilik, sosyal sermaye, kurumsal yapı) Ostim'deki kümelerde nasıl karşılık bulduğu, kümedeki firmaların inovasyon kabiliyetleri, kümelenmenin firmaya spesifik yararları çeşitli parametrelerle ölçülmeye çalışılmıştır.

4.3. Araştırma Alanı

Bu saha araştırmasının uygulama alanını Ankara ili Yenimahalle ilçesi sınırları içerisinde yer alan Ostim Organize Sanayi Bölgesi oluşturmaktadır (Bkz. Şekil 4.5). Saha çalışması, büyük çoğunluğu Ostim'de yer alan küme firmaları üzerinde uygulanmıştır.

Şekil 4.5. Araştırma Alanının Lokasyonu



Kaynak: Yazar.

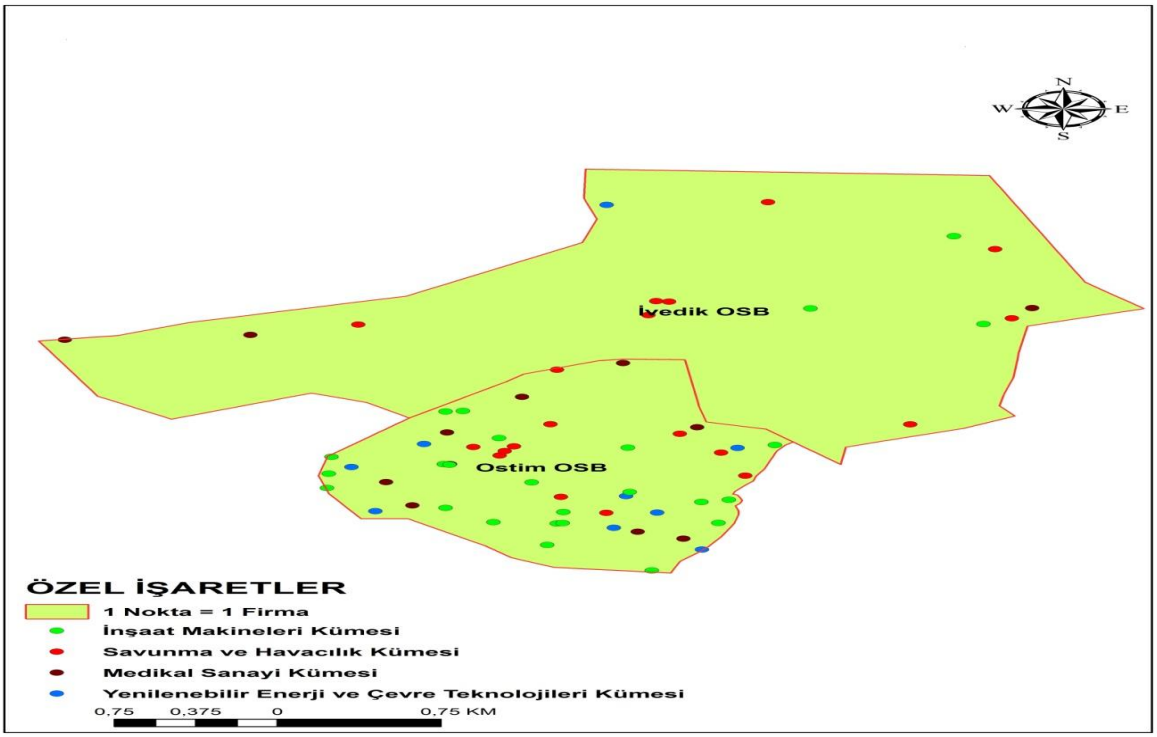
4.4. Saha Araştırmasının Evreni ve Örneklemi

Saha araştırmasının uygulama alanı Ostim sanayi bölgesidir. Ankara metropolünde yer alan Ostim, Ankara Sanayisi ve ülke sanayisi için büyük önem taşımaktadır. OSTİM OSB; 17 ana sektörde, 139 işkolunda faaliyet gösteren 5000 işletme ve 50.000 çalışana sahiptir (Ostim Medikal Sanayi Rehberi, 2010). Ostim sanayi bölgesi ise Yenimahalle ilçesi sınırları içerisinde bulunmaktadır.

Bu araştırmada örnekleme türlerinden olasılıklı olmayan örnekleme türlerinden olan *"kotalı örnekleme"* metodu kullanılmıştır. 283 işletme araştırmanın evrenini oluştururken örneklem olarak 65 işletme seçilmiştir. Metoda göre her bir kümeden o kümeyi temsilen çeşitli firmalar seçilmiştir. Bu firmalar seçilirken faaliyet gösterdiği kümeye göre tarihsel olarak 1955-1960, 1961-1970, 1971-1980, 1981-1990, 1991-2000, 2001-2010 yıllarında kurulmuş olan firmaların sayısının 1/5 oranında firma rastgele seçilmiştir.

Araştırma uygulanırken her firmadan olumlu yanıt alınamadığı için bu oranda değişimler olmuştur. Araştırma aşamasında kotalı örneklem metoduna uygun olabilecek yaklaşık 140 işletmeye gidilmiş bunlardan 65 tanesine anket uygulaması yapılabilmiştir. Bu firmaların dağılışı aşağıdaki haritada görülmektedir (Bkz. Şekil 4.6). Kümelerde yer alan firmaların bazıları İvedik OSB'de yer aldığı için haritada İvedik OSB de bulunmaktadır. Bununla birlikte kümenin yansımaları Ostim yerelinde ölçülmüştür.

Şekil 4.6. Anket Uygulaması Yapılan Firmaların Dağılımı



Kaynak: Yazar.

4.5. Veri Toplama Tekniği

Saha araştırmasındaki verilerin toplanmasında veri toplama yöntemleri içerisinde en fazla yararlanılan yöntem olan anket yöntemi uygulanmıştır. Çalışmanın amacına ulaşması bakımından en uygun seçimin anket yöntemi olduğu düşünülmüştür.

Saha araştırması için uygulanan anket formu; literatür araştırması, ulusal ve yerel düzeyde yapılmış çalışmalar incelenerek oluşturulmuştur. Anket uygulanan firmalardan en doğru verilerin elde edilebilmesi için yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu anket 43 sorudan oluşmuş ve 65 firmaya uygulanmıştır.

4.6. Verilerin Analizi

Saha araştırmasından elde edilen veriler, ankette yer alan her bir soruya karşılık olmak üzere ‘’yüzde dağılımları’’ aracılığıyla değerlendirilmiştir. Anketin cevaplarına ilişkin veriler, SPSS 20 aracılığıyla betimsel analiz olarak değerlendirilmiş ve programda oluşturulan yüzdelik tablolar Excel ortamına aktarılarak grafiklere dönüştürülmüş ve bu yolla verilerin anlaşılırlığının daha kolay olacağı düşünülmüştür. Bununla birlikte yüzde dağılımları oluşturulurken bazı işletmelerin birden fazla seçenek işaretlemesi nedeniyle kimi durumlarda verilen yüzdelerin toplamı 100’ü aşmaktadır.

V. BÖLÜM: AMPİRİK BULGULAR VE TARTIŞMA

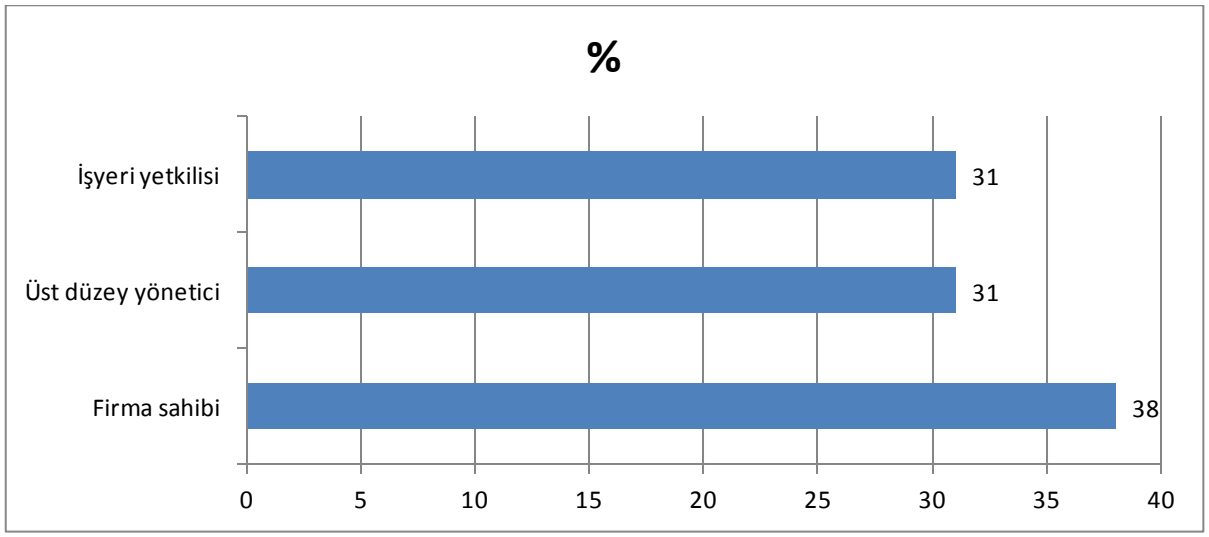
Bilimsel bir araştırmanın nihayete kavuşması için ampirik olarak kanıtlanması gerekir. Bu bakımdan Ostim küme firmalarına araştırma kapsamında anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Anket yoluyla; kümede yer alan firmaların kümeden hangi yönlerde fayda sağladıkları ya da sağlayamadıkları ölçülmeye çalışılmıştır. Çalışmanın bu bölümünde, Ostim kümelenmeleriyle ilgili saha araştırması sonucunda ortaya çıkan ampirik bulgular yer almaktadır. Araştırma bulgularının analizi kümelenme bağlamında anlamlı bir istatistiki sonucun olup olmadığına göre yapılmıştır. Bu ampirik bulgular altı bölüm halinde ele alınmıştır.

5.1. Firma Yöneticilerinin Demografik Özellikleri

5.1.1. Firma Yöneticilerinin Pozisyon Durumu

Bu firmaların %38'i firma sahibi, %31'i üst düzey yönetici, %31'i ise işyeri yetkilisi şeklinde olmuştur. Alınan yanıtların güvenilir ve anlamlı olması için araştırmaya katılan firma yetkililerinin kümelenme konusunu bilen, firmada uygulama adına hareket eden kişilerden oluşması önem taşımaktadır. Bu yüzden saha araştırmasında anket uygulanan kişiler beyaz yakalılar grubuna mensup kişiler olmuştur.

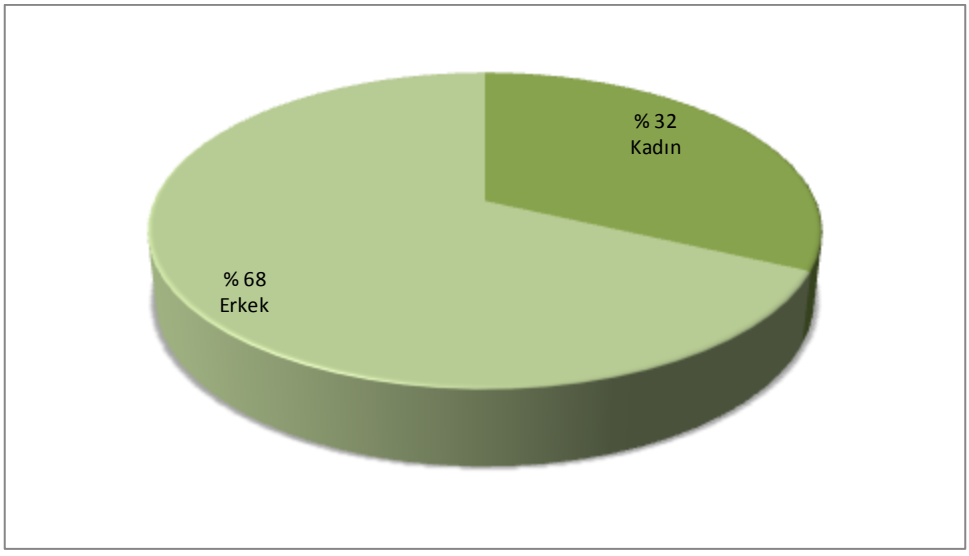
Şekil 5.1. Firma Yöneticilerinin Pozisyon Durumu



5.1.2. Firma Yöneticilerinin Cinsiyete Göre Dağılımı

Saha araştırmasına katılan kişilerin cinsiyete göre dağılımı %68 oranında erkek, %32 oranında kadın şeklinde olmuştur. Araştırmaya katılan firmalarda kadın yönetici sayısının; savunma (askeri olması itibariyle), iş ve inşaat makineleri (sektör itibariyle kadınlara görece uzak), enerji (sektör itibariyle kadınlara görece uzak) sektörlerinde faaliyet gösteren bir kümede azımsanmayacak sayıda olduğu görülmektedir.

Şekil 5.2. Firma Yöneticilerinin Cinsiyet Durumu

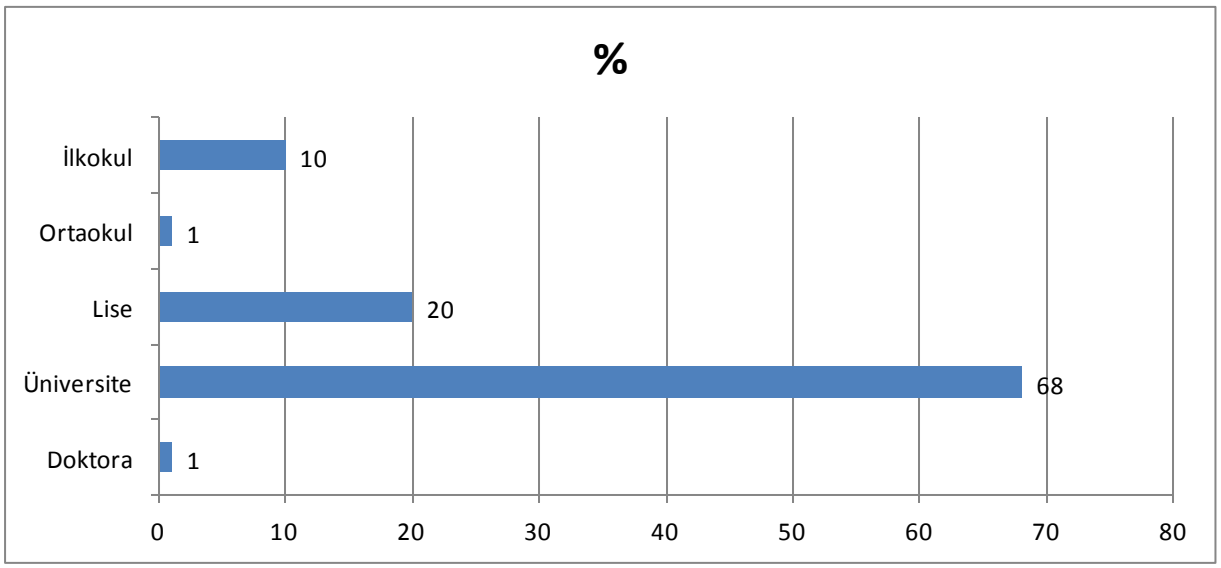


5.1.3. Firma Yöneticilerinin Eğitim Durumu

Ankete katılan firma yöneticilerinin eğitim durumları incelendiğinde, firma yöneticilerinin %68'nin üniversite mezunu olduğu, %20'sinin lise mezunu olduğu, %10'unun ilkokul mezunu olduğu, %1'inin ortaokul mezunu olduğu ve %1'inin de doktora mezunu şeklinde sıralandığı görülmektedir.

Yöneticilerin büyük çoğunluğunun üniversite mezunu olması kümelenme kavramının firmalar tarafından anlaşılması ve bir politika olarak uygulanabilmesi anlamında büyük öneme sahiptir. Bu anlamda, Ostim'deki firmaların nitelikli ve yüksek eğitimli yöneticilerden oluşması kümelenme yaklaşımının bölgede kurumsal bir özellik kazanmasında önemli bir yer teşkil etmektedir.

Şekil 5.3. İşletme Yöneticilerinin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı



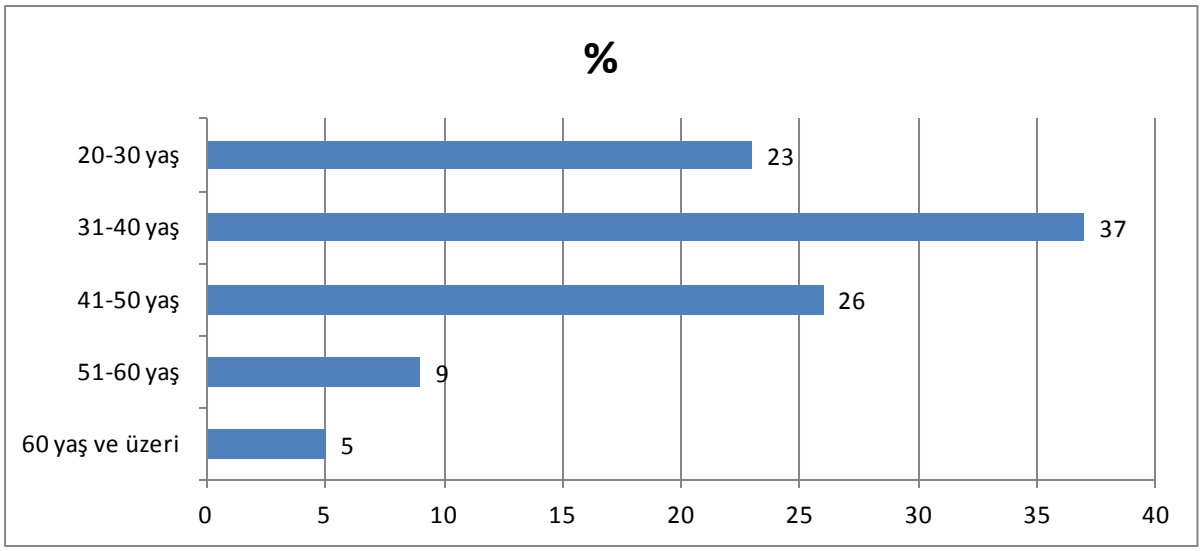
5.1.4. Firma Yöneticilerinin Yaş Durumu

Araştırmaya katılan firma yöneticilerinin yaş durumları incelendiğinde %37 ile (31-40) yaş grubu ilk sırayı oluştururken %26 ile (41-50) ikici sırayı yaş grubu oluşturmakta ardından %23 ile (20-30) yaş grubu gelmektedir. Son olarak, %9 ile (51-60) yaş grubu ve %5 ile (60 ve

üzeri) yaş grubu şeklinde sıralandıkları görülmektedir. Egemen yönetici sınıfının orta yaş grubunda olduğu görülmektedir.

Kümelenme politikasının yeni uygulanmaya başladığı sanayi bölgelerinde yöneticilerin, politikanın önemini ve yararlarını anlamaları açısından genç yönetici sınıfının bir avantaj olacağı söylenebilir. Nitekim, saha araştırmasında genç yöneticilerin konuya daha ilgili ve pozitif yaklaştıkları görülmüştür.

Şekil 5.4. İşletme Yöneticilerinin Yaş Durumuna Göre Dağılımı



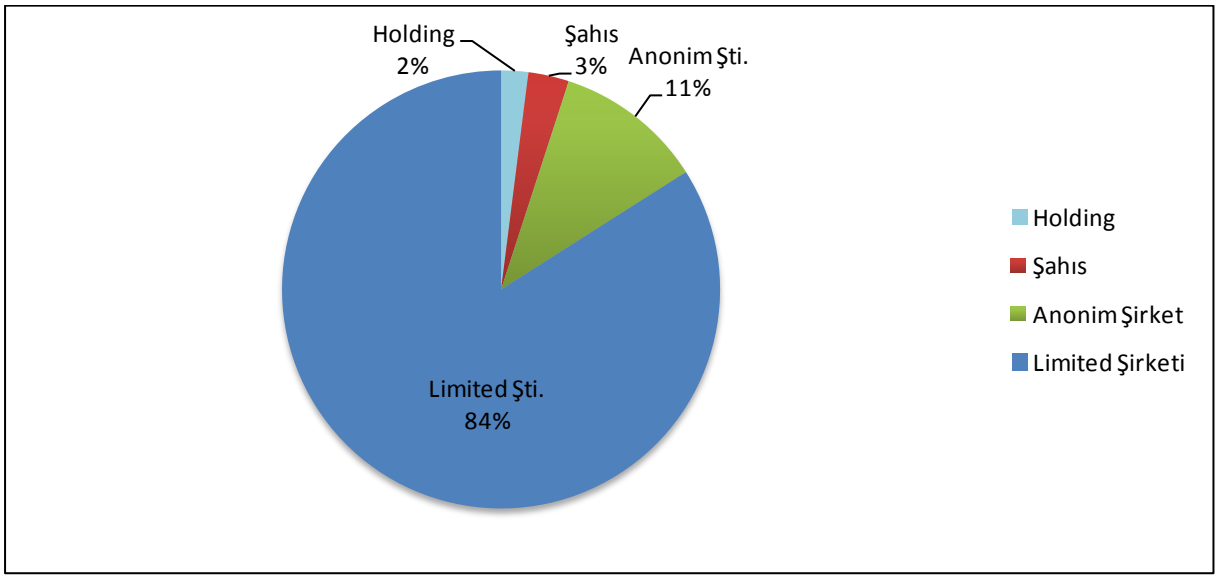
5.2. Küme Firmalarının Genel Özellikleri

5.2.1. Firma Türü

Ankete katılan firmaların yaklaşık %84'ü limited şirketi, %11'i anonim şirket, %3'ü şahıs ve %2'si holding firmaları şeklinde sıralanmaktadır. Hukuki açıdan işletmelerin büyük bir çoğunluğunun ortaklı işletmeler olduğu görülmektedir. Türkiye'de Kobi'lerin hukuki durumlarına bakıldığında ferdi mülkiyetten (%65) sonra %18'lik oranla limited şirketler gelmektedir (Makine Mühendisleri Odası, 2012:27). Bu anlamda limited şirketler daha çok küçük ve orta ölçekli işletmelerin tercih ettiği bir firma yapılanmasıdır. Bu durumun ortaya çıkmasında limited şirketlerin anonim ve holding şirket yapılanmalarına göre daha kolay

kurulabilmesinin (hem hukuksal hem sermaye yönünden) sebep olduğu belirtilebilir. Aynı zamanda Ostim'de yer alan firmaların bazıları aile ortaklıklarına dayanmaktadır. Bu yüzden kurulma aşamasında daha çok limited şirketlerin tercih edilmiş olduğu söylenebilir.

Şekil 5.5. İşletme Yapılarının Hukuki Durumlarına Göre Dağılımı



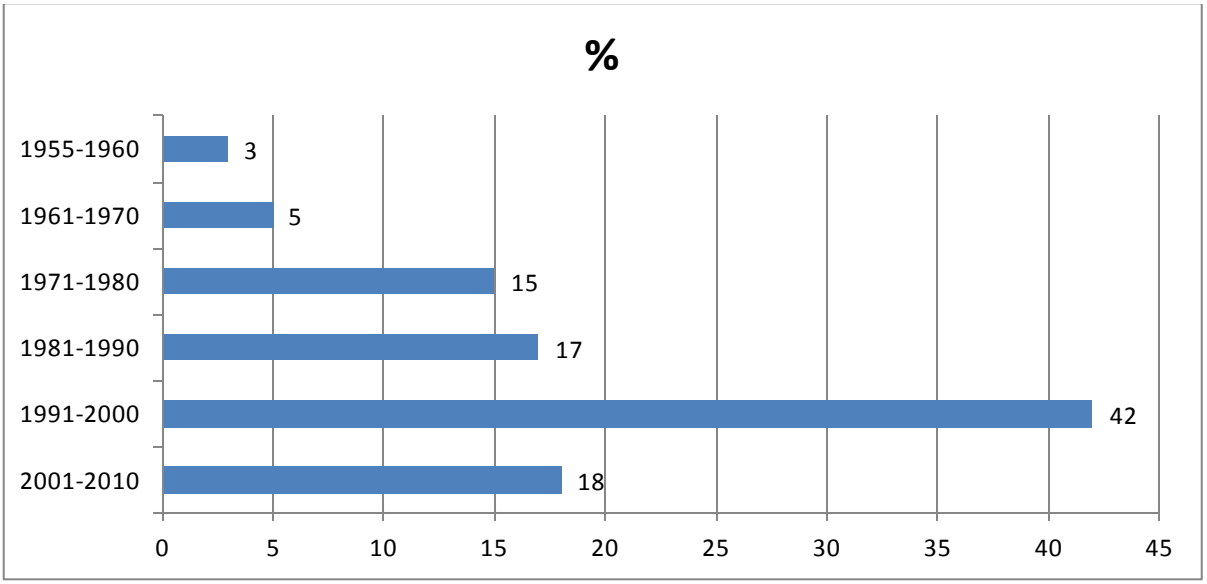
5.2.2. Ankete Katılan Firmaların Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı

Saha araştırmasına katılan firmaların kuruluş yıllarına göre dağılımı şu şekilde olmuştur; %3'ü 1950-1960 yılında, %5'i 1961-1970 yılında, %15'i 1971-1980 yılında, %17'si 1981-1990 yılında, %42'si 1991-2000 yılında, %18'i ise 2001-2010 yılında kurulan firmalardır.

Ankete katılan firmaların daha çok genç olarak nitelendirilebilecek firmalardan oluştuğunu görüyoruz. 1967 yılında tamamen özel sektör girişimciliğiyle kurulumuna başlanan, 1980'li yıllardan itibaren faaliyete geçen ve 1997 yılında Organize Sanayi Bölgesi statüsünü alan Ostim'de işletme sayısında 1971-1980 arasında büyük bir artış yaşamıştır. 1991-2000 periyoduna ise Ostim'i bir sanayi merkezi haline getiren firma yığılmalarının, yığılma ekonomilerinin oluştuğu bir dönem olarak bakılabilir. Dolayısıyla 1990 öncesi ve 1990 sonrası dönem olarak ele aldığımızda sanayi ve kent planlarının etkisiyle şehir merkezindeki

firmaların ve kent merkezlerinde sıkışan sanayinin şehir dışına çıkarılması, 1980'lerle gelen yeni ekonomik entegrasyonlar ve dışa açılım Ostim'in bir tercih sebebi olmasına ve işletmelerin bu bölgede artışına (daha çok 1990 sonrası) olanak sağlamıştır.

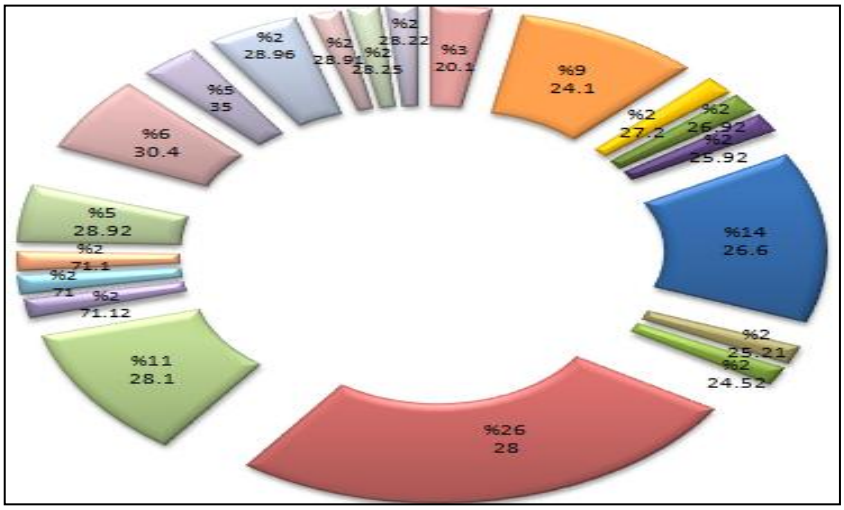
Şekil 5.6. İşletmelerin Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı



5.2.3. Firmaların NACE Rev. 2 Sınıflamasına Göre Sektörel Dağılımı

Anket uygulanan işletmelerin sektörel dağılımı NACE Rev. 2 istatistik sistemine göre yüzdelik olarak aşağıda gösterilmiştir (Bkz. Şekil 5.7). NACE Rev. 2 sınıflamasına göre sektörlerin istatistiki karşılıkları da aşağıda verilmiştir (Bkz. Tablo 5.1). İşletmeler 18 alt sektörde faaliyet göstermekte ve bunların büyük çoğunluğunu; başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı, ışınlama, elektro medikal ve elektro terapi ile ilgili cihazların imalatı, genel amaçlı makinelerin imalatı, ana demir ve çelik ürünleri ile demir alaşımları imalatı, askeri savaş araçlarının imalatı, elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtımı, maden, taş ocağı ve inşaat makineleri imalatı gibi alt sektörlerde faaliyet gösteren firmalar oluşturmaktadır.

Şekil 5.7. İşletmelerin NACE Rev. 2 Sınıflamasına Göre Yüzdelik Oranları



Kaynak: Yazar.

Tablo 5.1. Anket Uygulanan İşletmelerin NACE Rev. 2 Sınıflamasına Göre Faaliyet Gösterdiği Sektörler

NACE Rev. 2 Kodu	Sektör
20.1	Temel kimyasal maddelerin, kimyasal gübre ve azot bileşikleri, birincil formda plastik ve sentetik kauçuk imalatı
24.1	Ana demir ve çelik ürünleri ile ferro alaşımların imalatı
25.21	Merkezi ısıtma radyatörleri (elektrikli radyatörler hariç) ve sıcak su kazanları (boylerleri) imalatı
25.92	Metalden hafif paketleme malzemeleri imalatı
26.6	Işınlama, elektro medikal ve elektro terapi ile ilgili cihazların imalatı
27.2	Akümülatör ve pil imalatı
28	Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı
28.1	Genel amaçlı makinelerin imalatı
28.22	Kaldırma ve taşıma ekipmanları imalatı
28.25	Soğutma ve havalandırma donanımlarının imalatı, evde kullanılanlar hariç
28.92	Maden, taş ocağı ve inşaat makineleri imalatı
28.96	Plastik ve kauçuk makinelerinin imalatı
30.4	Askeri savaş araçlarının imalatı
32.9	Başka yerde sınıflandırılmamış imalatlar
35	Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtımı
71	Mimarlık ve mühendislik faaliyetleri; teknik test ve analiz faaliyetleri

Tablo 5.1 *(Devam)*

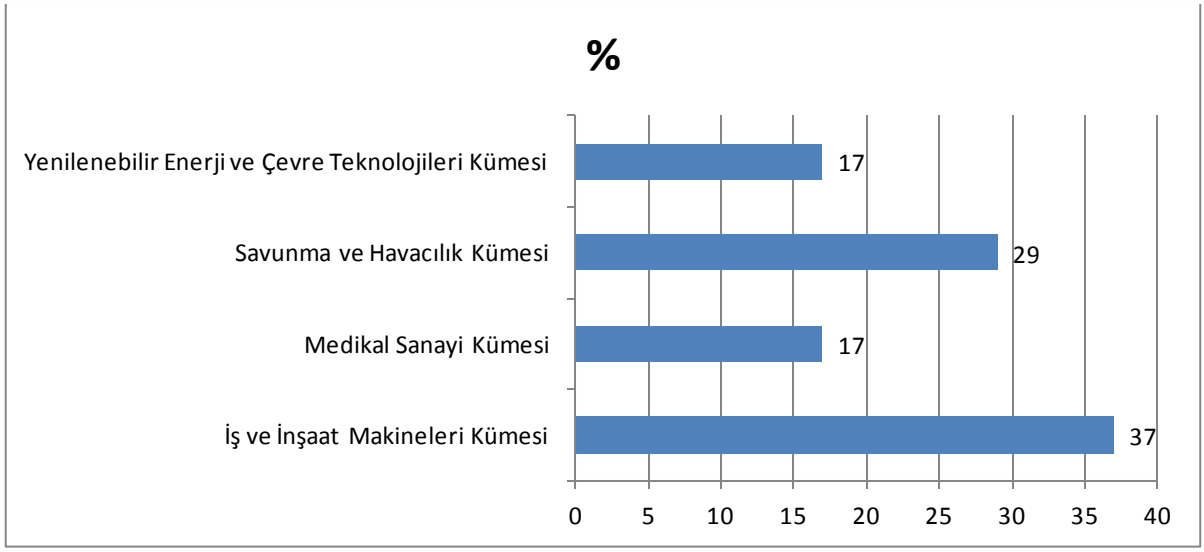
71.1	Mimarlık ve mühendislik faaliyetleri ve ilgili teknik danışmanlık
71.12	Mühendislik faaliyetleri ve ilgili teknik danışmanlık

Kaynak: TÜİK, 2010

5.2.4. Firmaların Kümelere Dağılımı

Anket uygulanan firmaların %37'si İş ve İnşaat Makineleri (İşim) Kümesi, %29'u Savunma ve Havacılık Kümesi, %17'si Medikal Sanayi Kümesi ve yine %17'si de Yenilenebilir Enerji ve Çevre Teknolojileri Kümesinde yer almaktadır. Anketler, anlamlılık taşıması açısından üye firmaların sayısal oranına göre uygulanmıştır. (Kümeye üye firma sayısı; iş ve inşat makineleri kümesi: 89, savunma ve havacılık kümesi: 84, medikal sanayi kümesi: 56, yenilenebilir enerji ve çevre teknolojileri kümesi: 53)

Şekil 5.8. İşletmelerin Kümeler Bazında Dağılımı

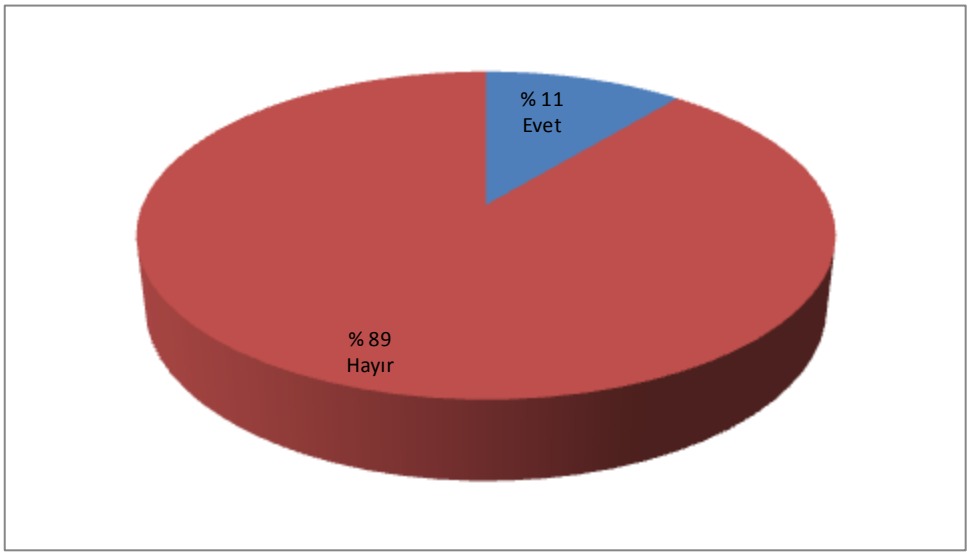


5.2.5. Kümeye Aidat Ödeme Durumu

Kümeye aidat ödeme oranlarına bakıldığında, ankete katılan firmaların %89'u kümenin kurumsal yapısına aidat ödediğini belirtirken, %11'i kümenin kurumsal yapısına aidat ödemediğini belirtmiştir. Aidat ödemenin kümede kalmak için bir zorunluluk

oluşturmadığı söylenebilir. Kümenin kurumsal bir yapıda olmasının sağlanması, sosyal sermaye noktasında bir güven ağı oluşması ortak katılımla mümkündür. Bu yüzden bazı firmaların aidat öderken bazılarının ödememesi kümenin kurumsal kimliği ve sosyal sermaye için çeşitli problemler yaratabilir. Özellikle, aidat ödemeyen işletmeler kümeye entegrasyonda (kümenin kurumsal bir yapı olduğuna dair inançlarını kaybedebilirler) sorun yaşayabilirler.

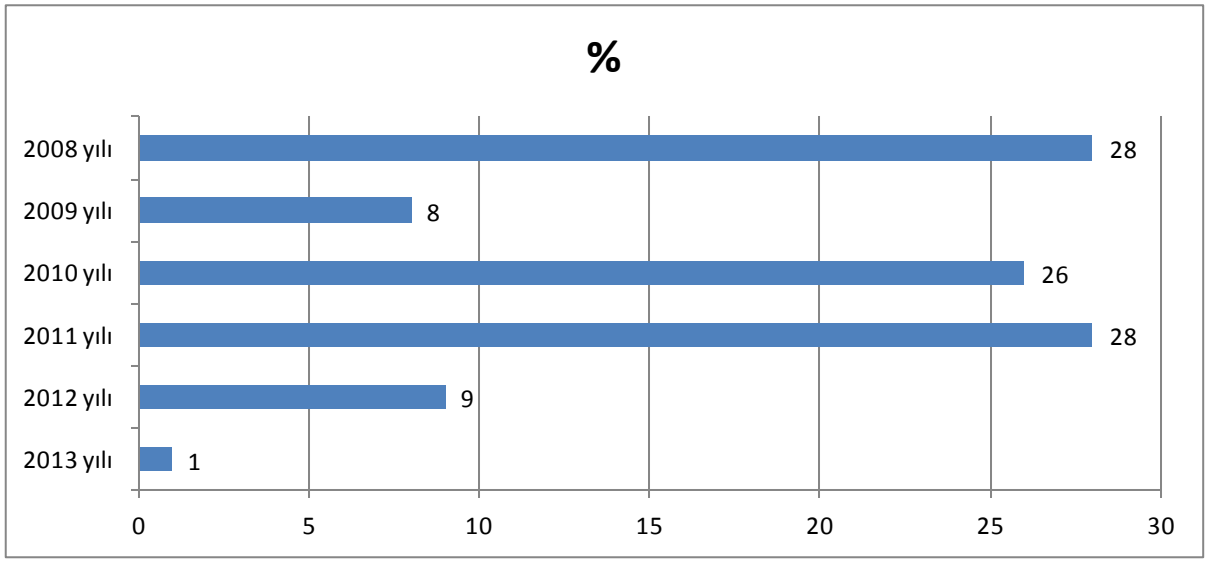
Şekil 5.9. İşletmelerin Küme Kurumsal Yapısına Aidat Ödeme Durumları



5.2.6. Kümeye Üye Olma Yılı

Ankete katılan firmaların kümeye üye olma yılları incelendiğinde, %28'inin 2008 yılı yani kümelerin kurulduğu yıl, yine %28'inin 2011 yılı, %26'sının 2010 yılı, %9'unun 2012 yılı, %8'inin 2009 yılı ve %1'inin de 2013 yılında kümeye üye oldukları görülmektedir. Kümelerin kurulduğu dönemden 2013 yılına kadar peyderpey üye olduğu ancak 2013 yılında %1 oranında firmanın üye olduğu görülmektedir. Bu durumda, küme kurumsal yapısının yeterince işletmeyi kümeye çekemediği söylenebilir. Böyle bir durumun ortaya çıkmasında süreç içerisinde kümenin yeterince fayda sağlamadığı inancının oluşması sonucu etkili olmuş olabilir. Bununla birlikte araştırma esnasında bazı firma yöneticileri kümeden ayrılmama sebepleri olarak *'"belki ileride bir faydası olur"* düşüncesini belirtmektedirler.

Şekil 5.10. İşletmelerin Kümeye Üye Olma Yılı



5.3. Kümelenmenin Nedenleri ve Firmada Yol Açtığı Değişimler

5.3.1. Kümeye Üye Olmada Etkili Olan Durumlar

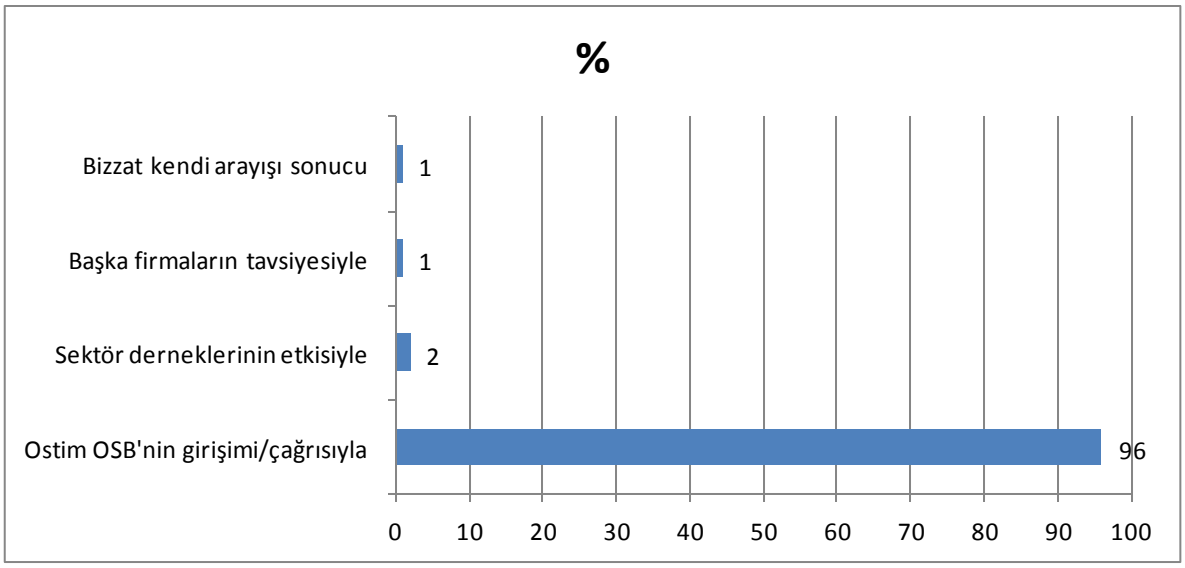
Ankete katılan firmaların kümeye üye olmasında etkili olan faktörlere bakıldığında, firmaların %96'sının Ostim OSB'nin girişimi/çağrısıyla üye olduğu görülürken, %2'sinin sektör derneklerinin etkisiyle, %1'inin başka firmaların tavsiyesiyle ve aynı oranda %1'inin de bizzat kendi arayışları sonucu üye olduğu görülmektedir. Ostim OSB'nin girişimi/çağrısı firmaların kümelere üyeliğinin temel belirleyicisidir. Şekilde görüldüğü üzere firmaların %96'sı kümelere bu sayede üye olmuştur.

Bilindiği üzere kümelenmede yerel aktörlerin önemi fazladır. Yerel aktörlerin birkaçının birden hareket etmesi politikanın sürdürülebilirliği noktasında çok önemlidir. Kümenin oluşturulması aşamasında devletin sağladığı vergi avantajları, teşvikler, hibeler önemli role sahiptir. Bununla birlikte kurumsal anlamda firmaların kümeyle olan ilişkileri, danışmanlık hizmetleri gibi etmenler kümenin çekici bir role sahip olmasını sağlayacaktır.

Ostim'de kümelenme politikası daha çok Ostim OSB'nin çalışmalarıyla yürütülmektedir. Bu anlamda diğer yerel aktörlerin de aktif bir şekilde kümelenme konusuna

eğilmeleri gerekmektedir. Aksi halde kümelenmeyi bir politika olarak uygulamak mümkün olmayacağı gibi işletmelerin birbirlerini daha çok, rakip olarak görmesine neden olur. Çünkü kümelenme hem aktörlerin hem işletmelerin bir birliktelik sürecidir. Elmas Modeline göre kümelenme planlı bir süreci içerdiği için birbirine coğrafi yakınlığı bulunup aynı sektörde faaliyet gösteren firmaların yerel ve ulusal politikalarla yönlendirilmesi söz konusudur ve yapay bir oluşumu içermektedir. Oysaki yenilikçi çevre, endüstriyel bölge, bölgesel yenilik sistemleri, yeni sanayi odakları, öğrenen bölgeler gibi kavramlar politik bir yönlendirmeye gerek olmaksızın kendiliğinden oluşan kümelerdir/yığılmalardır. Buna göre, Ostim'deki durum kümelenmenin kendiliğinden ortaya çıkan yani yenilikçi çevre, endüstriyel bölge, bölgesel yenilik sistemleri, yeni sanayi odakları, öğrenen bölgeler kavramlarını içeren değil *'yapay bir iş"* kümesi olduğunu göstermektedir.

Şekil 5.11. Kümeye Üyelikte Etkili Olan Durumlar



5.3.2. Kümeye Üyelik Nedeni

Araştırmaya katılan firmalar %88 oranında rakipleri üye olduğu için kümeye üye olmuştur. Bu durum bize kümeye üye olmada rekabetin önemli bir etken olabileceğini göstermektedir. Firmaların %71'i devletten teşvik/destek ya da hibe alabilmek için kümeye

üye olmuştur. Bu durum, firmaların teşvik/destek almada kümelenmenin önemi ve gerekli olduğunu ve firmalar için önem taşıdığını ortaya koymaktadır. Ortak bir amacın, işbirliğinin firmanın performansını artıracağı düşüncesi %66 oranındadır. Firmaların ortak bir amaç için bir araya gelme eğilimlerinin önemli olduğu söylenebilir. Aynı sektörde bir arada olmanın fayda getirdiğine inanmanın oranı ise %65'tir. Firmalar için sektörel anlamda bir arada bulunmanın önemli olduğunu yine söyleyebiliriz. Ticari anlamda yeni vizyon/ticari ilişkiler kazanabilmenin oranı %58'dir. Firmaların ticari olarak bir vizyon kazandırması anlamında kümeden beklenti içinde oldukları belirtilebilir. Kümelenme politikası içinde danışmanlık büyük rol oynasa da Ostim'deki firmaların yarıdan fazlasının, %45'inin böyle bir beklenti içinde olmadıkları görülmektedir. Maddi geliri artırmak %45 oranındadır ve firmaların bu noktada yine büyük çoğunluğu maddi geliri artırma düşüncesiyle küme üyeliğini gerçekleştirmemiştir. %28 ile teknolojik bakımdan ilerlemenin firmalar için çok büyük bir önem taşımadığı, işletmelerin büyük oranda teknolojik bakımdan ilerleme düşüncesiyle üye olmadığı sonucu çıkarılabilir.

Kümelenmenin önemi, esasen ortak bir akıl ve vizyon oluşturarak küresel pazarda rekabet edebilmeye olanak sağlamasından kaynaklanmaktadır (üretimin başından mamul ürün aşamasına kadar). Kümelenme eğilimlerinin artmasındaki en önemli unsur kümelenmelerin yarattığı öğrenme süreciyle birlikte aynı mekânda bulunmanın sağladığı işlem mâliyetlerindeki azalmalardır (Keskin ve Dulupçu, 2010:442).

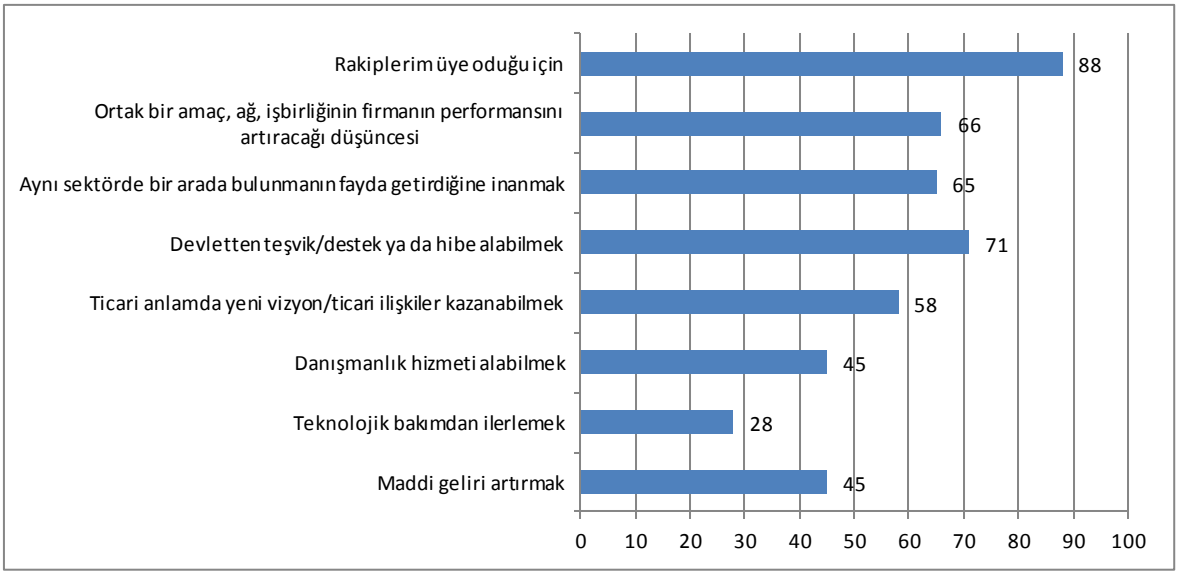
Bunun yanında Marshall dışsallıklarında ve Porter'ın rekabet avantajında belirtildiği üzere firmaların aynı coğrafi mekânda bulunmasından kaynaklı fırsatların işletmeler bazında ve devlet/bölgesel politika yapıcıların girişimleriyle Ostim yerelinde mekânda karşılık bulduğu/bulabileceği söylenebilir.

Kümelenme ortak hedefe ortak hareket etmenin en iyi göstergelerinden biridir. Bu çerçevede kümede bilgi akışının bu sayede inovatif süreçlerin gerçekleşmesi için işletmelerin

birbirini rakip değil iş arkadaşı gibi görmeleri çok önemlidir. Çünkü küme üyesi firmalar, yerel marka olabilme, bölgenin sektördeki imajından faydalanabilme, kolektif öğrenme ve yönetim kaynaklarının kullanılmasında önemli bir fırsat yakalayabilirler (Nasır, 2009:100).

Kümenin kurumsal yapısından en çok beklenen faaliyetlerden biri de danışmanlık hizmetleridir. Firmaların danışmanlık hizmeti almaları işletmelerin strateji ve yeni vizyonlar kazanması açısından gereklidir. Devletin doğrudan ya da yerel aktörler aracılığıyla verdiği teşvikler, hibeler işletmelerin kümede yer almaları açısından büyük role sahiptir. Firmaların kendi performanslarını, maddi gelirlerini artırmak arzuladıkları bir durumdur o halde işletmelerin maddi ve teknolojik açıdan gelişme sağlayacakları bir kurumsal yapı içerisinde bulunmaları onlar için önemlidir.

Şekil 5.12. İşletmelerin Kümeye Üye Olma Nedenleri

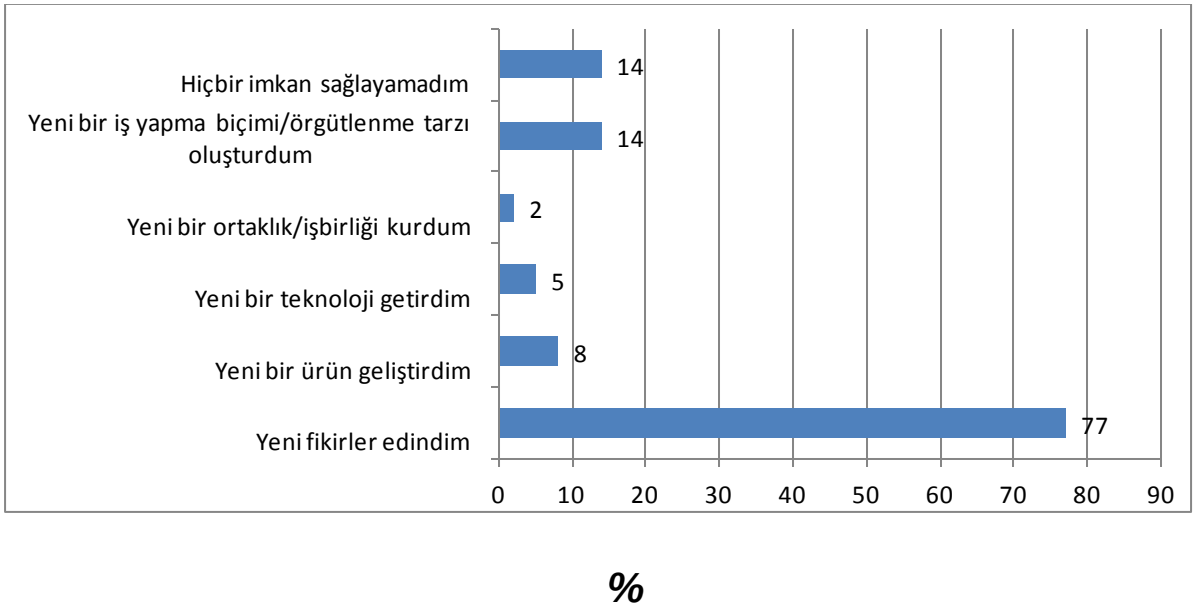


5.3.3. Kümenin Firmaya Kazandırdıkları

Kümelenmenin amacı ve genel yararları çerçevesinde, küme oluşumunun firmaya kazandırdığı imkânlara bakıldığında, ankete katılan firmaların %77'si faaliyet gösterdiği

sektörle ilgili olarak yeni fikirler edindiğini belirtmiştir. Küme oluşumu işletmeler için çeşitli imkânlar sağlar. Mekânda bilgi akışıyla birlikte inovasyonu hızlandıran küme oluşumu işletmelere yeni bir vizyon kazandırır. Bununla birlikte, firmaların %14'ü yeni bir iş yapma biçimi/örgütlenme tarzı oluştururken, %14'ü ise kümeden hiçbir kazanım elde edememiştir. Firmaların yeni bir ürün geliştirme kazanımı %8, yeni bir teknoloji getirme oranı %5'tir. %2 oranında ise yeni bir ortaklık/işbirliği kurdum kazanımı yer almaktadır. Bu durum, kümenin firmalara yeni fikirler edinme noktasında katkı sağladığını göstermektedir. Ostim'deki kümelerin yeni olmasından ötürü yeni bir ortaklık/işbirliği kurulması, işletmeye yeni bir teknoloji getirilmesi, işletmenin yeni bir ürün geliştirmesi gibi imkânları henüz sağlamadığı söylenebilir. Kümelenme işletmelere bilgi akışı yoluyla çeşitli faydalar sağlar. Kümelenmenin ortaya çıkardığı kişisel ilişkiler ve topluluk bağları güveni tesis eder ve bilgi akışını hızlandırarak bilgiyi daha akıcı bir hale getirir ve işletmelere başka bir mekânda elde edemeyeceği imkânlar sunarak rekabet avantajı sağlar (Çakmak, 2009:5).

Şekil 5.13. Küme Oluşumunun Firmaya Olan Kazanımları



5.3.4. Kümenin Firmaya Sağladığı Destekler

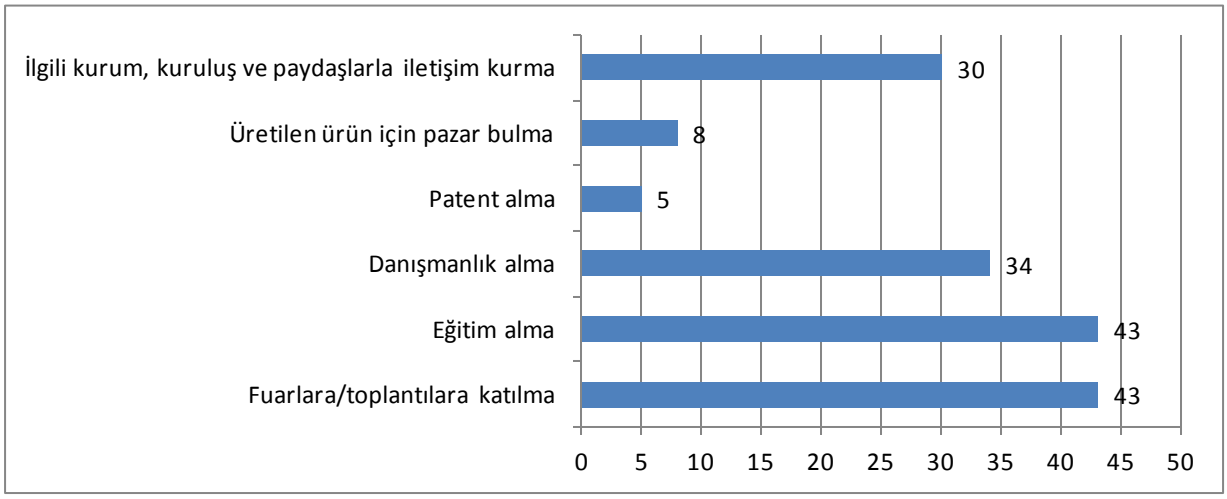
Küme oluşumunun firmaya sağladığı desteklere bakıldığında, fuarlara/toplantılara katılma ve eğitim alma oranının %43 ile ilk sırada olduğu görülmektedir. Bu noktada kümenin firmaları daha çok fuarlara/toplantılara katılma ve eğitim alma noktasında desteklediği görülmektedir. Fuarlara/toplantılara katılım işletmelerin piyasadaki tanınırlılığını artıracaktır bu sayede yeni işbirlikleri kurulup firmalar arası bilgi taşmaları sağlanabilecektir.

Danışmanlık hizmeti kümelenme politikasında büyük öneme sahiptir. İşletmelerin yeni işbirlikleri ya da çeşitli sorunları danışmanlık ve kümelenme konusunda verilecek eğitim hizmetleriyle mümkündür ancak Ostim'de küme firmalarının danışmanlık hizmetini alabilme oranı %34'tür. İlgili kurum, kuruluş ve paydaşlarla iletişim kurma %30 oranındadır. Firmaların ilgili kurum, kuruluşlarla ve küme firmalarıyla başarılı bir iletişim halinde olmadığı söylenebilir. Bu durum yerel kalkınma noktasında politikaları başarısız kılabilir. Kümenin firmaya sağladığı desteklerden üretilen ürün için pazar bulma %8, patent alma %5 oranındadır. Hâlbuki kümelenme bir politika olarak yürütüldüğünde firmalar için çeşitli fırsatlar ve fikirler yaratmalıdır. Ancak sonuçlara göre, firmaların ürünleri için pazar bulma ve ürettikleri ürün için patent alma (patent almanın küresel rekabette önemi büyük olsa da) noktasında destek alamadıkları sonucu çıkarılabilir. Kurumsal yapıya bürünmüş bir küme işletmeler için büyük bir fırsat özelliğine sahiptir. Firmaların ilgili kurum ve kuruluşlardan yararlanmaları, iletişim kurmaları küme kurumsal yapısı sayesinde mümkün olur. Sanayi kümelerinin sahip oldukları kurumsal yapı, bu kümelerin sürdürülebilirliğini belirleyen dinamiklerin başında gelmektedir (Kaygalak, 2011: XXII).

Bununla birlikte küme içindeki bilgi taşmaları sonucunda ortaya çıkan özgün ürünler küme kurumsal yapısının etkisiyle patent almayla karşılık bulmalı ve böylece küresel rekabette kümelenmenin avantajı değerlendirilmelidir. Kümenin işletmelere yararlarından biri pazar olanağı sunmadır ki pazar yaratma da kümelenme süreciyle doğrudan ilişkilidir.

Coğrafi yakınlığın oluşturduğu bilgi taşmaları yeni ürün üretimine olumlu yönde etki ederken oluşan yerel/bölgesel yenilikler rekabet gücüne yansır bu durum da küresel anlamda pazar olanaklarını artırır. Kümelenme işletmelere sürecin diğer aktörleriyle birlikte teknoloji geliştirmek, parça ve makine erişimi, hizmet ve pazar kavramları gibi konuları öğrenmelerine fırsat tanır (Doğu Marmara Kalkınma Ajansı, 2010:6).

Şekil 5.14. Küme Kurumsal Yapısının İşletmelere Olan Destekleri



5.3.5. Kümenin Firma Üzerinde Yapmış Olduğu Değişimler

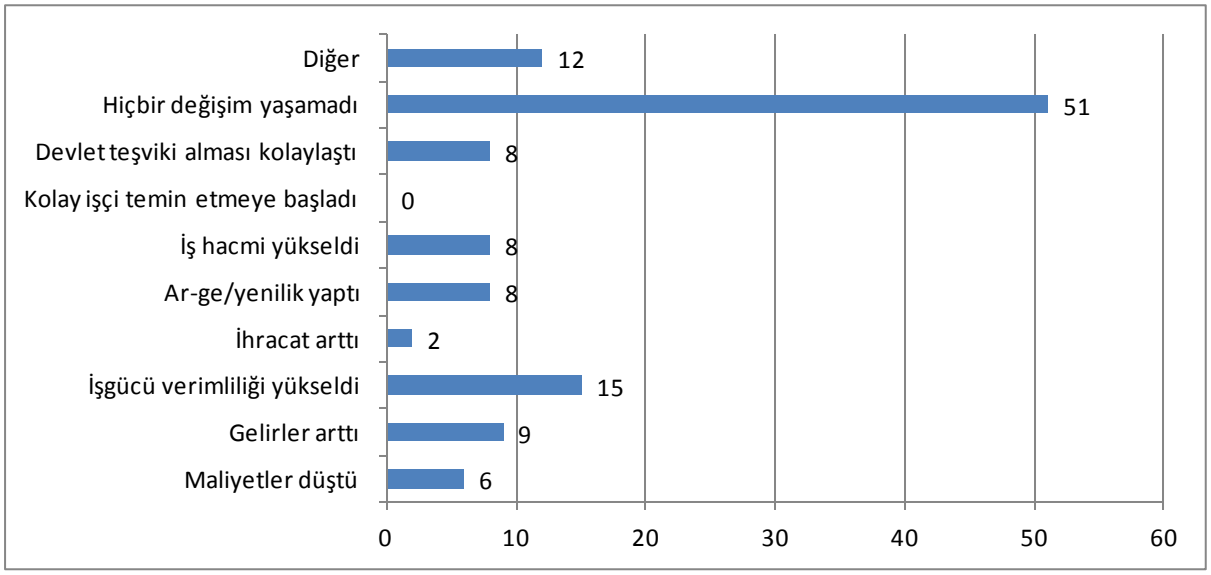
Küme oluşumunun anket uygulanan firmalar üzerinde nasıl bir değişim yaptığına şu şekilde bakılabilir. Spesifik anlamda kümelenmenin firmaya etkisi noktasında ankete katılan firmaların büyük çoğunluğu, %51'i, kümeye üye olduktan sonra hiçbir değişim yaşamadığını belirtmiştir. Bu durumda firmalar kümeden bir beklenti içinde olsalar da kümelenmenin sağladığı avantajlardan henüz faydalanamamışlardır. Bu işletmelerden %15'i kümelenmenin işgücü verimliliğini yükselttiğini belirtmiştir. %12'si diğer seçeneği içerisinde reklamı belirtmiştir (firma tanıtım kataloglarında ve web sayfalarında yer almaları sayesinde), %9'u ise, maddi gelirlerinin arttığını belirtmiştir. Ostim kümelerinde işletmeler önemli bir maddi artış sağlayamamıştır. Mâliyetlerin düştüğünü belirten işletmelerin oranı %6'dır. Kümelenmede

önemli bir role sahip olan firma mâliyetlerinin düşmesinin henüz Ostim kümelerinde tüm firmalara yansımadığı görülmektedir. İşletmelerin %8'i devlet teşviki almanın kolaylaştığını, iş hacminin yükseldiğini, Ar-Ge/yenilik yaptığını belirtmiştir. %2 oranında işletme ise ihracatının arttığını belirtmiştir. İşletmelerin kümeye girişiyle birlikte, girmeden önceki sürece nazaran bazı faydalar elde etmeleri beklenir.

Özellikle rekabet avantajının sağladığı pazar hacmi (daha çok ihracata dayalı) ve buna bağlı maddi gelirin artışı, kolay ve nitelikli istihdamın sağlanabilmesi, firma performansının artışına bağlı iş hacminin yükselmesi, olumlu dışsallıkların yarattığı mâliyet azalmaları önemli değişkenlerdir. Bunun yanında küme kurumsal yapısının firmalara sunduğu Ar-Ge hizmetleri, işletmelerin kendi Ar-Ge birimleri kümenin başarısında önem arz eder.

Elde edilen bulgulara dayanarak kümelenmeden firmaların henüz tam olarak faydalanamadığı sonucu çıkarılabilir. İşletmeler yaptıkları yeniliklerin, gerçekleştirdikleri mâliyet avantajlarının, ihracatın kendi kabiliyetleriyle olduğunu küme neticesinde geçekleştirmediklerini de görüşme esnasında belirtmişlerdir. Oysa kümelenmede amaç; bilgi akışı ve mâliyet avantajlarıyla ortak bir rekabet gücü elde edebilmek ve yerel kalkınmayı gerçekleştirebilmektir. Kümelenmenin yerel kalkınmaya pozitif yönde etkisinin olabilmesi için bu politikanın uygulandığı bölgelerin devlet teşvikleriyle desteklenmesi gerekir ve bu durum yerel ile ulusal aktörlerin önemini ortaya koymaktadır (Tutar vd.,2011:8-9).

Şekil 5.15. Kümenin İşletme Üzerindeki Değişimleri



5.3.6. Kümenin Firma Üzerinde En Önemli Etkisinin Olduğu Alanlar

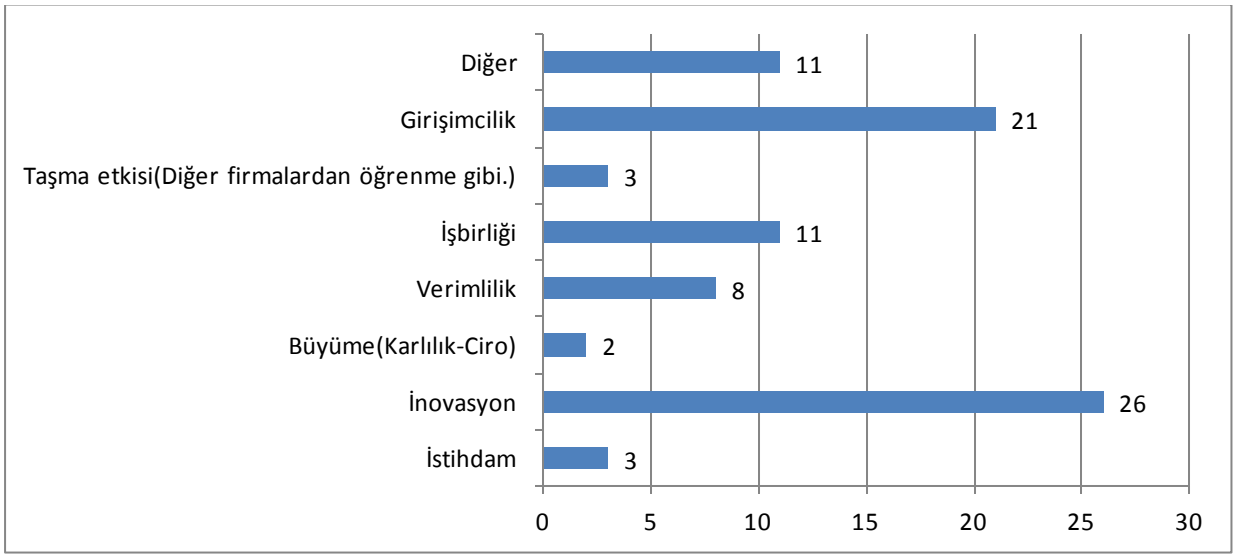
Kümelenme, anket uygulanan firmalara önem açısından şu noktalarda etkili olmuştur. İnovasyonun önem derecesi %26'dır. Girişimcilik %21 ile ikinci sırada gelmektedir. Ancak bu inovasyon ve girişimcilik, Ostim kümelerinde daha çok yeni fikirler edinme, sektörel vizyon kazanabilme anlamı taşımaktadır. İşbirliği ve diğer seçenekleri aynı oranda %11'dir. Verimlilik %8, taşma etkisi ve istihdamın oranları ise %3'tür. Büyüme (kârlılık-ciro) oranı %2 ile son sırada yer almaktadır. %11'lik paya sahip *diğer seçeneği* içerisinde firmalar *reklamı* belirtmişlerdir. İşletmeler kümeden reklam anlamında bir fayda sağlamıştır. Yapılan görüşmeler bu faydanın işletmelerin firma tanıtım kataloglarında ve web sayfalarında yer alması şeklinde olduğunu ortaya koymuştur.

Kümelenme işletmelere inovatif olma özelliği kazandırır. Bilgi taşması küresel rekabet edebilmede bir fırsat olarak ortaya çıkarken, girişimcilik yerli/yabancı firmalarla işbirliği yaparak ve kendi içinden yeni firmalar doğurarak kendini göstermektedir. Bu durumda, Ostim

yerelinde kümelenme ruhuna uygun bir inovatif özellik ve bilgi akışı olmadığı söylenebilir. Verimlilik artışının sağlanması, işletmelerin kâr marjlarının artması pazardaki rekabet avantajıyla doğrudan ilgilidir. Kümelenme firmalara bir taraftan yeni fikirler kazandırırken diğer taraftan oluşturduğu ticaret hacmiyle cirolarını artırır. Bunun yanında işleyen bir kümede ve bölgesel yenilik sistemlerinin çalıştığı endüstriyel bölgede beyaz ve mavi yakalı personelin istihdamının daha kolay olması beklenir.

Bilgi aktarımı, teknoloji paylaşımı, beceri geliştirme, pazarlama, müşteri taleplerine yanıt, yeni buluşlar yapılması, yeni yatırımların gerçekleşmesi ve girişimcilik, istihdam imkânları kümenin yarattığı sonuçlardır (Çelik, 2008:9). Ancak Ostim yerelinde bu yansımaları oransal olarak görememekteyiz.

Şekil 5.16. Kümenin Firma Üzerinde En Etkili Olduğu Alanlar



%

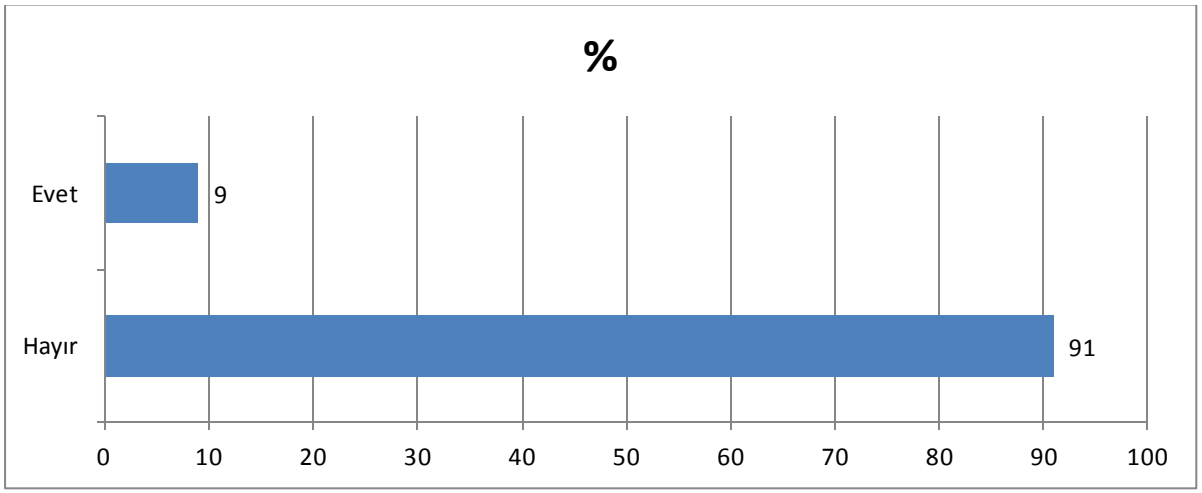
5.3.7. Küme Firmalarının Teşvik/Hibe Alma Durumları

Araştırmaya katılan işletmelere bakıldığında bu işletmelerin %91'i küme yönetmeliğine dayalı olarak teşvik, hibe desteklerini almadıkları görülmektedir. %9 oranında firma teşvik/hibelerden yararlanmıştır. Teşvik/hibe alan firmaların % 9'luk oranı oluşturan 6 firmadan, 3'ü diğer seçeneği içerisinde fuarlara katılımı belirtmiş, 1'i ihracat artışı sağladığını, 1'i yeni yatırım gerçekleştirdiğini, 1'i de kapasite artışı sağladığını belirtmiştir.

Devlet tarafından (devletin doğrudan veya yerel aktörler aracılığıyla sağladığı imkânlarla) kümelenmenin bir politika olarak yürütülmesi amacı göz önüne alındığında işletmelerin teşvik ve hibelerden yararlandırılması söz konusudur. Kümede bilgi akışıyla oluşan yeni fikirlerin uygulamaya geçirilmesi noktasında teşvikler ve hibeler önemli role sahiptir. Bununla beraber kümeye yeni işletmelerin gelmesi de teşvik ve hibelerin çekiciliğiyle ilgilidir. Dünyada ve Türkiye'de yerel kalkınma bağlamında oluşturulan politikaların odak noktasını esasen bölgesel eşitsizlik sorunsalı oluşturmaktadır. Özellikle bölge bazında firmalara verilen teşvikler, hibeler bu sorunun ortadan kaldırılmasına yönelik uygulamalardır. Bu bakımdan yerel kalkınmada tutarlı, rekabetçi politikalar yaşamsal niteliktedir.

Bu çerçevede Ostim yerelinde firmaların kümelenmenin getirdiği fırsatlardan olan teşvik ve hibelerin büyük bir oranda gerçekleşmediği görülmektedir. Ancak bu durumun yönetmeliğin sadece 1 yıllık süreden beri uygulanmasından (Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kümelenme Destek Programı Yönetmeliğini 2012 yılında çıkarmıştır) kaynaklandığı savunulabilir. Bununla birlikte şekil 5.12'de firmaların %71'i teşvik/hibe almak için kümeye üye olduğunu belirtmiştir.

Şekil 5.17. Küme İşletmelerinin Teşvik/Hibe Alma Durumları



5.3.8. Teşvik Süresi

Ankete katılan, teşvik/hibe alan %9 oranındaki 6 firmanın teşvik/hibe alma sürelerine bakıldığında bu firmaların 3'ü teşvik/hibeyi kümeye üye olduktan bir yıl sonra almıştır. İşletmelerden biri kümeye üye olduğu yıl teşvik/hibe almıştır. Firmalardan bir diğeri ise kümeye üye olduktan iki yıl sonra teşvik/hibe almıştır. Diğer firma ise küme üyeliğinden dört yıl sonra teşvik/hibe almıştır. Bu durum bize, teşvik/hibe alma sürelerinin firmadan firmaya farklı olduğunu göstermektedir. Yeni fikirlerin desteklenmesi, kümeye yeni işletmelerin çekilmesi teşvik ve hibelerle mümkündür.

Belli standartlar ve aralıklar dâhilinde verilecek teşvikler veya hibeler yerel kalkınma aracı olarak görülen kümelenmenin işletmeler bazında kendini göstermesine ve bu yolla Ar-Ge faaliyetlerinin gerçekleşmesine olanak sağlar.

5.3.9. Kümeye Üyelik-İhracat İlişkisi

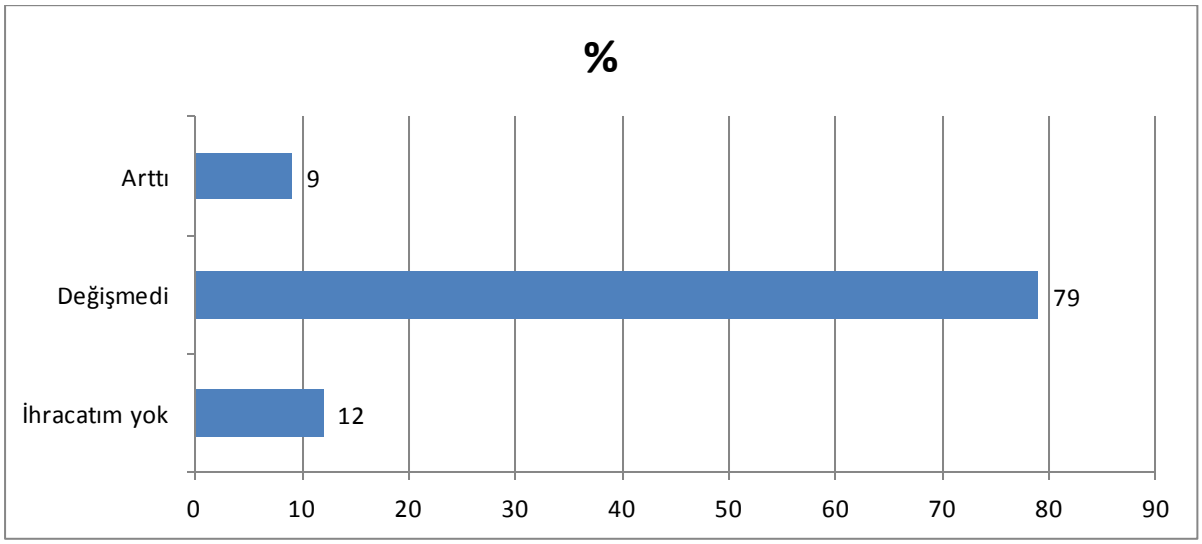
Anket uygulanan firmaların kümeye üye olduktan sonraki ihracat oranlarına bakıldığında şu şekilde sıralandığı görülmektedir. İşletmelerin, %79'u ihracatının değişmediğini belirtmiştir. %9'u ise ihracatının arttığını ifade etmiştir. Firmaların %12'si ise

yurtdışı bağlantılı çalışmamakta yani ihracatı bulunmamaktadır. Buna göre az sayıda firma kümeye üye olduktan sonra ihracat artışı sağlamıştır.

Kümelenme politikasında küresel rekabet için firmaların çeşitli çok uluslu şirketlerle işbirliğine girmesi (yerelde gerçekleşen işbirliğine ek olarak) pazarlama anlamında işletmelere fırsatlar sağlar. Bölgesel kalkınmanın dinamiğini oluşturan rekabet gücü oluşturduğu ivmeyle işletmelere yenilik yapma konusunda zorlayıcı bir unsur olur. Piyasada kalabilmenin en önemli koşulu üretilen ürünün müşteri talepleri doğrultusunda pazarda karşılık bulmasıdır. Küresel rekabetin doruk noktada olduğu günümüzde de ihracat kapasitesi büyük öneme sahiptir. Kümelenme bu noktada firmalara çeşitli imkânlar sunar. Kümedeki işletmelerin ürünlerini ihraç edebilmeleri rekabet üstünlüğünün bir göstergesidir.

Bu anlamda; firmaların yurtdışı fuarlara katılımı, uluslararası ticaret örgütlerine üyeliği, sektörde faaliyet gösteren diğer işletmelerle işbirliği içinde olmaları ihracat kapasitesini artırarak rekabet avantajı elde edilmesini sağlar (Timurçin, 2010:112). Ancak Ostim yerelinde kümelenmenin işletmelere ihracat kapasitesini artırma anlamında anlamlı bir katkısının olmadığı görülmektedir.

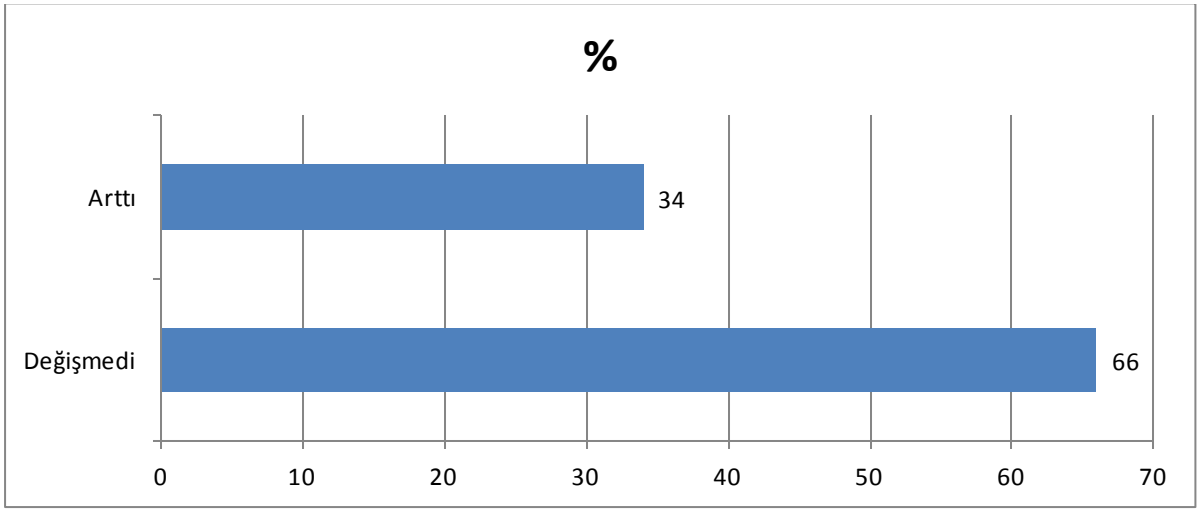
Şekil 5.18. İşletmelerin Küme Üyeliği ve İhracat İlişkisi



5.3.10. Yerel Bağlantı

Araştırmaya katılan işletmelerin küme üyeliğinden sonra yerel bağlantılarına bakıldığında, %66 oranındaki firmanın yerel bağlantılarının değişmediği, %34'ünün ise arttığı görülmüştür. Yerel bağlantılar kümelenmenin başlangıç noktasına işaret eder. Yerel bağlantı düzeyi işletmelerin dolayısıyla bölgenin rekabet gücünü etkiler. Örneğin bölge kaliteli bir ulaştırma ağından yoksunsa firmalar lojistik sorunlar yaşayabilir ve bu da rekabet gücünü olumsuz etkileyebilir. Bunun yanında nitelikli çalışanların sayıca az olduğu bir küme kaliteli bir ürün hizmeti sunamaz ve rekabet gücünde geride kalır (Tutar vd., 2011:9). Bu anlamda coğrafi yakınlığın oluşturduğu sinerji ve ilişkiler işletmelere teçhizat alıp-vermede hammadde ve girdi alımında önemli faydalar sağlayabilir. Kümelenme, işletmelere bir iş yapma ağı kazandırır bu yolla işletmeler pazarlamada ve kendi içinde inovasyonu gerçekleştirmede entegrasyonların sağladığı avantajlara sahip olur. Bu manada yerel bağlantılar çok önemlidir ancak Ostim yerelinde küme üyeliğinin firmalara anlamlı boyutta bir yerel bağlantı ağı kazandırmadığı söylenebilir.

Şekil 5.19. Küme İşletmelerinin Küme Üyeliklerinden Sonra Yerel Bağlantı Durumları



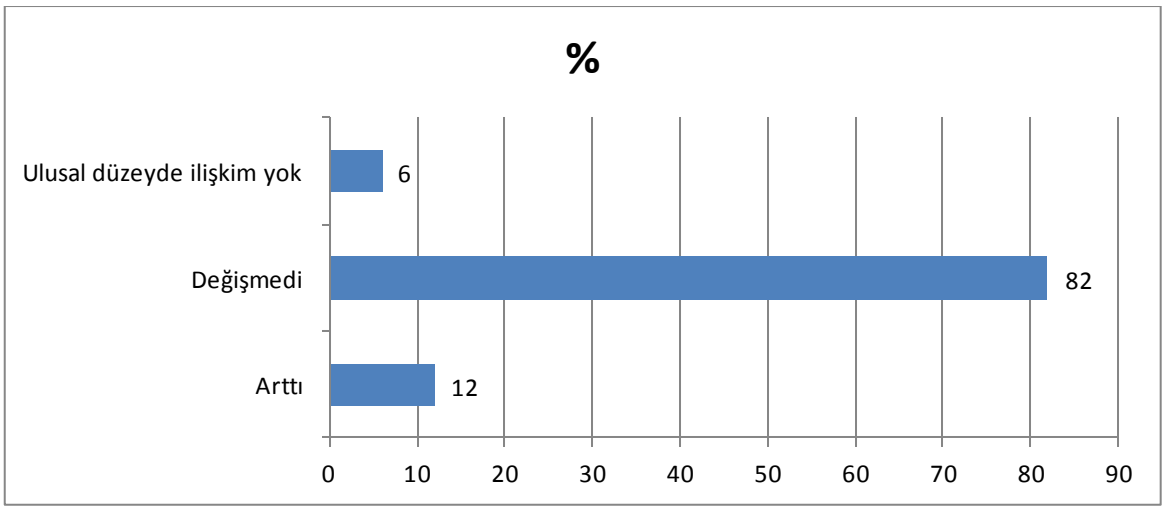
5.3.11. Ulusal Bağlantı

Ulaştırma ve haberleşme imkânlarının gelişmesi yerel işletmelerin ulusal ve uluslararası pazarlarla bütünleşmesinde önemli bir role sahip olmuştur (Çokgezen, 2010:46). Buna göre ulusal düzeydeki bağlantılar da yerel firmalara pazar yaratmıştır.

Ankete katılan firmaların küme üyeliğinden sonraki ulusal bağlantı düzeyine bakıldığında, %82 oranında işletme ulusal bağlantısının değişmediğini, %12 oranındaki firma arttığını belirtmiştir. %6 oranında firmanın yalnızca Ankara/Ostim yerelinde bağlantıya sahip olduğundan ulusal düzeyde ilişkileri yoktur.

Kümelenme yerelde bir işbirliğine imkân tanır ve kazandırdığı vizyonla ve kurumsal yapının sunduğu danışmanlık hizmetleriyle ulusal firmalarla işbirliği yapma fırsatı ortaya çıkarabilir. Ulusal boyutta elde edilen bağlantılar bu durumun getireceği başarılı birlikteli kler yereldeki firmanın gelişmesine/büyümesine olanak sağlayabilir ve bu yolla yerelde istihdam fırsatları da ortaya çıkabilir. Ancak, Ostim yerelinde küme üyeliğinin işletmelere kayda değer bir ulusal bağlantı imkânı kazandırmadığı söylenebilir.

Şekil 5.20. Küme İşletmelerinin Küme Üyeliklerinden Sonra Ulusal Bağlantı Durumları

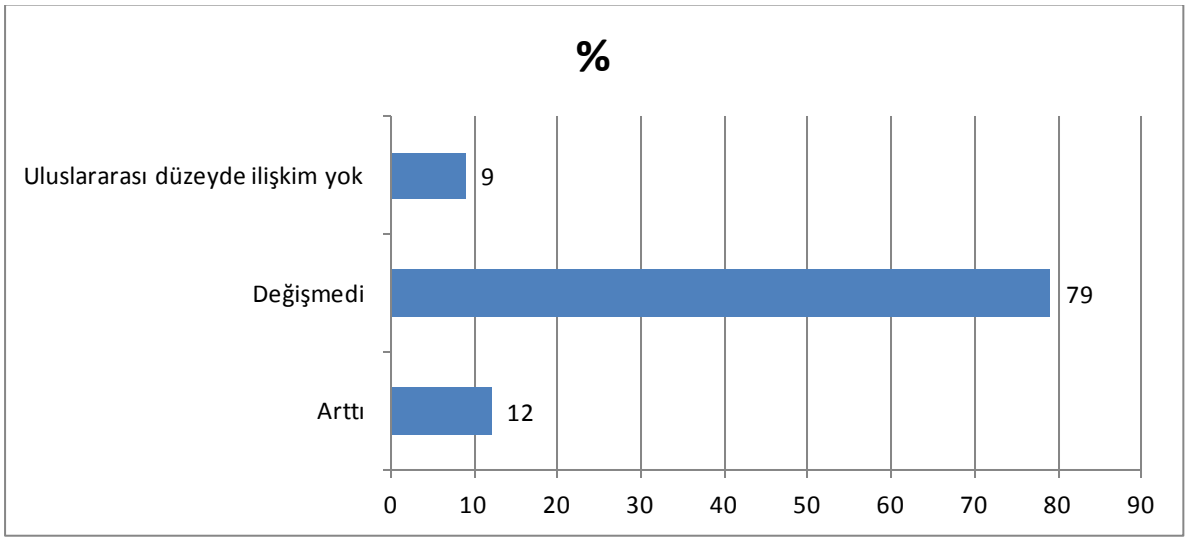


5.3.12. Uluslararası Bağlantı

Araştırmaya katılan firmaların küme üyeliğinden sonraki uluslararası bağlantı düzeylerine bakıldığında, %79 oranında işletme kümeye üye olduktan sonra uluslararası bağlantı düzeylerinde herhangi bir değişme olmadığını belirtmiştir.

Bu işletmelerden %12'si uluslararası bağlantı düzeylerinin arttığını belirtmişlerdir. %9 oranında firma ise, herhangi bir uluslararası bağlantıya zaten sahip değildir. Küme politikalarının bir başka yönü de uluslararası bağlantı imkanlarını geliştirerek küresel çapta artan rekabetin uluslararası bağlantılar ve ihracat kapasitesiyle birlikte fırsata çevrilmesidir (Cansız, 2011:22). Kümelenme salt bir mekânsal yığılma değildir. Sektördeki uzmanlaşma biçimidir. Dolayısıyla elde edilen yerel ve ulusal bağlantıların getirdiği tecrübe ve vizyonlar yurtdışına ürün pazarlamaya imkân tanıyabilir, bu noktada çok uluslu firmalarla yapılan işbirlikleri işletmeler için pazar olanaklarını artırarak ürettiği ürünü yurtdışına satmada büyük bir role sahip olur. Uluslararası bağlantıların getirdiği diğer küme bölgeleriyle işbirlikleri yeni teknolojilerin edinilmesinde yarar sağlar. Özellikle gelişmiş kümelerden elde edilecek inovatif bilgiler rekabet gücünü artırabilir. Ostim yerelinde küme üyeliğinin işletmelere önemli boyutta uluslararası bağlantı imkânı kazandırmadığı söylenebilir.

Şekil 5.21. Küme İşletmelerinin Küme Üyeliklerinden Sonra Uluslararası Bağlantı Durumları



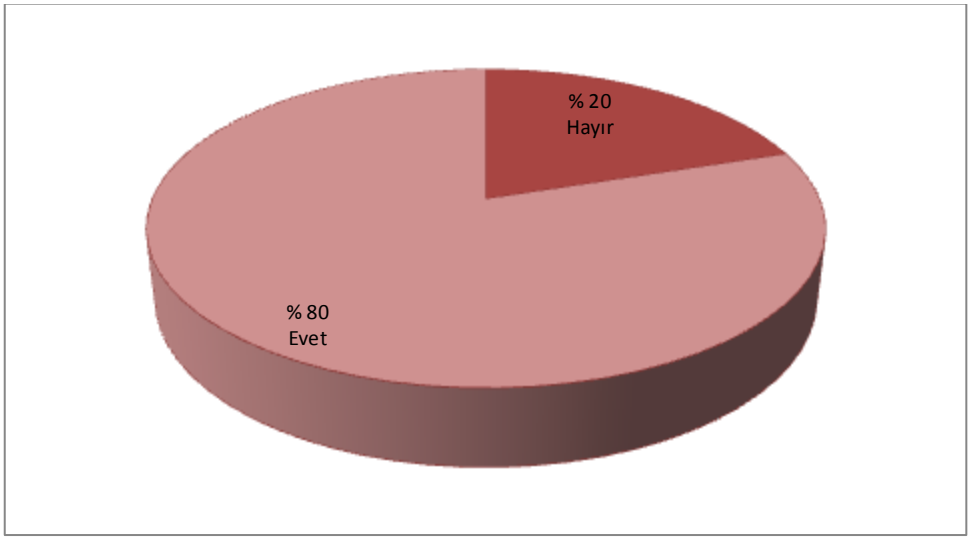
5.3.13. Küme Tanıtım

Anket uygulanan firmaların küme içinde bulunmanın tanıtım/tanınma anlamında kendilerine olumlu yönde etkisi olup olmadığına dair oranlar incelendiğinde, bu firmaların %80'i küme içinde bulunmanın tanıtım/tanınma anlamında firmaya olumlu etkisinin olduğunu belirtmişlerdir. %20 oranındaki firma ise, olumsuz görüş belirtip küme içinde bulunmanın tanıtım/tanınma anlamında kendilerine olumlu bir yansımanın olmadığını belirtmiştir. İşletmelerden alınan sözel anlamdaki veri buradaki tanıtım/tanınmanın işletmelerin firma kataloglarında, web sayfalarında ve fuar tanıtımlarında yer alması şeklinde olmuştur. Yerel, ulusal ve uluslararası işbirliklerinin kurulabilmesinde tanıtım ve fuarlar büyük öneme sahiptir. İşletmelerin dar bir mekânda (yalnızca bulunduğu coğrafi bölgede) faaliyetlerini sürdürmeleri o mekândaki coğrafi yoğunlaşmanın yalnızca ismen kümelenme olarak ortaya çıkması anlamına gelir.

Küresel pazarda işbirlikleri kurabilmek ve ortak rekabet gücü oluşturabilmek için önemli parametrelerden olan tanıtım ve fuarların Ostim yerelinde pozitif olduğu görülmekte bu durum da bize bu konuda kümenin kurumsal anlamda hareket ettiğini göstermektedir.

Kurumsal olarak yerel ve ulusal aktörlerin önemi kümenin tanıtım faaliyetlerinde daha belirgin ortaya çıkmaktadır. Kümenin gelişimi ve tanıtılmasında çatı kuruluşlar/yerel ve ulusal aktörler önemli bir role sahiptir (Bursa, Eskişehir, Bilecik Kalkınma Ajansı, 2012:6-7). Aktörler küme firmalarına çeşitli destekler sağlayarak ulusal ve uluslararası boyutta tanıtımlarına katkıda bulunmalıdırlar. Çünkü tanıtım ve tanınma faaliyetleri küresel rekabet avantajı elde edebilmenin önemli unsurlarındandır.

Şekil 5.22. Küme İşletmelerinin Tanıtım Durumları



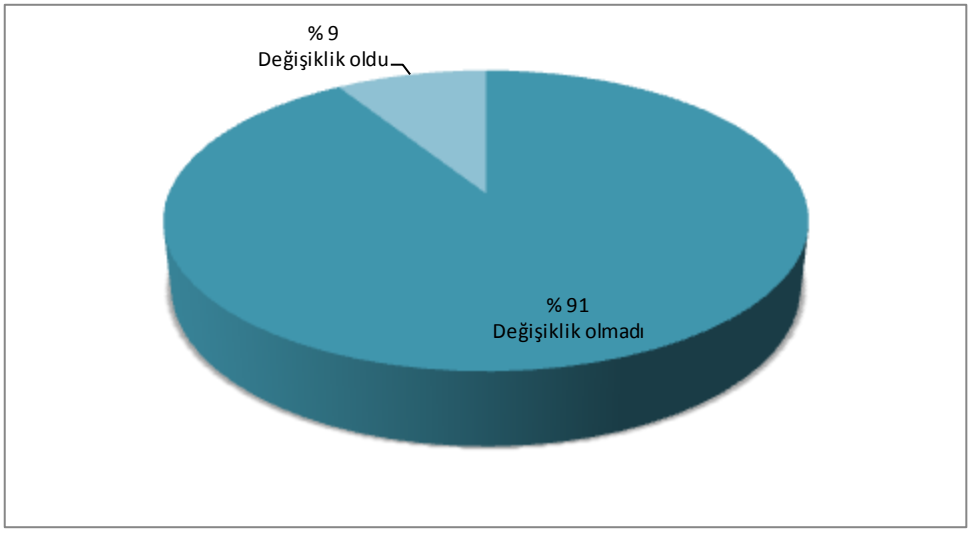
5.3.14. Girişimcilik ve Yenilikçilik

Kümelenmenin en önemli boyutlarından biri, firmaya girişimcilik imkânı kazandırmasıdır. Sağlıklı bir küme işleyişinde firmalar ürünlerinin özgün bir yapıya sahip olmasından, pazarlama da dahil olmak üzere bu sürece kadarki aşamalardan küme yoluyla fayda sağlarlar. Girişimcilik (bir diğer boyutu firmanın içinden yeni bir firmanın ortaya çıkması, yurtiçi yurtdışı bazı firmalarla işbirlikleri kurmak, kümeye yeni firmaların katılımı), kendisini inovasyon boyutunda gösterdiğinde işletmeler inovatif olarak kümeden yarar sağlar ve bu yolla hem firma hem küme küresel rekabet gücü elde eder.

Yenilikçi çevrenin ise içsel bir kalkınma modeli olarak öne çıkması, girişimcilik ve inovasyon kabiliyetinin getirdiği yenilikçiliğin mekânda karşılık bulmasıyla mümkündür. AB ülkelerinde yenilikçilik faaliyetleri kümelenmeye temel teşkil etmeye yöneliktir ve kümelenme, girişimcilik aynı zamanda inovasyona dayalı olarak desteklenmektedir (Sayın ve Sayın, 2012:153). Elbette bu yenilikçilik, mekâna özgü olan örtük bilginin bir sosyal sermaye unsuru olarak kullanılmasıyla sağlanabilir.

Bu aşamada, araştırmaya katılan firmaların %91'i küme üyeliğinden sonra yeni bir ürün üretmede girişimci/yenilikçi bir özelliğe sahip olmadığını, %9'u ise yeni bir ürün üretmede girişimci/yenilikçi bir özelliğe sahip olduğunu belirtmiştir. Buna göre, kümelenmede (yenilikçi çevre, bölgesel yenilik sistemleri dinamiğiyle) çok önemli olan inovatif süreçlerin kümelenme yaklaşımına göre Ostim yerelindeki kümelerde henüz bir yansıma bulamadığı söylenebilir.

Şekil 5.23. Küme Oluşumunun Yeni Bir Ürün Üretmede Girişimcilik ve Yenilikçiliğe Etkisi



5.3.15. Yabancı Firmalarla Ortaklık/İşbirliği

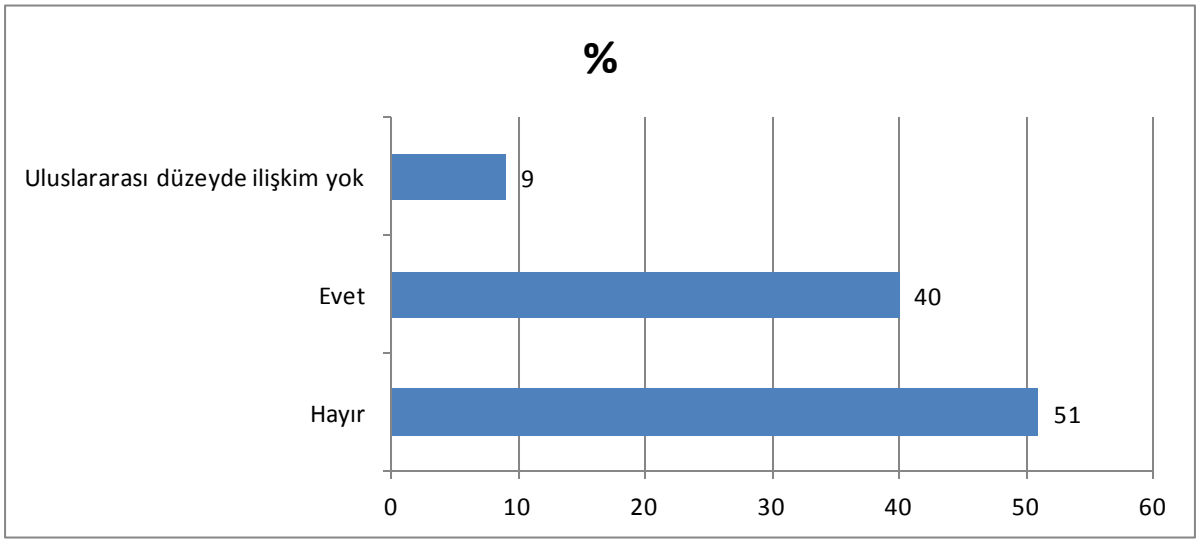
Kümelenme işletmelere yeni bir vizyon kazandırır. Bu yüzden işletmeler daha fazla uluslararası bağlantı kurabilir. Üretilen ürünün dışa satımı ihracat yoluyla olacağı için kümelerde ihracatın önemi büyüktür. Çünkü, bir küme ancak ürettiği ürünü dış pazarda

satmasıyla küresel rekabet imkânına kavuşabilir böylelikle yerel kalkınma noktasında büyük bir güç yakalayabilir.

Uluslararası rekabet edebilme, ihracat performansını artırabilme ve yabancı yatırımın bölgeye çekilmesi Türkiye ulusal kümelenme stratejisinin de önemli hedeflerindendir (DTM, 2008:50). Bu anlamda yabancı ortaklıklar rekabet gücüne ve karşılıklı bilgi akışıyla doğan inovasyona olanak tanır ve bölge daha az mâli risk taşıdığı için yabancı yatırımın gelişi kolaylaşır.

Ankete katılan firmaların uluslararası ortaklık kurmaları oransal olarak incelendiğine bu işletmelerin %40'ı fikir alışverişi, ortaklık yoluyla uluslararası işbirliği sağlamıştır. %51 oranında işletme uluslararası boyutta herhangi bir fikir alışverişi, ortaklığa sahip olmadığını belirtmiştir. %9 oranında firma ise uluslararası düzeyde bir ilişkisinin olmadığını belirtmiştir. %40 oranındaki işletmenin uluslararası ortaklıkları firmaların küme üyeliğinden önce ya da küme üyeliği esnasında kendi imkânlarıyla kurdukları ortaklıklardır. Bu ortaklıkların küme üyeliği ile bir ilgisi bulunmamaktadır. Ostim küme işletmelerinin bu noktada kümeden bir fayda sağlamadığı söylenebilir.

Şekil 5.24. Küme Üyeliği ve Yabancı Firmalarla Ortaklık/İşbirliği İlişkisi

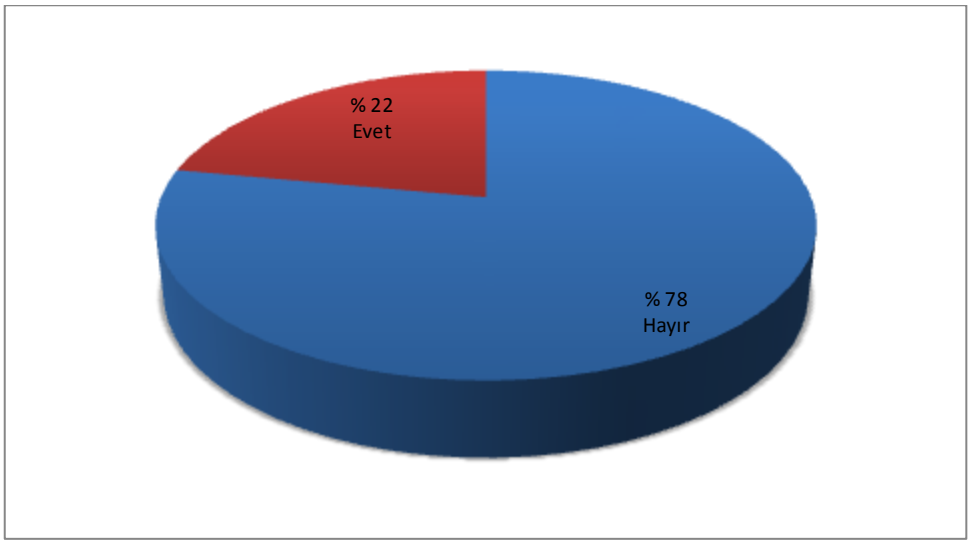


5.3.16. Performans

Araştırmaya katılan firmalara, kümeye üye olmamaları halinde bundan olumsuz anlamda etkilenip etkilenmeyeceği sorulduğunda bu işletmelerin %78'i kümeye üye olmamaları halinde performanslarında herhangi bir olumsuzluk yaşamayacaklarını, %22'si ise kümeye üye olmamaları halinde performanslarında bir olumsuzluk olacağını belirtmişlerdir. Kümelenme, firmalara olumlu dışsallıklar sağlamalı ve bu olumlu dışsallıklar yerel kalkınmada bir dinamik oluşturmalıdır (inovasyon, rekabet gücü, istihdam olanakları gibi). Küme belirleme kıstaslarından biri de olan performans göstergeleri yenilikçilik kabiliyeti, istihdam, verimlilik, ihracat kapasitesi gibi değişkenlere karşılık gelir. Bu anlamda kümelenmenin firma performans göstergelerinde olumlu bir karşılığının olması beklenir.

Kümede firmaların karşılıklı iş ilişkilerine bağlı olarak sürdürdüğü ilişkiler yenilikçilik performansını etkileyen bir potansiyele sahiptir (Eroğlu ve Yalçın, 2013:175). Bu durum kümenin inovasyon kabiliyetini artırarak işletmelere rekabet avantajı sağlar. Üretimde yenilikçilik ve üretim performansının artışı istihdam olanaklarına ve ihracat kapasitesine olumlu etki eder ve yerel dinamikler kalkınma dinamiği olarak ortaya çıkar. Bu duruma göre Ostim yerelinde kümelenmeye dayalı bir kümelenme-performans ilişkisinin en azından şu dönem için yerel bir dinamik oluşturabilme potansiyeli yoktur.

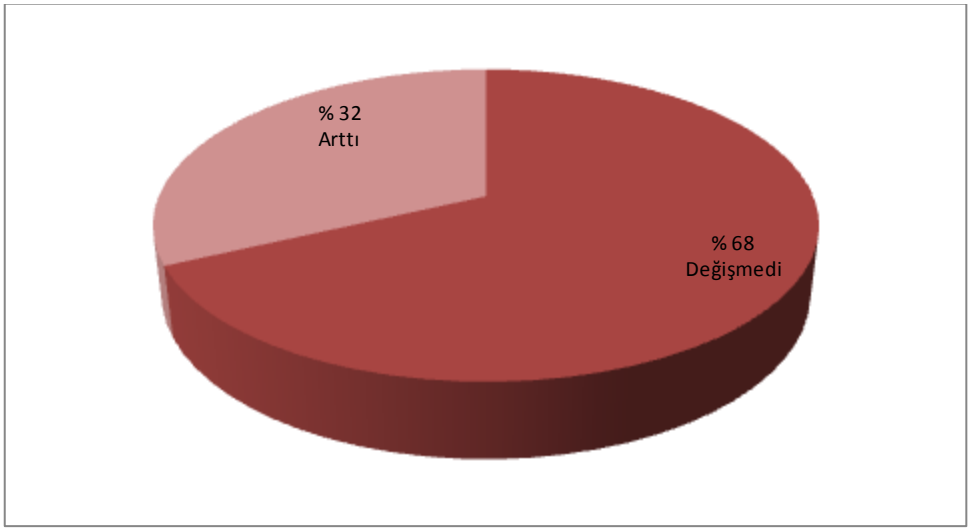
Şekil 5.25. Küme Oluşumunun Firma Performansına Etkisi



5.3.17. Kârlılık

Araştırmaya katılan firmaların %68'i kümeye üye olduktan sonra kârlılık anlamında bir değişim yaşamadıklarını, %32'si ise kârlılık oranlarında bir artış olduğunu belirtmişlerdir. Küme firmaları, rekabet edebilmek için maddi bakımdan güce sahip olmalılardır. Kümenin firma için faydalarından olan kârlılığın; gelir, ciro anlamında pozitif bir yansımasının olması gerekmektedir çünkü kümelenmenin sağladığı dışsallıklar ve mekâna özgü gömülü bilgi firmaya bedel ödemeden sahip olabileceği çeşitli faydalar sağlar. Bu faydaların en önemli sonuçlarından olan kârlılık kümenin rekabet gücünü sürdürebilmesinde önemli bir role sahiptir. Rekabet gücü ise kârlılığa işletmeler için mal ve hizmet alımındaki düşük mâliyet sonucunda ortaya çıkan olumlu sonuç olarak etki eder (Oğuztürk ve Karaçoban, 2013:98). Bu durumda, şekle göre Ostim yerelinde küme işletmelerinin çoğu kümeden maddi olarak bir kâr elde edememiştir.

Şekil 5.26. Küme Oluşumunun Firmanın Kârlılığına Etkisi



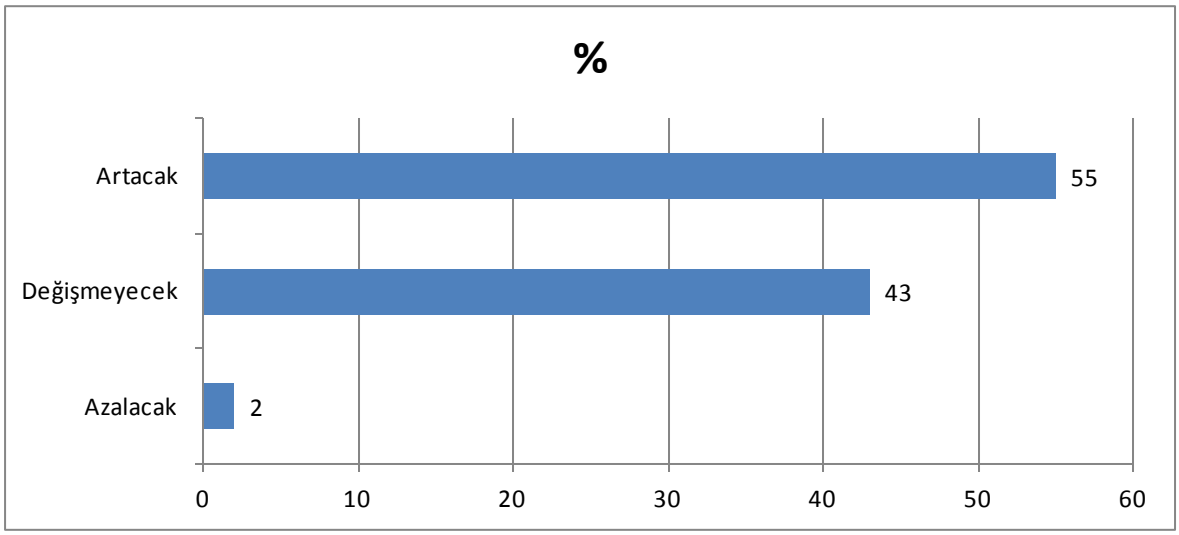
5.3.18. Önümüzdeki Üç Yıl İçinde Ciro

Kümelenme sağladığı inovasyon ve rekabet kabiliyetiyle işletmelerin daha çok küresel pazardan pay alarak cirolarını artırmasına olanak tanır. Rekabet gücü, ciro artışı ve performans artışı da sağlayacağından işletmeler için istihdam ve pazar paylarının artmasına olanak tanır. Keskin, (2009:365) çalışmasında firmanın ciro düzeyi ile firmanın çalışan sayısı arasında pozitif bir ilişki bulmuştur. Buna göre ciro düzeyinin artışı istihdama ve performansa olumlu yönde etki eder.

Araştırmaya katılan firmalara küme üyeliklerinin önümüzdeki 3 yıl içerisinde cirolarını ne yönde değiştirecekleri sorulmuş, bu işletmelerin %55'i cirolarının artacağını, %43'ü cirolarında bir değişme olmayacağını, %2'si azalacağını belirtmiştir. Buna göre, işletmelerin çoğunluğu kümenin önümüzdeki 3 yıl içinde kendilerine maddi olarak olumlu etki yapacağı görüşünde bulunmuştur. Bu firmalar önümüzdeki süreçte kümeden olumlu olarak bir beklenti içindedir. %43 oranındaki firma kümenin cirolarına olumlu bir yansımasının olmayacağını düşünmektedir. %2'lik firma kümenin cirolarına olumsuz bir etki yapacağını belirtmiştir. Bu

görüşte bulunan işletmeler küme içinde aynı alt sektörde faaliyet gösteren işletmelerin pazar paylarını daraltacağını (pazar kilitlenmesi) düşündüğü için bu görüşte bulunmuşlardır.

Şekil 5.27. Küme Yararına Göre İşletmelerin Önümüzdeki Üç Yıl İçinde Ciro Beklentileri



5.3.19. İşgücü Temini

Ankete katılan firmalara kümeye üye olduktan sonra işgücü temininde eskiye oranla bir kolaylık yaşayıp yaşamadığı sorulmuş, bu işletmelerin %86'sı işgücü temininde kümeye üye olmadan ki döneme göre bir kolaylık yaşamadığını belirtmiş, %14'ü de kümeye üye olduktan sonra işgücü temininde bir kolaylık yaşadığını belirtmiştir. Firmaların büyük çoğunluğu bu konuda bir avantaj sağlayamamıştır.

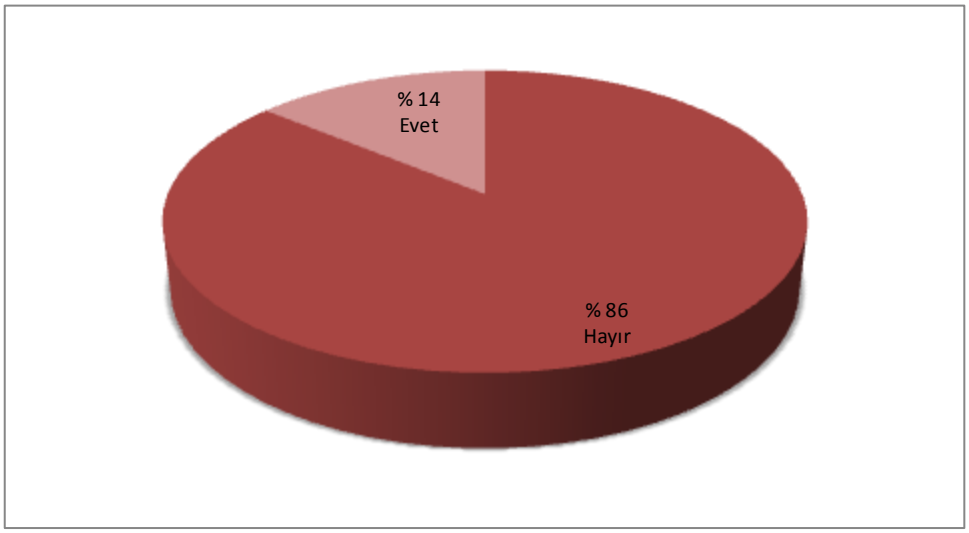
Özellikle nitelikli işgücü temini kümeler için büyük öneme sahiptir. Küresel rekabet ancak nasıl rekabet edeceğini bilen işletmelerle gerçekleşebilir. Bu durumda özellikle dış pazara ihracat için yabancı dil bilen personelin istihdam edilmesi gereklidir.

Bunun yanında işletme; mühendis, nitelikli yönetici gibi çalışanlara da sahip olmalıdır. İşgücü temininde ''işçi pozisyonu'' içlerinde en kolay ulaşılabilenidir. İşgücü teminine kümede nitelikli çalışan açısından nasıl önemli olduğuna bir örnek:

Yeni firmaların sayısı arttıkça, Silikon Vadisi'nde daha büyük iş olanakları bulabileceklerini düşünen yazılımcılar, programcılar, mühendisler ilgilerini bu bölgeye doğru çevirdiler. Bu ilgi sayesinde nitelikli iş gücü, iş bulmak için Silikon Vadisi'ni tercih etmeye başladı. Zira onlar Silikon Vadisi'nin nitelikli işgücüne ihtiyacı olduğunu biliyorlardı. Böylece ileri teknoloji konusunda gerekli eğitime sahip olan iş gücü de kümelenmedeki yerini aldı (Bozkurtoğlu, 2013:10).

Bu durumda işletmelerin kümeye üye olmasalar da Ostim'de işgücü teminiyle ilgili bir sorun yaşamayacakları söylenebilir. Dolayısıyla kümenin faydası esas olarak işçi temininin kolay olması değil, nitelikli işgücünün temin edilebilmesi şeklinde olmalıdır.

Şekil 5.28. Kümenin Firmalara İşgücü Teminindeki Yararı

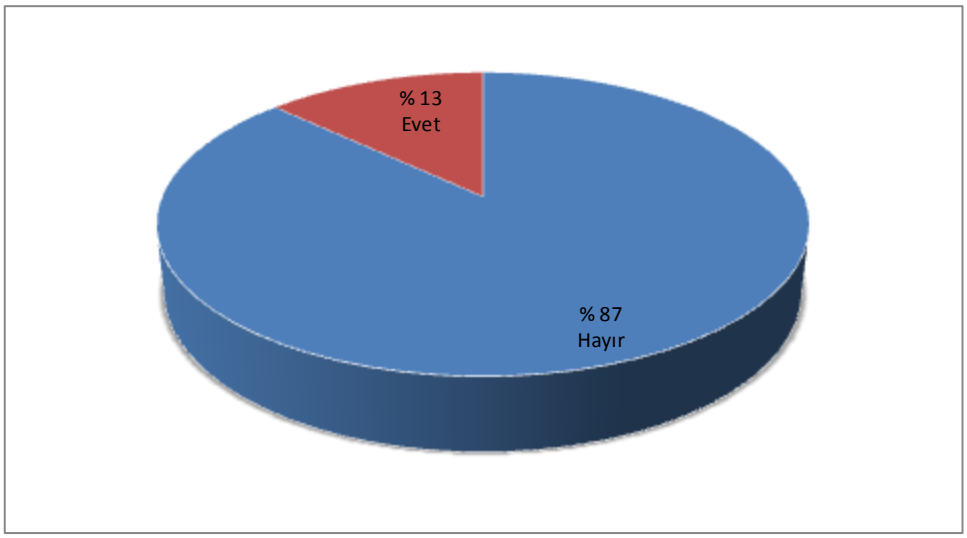


5.3.20. Çalışan Kişi Sayısı

Araştırmaya katılan işletmelere, kümeye üye olduktan sonra çalışan kişi sayısını artırıp artırmadıkları sorulmuş ve bu işletmelerin, %87'si hayır yanıtını vermiş, küme üyeliğinden sonra çalışan kişi sayılarını artırmadıklarını belirtmişlerdir. %13 oranındaki firma küme üyeliğinden sonra çalışan kişi sayısını artırmıştır. Buna göre, küme üyeliğini firmaların performans katsayısını yükselterek kapasitelerini artırmasına fırsat tanır ve bu paralelde çalışan kişi sayılarını da artırma potansiyeli anlamında olumlu bir etki yapar. Kümelenme istihdam kapasitesini artırarak ve refah artışı sağlayarak yerel kalkınmaya olumlu yönde bir

katkı sağlar (İzmir Kalkınma Ajansı, 2013:21). Buna göre, araştırma sonuçları ışığında Ostim yerelindeki kümelenmenin büyük oranda böyle bir tecrübeye sahip olmadığı görülmektedir.

Şekil 5.29. İşletmelerin Küme Üyeliğinden Sonra Çalışan Kişi Sayılarını Artırma Durumları

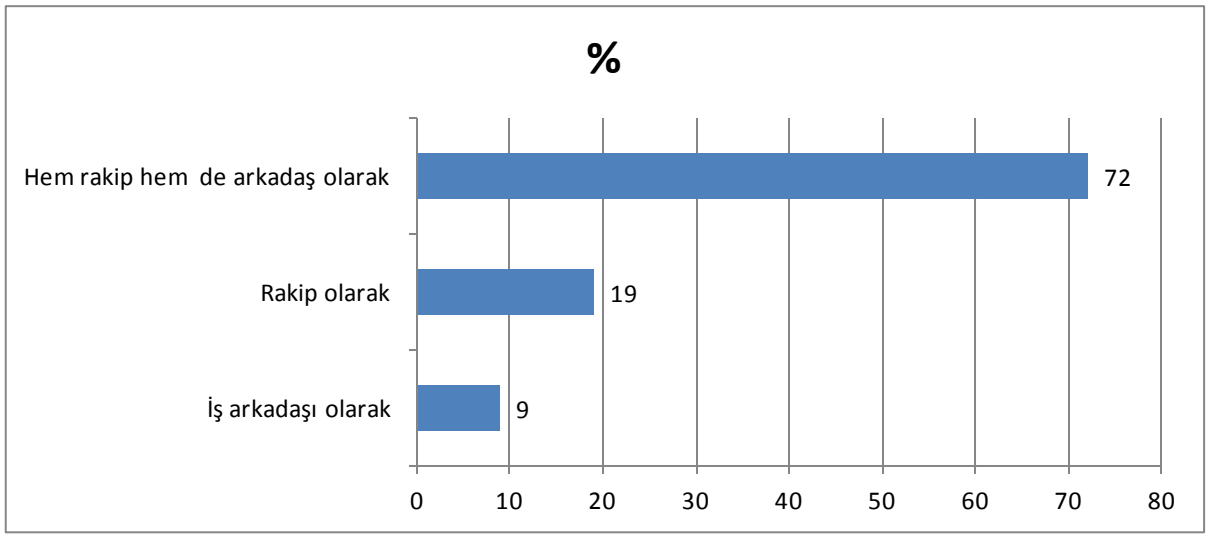


5.3.21. Diğer Firmalara Bakış

Ankete katılan firmalara kümedeki diğer firmaları nasıl gördükleri sorulmuş ve bu işletmelerin %72'si diğer firmaları hem rakip hem de iş arkadaşı olarak gördüklerini belirtmişlerdir. %19 oranında firma diğer işletmeleri rakip olarak, %9'u ise iş arkadaşı olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Buna göre, firmaların kümedeki diğer firmaları doğrudan bir rakip olarak görmedikleri söylenebilir. Kümelenme kavramında işletmelerin, iş arkadaşıymış gibi hareket etmeleri rekabet açısından büyük önem taşımaktadır. Kümelenmenin yarattığı karşılıklı bilgi akışı işletmelerin birbirlerine bakışını olumlu yönde etkiler bu sayede firmalar birbirlerini rakip değil iş arkadaşı olarak görür. İşletmelerin performanslarını artıran bu durum ise rekabet gücüne yansır. Bir küme içerisinde yer alan işletmeler, kendi güçlerinin yanında bölgenin imajından, markasından, kümenin bilgi akışından ve sosyal sermaye unsurlarından yararlanır (Bilir, 2010:20). Bölgeye özgü bu örtük bilginin küme içerisinde firmalar tarafından iş arkadaşlığı biçiminde karşılıklı tecrübe edilmesi yerel kalkınmayı sağlar. Bu çerçevede,

Ostim kümelerinde bu bilincin tam olarak firmalara yansımadığı söylenebilir. Çünkü yalnızca %9 oranındaki işletme bu görüşte bulunmuştur.

Şekil 5.30. Küme Firmalarının Diğer Küme Üyesi Firmalara Bakışı



5.4. Küme İşletmelerinin İşbirliği/Ortaklık Durumları

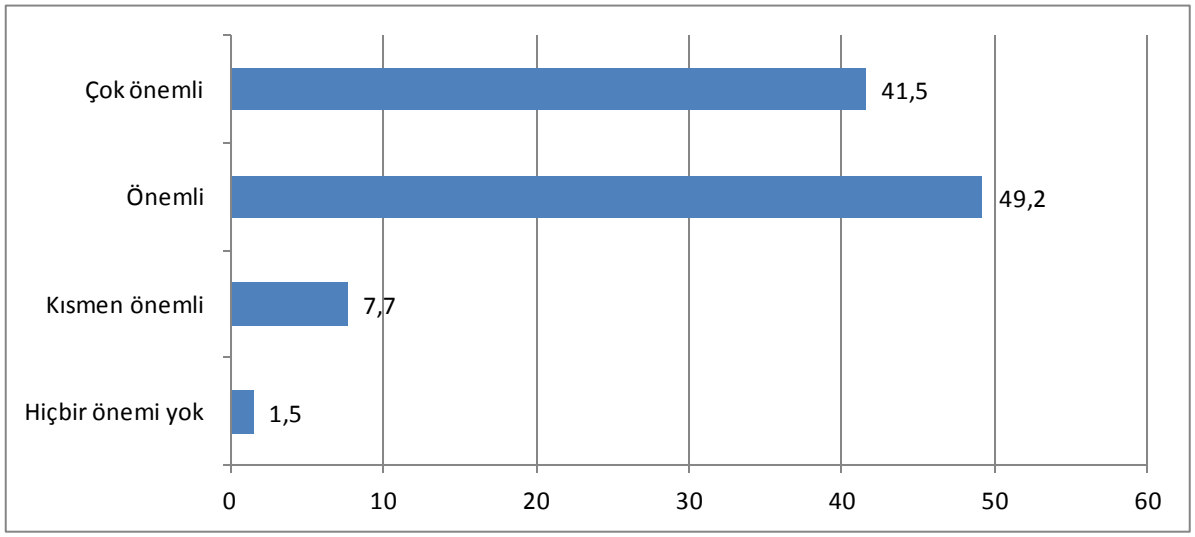
5.4.1. Firmaların Faaliyetleri Sırasında Ostim'deki Firmaları Tercih Etmesindeki Bazı Faktörlerin Önem Derecesi

Araştırmaya katılan firmaların faaliyetleri sırasında Ostim'deki firmaları tercih etmesindeki bazı faktörlerin önem derecesine bakıldığında bunlardan aynı şehirde olmak birlikte çalışmayı kolaylaştırıyor ölçeğine işletmelerin %41.5'i çok önemli, %49.2'si önemli, %7.7'si kısmen önemli, %1.5'i de hiçbir önemi yok demiştir. Buna göre, aynı şehirde olmanın firmalar için büyük ölçüde yararlı olduğu ve bu noktada Ostim'de faaliyet göstermede bir tercih sebebi olduğu söylenebilir.

Bir kümenin sınırı şehir, bölge, ülke ağını kapsayabilir (Oğuztürk ve Sarıçoban, 2013:96). Karakayacı, (2010:152) araştırmasında girişimcilerin kümeyi tercih etme sebepleri olarak, bölgenin yurtiçi ve yurtdışı pazarlardaki olumlu imaja sahip olması, işkolundaki uzmanlaşma düzeyinin ve teknolojik kapasitesinin yüksek olması, bölgede diğer firmalarla

kolay işbirliği yapma olanağı, aynı düşünce ve görüşleri paylaşan girişimcilerin yoğunluğu şeklinde bir bulguya ulaşmıştır. Çünkü aynı coğrafi mekânda bulunmak işletmelere olumlu dışsallıklar sağlamaktadır. İşletmelerin aynı mekânı paylaşması birbirleriyle yardımlaşmalarını kolaylaştırır ve kümelenmeden kaynaklı dışsallıklar, güven gibi sosyal sermaye unsurlarının da mekânda yansıması gerçekleşir.

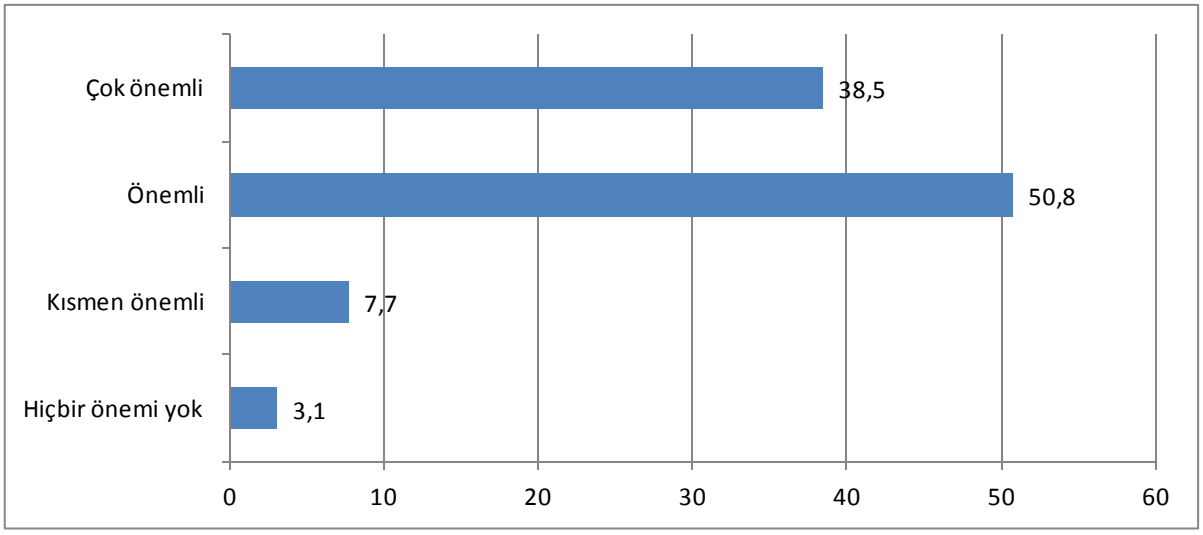
Şekil 5.31. Aynı Şehirde Olmak Birlikte Çalışmayı Kolaylaştırıyor



Yüz yüze sıcak ilişkilerin kurulabilmesi ölçeği incelendiğinde firmaların, %50.8'i önemli, %38.5'i çok önemli, %7.7'si kısmen önemli, %3.1'i hiçbir önemi yok şeklinde belirtmiştir. Buna göre, işletmeler için Ostim'de yer alarak yüz yüze sıcak ilişkilerin kurulabilmesinin bir tercih sebebi olduğu söylenebilir. Bu noktada sosyal bir sermaye olan karşılıklı güvenin ortaya çıkması beklenir. Güven faktörü, işletmelerin birbirini iş arkadaşı gibi görmelerine olanak tanır ve çeşitli şekillerde firmalar birbirleriyle bilgi paylaşımı, teçhizat alıp verme gibi kümelenmeden kaynaklı yararlar sağlar. Yüz yüze ilişkiler firmalar arası iletişim ve etkileşim yaratır. Böylece işletmeler sektörel bilgi eksikliklerini giderme fırsatına erişir

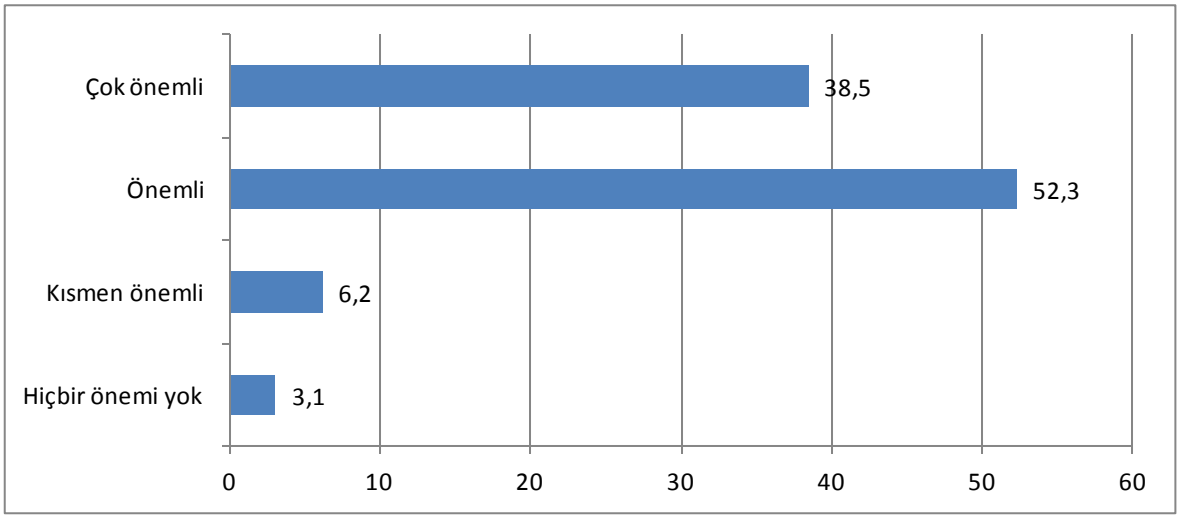
(Ekonomi Bakanlığı, 2013a:48). Bu unsur ise kümelenmede önemli bir yere sahiptir ve Ostim'de faaliyet göstermede bir tercih sebebi olduğu söylenebilir.

Şekil 5.32. Yüz Yüze Sıcak İlişkilerin Kurulabilmesi



Aynı şehirde olmakla birbirimizi daha kolay anlıyoruz ölçeğine bakıldığında işletmelerin, %52.3'ü önemli, %38.5'i çok önemli, %6.2'si kısmen önemli, %3.1'i hiçbir önemi yok şeklinde yanıt vermiştir. Aynı şehri paylaşmak işletmeler için devlet tarafından verilecek teşvik, hibe gibi faktörler üzerinde etkilidir. Aynı şehri paylaşan firmalar için çeşitli işbirlikleri, bilgi akışı gibi kümelenme unsurları gerçekleşebilir. Kişisel ilişkiler ve topluluk bağları işletmeler arası güveni tesis ederken bilgi akışını kolaylaştırır (Timurçin, 2010:177). Bu durum ise kümedeki işletmelerin yenilikçilik boyutunda birbirlerini güdülemesini sağlar. Ostim yerelinde, işletmeler için aynı şehirde olmanın bir tercih sebebi olduğu sonucu çıkarılabilir.

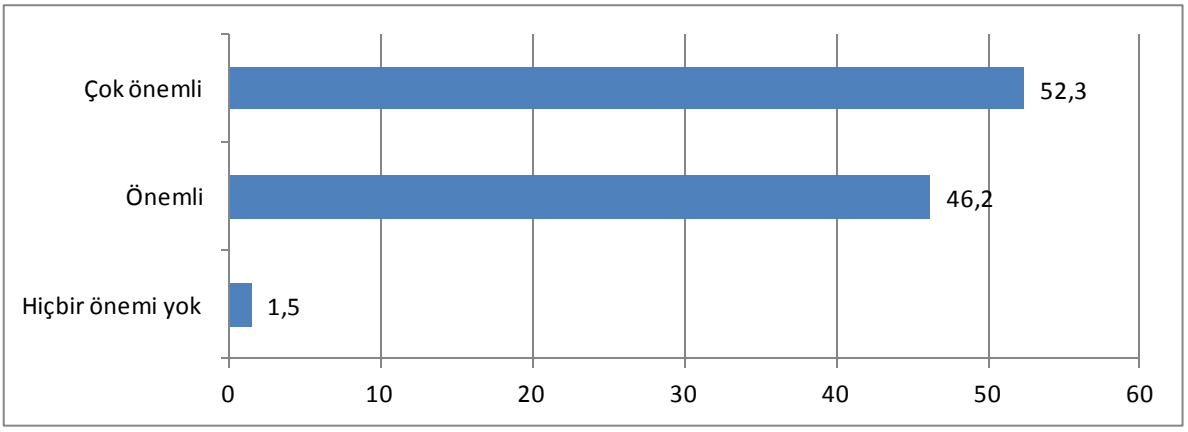
Şekil 5.33. Aynı Şehirde Olmakla Birbirimizi Daha Kolay Anlıyoruz



Bu seçeneğe göre, firmaların %52.3'ü çok önemli, %46.2'si önemli, %1.5'i hiçbir önemi yok şeklinde yanıt vermiştir. İşletmelerin birbirlerini tanıması ve kolay güvenebilme kriz dönemlerinde birbirlerine maddi destek sağlamaları noktasında imkân tanıyabilir. Bunun yanında firmalar birbirlerini rakip olarak görmez, bilgi paylaşımı, teçhizat alıp verme, gerektiğinde işgücü sağlama noktasında birbirlerine önemli fırsatlar sunarlar.

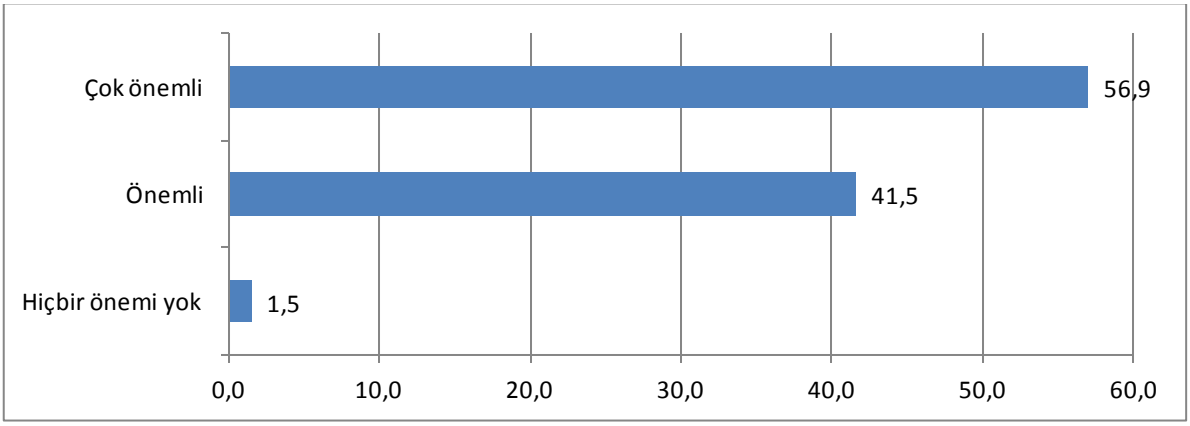
Yerelin kendine ait üretim kültürü sosyal sermayenin bir sonucu olarak birlikte öğrenme ve yaratma süreçlerini de içine alan politik, ideolojik ve organizasyon süreçlerini içerir (Kaygalak, 2011:8). Bu yüzden mekânsal yakınlığın getirdiği sosyal sermaye unsurları işletmelerin performansında doğrudan önemli bir yere sahiptir. Buna göre, firmaların faaliyetleri sırasında Ostim'deki firmaları tercih etmesinde, çoğunun tanıdık olması ve kolay güvenebilmenin (sosyal sermayenin) olumlu yönde etkisinin olduğu söylenebilir.

Şekil 5.34. Çoğunun Tanıdık Olması ve Kolay Güvenebilme



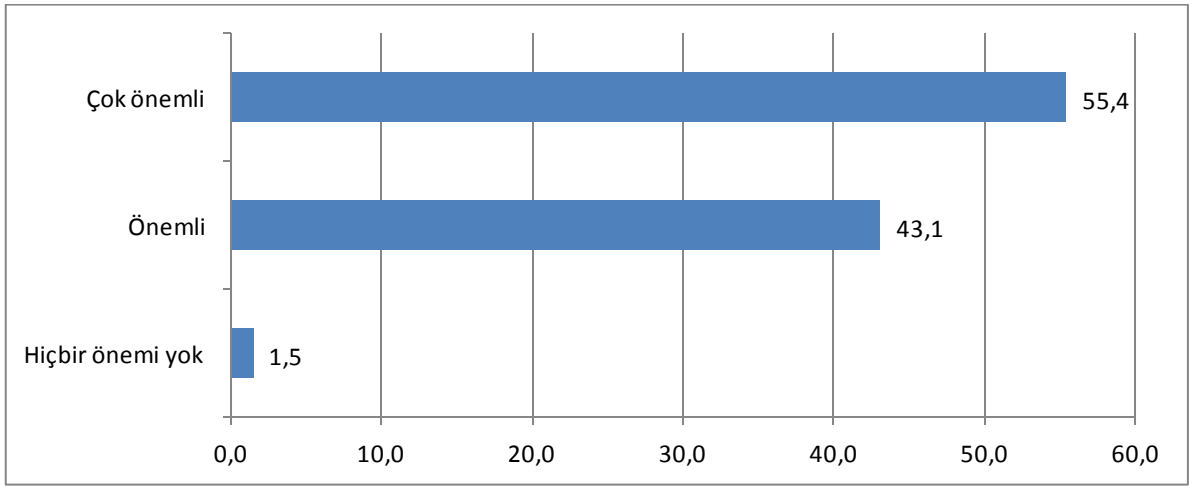
Bu yanıta göre, işletmelerin %56.9'u çok önemli, %41.5'i önemli, %1.5'i hiçbir önemi yok şeklinde görüş belirtmiştir. İşletmelerin kâr marjlarını yükseltmesi ve bu yolla piyasada tutunabilmeleri öncelikli amaçlarıdır. Bu yüzden, firmanın önce yerel/ulusal ölçekte piyasada tutunabilmesi gerekir. Buna göre, yerel düzeyde Ostim'in bir tercih sebebi olmasında işlerin daha kolay ve hızlı yürümesi işletmeler için anlamlıdır. Bu durum ise coğrafi yığınlaşmaya olumlu yönde katkı sağlar.

Şekil 5.35. Yerli Firmalarla İşlerin Daha Kolay ve Hızlı Olması



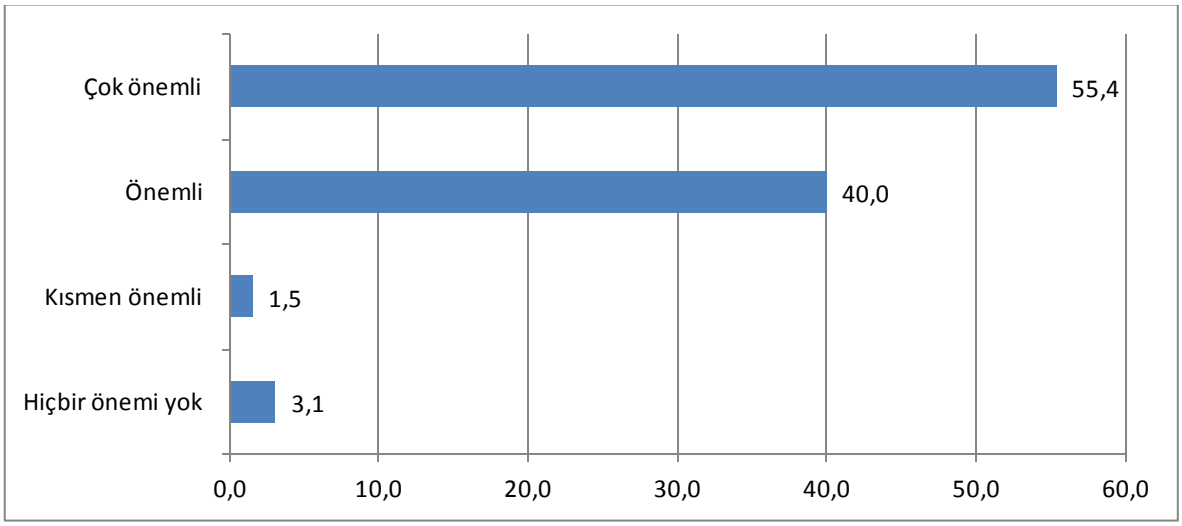
Bu yanıta göre, işletmelerin %55.4'ü yerli firmalarla çalışmanın mâli avantajının Ostim'de yer almada çok önemli olduğunu belirtmiştir. Firmaların %43.1'i önemli, %1.5'i de hiçbir önemi olmadığı şeklinde görüş belirtmiştir. Bir bölgedeki coğrafi yığınlaşma, kümelenme işletmelere daha fazla müşteriyle ilişkisine fırsat tanır. Bunun yanında benzer işi yapan firmaların aynı mekânda yer alması ve devletin o sanayi bölgesine sağladığı çeşitli olanaklar o bölgeyi çekici kılar. Buna göre, yerli firmalarla çalışmanın mâli avantajları noktasında Ostim'in tercih edilirliği söz konusudur. Bu yüzden firmalar için bu durumun önemli olduğu söylenebilir.

Şekil 5.36. Yerli Firmalarla Çalışmanın Mâli Avantajları



Bu yanıta göre, işletmelerin %55.4'ü çok önemli, %40'ı önemli, %1.5'i kısmen önemli, %3.1'i hiçbir önemi yok şeklinde görüş belirtmiştir. Başka illerdeki firmalara ulaşmanın güç olması Ostim'in işletmeler için tercih edilmesinde anlamlı olduğu sonucu çıkarılabilir. Bu durum ise kümelenmeye, aynı coğrafi mekânda oluşturduğu coğrafi yığınlaşmayla olumlu katkı sağlar.

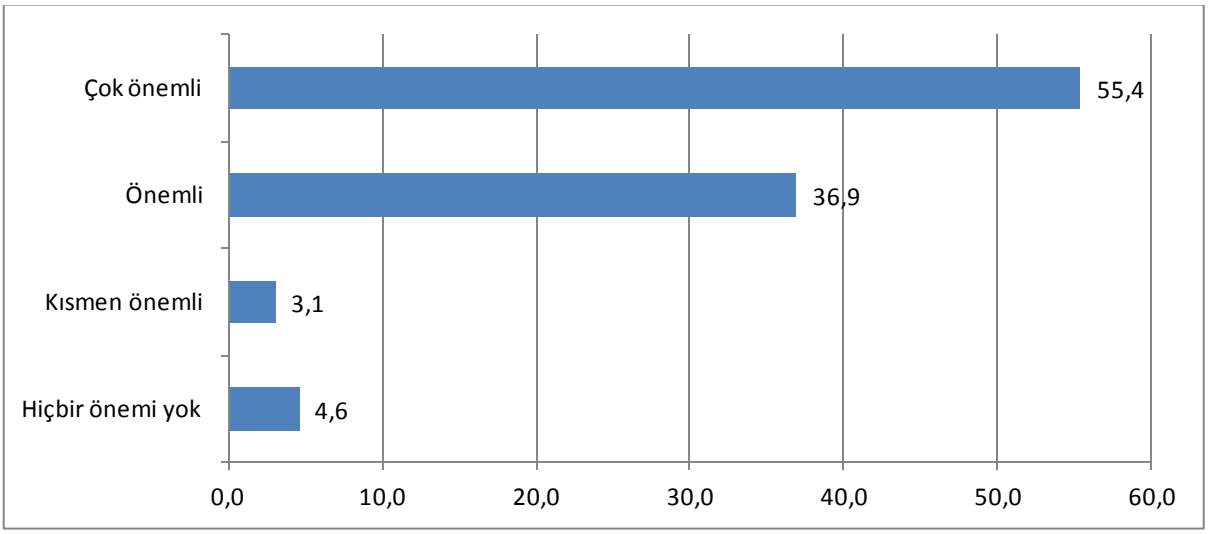
Şekil 5.37. Başka illerdeki Firmalara Ulaşmanın Güç Olması



%

Bu yanıta göre, işletmelerin %55.4'ü çok önemli, %36.9'u önemli, %3.1'i kısmen önemli, %4.6'sı hiçbir önemi yok şeklinde görüş belirtmiştir. Ancak kümelenmede rekabet gücü küresel pazarla eşdeğerdir. Küme firmaları yurtdışına ürün ihraç ettiği müddetçe rekabet olanaklarına kavuşur ve müşteri talepleri doğrultusunda inovatif özellikler kazanabilir. Firmanın yurtdışı vizyonu ve bu konudaki kurumsal yapısının eksikliği, kümenin işletmelere bu konuda sunduğu/sunamadığı olanaklar kümenin başarısını etkiler. Buna göre, yurtdışındaki firmalara ulaşmanın güçlüğü ve mâliyeti Ostim'in tercih edilirliğinde anlamlıdır ancak küme üyeliği işletmelere yabancı firmalara ulaşabilecek yenilikçi ve rekabetçi vizyonlar kazandırmalıdır.

Şekil 5.38. Yurt Dışındaki Firmalara Ulaşmanın Güçlüğü ve Mâliyeti

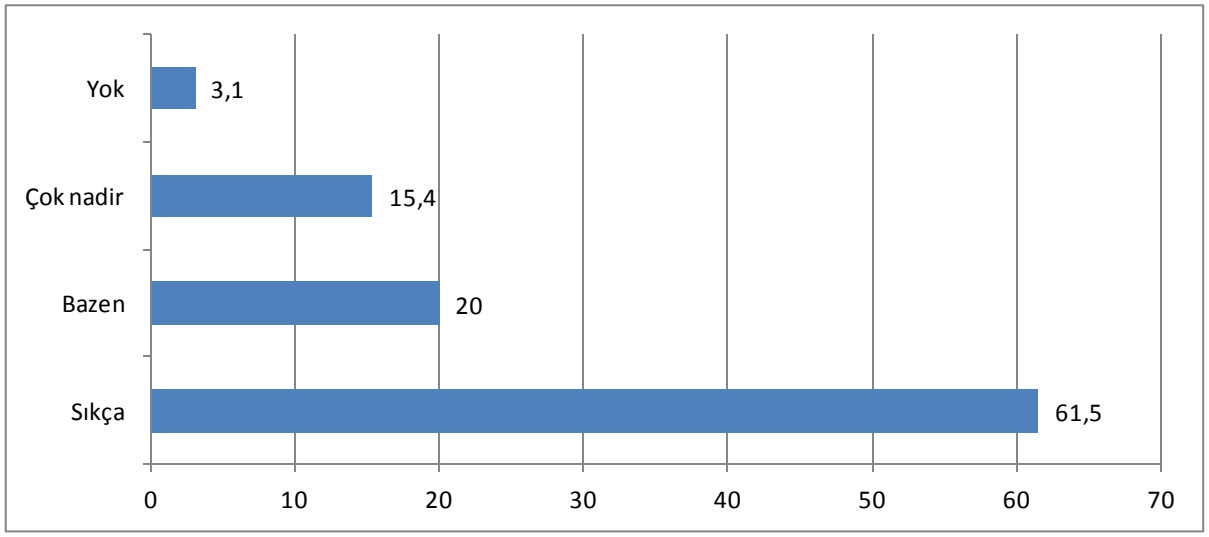


5.4.2. İşletmelerin Kümedeki Firmalarla Belirtilen İlişki Biçimlerinden Hangileriyle Yardımlaşma ve Dayanışma İçerisine Girdikleri

Kümelenmede firmaların çeşitli yönlerden birbirlerine katkı sağlaması bu sayede oluşan bilgi akışı, ortak bir akılla yerel kalkınmaya ve küresel rekabete olanak tanır. Bu yüzden kümelenmede önemli parametrelerden birisi yardımlaşma ve dayanışmadır. Üçüncü İtalya'da olduğu gibi kümedeki firmalar arası ilişkilerin temelinde sosyal sermaye unsurları olarak güven ve dayanışma bulunmaktadır ve bunlar kümenin başarısında kritik öneme sahiptir (Küçüker, 2012:7).

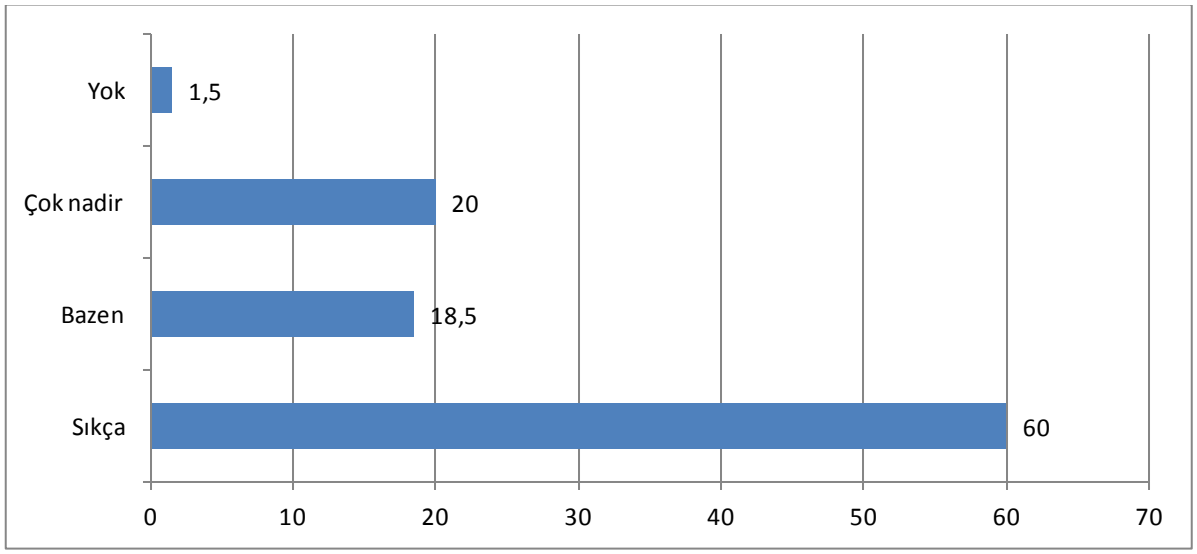
Bu anlamda, araştırmaya katılan işletmelerin kümedeki firmalarla belirtilen ilişki biçimlerinden hangileriyle yardımlaşma ve dayanışma içerisine girdikleri sorulduğunda kalifiyeli işgücü alıp vermede bu firmaların %61.5'i sıkça, %20'si bazen, %15.4'ü çok nadir, %3.1'i yok şeklinde görüş belirtmiştir. Buna göre, Ostim kümelerindeki firmalar için kalifiyeli işgücü alıp verme yardımlaşma ve dayanışma biçiminin önemli olduğu söylenebilir.

Şekil 5.39. İşletmelerin Kalifiyeli İşgücü Alıp Verme İlişki Biçimine Göre Durumları



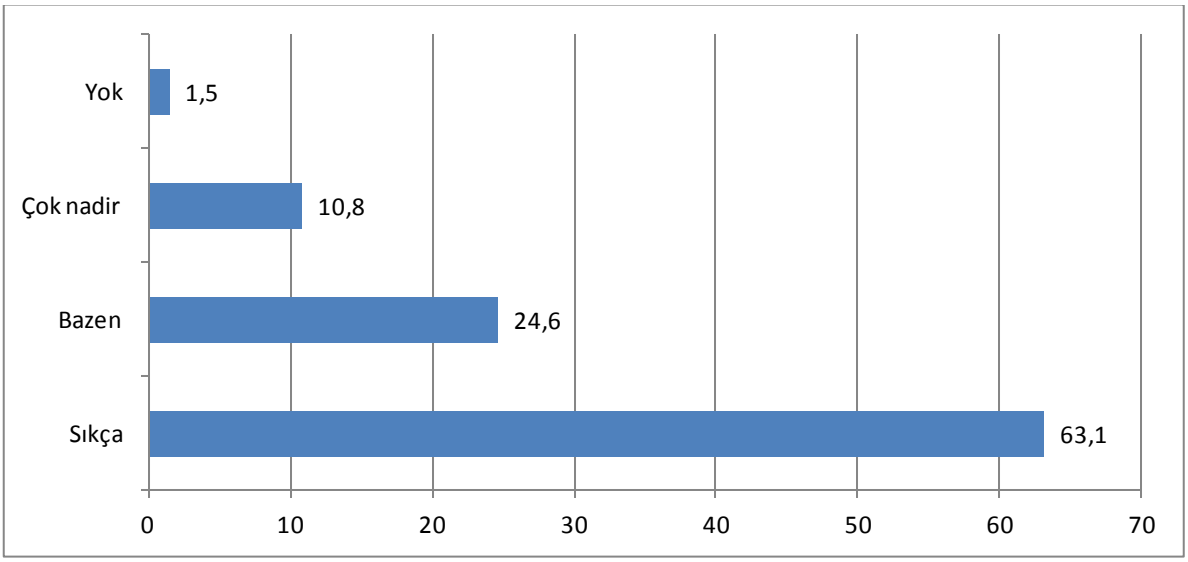
Bu yanıta göre firmaların %60'ı sıkça, %20'si çok nadir, %18.5'i bazen, %1.5'i yok şeklinde görüş belirtmiştir. Buna göre, Ostim küme işletmelerinin makine ve teçhizat alıp verme biçimiyle yardımlaşma ve dayanışma içerisine girdikleri söylenebilir. Kümelenmede işletmelerin birbirlerine duyduğu güven ve çeşitli sosyal sermaye unsurları farklı biçimlerde kendini gösterir. Firmaların coğrafi yakınlıktan dolayı mekânda yığılması birbirlerine karşı yardımları onlara birlikte hareket etme, iş arkadaşı olma bilinci kazandırır. Bu durum ise kümenin rekabet avantajı sağlamasına fırsat tanır. ''Alansal yığılma, icatçılık ve bilgi transferinin devamlılığı için gerekli olan işbirliğinin ve bağlantı etkilerinin ortaya çıkmasına olanak tanımaktadır'' (Yücer, 2008:31).

Şekil 5.40. İşletmelerin Makine ve Teçhizat Alıp Verme İlişki Biçimine Göre Durumları



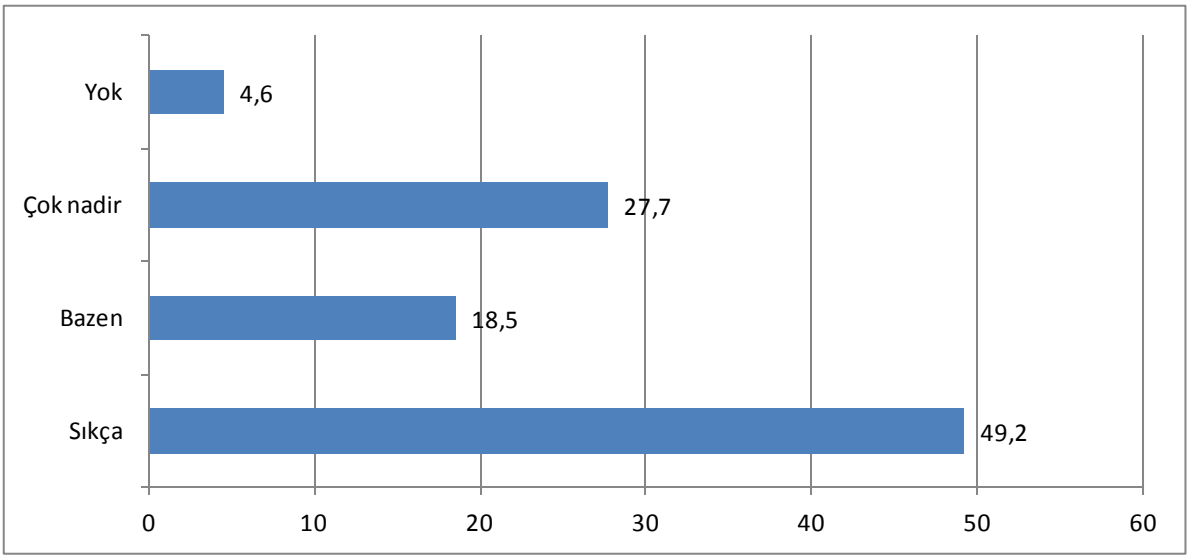
Bu yanıta göre işletmelerin %63.1'i sıkça, %24.6'sı bazen, %10.8'i çok nadir, %1.5'i yok şeklinde görüş belirtmiştir. Bir kümede sosyal sermaye unsurlarının işleyişi rekabet avantajı bakımından büyük önem taşımaktadır. İşletmelerin birbirine karşı güveni ve birbirlerini pazar paylarını engelleyici bir rakip olarak görmemeleri o mekâna özgü bir dayanışma gücü kazandırır ve bu durum üretim, inovasyon kabiliyetine yansır. Ortak hammadde ve ara mal temini işletmelere mâliyet avantajı sağlar. Daha ucuza mamul madde üretebilme fırsatı tanır böylece ortak bir rekabet gücü elde edilmiş olur. Kümenin kurumsal yapısı ve küme avantajlarının işletmeler tarafından daha fazla hissedilmesi için bu durum önemli bir değişkendir. Bu paralelde Ostim küme firmalarının hammadde ve girdi alımıyla yardımlaşma ve dayanışma içerisine girdikleri söylenebilir.

Şekil 5.41. İşletmelerin Hammadde ve Girdi Alımı İlişki Biçimine Göre Durumları



Bu yanıta göre, işletmelerin %49.2'si sıkça, %27.7'si çok nadir, %18.5'i bazen, %4.6'sı yok şeklinde görüş belirtmiştir. Küme işletmelerinin küresel boyutta rekabet edebilmesi için yabancı firmalarla işbirliğine girmeleri, bu çerçevede tanınmaları büyük role sahiptir. Yeni ortaklıklar işletmeye bilgi akışı ve inovasyon avantajı getirebileceği gibi ihracat bağlantıları pazar alanı noktasında da önemli imkânlar sunar. Buna göre Ostim küme firmalarının; yurtiçi, yurtdışı fuarlara katılımda ve pazar bulmada, ihracat bağlantıları kurma yoluyla yardımlaşma ve dayanışma içerisine girmelerinin belirli bir öneme sahip olduğu söylenebilir.

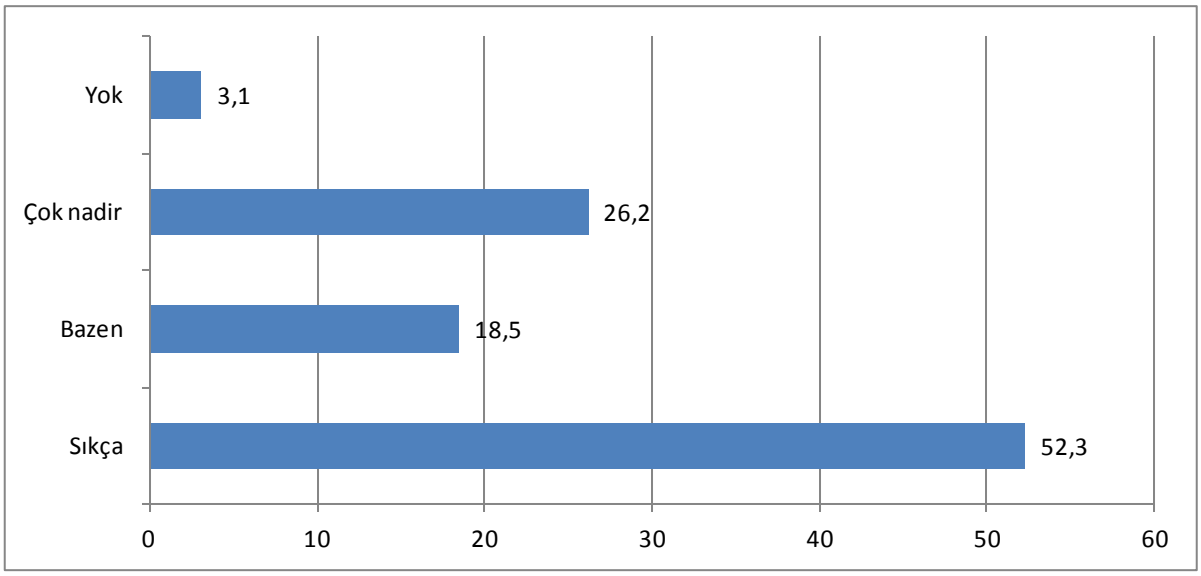
Şekil 5.42. İşletmelerin Yurtiçi, Yurtdışı Fuarlara Katılımda ve Pazar Bulmada, İhracat Bağlantıları Kurma İlişki Biçimine Göre Durumları



Bu yanıta göre firmaların, %52.3'ü sıkça, %26.2'si çok nadir, %18.5'i bazen, %3.1'i yok şeklinde görüş belirtmiştir. Kümelenmede finansal teşvikler, hibeler, banka kredileri gibi değişkenler; işletmelerin yeni girişimlerde bulunmaları, yeni işletmelerin kümeye katılımı, işletmelerin performans artışı sağlayabilmesi gibi fırsatlara olanak tanır. Kümede bulunmadan kaynaklı olan bu avantajlar işletmelerin o lokasyonu seçmesinde, orada faaliyetlerini sürdürmesinde önemlidir. Firmalar sermaye kolaylığının ve finans imkânlarının olduğu yerlerde faaliyette bulunursa daha fazla rekabet ve büyüme olanağına kavuşmuş olur. Bununla birlikte kümenin kendi sosyal sermaye unsurlarından kaynaklı sermaye ve finans imkânları, daha çok firmalarda yakın ilişkiler aracılığıyla kendini gösterir. Aynı işi yapıp birbirini iş arkadaşı gibi gören bir mekânsal yansıma yeni işletmeleri kümeye çeker, mevcut işletmelere kriz dönemlerinde dahi güven verir ve kümenin rekabet gücünü üst düzeylere taşıyabilir. Buna göre Ostim yerelinde, işletmelerin sermaye ve finans kaynakları bulma

yoluyla yardımlaşma ve dayanışma içerisine girmelerinin önemli bir durum olduğu söylenebilir.

Şekil 5.43. İşletmelerin Sermaye ve Finans Kaynakları Bulma İlişki Biçimine Göre Durumları



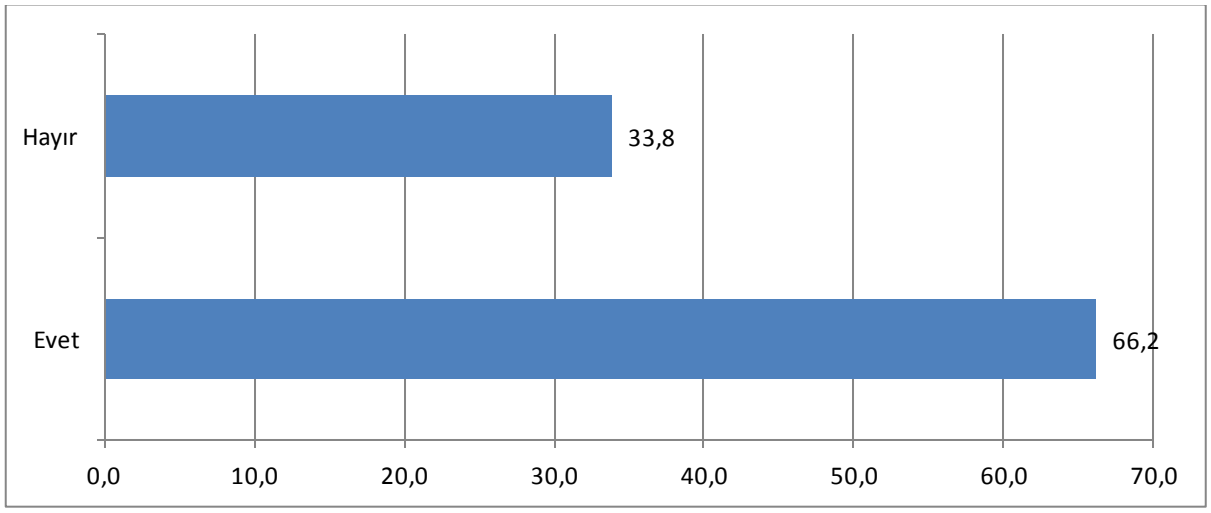
5.5. Kümenin Firmalara İnovasyon ve Rekabetçilik Düzeyinde Etkileri

5.5.1. Son Beş Yılda Bir Yenilik (tasarımda, üründe, iş yapma biçiminde, teknolojisinde) Yapılma Durumu

Araştırmaya katılan firmalara son beş yılda bir yenilik (tasarımda, üründe, iş yapma biçiminde, teknolojisinde) yaptınız mı şeklinde sorulmuş ve bu işletmelerin, %66.2'si evet, %33.8'i hayır yanıtını vermiştir. Kümelenmede büyük öneme sahip olan inovasyon rekabet edebilirliğin en önemli koşullarındandır. Kümenin küresel pazarda rekabeti için müşteri taleplerine hızlı yanıt veren işletmelere ihtiyacı vardır. Bu işletmelerin ise küresel pazarda özgün, daha kaliteli ve daha ucuz ürün sunabilmesi gereklidir. Dünya üzerinde aynı sektörde faaliyet gösteren işletmelerden, başka kümelerden, sanayi bölgelerinden daha önde olabilmenin başka yolunun olmadığı açıktır.

Ürünün kendisinde ve tasarımındaki yenilikler müşteri taleplerinde belirleyici olur. Pazardaki belirleyicilik pazarın tercihini o üründen yana kullanmasına olanak tanır. Müşteri talepleri üretilen ürünün devamına ya da ortadan kalkmasına neden olurken pazarda diğer rakiplerden daha (iyi) ürün sunulması talepleri o küme firmalarının lehine çevirir. Müşteri talepleri ve firma inovasyonunun sonucunda iş yapma biçimi ve örgütlenmesinde, teknolojik yeterlilik ve üstünlükte de pozitif yansımalar olur. ''İşletme veya bölgelerin sahip olduğu yenilikçilik düzeyi pazar payını ve dolayısıyla rekabet avantajını doğrudan belirlemektedir'' (Akdeve, 2008:103). Esasen, bu olgular birbirine hem neden hem sonuç olarak bağlıdır. Buna göre, Ostim'deki işletmelerin son beş yıldaki yenilikçilik durumlarına göre inovasyon kabiliyetlerinin olduğu söylenebilir.

Şekil 5.44. İşletmelerin Son Beş Yılda Yenilik Yapma Durumları



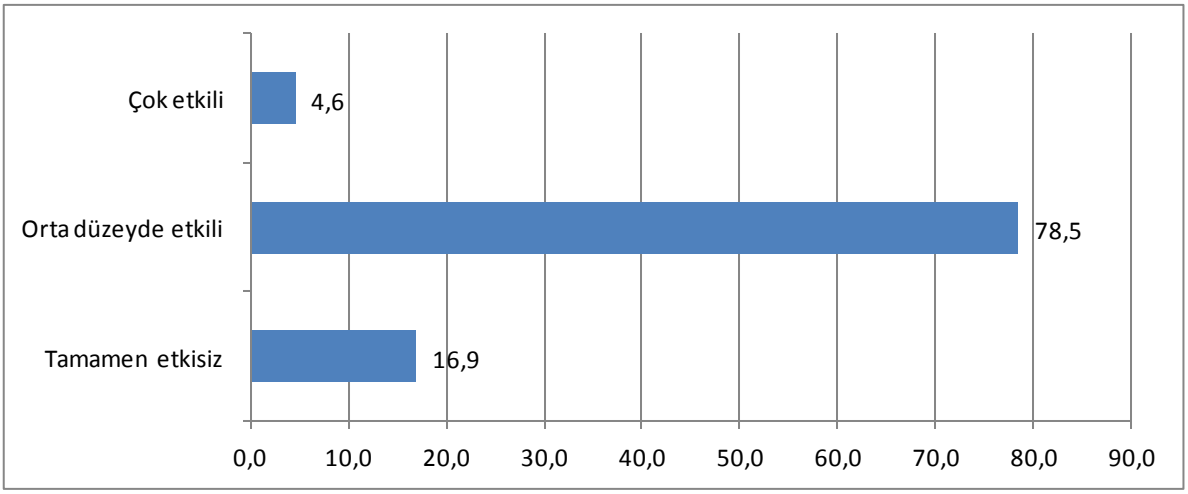
5.5.2. Firmaların Alanındaki Gelişmelerden Haberdar Olma, Yenilikleri Takip Etme Gibi Rekabetçilik Düzeyinde İlişkili Oldukları Kümedeki Firmaların Rolü

Anket uygulanan işletmelere, alanındaki gelişmelerden haberdar olma, yenilikleri takip etme gibi rekabetçilik düzeyinde ilişkili oldukları kümedeki firmaların rolü sorulmuş ve

işletmelerin, %78.5'i orta düzeyde etkili olduklarını, %16.9'u tamamen etkisiz olduklarını, %4.6'sı da çok etkili olduklarını belirtmişlerdir. Kümelenmede firmaların inovatif olmaları bu sayede küme içinde bilgi akışının sağlanması gerekir.

İşletmelerin yenilikçilik ve sektörel faaliyet anlamında kümedeki diğer işletmeleri yakından takip etmeleri rekabetçilik konusunda önemli avantajlar sağlar. Aidiyet duygusundan oluşan ikili ilişkiler bilgi akışının işletmelerce sorunsuz ve sektörde anlamlı bir biçimde karşılık bulmasını sağlar. Buna göre Ostim yerelinde, firmalar için alanındaki gelişmelerden haberdar olma, yenilikleri takip etme gibi rekabetçilik düzeyinde ilişkili oldukları kümedeki firmaların önemli düzeyde bir etkiye sahip oldukları söylenebilir.

Şekil 5.45. İşletmenin Sektördeki Gelişmelerden Haberdar Olma ve Sektörel Yenilikleri Takip Etme Gibi Rekabetçilik Düzeyinde Diğer Firmaların Etkisi



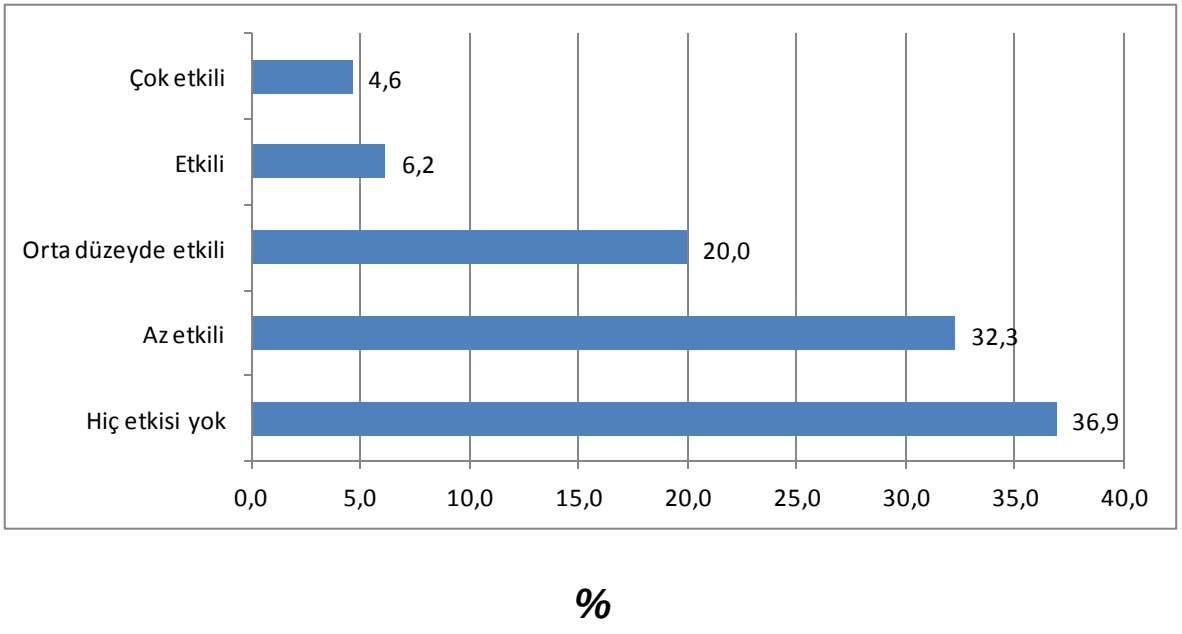
5.5.3. Kümedeki Diğer İşletmelerin Hangi Boyutuyla Firmaları Etkilediği

Kümelenmede mekândaki işletmeler birbirlerinden bilgi, inovasyon vb. yollardan etkilenir ve sosyal bir sermaye olarak birbirlerine çeşitli yönlerden katkı sağlarlar. Bilgi taşmalarının getirdiği üretimde ve üretim süreçlerindeki yenilik işletmelerin bedel ödemeden

çeşitli bilgilere sahip olmasına fırsat sunar. Kümenin rekabetçi bir yapıya sahip olabilmesi için sürekli bir bilgi akışıyla beraber ürün geliştirmesi de gereklidir (Ekonomi Bakanlığı, 2013b:16). Bu yolla, küresel pazarda ortak bir rekabet gücü elde edilebilir. Ostim yerelinde ise böyle oluşumun anlamlı bir karşılığının olmadığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan firmalara kümedeki diğer işletmelerin hangi boyutuyla firmalarını etkilediği sorulmuştur. Bu seçeneklerden ürün kalitesini artırma ölçeğinde işletmelerin, %36.9'u hiç etkisi yok, %32.3'ü az etkili, %20'si orta düzeyde etkili, %6.2'si etkili, %4.6'sı çok etkili şeklinde görüş belirtmiştir. Kümenin firmalara olan yararlarının başında, firmaya sağladığı avantajlarla ürünün pazarda karşılık bulabilmesi gelmektedir. Ürünün kalitesi, özgünlüğü o ürünün tercih edilirliğini artırır ve pazarlamasını kolaylaştırır. Bu sayede genelde küme özelde firmalar pazarda rekabet edebilir özelliğe sahip olur. Buna göre, Ostim yerelindeki kümelerde diğer firmaların ürün kalitesini artırmadaki etki boyutunun yüksek oranda bir katkısının olmadığı söylenebilir.

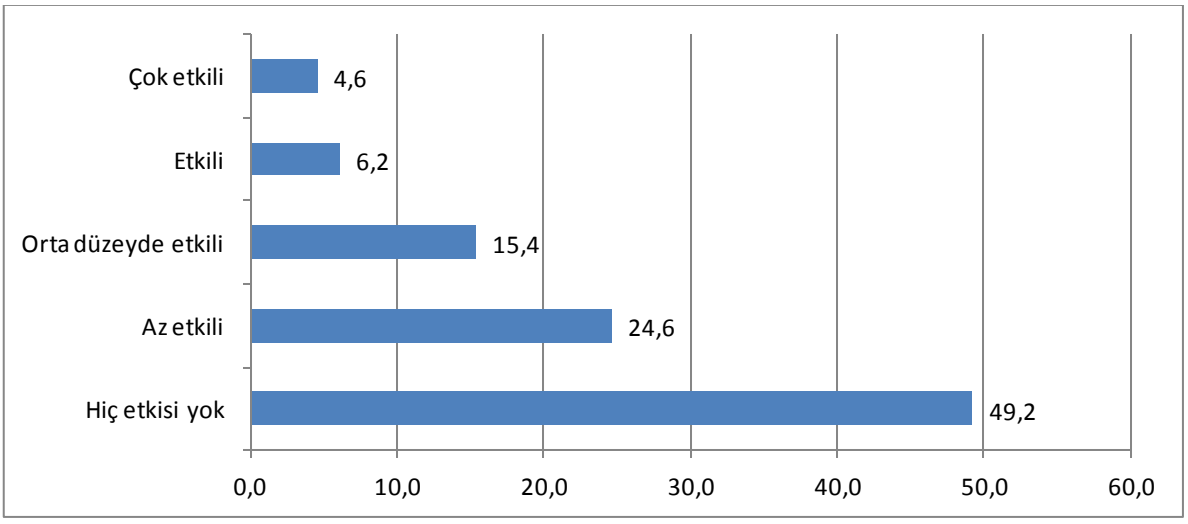
Şekil 5.46. Ürün Kalitesini Artırmada Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu



Bu yanıta göre işletmelerin, %49.2'si hiç etkisi yok, %24.6'sı az etkili, %15.4'ü orta düzeyde etkili, %6.2'si etkili, %4.6'sı çok etkili şeklinde görüş belirtmiştir. Kümelenmede önemli olan faktörlerin başında, işletmelere inovatif özellik kazandırmak gelir. Bilgi taşmalarının ve iş arkadaşlığı ruhunun önemli göstergelerinden olan yeni ürün yaratabilme üniversite-sanayi işbirliği, Ar-Ge çalışmaları, yaparak öğrenme ve devamında yeni ürün yaratma biçimlerinde ortaya çıkar. Bu durum kümenin yenilikçi ve rekabetçi gücünün boyutlarını anlamamızda önemli parametrelerdendir.

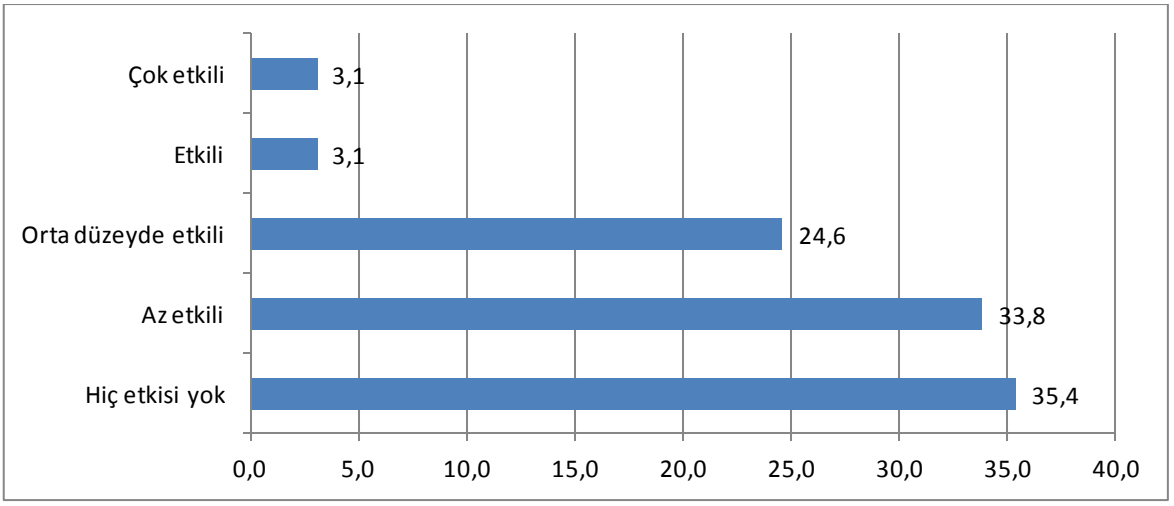
Yeni ürün üretme/geliştirme rekabet gücünü yaratan unsurlardan biri olarak ele alınmaktadır (Timurçin, 2010:59). Böylelikle, firmalar piyasa şartları dahilinde yeni ürünler üretebilir ve rakiplerine karşı daha avantajlı hale gelebilir. Buna göre, Ostim yerelinde kümede faaliyet gösteren diğer firmaların yeni ürün yaratmada firmaya etkisinin önemli bir boyutta olmadığı söylenebilir.

Şekil 5.47. Yeni Ürün Yaratmada Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu



Bu yanıta göre işletmelerin, %35.4'ü hiç etkisi yok, %33.8'i az etkili, %24.6'sı orta düzeyde etkili, %3.1'i etkili ve yine %3.1'i çok etkili şeklinde fikir belirtmiştir. Organizasyon biçimi; iş yapma şeklini, talebe hızlı yanıt verebilmeyi, teknolojik süreçleri içinde barındırır. İşletmelerin rekabet gücünü artıran bir etmen olan organizasyon şekli işletmelerin birbirleriyle olan bilgi akışlarından biridir. Rekabet gücü noktasında kümenin sağladığı avantajlardan biri olarak firmaların iş organizasyon biçimini yenilemede diğer firmalardan yararlanmasına olanak tanır. Buna göre, Ostim yerelinde kümedeki diğer firmaların organizasyon yapısını yenilemede firmaya kayda değer bir etkisinin bulunmadığı söylenebilir.

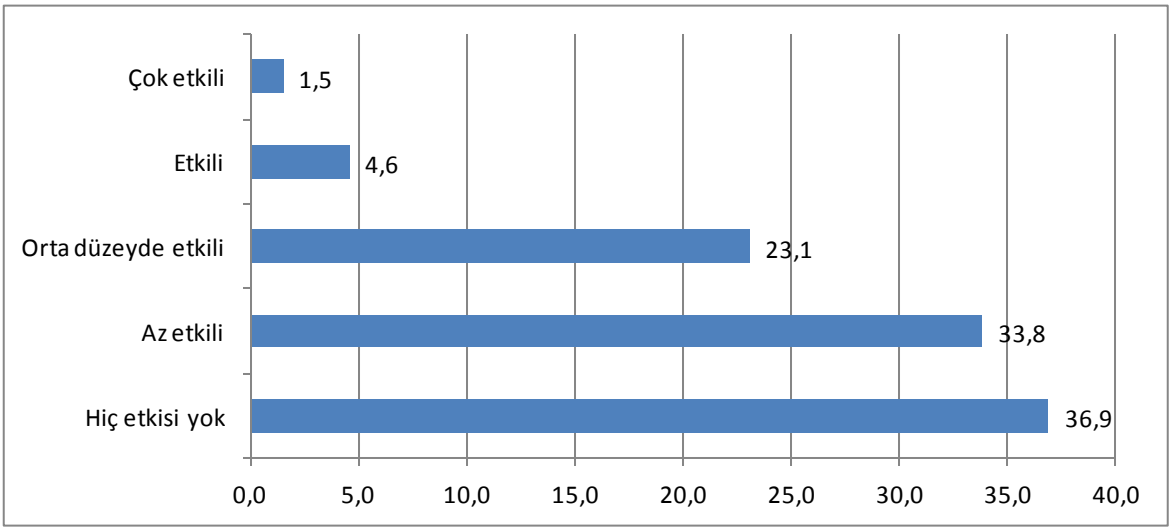
Şekil 5.48. Organizasyon Yapısını Yenilemede Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu



Bu yanıta göre işletmelerin %36.9'u hiç etkisi yok, %33.8'i az etkili, %23.1'i orta düzeyde etkili, %4.6'sı etkili, %1.5'i çok etkili şeklinde görüş belirtmiştir. Kümelenmede işletmelerin inovatif olması mevcut pazar paylarını artırması hususunda onlara avantaj sağlar. Aynı mekânda faaliyet gösteren işletmeler üretim süreçleri (modern üretim süreçleri, teknolojik durum) noktasında birbirlerinden beslenebilir. Teknoloji, piyasa mekanizması

dışında ortaya çıkan bir tür dışsallık olarak üretim de performansı artıran ya da azaltan dolayısıyla rekabet gücüne etki eden bir olgudur (Yücer, 2008:65). Teknolojik üstünlüğü yüksek olan firmalar daha alt teknolojik üretimde bulunan işletmelere; yeni üretim vizyonları, performans artışı için teknolojiye yatırım gibi konularda önemli ipuçları verir ve onları gelişime sevk eder. Bu durum işletmelerin yenilikçi özellik kazanıp pazarda rekabet edebilmesi adına önemli bir yapıtaşıdır. Buna göre, Ostim kümelerindeki diğer firmaların üretim süreçlerini yenilemede firmaya olan etkisinin önemli bir boyutta olmadığı söylenebilir.

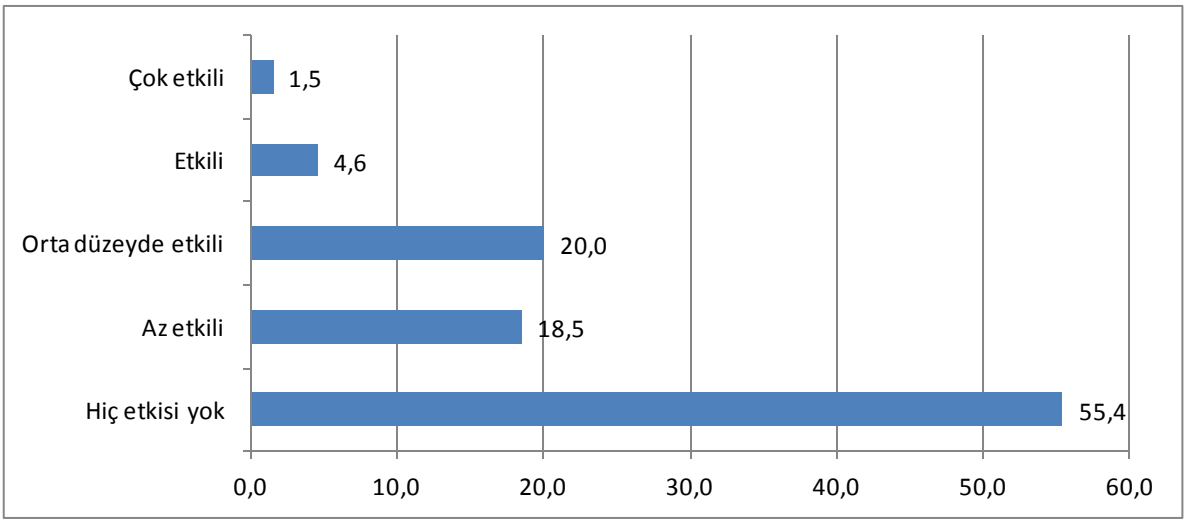
Şekil 5.49. Üretim Süreçlerini Yenilemede Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu



Bu yanıta göre firmaların %55.4'ü hiç etkisi yok, %18.5'i az etkili, %20'si orta düzeyde etkili, %4.6'sı etkili, %1.5'i çok etkili şeklinde görüş belirtmiştir. Bir kümenin pazardaki rekabet gücü o kümenin başarısını gösteren temel ölçütlerdendir. Küme firmalarının ihracat kapasitesi, coğrafi yoğunlaşmayı ve pazar paylarını gösterir. Kümelenen firmaların coğrafi yakınlıktan doğan avantajlarla birlikte oluşturduğu yığılma ekonomileri pazar rekabetinde önemli bir unsurdur. Kümelenme işletmelere sunduğu yeni networklerle yeni işbirlikleri

kazandırır ve bu durum onlara pazar imkânlarında artış olarak yansır. ‘’Kümelenmenin beraberinde getirdiği teknolojik ortaklık, geniş işçi havuzu, iş birlikleri bu işletmelerin gelişmesine ve pazar paylarını artırmasına olanak sağlamaktadır’’ (Erkek ve Öselmiş, 2011:4). Küme içinde inovasyonun da sağladığı dinamizmle birlikte pazarda önemli oranda bir pay elde edilebilir. Buna göre, Ostim kümelerindeki diğer işletmelerin pazarlama boyutunda işletmeye etkisinin önemli derecede olmadığı söylenebilir.

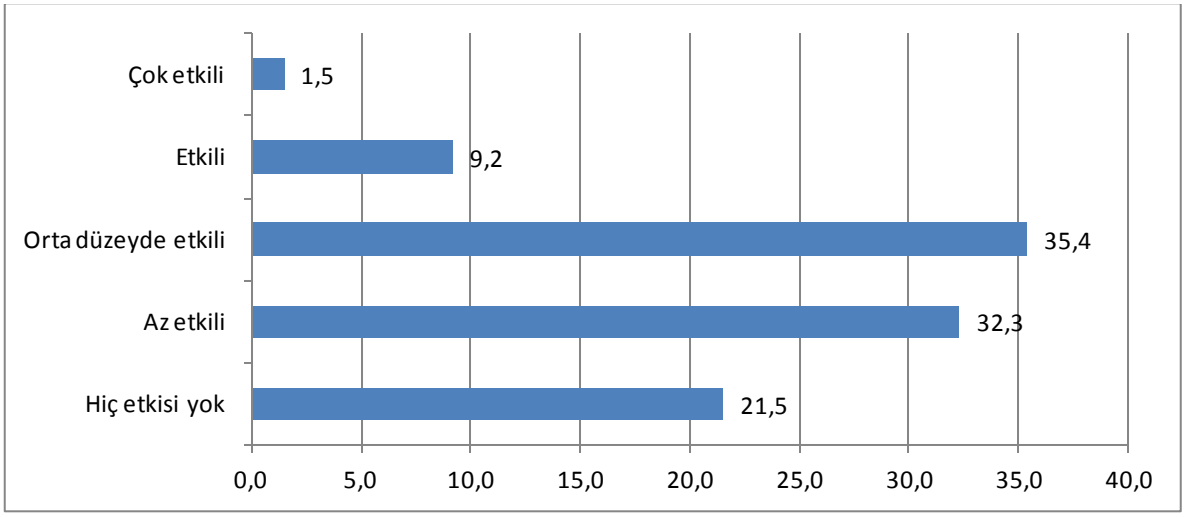
Şekil 5.50. Pazarlamada Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu



Bu yanıta göre, işletmelerin %35.4’ü orta düzeyde etkili, %32.3’ü az etkili, %21.5’i hiç etkisi yok, %9.2’si etkili, %1.5’i çok etkili şeklinde fikir belirtmiştir. Kümede işletmeler arası bilgi akışı sektörle ilgili daha fazla bilgi elde etmeyi kolaylaştırır. Coğrafi yakınlık ve ikili ilişkilerden doğan yakınlık firmaya daha önce öğrenmediği bilgiyi sunar ve inovatif olmanın da yolunu açar. İşle ilgili yeni bilgilerin edinilmesi pazara karşı nasıl bir üretim niteliği kazanılması gerektiğini de gösterir ve rekabetçilikte önemli bir fırsat sağlar. Buna göre,

kümedeki diğer firmaların işle ilgili yeni bilgilerin kazanılmasında firmaya olan etkisinin Ostim kümelerinde belli bir derecede önemli olduğu sonucu çıkarılabilir.

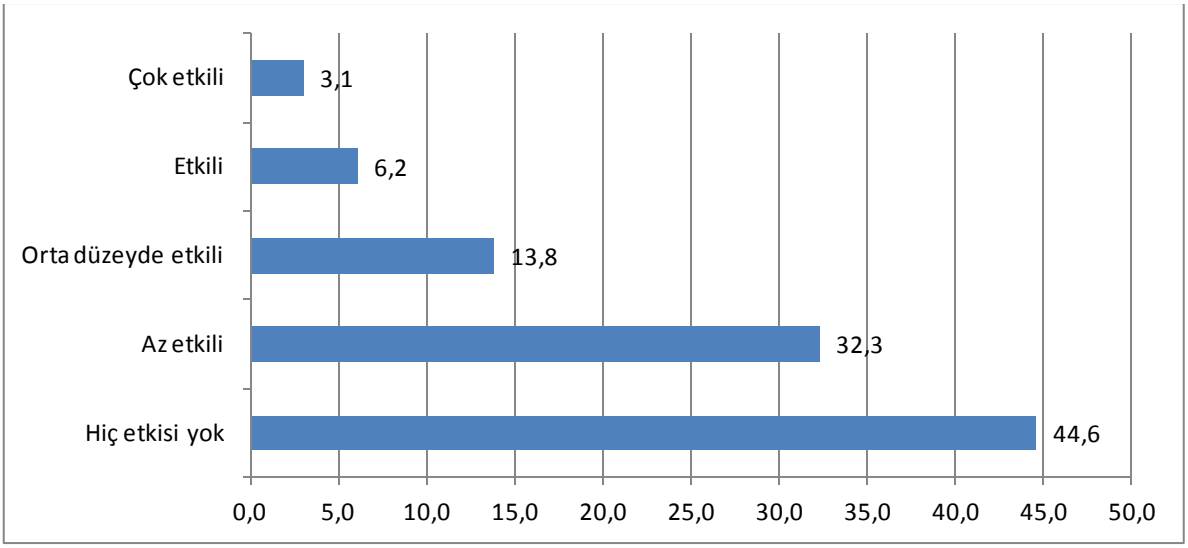
Şekil 5.51. İşle İlgili Yeni Bilgilerin Kazanılmasında Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu



%

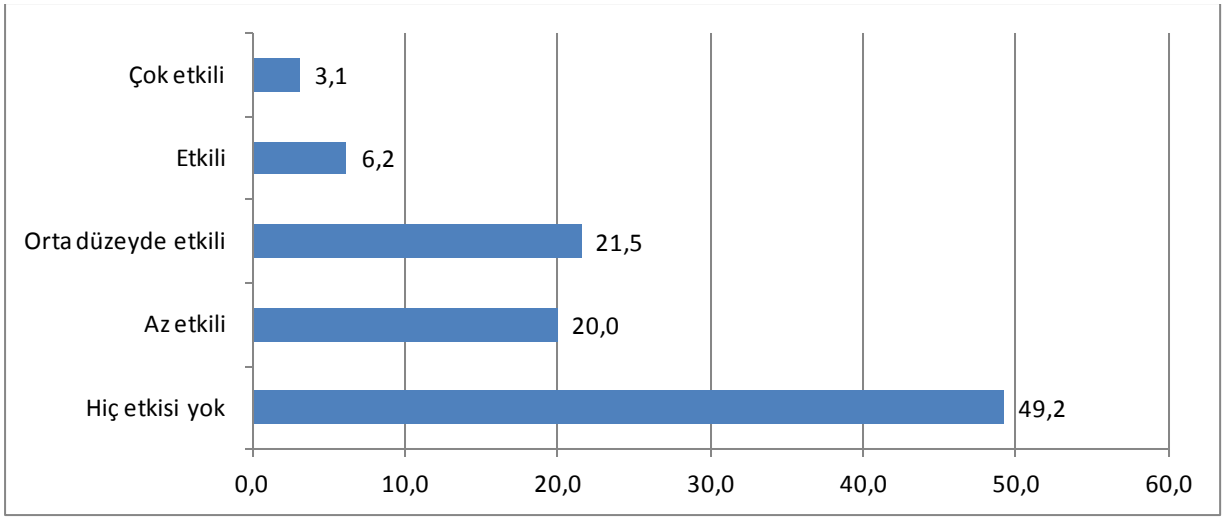
Bu yanıta göre işletmelerin %44.6'sı hiç etkisi yok, %32.3'ü az etkili, %13.8'i orta düzeyde etkili, %6.2'si etkili, %3.1'i çok etkili şeklinde fikir belirtmiştir. Kümede firmaların birbirleriyle çeşitli şekillerde temasta bulunmaları onlara önemli bilgiler sağlar. Rekabetçiliğin önemli unsurlarından olan teknoloji inovasyonla iç içedir. İşletmelerin iş arkadaşlığı ruhu teknoloji transferi noktasında da kendini gösterir ve teknolojik bakımdan önde olan, rekabetçiliği yüksek olan firmalar diğerlerine öncü olur ve teknolojik yenilik anlamında diğer işletmeleri güdüler. Bu anlamda kentsel ve bölgesel rekabetçiliğin temelinde yatan unsurlardan olan teknoloji paylaşımı/transferi kümenin önemli mâliyet dışı sermayelerindendir (Eroğlu ve Yalçın, 2013:176). Buna göre Ostim kümelerindeki firmaların teknoloji transferi boyutunda firmaya olan etkisinin anlamlı miktarda olmadığı söylenebilir.

Şekil 5.52. Teknoloji Transferinde Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu



Bu yanıta göre işletmelerin, %49.2'si hiç etkisi yok, %21.5'i orta düzeyde etkili, %20'si az etkili, %6.2'si etkili, %3.1'i etkili şeklinde görüş belirtmiştir. Kümelenmenin işletmelere sağladığı avantajlardan biri olan yeni iş bağlantıları kurma girişimcilik özelliğiyle bağlantılıdır. Çeşitli şekillerde işbirliği yapan firmalar yeni iş bağlantıları kurarken kümenin sunduğu olanaklardan yararlanabilir. Bu olanaklardan küme işletmelerinin fuarlara katılımı, yeni pazar olanakları sunarken yeni iş bağlantıları kurmanın da yolunu açar. Küresel pazarda rekabet edebilmede sektörü bilen yabancı sermaye ile işbirlikleri büyük fırsatlar sunabilir. Buna göre, Ostim kümelerindeki diğer işletmelerin yeni iş bağlantıları kurma noktasında firmaya olan etkisinin önemli bir boyutta olmadığı sonucu çıkarılabilir.

Şekil 5.53. Yeni İş Bağlantıları Kurmada Küme İşletmelerinin Diğer Küme Üyesi İşletmelerden Etkilenme Durumu



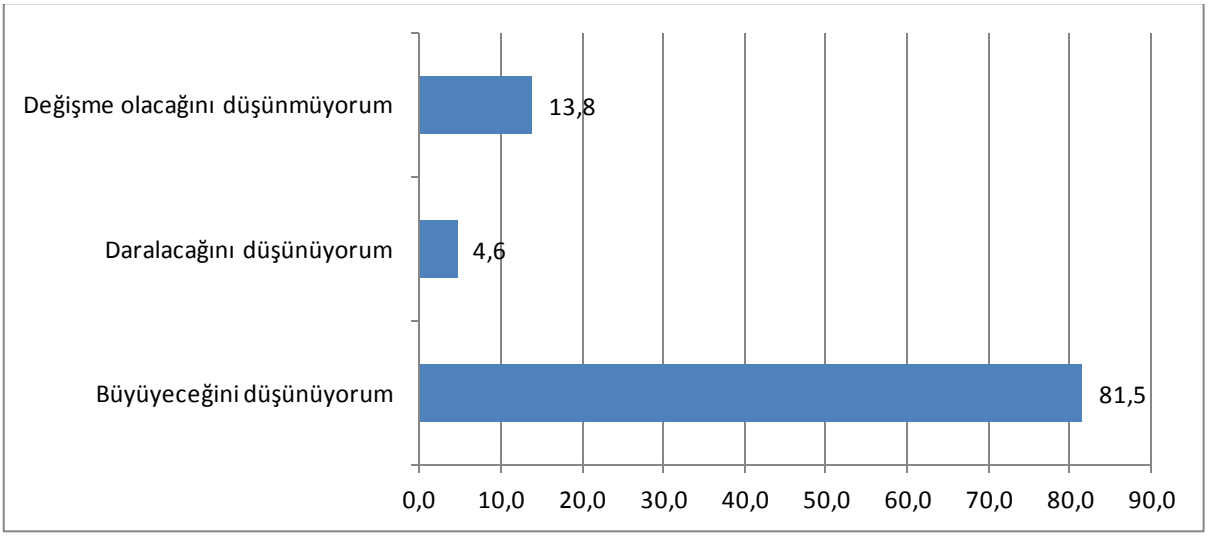
5.6. Kümenin Geleceği ve Sorunları

5.6.1. İşletmelerin Faaliyet Gösterdikleri Sektörün Gelecek Üç Yıl İçerisinde Nasıl Olacağı Öngörüsü

Araştırmaya katılan işletmelere faaliyet gösterdikleri sektörün gelecek üç yıl içerisinde nasıl olacağı öngörüsüne sahip oldukları sorulmuştur. İşletmelerin, %81.5'i faaliyet gösterdikleri sektörün büyüyeceğini, %13.8'i değişme olmayacağını, %4.6'sı da daralma olacağını düşündüğünü belirtmiştir. Kümenin işletmeler üzerindeki etkilerinden olan vizyon ve faaliyette bulunduğu sektörün geleceğine güvenle bakabilme, pazardaki rekabet gücü açısından büyük öneme sahiptir. Kümedeki firmalar olumlu seyreden pazar paylarından ve bilgi taşmalarının olanak sağladığı bedelsiz sahip olduğu bilgilerden önemli kazanımlar elde ederken o mekânda bulunmanın (kümelenmiş olmanın) faydalarını da kâr bazında hissederler. Bu çerçevede içinde bulunduğu kümenin kurumsal kimliği onlara güven verir ve değişen piyasa koşullarında geleceğe güvenle bakabilmelerine imkân tanır. Buna göre Ostim

kümelerindeki firmaların faaliyet gösterdikleri sektörden ümitli oldukları söylenebilir. Bu durum, kümenin işlevselliğinde ve kurumsal işleyişinde geleceğe yönelik olumlu bir katkı sağlayabilir.

Şekil 5.54. İşletmelerin Sektörlerine Dair Gelecek Üç Yıl İçerisindeki Öngörüleri



5.6.2. Firmaların İçinde Bulundukları Kümenin Gelecek Zaman İçerisinde Firmalarına Ne Boyutlu Bir Etkisinin Olabileceği

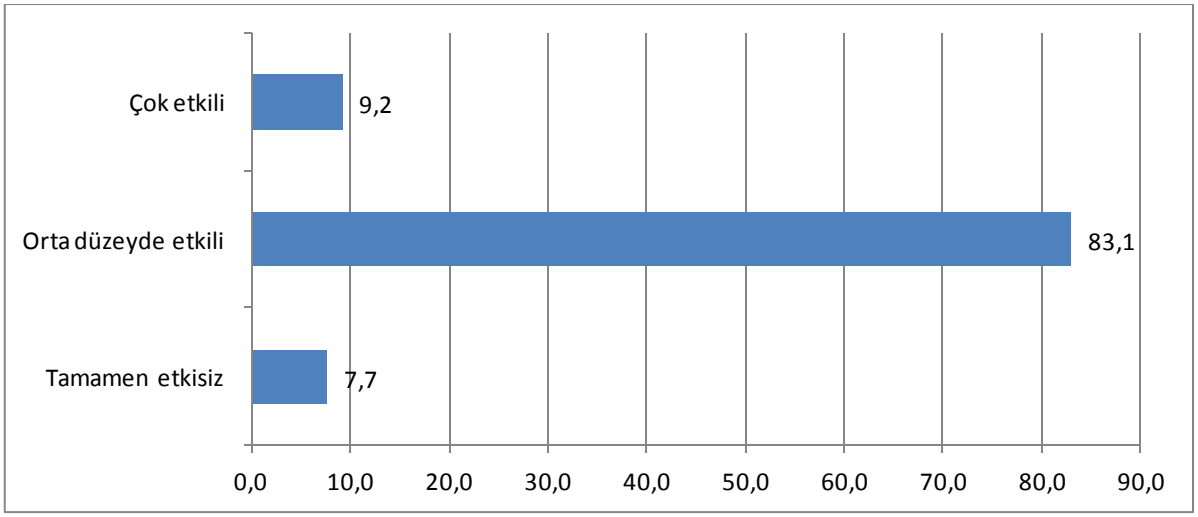
Anket uygulanan firmalara, içinde bulundukları kümenin gelecek zaman içerisinde firmalarına ne boyutlu bir etkisinin olabileceği sorulmuş ve işletmelerin %83.1'i orta düzeyde etkili, %9.2'si çok etkili, %7.7'si etkisiz şeklinde görüş bildirmiştir. Küme içinde yer alan işletmelerin karşılıklı faydalanma şekli rekabet gücünü getiren bir olgudur. İşletmeler pazar satışlarından ve tercih edilirliklerinden memnunsa küme performansının da yüksek olduğu sonucu çıkarılabilir.

Birbirleriyle çeşitli şekillerde temas halinde olan firmalar küme içinde elde ettikleri kazanımlarla rekabette avantajlı konuma gelir. Piyasa yapısı içerisinde gelecek ekonomik

konjonktüre ayak uydurabilmek ve rekabette önde olabilmek radikal yenilikçilik süreçlerine ihtiyaç duyar. Bu manada küme işletmelere olumlu yönde katkılar sağlar (Kaygalak, 2011:322).

Sektörün geleceğini ve piyasa koşullarını küme firmalarının inovatif olabilme gücü belirlerken karşılıklı bilgi akışının yol açtığı fırsatlar işletmelerin gelecek süre zarfında da sektörden ve pazardan ümitli aynı zamanda rekabet güçlerinin yüksek olmasına olanak tanır. Dolayısıyla küme içindeki diğer işletmeler firmaya bedelsiz faydalar sağlar. Bu bağlamda, Ostim küme firmalarının gelecek zaman içerisinde kümeden bir beklentilerinin olduğu söylenebilir. Bu sonuç kümenin geleceğinde olumlu etkilerin olabileceğini göstermektedir.

Şekil 5.55. Firmaların İçinde Bulundukları Kümenin Gelecek Zaman İçerisinde Firmaya Etkisi

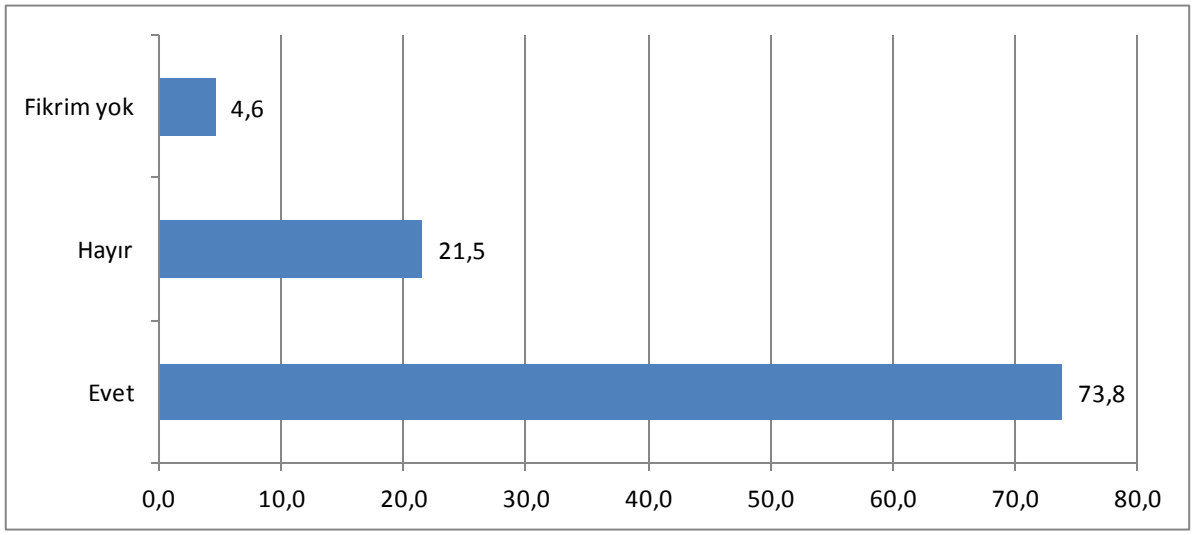


5.6.3. Kümenin Dışında Olan Firmaların da Kümeye Katılması Durumu

Araştırmaya katılan işletmelere kümenin dışında olan firmalarda kümeye katılmalı mı şeklinde sorulmuş ve bu işletmelerin, %73.8'i evet, %21.5'i hayır, %4.6'sı fikrim yok şeklinde görüş bildirmiştir. Buna göre, işletmelerin büyük çoğunluğu olumlu yönde görüş belirtmiştir.

Kümenin kurumsal kimliğinin ve sunduğu çeşitli faydaların Ostim küme firmalarına yayılması noktasında önemli parametrelerden biri diğer işletmelerin de kümeye katılımının olumlu olduğuna inanılmasıdır. Firmaların gelecek süre içerisinde kümeden olumlu beklentileri olduğu da göz önüne alındığında, kümeye daha fazla firmanın katılımının istenmesinin bir güç birliği oluşturulması adına olumlu olduğu sonucu çıkarılabilir.

Şekil 5.56. Küme Dışındaki İşletmelerin Kümeye Katılması Durumu

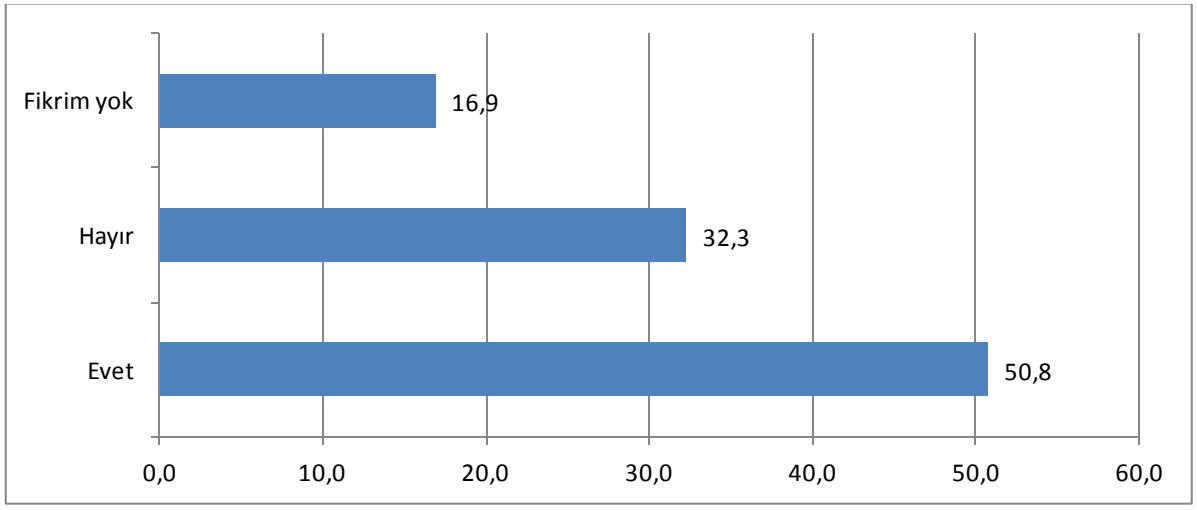


5.6.4. Firmaların İçinde Bulundukları Kümenin İşleyiş Biçimi

Anket uygulanan işletmelere, içinde bulundukları kümenin işleyiş biçimini olumlu buluyor musunuz şeklinde sorulmuş ve bu firmaların, %50.8'i evet, %32.3'ü hayır, %16.9'u fikrim yok şeklinde görüş belirtmiştir. Buna göre, araştırmaya katılan firmaların yarısı içinde bulundukları kümenin işleyiş biçimini olumlu bulmaktadır. Bununla birlikte önemli bir oranda da olumsuz görüş vardır. Kümenin kurumsal bir yapısı vardır bu noktada küme yönetimi eğitim, danışmanlık, işbirlikleri konusunda destek gibi işletmeler için önemli imkânlar sunmalıdır. Üniversite-sanayi işbirlikleriyle ve Ar-Ge destekleriyle firmaya inovatif olmanın yolunu açarken pazarda rekabetteki gücünü hissettirir. İşletmelerin faydacılığı konusunda

kümeye güven duyması, küme aktörlerinin çalışmaları; küme işleyişinde, başarısında doğrudan etkiye sahiptir. Kurumsal yapı yenilik süreçlerini etkileyebilecek politikaların oluşturulduğu bir yapı olarak rekabet avantajında ve kümelenmenin politik bir süreç olarak sürdürülebilir anlamda yürütülmesinde en önemli işleyiş biçimini oluşturmaktadır (Alsaç, 2010:31). Bu aşamada, Ostim yerelinde kümenin kayda değer anlamda işlemediği sonucu çıkarılabilir.

Şekil 5.57. İşletmelerin İçinde Bulundukları Kümenin İşleyiş Biçimine Göre Görüşleri

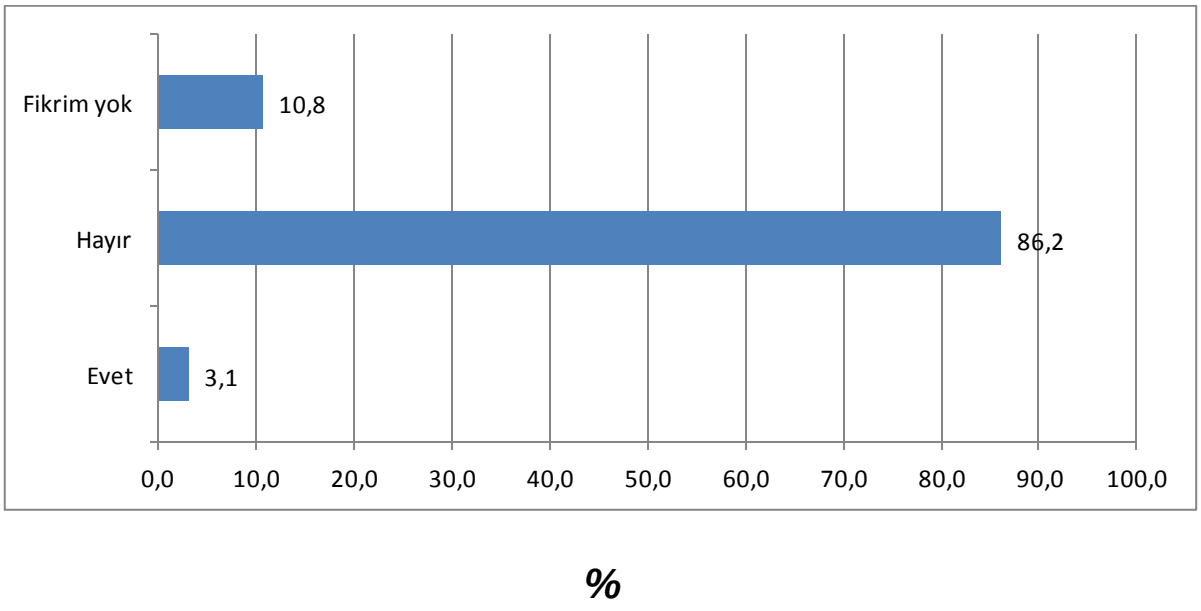


5.6.5. Firmaların Küme Üyeliği Durumu

Araştırmaya katılan firmalara küme üyeliğinden çıkmak istiyor musunuz şeklinde sorulmuş ve bu işletmelerin %86.2'si hayır, %10.8'i fikrim yok, %3.1'i evet olarak görüş bildirmiştir. Firmaların kümenin geleceğinden ümitli oldukları da göz önünde bulundurulduğunda, işletmelerin küme üyeliğinde kalmak istedikleri sonucu çıkarılabilir. Buna göre işletmelerin küme oluşumundan bir fayda sağladığı/sağlayacağı durumu söz konusudur. Küme kurumsal yapısı küme üyeliğiyle çeşitli avantajlar elde edileceğini (inovasyon, performans, verimlilik gibi) firmalara anlatmalıdır. Küme üyelerinin dolayısıyla kümenin

uzmanlaşması yeni işletmelerin kümeye girişine olanak sağlayacağı gibi işgücünün paylaşılması (karşılıklı bilgi alış verişi, karşılıklı çeşitli faydalar) rekabetçiliği güçlendirir (Altay, 2011:11). Bu tür oluşabilecek faydalar Ostim'deki işletmelerin kümeden bir beklenti içinde olduklarını ortaya koymaktadır.

Şekil 5.58. İşletmelerin Küme Üyeliğinden Çıkma Görüşlerine Göre Durumu



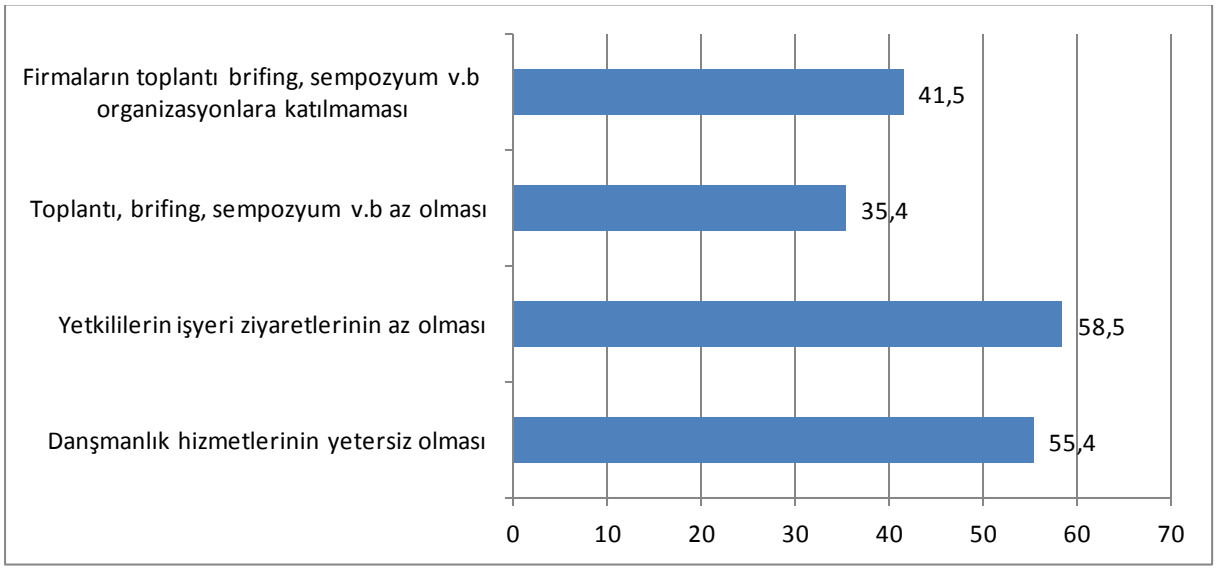
5.6.6. Firmalara Göre Bulundukları İş Kümesinin En Önemli Sorunları

Anket uygulanan firmalara içinde bulundukları iş kümesinin en önemli sorunları nelerdir şeklinde sorulmuş ve bu firmalar, %58.5 oranında yetkililerin işyeri ziyaretlerinin az olması, %55.4 oranında danışmanlık hizmetlerinin yetersiz olması, %41.5 oranında firmaların toplantı, brifing, sempozyum vb. organizasyonlara katılmaması, %35.4 oranında toplantı, brifing, sempozyum vb. az olması şeklinde görüş belirtmiştir. Rekabetçi bir kümenin varlığı ve sürdürülebilirliği ancak kümedeki yönetişimin sorunsuz olmasıyla mümkündür. Aksi halde küme rekabet gücünü yitirebilir. Küme yönetimi, işletmelerle sürekli iletişim halinde olmalıdır. Kümelenmenin en önemli gerekliliklerinden olan danışmanlık, bilgilendirici toplantılar firmaların rekabet gücünü doğrudan etkiler. Küme kurumsal yapısının yürüttüğü üniversite-

sanayi işbirliklerinin firmalarda oluşturacağı inovasyon ve işletmelere verilecek Ar-Ge destekleri bunun yanında kümenin kurumsal kimliğinden dolayı devletin sağladığı teşvikler, hibeler önemli rekabet avantajlarıdır. Bu yüzden küresel dünyada rekabetin sürdürülebilirliği güçlü bir yönetişim ve bu yönetişimden doğan inovatif süreçlerin yaşanmasıyla mümkündür. Bilgiye dayalı ekonomik yapının güçlenmesiyle yerel ekonomilerin yalnızca çeşitli avantajlara sahip olarak değil kurumsal yapılarının güçlü olmasıyla da bir cazibe merkezi olma çabaları artmıştır (Keskin, 2009:30).

Bu anlamda düşünüldüğünde Ostim'deki küme kurumsal yapılarının da politik olarak aktif bir rol üstlenmesi gerekmektedir. Ancak ampirik bulgular, Ostim yerelinde kümelerin kurumsal işleyişinde çeşitli sorunların olduğunu ortaya koymaktadır.

Şekil 5.59. İşletmelere Göre Küme Kurumsal Yapısının En Önemli Sorunları



VI. BÖLÜM: SONUÇ VE ÖNERİLER

Mekânı yalnızca salt tasvirle anlamak mümkün değildir çünkü mekân, insan etkileşimiyle bir toplumsal organizasyon biçimini alır. Değişen dünya düzeni ve ekonomilerin ulusüstü hale gelmesi (ekonomik sistemin kompleks bir yapıya bürünmesi, sermaye hareketleri) Ekonomik Coğrafyanın mekân üzerinde yalnız dağılış inceleyen bir disiplinden mekân üzerinde ampirik sonuçlar ortaya koyan bir disiplin haline evrilmesine imkân tanımıştır. Özellikle iktisatçıların mekânsal boşluğu doldurmada yetersiz kalmaları Ekonomik Coğrafyaya olan ihtiyacı daha da artırmıştır. Bu yolla Ekonomik Coğrafya yerel kalkınma gibi spesifik alanlar üzerinde ampirik bulgular ortaya koymuştur. Bu durum mekânın önemini fazlasıyla artırarak mekânın bir ekonomik sistemler bütünü olduğu anlaşılmış, bu ekonomik sistemlerin nedenleri ve nasıl işlediği üzerine pek çok bilimsel çalışma yapılmıştır. Kümelenme de bu bağlamda üzerine en fazla çalışılan kuramlardan biri olup bir yerel kalkınma kuramı ve politikasıdır. Bu paralelde günümüzde pek çok ülke kümelenmeyi yerel kalkınmanın odağına oturtmuş ve bu çerçevede politikalar üretmektedir.

Bu bağlamda konunun güncelliği ve önemine atfen Ankara Ostim OSB'de yer alan dört tane sanayi kümesini, kümenin firmaya spesifik yararlarını ölçme yönünden inceleyen çalışmadan elde edilen ampirik bulgularla Türk Coğrafyasına çağdaş ekonomik coğrafi bakış açısıyla yeni bir vizyon getirebilmeyi amaçlamıştır. Çalışmada Ostim'deki kümelenme modelinin henüz tam anlamıyla (ABD, Avrupa, Güney Kore vb. kümelere benzer biçimde) işlemediği söylenebilir. Bunda elbette Ostim kümelerinin yeni olmasının etkisi vardır. Çünkü Ostim kümelerinin dolayısıyla kümede yer alan işletmelerin ortalama olarak üyelikleri 4 ile 5 yıl sürecini kapsamaktadır. Bilindiği üzere kümelenme bir yerel kalkınma politikası olup kurumsal bir kimlikle hayat bulabilir. Bu anlamda çalışmanın ampirik bulguları Ostim kümelerinin kurumsal işleyişinde çeşitli problemler olduğunu göstermektedir. Ancak Ostim Sanayi Bölgesi uzmanlaşma, rekabet gücü, istihdam gibi artı yönleriyle Ankara Sanayisinde

önemli bir yere sahiptir. Bunun yanında küme işletmeleri genel olarak yeni fikirler edinme, firmanın tanıtımı, fuar ve toplantılara katılım gibi konularda kümeden bir yarar sağlamışlardır. Firmalar kümelenmeden gelecek zaman içerisinde firmalarına katkı yapması anlamında ümitlidir. Firmaların gelecek zaman içerisinde kümenin firmaya katkısına dair görüşleri (orta düzeyde etkili: %83.1, çok etkili: %9.2) şeklindedir. Bu durumu destekleyici diğer parametreler ise küme işletmelerinin küme dışındaki işletmelerin kümede yer alması konusundaki görüşü (küme dışındaki işletmelerin kümeye katılması durumu %73,8 ‘’Evet’’) ve küme üyeliğinden çıkmaya dair görüşlerdir (%86,2 ‘’Hayır’’). Dolayısıyla firmalar kümenin büyümesine ve kümede kalmaya devam etmeye olumlu yaklaşmaktadırlar. Gelecek zaman içerisinde kümeden bir beklenti içerisinde olunmasıyla bu bulgular örtüşmektedir.

Bu noktada kümenin kurumsallaşması büyük önem taşımaktadır. Uluslararası rekabetin hız kazandığı küresel dünya pazarında yer alabilmenin şartı; kümenin esnek üretim kabiliyetiyle, kümede yer alan firmaların ve kümeyi yöneten yönetici sınıfın ilişki ağıyla mümkündür. Bu ilişki ağı içerisinde Ar-Ge faaliyetleri, teknoloji üsleri, üniversitelerin süreçte aktif rol üstlenmesi, devletin kümelenme politikasını yürütmedeki gayreti ve başarısı büyük önem taşımaktadır. Ostim kümelerinin 2008 yılında oluşturulmasıyla (Ostim OSB’nin girişimiyle) yeni bir vizyon sağlanmıştır. Ostim kümelenmesindeki amaç, bir işbirliği oluşturarak küresel pazarda rekabet gücü kazanmak ve yerli üretimin payını artırmaktır. Ostim kümeleri oluşturulurken amaç dışa bağımlı olan sanayimizi yerli üretimle güçlendirmek olmuştur.

Ostim OSB yetkilileriyle yapılan görüşmelerde, kümelenmenin firmalar için bir kazanç olduğu, birliktelik anlayışı doğurduğu belirtilmiştir. Küme firmalarıyla bilgilendirme amaçlı olarak rutin toplantıların yapıldığı ve küresel anlamda rekabet edebilmek için firmaların kümeye katılımının gerekli olduğu, kümeye desteklerin de bu noktada önemli olduğu belirtilmiştir. Devlet desteklerinin ön ödemeli gerçekleşmesinin de daha uygun olduğu belirtilmiştir (bir projenin, programın başında en azından bir kısım ön ödemenin yapılması

projenin, programın yürütülmesinin daha kolay olacağı görüşünden dolayı). Bu aşamada kümedeki firmalara çeşitli başlıklarda eğitimler verildiği de belirtilmiştir. Kümede önemli olan destek noktasıdır bundan dolayı verilen destekler kümenin gelişimi ve sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Ostim OSB'nin kümelere verdiği destekler, üniversite-sanayi işbirliğiyle gerçekleşen desteklerle şu an bir küme platformu oluşmuştur. Ancak, kümelerin tam anlamıyla kurumsal bir yapıda işlemesi için aynı zamanda işletmelerin de birbirlerine karşı sosyal sermaye unsuru olarak güven duyması gerekir. Bunun içinde herkesin faydalanabileceği (pazar payına etki etmeyecek biçimde) projeler ve çalışmalar yapılması gerekir. Küme firmalarının da birlikte iş yapabilme mantığını (ortak rekabet) nedenleri ve nasıl olması gerektiğiyle öğrenmeleri önemlidir. Bundan dolayı Ostim kümelerinin, firmalar için öncelikle birbirlerine karşı bir güven ağı oluşturacak projeler, bilgilendirmeler yapmaları gerekir. Birlikte rekabet etmenin avantajları işletmelere anlatılmalı ve yeni bir ticari vizyon bu yolla oluşturulmalıdır.

Ostim kümelerinin kurumsal anlamda çeşitli eksiklikleri olsa da Türk Sanayisi için önemli bir örnek niteliğindedir. Özellikle dünyadaki kümelenme politikasının başarılı bir sonucu olarak görülen ''istihdam'' anlamında Ostim Sanayi Bölgesi önemli bir etkiye sahiptir. Gelişmekte olan ekonomilerde küresel pazardan pay alabilmek, üretimiyle bu alanda rekabet edebilmek ülke ekonomisinin büyümesi adına fazlaca önem arzetmektedir. Bu pay ise ancak daha rekabetçi bir yapıyla sağlanabilir (rekabetçiliğin koşulları ise; inovasyon, kümelenmeden kaynaklı mâliyet avantajları ve bilgi akışı, kurumsallaşmanın devlet eliyle yürütülmesi vb.). Ülkemizin kümelenme politikasında başat role sahip olabilecek Ostim'in coğrafi yığılma noktasında eşdeğeri olan (modern) kümelerle rekabet edebilmesi için hızlı bir biçimde kurumsal kimliğini oturtması gereklidir. Literatürde örnek olarak ele alınan bazı Avrupa ülkelerinde (Almanya, İtalya gibi) kümelenme politikası yerel yönetimler tarafından belli bir hukuki ve siyasi zeminde yürütülmektedir. Bu bakımdan kümelenmenin kurumsal bir kimlik kazanmadan ''haydi kümeleniyoruz!'' anlayışı yerine yavaş, kararlı adımlarla bir yerel

kalkınma politikası oluşturulmalı ve çalışmalar ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından realist politikalarla yürütülmelidir. Bunun yanında kurumsal anlamda yapay bir küme olması Ostim'i, kümelenme sürecinin spontane biçimde ortaya çıkan endüstriyel bölgeler, yenilikçi çevre, yeni sanayi odakları, bölgesel yenilik sistemleri, öğrenen bölgeler gibi oluşumlardan farklı kılmaktadır.

Kümelenme, çeşitli kurum ve kuruluşların politik süreçte aktif rol almasıyla mümkündür. Bu çerçevede bakıldığında firmaların küme üyeliğinde Ostim OSB'nin rolü büyüktür (%95). Küme üyeliğinde ise daha çok firmalar rakipleri üye olduğu için sürece dahil olma gereği duymuşlar (%88) bunun yanında ise devletten teşvik/hibe alabilmek, aynı sektörde faaliyet göstermenin yarar sağladığına inanılması ve işbirliği kültürü de küme üyeliğinde önemli rol oynamıştır.

Küme oluşumu ise işletmelere yeni fikirler edinebilme noktasında önemli bir katkı sağlamıştır (%77). Bu durum inovatif süreçlerin seri olmasına fırsat tanır ve rekabet gücünü artırır. Diğer taraftan küme işletmeler üzerinde büyük oranda herhangi bir değişim yaratmamıştır (%51).

Araştırma sonuçları esasen Ostim kümelerinin gizli bir kümelenme şeklinde olduğunu göstermektedir çünkü işletme sayısı kümelenme politikasının uygulanması anlamında kritik kitleye ulaşmıştır ancak firmalar arasında coğrafi yakınlıktan doğan avantajları (ilişki ağı, bilgi akışı, ortak rekabet gücü) kullanabilme durumu tam anlamıyla söz konusu değildir. Firmaların kümelenebilme anlamında ortak bir rekabet için yeterli sayıları vardır bununla birlikte gereken niteliklerin bazılarına da sahiptirler ancak yeterli değildir (Sungur vd., 2013:99). Burada da yine kurumsal yapının işlevsel, aktif bir rol üstlenmesi gerekir ki Ostim kümeleri coğrafi yakınlık, sektörel uzmanlaşma, sosyal sermaye gibi unsurları rekabet gücü anlamında değerlendirebilsin. Rekabet gücü elde edebilmenin yönlerinden biri de devletin sağladığı teşvik/hibelerdir. Bu anlamda Ostim küme işletmelerinin büyük çoğunluğu küme

yönetmeliğine dayalı olarak teşvik/hibe almamıştır (%91). Bu durum işletmelerin küresel rekabet gücünü olumsuz yönde etkileyebileceği gibi kümenin kurumsal yapısına olan güveni de sarsabilir. Kümenin sektörel olarak uzmanlaşması bu yolla küresel rekabet gücü kazanması ihracat kapasitesiyle mümkündür. Bu yönüyle Ostim küme işletmelerinin kümeye üyeliğinden sonra herhangi bir değişim yaşamadıkları görülmektedir (%79).

Performans, kârlılık, istihdam, işgücü verimliliği ve temini gibi unsurlar kümelenmede önemli bir yere sahiptir. Bilindiği üzere kümelenmenin firma üzerindeki spesifik etkilerini bu kriterler oluşturmakta, küme oluşumu firmalara bu yollarla katkı sağlamakta ve rekabet gücü kazandırmaktadır. Bu anlamda kümelenmenin ‘’verimlilik’’ unsuru olan bu değerler işletmeler için mekân ekonomisinden karşılıklı faydalanma, yenilikçi üretim ve işgücü kapasitelerini artırarak rekabete olanak tanır. Ostim küme oluşumlarının ise firmalara performans, kârlılık, istihdam, işgücü verimliliği ve temininde de %82 oranında bir etkisi olmamıştır.

Kümenin yarattığı en önemli avantajlardan olan ‘’girişimcilik’’ ve ‘’yenilikçilik’’; yeni işletmeler için kümeyi çekici kılarken mekâna özgü bilginin ve dinamizmin kullanılmasıyla da inovatif döngüyü sağlar. Bu noktada Ostim’de küme ruhuna uygun bir girişimcilik ve yenilikçilik kapasitesi görülmemektedir (Firmaların %91 oranında girişimcilik ve yenilikçiliğe etkisi olmadı görüşü). Bunun yanında coğrafi yakınlığın getirdiği firmalar arasındaki işgücü yardımlaşması, makine ve teçhizat alıp verme, ortak hammadde ve girdi alımı Ostim’de ‘’sıkça’’ görülmektedir. Bu durum bize ortak rekabet gücü için Ostim’in bir fırsata sahip olduğunu göstermektedir. Bu çerçevede Ostim küme işletmelerinde kümelenmenin en etkin unsurlarından biri olan ‘’sosyal sermaye ve güven’’ aynı zamanda ‘’işbirliği’’ unsurlarının olduğu görülmektedir.

İşletmelerin yenilikçilik kapasitesi ise değişen üretim koşullarına göre değişiklik göstermekte ve Ostim küme firmalarının sektördeki uzmanlaşmalarını sürdürülerek rekabetçi yapıda kalmalarına imkân tanımaktadır (işletmelerin son beş yılda yenilikçilik durumları

%66,2). Bu bağlamda Ostim küme işletmeleri kümelenmenin odağında bulunan inovasyon konusunda önemli bir avantaja sahiptir. Ancak bu durum kümelenmeden değil Ostim'in kendi içsel dinamiklerinden kaynaklanmaktadır. Çünkü Ostim küme işletmeleri; ürün kalitesini artırmada, yeni ürün yaratmada, organizasyon yapısını yenilemede, üretim süreçlerini yenilemede, pazarlamada, işle ilgili yeni bilgilerin kazanılmasında, teknoloji transferinde, yeni iş bağlantıları kurmada diğer küme üyesi işletmelerden kayda değer bir fayda sağlayamamaktadır. Bu anlamda kümelenmenin önemli dinamiklerinden olan ''taşma etkisi''nin de Ostim küme işletmelerinde belirgin biçimde gerçekleşmediğini söyleyebiliriz. Kaygalak'ın 2011'de Uşak yerelindeki çalışmasında kümelenmenin dinamiklerine uygun (bilgi akışı, bilgi taşması, öğrenme süreçleri) kurumsal bir yapının (uluslararası rekabet açısından) varlığından söz etmenin güç olduğunu belirtmiştir. Bu çerçevede ele alındığında Ostim yerelinde firma bazındaki bulgular da bu görüşü destekler niteliktedir.

Bu araştırmanın literatüre en önemli katkısı kümelenmeyi farklı bir bakış açısıyla ele alabilmek olmuştur. Ülkemizde konuyla ilgili yapılan çalışmaların yabancı literatürle örtüşme çabası içerisinde olduğu görülmüştür. Bir politikanın başarılı olabilmesi için politika-mekân ilişkisinin doğru analiz edilmesi gerekir. Bu yüzden gelişmiş ülkelerdeki küme modelleriyle Türkiye'deki coğrafi yoğunlaşmaları doğrudan küme modellemesi olarak ele almak başarılı sonuçlar doğurmayabilir. Nitekim Ostim kümelerinden elde edilen ampirik bulgular bu durumu destekler niteliktedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde araştırmanın olası eksikliklerine rağmen literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Gelecekte kümelenme konusunda yapılacak araştırmalar için şu öneriler ileri sürülebilir:

(1) Kümelenme konusunda yapılacak çalışmalar literatürle örtüşebilme kaygısıyla yapılmamalı konu Türkiye bağlamında ele alınarak değerlendirilmelidir. Ortaya çıkacak sonuçlara göre yerel politikalara yön verilmelidir.

(2) Kümelenme politik bir süreç olarak yerel kalkınma için anahtar rolünde görülmektedir. Bu yüzden coğrafi yakınlığın doğurduğu avantajlar kümelenmede çeşitli ölçütlerle ele alınmaktadır. Bu çalışmada ise yine aynı ölçütler kullanılarak firma bazında kümelenmenin spesifik yararlarını ölçmek amaçlanmıştır. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda kümeyi oluşturan kurumsal yapının tüm aktörleri ve küme dışındaki işletmeler de araştırma kapsamında değerlendirilerek literatüre önemli katkılar sağlanabilir.

(3) Yine bundan sonraki çalışmalarda, kurumsal yapıyı oluşturan tüm aktörlerle ya da bir kısmıyla ve firmalarla derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilebilir. Kurumsal yapıyı oluşturan aktörlerin aynı zamanda firmaların birikimlerini ve tecrübelerini bu yolla elde etmek araştırmanın bulguları yönünden daha detaylı ve daha doğru bilgiler alınmasını sağlayabilir.

KAYNAKÇA

Akdeve, E. (2008*) Sanayi Kümelerinde Yenilik, İşletmelerarası İlişkiler ve Yakınlıklar Organize Sanayi Bölgesinde Uygulama: Ankara 1. Organize Sanayi Bölgesi*, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Alsaç F. (2010) *Bölgesel Gelişme Aracı Olarak Kümelenme Yaklaşımı ve Türkiye İçin Kümelenme Destek Modeli Önerisi*, DPT Yayını, Ankara.

Altay, T.A. (2011) Küme ve Kümeleşme Raporu, http://www.inovasyon.org/pdf/TA.K%C3%BCme.ve.K%C3%BCmele%C5%9Fme.2011.pdf, Erişim Tarihi: 20 Nisan 2014.

Ankara Kalkınma Ajansı, (2010) *İstatistiklerle Ankara*, Ankara Kalkınma Ajansı Yayını, Ankara.

Ankara Kalkınma Ajansı, (2011a) *Ankara Mevcut Durum Raporu*, Ankara Kalkınma Ajansı Yayını, Ankara.

Ankara Kalkınma Ajansı, (2011b) *İstatistiklerle Ankara*, Ankara Kalkınma Ajansı Yayınları, Ankara.

Ankara Kalkınma Ajansı, (2011c) *Ankara Bölge Planı 2011-2013*, Ankara Kalkınma Ajansı Yayını, Ankara.

Ankara Kalkınma Ajansı, (2013) *İstatistiklerle Ankara*, Ankara Kalkınma Ajansı Yayını, Ankara.

Bayülken, Y. ve Kütükoğlu, C. (2012) *Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri (KOBİ'LER)*, TMMOB Makine Mühendisleri Odası Yayını Yayın No:583, Ankara.

Bilir, B. (2010) İnovasyon İçin Etkili Bir Öğrenme: Kümelenme*, İzmir Ticaret Odası AR&GE Bülten,* 2010 Haziran Sayısı, s. 20-25.

Bozkurtoğlu, S. (2013) *Kümelenme Modeli ve Türkiye'deki Kümelenme Çalışmaları*, İzmir Ticaret Odası Yayını, İzmir.

Bursa, Eskişehir, Bilecik (BEBKA) Kalkınma Ajansı, (2012) *TR41 Bölgesi İlleri Kümelenme Analizleri*, BEBKA Kalkınma Ajansı Yayını, Bursa.

Büyükgöçmen Sat, A. ve Varol, Ç. (2005) Başkent Ankara'da Sanayinin Mekânsal Gelişimi, İçinde, Çalgüner, T. (Editör), *Şehircilik Çalışmaları,* Gazi Üniversitesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, Nobel Yayınları, Ankara.

Cansız, M. (2011) *Türkiye'de Kümelenme Politikaları ve Uygulamaları,* Ümit Ofset Matbacılık, Ankara.

Çakmak, O. (2009) ''Türkiye İçin Kümelenme Stratejisi'', *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü II. Çalıştayı,* İzmir.

Çelik, S. (2008*) Gemi Üretiminde Yer Seçim Eğilimleri ve Küme Yapıları: Tuzla Özel Sektör Tersaneler Bölgesi Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Çetin, M. (2006) ''Endüstriyel Bölgelerde Sosyal Sermaye ve Güven: Üçüncü İtalya Örneği" , *Ege Academic Review,* 6 (1), 79-9.

Çokgezen, M. (2010) *Türkiye'de Devlet, Girişimcilik ve Yerel Kalkınma*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No: 110, İstanbul.

Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM), (2008) *Beyaz Kitap: Türkiye İçin Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi*, DTM Yayını, Ankara.

Doğu Marmara Kalkınma Ajansı (MARKA), (2010) *Gerede'nin Deri ve Deri Ürünlerinde Kümelenmesi Raporu*, MARKA Ajansı Yayını, Kocaeli.

Eceral, T.Ö., Köroğlu, B. A. ve Uğurlar, A. (2009) “Kuyumculuk Kümeleri: İstanbul Kapalıçarşı ile Dünya Örneklerinin Karşılaştırmalı Değerlendirmesi”, *Ekonomik Yaklaşım Dergisi,* Cilt : 20(70), 121-143.

Ekonomi Bakanlığı, (2013a) *Kümeler İçin Güven Oluşturma, İşbirliği ve Ağ Yönetimi Kılavuzu*, Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Yayını, Ankara.

Ekonomi Bakanlığı, (2013b) *Yerel Paydaşlar İçin Kümelenme Kılavuzu*, Ekonomi Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Yayını, Ankara.

Elçi, Ş. (2009) “Rekabet ve Kalkınma İçin İnovasyon”, *Çerçeve Dergisi,* Sayı: 52, s.62-68.

Eraslan, İ.H. (2009) “Rekabet ve Kümelenme: Kümelenme Temelli Kalkınma Stratejileri” , *Çerçeve Dergisi,* Sayı:51, s.22-28.

Eraydın, A. (1992) *Post-Fordizm ve Değişen Mekânsal Öncelikler*, ODTÜ Mimarlık Fakültesi Yayını, Ankara.

Erkek, D. ve Öselmiş G. (2011) *TR32 Düzey II Bölgesinde Kümelenme Yaklaşımı*, Güney Ege Kalkınma Ajansı Yayını, Denizli.

Eroğlu, O. ve Yalçın, A. (2013) ‘’Kümelenme ve Rekabetçilik İlişkisi: Kavramsal Bir İnceleme’’, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* Cilt: 15, Sayı: 2.

Erol, D. (2005) Başkent Ankara’da Sanayinin Mekânsal Gelişimi, İçinde, Çalgüner, T. (Editör), *Şehircilik Çalışmaları,* Gazi Üniversitesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, Nobel Yayınları, Ankara.

Gökmenoğlu, S.M. Akal, M. ve Altunışık R. (2012) ‘’Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler’’ , *Rekabet Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 4, s.3-43.

Gürpınar, K. ve Sandıkçı, M. (2008) ‘’Uluslararası Rekabetçilik Analizinde Michael E. Porter’ın Elmas Modeli Yaklaşımı: Türkiye’deki Bazı Endüstrilerdeki Uygulanabilirliğinin ve Sonuçlarının Araştırılması’’ *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 15, s.105-125.

Gürsoy, M. (2011) Kümelenme ve Yönetişim (Konuşma Metni), *Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı TEPAV (5.)*, Ankara.

Has, Z. (2013) *Kümelenme Teorisi ve Porter Elmas Modeli,* İzmir Ticaret Odası Yayını, İzmir.

İstanbul Ticaret Odası (İTO), (2009) *Loncadan Oda'ya,* İstanbul Ticaret Odası Yayını, İstanbul.

İş ve İnşaat Makineleri Küme Derneği (2011), *İş ve İnşaat Makineleri Küme Tanıtım Broşürü*, Ankara.

İş ve İnşaat Makineleri Küme Derneği (2013), *İş ve İnşaat Makineleri Kümesi 5 Yaşına Girdi,* http://www.isim.org.tr/tr/hakkimizda/isim-kumesi.html, Erişim Tarihi: 06.03.2014.

İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA), (2010) *İzmir Kümelenme Analizi,* İZKA Yayınları, İzmir.

İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA), (2013) *İzmir Kümelenme Stratejisi 2013-2018*, İZKA Yayınları, İzmir.

Kalkınma Bakanlığı, (2013) *Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018)*, Kalkınma Bakanlığı Yayını, Ankara.

Karaçay-Çakmak, H. ve Erden L. (2005) “Yerel Kalkınma ve Sanayinin Yeni Mekân Arayışları: Denizli ve Gaziantep Örneği”, *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* Cilt 6, Sayı 1, s.111-129.

Karakayacı, Ö. (2010) ‘’Ekonomik Büyüme ve Girişimcilik Aktivitelerinde Kümeleşmenin Rolü: Bursa ve Konya Sanayi Kümeleri Örneğinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma’’, *Megaron Dergisi,* Cilt 5, Sayı 3, s.149-159.

Karataş, N. (2006) ‘’Firma Kümeleşme Eğilimleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma: İzmir AOSB Örneği’’, *Planlama Dergisi,* Sayı 3, s.47-57.

Kaygalak, İ. (2011) *Türkiye'de Sanayi Kümelenmesi: Uşak Örneği*, Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Kaygalak, İ. ve Karadağ, A. (2010) "Türkiye'de Sanayi Kümelerini Tanımlama ve Belirleme Sorunu", *Üniversite Ankara Sanayi İşbirliği Sempozyumu,* 3-4 Haziran 2010, ODTÜ, Ankara.

Keskin, H. (2009) *Kümelenme ve Sektörel Bağlantıları Açısından Isparta İli Orman Ürünleri Endüstrisinin Değerlendirilmesi*, Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Keskin, H. ve Dulupçu, M. A. (2010) "Kümelenmeler: Bir Literatür İncelemesi", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* Cilt 15, Sayı 1, s.444-461.

Küçüker, C. (2012) *Endüstriyel Kümelenme Yaklaşımları: Bir Değerlendirme*, Türkiye Ekonomi Kurumu Yayını, Ankara.

Makine Mühendisleri Odası, (2012) *Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri*, Oda Raporu, Yayın No: MMO/583, Ankara.

Medikal Sanayi Küme Derneği (2010) *Ostim Medikal Sanayi Küme Rehberi*, Ankara.

Medikal Sanayi Küme Derneği (2011) *Medikal Sanayisi Küme Tanıtım Broşürü*, Ankara.

Mutluer, M. (2003) "Türkiye'de Yeni Gelişen Sanayi Odakları: Denizli-Gaziantep-Çorum" , *Ege Coğrafya Dergisi,* Sayı:12, s. 13-27.

Nasır, V. A. (2009) "Kümelenmeler ve Pazarlama", *Çerçeve Dergisi,* Sayı: 51, s.98-101.

Oğuztürk, B.S. ve Sarıçoban, K. (2013) ‘’Küresel Rekabette Kümelenme ve İnovasyonun Rolü’’, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi,* Cilt 5, Sayı 1, s.94-104.

Organize Sanayi Bölgeleri Derneği (2010) *Organize Sanayi Bölgeleri Değerlendirme Raporu,* Ankara.

Ostim OSB (2008) *Kümelenme Tabanlı Stratejik Ekonomik Kalkınma Projesi Ostim Bölgesi Savunma Sanayi Sektörü Kümelenme Çalışması Analiz Raporu*, Ankara.

Ostim Savunma ve Havacılık Kümesi Derneği (2010*) Ostim Savunma ve Havacılık Kümelenmesi Tanıtım Rehberi*, Ankara.

Öcal, T. ve Uçar, H. (2011) Kümelenmelerde Yapısal Değişim ve Rekabet Gücü, *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi,* Sayı: 60, s. 285–321.

Resmi Gazete, (2012) *Kümelenme Destek Programı Yönetmeliği,* Türkiye Cumhuriyeti Resmi Gazete Tarihi: 15 Eylül 2012, Sayısı: 28412, Ankara.

Resmi Gazete, (2013) *Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Tebliği,* Türkiye Cumhuriyeti Resmi Gazete Tarihi: 14 Eylül 2013, Sayısı: 28765, Ankara.

Savran, Ö. (2007) *Türkiye'de Bölgesel Uzmanlaşma ve Coğrafi Yoğunlaşma*, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Sayın, M. ve Sayın, E. (2013) ''Girişimcilik ve İnovasyonun Küme Oluşumunda Önemi ve Devlet Yardımlarının Etkisi'' *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* Cilt 2, Sayı 1, s.86-94.

Sungur, O. , Keskin, H. , Demirgil, H. , Şentürk, C. ve Dulupçu, M.A (2013) *Kümelenme: Bölgesel Kalkınmada Anahtar mı, Kilit mi?*, Nobel Yayıncılık, Ankara.

Şişman, Y. A. (2012) *Döşemeli Mobilya Sanayiinde İşletme Ölçeğine Göre Üretim Teknolojilerinin İncelenmesi: Ankara-Kayseri Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Taylor, M. ve Ersoy A. (2011) Yerel Sınaî Kalkınmayı Anlamak: Kuramdan Pragmatik Yerel Siyasalara, *Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı TEPAV(5.),* s.61-80 Ankara.

Tekeli, İ. (1991) *Ankara'da Sanayi Üretiminin Tarihsel Gelişim Süreci ve Mekânsal Örgütlenme Biçimlerine İlişkin Çözümlemeler*, Millî Prodüktivite Merkezi Yayınları, Ankara.

Tekeli, İ. (2010) *Sanayi Toplumu İçin Sanayi Yazıları*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.

Tekeli, İ. (2011) *Türkiye'de Bölgesel Eşitsizlik ve Bölge Planlama Yazıları*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.

Timurçin, D. (2010) *Türkiye'de Kobi'lerin Rekabet Gücü ve Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Kümelenmenin Etkisi*, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Tutar, F., Tutar, E. ve Eren, M. H. (2011), "Bölgesel/Yerel Ekonomik Kalkınmanın Popülerleşen Yeni Aktörü: Kümelenme", *Akdeniz Üniversitesi Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi,* Cilt:3, Sayı:2, s.94-116.

TÜİK (2004) *TÜİK İl Göstergeleri (1980-2003)*, TÜİK Yayını, Ankara.

TÜİK (2010) *Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması,* TÜİK Yayını, Ankara.

Tümertekin E. ve Özgüç, N. (2007) *Ekonomik Coğrafya: Küreselleşme ve Kalkınma*, Çantay Kitabevi, İstanbul.

Türkdoğan, O. (2009) *Türk Sanayi Toplumu*, Timaş Yayınları, İstanbul.

Yavan, N. (2006) *Türkiye'de Doğrudan Yabancı Yatırımların Lokasyon Seçimi*, İktisadi Araştırmalar Vakfı Yayınları, İstanbul.

Yavan, N. (2011) Yeni Yatırım Teşvik Sisteminin Bölgesel Kalkınma Politikaları Çerçevesinde Değerlendirilmesi, *Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı TEPAV (5.)*, s.125-154, Ankara.

Yenilenebilir Enerji ve Çevre Teknolojileri Kümesi Derneği (2011) *Yerli Enerji Teknolojileri Ar&Ge Platformu Broşürü*, Ankara.

Yıldırım, K. (2011) *Sanayi Kümelenmesi Yaklaşımı İçerisinde Ankara Ostim Medikal Sanayi Kümelenmesinin Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Yiğit, S. (2008) *Ülke Rekabetçiliğinde Porter'ın Elmas Modeli,* Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.

Yücer, S. (2008) *Türkiye'nin İmalat Sanayinde Sektörel ve Bölgesel Kümelenmelerin Dışsallık Etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.

EKLER

EK 1: Ostim Kümelerinin Performansını Ölçmeye Yönelik Anket Formu

ANKET

OSTİM KÜMELERİNİN PERFORMANSINI ÖLÇMEYE YÖNELİK ANKET FORMU

Sayın Firma Üyesi,

Ben Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Beşeri ve İktisadi Coğrafya Anabilim Dalı Tezli Yüksek Lisans öğrencisiyim. Ankara Üniversitesi Coğrafya Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Nuri YAVAN'ın danışmanlığında **"Kümelenme Yaklaşımının Yereldeki Yansımaları: Ostim Örneği''** adlı tezim üzerinde çalışıyorum. Bu çalışmaya veri sağlamak için hazırladığım ve ekte sunduğum ankette yer alan soruların genellikle **kümelenmenin firmalar için yararları** konusuyla ilişkili oluşu sebebiyle, anketin **mutlaka** firmanın üst düzey yöneticileri tarafından doldurulması, araştırmanın amaçlarına ulaşılması bakımından çok önemlidir. Değerli vaktinizi ayırıp, **yaklaşık 20-25 dakika** sürecek bu anketi cevaplayarak çalışmama katkı sağlamanız beni son derece memnun edecektir. Ankete katılımınız, tezimin bilimsel sonuçlara dayanarak tamamlanabilmesi bakımından büyük önem taşımaktadır.

Ankete vereceğiniz cevaplar **''sadece akademik amaçlarla"** kullanılacaktır. Hiçbir şekilde bu amaç dışında kullanılmayacaktır.

Çalışmaya gösterdiğiniz ilgi, ayırdığınız zaman ve katkılarınızdan dolayı şimdiden teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

Doç. Dr. Nuri YAVAN
(Danışman)

Muhammed ORAL
Ankara Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Beşeri ve İktisadi Coğrafya Anabilim Dalı
Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi

Anketi ulaştırabileceğiniz iletişim adresleri:

Cep Tel
0543 725 58 35
E-posta
muhammedoral@karabuk.edu.tr
Posta Adresi

Karabük Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü

78050 Karabük

***İşaretlemelerinizde (X, ✓, /, —) gibi işaretleri kullanabilirsiniz**

Tarih:
Anket No:

ANKET YAPILAN KİŞİ HAKKINDAKİ SORULAR

Adınız-Soyadınız:……
Firmadaki konumunuz:
( ) Firma sahibi/ortağı/yönetim kurulu üyesi
( ) Üst düzey yöneticisi/müdürü
( ) İşyeri yetkilisi/Halkla ilişkiler bölümü/işyeri sorumlusu
[ ] Diğer - lütfen belirtiniz……
Eğitim durumunuz: ( ) İlkokul ( ) Ortaokul ( ) Lise ( ) Üniversite ( ) Yüksek Lisans
( ) Doktora
Yaş: ( ) 20-30 ( ) 31-40 ( ) 41-50 ( ) 51-60 ( ) 60 üzeri Cinsiyet:
Telefonu:……
E- posta:……@……

FİRMA BİLGİLERİYLE İLGİLİ SORULAR

1) Firmanın Adı : ……

2) Firmanın Kuruluş Yılı : ……

3) Firmanın Türü : ( ) Şahıs ( ) Anonim ( ) Limited Şti. ( ) Holding ( ) Yabancı Ortaklı ( ) Diğer:

4) Firmanın Adresi: Sokak / Cadde: _____ Kapı no:
Mahalle: _____ İlçe: _____

5) Firmanızın ana faaliyet ile alt sektörü nedir?
Faaliyet Alanı:
imalat……hizmet……
……

Ana sektörü (NACE 2'li kodu):
……

Alt Sektörü (NACE 4'lü kodu):
……

6) Firmanızda kaç kişi çalışmaktadır?
( ) 1-9 ( ) 10-19 ( ) 20-49 ( ) 50-99 ( ) 100-249 ( ) 250 ve üzeri

FİRMANIN KÜMELENME BİLGİLERİ

7) Firmanız Ostim'deki hangi kümenin üyesidir?
( ) İş ve İnşaat Makineleri Kümesi
( ) Medikal Sanayi Kümesi
( ) Savunma ve Havacılık Kümesi
( ) Yenilenebilir Enerji ve Çevre Teknolojileri Kümesi

8) Kümeye bir aidat/para ödüyor musunuz?
( ) Evet ( ) Hayır

9) Firmanız kümeye ne zaman üye oldu?
( ) 2008 ( ) 2009 ( ) 2010 ( ) 2011 ( ) 2012 ( ) 2013

10) Firmanız kümeye nasıl (hangi kanalla) üye oldu?
( ) Başka firmaların tavsiyesiyle
( ) Sektör derneklerinin etkisiyle
( ) Bizzat kendi arayışınız sonucu
( ) Ostim OSB'nin girişi/çağrısıyla
( ) Piyasadan aldığım sinyallerle
( ) Medya/kamuoyu etkisiyle
[ ] Diğer - belirtiniz……..……..…..…..

KÜMELENMENİN AMACI VE GENEL YARARLARI

11) Kümeye niçin üye oldunuz? *(birden fazla seçenek işaretlenebilir)*
( ) Maddi geliri artırmak
( ) Teknolojik bakımdan ilerlemek
( ) Danışmanlık hizmeti alabilmek
( ) Ticari anlamda yeni vizyon/ticari ilişkiler kazanabilmek
( ) Devletten teşvik/destek ya da hibe alabilmek
( ) Aynı sektörde bir arada bulunmanın fayda getirdiğine inanmak
( ) Ortak bir amaç, ağ, işbirliğinin firmanın performansını artıracağı düşüncesi
( ) Rakiplerim üye olduğu için
[ ] Diğer - belirtiniz……..……..…..…..

12) Kümeye üye olduktan sonra kümede yer almanız sayesinde firmanıza ne gibi imkânlar sağladınız? *(birden fazla seçenek işaretlenebilir)*
( ) Yeni fikirler edindim
( ) Yeni bir ürün geliştirdim
( ) Yeni bir teknoloji getirdim
( ) Yeni bir ortaklık/işbirliği kurdum
( ) Yeni bir iş yapma biçimi/örgütlenme tarzı oluşturdum
( ) Hiçbir imkân sağlayamadım
[ ] Diğer - belirtiniz……..……..…..…..

13) İçinde yer aldığınız kümelenme oluşumu (derneği/platformu) kümeye üye olduktan sonra aşağıdaki faaliyetlerden hangisinde size destek sağladı? *(birden fazla seçenek işaretlenebilir)*
( ) Fuarlara/Toplantılara katılma
( ) Eğitim alma
( ) Danışmanlık alma
( ) Patent alma
( ) Üretilen ürün için pazar bulma
( ) İlgili kurum, kuruluş ve paydaşlarla iletişim kurma
[ ] Diğer - belirtiniz……..……..…..…..

KÜMELENMENİN FİRMAYA SPESİFİK ETKİSİ

14) Firmanız kümeye üye olduktan sonra küme içinde yer almak sayesinde nasıl bir değişim yaşadı? *(birden fazla seçenek işaretlenebilir)*

( ) Maliyetler düştü
( ) Gelirler arttı
( ) İşgücü verimliliği yükseldi
( ) İhracatı arttı
( ) Ar-Ge/yenilik yaptı
( ) İş hacmi yükseldi
( ) Kolay işçi temin etmeye başladı
( ) Devlet teşviki alması kolaylaştı
( ) Hiçbir değişim yaşamadı
[ ] Diğer - belirtiniz……..……..…..…..

15) Kümelenmenin firmanıza en <u>önemli</u> hangi alanda/alanlarda etkisi olmuştur? *(birden fazla seçenek işaretlenebilir)*

( ) İstihdam
( ) İnovasyon
( ) Büyüme (karlılık-ciro)
( ) Verimlilik
( ) İşbirliği
( ) Taşma etkisi (diğer firmalardan öğrenme gibi)
( ) Girişimcilik
[ ] Diğer - belirtiniz……..……..…..…..

16) Küme yönetmeliliğine dayalı olarak verilen devlet teşviklerinden veya hibelerinden yararlandınız mı?

( ) Evet ------- Soru 17'e Geçiniz ( ) Hayır ------- Soru 20'ye Geçiniz

17) Firmanız küme yönetmeliği çerçevesinde belirtilen teşvik/hibe desteklerinden yararlandı mı?

( ) Evet ( ) Hayır

18) Kümelenme sayesinde aldığınız teşvik/hibeler hangi alanlarda size katkı sağladı? *(birden fazla seçenek işaretlenebilir)*

( ) Yeni yatırım ( ) Kapasite artışı ( ) Personel istihdamı
( ) İşletme sermayesi ( ) İhracat artışı ( ) AR-GE amaçlı
[ ] Diğer - belirtiniz……..……..…..…..

19) Kümeye üye olduktan ne kadar süre sonra teşviklerden/hibelerden yararlanmaya başladınız?

( ) 1 yıldan daha az sürede ( ) 1 yıl ( ) 2 yıl ( ) 3 yıl ( ) 4 yıl

20) Kümeye üye olduktan sonra ihracatınız ne yönde değişti?

( ) Arttı ( ) Azaldı ( ) Değişmedi ( ) İhracatım yok

21) Kümeye üye olduktan sonra yerel (Ostim veya Ankara) düzeyde ilişki ve bağlantılarınız ne yönde değişti?

( ) Arttı ( ) Azaldı ( ) Değişmedi ( ) Yerel düzeyde ilişkim yok

22) Kümeye üye olduktan sonra ulusal düzeyde ilişki ve bağlantılarınız ne yönde değişti?

( ) Arttı ( ) Azaldı ( ) Değişmedi ( ) Uluslararası düzeyde ilişkim yok

23) Kümeye üye olduktan sonra uluslararası ilişki ve bağlantılarınız ne yönde değişti?

( ) Arttı ( ) Azaldı ( ) Değişmedi ( ) Uluslararası düzeyde ilişkim yok

24) Küme içinde bulunmak tanıtım/tanınma anlamında size bir şey kazandırdı mı?

( ) Evet ( ) Hayır

25) Firma kümeye üye olduktan sonra yeni bir ürün üretmede girişimci ve yenilikçi (öncü) bir özelliğe sahip oldu mu yoksa mevcut ürettiği ürünler üzerinden mi üretime devam ediyor?

( ) Firma yeni bir ürün üretmede yenilikçi ve öncü bir özelliğe sahip oldu

( ) Firma ürettiği ürünler üzerinde herhangi bir değişiklik yapmadı

26) Firmanız uluslararası anlamda yabancı firma/firmalarla fikir alış-verişi, ortaklık anlamında işbirliği içinde mi?

( ) Evet ( ) Hayır ( ) Uluslararası düzeyde ilişkim yok

27) Kümeye üye <u>olmasaydınız</u> firmanızın performansında olumsuz <u>anlamda</u> bir farklılık olur muydu?

( ) Evet olurdu ( ) Hayır olmazdı

28) Kümeye üye olduktan sonraki süreçte karlılığınız yaklaşık olarak nasıl değişti?

( ) Arttı ( ) Azaldı ( ) Değişmedi

29) Küme üyeliğinizin önümüzdeki 3 yıl içinde cironuzu ne yönde değiştireceğini bekliyorsunuz? (Yaklaşık olarak belirtiniz)

( ) Arttı ( ) Azaldı ( ) Değişmedi

İŞBİRLİĞİ/ORTAKLIK

30) Firmanız kümeye üye olduktan sonra işgücü temininde eskiye oranla bir kolaylık yaşadı mı?

( ) Evet ( ) Hayır

31) Firmanız kümeye üye olduktan sonra çalışan kişi sayısını artırdı mı?

( ) Evet ( ) Hayır

32) Kümedeki diğer firmaları nasıl görüyorsunuz?

( ) Rakip olarak ( ) İş arkadaşı olarak ( ) Hem rakip hem de arkadaş

33) Firmanızın faaliyetleri sırasında Ostim'deki firmaları tercih etmesinde aşağıdaki faktörler ne ölçüde etkili olmaktadır?

Faktörler	Hiçbir önemi yok	Kısmen önemli	Önemli	Çok önemli
Aynı Şehirde Olmak Birlikte Çalışmayı Kolaylaştırıyor				
Yüz Yüze Sıcak İlişkilerin Kurulabilmesi				
Aynı Şehirde Olmakla Birbirimizi Daha Kolay Anlıyoruz				
Çoğunun Tanıdık Olması ve Kolay Güvenebilme				
Yerli Firmalarla İşlerin Daha Hızlı ve Kolay Olması				
Yerli Firmalarla Çalışmanın Mâli Avantajları				
Başka İllerdeki Firmalara Ulaşmanın Güç Olması				
Yurt Dışındaki Firmalara Ulaşmanın Güçlüğü ve Mâliyeti				
[ ] Diğer - belirtiniz…….……..……..……..……..….....				

34) Kümedeki firmalarla aşağıdaki ilişki biçimlerinden hangileriyle yardımlaşma ve dayanışma içerisine girmektesiniz?

İlişki Biçimi	Sıkça	Bazen	Çok nadir	Yok
Kalifiyeli İşgücü Alıp Vermede				
Makine ve Teçhizat Alıp Vermede				
Hammadde ve Girdi Alımında				
Yurtiçi-Yurtdışı Fuarlara Katılımda ve Pazar Bulmada, İhracat Bağlantıları Kurmada				
Sermaye ve Finans Kaynakları Bulmada				
[ ] Diğer - belirtiniz…….……..……..……..……..….....				

İNOVASYON

35) Firmanız son beş yılda bir yenilik yaptı mı? ***(tasarımda, üründe, iş yapma biçiminde, teknolojisinde)***

( ) Evet ( ) Hayır

36) Firmanızın alanındaki gelişmelerden haberdar olma, yenilikleri takip etme gibi rekabetçilik düzeyinde ilişkili olduğunuz kümedeki firmaların rolü nedir?

( ) Tamamen etkisiz ( ) Orta düzeyde etkili ( ) Çok etkili

37) Kümedeki firmalar hangi boyutuyla firmanızı etkiliyor?

Alan/konu	Hiç etkisi yok	Az etkili	Orta düzeyde etkili	Etkili	Çok etkili
Ürün Kalitesi Arttırmada					
Yeni Ürün Yaratmada					
Organizasyon Yapısını Yenilemede					
Üretim Süreçlerini Yenilemede					
Pazarlamada					
İşle İlgili Yeni Bilgilerin Kazanılmasında					
Teknoloji Transferinde					
Yeni İş Bağlantıları Kurmakta					
[ ] Diğer - belirtiniz…….……..……					

GELECEK

38) Faaliyet gösterdiğiniz sektörün gelecek 3 yıl içerisinde nasıl olacağını öngörüyorsunuz?
( ) Büyüyeceğini ( ) Daralacağını ( ) Değişme olacağını düşünmüyorum

39) İçinde bulunduğunuz kümenin gelecek zaman içerisinde firmanızın gelişimine ne boyutlu bir etkisinin olacağını tahmin ediyorsunuz?
( ) Tamamen etkisiz ( ) Orta düzeyde etkili ( ) Çok etkili

40) Sizce kümenin dışında olan firmalar da kümeye katılmalı mı?
( ) Evet ( ) Hayır ( ) Fikrim yok

41) İçinde bulunduğunuz kümenin işleyiş biçimini olumlu buluyor musunuz?
( ) Evet ( ) Hayır ( ) Fikrim yok

42) Küme üyeliğinden çıkmak/ayrılmak istiyor musunuz?
( ) Evet ( ) Hayır ( ) Fikrim yok

43) Sizce içinde bulunduğunuz iş kümesinin en önemli sorunları nelerdir?
( ) Danışmanlık hizmetlerinin yetersiz olması
( ) Yetkililerin işyeri ziyaretlerinin az olması
( ) Toplantı, brifing, sempozyum vb. az olması
( ) Firmaların toplantı, brifing, sempozyum vb. organizasyonlara katılmaması
[ ] Diğer - belirtiniz……

<u>Eklemek istediğiniz diğer hususları lütfen aşağıdaki boşluğa not ediniz</u>

……
……
……
……
……

- **Çalışmanın sonuçlarını elde etmek ister misiniz?**

[ ] Hayır
[ ] Evet, Evet ise,

<u>SONUÇLARIN GÖNDERİLECEĞİ KİŞİNİN</u>Adı-Soyadı:

Tel:

E-posta:

ÖZET

Bu araştırma, 1990'lardan itibaren popüler kalkınma politikalarından biri haline gelen kümelenme yaklaşımının Ostim yerelinde nasıl bir yansıma gösterdiğini ölçmeyi amaçlamaktadır. Marshall'la başlayan coğrafi yakınlığın firmalar için avantajlar doğurması konusu Porter'la tekrar gündeme gelmiş ve bölgesel kalkınma konusunda kümelenmenin bir rekabet avantajı ve inovasyon gücü yarattığı, ihracat kapasitesi ve oluşturduğu istihdam fırsatıyla yerel kalkınmayı gerçekleştirdiği anlayışı ortaya konulmuştur.

Çağdaş Ekonomik Coğrafyanın ortaya çıkardığı yeni ampirik laboratuar olanakları coğrafyacılar için mekânı farklı yorumlama şeklinde gelişmiş aynı şekilde Ekonomik Coğrafyanın geçirdiği bu evrim iktisat, işletme, şehir ve bölge planlama gibi alanların da mekâna ve Coğrafya bilimine olan bakış açısını değiştirmiştir. Kalkınma kavramının mekâna rağmen! (mekânsız) ele alınamayacağının anlaşılması (İktisat biliminin yeni Ekonomik Coğrafyayı ortaya çıkarması) ve kümelenmenin içsel kalkınma-mekân kesişiminde yer alması gibi yeni coğrafi bilimsel gelişmeler konuyla ilgili çalışmaların niceliksel artışına olanak tanımıştır. Bu evrimsel sürecin Ostim yerelinde neye karşılık geldiğinin ortaya konulması amacıyla yapılan çalışmayla çağdaş ekonomik coğrafi bakış açısıyla beraber Türk Coğrafya literatürüne yeni bir katkı getirmek ümit edilmiştir.

Araştırmada, dünyada bir çok ülkenin yereli kalkındırmada uyguladığı bir politika haline gelen kümelenmenin firmalara spesifik anlamda ne gibi yararlar oluşturduğunu/oluşturmadığını Ostim yerelinde Haziran 2013 tarihinde 65 adet firmaya uygulanan anket yöntemiyle ölçmek amaçlanmıştır. Kümelenme üzerine gerek ulusal gerekse uluslararası eksende çok sayıda çalışma gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalardan genel olarak elde edilen sonuç kümelenmenin firmalar için faydalı sonuçlar doğurduğu ve bölgesel kalkınmayı sağladığı yönündedir. Ostim yerelinde ise; işletmelerin inovasyon gücünün ne boyutta olduğu, yapay olarak oluşturulmuş sanayi kümelerinin firmalara gerçekten bir katkı

sağlayıp sağlamadığı, kümelenmenin işletmelere doğrudan spesifik faydasının neler olduğu gibi araştırma sorularıyla yaklaşılmıştır. Ancak bu çalışma kümelenmenin firmalar bazında abartıldığı kadar faydalı sonuçlar getirmediğini ortaya koymaktadır. Bu bakımdan çalışma literatürü farklı yollardan değerlendirebilme ve kümelenmeye gelişmekte olan bir ülke perspektifiyle bakabilme adına literatüre katkı sağlama amacındadır.

Sonuç olarak araştırma Ostim özelinde görüldüğü üzere, kümelenmenin bir politika olarak farklı yönlerden değerlendirilmesi hususunda bulgular sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kümelenme, Sanayi Kümeleri, Firma Performansı, Sanayi Coğrafyası, Ekonomik Coğrafya, Ankara, Ostim

ABSTRACT

This research aims to measure the reflection of clustering approach in Ostim that has been one of the development policies since the 1990's. The matter of creating advantages of proximity for companies that began with Marshall became a current issue with Porter and the perception that agglomeration creates a competition advantage and innovation power about regional development, export capacity and its opportunity of employment fosters local development is presented.

New empirical laboratory facilities revealed by Modern Economic Geography is developed in the way of interpreting the location differently, similarly the evolution of Economical Geography changed the perspective of areas such as economics, business, urban and region planning about the location and Geography. The new geographical scientific developments like the understanding that the term of development cannot be handled without location (economics revealed the Economic Geography) and the clustering is placed at intersection of endogen development- location enabled the quantitative increase of the studies about the matter. With this study aiming to present the equivalents of this evolutional process in Ostim, it is hoped that this study will give a new lease of life to the Turkish Geography literature with an economical geographical perspective.

In this study, it is aimed to measure whether clustering which has been a policy used by many countries in the world for developing the local provide benefits or not with the method of questionnaire in 65 companies in June 2013 in Ostim. There are lots of studies about clustering both nationally and internationally. The result of these studies is the opinion that clustering provides benefits for companies and fosters regional development. Such questions were asked in Ostim; what is the level of innovation power of the companies, do the industry clusters contributes to the companies or not, what are the specific benefits of clustering to the companies. However, this study reveals that clustering doesn't provide

adequate benefits for companies, and contribute directly to the regional development. In this respect, this study aims to contribute to the literature in terms of evaluating the literature in different ways and looking to the clustering with a perspective of developing country.

Finally, as it is seen specifically in Ostim, this study provides findings about evaluating the clustering as a policy in different ways.

Key Words: Clustering, İndustrial Cluster, Firm Performance, İndustrial Geography, Economic Geography, Ankara, Ostim