

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT PROGRAMI
DOKTORA TEZİ

**TÜRKİYE İMALAT SANAYİNDE SEKTÖREL
KÜMELENME VE REKABET GÜCÜ:
SEÇİLMİŞ BÖLGELER İÇİN BİR ANALİZ**

Hayriye İMER

Danışman
Prof. Dr. Hüsnü ERKAN

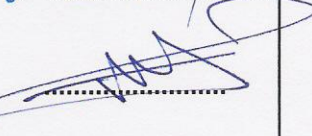
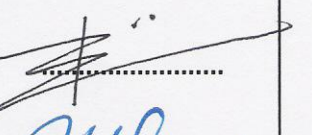
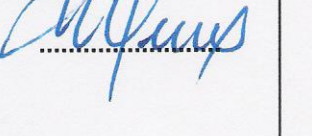
İZMİR – 2015

DOKTORA
TEZ ONAY SAYFASI

2007800002

Üniversite : Dokuz Eylül Üniversitesi
Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü
Adı ve Soyadı : Hayriye İMER
Tez Başlığı : Türkiye İmalat Sanayiinde Sektörel Kümelenme ve Rekabet Gücü:
Seçilmiş Bölgeler İçin Bir Analiz
Savunma Tarihi : 25.06.2015
Danışmanı : Prof.Dr.Hüsnü ERKAN

JÜRİ ÜYELERİ

<u>Ünvanı, Adı, Soyadı</u>	<u>Üniversitesi</u>	<u>İmza</u>
Prof.Dr.Hüsnü ERKAN	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	
Prof.Dr.Utku UTKULU	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	
Prof.Dr.Mustafa TANYERİ	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	
Prof.Dr.Funda BARBAROS	EGE ÜNİVERSİTESİ	
Prof.Dr.Muzaffer DEMİRCİ	İZMİR ÜNİVERSİTESİ	

Oybirliği (X)

Oy Çokluğu ()

Hayriye İMER tarafından hazırlanmış ve sunulmuş "Türkiye İmalat Sanayiinde Sektörel Kümelenme ve Rekabet Gücü: Seçilmiş Bölgeler İçin Bir Analiz"başlıklı tezi kabul edilmiştir.

Prof.Dr. Utku UTKULU
Enstitü Müdürü

YEMİN METNİ

Doktora Tezi olarak sunduğum “*Türkiye İmalat Sanayiinde Sektörel Kümelenme ve Rekabet Gücü: Seçilmiş Bölgeler İçin Bir Analiz*” adlı çalışmanın, tarafımdan, akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

.... / / 2015

Hayriye İMER

ÖZET

Doktora Tezi

Türkiye İmalat Sanayiinde Sektörel Kümelenme ve Rekabet Gücü:

Seçilmiş Bölgeler İçin Bir Analiz

Hayriye İMER

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

İktisat Anabilim Dalı

İktisat Programı

Bu çalışmada Türkiye imalat sanayiindeki sektörel açıdan kümelenme ve sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki ilişki, Türkiye-Avrupa Birliği ticari ilişkileri kapsamında ve seçilen Düzey 2 bölgeler bazında, 2003-2008 dönemi itibariyle incelenmektedir. Sektörel kümelenme tespitinde temel yöntem olarak Yerelleşme Katsayıları Endeksi ile yardımcı yöntemler olarak Gini Bölgesel Uzmanlaşma ve Gini Endüstriyel Yoğunlaşma Endeksleri, rekabet gücü tespitinde ise Vollrath yaklaşımı Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü Endeksleri kullanılmıştır.

Çalışmanın temel tezi kümelenme ile rekabet gücü arasındaki pozitif bir ilişkinin varlığını test etmek olarak belirlenmiştir. Bu test kapsamında seçilmiş dokuz İBBS Düzey 2 bölge bazında, kümelenmeye ilişkin analiz bulguları ile rekabet edebilirliğe ilişkin analiz bulguları arasında korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz bulguları TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) ve TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) Düzey 2 bölgeleri için sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında pozitif yönde güçlü bir ilişkiyi göstermiştir.

TR10-İstanbul, TR31-İzmir ve TR51-Ankara Düzey 2 bölgelerinde çalışmanın tezi doğrulanmamıştır. Bu büyük kentlerdeki ekonomik faaliyetler, imalat sanayii dışında yoğun bir çeşitlenme göstermektedir. Bu çeşitlenme içinde imalat sanayii dışındaki sektörler, özellikle Ticaret ve Hizmetler sektörü ağırlıklı payı almaktadır. İmalat sanayii için gerçekleştirilen istatistiksel analiz,

adı geçen üç bölgede Ticaret ve Hizmetler sektörü kapsamında değerlendirilen veriler yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Buradaki bulgular sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında pozitif yönde ancak zayıf bir ilişkiye işaret etmiştir. Bu sonuç hizmet ve ticaretin önemli ölçüde yerel olma özelliğinden kaynaklanmaktadır.

Çalışmada sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki tespit edilen TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) ve TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) Düzey 2 bölgelerinde mevcut sektörel kümelenmeler için ayrıca firma bazlı araştırma ve analizlere de ihtiyaç bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sektörel Kümelenme, Rekabet Edebilirlik, İBBS Dzey 2 Bölgeleri, Türkiye İmalat Sanayii, Avrupa Birliği.

ABSTRACT

Doctoral Thesis

Doctor of Philosophy(PhD)

Sectoral Clustering and Competitiveness in Turkish Manufacturing Industry:

An Analysis for the Selected Regions

Hayriye İMER

Dokuz Eylul University

Graduate School of Social Sciences

Department of Economics

Economics Program

In this study; sectoral clustering in Turkish manufacturing industry and the relation between sectoral clustering and competitiveness in terms of Turkey-EU trade relations and selected NUTS II regions are examined for the period of 2003-2008. Location Quotient Index was used as main method and Gini Regional Specialization and Gini Industrial Concentration Indexes were used as auxiliary methods to find out sectoral clustering and Volrath's Revealed Competitiveness Indexes approach was used to find out competitiveness.

The main thesis of the study is determined as testing the existence of positive correlation between sectoral clustering and competitiveness. Within this test, correlation analysis was conducted between the findings of the analysis of sectoral clustering and the findings of competitiveness in terms of selected nine NUTS II regions. The findings of this analysis show strong positive correlation between sectoral clustering and competitiveness for TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) and TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) NUTS II regions.

The thesis of this study was not verified for TR10-İstanbul, TR31-İzmir and TR51-Ankara NUTS II regions. Economical actions in these big cities show intense diversification other than manufacturing industry. In this diversification, sectors other than manufacturing industry, especially Trade and Services sectors, are taking the majority. Conducted statistical analysis for the manufacturing industry could be carried out by means of the data of Trade and Services sectors in above-mentioned three regions. The findings show positive

but weak correlation between sectoral clustering and competitiveness. This result originates from the characteristic of trade and services which are substantially locational.

Firm-based surveys and analysis are needed for the existing sectoral clusterings in TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) and TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) NUTS II regions where strong positive correlation between sectoral clustering and competitiveness was found in this study.

Keywords: Sectoral Clustering, Competitiveness, NUTS II Regions, Turkish Manufacturing Industry, European Union.

TÜRKİYE İMALAT SANAYİİNDE SEKTÖREL KÜMELENME VE REKABET GÜCÜ: SEÇİLMİŞ BÖLGELER İÇİN BİR ANALİZ

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
İÇİNDEKİLER	viii
KISALTMALAR	xii
TABLolar LİSTESİ	xv
ŞEKİLLER LİSTESİ	xvii
EKLER LİSTESİ	xviii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAM VE İÇERİK OLARAK SEKTÖREL KÜMELENME

1.1. EKONOMİK MEKÂN OLARAK BÖLGE KAVRAMI VE BÖLGESEL EKONOMİ	6
1.1.1. Ekonomik Analizlerde Mekân Ögesi	6
1.1.2. Bölge Kavramı ve Bölgesel Ekonomi	8
1.1.2.1. Coğrafi Mekân ve Bölge Kavramı	9
1.1.2.2. Ekonomik Mekân ve Üç Bölge Kavramı	12
1.1.2.3. Bölgesel Ekonomi: Mekân Ekonomisi	13
1.2. SEKTÖREL KÜMELENME KONSEPTİ: TEORİK TEMELLERİ VE GELİŞİMİ	16
1.2.1. Sektörel Kümelenme Konsepti, Amaçları ve Başarı Koşulları	16
1.2.2. Türkiye’de Uygulanan ve Uygulaması Devam Eden Kümelenme Projeleri	26

1.2.3. Yığılma Ekonomileri	40
1.2.3.1. Statik Dışsallıklar Bağlamında Yığılma Ekonomileri	42
1.2.3.2. Dinamik Dışsallıklar Bağlamında Yığılma Ekonomileri	43
1.2.4. Ekonomik Coğrafya Teorisi: Amacı, Kapsamı ve Gelişimi	46
1.3. KÜME TANIMLAMA İÇİN YÖNTEMLER VE DEĞERLENDİRME	51
1.3.1. Küme Tanımlama İçin Kantitatif Yöntemler	51
1.3.1.1. Anketler	52
1.3.1.2. Sektörel Girdi-Çıktı Analizleri	52
1.3.1.3. Mekânsal Ekonometri	53
1.3.1.4. Mekânsal İstatistikler	53
1.3.2. Küme Tanımlama İçin Kalitatif Yöntemler	57
1.3.2.1. Alan Çalışmaları	57
1.3.2.2. Küme Kurumlarının, Organizasyonlarının ve Politikalarının Analizi	58
1.3.3. Küme Tanımlamada Yöntemsel Yaklaşımların Eleştirel Değerlendirmesi	59

İKİNCİ BÖLÜM

REKABET, REKABETÇİ ÜSTÜNLÜKLER VE ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNÜ BELİRLEMeye YÖNELİK ENDEKSLER

2.1. GENEL OLARAK REKABET	62
2.1.1. Rekabet Kavramı ve Önemi	63
2.1.2. Rekabetin Çeşitleri	65
2.1.3. Rekabetin Fonksiyonları	67
2.1.3.1. Rekabetin Toplumsal Fonksiyonu	67
2.1.3.2. Rekabetin Ekonomik Fonksiyonu	68
2.1.4. Rekabetin Önkoşulları	69
2.2. ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ	70
2.2.1. Uluslararası Rekabet Gücü Kavramı ve Önemi	70

2.2.2. Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Etkenler	73
2.2.2.1. Firmalara Özgü Etkenler	74
2.2.2.2. Firma Dışı Etkenler	78
2.3. REKABETÇİ ÜSTÜNLÜKLER VE ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNÜ BELİRLEMEYE YÖNELİK ENDEKSLER	82
2.3.1. Karşılaştırmalı Üstünlükleri ve Rekabet Edebilirlik Avantajlarını Esas Alan Geleneksel Dış Ticaret Teorileri	83
2.3.1.1. Ricardo Teorisi: Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi	83
2.3.1.2. Heckscher-Ohlin Teorisi: Faktör Donatımı Teorisi	84
2.3.2. Yeni Dış Ticaret Teorileri	85
2.3.2.1. Yeni Dış Ticaret Teorilerinin Ortaya Çıkma Nedenleri	86
2.3.2.2. Yeni Dış Ticaret Teorilerinin Belli Başlı Varsayımları ve Çeşitleri	90
2.3.3. Michael E. Porter'ın 'Uluslararası Rekabet Üstünlükleri' Teorisi	91
2.3.3.1. Uluslararası Rekabet Üstünlüklerinin Belirleyenleri	94
2.3.3.2. Rekabetçi Gelişme Aşamaları	98
2.3.4. Dış Ticaretin Endüstrilerarası Ticaret Yapısını ve Rekabet Gücünü Belirlemeye Yönelik Endeksler	101
2.3.4.1. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksleri	101
2.3.4.2. Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü Endeksleri	104

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SEKTÖREL KÜMELENME VE REKABET GÜCÜ İLİŞKİSİ: AVRUPA BİRLİĞİ İMALAT SANAYİİ KARŞISINDA TÜRKİYE İMALAT SANAYİİ İÇİN TAHMİN VE ANALİZ

3.1. KÜMELENME VE REKABET İLİŞKİSİ	109
3.1.1. Verimlilik Açısından Kümelenme ve Rekabet İlişkisi	110
3.1.2. Yenilikçilik Açısından Kümelenme ve Rekabet İlişkisi	112
3.1.3. Yeni İş Alanları Yaratma Açısından Kümelenme ve Rekabet İlişkisi	113

3.2. TÜRKİYE İMALAT SANAYİİ VE AVRUPA BİRLİĞİ- TÜRKİYE İLİŞKİLERİ	113
3.2.1. İmalat Sanayiinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi	114
3.2.2. Avrupa Birliği-Türkiye Ticari İlişkileri ve İmalat Sanayii	126
3.2.2.1. Avrupa Birliği-Türkiye Ticari İlişkilerinin Gelişimi	126
3.2.2.2. Avrupa Birliği-Türkiye Ticari İlişkilerinde İmalat Sanayiinin Yeri ve Önemi	135
3.3. KÜMELENME KAVRAMI ÜZERİNE SEÇİCİ LİTERATÜR İNCELEMESİ	136
3.4. UYGULAMANIN AMACI VE YÖNTEMİ	143
3.4.1. Uygulamanın Amacı ve Önemi	144
3.4.2. Uygulamanın Yöntemi ve Kısıtları	144
3.5. VERİ SETİ VE AMPİRİK BULGULAR	146
3.5.1. Veri Kaynakları, Zaman Periyodu ve Sınıflandırma Sistemi	146
3.5.2. Sektörel Kümelenme ve Rekabet Gücü İlişkisi: Avrupa Birliği İmalat Sanayii Karşısında Türkiye İmalat Sanayii İçin Seçilmiş Düzey 2 Bölgeleri Bazında Değerlendirme	149
3.5.2.1. Türkiye İmalat Sanayiinde Sektörel Kümelenmeye İlişkin Bulgular	150
3.5.2.2. Seçilmiş Düzey 2 Bölgeler Kapsamında Sektörel Kümelenme ile Rekabet Gücü Arasındaki İlişkinin Avrupa Birliği İmalat Sanayii Karşısında Türkiye İmalat Sanayii İçin Tahmin ve Analizi	159
SONUÇ	169
KAYNAKÇA	177
EKLER	

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ABİGEM	Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri
AET	Avrupa Ekonomik Topluluğu
AR-GE	Araştırma-Geliştirme
AT	Avrupa Topluluğu
bkz.	Bakınız
BROP	Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programı
CAT	Competitive Advantage of Turkey
DEİT	Dikey Endüstri İçi Dış Ticaret
DE	Devlet İstatistik Enstitüsü
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DTI	Department of Trade and Industry
DTM	Dış Ticaret Müsteşarlığı
EFİS	Ekonomik Faaliyetlerin İstatistikî Sınıflandırması
EGEV	Ege Ekonomiyi Geliştirme vakfı
EGİAD	Ege Genç İşadamları Derneği
EİT	Endüstri İçi Ticaret
ESBAŞ	EGE Serbest Bölgesi ve İşleticisi A.Ş
EU	European Union
EUROSTAT	Avrupa Birliği İstatistik Ofisi
GAP-GİDEM	Güneydoğu Anadolu Projesi Girişimci Destekleme Merkezleri
GB	Gümrük Birliği
GSYH	Gayrisafi Yurtiçi Hasıla

HAK	Hükümetlerarası Konferans
H-O	Heckscher-Ohlin
H-O-S	Heckscher-Ohlin-Samuelson
IMF	Uluslararası Para Fonu
ISIC	Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması
İAOSB	İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi
İBBS	İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflaması
İKV	İktisadi Kalkınma Vakfı
İTKİB	İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri
İZKA	İzmir Kalkınma Ajansı
KİT	Kamu İktisadi Teşebbüsleri
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
LQ	Location Quotient (Yerelleşme Katsayısı)
MAR	Marshall-Arrow-Romer
MPB	Müzakere Pozisyon Belgesi
MPM	Milli Prodüktivite Merkezi
NACE	EFİS (Ekonomik Faaliyetlerin İstatistikî Sınıflandırması)
NUTS	İBBS (İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflaması)
ODTÜ	Ortadoğu Teknik Üniversitesi
OGT	Ortak Gümrük Tarifesi
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı
OKK	Ortaklık Konseyi Kararı
OSB	Organize Sanayi Bölgeleri

RC	Revealed Competitiveness
RCA	Revealed Comparative Advantage
RMA	Relative Import Advantage
RTA	Relative Trade Advantage
RXA	Relative Export Advantage
s.	Sayfa No
ss.	Sayfadan Sayfaya
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
SSY	Sabit Sermaye Yatırımları
TDK	Türk Dil Kurumu
TL	Türk Lirası
TİSK	Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği
UNIDO	Birleşmiş Milletler Sınâî Kalkınma Örgütü
UNSTAT	Birleşmiş Milletler İstatistik Komisyonu
URAK	Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu
URG	Uluslararası Rekabet Gücü
WEF	World Economic Forum
WTO	World Trade Organization
YEİT	Yatay Endüstri İçi Dış Ticaret
YTL	Yeni Türk Lirası

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1: Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi Kapsamında Yol Haritaları Hazırlanan Kümeler	s. 31
Tablo 2: İZKA Tarafından İzmir Bölgesinde Belirlenen Kümeler	s. 34
Tablo 3: Türkiye’de Belirlenen Kümeler	s. 39
Tablo 4: Dinamik Dışsalılık Türleri	s. 44
Tablo 5: Küme Tanımlamada Yöntemsel Yaklaşımların Avantajları ve Sınırlamaları	s. 60
Tablo 6: Yıllara Göre İstihdam Edilenlerin İktisadi Faaliyet Kolları (Bin kişi, 15+ yaş)	s. 116
Tablo 7: Sanayi Sektöründe İstihdam Edilenlerin Sektörel Dağılımı (Bin kişi, 15+ yaş)	s. 117
Tablo 8: İmalat Sanayiinde Katma Değerler ve Sabit Sermaye Yatırımları (1998 Fiyatları ile Bin TL, %)	s. 118
Tablo 9: Yıllar İtibariyle İmalat Sanayii Kapasite Kullanım Oranları (Üretim Değeri ile Ağırlıklandırılmış Yıllık Ortalamalar)	s. 119
Tablo 10: NACE Rev. 1.1. Yerel Birim Sayıları İtibariyle İBBS Düzey 2 Bölgelerine Dağılım (2003-2008)	s. 120
Tablo 11: Toplam İstihdamın İBBS Düzey 2 Bölgeler Kapsamında Dağılımı (2008)	s. 122
Tablo 12: 2008 Yılında Sanayi Sektöründe Yaratılan Gayrisafi Katma Değerin İBBS Düzey 2 Bölgeleri İtibariyle Dağılımı (Cari Fiyatlarla, Bin TL)	s. 123
Tablo 13: Uluslararası Standart Sanayi Sınıflamasına Göre İhracat (Bin Dolar)	s. 124
Tablo 14: Uluslararası Standart Sanayi Sınıflamasına Göre İthalat (Bin Dolar)	s. 125
Tablo 15: Türkiye-AB Dış Ticareti (milyar dolar, %)	s. 129
Tablo 16: Türkiye-AB Dış Ticaret Dengesi	s. 130
Tablo 17: Türkiye’nin Toplam Dış Ticareti İçinde AB ile Gerçekleştirilen İmalat Sanayii Dış Ticaretinin Yeri (Euro, %)	s. 135

Tablo 18: AB ile Gerçekleştirilen Toplam Dış Ticaret İçinde İmalat Sanayii Dış Ticaretinin Yeri (Euro, %)	s. 135
Tablo 19: Ulusal Literatüre Ait Kümelenme Temelli Seçilmiş Çalışmalar ve Bu Çalışmalara İlişkin Bilgiler (2000-...)	s. 142
Tablo 20: Gini Bölgesel Uzmanlaşma Endeksi Hesaplama Sonuçları (2003-2008)	s. 152
Tablo 21: Gini Bölgesel Uzmanlaşma Endeksi Yıl ve Bölge Bazında Sıralamalar (2003-2008)	s. 155
Tablo 22: Gini Endüstriyel Yoğunlaşma Endeksi Hesaplama Sonuçları (2003-2008)	s. 157
Tablo 23: Gini Endüstriyel Yoğunlaşma Endeksi Yıl ve Bölge Bazında Sıralamalar (2003-2008)	s. 158
Tablo 24: Korelasyon Katsayıları ve Anlamları	s. 160
Tablo 25: Seçilmiş Bölgeler Düzeyinde Sektörel Kümelenme ile Rekabet Edebilirlik Arasındaki Korelasyon Analizi Bulguları	s. 166
Tablo 26: Sektörel Kümelenme Değişkenindeki Yıllara Göre Farklılık (2003-2008)	s. 167
Tablo 27: Sektörel Kümelenme Değişkenindeki Alt Bölgelere Göre Farklılık (2003-2008)	s. 167
Tablo 28: Rekabet Gücü Değişkenindeki Yıllara Göre Farklılık (2003-2008)	s. 168
Tablo 29: Rekabet Gücü Değişkenindeki Alt Bölgelere Göre Farklılık (2003-2008)	s. 168

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Uzmanlaşma Matrisi	s. 55
Şekil 2: Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Firmalara Özgü Etkenler	s. 75
Şekil 3: Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Firma Dışı Etkenler	s. 79
Şekil 4: Ulusal Avantajların Belirleyenleri	s. 94
Şekil 5: Sistem Bütünü	s. 97
Şekil 6: NACE Rev. 1.1. Yerel Birim Sayıları İtibariyle İBBS Düzey 2 Bölgelerine Dağılım Oranları (2003-2008)	s. 121
Şekil 7: Toplam İstihdamın Düzey 2 Bölgeler Kapsamında Dağılım Oranları (2008)	s. 122
Şekil 8: Uluslararası Standart Sanayi Sınıflamasına Göre İhracat (Bin Dolar)	s. 124
Şekil 9: Uluslararası Standart Sanayi Sınıflamasına Göre İthalat (Bin Dolar)	s. 125
Şekil 10: Türkiye İmalat Sanayiinin Sektörel Kümelenme Haritası (2003-2008)	s. 150
Şekil 11: Türkiye İmalat Sanayiinin Bölgesel Uzmanlaşma Haritası (2003 Yılı)	s. 153
Şekil 12: Türkiye İmalat Sanayiinin Bölgesel Uzmanlaşma Haritası (2008 Yılı)	s. 153

EKLER LİSTESİ

EK 1: NACE Rev. 1.1. İki Basamaklı Sanayiler Bazında İBBS Düzey 2 Alt Bölge Kümelenmeleri	ek s. 1
EK 2: İBBS Düzey 2 Alt Bölgeler Bazında Kümelenme Tespit Edilen Sektörler	ek s. 5
EK 3: Bölgesel Sınıflandırma Sistemi NUTS (İBBS) Düzey 2	ek s. 9
EK 4: NACE (EFİS) Rev. 1.1 İmalat Sanayii Sınıflandırma Sistemi	ek s. 10
EK 5: ISIC Rev. 3 İmalat Sanayii Sınıflandırma Sistemi	ek s. 11

GİRİŞ

a. Çalışmanın Konusu

1980 sonrasında kalkınma paradigmasındaki değişim; üstten yönlendirilen stratejiler yerine, alttan yönlendirilen ve yerel potansiyellere dayalı kalkınma yaklaşımlarını öne çıkardı. Bu değişim sürecinde ortaya çıkan yeni teoriler ve politikalar içerisinde bölgesel yaklaşımlar büyük önem kazandı. Yeni araştırmalar, kalkınma ajansları, bölgesel iktisat, ekonomik coğrafya ve özellikle sanayi kümeleri alanında yoğunlaştı. Sektörlerin bir coğrafyada kümelenmeleri; bilgi ve teknoloji taşmaları, ölçek ekonomileri gibi pozitif dışsallıklar yaratarak, firmaların yerel ve uluslararası piyasalarda sahip oldukları rekabet gücünün belirlenmesinde öncelikle ele alınan konular oldu.

Bu gelişmeler ışığında çalışmamızın konusu; Türkiye imalat sanayiindeki sektörel düzeyde kümelenmenin İBBS Düzey 2 Bölgeler bazında ele alınarak, seçilmiş bölgeler kapsamında sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki ilişkilerin, Avrupa Birliği ile karşılıklı ticari ilişkiler bağlamında incelenmesi olarak belirlenmiş bulunuyor.

b. Çalışmanın Önemi

Kümelenme yaklaşımı, bir takım eleştirilere maruz kalsa da, her geçen gün önemini ve uygulama alanını artırmaktadır. Konu ile ilgili çalışmalar da gün geçtikçe artmaktadır. Michael E. Porter'ın 1990 yılında "Ulusların Rekabetçi Avantajı" üzerine yazdığı ünlü kitabının ardından popülerlik kazanan kümelenme yaklaşımı, özellikle son yirmi yıldan bu yana teoride giderek önem kazanmakta ve uygulamada politika yapımcıları tarafından benimsenmektedir. Teorik temelleri oldukça kuvvetli olan kümelenme yaklaşımının pratiğe geçirilmesi sürecinde, uygulayıcılar, iş adamları ve politikacılar birçok zorlukla karşılaşmış ve "Teoriden Pratiğe" geçme konusunda benzersiz deneyimler elde etmişlerdir. Kümelenmeyle birlikte işsizlik azaltılmış, ihracatın kalitesi yükseltilmiş, endüstrinin rekabet gücü artırılmış ve işletmelere hız kazandırılmıştır.

Kümelenme yaklaşımındaki popülerlik doğal olarak Türkiye'de de yankı bulmaktadır. 2007-2013 yıllarını kapsayan Dokuzuncu Kalkınma Planı,

kümelenmelerin desteklenmesini içermekte ve 2009 yılında yürürlüğe giren Yeni Teşvik Sisteminin 4 ana hedefinden birisi sektörel kümelenmelerin desteklenmesi olarak belirtilmektedir. Kümelenme konusundaki ulusal literatür de uygulama ve teorideki popülerleşmeye paralel olmak üzere genişlemiştir. Özellikle 2000’li yıllarla birlikte ulusal literatürde kümelenme temelli çalışmalarda belirgin bir artış gözlenmektedir. Konu literatürde olduğu kadar, sanayileşmesine yeni bir yön vermek isteyen Türkiye ekonomisi için de giderek önem kazanmaktadır.

c. Çalışmanın Amacı

Çalışmanın temel tezi, sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki pozitif bir ilişkinin varlığının, 2003-2008 dönemi itibariyle Türkiye imalat sanayii kaynaklı veriler ve seçilmiş Düzey 2 bölgeler bazında test edilmesidir.

Ekonomideki sektörel yoğunlaşmaların kümelerin ön aşamasını oluşturması ve bir yerde ancak belirli bir yoğunlaşma oluştuğundan sonra küme faaliyetlerinin gerçekleştirilebiliyor olması nedeniyle, çalışmada sektörel kümelenme kavramı, imalat sanayii kapsamındaki istihdam bazlı sektörel yoğunlaşmalar olarak ele alınmıştır. Bu şekilde bir ele alış tarzı, ayrıca sektörel kümelenmenin ölçümü açısından da kolaylık sağlamaktadır.

Çalışmada temel amaca ulaşmak yönünde, öncelikle sektörel açıdan kümelenme Türkiye imalat sanayiindeki İBBS Düzey 2 bütün bölgeler bazında incelenmiştir. Daha sonra, seçilmiş Düzey 2 bölgeler temelinde sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki ilişki, Türkiye’nin geleneksel ticaret partneri Avrupa Birliği ile karşılıklı ticari ilişkiler bağlamında analiz edilmektedir. Çalışmada ayrıca sonuç bulguları temelinde, ileri araştırmaya gereksinim duyulan alanlar hakkında önerilere yer verilmektedir.

d. Çalışmanın Yöntemi

Çalışmada, sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki pozitif bir ilişkinin varlığını test etmek üzere yöntem olarak, gerek ulusal gerekse uluslararası literatürde en çok uygulama alanı bulan belli yaklaşımlar çerçevesinde endeks ve korelasyon analizinden yararlanılmıştır.

Çalışmada, sektörel kümelenmenin tespitine ilişkin yapılan analizlerde temel yöntem olarak “Yerelleşme Katsayıları Endeksi”, yardımcı yöntemler olarak da “Gini Bölgesel Uzmanlaşma” ve “Gini Endüstriyel Yoğunlaşma” endeksleri kullanılmıştır. Seçilen Düzey 2 bölgeler temelinde rekabet edebilirliğe ilişkin yapılan analizlerde ise, Vollrath yaklaşımı “Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü” endekslerinden yararlanılmıştır. Çalışmada sektörel kümelenmeye ilişkin analiz bulguları ile rekabet edebilirliğe ilişkin analiz bulguları arasında “Korelasyon Analizi” gerçekleştirilerek sonuç bulguları temelinde değerlendirmeler yapılmaktadır. Ayrıca, parametrik olmayan istatistiksel analiz tekniklerinden biri olan Kruskal-Wallis testi yardımıyla sektörel kümelenmenin ve rekabet edebilirliğin incelenen dönemdeki yıllara ve seçilmiş Düzey 2 alt bölgelere göre farklılık gösterip göstermediği test edilmektedir.

Çalışmanın tezi, TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) ve TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) İBBS Düzey 2 bölgeleri için doğrulanmıştır. Adı geçen Düzey 2 bölgeleri için, sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında, istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde güçlü bir ilişki gözlenmiştir. TR10-İstanbul, TR31-İzmir ve TR51-Ankara Düzey 2 bölgelerinde sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında, teorinin öngördüğü pozitif yönlü ilişki imalat sanayiine ait alt sektörler kapsamında bulunamamıştır. Bu büyük kentlerdeki ekonomik faaliyetler, imalat sanayii dışında yoğun bir çeşitlenme göstermektedir. Bu çeşitlenme içinde imalat sanayii dışındaki sektörler, özellikle Ticaret ve Hizmetler sektörü ağırlıklı payı almaktadır. Sözü edilen olguyu test edebilmek amacıyla, imalat sanayii için gerçekleştirilen istatistiksel analiz, bu üç bölgede Ticaret ve Hizmetler sektörleri kapsamında değerlendirilen veriler yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Buradaki bulgular 51-Motorlu Taşıtlar ve Motosikletler Dışında Kalan Toptan Ticaret ve Ticaret Komisyonculuğu, 74-Diğer İş Faaliyetleri ve 92-Eğlence, Kültür ve Sporla İlgili Faaliyetlerde sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde ancak zayıf bir ilişkiye işaret etmiştir.

Kruskal-Wallis test bulguları, sektörel kümelenmenin ve rekabet edebilirliğin incelenen dönemdeki yıllara göre anlamlı farklılık göstermediği, seçilmiş bölgelere göre farklılık gösterdiği sonucunu vermiştir.

e. Çalışmanın Planı

Çalışmanın birinci bölümünde, “sektörel kümelenme” kavram ve içerik açısından değerlendirilmektedir. Bu amaçla öncelikle, ekonomik mekân olarak “bölge” kavramına açıklık getirilmeye çalışılmakta ve “bölgesel ekonomi” inceleme konusu yapılmaktadır. Daha sonra sektörel kümelenme konseptinin teorik temelleri ve gelişimi ele alınmaktadır. Bu kısımda “statik ve dinamik dışsallıklar bağlamında yığılma ekonomileri” ve “ekonomik coğrafya teorisi” hakkında, konu ile ilgili bağlantısı açısından bilgi verilmektedir. Birinci bölümde son olarak, küme tanımlama yöntemleri (kalitatif ve kantitatif) incelenmekte ve küme tanımlamada yöntemsel yaklaşımların eleştirel değerlendirmesi yapılmaktadır.

“Rekabet-Rekabetçi Üstünlükler ve Uluslararası Rekabet Gücünü Belirlemeye Yönelik Endeksler” başlığını taşıyan ikinci bölümde, öncelikle genel olarak rekabet ve rekabet gücü kavramları üzerinde durulmaktadır. Uluslararası rekabet gücünü belirleyen etkenlerin irdelendiği bu bölümde, karşılaştırmalı üstünlükleri ve rekabet edebilirlik avantajlarını esas alan klasik ve neoklasik dış ticaret teorileri ile yeni dış ticaret teorileri ve Michael E. Porter’ın “Uluslararası Rekabet Üstünlükleri Teorisi” ele alınmaktadır. Ayrıca, dış ticaretin endüstriler arası ticaret yapısını ve rekabet gücünü ölçmeye yarayan “Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük” endeksleri ile “Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü” endeksleri hakkında açıklayıcı bilgi verilmektedir.

Üçüncü ve son bölümde kümelenme ve rekabet kavramları arasındaki ilişki öncelikle teorik açıdan ele alınmaktadır. Daha sonra, Türkiye imalat sanayii ve Avrupa Birliği-Türkiye ilişkileri ile bu ilişkilerde imalat sanayiinin yeri ve önemi genel hatları ile incelenmektedir. Bu bölümde ayrıca Türkiye için sektörel kümelenme üzerine seçici bir literatür incelemesi yapılmış ve literatürde mevcut konu ile ilgili çalışmalar hakkında bilgi verilmiştir. Çalışmanın sonunda, Türkiye imalat sanayiindeki sektörel açıdan kümelenme ile seçilen İBBS Düzey 2 bölgeler bazında sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki ilişki, Türkiye-Avrupa Birliği karşılıklı ticari ilişkileri bağlamında ele alınarak test edilmiştir.

Sonuç kısmında, genel bir değerlendirme yapılmış, sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki ilişki Türkiye açısından ortaya konulmuş olup, ayrıca ileri araştırma ve analiz gerektiren alanlar hakkında önerilere yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAM VE İÇERİK OLARAK SEKTÖREL KÜMELENME

Fiziki sınırların internet ağları ile aşıldığı günümüzde, küreselleşme ve yerelleşme, ilk bakışta birbiriyle anlam ve içerik bakımından ters gibi gelse de, süreç bazında birbirini bütünleyen karşılıklı etkileşime sahip olgulardır. Bir bölge veya kentteki kurum ve kuruluşlar, çeşitli örgütlenme ve ağlar içinde, hem aynı kent ve bölgedeki, hem de dünyanın herhangi bir yerindeki kuruluşlarla işbirliği, ortaklık ve rekabet ilişkisi içinde bulunmaktadır. Bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişim ve web odaklı internet ağları dünyayı makro bir köy haline getirmiştir.

Bu gelişmeler içinde, işletmeler açısından günümüzde en geçerli yerleşim yeri seçim modeli "kümelenme" modeli olarak ortaya çıkmaktadır. Bu modelde birbirleriyle ilişkili (aynı alanda çalışan ve/veya birbirinin tedarikçisi-müşterisi) olan kuruluşlar aynı bölgede veya mekânda toplanmaktadır. Ekonomik rekabet gücünü arttırmaya yönelik, yeni ve başarılı bir yöntem olarak benimsenen kümelenme yaklaşımı, özellikle son on-onbeş yılda hızlı bir şekilde yaygınlaşmıştır. Bu süre içerisinde dünyada, kümelenme yaklaşımını temel alan birçok yerel ve bölgesel girişim hayata geçirilmiş olup, benzer girişimlerin de gelecek yıllar içerisinde hayata geçirilmesi beklenmektedir.

Çalışmanın birinci bölümünde sektörel kümelenme, kavram ve içerik olarak inceleme konusu yapılmaktadır. Genel olarak *konsept kavramından*, belli bir konu veya eserin ana fikir ve temel unsurlarını içsel bütünlük içinde sunan taslaklar anlaşılır. İngilizce “Concept” kelimesi, Türkçe’ye “kavram” olarak tercüme edilmekte ve TDK sözlüğünde kavram; Bir şey üzerine ve özellikle o şeyin nitelikleri ya da imleri üzerine taşıdığımız “temel düşünce” olarak açıklanmaktadır (Erkan, H., 2013: 217). Bu çalışmada, kavram kelimesi, konsept kelimesinin anlamsal içeriği ile ele alınmaktadır.

1.1. EKONOMİK MEKÂN OLARAK BÖLGE KAVRAMI VE BÖLGESEL EKONOMİ

İnsanoğlunun tüm yaşamı zaman içinde akıp giden bir mekânda geçer. Aynı şekilde insanların baş aktörü oldukları ekonomik faaliyetler de daima zaman içinde ve belirli bir mekânda sürer. Zaman, başı ve sonu bilinmeyen, ancak geçmişten geleceğe uzanan, geri dönülmesi olanaksız tek boyutlu bir ögedir. Öte yandan mekân, ekonomik faaliyetlerin üzerinde gerçekleştirildiği iki ve hatta üç boyutlu, seçilebilen, değiştirilebilen ve dolayısıyla geri dönülebilen bir ögedir (Dinler, 2008: 5).

19. yüzyıla gelene kadar ekonomi teorilerinin, zaman ve mekân öğelerini göz önüne almadığı görülmektedir. Çalışmanın bu kısmında ekonomik mekân olarak bölge kavramı ve bölgesel ekonomi inceleme konusu yapılmaktadır. Bu amaçla öncelikle, mekân öğesinin ekonomik analizlere dahil edilmesi süreci değerlendirilmekte, sonra, coğrafik mekan ve bölge kavramları ile ekonomik mekan ve üç bölge (homojen bölge, polarize bölge ve plan bölge) kavramı hakkında, çalışma ile olan bağlantısı bakımından bilgi verilmektedir. Bu kısımda son olarak, bölgesel ekonomi (mekân ekonomisi) incelenmektedir.

1.1.1. Ekonomik Analizlerde Mekân Öğesi

19. yüzyıla gelene kadar ekonomi teorilerinin, zaman ve mekân öğelerini göz önüne almadığı görülmektedir. Zaman öğesinin ekonomik analizlere girişi, mekân öğesine göre daha kolay olmuştur. Konjonktürel hareketlerin varlığı, bir başka deyişle zaman zaman yaşanan ekonomik krizler ve bu krizlerin ekonomi üzerindeki tahribatlarını en aza indirme çabaları, zamanın ekonomik analizlere dahil edilmesini hızlandırmıştır (Dinler, 2008: 5-6).

Mekân öğesinin ekonomik analizlere dahil edilmesi ise, aynı derecede kolay olmamıştır. Gerçekte ekonomistler, ekonomik olayların mekân içinde gerçekleştiğini bilmekte, ancak bundan habersizmiş gibi davranmakta yarar görüyorlardı. Zira analizlerde mekânın göz önüne alınmaması teorilere kolaylaştırıcı yönde katkılarda bulunuyordu. Ne var ki, bu şekilde gerçekleştirilen ekonomi teorileri mekânı göz önüne almadıklarından, Alice'in "boyutsuz harikalar ülkesi"ni anımsatmaktaydı.

İnsanoğlu avcılık ve toplayıcılık döneminden kültür dönemine geçip, toprağı işlemeye başladığı andan itibaren, belirli bir mekânda yerleşmiş, evini yapmış, toprağı bitki üretebilecek hale getirmiştir. Bu şekilde insanın toprağı işlemeye başlaması, alanda farklılaşmanın ortaya çıkmasının başlangıç noktasıdır. İnsanoğlunun toprağı işlemeden itibaren, köyler oluşturulmaya başlandı. Tarla açmak için doğanın tahribi ile birlikte ilk çevre sorunu ortaya çıktı. Zamanla tarıma dayalı kırsal toplum tipinden, ticarete dayalı kent toplumuna ve nihayet sanayi toplumuna geçilirken, ekonomik alanın kullanım biçimi sürekli şekil değiştirdi. Bir yandan her ülkenin bünyesindeki bölgeler arasında gelişmişlik farkları ortaya çıkarken, öte yandan çeşitli ülkeler arasında gelişmişlik farkları ortaya çıkmaya başladı. Gelişmiş yörelerde yoğunlaşan modern endüstriler ve kentsel uygarlıklar doğal alanı kirletmeye ve hatta tahrip etmeye başladı. İşte bu gelişmeler sonucu iktisat teorilerinde uzun zaman görmezlikten gelinen mekân analizlere katılmaya başlandı.

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra geliştirilen, makro ekonomik büyüme ve kalkınma teorileri ile 'zaman' ögesi ekonomik analizlere daha yoğun olarak katılırken, Alman ekonomistlerin, özellikle geçmişte, uzmanlık alanını oluşturan mekân ekonomisi veya bölgesel ekonomi (space economics - regional economics) alanındaki ilk analizler *Von Thünen*'e kadar uzanmaktadır (Erkan, H., 1987a: 1). Mekân ekonomisinin kurucusu denilebilen Von Thünen'e kadar, mekânın ekonomik faaliyetlere engel oluşturduğunu analizlerinde söz konusu eden *Richard Cantillon*, *Adam Smith* ve *David Ricardo* gibi ekonomistlere rastlıyoruz, bunlara kısaca "*mekânsal analizin habercileri*" diyebiliriz (Dinler, 2008: 7).

Mekân ekonomisi ve büyüme teorileri, ekonomi bilimine iki önemli katkıda bulunmuştur. Bu bilim dallarının gelişmesinden önce ekonomik olaylar, boyutsuz, "nokta ekonomisi" anlayışı içinde ele alınırken; mekân ekonomisi ile mekân boyutu ve büyüme teorileri ile de zaman boyutu ekonomik analizlere kazandırılmıştır (Erkan, H., 1987a: 1).

Bilindiği gibi, neo-klasik sistemlerde, tam rekabet, tam istihdam, homojen bir tek ürünün ve iyi davranışlı bir üretim fonksiyonunun varlığı, ölçeğe göre sabit getiri ve marjinal çözümler gibi temel varsayımlar söz konusudur. Bu varsayımlar ekonomik olayları, "nokta ekonomisi" anlayışıyla ele alıp, ideal koşullardaki

çözümlerin sunulmasını sağlamaktadır. Oysaki ekonomik sorunların nokta ekonomisinden “mekân ekonomisi”ne (space economics) aktarılması, neo-klasik varsayımların geçersizliğini ortaya koymaktadır. Mekân içinde tam istihdamın gerçekleşmediği bölgeler olduğu gibi, bölgesel piyasalar çoğu kez mekân verilerine bağlı olarak oligopolistik yapılar kazanmaktadır. Üretim faktörleri ile teknolojinin mekân içinde akışkanlığı ve dağılımı, marjinal koşullardan sapan bir ortamda gerçekleşmektedir. Bütün bu özelliklerden dolayı neo-klasik modeller, bölgesel ekonominin temel karakterini yansıtmamakta, ekonomik faaliyetin yerel yığılmasını, şehirleşmeyi, merkez-çevre ilişkisini, yerel kuruluşların karşılıklı bağımlılığını ve taşıma masraflarını açıklayamamaktadır (Erkan, H., 1987a: 20).

Mekânı analizlerine katan ekonomistlerin görüşlerini iki grup altında toplamak mümkündür (Dinler, 2008: 6-27). Birinci grup, mekânı ulaşım ile ortadan kaldırılabilen bir mesafe (engel) olarak kabul eden ekonomistlerdir. 18. yüzyılda Cantillon’la başlayarak, özellikle Thünen, Weber, Palander, Lösch ve Isard’la devam eden bu birinci grup ekonomistler, genellikle tımdengelim yöntemini kullanmaktadırlar. Taşıma harcamalarına dayanarak, işletmelerin kuruluş yerini ve kentlerin hiyerarşisini saptamaya çalışmışlardır. Bu ekonomistler, “*kuruluş yeri teorisyenleri*” olarak da anılmaktadırlar.

İkinci grup, mekânı coğrafik yüzey olarak kabul eden Reilly, Christaller, Zipt, Steward, Piatier gibi ekonomistler ise; genellikle tümevarım yöntemini uyguladılar. Bu yazarlar görgül (ampirik) bulgu ve anketlerden elde edilen bilgileri genel formüllere dönüştürmeye çalışmışlardır. Bu ikinci grup ekonomistlere “*etki mekânını saptayan teorisyenler*” de denilebilir.

Ekonomik süreçte zaman ve mekân boyutlarının dikkate alınmasıyla yürütülen analizler sayesinde gerçek olaylara daha fazla yaklaşılmaktadır. Fakat gerçek olayların çok yönlü ve karmaşık yapısı, analizleri belli ölçüde zorlaştırmaktadır.

1.1.2. Bölge Kavramı ve Bölgesel Ekonomi

Ekonomi bilimi içinde bölge kavramı uzun süre anlam ve içerik bakımından ele alınmamış veya alınamamış olup; çok çeşitli şekillerde yorumlanmış ve hatta bu kavramı kabul etmeyenlere bile rastlanmıştır. Çalışmanın bu kısmında ‘bölge’

kavramına açıklık getirilmeye çalışılmakta ve dünyada özellikle 1930'lu yıllarla birlikte önem kazanmaya başlayan ve iktisadın bir dalı haline gelen 'bölgesel ekonomi (mekân ekonomisi)' incelenmektedir.

1.1.2.1. Coğrafi Mekân ve Bölge Kavramı

En geniş anlamında mekân; uzay mekân olarak Riemann geometrisinde n-boyutlu olarak ele alınır. Bunun iki boyut olarak topografyaya uygulanması coğrafi mekânı verir. Zira bölge, mekân algısının coğrafi boyuta indirgenmiş biçimidir. Benzer özellikler gösteren coğrafi mekânlar, ekonomik faaliyetin benzer özellikler gösterdiği alanlar genelde "bölge" olarak tanımlanırlar.

Dünya üzerinde ya da ülkeler üzerinde, gerek konumları gerekse dağılımları açısından, üretim faktörleri ile fiziksel üretim kaynaklarının ve tüketimin öbek öbek toplandığı görülmektedir, yine bu tür kümeleri oluşturan öğelerin birbirine daha çok benzeme, yaklaşma eğiliminde olduğu izlenmektedir. Gerçekten bir coğrafi mekândaki üretim ve tüketim faaliyetlerinin özellikleri ile diğeri içindeki üretim ve tüketim faaliyetlerinin birbirleri ile olan farklılıkları bölge tanımına yol açar.

Bölge büyüklüğü, sınırlarının belirlenmesi ve açıklanması güç bir kavramdır. Bölge sınırlarının, bölgenin incelenecek sorunlarının mahiyetine bağlı olduğu genellikle kabul edilmektedir. Ancak bölge ekonomik ve toplumsal çözümlemelerin üretileceği bir alan olarak tanımlanması durumunda, alanının belli bir büyüklükte olması zorunludur.

Bölge kavramı çeşitli açılardan ele alınabildiği için, bölge kavramı hakkında farklı tanımlar bulunmaktadır. Kimi zaman bir mahalleye, bir kente, birkaç ilden oluşan yörelere, birkaç ülkenin oluşturduğu kara parçalarına ve hatta kıtalara "bölge" adı verildiği görülmektedir. Ancak bu tanımların her birinin temelinde farklı bir kriterden, genelde bir bütünden hareket edilmektedir. Bir ülke veya dünya ekonomisi referans alındığında farklı bölge kavramları gündeme gelir.

H.S. Perloff'a göre (aktaran Keleş, 1961: 196), bölge bir şehirden büyük, fakat ülke topraklarının bütününden daha küçük olan ve kendine özgü birtakım özellikleri bulunan bir ülke parçasıdır. Bir bölgeyi karakterize eden özellikler, iktisadi, fiziki ve toplumsal özelliklerinin birbirine benzemesi, merkezilik ve ortak sorunlara sahiptir.

Bazı bilim adamları bölge kavramını reddederken, diğerleri onun su götürmez bir gerçek olduğu görüşündedirler. Rutledge Vining, Jéré V. Clark gibi bilim adamları bölgenin varlığını kabul etmemişlerdir. Rutledge Vining'e göre, bir ekonominin mekân yapısı devamlı bir yapıdır. Bir merkezden itibaren yoğunluk azalır, diğer bir merkeze yaklaşılmaya başlayınca yoğunluk artmaya başlar. Şu halde mekân sistemi, ulaşım ve haberleşme ağıyla birbirine bağlı yoğunluğun yüksek olduğu kentlerden oluşur. İktisadi bölge ayırımına gerek kalmaksızın bütün, yani ülke iktisadi tanımlanabilir (Moran'dan aktaran Karakayalı, 1979: 6).

Bununla beraber, bu konuda bilimsel çalışma ve araştırma yapanların büyük bir bölümü bölgenin varlığını kabul etmişler ve onu tanımlamaya çalışmışlardır. Bu konuda büyük çalışmalar yapan Walter Isard ve Tze-Hsiung Tung, bir araştırmada farklı alanların özelliklerini incelemek için, bu farkın en iyi belirlediği alanları tanımlamak, planlama yapılacak alanlarda yatırımları planlama kararlarının birbirine etkilerinin en yüksek olacağı alanlarda yapmak, idari bakımdan kontrolün ve katılmanın optimum olacağı alanları tanımlamak isteğinin coğrafik alanı alt mekan birimlerine ayırma zorunluluğunu doğurduğunu söylemişlerdir (Tekeli, 1972: 47).

Mekân kavramında, belirlenmiş bir sınır ve devamlılık kavramı yoktur. Oysa bölge kavramında bir süreklilik, bir ayırım, bir benzerlik ve bütünlük fikri vardır. Bu varsayımlara göre, bölge genel olarak benzer ve tamamlayıcı özellikleri olan veya faaliyet ve akımlarla yoğun olarak bağlı, devamlı coğrafik sahalar olarak tanımlanır. Sırrı Erinç'e göre (aktaran Karakayalı, 1979: 8) bu şekilde tanımlanan bölge birçok bakımdan görelidir.

- Bölge tanımı konuya göre görelidir.
- Bölge tanımı seçilen kriterlere göre görelidir.
- Bölge kavramı ölçeğe göre görelidir.
- Bölge kavramı zamana göre görelidir.
- Bölge kavramı tanımlama amacına göre görelidir.

Bölge tanımının yukarıda belirtilen konulardaki göreliliği, söz konusu bölge sınırlarının kesin olarak çizilmesini zorlaştırırken, bu beş görelilik konusundaki açık seçimler belirli bölge tanımlarına olanak verirse de böyle açık seçimler yapmak, özellikle bunları mekânda belirlemek çok zorlaşır.

Fransız plancısı Pierre Bauchet, bölgenin gözlenebilir bir gerçek olduğunu ileri sürerek, coğrafi sınırlarının belirlenmesi konusunda şunları ileri sürer (aktaran, Karakayalı, 1979: 8):

- Bölge bir eş-davranış alanıdır. Onu oluşturan insan topluluğu endüstrileşme, üretim ve tüketim karşısında belirli bir davranışla karakterize edilir.
- Bölge, başlıca ve ikinci derece kentlerin etki alanları şebekelerinin üstünde çakışmasından doğar.
- Bölge kendi kendine yeterliliğe sahiptir. Bölgenin sınırları, malların başka yerlerden satın alınmaya başlandığı yerlerdir. Bilim adamı bu kriterleri Fransa'da Lorraine bölgesine uygulamıştır.

İktisadi gelişmenin, ülkenin her yöresinde ve noktasında aynı düzeyde bulunmaması nedeniyle ortaya çıkan bölgesel dengesizlikleri çözümü inancında bulunan A.Piatier, bir canlıya benzeterek, bölgenin bir organ, bütünün bir ögesi; ulusun ise bir organizma, yaşayan vücut olduğunu ileri sürmüştür (aktaran, Karakayalı, 1979: 7). Bu nedenle ögelerin birer birer incelenmesi daha kolay ve yararlı olmaktadır.

Coğrafi mekân ve bölge kavramına asıl açıklık kazandıran Boudeville'dir. Boudeville, Perroux'un 'büyüme kutupları' görüşünü coğrafi mekâna aktarmakla bölgesel-sektörel büyüme kutuplarını geliştirmiştir. Firma ve endüstrilerin yerel ilişkileri, bölgesel düzeyde kümülatif yığılma ve farklılaşmaya yol açmaktadır. Böylece belli sektörlerdeki ekonomik büyüme, aynı zamanda belli coğrafi bölgelerde gerçekleşmektedir. Boudeville tipi büyüme kutbu, hem coğrafi hem de ekonomik-fonksiyonel, yani endüstriyel-organizasyonel yığılma ve kutuplaşmaları açıklamaya yöneliktir (Boudeville, 1966).

Bölge sözcüğü türlü kullanılma olanaklarına sahip olduğu için kendisine verilen anlamda amaca göre değişiklikler sunmaktadır. Bölge kavramı üzerindeki bu kısa açıklamaları bitirirken bölgenin görece bir bölünme olduğunu yinelemekte yarar vardır. Gerçekten, ülke düzeyinde bölgeler tanımlanabileceği gibi, bir kara parçası (kıtaya) ya da dünya düzeyinde de bölge olabilir; zira referans noktası, ülke veya küre oluşuna göre, onun bir parçası olarak gündeme gelir.

1.1.2.2. Ekonomik Mekân ve Üç Bölge Kavramı

Bodeville'e göre; endüstriler arası ilişkileri veren girdi-çıktı ilişkisi şeklindeki matematiksel mekânın (ya da teknik alanın), coğrafik mekâna uygulanması sonucunda ekonomik mekâna ulaşılmaktadır. Dolayısıyla ekonomik mekân, hem bölgeler, hem de sektörler arası ilişkileri içermektedir. Ekonomik süreç, hem sektörel, hem de bölgesel boyutlarda oluşmaktadır.

Bölgesel gelişme ve planlamaya esas olacak iktisadi bölgenin sınırlarının saptanmasında fikir birliğine varılması çok güç olmuş ve bu konudaki tartışmalar 1960 yılına kadar sürmüştür. 1960 yılında “Bölge İktisadı” üzerine yapılan uluslararası toplantılarda bu kavrama bir açıklık getirilmiştir. İlk kez Fransız iktisatçı F. Perroux tarafından ortaya atılan; bölge iktisatçısı ve plancısı J. Boudeville tarafından geliştirilen, “Homojen (Türdeş) Bölge”, “Polarize (Kutuplaşmış) Bölge” ve “Plan Bölge” şeklindeki üçlü bölge ayrımı, bölgesel çalışmalara uygunluğu nedeniyle üzerinde fikir birliğine varılan bir konu olmuştur.

Boudeville, ekonomik mekânı (economic space) yukarıda da belirtildiği üzere, benzer öğelerden oluşan homojen; merkezci ve merkezkaç kuvvetlere sahip, farklı gelişme odakları gösteren heterojen veya kutuplaşmış (polarized) ve gelişme politikasının bir aracı olan plan mekânlar olmak üzere üçe ayırmaktadır. Ayrıca mekân (space) ve bölge (region) ayrımı yaparak homojen, kutuplaşmış (polarized veya nodal) ve plan bölge sınıflamasını getirmektedir (Dinler, 2008: 75-89). Mekân kavramına göre daha dar kapsamlı olan bölge, “bitişik coğrafik öğeler”den oluşmaktadır. Polarize mekân veya bölge, fiili gelişme sürecinde ortaya çıkan farklılaşmış gelişmeyi açıklamaya çalışan fonksiyonel analizlere uygun düşerken, plan mekân ve bölge, ekonomi politikasında bir araç olarak ortaya çıkmaktadır.

Homojen bölge, bölgenin iktisadi, sosyal ve öteki özelliklerinden biri veya tamamının homojenliğine dayanmakta olup daha çok tarımsal yapıdır. Polarize bölge, bir yerleşmeler hiyerarşisi içinde kentleşmenin hızlandığı sanayi ve ticaret uygarlığına özgü bir olgudur. Plan bölge ise, iktisadi kalkınma planlarının uygulanmasını kolaylaştıran ve iktisadi kararlar arasında birlik ve bütünlük sağlamak amacıyla idari (yönetim) boyutunu öne çıkaran bir tanımlamadır.

Kutuplaşmış bölgede, farklılaşmış mekân unsurları arasındaki fonksiyonel ilişkiler ön planda tutulmaktadır. Burada ilgi, öncelikle bölge içi ilişkilere

yönelmekte, fakat benzer fonksiyonel ilişki ve farklılaşmalar bölgeler arası alanda da dikkate alınmaktadır. Örneğin, bir bölge içinde merkez-çevre ilişkileri ortaya çıkarken, bu merkez birim, bölgeler arası düzeyde farklı bir merkez-çevre ilişkisi içinde yer almaktadır. Böylece, bölgeler arasında ve bölge içinde farklı merkez-çevre ilişkileri oluşmaktadır. Merkez-çevre veya bağımlılık ilişkileri, ülke düzeyinde hiyerarşik bir sistem oluşturmaktadır.

Plan bölgeler ise, ekonomik karar ve ekonomi politikası uygulamalarını kriter alan mekân düzenlemeleridir. Gerek bölgesel gelişme politikası uygulamalarının, gerekse istatistikî verilerin toplanmasının yerel idari birimlere bağlı olması, plan bölge ile idari birimler arasında uyumu zorunlu kılmaktadır. Bu yüzden plan bölgeler, idari bölgelere bağlı olarak oluşturulmaktadır.

Gerek homojen bölge gerekse kutuplaşmış bölge kavramları, var olan ve geçmişteki ilişkilere göre saptanmaktadır. Hâlbuki planlama yapılmasının istenmesindeki amaç mevcut ilişkileri değiştirmektir. Böyle olunca, planlama amacı ile yapılacak bölge tanımlarında planlama sonunda ulaşılması istenilen hedeflere göre, bölgenin çizilmesinin daha uygun olduğu söylenebilir. Plan bölge, iktisadi kalkınma planlarının hazırlanmasını ve uygulanmasını kolaylaştırmak ve ülke düzeyinde bir gelişmeyi sağlamak amacıyla saptanan bölgelerdir.

Gerçeği söylemek gerekirse, yukarıda adı geçen üç bölge aslında birbirinden bağımsız değildir. Homojen bölge yaklaşımı, neoklasik analizler için; heterojen bölge yaklaşımı reel analizler için; plan bölge yaklaşımı ise ekonomi politikası analizleri için daha uygun olup, başarılı ekonomi politikaları için son ikisinin birlikte sentezlenmesi gerekir.

1.1.2.3. Bölgesel Ekonomi: Mekân Ekonomisi

Birinci Dünya Savaşı'ndan sonraki yıllarda, ülkelerin “gelişmiş” ve “az gelişmiş” diye ayrılabilir nitelikte farklı gelişme düzeylerinde oldukları görülmüştür. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, ülkeler arasında ekonomik ve sosyal alanda var olan bu büyük gelişme farklılıklarının açıkça görülmesi, “Kalkınma Ekonomisi” adı altında yeni bir konunun ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Ülkeler arasında görülen bu gelişmişlik farkına benzer durum, her ülkenin değişik bölgeleri arasında da bulunmaktadır. İşte “bölgesel ekonomi” bu sorunu inceleyen bir bilim

dalıdır. Bir başka deyişle, bölgesel ekonomi, bir ülkede ekonomik faaliyetlerin bölgeler arasında dengeli dağılımı sorununu kendine konu almaktadır. Günümüzde her ülkenin bünyesindeki bölgeler arasında farklı şiddette de olsa mutlaka sosyo-ekonomik gelişmişlik farkları vardır. Ekonomik gelişme ile birlikte ortaya çıkan doğal bir durum olan bölgesel gelişmişlik farklılıkları, sosyal yönden olduğu kadar ekonomik yönden de istenmeyen bir durumdur.

Endüstrileşme hareketiyle birlikte ekonomik gelişme içine giren ülkeler, yatırımların hangi sektörlerle, hangi yörelere yapılacağını (üretim faktörlerinin ülke düzeyindeki dağılımını) piyasa güçlerine bırakıyorlardı (Dinler, 2008: 1-2). Ancak son zamanlarda bölgeler arasındaki aşırı farklılaşma ve bunun yarattığı sosyo-ekonomik sorunlar, piyasa mekanizmasının tek başına, üretim faktörlerinin ülke düzeyindeki dağılımını sağlamasının sakıncalı olduğunu ortaya çıkarmıştır. Yatırımların yapılması, piyasa güçlerine bırakıldığında kişisel yararlar ilişkisi içinde olabilen sosyal yararın göz önüne alınmadığını göstermektedir.

Böylece ekonomik faaliyetlerin alanda dağılımının, yalnızca piyasa güçlerine bırakılmayıp müdahale edilerek yatırımların yapılmasında ülke yararı göz önüne alınarak ussallığın sağlanmasına çalışılmaktadır. Bu uğraşı, sosyal ve ekonomik amaçlarla, hangi gelişme düzeyinde bulunursa bulunsun, hemen hemen her ülkede bölgeler arasındaki gelişmişlik farkının azaltılması yönündeki çalışmalar biçiminde ortaya çıkmaktadır. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana, gerek kalkınma planlarında, gerek hükümet programlarında, bölgesel dengesizliği azaltıcı yönde ekonomiye müdahale önlemlerine yer verilmekte olduğu görülmektedir.

Kalkınma plan ve programlarında yer almaya başlayan bu müdahale önlemleri bölgesel ekonomi ve bölgesel kalkınma alanında teorik çalışmaların yapılmasını özendirmiştir. 1957 yılında 140'tan fazla Amerikan üniversitesinde bölge ile ciddi bir biçimde ilgilenildiği, bu konuda araştırma ve ders programlarının yürütüldüğü belirtilmektedir. Bu tarihten sonra da bu konudaki çalışmaların giderek arttığı görülmektedir.

Mekân ekonomisinin analitik temellerini Alman geleneğindeki “denge yerleşim teorisi” oluşturmaktadır ve yeni bir bilimsel alan olarak ortaya çıkışında sırasıyla; Von Thünen, Weber, Christaller ve özellikle de Lösch'ün büyük katkıları olmuştur. Christaller'ın geliştirdiği merkezi yerler teorisine göre, kentler hiyerarşik

bir yapı oluşturmaktadır. Büyük kentlerin daha büyük pazar alanlarını ve daha geniş ekonomik etkinlikleri destekleyebileceği varsayılmaktadır. Lösch ise merkezi yerler örüntüsünün etkin olabilmesi için petek tipi yani altıgen pazar alanlarından oluşması gerektiğini ileri sürmüştür. Bu görüşün altında yatan temel varsayım, belirli ekonomik etkinliklerin sınırlı sayıda yerleşim birimlerinde yapılabilmesidir.

Literatürde mekân ekonomisinin yukarıda sayılan başlangıç temelleri üzerine iki alt disiplin gelişmiştir. Bunlardan ilki; Isard tarafından geliştirilen ve soyut, formel ve matematiksel öğelere dayanan bölgesel iktisat literatürü, diğeri ise, Keynesyen konjonktür, Myrdal tipi kümülatif nedensellik anlayışı ve Marksist eşitsiz gelişme ve birikim sürecinden oluşan ve eklektik, çok disiplinli ve ampirik uygulamalara dayanan “ekonomik coğrafya” literatürüdür. Ekonomik coğrafya literatürüne çalışmanın ilerleyen kısımlarında değinilmektedir.

“*Yerleşme ekonomisi*” ya da “*mekân ekonomisi*” de denilen *bölgesel ekonomi* ve *bölgesel kalkınmanın* çok boyutluluğu standart bir teori geliştirmede güçlükler yaratmıştır. Zira bölge ile ilgili analizlere, nüfus bilgisi (demografi), sosyoloji, tarih, coğrafya gibi bilimleri de katılmaktadır. Gerçekten de bölgesel ekonomi ile değişik bilimler arasında ilişkiler vardır. Bölgesel ekonomi ile öteki bilimler arasındaki ilişkiler ve bölgesel ekonomi kavramında karşılaşılan kararsızlıklar karşısında H.S. Perloff;

“... bölgesel çalışmaları sınıflandıran tatminkâr bir yol bulunamamıştır. Bölgesel çalışmalar birçok değişik özellikle uğraşmayı ve dolayısıyla çeşitli ilim dallarının kullanımını gerektirmektedir. Dolayısıyla bütün kategorileri içine alan genel bir sınıflandırma sistemi beklenemez” (aktaran Meyer, 1966: 368) .

dedikten sonra, bölgesel ekonomi alanına girebilecek konuları şu şekilde sıralamıştır:

- Fiziksel öğeler ve doğal kaynaklar
- Nüfus ve beşeri ekoloji
- Bölgesel ekonomik kalkınma
- Şehircilik çalışmaları ve planlama
- Bölgenin tarih, edebiyat ve sosyo-kültürel öğeleri
- Bölgesel analizlerde kullanılan metod ve teknikler ve
- Kapsamlı bölgesel çalışmalar

1.2. SEKTÖREL KÜMELENME KONSEPTİ: TEORİK TEMELLERİ VE GELİŞİMİ

Küreselleşme ile birlikte rekabet süreci, karşılaştırmalı avantajlara dayalı bölgesel uzmanlaşmayı hızlandırmıştır. Son yıllarda, ekonomik coğrafya ve bölgesel gelişmelerle ilgili dünya ekonomisinde gözlenen gelişmelerin birçoğu, ekonomideki artan yerelleşme eğilimleridir.

1980 sonrasında kalkınma paradigmasındaki değişim; üstten yönlendirilen stratejiler yerine, alttan yönlendirilen ve yerel potansiyellere dayalı kalkınma yaklaşımlarını öne çıkarmıştır. Bu değişim sürecinde ortaya çıkan yeni teoriler ve politikalar içerisinde bölgesel yaklaşımlar büyük önem kazanmıştır. Yeni araştırmalar, kalkınma ajansları, bölgesel iktisat, ekonomik coğrafya ve özellikle sanayi kümeleri alanında yoğunlaşmıştır. Sektörlerin bir coğrafyada kümelenmeleri; bilgi ve teknoloji taşmaları, ölçek ekonomileri gibi pozitif dışsallıklar yaratarak, firmaların yerel ve uluslararası piyasalarda sahip oldukları rekabet gücünün belirlenmesinde öncelikle ele alınan konular haline gelmiştir. Çalışmanın bu kısmında “sektörel kümelenme” konsepti, teorik temelleri ve gelişimi açısından incelenmektedir.

1.2.1. Sektörel Kümelenme Konsepti, Amaçları ve Başarı Koşulları

Sözlük anlamına göre, kümelenme “bir yere toplanmak, yığılmak”, küme ise; “takımların ayrıldıkları gruplardan her biri”, “küçük topluluk” tur. Kümelenme; aynı veya benzer konularda mal veya hizmet üreten / faaliyet gösteren kurum ve / veya kuruluşların mekânsal olarak bir araya geldikleri örgütlenme modelidir. Bu modelin Avrupa’da ilk kez İtalya’da başladığı gözlemlenmiş olup başarılı uygulamalarına ise, Fransa’da rastlanmıştır.

Küme belli bir sektörde ve coğrafyada yer alan, birbirine benzer veya tamamlayıcı ürünler / hizmetler üreten ve satan ve bu nedenle de ortak zorluklar ve fırsatlarla karşılaşan firma grupları olarak tanımlanmaktadır.

Kümelenmenin klasik tanımını şu şekilde yapmak mümkündür: “Aynı bölgede, aynı iş kolunda, aynı değer zincirinde faaliyet gösteren, birbiriyle işbirliğinde bulunan ve aynı zamanda birbirine rakip olan, işletmelerin ve onları destekleyici kurumların (üniversiteler, kamu kuruluşları, mesleki dernekler vs.) bir

araya geldikleri örgütlenme modeli”. Global ekonomide söz sahibi olmak için firmaların tek başına yapamayacağı işler ortak çalışmalarla hayata geçirilebilir. Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin yoğun rekabet içinde yaşamaları için artık bir arada hareket etmesi gerekmektedir. Rakipleri yok etmekten onlarla işbirlikleri oluşturulmalıdır. Böylece herkes kazanabilir. KOBİ’lerin iş ortaklıkları yapmaları, ortak projeler üretmeleri ve organize olmaları hızlı adım atabilmeleri açısından önem taşımaktadır. Bu açıdan ulusal bir kümelenme hamlesinin ülke ekonomisine önemli bir uyarıcı etkisi yaratacağı düşünülmektedir.

Kümelenme hakkında gerek internet üzerinden gerekse farklı literatürlerden erişilebilen birçok tanımlama bulunmaktadır. Bütün bu tanımlamalar kümelenme tanımlamalarının “analitik ve kesin olmaktan ziyade kavramsal ve tanımlayıcı” olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla da, kümelenme uygulamalarını tanımlamak çok kolay olmamaktadır. Örneğin, coğrafi yoğunlaşma ile kümelenme uygulamaları arasındaki farkı kesin çizgiler ile ayırmak çok zordur. Bu konuda bazı varsayımsal kurallar mevcut olsa da kümenin coğrafi kapsamını belirleyebilmek de bu anlamda ayrı bir zorluk teşkil etmektedir. Aşağıda verilen küme tanımlamaları, Michael E. Porter, Stuart A. Rosenfeld, OECD ve Avrupa Komisyonu İşletmeler ve Sanayi Genel Müdürlüğü Kurumsal Kümeler ve Ağlar Uzman Grubu (2004) tarafından oluşturulmuştur (Clusterturkey, 11.12.2010).

Rosenfeld, kümeyi benzer, ilişkili ve tamamlayıcı iş gruplarının coğrafi olarak belirli bir alanda yoğunlaşması ile meydana gelen, uzmanlaşmış ortak altyapıyı, iş gücü ve hizmetleri paylaşarak birbirleri ile ticari faaliyetlerde bulunmaya, iletişime ve diyaloga açık, ortak fırsatlar ve tehditler ile karşı karşıya olan bir oluşum olarak tanımlamıştır.

Michael E. Porter’a göre; iş kümeleri birbiriyle ilişkili işletmelerin ve kurumların belirli bir coğrafi alanda (yörede) yoğunlaşması ile oluşur ve yarattıkları iktisadi değerin oluşumuna katkıda bulunan sektör, kurum ve kuruluşların tamamını kapsar. İş kümeleri dağıtım kanallarına, müşterilere, birbirini tamamlayan ürünlerin üreticilerine kadar uzanır. Üniversiteler, standardizasyon kurumları, düşünce kuruluşları, mesleki eğitim kurumları, ticaret ve sanayi odaları gibi eğitim, bilgilendirme hizmetleri, araştırma ve teknik destek sağlayan kamu kuruluşları ve özel kuruluşlar da iş kümelerinin aktörleri arasında yer alır. Dolayısıyla, iş kümesi

bir olgudur ve herhangi bir müdahale, proje ve organizasyondan bağımsız şekilde var olan bir sistemdir (Porter, 1998a: 77-90). Örneğin; bir otomotiv iş kümesi, otomobil üreticilerine ek olarak yedek parça, aksam tedarikçilerini, makine üreticilerini kapsayabileceği gibi ihtiyaç duyulan altyapı hizmetlerini sunan kurumları da içine alır. Porter, hükümetlerin rekabetçi endüstriyel kümelerin gelişiminde, kolaylaştırıcı ve destekleyici olarak rol oynayabileceğini ileri sürmüştür.

OECD'ye göre; küme, bir katma değer zinciri içerisinde yer alan bağımsız firmalar (uzmanlaşmış tedarikçiler dahil), bilgi üreten kurumlar (üniversiteler, araştırma enstitüleri, mühendislik firmaları), aracı kuruluşlar (aracı kurum ve danışmanlık firmaları) ve müşterilerden oluşan bir üretim ağı olarak tanımlanabilir. Kümelenme yaklaşımı, bu üretim ağı içerisinde yer alan aktörlerin ürün ve servis üretiminde ve inovasyon yaratılmasında birbirleri ile olan bağları ve bağımlılıklarına odaklanmaktadır.

Avrupa Komisyonu İşletmeler ve Sanayi Genel Müdürlüğü Kurumsal Kümeler ve Ağlar Uzman Grubu, kümeyi, bağımsız firmalar ve ilişkili kuruluşlar tarafından oluşturulan aşağıdaki özelliklere sahip bir grup olarak tanımlamıştır:

- Birbirleri ile işbirliği ve rekabet içerisinde olan,
- Coğrafi olarak bir veya birkaç bölgede yoğunlaşmış (global boyutta uzantısı olan kümeler de olabilir),
- Belirli bir alanda uzmanlaşmış,
- Ortak teknolojiler ve kabiliyetler ile birbirine bağlı,
- Bilimsel veya geleneksel bazda çalışan,
- Kurumsallaşmış (resmi bir küme yöneticisine sahip) veya kurumsallaşmamış olma.

Kümelenme Landabaso tarafından, yoğun bilgi alışverişinin yapıldığı, farklı ekonomik aktörler (şirketler, bilgi kaynakları, finans ve kamu sektörü) arasında çok yönlü ilişkilerin ve esnek ağların kurulduğu, böylece yenilikçilik ve ekonomik kalkınmanın sağlandığı ve genelde mekân olarak bir yerde yoğunlaşan bir sosyal yapı olarak tanımlanmaktadır. Sosyal sermaye, sağladığı ekonomik avantajlarla bu tür başarılı kümelenmelerin oluşumuna katkıda bulunmaktadır. Rosenfeld'in de belirttiği gibi, sosyal sermayenin yüksek olduğu kümelenmelerde geliştirilen sosyal ağlar, firmaların yatırımlar, hizmetler ve tedarikçiler hakkında daha doğru kararlar

almasına yardımcı olduğu için, bu tür yerlerde bilgi ve yenilikçilik çok daha kolay ve istekle transfer olabilmektedir. Bunun yanı sıra, sosyal sermaye sayesinde, firmalar kişisel görüşmeler yoluyla işlem maliyetini düşürme, daha az bürokratik prosedürleri izleme, kişisel ve yerel bilgi akışı yoluyla bilgiyi düşük maliyetle elde etme, doğrudan temaslar yoluyla daha iyi işbirliği ve aralarında güvene dayalı ilişkiler kurma avantajlarına kavuşabilmektedir. Ayrıca, sosyal sermaye, iş topluluğu arasında birliksel faaliyetleri teşvik etmekte ve özel sektör ile üniversiteler ve araştırma kuruluşları arasındaki bağı güçlendirmektedir.

Kümelenme kavramının temelleri, 1900'lü yılların başına ünlü iktisatçı Alfred Marshall'a kadar uzanmaktadır (Marshall, 1890/1920). Endüstriyel bölgelerin oluşturulma aşamalarındaki gözlemleri sonucunda Marshall, "19. yüzyılda İngiltere'deki endüstriyel bölgelere bakarak lokalizasyonun fiziksel olmayan boyutlarının farkına varan ve endüstriyel lokalizasyonun önemini vurgulayan" ilk ekonomisttir. "Bir endüstri kendisine bir yer seçtiğinde, genellikle orada uzun süre kalır; benzer ve nitelikli ticari faaliyetleri yürüten insanların birbirleriyle yakın çevre içinde bulunmaktan sağlayacakları çok önemli avantajlar vardır. Buralarda, ticaretin gizemleri artık gizem olarak kalmazlar". Marshall, kümelenme sonucu üç tür taşıma maliyetinden tasarruf sağlanacağını söylemiştir: 1. Malları, 2. İnsanları ve 3. Bilgiyi (fikirleri) taşıma maliyeti. Marshall'a göre yığılma ekonomileri üç faktör içerir: (1) karşılıklı güvenin varlığında işlem maliyetlerinin azalması; (2) çalışanlar arasında yeteneklerin kümülatif birikimi veya endüstriyel atmosfer yaratımı ve (3), (1) ve (2) nin bir sonucu olarak inovasyon sürecinin ilerlemesi.

Klasik iktisatçı Marshall'ın endüstriyel bölge fikri, temelde üç faktörün varlığına dayanır; uzmanlaşmış yetenekler, uzmanlaşmış ürünler ve hizmetler, bilgi taşmaları. Marshall'a göre, firma ve endüstri yığılmaları, pozitif dışsallıklar ve dinamik tamamlayıcılıkları sistem aktörü yapmaktadır.

İktisadi gelişmenin temeli, birbiri ile ilişkili sanayi dallarının ve ilgili kurumların mekânsal yakınlığı ile bağlantılıdır. Marshall, sanayi firmalarının belirli coğrafi bölgelerde yoğunlaştığını ve bilginin en güçlü üretim faktörü olduğunu ifade etmektedir (Marshall, 1890/1920). Marshall'ın teorisi, bir bölgenin ya da sanayinin uzun dönemde rekabet gücünün, yerleşmiş bilgi ve donanım ile ilişkili olduğunu savunmaktadır (Andersen, 1996: 5-16). Kaynak yönlü gelişme yaklaşımının yerini,

bilgi yönlü gelişme yaklaşımının aldığını vurgulayan teori, rekabet gücünün değişen koşullarını yansıtmaktadır.

Sanayinin bir bölge içinde yoğunlaşması ölçek ekonomilerine, uzmanlaşmaya ve yenilik için gerekli olan bilgi kaynaklarına daha kolay ulaşılabilmesine olanak tanımaktadır. Schumpeter, iktisadi değişimin kaynağının yenilik olduğuna işaret etmekte ve yeniliklerin sanayinin değişen rekabet koşullarına uyumu için gerekli olduğunu vurgulamaktadır (Schumpeter, 1934). Piore ve Sabel'in, İtalya'nın Emilia-Romagna bölgesinde yaptığı çalışmada, rakip firmalar arasında oluşan ilişkiler incelenmiş ve esnek uzmanlaşmanın önemi vurgulanarak esnek üretim kavramı, fordizm'den sonraki aşama olarak tanımlanmıştır. Bennett ve Harrison, Marshall modeli ile Piore ve Sabel tarafından tanımlanmış olan network (ağ) modeli arasındaki farkı oluşturan unsurun "güven" olduğunu belirlemiştir (Bergman ve Feser, 1999).

Post Schumpeteryan araştırmacılar, ekonomik faaliyetin coğrafi dağılımı ile ilgili tartışmalara bir yenisini eklemişlerdir. Dahmén'in gelişme blokları (development blocks) (Dahmén, 1991), Hirschman'ın ileri ve geri bağlantılar yolu ile oluşan yatırım kararları (Hirschman, 1958) ve Perroux'un büyüme kutupları teorileri (Perroux, 1950: 89-104), iktisadi gelişme sürecinde firmalar arası bağlantıların önemini vurgulamaktadır.

Cooke ve Park; öğrenen bölge literatürü kapsamında yaptıkları çalışmalarda, firmaların yenilik yapma kapasitelerinin ve yaratıcılık gücünün artırılmasının rekabet gücü elde etme ve rekabetçi konumu koruma konusundaki önemini daha da vurgulamaktadır. Öğrenen bölge literatürünün temel bakış açısı, rekabetin yerleşmiş ve aynı zamanda küresel ekonomiye entegre olmuş bir ekonomik sistem ile yakından ilişkili olduğunu vurgulamaktadır (Cooke, 1996: 53-62; Park, 1996: 476-493). Eraydın, sanayi kümeleri ile yerleşmiş küçük firma toplulukları ve sanayi bölgeleri arasında temel farklılıklar olduğunu vurgulamakta ve bu farklılıkların uluslararası pazarlara ve uluslararası üretim ağına entegre olma yeteneği ile şekillendiğini ifade etmektedir (Eraydın, 2002).

Ayrıca ilgili literatürde, ekonomik bütünleşmenin sanayinin dağılımına etkileri konusunda yapılmış olan çalışmalar, bir ülkenin dış pazarlarla bütünleşmesinin sanayinin mekânsal dağılımını değiştirdiğini ortaya koymaktadır.

Mekânsal dağılımdaki değişimler, belli sanayilerin belli bölgelerde yoğunlaşmasını ve bölgesel uzmanlaşmayı da beraberinde getirmektedir. Çalışmaların temel çıkış noktasını oluşturan Krugman hipotezi, bölgelerin daha güçlü bir şekilde uzmanlaşacağı ve iktisadi faaliyetin zaman içinde coğrafi olarak daha fazla yoğunlaşacağını öngörmektedir (Krugman, 1991a: 484-499).

Sanayi kümeleri ile ilgili bir başka çalışma alanı ise, stratejik yönetim literatürüdür. Stratejik yönetim ile ilgili çalışmalar, rekabet avantajının koşullarını incelemekte ve yerel iş çevresinin rekabet avantajı elde edilmesindeki vazgeçilmez önemini vurgulamaktadır (Porter, 1998a; Porter 1998b). Porter'ın ortaya koyduğu elmas (diamond) modeli, yerel çevre dinamiklerinin etkin olduğu, ticari ortakların, bölgesel kuruluşların ve mekanizmaların firmalar arası bilgi ve teknoloji aktarımına olanak verdiği koşullar kapsamında rekabet avantajının yükseldiğini ortaya koymaktadır (Porter, 1990).

Kümelenmiş sektörlerde gözlemlenen bir ilişkiler ağıdır ve bir firma aynı anda pek çok firma ile çeşitli konularda ortaklığa gidebileceği gibi, o coğrafi bölgede yer alan AR-GE laboratuvarları ve üniversiteler gibi kuruluşlar ile de bir ilişkiler ağı içerisinde olacaktır. İşte bu ilişkiler ağı zaten aynı coğrafi bölgede toplanmış firmaların ve sonuç olarak firmaların toplandığı bölgenin verimliliğini ve inovasyon yetisini artırır. Ayrıca, kümelenme, yeni firma oluşumunu ve önemli uluslararası firmaları yani yabancı sermayeyi bölgeye çekmeyi başarır.

Kümelenmede önemli bir kavram da firmaların diğer firmalar ile ortaklık ağlarını kurarken tekrarlayan ilişkiler sonucu birbirlerine olan güveni oluşturma ve ortaklıkları başarı ile yürütme potansiyeline sahip olmalarıdır. Belirli bir coğrafi bölgede konuşlanmış firmalar için tekrarlayan ortaklıklar son derece önemlidir. Zira bu süreklilik ve sabit konuşlanma aldatma güdüsünü köreltir. Kümeler hem rekabet ve hem de ortaklığın birbiri ile örtüştüğü oluşumlardır. Bunun sağlanması ekonomik aktörlerin, bir yandan rekabet halinde iken zaman içerisinde yayılan ortaklıkların firma için artı getirisi vizyonuna sahip olmaları ile mümkündür. Bu, bazı kümelerde kendiliğinden oluşurken, bazı kümelerde ise kamu teşviklerinin ortak projelere destek vermesi veya firmaları ikna turları ile oluşabilmektedir.

Kümenin kurulması kümenin devamlılığını garantilemez. Kümenin devamlılığı, kümede yeni firmaların oluşması ve bu firmaların kümelenmenin

getirdiği ivme ile verimliliklerinin ve inovasyon yetilerinin artması ve bundan kazanılan fonların yeniden sisteme girip yeni firmaları oluşturması ile mümkündür. Ancak bir kümenin sürekliliği, o kümede yer alan firmalar ve o firmaların yer aldığı coğrafi bölgeler için yararlı olur.

Endüstriyel kümeler fikri; Michael Porter'ın 1990 yılında "Ulusların Rekabetçi Avantajı" üzerine yazdığı ünlü kitabının basımından itibaren, güncel akademik literatürün yoğun şekilde tartışılan konularından birisi ve dünya çapında ulusal endüstriyel politikaların odak noktası haline gelmiştir. Porter'ın "Ulusların Rekabetçi Avantajı" teorisi, yerel kaynaklar temel olarak alınan sayısız büyüme teorilerinden birisidir. Bu teori, birbiriyle ilişkili dört ana bileşene dayalı (faktör koşulları, talep koşulları, bağlı ve destek endüstriler, firma stratejisi, endüstriyel yapı ve rekabet) 'Elmas Modeli'; J. Schumpeter, A. Weber, A. Marshall ve F. Perroux gibi çeşitli ekonomi kuramcılarının fikirlerini genişletmektedir. Dahası, belirli endüstrileri sunan firmaların ve onların organizasyon içi ilişkilerinin mekânsal yoğunluğu (örneğin; işbirliği, rekabet, rekabet edenlerle işbirliği), yığılma ekonomileri (Marshall, 1890/1920), endüstriyel yerleşme teorisi (Weber, 1929), işlem maliyetleri teorisi (Coase, 1937: 386-405), esnek uzmanlaşma ve kurumcu iktisat (Williamson, 1985; Williamson, 1991: 269-296) ve yeni ekonomik coğrafya paradigması (Krugman, 1991b) gibi çeşitli teorilerle açıklanmaktadır.

Porter kümelenmeyi, firmalar arası bağlantılar, ekonomik alıcı-satıcı ilişkileri, genel teknolojiler, genel dağıtım kanalları ve genel iş havuzları ile karakterize etmektedir. Porter'ın anlayışında, endüstriyel kümeler; belirli alanlarda rekabet eden ve aynı zamanda işbirliği yapan 'birbirine bağlı şirketlerin coğrafi yoğunluğu, uzmanlaşmış satıcılar, hizmet sağlayıcıları, ilişkili endüstrilerdeki firmalar ve bağlantılı kurumlardır (örneğin üniversiteler, meslek kuruluşları, iş koluyla ilgili standartları belirleyen ve kontrol eden kurumlar) (Porter, 1990). Kümelenmelerin sosyal boyutu ve firmaların yerel sosyo-ekonomik ağlara yerleştirilmişlik derecesi, Porter'ın analizinde sadece ikinci derecede rol oynamaktadır.

Tanımı genişletme çabalarına rağmen, Porter'ın kümesi; İsveçli ekonomist Erik Dahmén'in önceki gelişme bloğu fikrinden kaynaklanan bir sektörün diğer sektörlerle satarak büyüyebileceği ön koşuluna dayanan ilişkili ve destekleyen endüstrilerin (örneğin 'elmas' modelinin elemanlarından birisi) coğrafi

yığılmalarının ilk ve en önde geleni olarak kalmaya devam etmektedir. Fikir, neoklasik A. Weber'in (1929) endüstrilerin malları fabrikaya getirme masrafları (örneğin belirli endüstri, doğal ve coğrafik kaynaklara yakınlık), işgücünü fabrikaya getirme masrafları (örneğin işgücüne yakınlık), ürünü müşterilere ulaştırma masrafları (örneğin talebe yakınlık), yığılmanın faydaları (örneğin genel yerel altyapı ve yan yana destekleyen firmalar) gibi rekabet faktörlerinin optimal grubunu sunan belirli yerlerde kümelenme eğiliminde olduğunu iddia eden "Endüstriyel Yerelleşme Teorisi"ne de güçlü bir şekilde dayanmaktadır.

Kümelenme, ekonomik anlamda belirli bir coğrafi bölgede konuşlanmış firmaları ve kurumları birbirleri ile yatay ve dikey olarak ilişkilendirmeyi tanımlar. Yatay ilişkilendirme aynı malı üreten firmaların birbirleri ile AR-GE, pazarlama, üretim gibi konularda resmi olarak ortaklığa gitmesidir. Dikey ilişkilendirme, birbirini tamamlayıcı nitelikte mal üreten firmaların birbirleri ile yukarıdaki kapsamlarda ortaklığa gitmesidir. Yatay ve dikey ilişkilendirme ayrıca firmaların birbirleri ile resmi bir ortaklık söz konusu olmaksızın bilgi, fikir, insan gücü ve sermaye alışverişinde bulunmalarını da içerir.

Kümelenme; 1980'li yıllardan başlayarak uygulama alanı artan ve bugün dünyanın gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerinde yaygın bir şekilde kullanılan, KOBİ gelişiminde önemli ve etkili bir yaklaşımdır. İş dünyasının gündemine 1990'lı yılların başında giren kümelenme, özellikle Avrupa'da pek çok sektörün dünyada söz sahibi olmasında öncü olmuştur. İtalya'da tekstil ve konfeksiyon, İskoçya'da gemi yapımı, Orta Almanya'da gıda, Yukarı Avusturya'da otomotiv kümelenmeleri KOBİ'lerin isimlerini dünyaya taşımalarını sağlamıştır. Kümelenmeyle birlikte işsizlik azaltılmış, ihracatın kalitesi yükseltilmiş, endüstrinin rekabet gücü artırılmış ve işletmelere hız kazandırılmıştır.

Kümelenme yaklaşımında temel felsefe, "sektörel değer zincirinde yer alan ve sektörde birbirleriyle girdi ve çıktı ilişkisinde bulunan tüm mal ve hizmet üreten kurum ve kuruluşların belli bir coğrafi mekânda toplanması ve böylece toplam katma değer söz konusu mekânda oluşumuna katkı sağlamalarının temin edilmesi"dir. Kümelenmeyi, özellikle gelişmekte olan ülkelerde bir bölgesel kalkınma aracından ziyade, ihracat ve yatırım teşvik aracı olarak görmek daha anlamlı olmaktadır.

Bir endüstriyel küme, bölgesel zenginliği yaratan, birbiriyle rekabet eden ya da birbirini tamamlayan ve birbirine bağımlı olan firmaların oluşturduğu bir bölgesel yoğunlaşmadır. Bu kümeler, modern küresel ekonomilerin temel rekabet birimleri olan “değer zincirlerini” oluştururlar. Bir coğrafi bölgedeki kümeler zaman içinde gelişir ve o bölgedeki temel ekonomik yapılardan, bu yapı içinde var olan şirketlerden ve yerel bazdaki ürün ve hizmet taleplerinden doğarlar. Yerel halkın dokusundan ortaya çıkarlar ve bölgenin ekonomik gelişim önderleri olurlar. Burada, İtalya’daki Prato ve Veneto bölgelerindeki tekstil kümeleri; Adana, Bursa, İzmir ve İstanbul’daki yerel kümeler örnek olarak gösterilebilir.

Sektörel kümelerin geliştirilmesi konusunda Avusturya, Belçika, İspanya, Finlandiya, Yunanistan, Almanya, Fransa, İrlanda, İtalya, Hollanda, Portekiz, İsveç, İngiltere gibi Avrupa ülkelerinin hepsinde gelişmiş düzeyde politikalar vardır. Bu politikalar ve programlar, İngiltere’nin North West ve East Midlands bölgelerindeki tekstil ve hazır giyim kümelerinde ve Avrupa’daki diğer pek çok bölgede gözlenebilir. Bu programların temelinde, bölgesel endüstri kümelerini oluşturan şirketlerin kendi aralarındaki işbirliğini geliştirmek ve aynı zamanda bu şirketler ile bölgesel ekonomik altyapılar/destekleyici altyapı kurumları - bölgedeki üniversiteler, bilgi/beceri geliştirici diğer kurumlar, AR-GE kurumları, bölgesel inkübatörler ve teknoloji ve bilim parkları, bölgesel başlangıç sermayesi finansmanı olanakları, bölgenin fiziksel, ulaşım, bilgi ve iletişim altyapısı, bölgesel vergi ve düzenleme koşulları, bölgedeki yaşam kalitesi - arasındaki uyum ve işbirliğini en üst düzeye çıkarma hedefi vardır.

Son zamanlarda küme geliştirme programları, ilgili bölgenin yenilikçilik kapasitesini geliştirmeye ağırlık vermektedir. Teorik temelleri oldukça kuvvetli olan kümelenme yaklaşımının pratiğe geçirilmesi sürecinde, uygulayıcılar, iş adamları ve politikacılar birçok zorlukla karşılaşmış ve “Teoriden Pratiğe” geçme konusunda benzersiz deneyimler elde etmişlerdir.

Kümelenme politikası yeni bir teşvik politikası değildir. Ancak, reel sektör ve KOBİ’lerin benzer sektörlerinin bir arada bulunmaları ile kümelenme modeline uygunluk ve verimliliğin artışına katkı sağlamaktadır. Kümelenme politikaları ülkelerin kullanımlarına ve modellerinin seçimine göre değişebilmektedir. Ulusal

olarak kümelenme politikasını sıralarsak; 1. AR-GE, 2. İnovasyon, 3. Rekabetçilik ve 4. İstihdamı artırmak olarak sayabiliriz.

Günümüzde, çevik ve sektörünün dinamiklerini iyi analiz edebilen işletmeler hayatta kalabilmektedir. Bunun için de güç birliği yapmak gerekmektedir. Son yıllarda KOBİ dünyasının gündeminde sıkça yer almaya başlayan kümelenme, bahsedilen güç birliği anlayışının en temel örneğidir. Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin yoğun rekabet içinde yaşamaları için artık bir arada hareket etmesi gerekmektedir. Kümelenme, KOBİ'lerin rekabet avantajını artırmak adına ortaya atılan en etkin yöntemlerden biri olarak gösterilmektedir. Yoğun rekabette söz sahibi olmak isteyen KOBİ'lerin, kümelenmeyle fark yaratmaları hedeflenmektedir. Bu süreçte rakibini iş ortağı gibi gören KOBİ'lerin bir adım öne çıkması beklenmektedir.

Kümelenmelerin başarıya ulaşmasını sağlayan faktörler temel olarak işleyen işbirliklerinin ve ortaklıkların varlığı, AR-GE faaliyetleri ile desteklenmiş yenilikçilik ortamı ve deneyimli işgücünün varlığıdır. Destekleyici faktörler olarak fiziksel altyapının yeterliliği, büyük firmaların varlığı, sağlam bir girişimcilik kültürü ile finansal kaynaklara erişim de bu arada sayılabilir.

Kümelenmede başarının en önemli koşullarından biri paylaşımdır. Yerel yönetim gibi üçüncü partilerin de dahil olduğu yapılar süreçte öne çıkmaktadır. Yani kümelenmiş olmak için kümelenmek yeterli olmamaktadır. Kümelenme anlayışının iş süreçlerindeki tüm taraflarca benimsenmesi gerekmektedir. Özel sektörden kamuya, sivil toplum kuruluşlarından eğitim kurumlarına kadar ortak bir paylaşımın ürünü olan kümelenme modelleri başarıyı yakalamaktadır. Başarılı bir kümelenme sürecinin gelişimi için gerekli unsurlar aşağıda madde madde belirtilmiştir:

- Kümelenmede yer alan tüm üyeler eş derecede önemli olmalıdır.
- Küme üyeleri arasında mutlaka güven ilişkisi doğmalıdır.
- İşletmeler arasında operasyonel ve ruhsal yakınlık kurulmalıdır.
- Ortak ve net bir vizyon oluşturulmalıdır.
- Farklı oyuncular için ortak bir dil geliştirilmelidir.
- Kamu kuruluşları ve sektör temsilcileri arasındaki görev paylaşımları açıklığa kavuşturulmalıdır.

- Bölgesel bir marka oluşturmak üzere farklı oyuncular bir arada hareket etmelidir.
- Yerel avantajlar sağlamalıdır.
- Lider şirketler mutlaka kümelenme sürecinde aktif olarak yer almalıdır.
- Eğitim ve rekabet konularında farklı oluşumlarla birlikte yol alınmalıdır.
- Aktif bir kümelenme hareketinin önceliği mutlaka ve mutlaka müşteri tatmini olmalıdır.

Günümüzde kümelenme kavramı 1990'lı yılların başında başlayan popülaritesini halen sürdürmektedir. Zira kümelenmenin başarılı örnekleri firmaların tek tek yapamadıklarını küme olarak nasıl gerçekleştirebildiklerini gözler önüne sermiş ve benzer yapılanma çalışmalarını ivmelendirmiştir. Kümelenmenin tek tek firmaların ve firmaların yer aldığı bölgelerin hem ekonomik ve hem de sosyal gelişmesine katkı sağladığı gözlemlenmiştir.

Bugün Silikon Vadisi mucizesi dünyanın pek çok yerinde tekrar edilebilmiş ve yalnız ekonomik büyümeyi değil inovasyonu da tetiklediğinden gelişme politikaları arasında saygın bir yer edinmiştir. Firmaların, küme içerisindeki diğer firmaların, AR-GE laboratuvarları, üniversiteler, danışmanlık firmaları ve diğer destek kuruluşlarla sürekli ortaklık prensibine dayalı olarak kurdukları bu sinerji odaklı oluşum, pek çok ülke için ilerlemeyi ve gelişmeyi tetikleyen bir faktör görevini görmüştür ve gelecekte de görmeye devam etmesi beklenmektedir.

1.2.2. Türkiye’de Uygulanan ve Uygulaması Devam Eden Kümelenme Projeleri¹

Kümeler, sağladıkları faydaların daha görünür bir hal almasıyla birlikte, ulusal ve bölgesel ekonomik kalkınma planlarının da bir parçası haline gelmeye başlamıştır. Tüm dünya üzerinde binlerce küme oluşumu gerçekleşmiş olup, bunların sayısı her geçen gün artmaktadır. Kümelenme uygulamaları, yeniliği ve girişimciliği geliştirmekte, verimlilikte ve kalitede yükselme sağlamakta, ülkenin rekabet gücünün artmasına ve ekonomik büyümesine destek olmaktadır.

¹ Çalışmanın bu kısmının yazımında KOBİ İşbirliği ve Kümelenme Projesi web sitesinden (<http://www.smenetworking.gov.tr>, 23.08.2014) ve Cansız, 2011’den yararlanılmıştır.

Kümeler günümüzde tüm gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ekonomiyi daha verimli ve yenilikçi yapmak amacıyla kullanılan bir destek modelidir. Avrupa Birliği, rekabetçi ve yeniliğe dayalı ekonomilerin oluşturulması için kümelenmeyi bir kalkınma aracı olarak görüp, Yedinci Çerçeve Programda “Regions of Knowledge” destek mekanizması ile kümelere 126 milyon Avro gibi ciddi bir bütçe ayırmıştır.

Kümelenme yaklaşımına olan ilgi son yıllarda giderek artmakta ve kümelenme yaklaşımı çeşitli gelişmişlik düzeyindeki ülkeler için, rekabet gücünü artırıcı bir politika seçeneği olarak görülmektedir. Bu kapsamda, 1990’lı yıllardan itibaren gelişmiş ülkeler tarafından kümelenme politikaları uygulamaya konulmuştur. Bunlardan ABD, Japonya, İtalya, Fransa ve İspanya birçok iyi uygulamanın bulunduğu ülkelerdir. Çalışmanın bu kısmında, Türkiye’de kümelenme alanında gerçekleştirilen başlıca çalışmalara değinilecektir.

Türkiye’de kümelenme politikalarının temelleri 1960’lı yıllarda planlı kalkınma dönemiyle birlikte atılmıştır. Kalkınma Planlarında “sanayiye dayalı büyüme” temel amaçlardan birisini oluşturmuştur. Bu dönemden itibaren kamu politikalarıyla devlet tarafından planlı sanayileşme amacıyla oluşturulan Organize Sanayi Bölgeleri (OSB) ve Küçük Sanayi Siteleri kurulmaya başlanmış ve bunlar girişimciler için önemli imkânlar sağlamıştır.

1970’li yıllardan 2000’li yıllara kadar, sanayinin yoğunlaşması için altyapı yatırımları, teknolojik gelişmeler için AR-GE teşvikleri ve iş ortamının geliştirilebilmesi için çeşitli düzenlemeler yapılmıştır. 2000’li yıllara gelindiğinde ise teknoloji üretimi ve yenilikçiliğin ön plana çıkmasıyla birlikte Endüstri Bölgeleri ve Teknoloji Geliştirme Bölgeleri uygulamalarına başlanmıştır. Organize Sanayi Bölgeleri (OSB), Küçük Sanayi Siteleri, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri ve Endüstri Bölgeleri gibi yapılar Türkiye’deki planlı sanayi ve ticaret bölgelerini oluşturmakta ve kümeler için gereken yoğunlaşmanın oluşması için uygun ortam ve altyapıyı sağlamaktadır.

2008 ve 2009 Yılı Programlarında Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı koordinasyonunda kümelenme politikası ve destek modeli geliştirileceği, başta OSB’lerde olmak üzere, işletmeler arası işbirlikleri ve kümelenme faaliyetlerinin destekleneceği belirtilmiş, bu süreçte Ekonomi Bakanlığı’nın yürüttüğü kümelenme projesinin sonuçlarından yararlanılması gerektiği vurgulanmıştır.

Hazine Müsteşarlığı tarafından uygulanan yatırım teşviklerinde bölgesel öncelikleri dikkate alan sektörel bir destek mekanizması geliştirilmiştir. Bu kapsamda, yeni teşvik sistemi 2009/15199 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla yürürlüğe girmiş ve Türkiye’de, yeni teşvik sistemine göre illerin sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyeleri dikkate alınarak bölgesel teşvik uygulamasına başlanmıştır. Bu mekanizma ile bölgelerde öne çıkan sektörler desteklenmekte ve kümelerin gelişmesi için etkin olabilecek bir destek mekanizması sektörel ve bölgesel olarak ortaya konulmaktadır.

Türkiye’de kümelenme konusuna ilişkin kapsamlı çalışmalar, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) döneminde başlamış ve Ekonomi Bakanlığı, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı ile bazı Kalkınma Ajansları tarafından çeşitli projeler yürütülmüştür. Dokuzuncu Kalkınma Planında işletmelerin ortak AR-GE, tedarik ve pazarlama faaliyetleri ile ağ oluşturma ve kümelenme girişimlerinin destekleneceği ifade edilmiştir. Başta OSB’ler olmak üzere potansiyel kümelerin desteklenmesi gereği planda vurgulanan unsurlar arasında yer almaktadır.

Kümelenme modeli, Türkiye için oldukça yeni bir oluşum olarak göze çarpmaktadır. İlk olarak İtalya’da başlayan, ardından Avrupa’ya yayılan ve Fransa’daki başarılı uygulamaları ile dikkat çeken ’kümelenme’ modeli ile Türkiye yeni tanışmaktadır. Modelin amacı AR-GE, inovasyon, istihdam ve rekabet konularında ülke politikalarını desteklemektir. Modelle, özellikle KOBİ’lerin ihracattaki rekabet şansı yükseltilecek ve istihdam olanakları artırılabilecektir.

Analistler, kümelenmenin ancak devlet politikalarında yer bulduğu oranda başarılı olabileceğinin altını çizmektedir. Türkiye’de, kümelenme, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’nın en önemli gündem maddelerinden biridir. Bakanlığın kümelenme projesi çok katmanlı bir şekilde ilerlemektedir. Organize Sanayi Bölgeleri (OSB)’nin temelini oluşturduğu projede Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) da modelleme projeleri yapmaktadır. Bakanlık, girişim sermayesi, kredi garantisi gibi desteklerle kümelenmeye katılmak isteyen KOBİ’lerin finansman imkânlarını çeşitlendirmeyi de amaçlamaktadır. Bu çerçevede KOBİ’lere özel destek programları tasarlanmaktadır. KOBİ kümelerine yönelik danışmanlık merkezleri, AR-GE ve eğitim merkezleri, ortak alım ve pazarlama organizasyonları için pazarlama, dağıtım ve tedarik

merkezleri, ortak markaların oluşturulması için de endüstri ve moda tasarım ofisleri kurulmaktadır. Öte yandan, Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri de (ABİGEM) kümelenme yaklaşımının yaygınlaşması için özel çaba sarf etmektedir.

2005 yılından itibaren hem kamu sektörü, hem de özel sektör, kümelenme alanında belirli bir bilgi birikimine ulaşmış, bu sektörlerin farkındalık düzeyleri artmış ve ulusal bir destek modeli geliştirme konusunda belirli bir olgunluğa erişilmiştir. Ancak hala kapsamlı, sistematik ve bütüncül bir küme destek modeli geliştirilememiştir. Uygulanmakta olan kümelenme çalışmalarında bir koordinasyon ihtiyacı ve bu ihtiyaca binaen görev dağılımı yapılması, kaynakların etkin kullanımı açısından son derece önemlidir.

Günümüze kadar Türkiye’de kümelenme politikaları çerçevesinde bazı projeler gerçekleştirilmiştir. Türkiye’ye son derece önemli tecrübeler kazandıran bu projelerden en önemlileri aşağıda sıralanmaktadır.

- İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) tarafından uygulanan “Moda ve Tekstil İş Kümesi” Projesi,
- Güneydoğu Anadolu Projesi Girişimci Destekleme Merkezleri (GAP-GİDEM) tarafından uygulanan projeler,
- Ekonomi Bakanlığı (eski adıyla Dış Ticaret Müsteşarlığı) koordinasyonunda gerçekleştirilen “Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi”,
- Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’nın kapasite artırımı ve destek programı hazırlamaya yönelik “Rekabetçilik Alanında Küme Destek Programı Projesi”,
- İzmir Kalkınma Ajansı’nın İzmir Bölgesindeki Küme Destek Projeleri,
- Ankara OSTİM’de OSB öncülüğünde yapılan çalışmalar,
- ABİGEM (Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri) ler tarafından yapılan çeşitli kümelenme çalışmaları,
- Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu (URAK) tarafından yapılan çalışmalar,
- Havacılık ve Savunma Sanayii Kümelenme Projeleri (Ankara, İzmir ve Eskişehir),
- İstanbul Finans Merkezi Kümelenme Projesi

İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) tarafından uygulanan “Moda ve Tekstil İş Kümesi” Projesi: İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon

İhracatçı Birlikleri (İTKİB) tarafından 2005-2006 yıllarında, AB destekli ve 17 milyon Avro bütçeli Moda ve Tekstil İş Kümesi Projesi uygulanmıştır. Projenin genel amacı, tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerin uluslararası rekabet gücünün artırılmasıdır. Projenin özel amaçları ise tekstil ve hazır giyim sektöründeki KOBİ'lerin birbiri arasındaki yerel, ulusal ve Avrupa düzeyinde ve aynı zamanda iş destek kurumları ve benzer yapılarla ağ bağlantılarının artırılması ile yine bu KOBİ'lere yönelik kamu ve özel sektördeki destek yapılarının güçlendirilmesi olarak belirlenmiştir.

GAP GİDEM tarafından uygulanan projeler: Güneydoğu Anadolu Projesi Girişimci Destekleme Merkezi (GAP-GİDEM) yerel ekonomik gelişme faaliyetleri kapsamında Adıyaman'da tekstil ve hazır giyim, Şanlıurfa'da organik tarıma dayalı sanayi, Diyarbakır'da mermer işleme sanayi ve Mardin'de gıda ürünleriyle ilgili kümelenme faaliyetleri yürütülmüştür. Bunların içinde en önemli gelişme Adıyaman'da sağlanmıştır. Adıyaman kümelenme programı ile Adıyaman odaklı olmak üzere; Gaziantep, Kahramanmaraş, Malatya, Şanlıurfa ve Diyarbakır illerini de içerisine alan bir coğrafyada tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücünün artırılması amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında ilk olarak sektörün mevcut durumu analiz edilmiş, küme haritası oluşturulmuş ve Adıyaman Küme Geliştirme Komitesi kurulmuştur. Daha sonra bu komite dernekleşerek, Adıyaman Tekstil ve Hazır Giyim Kümelenme Derneği haline dönüşmüştür. Halen 19 üyesi ile faaliyetlerine devam eden dernek, daha çok ortak sipariş ve tedarik üzerine yoğunlaşmıştır.

Ekonomi Bakanlığı (eski adıyla Dış Ticaret Müsteşarlığı) koordinasyonunda gerçekleştirilen “Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi”: Ülkemizde, rekabet gücü taşıyan sektörlerin geliştirilerek ulusal kümelenme politikasına temel teşkil etmesi ve nihai olarak sürdürülebilir ihracat artışını sağlayacak rekabetçi yapının geliştirilmesine katkı sağlaması amacıyla, 2007-2009 yılları arasında 2 yıl süreli “Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi” hazırlanmış ve Avrupa Birliği (AB) Katılım Öncesi Mali Yardımları kapsamında 6 Milyon Euro kaynak tahsis edilerek finansmanı sağlanmıştır. Proje, uluslararası piyasalarda Türkiye'nin rekabet edebilirliğini geliştirmek ve Türkiye'nin ekonomik, çevresel ve sosyal gelişimine katkı sağlamak üzere kapsamlı bir küme politikası hazırlamak hedefine yöneliktir. Projenin; Kümelenme stratejisinin geliştirilmesi için

paydaşlarda kapasite oluşturulması, Kümelenme strateji belgesinin hazırlanması ve Makro küme haritalama ve stratejik yol haritalarının oluşturulması olmak üzere üç temel bileşeni bulunmaktadır. İş kümelerinin analizi ve yol haritalarının hazırlanmasına ilişkin süreç “Öğrenme Deneyimi” olarak tasarlanmıştır. Ulusal Kümelenme Projesi ile temel olarak;

- Kümelenme modeli çerçevesinde, başta KOBİ’ler olmak üzere firmalar arasındaki işbirliği imkânlarının geliştirilmesi,
- Yenilikçilik faaliyetlerinin geliştirilmesi,
- Yabancı sermayenin özendirilmesi,
- Ölçek ekonomilerinin yaratılması,
- Bölgesel ve ulusal düzeyde rekabet gücünün artırılmasına katkı sağlayacak altyapının oluşturulmasına yönelik politikanın ortaya konulması hedeflenmiştir.

Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi” kapsamında, Küme Haritalandırma Çalışma Ekibi ile birlikte uluslararası genel kabul almış temalar çerçevesinde belirlenen Ankara yazılım ve makine kümeleri, Marmara Bölgesi otomotiv kümesi, Eskişehir, Bilecik ve Kütahya’da seramik kümesi, Konya’da otomotiv yan sanayi kümesi, Denizli ve Uşak’ta ev tekstili kümesi, Muğla’da yat üretimi ve turizm kümesi, Mersin’de işlenmiş gıda kümesi, İzmir’de organik gıda kümesi, Manisa’da elektrik-elektronik ürünleri kümeleri olmak üzere belirlenen toplam 10 adet küme için yol haritaları hazırlanmıştır.

Tablo 1: Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi Kapsamında Yol Haritaları Hazırlanan Kümeler

Yenilikçilik ve Girişimcilik	Aktörler Arası Network Oluşturulması	Küme Oluşumu	Küme Tabanının Geliştirilmesi	Faktör Şartları
Mersin İşlenmiş Gıda İş Kümesi	Ankara Makine İş Kümesi	Konya Otomotiv Yan Sanayii Kümesi	Eskişehir-Bilecik-Kütahya Seramik İş Kümesi	Manisa Elektrik Elektronik Aletler İş Kümesi
Ankara Yazılım İş Kümesi	Denizli-Uşak Ev Tekstili İş Kümesi	Muğla Yat Üretimi İş Kümesi	İzmir Organik Gıda İş Kümesi	Marmara Otomotiv İş Kümesi

Kaynak: DTM, 2009.

Dış Ticaret Müsteşarlığı öncülüğünde yapılan “Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi” kapsamında istihdama dayalı kümelenme analizleri, bölge için benzer sektörleri ön plana çıkarmış, Eskişehir-Bilecik-Kütahya Seramik İş Kümesi pilot kümeler içinde ilk tüzel kişiliğe sahip küme olmuştur. Eskişehir Bilecik Kütahya Seramik İş Kümesi, çevre dostu, enerji açısından verimli ve yenilikçi özellikleriyle dünyanın önde gelen müşteri odaklı seramik iş kümesi olmayı amaçlamaktadır.

Başlangıçta amaç, söz konusu stratejik yol haritaları çerçevesinde kümeleri desteklemek iken daha sonra projede yapılan değişiklik ile Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programını (BROP) kapsayan bölgelerde küme analizleri yapılmasının eklenmesiyle belirlenen kümelere destek sağlanamamıştır. Bu çerçevede proje bütçesi 36 milyon Avro iken, daha sonra çeşitli nedenlerle 6 milyon Avroya düşmüştür. Projede yapılan söz konusu değişiklik ile BROP bölgelerindeki mevcut durumun ortaya konulması sağlanırken, Türkiye için öncelikli olarak belirlenen 10 kümenin stratejik yol haritaları çerçevesinde desteklenmesi olanağı ortadan kalkmıştır.

Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programı (BROP) kapsamındaki 11 pilot küme için de kümelenme analizleri yapılmış ve 11 pilot kümenin mevcut durumu ile kümelenme alanında ihtiyaç duyduğu temel hususlar ortaya konulmuştur. Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programı kapsamında öne çıkan pilot kümeler; Kayseri (Mobilya), Gaziantep (Makine Halısı), Kahramanmaraş (Tekstil), Sivas (Doğal Taşlar), Yozgat (Mobilya), Trabzon (Ağaç İşlemciliği), Samsun (Dış Ticaret İşlemleri), Malatya (Kayısı), Erzurum-Kars (Kış Turizmi), Mardin (Turizm) ve Çorum (Makine) olarak belirtilebilir.

2010 ve 2011 Yılı Programlarında ise *Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı* (eski adıyla *Sanayi ve Ticaret Bakanlığı*) koordinasyonunda “*Rekabetçilik Alanında Küme Destek Programı*” adlı proje uygulamaya konulmuştur. Geline aşamada Kalkınma Bakanlığı tarafından da koordinasyon ve yönetim modeli üzerindeki çalışmalar devam etmektedir.

İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA) nın İzmir Bölgesindeki Küme Destek Projeleri: İZKA kümelenme konusundaki temel çalışmalarına, 2009 yılı içerisinde “İzmir’in Kümelenme Stratejisinin Geliştirilmesi” çalışmasıyla başlamıştır. Çalışma

kapsamında İZKA dört aşamalı bir süreç planlamıştır. Çalışmanın ilk aşamasında gerek çalışmanın sahiplenilmesinin sağlanması, gerekse kurumlar arası eşgüdüm ve işbirliğinin oluşturulması için İzmir’de yer alan önemli kurum ve kuruluşların temsilcilerinden oluşan bir Kümelenme Komitesi oluşturulmuştur. İZKA tarafından öncelikle paydaşlar belirlenmiş, daha sonra nitel ve nicel analizler gerçekleştirilmiştir. Analizler sonucunda bölgesel fırsatlar belirlenmiş ve yol haritalarının tamamlanmasından sonra desteklerin belirlenmesi süreci başlamıştır.

Bu kapsamda, İZKA küme analiz çalışmaları 2009 yılında tamamlanmıştır. Çalışmada İZKA tarafından güncel (2008) veriler (istihdam, işletme sayısı, ihracat vb.) kullanılmış olup, bu verilerin yanında yurtiçi ve yurtdışı satışları, yatırım indirimleri ve AR-GE harcamaları, marka ve patent verileri derlenerek kullanılmıştır. Çalışma sonucunda İzmir’de 14 farklı sektörde yoğunlaşma tespit edilmiştir. Söz konusu sektörler Kümelenme Komitesi tarafından 3 yıldız değerlerinin (büyüklük, başatlık, uzmanlaşma) yanı sıra; istihdamdaki, ihracattaki, satışlardaki, işletme sayısındaki ve marka tescil sayısındaki değişim ile AR-GE ve yatırım indirimleri ölçütleri kullanılarak değerlendirilmiş, bu sektörlerden önceliklendirilenler üzerinde bir saha çalışması yürütülmüştür.

Kümelenme Saha Çalışmasının amacı, bir önceki aşama olan istatistiksel analiz sürecinde “yoğunlaşma” tespit edilen faaliyet alanlarının kümelenme potansiyellerini belirlemek, sınıflandırmak ve İZKA’nın kümelenme stratejisini belirleme çalışmasına girdi oluşturmaktır.

“İzmir Organik Gıda Kümelenme Projesi”, organik gıda sektörünün tüm aşamalarını kapsayacak bir çalışma ile sektörün ulusal ve uluslararası rekabet gücünü ve yenilikçilik kapasitesini arttırmak amacıyla uygulanmıştır. Küme, Ege İhracatçı Birlikleri ve Ekolojik Tarım Organizasyonu Derneği işbirliği ve İZKA desteği ile hayata geçirilmiştir.

INOVİZ, Sağlık İçin İzmir, İzmir Kalkınma Ajansı tarafından İzmir için “geleceğin sektörü” olarak seçilen sağlık sektöründe işbirliği içerisinde yeni teknolojik ürünler üreten ve teknolojiye yön veren bir İzmir yaratmak amacı ile oluşturulmuş bir iletişim ve işbirliği platformudur.

“İzmir İşlenmiş Meyve Sebze Kümesi” ile sektörel örgütlenme yapısı kurmak, hedef müşteri ve zincir marketlerde sağlıklı ve kaliteli ürün kullanma

bilincinin artırılması, uluslararası fuarlara katılımı bölgeselliği ön plana çıkartarak küme imajının oluşturulması, sektöre hizmet veren bir AR-GE koordinasyon merkezinin oluşturulması, mevcut AR-GE destekleri ile ilgili sektörün farkındalığının artırılması amaçlanmıştır.

Tablo 2: İZKA Tarafından İzmir Bölgesinde Belirlenen Kümeler

Gelişmiş Kümeler	Gelişmekte Olan Kümeler			Potansiyel Yoğunlaşmalar	
Endüstriyel Havalandırma İklimlendirme ve Soğutma Cihazları	İşlenmiş Meyve-Sebze	Kimyasal Maddeler	Araç Üstü Ekipman	Kara ve Deniz Yolu Taşımacılığı ve Depolama	Gelinlik ve Abiye Kıyafetler

Kaynak: İZKA, 2010.

Kümelenme Komitesinin teknik görüşü ve İZKA Yönetim Kurulu kararıyla, işlenmiş meyve-sebze ve endüstriyel havalandırma, iklimlendirme ve soğutma potansiyel küme sektörleri ile ilgili yol haritalarının çıkarılmasına karar verilmiş ve çalışmalara başlanmıştır.

Ankara OSTİM’de OSB Öncülüğünde Yapılan Çalışmalar:

Rekabetçilik ve Kümelenme Analizi Çalışması (2007): OSTİM Organize Sanayi Bölgesi yönetimi tarafından bölgede birçok kümelenme çalışması başlatılmıştır. Bu çerçevede, çok kapsamlı ve detaylı bir rekabetçilik analizi ile kümelenme analizi çalışması yapılmıştır. OSTİM’in ekonomik gelişimini planlı ve sürdürülebilir hale getirmek amacı ile yapılan ve toplanan verilerin analiz edildiği bu çalışma, bölgede yer alan tüm sektörlerin uluslararası rekabet gücünü ortaya koymuştur. Yapılan tüm araştırma, analiz ve sentezler sonucunda, OSTİM OSB’de yürütülecek kümelenme çalışmaları için en uygun sektörün Savunma Sanayii Sektörü olduğuna karar verilmiştir.

Savunma Sanayii Sektörü Kümelenme Analizi ve OSTİM Havacılık ve Savunma Kümesi (2008): “Rekabetçilik ve Kümelenme Analizi Çalışması” kapsamında yapılan araştırma, analiz ve sentezler sonucunda Savunma Sanayii Sektöründe kümelenme çalışması yapılmasına karar verilmiştir. Kümelenme analizi aşamasında, OSTİM Organize Sanayi Bölgesi’nde savunma sanayiine üretim yapan

77 firma ile görüşülerek veri toplanmış, elde edilen sektör kümelenme haritası geliştirdiği ağ yöntemi ile analiz edilmiş ve bu analizler sonrasında sektörel kümelenmenin yoğunlukları, tedarik zinciri yapıları, merkez ve çevre üyeleri belirlenmiştir. Anket sonuçlarının değerlendirilmesi sonucu sektöre ilişkin sektör haritaları oluşturulmuştur. OSTİM Savunma Yan Sanayii Kümelenmesi 01 Temmuz 2008 tarihinde kurulmuş olup küme OSTİM Organize Sanayi Bölgesi ve civarında savunma sanayiinde faaliyet gösteren KOBİ'lerden oluşmaktadır.

Ankara OSTİM'de Medikal Sanayi Kümelenmesi kapsamında, faaliyet gösteren sektörlerin uluslararası rekabetçilik düzeyinin araştırılması için yapılan analiz 2007 yılında tamamlanmıştır. Bugün küme 54 firma ve aralarında üniversitelerin, sivil toplum kuruluşlarının ve diğer kamu kuruluşlarının bulunduğu 16 çözüm ortağından oluşmaktadır.

ABİGEM'ler tarafından yapılan çeşitli kümelenme çalışmaları: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından kurulan ve illerde sanayi ve ticaret odaları tarafından işletilen Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezleri (ABİGEM) tarafından bazı illerde kümelenme alanında çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bu kapsamda Denizli-Yeşilyuva ayakkabı ve ev tekstili, Eskişehir-Havacılık, Kayseri-Kapodokya Turizm, Konya -Metal döküm ve Adana-Hazır giyim sektörlerinde çeşitli rekabet analiz çalışmaları yapılmış ve kümeler tespit edilmiştir.

Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu (URAK) tarafından yapılan çalışmalar: URAK kümelenme alanında önemli çalışmaları bulunan bir dernektir. Bartın Yerel Kalkınma Projesi ve Sultanahmet Turizm Kümelenme projesi bu çalışmalardan bazılarıdır. Söz konusu çalışmalar Türkiye'de kümelenme kavramının yeni yeni tartışıldığı dönemde yapıldığı için gerek bürokrasi gerekse iş dünyasına farkındalık ve bilinçlenme açılarından önemli katkılar sağlamıştır.

Havacılık ve Savunma Sanayii Kümelenme Projeleri: Türkiye'de son yıllarda savunma sanayii alanında önemli başarılar elde edilmiştir. Bu başarılarda Savunma Sanayi Müsteşarlığı'nın uyguladığı politikaların da çok önemli bir yeri bulunmaktadır. Türkiye'nin savunma sanayii alanındaki ihtiyaçlarının karşılanmasında izlenen tedarik politikası, bir yandan sektörün gelişmesine ve ihtiyaçların Türkiye'den karşılanmasına katkı sağlarken diğer taraftan alt yüklenici olarak KOBİ'lerin gelişmesine katkı sağlamaktadır. Bu kapsamda Savunma Sanayii

Müsteşarlığı, İstanbul Ticaret Odası ile birlikte Teknopark İstanbul'u kurmuş, Ankara'da ise kümelenme çalışmalarına ağırlık vermiştir. Ankara Kazan'da yer alan TUSAŞ Havacılık ve Uzay Sanayii A.Ş. tesislerinin yakınında "Savunma ve Havacılık Sanayii Kümelenmesi" kurulması Savunma Sanayii İcra Komitesi'nde kararlaştırılmıştır. Kümelenme çalışmasının başlangıcında, bölgeye savunma sanayii alanında faaliyet gösteren işletmelerin çekilebilmesi için uygun altyapı-üstyapı ve yönetim modelinin belirlenme çalışmalarına devam edilmektedir. Savunma sanayii, devletin piyasa yapıcı rolünü en etkin şekilde kullanabildiği, uzun vadeli üretim ve tedarik stratejileri çerçevesinde sektörü yapılandırabildiği bir sanayi kolu olması nedeniyle bu alandaki kümelenme çalışmalarının başarılı olacağı düşünülmektedir.

Eskişehir Havacılık ve Savunma Kümelenmesi: Eskişehir, Cumhuriyet'in kurulmasından itibaren, havacılık ve savunma sanayiinin olduğu ve geliştiği bir bölge olma konumunu artarak sürdürmektedir. Eskişehir Sanayi Odası'nın 2005 yılından beri devam eden "Eskişehir Sanayi Strateji Toplantıları" ve 2008 yılında başlayan "Eskişehir Sanayi İnovasyon Stratejileri için Kapasite Oluşturma Projesi - ESİNKAP" toplantılarında rekabet üstünlüğüne sahip olduğu belirlenen havacılık ve savunma sanayii ile ilgili özel bir sanayi bölgesi kurulmasına karar verilmiştir. Eskişehir'in;

- İl sanayi ve halkının havacılık sanayiine 85 yıllık yakınlığı,
- Özel (ulusal ve uluslararası) sektörün 1986'da başlayan havacılık yatırımları,
- Ana sanayi-yan sanayi ilişkileri çerçevesinde kalite ve standartlara uygun üretim tecrübesi, iletişim kabiliyeti, teknolojik yatkınlık,
- Anadolu Üniversitesi, Osmangazi Üniversitesi ve meslek liselerinde 20 yıldır süregelen eğitim faaliyetlerinin mevcudiyeti,
- İlgili meslek kuruluşlarının ulusal platforma yönelik faaliyetleri,

sonucu Eskişehir Sanayi Odası öncülüğünde, sektörün gelişmesine yönelik hareketi sahiplenilmiş ve bu sahada kümelenme hareketi başlatılmıştır.

İzmir Havacılık ve Uzay Kümelenmesi, EGE Serbest Bölgesi ve İşleticisi A.Ş. (ESBAŞ) ve Ege Ekonomiye Geliştirme Vakfı (EGEV) öncülüğünde 2007 yılında başlayan İzmir Havacılık ve Uzay Kümelenmesi girişiminin temel amacı, İzmir'i havacılık sektörünün küresel tedarikçisi yapacak şekilde havacılık endüstrisinin dünya çapındaki kuruluşlarının ulusal kuruluşlarla işbirliği yapabilecekleri bir

platformun oluşturulması şeklinde belirlenmiştir. Halen havacılık endüstrisinin devleri olan imalatçı kuruluşlara tedarik yapan firmaların ESBAŞ içindeki sayısı ve İzmir limanının özelleştirilerek işletmesinin, lojistik sektörde bir dünya devi olan, Hutchison şirketine verilmesi adı geçen kümelenme projesinde etkili olmuştur. Savunma Sanayi Müsteşarlığı'nın da desteklediği bu kümelenme projesini; ESBAŞ, EGEV ve Ege Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir Ekonomi Üniversitesi, İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü ve Yaşar Üniversitesi ile Ege Bölgesi Sanayi Odası ve Savunma Sanayi Müsteşarlığı temsilcilerinden oluşacak yürütme kurulu takip etmektedir.

İzmir Havacılık ve Uzay Kümelenmesi, ülkemiz havacılık ve uzay sanayiinin gelişimi için sektöre ihtiyaç duyduğu desteği sağlamak, sektörde yerli katkı payının ve ihracat imkânlarının artırılmasına katkıda bulunmak, ulusal ve uluslararası alanda işbirlikleri kurmak ve sektörün yenilikçi ürünler ve süreçler geliştirmesine destek olmak amacıyla kurulmuş bir kümelenme örneğidir.

İstanbul Finans Merkezi Projesi: Finans sektörüne yönelik bir kümelenme çalışmasıdır. İstanbul'un bölgesel ve küresel finans merkezi olması, istihdamın ve uluslararası fon girişinin artması ve ekonomik büyümeye katkı sağlanması amacıyla İstanbul'un Finans Merkezi olması yolunda çalışmalara Kalkınma Bakanlığı'nın koordinasyonunda başlanmıştır. Bu kapsamda, 23 öncelik ve 71 eylemden oluşan strateji belgesi hazırlanmış ve 2009 yılında uygulamaya konulmuştur. İstanbul Finans Merkezi Projesinin vizyonu; "İstanbul, öncelikle bölgesel, nihai olarak da küresel finans merkezi olacaktır" şeklinde belirlenmiştir. Türkiye'de, finansal hizmetler sektöründe bankalar ve sigorta şirketleri dışında, faktöring şirketleri, finansal kiralama şirketleri, tüketici finansman şirketleri, emeklilik şirketleri, menkul kıymet aracı kurumları, kıymetli maden aracı kurumları, yatırım fonları, yatırım ortaklıkları, gayrimenkul yatırım ortaklıkları gibi banka dışı finansal kuruluşlar yer almaktadır.

Türkiye'deki diğer kümelenme çalışmaları olarak Elazığ, Samsun, Merzifon ve İzmir'deki bazı oluşumlardan söz edilebilir. Elazığ Valiliği tarafından "Elazığ Buluşuyor" şemsiye programı kapsamında "Kümelenme Temelli Stratejik Ekonomik Kalkınma Projesi" ile il düzeyinde kümelenme çalışması başlatılmıştır. Proje kapsamında öncelikle Elazığ ili genelinde faaliyet gösteren tüm sektörlerin

uluslararası rekabetçilik analizi yapılmış ve yapılan çalışmalar sonucunda mermer ve su ürünleri sektörlerinde kümelenme analiz çalışmalarına başlanmasına karar verilmiştir. Kümelenme analiz çalışması Elazığ Valiliği ile Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası önderliğinde tamamlanmış, kümelenme geliştirme safhasına geçilmiştir.

Samsun'da, MEDİKÜM “Samsun Medikal Sanayi Kümelenme Derneği” KOBİ’lerin rekabet gücünü artırmak ve rekabetçilik anlayışını geliştirmek derneğin ana amacı olarak belirlenmiştir. Dernek, bünyesinde 50 üye bulunmakta ve Samsun’da medikal işkolu kümelenme çalışmalarını yürütmektedir.

Merzifon Ankastre Kümelenmesi, Merzifon OSB koordinasyonunda 2011 yılı başında oluşturulmuştur. Merzifon Ankastre Kümesi ile 1000’in üzerinde istihdam sağlayan rekabet seviyelerini geliştiren AR-GE kabiliyetine sahip, uluslararası bağlantıları gelişmiş seviyede olan bir küme oluşumu hedeflenmiştir.

İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi (İAOSB) Makine Metal Döküm Kümesi projesinin genel amacı, bölgede makine, metal ve döküm sektörlerinde faaliyet gösteren firmaların rekabetçilik seviyelerinin artırılmasıdır.

Türkiye’de 2005 yılından itibaren kümelenme projeleri uygulanmaktadır. Bu kapsamda gerçekleştirilen istatistiksel küme haritalama çalışmaları, yapılan analizler ve geliştirilen yol haritaları, düzenlenen eğitim ve konferanslar ve diğer bilinçlendirme çalışmaları, kümelenme ve kümeler ile ilgili ciddi bir bilgi birikimi ve deneyimin oluşmasını sağlamıştır. Bir sonraki sayfada, Tablo 3’te söz konusu projeler ile özel sektör tarafından belirlenen kümelerin genel dağılımı verilmektedir.

Tablo 3 genel olarak incelendiğinde şu hususlar öne çıkmaktadır: Kümelenme çalışmalarının başlamasında AB fonlarıyla finanse edilen projelerin önemli bir yeri bulunmaktadır. Sanayi sektörüyle ilgili kümelerde yer alan işletmelerin büyük çoğunluğu OSB’lerde yer almaktadır. Belirlenen 43 kümenin 12’si imalat sanayiinde orta ve yüksek teknoloji sektörlerinde yer almakta iken; 3’ü turizm sektöründe, 5’i tarım sektöründe ve geri kalan 21 küme ise, imalat sanayiinde düşük teknoloji ve emek yoğun sektörlerde yer almaktadır. Söz konusu yapı, imalat sanayinin teknolojik yapısıyla da paralellik göstermektedir.

Tablo 3: Türkiye’de Belirlenen Kümeler

ABİGEM	DTM (Yol Haritası)	DTM (Analizi)	GAP GİDEM	İZKA	Diğer Kümeler
Denizli-Yeşilyuva Ayakkabı	Ankara-İş ve İnşaat Makineleri	Çorum-Makine İmalatı	Diyarbakır-Mermer	İzmir-Endüstriyel Havalandırma İklimlendirme ve Soğutma Cihazları	İzmir OSB-Makine, Metal Döküm
Denizli-Ev Tekstili	Ankara-Yazılım	Erzurum-Kars-Kış Turizmi	Adıyaman-Tekstil	İzmir-İşlenmiş Meyve-Sebze	İstanbul-Tekstil (İTKİB)
Eskişehir-Havacılık	Bodrum-Yat İmalatı	Gaziantep-Makine Halısı	Mardin-Gıda	İzmir-Araç Üstü Ekipman	Samsun-Medikal
Kayseri-Kapadokya Turizm	Denizli ve Uşak-Ev Tekstili	Kayseri-Mobilya	Şanlıurfa-Organik Tarım		Ankara OSTİM-Savunma Sanayii
Konya-Metal Döküm	Eskişehir-Bilecik-Kütahya-Seramik	Malatya-Kayısı Üretimi	GAP-Organik Tarım		Ankara OSTİM-Medikal
Adana-Hazır Giyim	İzmir-Organik Tarım	Mardin-Turizm			İstanbul Sultanahmet-Turizm
	Konya-Otomotiv Yan Sanayii	Samsun-Dış Ticaret Hizmetleri			Ankara OSTİM-Yenilenebilir Enerji ve Çevre Teknolojisi
	Manisa-Elektrik-Elektronik Ürünler	Sivas-Doğal Taşlar			Ankara-Kazan-Savunma Sanayii Kümelenmesi
	Marmara-Otomotiv	Trabzon-Ağaç ve Ağaç Ürünleri			İstanbul Finans Merkezi Kümelenmesi
	Mersin-Tarım ve Gıda	Yozgat-Mobilya			

Kaynak: Cansız, 2011: 103.

1.2.3. Yığılma Ekonomileri

Bölgesel gelişmede bütünleşme, yayılma ve yoğunlaşma süreçleri ile birlikte, yığılma ekonomileri (agglomeration economies) ortaya çıkmaktadır. Yığılma ekonomileri, nüfus ve ekonomik faaliyetlerin belli merkezlerde yoğun bir şekilde toplanması (concentration) ile oluşmaktadır. Şehirler değişik ekonomik faaliyetlerin toplandığı yerler olmaktadır. Bu toplanma, yani şehirlerin nüfus ve ekonomik faaliyetleri kendilerine çekme gücü, yığılma ekonomileri ile açıklanmaktadır. Böylece yığılma ekonomilerinde, bir yandan alt ve üst yapı donatımları ile ekonomik sürecin bütünleşme ve yoğunlaşma şeklinde belirginleşen toplulaşması, diğer yandan da bu toplulaşmaların mekânda dağılım ve yayılması söz konusu olmaktadır. Yığılma ekonomilerinin farklı büyüklük ve etkinlikte olması, yığılma sürecinde oluşan merkezlerin farklılaşmasına neden olmaktadır. Bu yüzden, bir bölge veya ülke içinde yığılma ekonomilerinin görünümü, yayılmış-farklılaşmış-toplanmalar şeklinde olmaktadır (Erkan, H., 1987a: 131).

Yığılma ekonomilerine bağlı olarak, nüfus ve ekonomik faaliyetin bir şehirde toplanması, yerel piyasaların potansiyel büyüklüğünü artırmaktadır. Bu durum gerek hammaddenin, gerekse ürünün birim başına taşıma ve dağıtım masraflarını düşürmektedir. Ayrıca büyük piyasaların varlığı, büyük ölçekli üretimi zorunlu kıldığı için üretim maliyetini de düşürmektedir. Bu durum uzmanlaşmaya ve verimlilik artışına kaynaklık etmektedir. Oysa küçük piyasa ölçeğine sahip bir şehirde, birçok mal ithal edilerek karşılanacak ve büyük taşıma masraflarına katlanılacaktır. Sanayilerin belli bir coğrafik mekânda toplanması, aralarındaki tamamlayıcılık bağlantıları yolu ile dışsal etkiler yaratırken, yine arz ve talep cephesinde taşıma masraflarının düşmesini sağlamaktadır. Bu arada gerekli işgücü, yığılma ekonomilerine sahip şehirlerde toplanmaktadır. Yığılma ekonomileri yetenekli yönetici ve girişimcileri de kendine çekmektedir. Belli bir yığılma ve nüfus eşiğinden sonra her türlü mal ve hizmet üretimi gerçekleştiği gibi, girişimciler için uygun ortam ve yeni iş olanakları ortaya çıkmaktadır (Erkan, H., 1987a: 135).

Birey ve firmaların, dolayısıyla ekonomik faaliyetlerin belirli bir mekânda toplanması ile ortaya çıkan ve maliyetlerde gerçekleşen azalmayı ifade eden etkiler “yığılma ekonomileri” olarak adlandırılmaktadır. Birçok ampirik çalışma yığılma ekonomilerinin alansal yapının etkinliğini artırdığını, verimlilik ve yenilik oranlarını

yükselterek büyümeyi hızlandığını ortaya koymaktadır Yığılma ekonomileri, firmalar tarafından kontrol edilemediği için dışsal ekonomi niteliğindedir.

Yığılma ekonomileri, içsel bağlantılı bir ekonomide mal ve hizmet üretimlerinin mekânsal yakınlığından sağlanan yararlardır. Mekânsal olarak yakın yerleşmenin firma ve endüstriler için önemli yararlar doğurduğu ilk kez Alfred Marshall tarafından ortaya konulmuştur. Bu nedenle, ekonomik faaliyetlerin bir araya toplanmasını özendirici faktörler genel olarak “Marshallgil Dışsallıklar” olarak tanımlanmaktadır (Marshall, 1890/1920). Marshall bu yığılma faktörlerini toplu üretim (içsel ekonomiler), ileri derecede uzmanlaşmış işgücü, uzmanlaşmış girdi hizmetleri ve taşıma olanaklarını da içeren modern altyapı olarak sıralamıştır (Fujita, 1989: 273). Marshall yığılma ekonomilerini dışsal ekonomiler olarak algılamış olsa da bu kavram yerine “yerleşmiş ekonomiler” kavramını kullanmıştır (Kıymalıoğlu ve Ayoğlu, 2007: 171-172).

Yığılma ekonomilerinin çeşitli büyüklükte ve etkinlikte olmaları, yığılma sürecinde gerçekleşen coğrafi örüntüyü farklılaştırmaktadır ve böylece ekonomik birimlerin yerleşimleri mekânsal bir eş dağılım göstermemektedir. Ekonomik etkinliklerin mekânsal yerleşimini ve oluşan coğrafi örüntünün niteliğini belirleyen iki zıt kuvvetten² biri olan yığılma (merkezcil) güçleri şunlardır (Krugman, 1996: 7):

- i. Pazar ölçeği etkisi³
 - Geri bağlantılar (pazara erişim)
 - İleri bağlantılar (ürüne erişim)
- ii. Gelişmiş işgücü piyasası
- iii. Saf dışsal ekonomiler (bilgi yayılması)
- iv. Doğal faktörler (iklim, verimli kaynaklar, ulaşılabilirlik avantajları vs.)

Literatürde bu yığılma faktörleri “*Birinci Doğa*” ve “*İkinci Doğa*” olarak isimlendirilmektedir. Birinci Doğa, deniz kıyısında yer alma, uygun iklim koşullarına sahip olma gibi coğrafi yapı ve doğal kaynaklar ile şekillenen özellikleri temsil

² Ekonomik faaliyetlerin mekânsal yerleşimi, yığılma (merkezcil) ve saçılma (merkez-kaç) kuvvetlerinin karşılıklı etkileşimi tarafından belirlenmektedir.

³ Pazarın büyüklüğü ileriye ve geriye doğru bağlantı etkileri yaratmaktadır. Pazar büyüdükçe, ara malları sektörü gelişmekte, böylece bu girdilerin kullanıldığı nihai malların üretim maliyetlerinde azalma sağlanmaktadır (ileri bağlantı). Diğer yandan, girdi-çıktı ilişkisi olan ve yığılma avantajlarından yararlanmak isteyen firmalar yığılmanın gerçekleştiği coğrafi alanlara yerleşmeyi tercih etmektedirler (geri bağlantı).

etmektedir. İkinci Doğa ise piyasa yapısı, uzmanlaşma, çeşitlilik gibi özellikleri temsil etmektedir.

Temel olarak ölçek ekonomileri, dışsal ekonomiler, artan getiriler ve eksik rekabetçi piyasa yapısı üzerinde şekillenen yığılma ekonomileri, kentsel ekonomi literatüründe Isard'ın Marshallgil çizgide yaptığı sınıflamaya göre genel olarak ikiye ayrılarak ele alınmaktadır: “*Yerelleşme Ekonomileri*” (localization economies) ve “*Kentleşme Ekonomileri*” (urbanization economies). Ekonomik Coğrafya literatüründe ise statik ve dinamik dışsallıklar bağlamında ele alınmakta ve “*Statik (Durağan) Yığılma Ekonomileri*” ve “*Dinamik Yığılma Ekonomileri*” olarak ikili sınıflamaya tabi tutulmaktadır (Fujita, 1989: 273). Statik yığılma ekonomileri “*Yerelleşme Ekonomileri*” ve “*Kentleşme Ekonomileri*” iken dinamik yığılma ekonomileri *MAR (Marshall-Arrow-Romer)*, *Porter* ve *Jacobs dışsallıkları*dır.

Bunlardan ilki işletme düzeyinde geçerlidir ve işletmenin ölçek büyüklükleri yoluyla sağladıkları teknolojik ve ekonomik içsel tasarrufları kapsamaktadır. İkincisi, bir üretim biriminin, üretim faaliyetleri dolayısıyla diğer üreticilere karşılıksız olarak sağladığı tasarruf veya kayıplar şeklinde ortaya çıkan dışsal ekonomilerdir.

Dışsal ekonomiler, literatürde genellikle bu kapsamı ile ele alınmıştır. Bu ilişkiler daha çok sanayilerin kuruluş yeri seçimi ve firmalar arası bütünleşme için önemli bir unsur olarak sanayileşme sürecinde dikkate alınmaktadır. Çalışmanın bu kısmında, yığılma ekonomileri, ekonomik coğrafya literatüründe ele alınan bağlamda, “statik ve dinamik dışsallıklar” bağlamında incelenecek ve değerlendirilecektir.

1.2.3.1. Statik Dışsallıklar Bağlamında Yığılma Ekonomileri

Sanayi coğrafyası çalışmaları, Marshall tarafından tanımlanan dışsallıkların (statik ve dinamik dışsallıklar) farklı kaynakları üzerinde yoğunlaşmıştır, yani uzmanlaşmış işgücünün varlığı, bilgi ve teknoloji yayılmaları ve tamamlayıcı ticari ilişkilerin ortaya çıkması vb. Statik dışsallıklar firmaların yakınlıklarından dolayı elde ettikleri maliyet azalmalarını ifade ederken, dinamik dışsallıklar beraber öğrenme (ortak çalışma kültürü), inovasyon ve artan uzmanlaşmayı belirtmektedir.

Statik dışsallıklar bağlamında yığılma ekonomileri yukarıda da belirtildiği üzere; “*Yerelleşme Ekonomileri*” ve “*Kentleşme Ekonomileri*” şeklinde ikili bir

sınıflama kapsamında değerlendirilmektedir. Belirli bir mekânsal alanda firmalar için dışsal, endüstri için içsel yararlar olması durumunda söz konusu olan Yerelleşme Ekonomileri, bir endüstrinin toplam çıktısında oluşan artışın firma maliyetlerini azaltması sonucunu yaratmaktadır. Yerelleşme ekonomileri, aynı alana yerleşmiş aynı endüstriye dahil olan firmaların oluşturduğu yığılma ekonomileridir ve yerel endüstri düzeyinde ortaya çıkması nedeniyle firmalar için dışsal, endüstri için ise içsel sonuçlar doğurmaktadır (Küçüker, 1998: 40-82). Kentleşme Ekonomileri ise belirli bir kent alanındaki toplam çıktı artışı sonucunda tüm firmaların maliyetlerinde azalma yaratan dışsal etkiler olarak tanımlanmaktadır (Goldstein ve Gronberg, 1984: 91-104). Kentleşme ekonomileri, yerelleşme ekonomilerinden iki noktada ayrılır: Kentleşme ekonomileri, yerelleşme ekonomileri gibi sadece tek bir endüstri ölçeğinde değil, kentin bütününde ortaya çıkarlar. Aynı zamanda kentleşme ekonomileri, yerelleşme ekonomileri gibi sadece tek bir endüstriye dahil olan firmalar için değil, kentteki tüm firmalar için geçerli olurlar (Kıymalıoğlu, 2004: 364-384). Açıklamalar doğrultusunda; yerelleşme ekonomileri, yalnızca firmalar için yapılan bir tanım olmakta, örneğin tüketicilere yönelik dışsal ekonomileri kapsamamaktadır.

1.2.3.2. Dinamik Dışsallıklar Bağlamında Yığılma Ekonomileri

Dinamik dışsallıklar, uzun dönem ilişkiler ve etkileşimlerin tarihi ile güçlenen yerel bilgi birikimleriyle gerçekleşmekte, ekonomik aktörler arasındaki iletişim ile ortaya çıkmaktadır. İletişim ve etkileşimin yoğun olduğu durumda fikir ve bilgiler hızla yayılmaktadır. İletişimin sıklığı ise, coğrafi yakınlık tarafından belirlenmektedir ve bu yakınlık özellikle büyük kentlerde önemli bir dışsallık yaratmaktadır. Dinamik dışsallıklar, genel olarak teknolojik dışsallık niteliğindedir. Bir firma ya da endüstride gerçekleşen bir yenilik, bilgi yayılmaları yolu ile piyasa mekanizmasına dahil olmadan diğer firma ve endüstrilere olumlu dışsallıklar sağlayıp verimliliklerini artırmaktadır (Kıymalıoğlu ve Ayoğlu, 2006: 198-209).

Dinamik dışsallıklar ile ilgili farklı kuramlar ortaya atılmıştır. İlk kez Gleaser, Kallal, Scheinkman ve Shleifer, 1992 yılında yaptıkları çalışmada dinamik dışsallıklar ile ilgili kuramları sınıflayarak dinamik dışsallıklara neden olan faktörleri özetlemişlerdir (Glaeser ve diğerleri, 1992: 1126-1152). Bu çalışma ile günümüze

kadar yapılan dinamik dışsallıklarla ilgili tüm ampirik çalışmalar için yol gösterici olmuşlar ve olmaya da devam etmektedirler.

Dinamik dışsal ekonomiler, piyasa yapısının niteliğine ve bilgi kaynağına göre iki alt grupta incelenebilir (bkz; Tablo 4). Teknolojik dışsallıkların önemi konusunda genel bir fikir birliği varmış gibi görünse de bu bilginin nereden geldiği konusunda süregelen bir tartışma söz konusudur. Dinamik dışsallık türleri, bilgi yayılmaları aynı endüstri içinde ya da farklı endüstriler arasında gerçekleşebildiğinden, aynı endüstride yer alan yerel firmalar arasında bilgi yayılımı ile ortaya çıkan ve monopol piyasa yapıları ile uyumlu “*Marshall-Arrow-Romer (MAR) Dışsallıkları*” ve farklı endüstriler arasında bilgi yayılımı ile ortaya çıkan ve rekabetçi piyasa yapıları ile uyumlu “*Jacobs Dışsallıkları*” dır. “*Porter Dışsallıkları*” ise bir ara durum niteliğindedir, bilgi yayılması ve büyümenin sağlanması için rekabetçi piyasaların daha uygun olduğunu ileri sürerken, bilgi yayılımının en etkin şekilde aynı endüstriye dahil firmalar arasında gerçekleştiğini ifade etmektedir.

Tablo 4: Dinamik Dışsallık Türleri

		<i>Piyasa Yapısı</i>	
		<i>Rekabetçi</i>	<i>Eksik Rekabetçi</i>
		Porter	MAR
<i>Bilgi Kaynağı</i>	Endüstri içi (Uzmanlaşma)	Dışsallıkları	Dışsallıkları
	Endüstrilerarası (Çeşitlilik)	Jacobs Dışsallıkları	

Kaynak: Lucio ve diğerleri, 2002: 243.

Marshall, Arrow ve Romer, yerel sanayi uzmanlaşmışsa teknoloji taşmalarından doğan dışsallıkların en çoklaşacağını ileri sürmüştür. Porter, uzmanlaşmış ve coğrafik olarak yoğunlaşmış endüstriler içinde yaratılan dinamik dışsallıkların önemini vurgulamıştır. Uzmanlaşmış hedef endüstriler içinde, ekonomik faaliyetlerin coğrafik olarak daha fazla yoğunlaşması, daha fazla bilgi taşmalarına ve bu sayede daha fazla yığılmalara ve büyümeye öncülük edecektir. Üretimin bir ulus içinde coğrafik yoğunlaşması, bölgenin bir veya birkaç endüstride uzmanlaşmasını getirecektir (Marshall, 1890/1920; Arrow, 1962: 155-173 ve Romer, 1986: 1002-1037).

MAR dışsallıkları, aynı endüstride yer alan firmalar arasında bilgi yayılımı ile ortaya çıkan dışsallıklardır. Statik anlamda endüstri içi yerel dışsallıklara, yani yerelleşme ekonomilerine karşılık gelmektedir. Marshall, Arrow ve Romer'in kuramlarına dayanan MAR teorisi, tıpkı Schumpeter gibi büyüme ve yenilik için tekelci piyasa yapılarının daha uygun olduğunu savunmaktadır. Çünkü bu koşullar, firmaların ortaya koydukları yeniliklerin yararlarının içselleştirilebilmesine izin vermektedir. Ancak bu şekilde yenilik ve bilgi üretimi artmaktadır. MAR teorisi, yerel rekabetin büyüme için olumsuz bir ortam oluşturduğunu, tekelci piyasa yapısının ise, dışsallıkları içselleştirebildiği için yenilikleri artırdığını savunmaktadır.

Porter dışsallıkları, tıpkı MAR dışsallıkları gibi bilginin en iyi, aynı endüstri içinde yayıldığını kabul eder, ancak piyasa yapısı açısından ayrılır. Porter, coğrafi olarak yoğunlaşmış ve uzmanlaşmış endüstrilerde bilgi yayılması için en uygun ortamın rekabetçi piyasalar olduğunu, yerel rekabetin yeniliklerin ortaya konma sürecini hızlandığını savunmaktadır. Rekabetçi firmaların birbirlerinin fikirlerini taklit etmesi, firmalar üzerine yenilik yapmak anlamında bir baskı oluşturmaktadır. Porter, teknolojik olarak yenilik ortaya koyamayan firmaların rekabet güçlerini kaybettiklerini ve rekabet etmeyi sürdüremeyerek piyasadan ayrılmak zorunda kalacaklarını belirtir.

Jacobs dışsallıkları, firmaların kendilerinin dahil olduğu endüstri dışından bilgi yayımları ile sağladıkları dışsallıklardır ve statik bağlamda kentleşme ekonomilerine karşılık gelmektedir. Jacobs, bilgi taşmalarının farklı endüstri ve iş alanları arasında gerçekleştiğini, kent alanında oluşan endüstriyel çeşitliliğin daha fazla yeni fikir üreteceğini belirtmiştir. Yerel ekonomik yapıdaki çeşitlilik, firmalar ve endüstriler arasındaki bilgi yayılması sürecini kolaylaştırmakta ve ekonomik büyümeyi hızlandırmaktadır. Jacobs, tekellerin kentlere zarar verdiklerini iddia etmektedir (Jacobs, 1984: 227).

Sonuç olarak, MAR ve Porter teorileri, coğrafi olarak yoğunlaşarak uzmanlaşmış endüstrilerde firmalar arasında bilgi yayılmalarının daha etkili olduğunu ve uzmanlaşmış endüstrilerin daha hızlı büyüdüklerini savunmaktadır. Jacobs ise endüstriyel çeşitliliğin büyüme üzerinde daha etkili olduğunu belirtmektedir.

Statik ve dinamik yığılma ekonomilerini araştıran çalışmalar imalat sanayii üzerine yoğunlaşmış durumdadır, çünkü sadece imalat sanayii alt sektörleri, uygulama yapmak için gerekli verileri sağlayabilmektedir. Ancak, uygun verilerin yokluğu, verilerin yetersizliği ve dışsal ekonomilerin gözlenemeyen özellikleri gibi nedenler yığılma ekonomilerinin saptanmasını zorlaştırmaktadır (Hanson, 2000). Farklı türdeki yığılma ekonomilerinin varlıkları ve etki düzeyleri üzerine süregelen bir tartışma vardır. Aynı ülke için yapılan çalışmalarda bile yığılma ekonomilerinin görece önemleri farklılık göstermektedir. Ampirik çalışmalar, yığılma ekonomilerinin büyümeyi desteklediği yönündeki görüş birliği nedeniyle, istihdam büyümesi, işgücü verimliliği artışı, çıktı büyümesi ve katma değer artışına yığılma ekonomilerinin etkilerinin belirlenmesi üzerinde yoğunlaşmıştır. Yapılan çalışmalarda, üretim fonksiyonu yaklaşımı, bağımlı değişken olarak da toplam veya ortalama çıktı, istihdam rakamları ve verimlilik oranları kullanılmaktadır.

1.2.4. Ekonomik Coğrafya Teorisi: Amacı, Kapsamı ve Gelişimi

Ekonomik faaliyetlerin az sayıda yerlerde veya kentlerde yığılmasının altındaki ekonomik açıklama, birbirine zıt iki kuvvet olan (merkezcil) yığılma ve (merkez-kaç) dağılma kuvvetlerinin karşılıklı etkileşimine dayanmaktadır (Fujita ve Thisse, 1996: 339-378).

Ekonomik faaliyetlerin yerleşim yeri olarak belirli bölgeleri seçmesi ve söz konusu bölgelerde belirli coğrafi örgütlenmelerin oluşması son yıllarda iktisatçıların açıklaması gereken önemli bir sorun haline gelmiştir. İşte ekonomik coğrafya dalı bu ihtiyaçtan doğan ve çeşitli teorik modeller yardımıyla mekânsal ekonomik ilişkileri açıklamaya ve öngörülerde bulunmaya çalışan genel iktisat biliminin özel bir uzmanlık alanını oluşturmaktadır.

Ekonomik coğrafya, ekonomik etkinliklerin neden az sayıda yerde özellikle de kentlerde toplanmakta ve yığılmakta olduğu sorusuna yanıt aramaktadır. Bu soruların açıklanmasında tek ve evrensel bir model bulunmadığı için, problemin çözümlenebilmesi için farklı yönler üzerinde odaklanan çeşitli modellerden faydalanılmalıdır. Çünkü ekonomik gelişmenin her aşamasında ekonomik denge ve coğrafi yapılanmalar farklılık gösterebilmektedir (Küçüker, 2000: 2-3).

İktisat biliminin çeşitli alanları gibi, ekonomik coğrafyanın da teorik gelişimi bir dizi araştırma projesi sonucunda gerçekleşmiştir. Çalışmanın önceki kısımlarında da açıklandığı üzere; mekânsal ekonominin analitik temellerini Alman geleneğindeki “Denge Yerleşim Teorisi” oluşturmaktadır. Von Thünen (1826), Weber (1929) ve Christaller (1933) eserleri üzerine Schumpeter’in öğrencisi olan Lösch (1940)’ın geliştirdiği ünlü “Yerleşim Ekonomisi” isimli klasığı, mekânsal ekonominin yeni bir bilimsel alan olarak ortaya çıkışında etkili olmuştur. Mekânsal ekonominin bu başlangıç temelleri üzerinde iki alt disiplin gelişmeye başlamıştır. Bunlardan birincisi Isard (1956) öncülüğündeki soyut, formel ve matematiksel bölgesel iktisat literatürüdür. İkincisi ise Keynesyen konjonktür teorisi, Myrdal-tipi kümülatif nedensellik anlayışı ve Marksist eşitsiz gelişme ve birikim sürecinden oluşan, eklektik, çok disiplinli ve ampirik uygulamalara yönelik olan ekonomik coğrafya literatürüdür (Küçüker, 2000: 2-3).

Krugman’a göre, ekonomik coğrafyanın beş kayıp geleneği vardır. Bunlar sırasıyla; Alman yer seçimi teorisi, kümülatif nedensellik, toplumsal fizik, arsa kullanımı ve rant teorisi ile yerel dışsal ekonomiler gelenekleridir. İşte bu “beş kayıp geleneğin” ileri matematiksel tekniklerle yeniden kurulması, yeni ekonomik coğrafyanın (coğrafi iktisadın) görevidir. Özellikle Krugman (1991)’ın öncülüğünde Venables (1996), Fujita (1989), Arthur (1994), Blanchard ve Katz (1992), Barro ve Sala-i-Martin (1995) gibi ünlü iktisatçıların yer aldığı bu yeni dalga, ekonomik coğrafyadan epistemolojik kopuşu ve ayırım çizgisini vurgulamak açısından *yeni ekonomik coğrafya* veya *coğrafi iktisat* olarak adlandırılmaktadır.

1990’lı yıllarda mekân boyutunun ana akım iktisat içine girişi, artan getiriler/eksik rekabet devriminin dördüncü ve belki de son dalgasını oluşturmaktadır. Eksik rekabet modellerinin kurulabilmesi için gerekli analiz aletlerini geliştiren *yeni endüstriyel organizasyon* dalgası teorik gelişimin birinci aşamasıdır. Ekonomik coğrafya alanındaki teorik ilerlemeler endüstriyel organizasyon literatüründe Chamberlin tipi monopolcü rekabet modelleri üzerine inşa edilen Dixit-Stiglitz modeli ile başlamıştır. Bu modelle birlikte eksik rekabet modellenebilir hale gelmiştir. İkincisi bu analitik enstrümanları kullanarak, artan getiriler durumunda stratejik ticareti açıklamaya çalışan *yeni dış ticaret teorisi*dir. Üçüncüsü dinamik dışsal ekonomiler ve bilgi yayılmaları temelinde kurulan *yeni*

büyüme teorisi veya *içsel büyüme teorisidir*. Dördüncü dalga ise, işte bu artan getiriler ve eksik rekabet modelleri çerçevesinde gelişen ve ekonominin mekânsal özelliklerini de dikkate alan *yeni ekonomik coğrafya* veya *coğrafi iktisattır* (Krugman, 1999: 146).

Özünde yerel bir olgu olan artan getiriler, dışsallıklar ve eksik rekabet üzerine kurulan bu yeni ekonomik coğrafya literatüründe amaç, mikro ekonomik temeller çerçevesinde analitik modeller kurarak, açıklamalar yapmak ve öngörülerde bulunmaktır. Bu sorunsal içinde artan getiriler, dışsallıklar, yığılma ekonomileri, çoklu-dengeler, öz-örgütlenme, tarihsel kilitlenme, tekerci rekabet ortamında ürün farklılaşması, beklentiler, kendini-doğrulayan kehanetler, çatallanma, yol-bağımlılık, taşıma maliyetleri, döngüsel ve kümülatif nedensellik gibi kavramların kullanıldığı analitik ve formel modeller geliştirilmiştir.

Ekonomik coğrafya yaklaşımı, dengesiz mekânsal gelişmeyi açıklamaya çalışan bir bilim dalıdır. Ekonomik faaliyetlerin belirli bölgelerde değişik biçimlerde yığılması aslında mekânsal ekonominin en çarpıcı özelliğidir. Paul Krugman (1991)'ın temel eserinin yazımına kadar bu konuda yüzlerce çalışma yapılmıştır. Ancak yazarın söz konusu eseri ilk kez genel denge modeli ile ekonomik faaliyetlerin belirli yerlerde yığılmasının nasıl ve ne zaman gerçekleştiğini açıklayabilmiştir. Krugman'ın bu alanda yazdığı eserlerle birlikte gelişen yeni ekonomik coğrafya yaklaşımı, eksik rekabet, artan getiriler ve taşıma maliyetleri bileşimini kullanarak, mekânsal ekonomik yığılmaları, ulusal ve uluslararası çapta bölgesel dengesizlikleri açıklayıcı mikro ekonomik temeller oluşturmuştur (Fujita ve Thisse, 2009: 109).

Yeni ekonomik coğrafya modellerinin temel amacı coğrafi mekânda meydana gelen çok farklı ölçeklerdeki ekonomik yığılmanın (kümelenmenin) oluşumunu açıklamaktır. Ekonomik faaliyetlerin yığılma veya kümelenmesi çok farklı coğrafi seviyelerde meydana gelebilmektedir. Örneğin bir tür yığılma küçük mağaza ve restoranların komşu bölgede kümelenmesiyle ortaya çıkabilmektedir. Ayrıca farklı türde yığılmaların aynı ülke içerisinde güçlü bölgesel veya sanayileşme farklılıkları nedeniyle ortaya çıktığı da görülmektedir (Fujita ve Krugman, 2004: 140).

Krugman çalışmasında, bir ülkenin bölgelerinin nasıl sanayileşmiş (merkez) ve tarımsal (çevre) olarak birbirinden ayrılabilirdiğini incelemiştir. Krugman’a göre bölgelerin merkez-çevre olarak ayrılması taşıma maliyetlerine, ölçek ekonomilerine ve imalat sanayiinin milli gelirdeki payına bağlıdır (Krugman, 1991a). Ekonomik faaliyetlerin çoğu coğrafi olarak belirli bölgelerde yoğunlaşmaktadır.

1990’lardan sonra yeni ekonomik coğrafya yaklaşımının gelişmesiyle birlikte, mekânsal özelliklerin ekonomik etkilerini inceleyebilmek için bazı teknik hilelerle (tricks) artan getirilerin ve eksik rekabetin modellendiği görülmektedir. Fujita, Krugman ve Venables (1999)’un ifadesiyle bu hileler “Dixit-Stiglitz, aysberg, evrim ve bilgisayar” olarak sloganlaşmıştır (Krugman, 1999: 146-148).

Fujita, Krugman ve Venables’ın sloganlaştırdığı bu dört hile aslında ekonomik coğrafyacıların kabul ettikleri temel varsayımları tanımlamaktadır. Bu varsayımların amacı, modellerin işleyişini hızlandırmak ve teknik detaylardan kurtularak gerçek ekonomik hayata yaklaşmaktır (Fujita ve Krugman, 2004: 142). Bu dört varsayım aşağıda açıklanmaktadır (Krugman, 1999: 146-148).

i) Dixit-Stiglitz: Yeni ekonomik coğrafya modeli, monopolcü rekabetin en dikkat çekici modellerinden olan Dixit-Stiglitz modeli üzerine kurulmuştur. Dixit-Stiglitz modelinin yeni ekonomik coğrafya yaklaşımı açısından en önemli özelliği malların sürekliliğini varsaymasıdır. Bu varsayım, modeli oluşturanların üretimin belirli bölgelerde süreklilik kazanması gibi yerleşim kararlarının bölünmezliği konusuna saygı gösterilmesini gerektirmektedir.

ii) Aysberg Taşıma Maliyetleri: Taşıma maliyetleri konusu, yeni ekonomik coğrafyanın esasını oluşturmaktadır. Ancak bu sektörü diğer mal üreten sektörlerle birlikte ele alarak yeni ekonomik coğrafya için genel denge modeli geliştirmek oldukça zordur. Taşıma maliyetleri ayrıca Dixit-Stiglitz modelinin sabit talep esnekliği varsayımını da geçersiz hale getirmektedir. Bu sorunu ortadan kaldırabilmek amacıyla Samuelson çözümü olarak bilinen varsayım kullanılmaktadır. Bu varsayıma göre taşınan bir malın belirli bir kısmı nakliye sırasında “eriyerek” yok olmaktadır. Yani taşıma maliyetleri bir anlamda taşınan malın içinde tutulmaktadır. Yeni ekonomik coğrafya modellerinde söz konusu erimenin sabit oranda gerçekleştiği varsayılmaktadır. Böylece Dixit-Stiglitz’in öngördüğü piyasa yapısı ile “aysberg” olarak adlandırılan taşıma maliyetleri arasında

verimli bir birleşim elde edilmektedir. Bu sayede hem yeni endüstri kolunun analize katılması engellenmekte, hem de taşıma maliyetinin f.o.b.⁴ fiyatının sabit bir oranında gerçekleşmesi sağlanmakta, böylece sabit talep esnekliği varsayımı korunmaktadır.

iii) Evrim: Ekonomik coğrafya analizlerinde genellikle çoklu dengeler bulunduğu görülmektedir. Örneğin, üreticilerin başka üreticilerin de seçtiği yerleşim alanlarını seçtiğini varsaydığımızda yer seçiminde keyfiyet ortaya çıktığı görülmektedir. Bu durum ekonomide hangi denge durumunun seçileceğini belirsizleştirmektedir. Yeni ekonomik coğrafya modellerinde ad hoc uyarlama süreci varsayımı yapılır. Yani, üretim faktörlerinin en yüksek reel getirileri teklif eden yerleşim bölgelerine doğru evrimci bir süreç içerisinde hareket edeceği varsayılır. Bu tip bir süreç beklentilerin rolünü dışarıda bırakacağı için yetersiz olacaktır. Strateji uygulamak yerine, yer seçim kararlarını veren ekonomik aktörlerin rol aldığı coğrafya modellerini oyun gibi yorumlamak mümkündür.

iv) Bilgisayar: Yeni ekonomik coğrafya modellerinin öğrenilmesinde hâlâ kalem-kâğıt analizinden faydalanmak yeterli olsa da daha ileri matematiksel modellerin uygulanmasında bilgisayarlardan faydalanılması büyük kolaylık sağlamaktadır.

Yeni Ekonomik Coğrafya Teorisinde tüm mekânsal ekonomi, genel denge anlayışı ile modellenmektedir. Bu yaklaşım Yeni Ekonomik Coğrafya Teorisini, geleneksel yerleşim teorisi ve ekonomik coğrafyadan farklılaştırmaktadır. Firma düzeyindeki artan getiriler ya da bölünmezlikler, ekonominin *arka bahçe kapitalizmine* dönüşmesini engellemektedir. Ayrıca artan getirilerin varlığı eksik rekabet piyasasının geçerli olduğunu gösterir. Taşıma maliyetleri, mekânı önemli hale getirmektedir. Ayrıca teoride, üretim faktörlerinin ve tüketicilerin mekânlar arasındaki hareketliliği, yığılma için bir ön koşul oluşturmaktadır.

Yeni içsel büyüme modellerinde mekân olgusunun açıklamaların dışında bırakıldığı, bölgesel kalkınma modelleri ve ekonomik coğrafya modellerinde ise ölçek ekonomilerinin sık sık kullanmış olsa da özenli bir bilimsel yapı

⁴ f.o.b.: Deniz taşımacılığında kullanılan bir terimdir. Tedarikçinin malzemeyi nakliye yapılacağı geminin güvertesine taşıyana kadar olan sorumluluğunu içerir. Fabrikadan liman gümrüğüne kadar olan taşıma masrafları ile liman gümrüğü ve liman masrafları tedarikçiye aittir. Malzeme gemi güvertesine taşındıktan sonraki sorumluluk ise müşteriye aittir.

geliştiremediği görülmektedir. Diğer yandan, yeni ekonomik coğrafya modelleri hem mekân hem de ölçek ekonomilerini analizlerinde kullanmış, mikro ekonomik temellere dayalı genel denge anlayışı içerisinde bütünsel bir yapı kurabilmiştir (TÜSİAD, 2008: 27-28). Diğer taraftan ekonomik coğrafyanın güncel araştırma programında endüstriyel bölgeler, ağ ve salkım tipi kümelenme, yenilikçi ortam ve post-fordizm, esnek uzmanlaşma ve yeni birikim modeli, sosyal ekonomi, kurumcu iktisat ve Fransız regulasyon ekolünün politik iktisat uzantıları yer almaktadır.

1.3. KÜME TANIMLAMA İÇİN YÖNTEMLER VE DEĞERLENDİRME

Kümelenme fikrinin kendisi ile ilgili bir derecedeki belirsizlikle birlikte, kümeleri tanımlamada kullanılan metodolojik yaklaşımlar da çeşitli ve genellikle anlaşılmalıdır. Her gerçekçi politika karar verme ve veri analizine dayanır - kümeler bu anlamda bir istisna değildir. Küme teşhisi – var olan kümeleri, kuvvetli ve zayıf yönlerini tanımlama – küme gelişme stratejisini gerçekleştirmede konuyla ilgilenenlerin ilgisi harekete geçirildikten ve potansiyel katılımları sağlandıktan sonra takip eden önemli bir basamaktır (DTI, 2004). Her birinin avantaj ve dezavantajları bulunan hem kalitatif hem de kantitatif yöntemler, endüstriyel kümeleri tanımlamada kullanılmaktadır.

Çalışmanın bu kısmında endüstriyel kümeleri tanımlamaya yönelik olarak kullanılan yöntemler ‘Küme Tanımlama İçin Kantitatif Yöntemler’ ve ‘Küme Tanımlama İçin Kalitatif Yöntemler’ başlıkları altında incelenmekte ve değerlendirilmektedir (Jucevičius ve Puidokas, 2007: 728-735).

1.3.1. Küme Tanımlama İçin Kantitatif Yöntemler

Endüstriyel kümeleri tanımlamakta kullanılan kantitatif yöntemler çalışmanın bu kısmında; anketler, sektörel girdi-çıkı analizleri, mekânsal ekonometri ve mekânsal istatistikler olmak üzere, dört başlık altında ele alınmış ve incelenmiştir.

1.3.1.1. Anketler

Anket yöntemi, var olan/potansiyel kümeleri tanımlamada çok fazla kullanılmamıştır. Daha çok, gerçek/potansiyel ilgililerin algılama ve tavırlarını ölçmede kullanılmıştır. Örneğin; Innobarometer (bir kuruluş), Avrupalı yöneticilerin yenilik prosesine olan tavır, fikir ve bakışlarını ölçmek için yıllık anketler gerçekleştirmektedir. 2006 yılında, küme benzeri ortamda faaliyet gösteren sadece yöneticilerin alanlarındaki küme varlığının farkında olduğunu yine kendileri beyan eden firmaların yüzdesini tespit eden ‘Avrupa’da yeniliği sağlamada kümenin rolü’ konulu anket yapılmıştır. Sürpriz olmayacak şekilde; böyle bir analiz, en ‘kümelenmiş’ ekonomiler olarak birinci sırada yer alan İngilizce konuşulan (İrlanda, İngiltere) ülkelerdeki kümelerin gerçek varlığından daha çok küme dağılımının yoğunluğunu yansıttı. Bu arada; yaygın biçimde endüstriyel kümeler olarak tanınan Almanya ve İtalya gibi ülkeler, fakat aynı fikir için farklı bir terim kullanarak, (örneğin, Almanca’da Kompetenznetze, İtalyanca’da distretto industriale) belirgin biçimde daha düşük sayıda çıkmışlardır. Bu sebeple; anket yöntemi, uygun şekilde kullanıldığı zaman, özellikle küme tabanlı faaliyetleri tespit etmek amacıyla uluslararası boyutta uygulandığında, sert bazı sınırlamalarla karşılaşmaktadır.

1.3.1.2. Sektörel Girdi-Çıktı Analizleri

Metodolojik olarak, işleyen kümeleri tanımlamada en çok arzu edilen yöntemdir. Çünkü farklı sektörlerdeki bağımlılığı tespit etmeye yardımcı olur. Örneğin, bir sektörün, diğer bir sektörün üretim süreçlerinde ne derece rol oynadığını gösterir, sektör-içi alıcı satıcı ilişkilerinin yoğunluğu gibi. Bu sebeple I-O (input-output) analizinin sonucu, bize farklı sektörlerdeki ekonomik bağımlılıkların gücü hakkında bilgi verir, aynı zamanda farklı sektörler arasında akan içerilmiş (teknik) bilginin yoğunluğunu da ifade eder (Peneder, 1997). I-O analizi ile ilgili temel sorunlar güvenilir ve uluslararası bilginin eksikliği ile ilgilidir. Bunun yanında, en uygun ekonomik veri, sektör-içi etkileşimlere değil endüstriyel sektörler odaklanmaktadır. Bu yaklaşımın diğer bir sınırlaması, tanımlanmış sektörler arasındaki ekonomik bağımlılıklar sadece var olan teknik, açık bilgi akışlarını ifade

etmez, ama sektörler arasındaki belirli yer ve zaman durumları ile ilgili kapalı veya örtük akışlar hakkında çok az bilgi vermektedir (Hayek, 1949).

1.3.1.3. Mekânsal Ekonometri

Mekânsal ekonometride yakın yer etkilerini analiz etmede en çok kullanılan yöntem, sektörlerin mekânsal ortaklığının derecesini yansıtan Moran'ın sektörel I istatistikleridir (örneğin, değişkenin benzer değerlerinin bir rastlantısı olarak otokorelasyon). Poon, endüstriyel yoğunlaşmaları analiz ederken sadece otokorelasyonun değil aynı zamanda çapraz korelasyon yöntemlerinin kullanılması gerektiğini önermektedir (Poon, 2003: 753-762). Çünkü çapraz korelasyon, sadece statik bölgesel ürünlerin mekânsal yakın yerlerini değil aynı zamanda 'x' bölgesindeki üretimin ne derece bağımsız veya 'y' bölgesindeki üretim faktörlerinden ne kadar etkilendiğini de göstermektedir. Bununla birlikte, bu ekonometrik yöntemler belirli mekânsal bağımlılıkları yansıtmaktadır.

1.3.1.4. Mekânsal İstatistikler

Poon doğru biçimde, endüstriyel kümeler gibi ekonomik yoğunlaşmaların analizi ve tanımlanmasının mekânsal ekonometriden ziyade çoğunlukla mekânsal istatistiklere dayandığını gözlemlemiştir. İstihdamın coğrafi ve sektörel dağılımı, katma değer, verimlilik ve ihracat hacmi gibi istatistikî veriler dikkate alınmıştır. Örneğin, Moreno vd., her bölgede yaşayan 100.000 kişi başına dağılan patentlerin miktarını alarak Avrupa'daki yenilikçi kümelerin dağılımını haritalamıştır (Moreno ve diğerleri, 2005: 715-739). Bölgesel uzmanlaşma, çoğunlukla endüstrinin yerel istihdam oranının ulusal istihdam oranına bir yüzdesi olan "yerelleşme katsayısı" kullanılarak hesaplanmaktadır.

Mekânsal istatistikler, coğrafik yoğunlaşmaların belli eğilimlerini yansıtabilir, en önemli sektörleri istihdam, ürün, katma değer, belirli yörelerdeki ihracat açısından göstermede yardımcı olabilir. Bununla birlikte; temel sınırlama, statik bir durum resmi sağlamasıdır ve birçok durumda küme analizi için yalnızca sektörel istatistiklerin kullanımı mevcuttur. Örneğin, yerelleşme katsayı verisi sadece belli alanda ortalamadan daha fazla bilgi yansıtmaktadır, ama bölgesel firmalarda, destek

organizasyon ve kurumlardaki küme ilişkilerinin gerçek varlığı hakkında az miktarda bilgi vermektedir.

Sanayi kümelerinin belirlenmesinin bir aşaması olarak kabul edilen sektörel yoğunlaşmaların ölçülmesinde kullanılan temel yöntemlerden biri yerleşme katsayılarının hesaplanmasıdır. Yerleşme Katsayısı (Location Quotient – LQ), yüksek nokta endüstrileri belirlemede çok faydalı bir yöntemdir. Bu endüstrilerin bilinmesi, bölgesel ekonominin bu dinamik sektörleri üzerine odaklanmaya yardım ederek, bölgesel kalkınma için geliştirilebilecek stratejilere izin verecektir. LQ, veri bir sektör için yerleşme derecesini belirlemede temel teknik olarak bilinmektedir (DTI, 2001: 15). LQ, bir bölge içindeki veri bir sektör veya sanayi için nisbi yoğunluk ve uzmanlaşmayı ölçmektedir. Yerleşme katsayısı, sanayinin bir bölgedeki yoğunluğunun ülkedeki yoğunluğuna oransal değerini veren bir ölçüdür. Aşağıda gösterildiği gibidir:

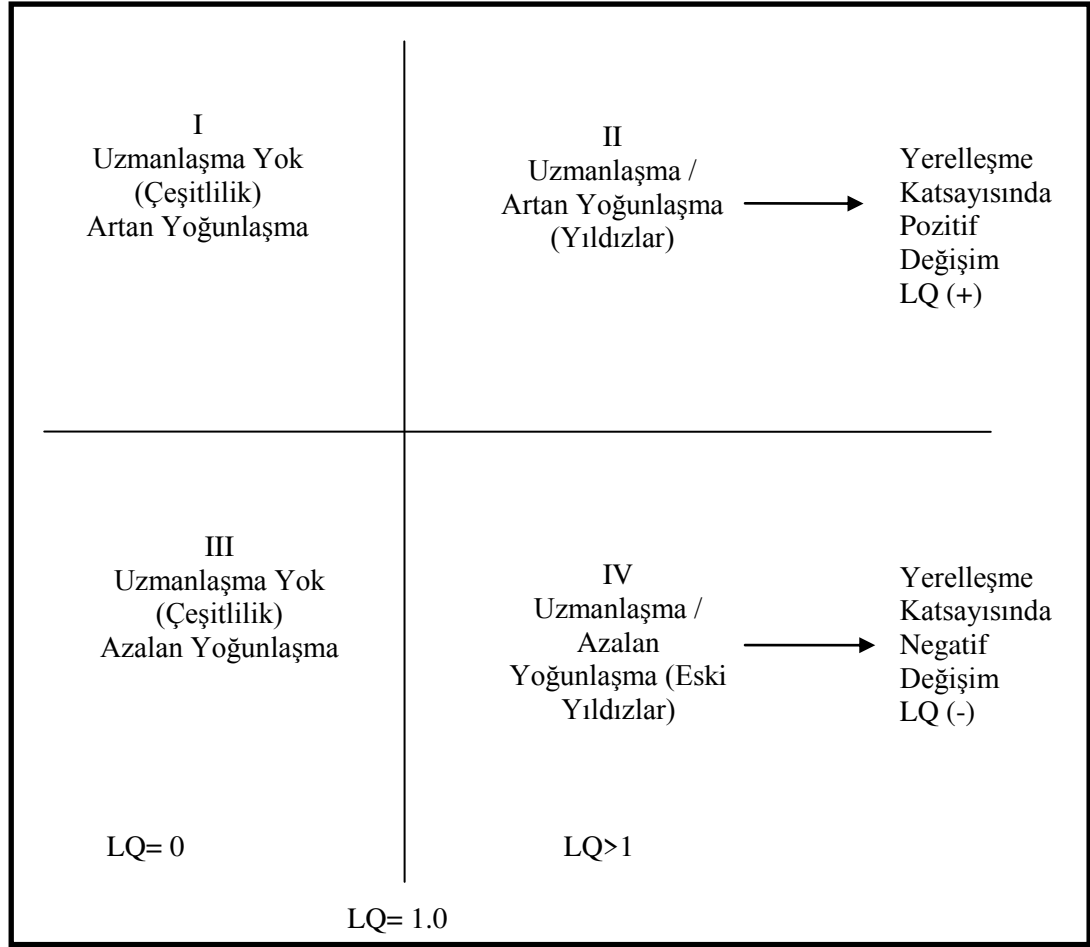
$$LQ = (\sum_{ij} / \sum_j) / (\sum_{in} / \sum_n) \quad (1)$$

$\sum_{ij}$ = i sanayiinin j bölgesindeki istihdamı, $\sum_j$ = bölgenin toplam istihdamı, $\sum_{in}$ = i sanayiinin ülkedeki istihdamı, $\sum_n$ = ülkenin toplam istihdamı.

Yerleşme katsayıları sektörel yoğunlaşmaların ölçülmesinde ve potansiyel sanayi kümelerinin tespitinde önemli bir veri olarak kabul edilebilir. 1’den büyük değerler, sanayinin bölgedeki yoğunluğunun ülkenin diğer bölgelerine oranla daha fazla olduğunu göstermektedir. 1,25’ten büyük LQ değerlerinin bölgesel uzmanlaşma anlamında yorumlanabileceği ifade edilmektedir (DTI, 2001). Gerçek şu ki; belirli bir endüstri için tespit edilen yüksek bir LQ değeri, bölge ekonomisi için söz konusu endüstride rekabetçi bir avantaj bulunduğu şeklinde yorumlanabilir (Kaya, 2006a).

LQ değerlerindeki değişimler bölgesel endüstriler hakkında stratejiler oluşturmak için önemli araçlar olarak da kabul edilebilmektedir. Bu bağlamda, belirlenen yüksek nokta endüstriler sürdürülebilir kalkınma politikaları yaratmaya yardımcı olmaktadır.

Şekil 1: Uzmanlaşma Matrisi



Kaynak: Kaya, 2006a: 5.

Boston Consulting Group tarafından geliştirilen Uzmanlaşma Matrisi (Specialization Matrix), her bölge imalat sanayilerinin incelenen dönemdeki değişikliklerini açıklamaktadır. Şekil 1’de görüldüğü gibi, matriste yer alan dört çeyrek düzlemin her biri LQ (Yerelleşme Katsayıları) temelinde, uzmanlaşma / çeşitlilik ve yoğunlaşmadaki değişikliklerin farklı kombinasyonlarını sunmaktadır (DTI, 2001: 15-16). Uzmanlaşmış ve rekabetçi sektörleri belirlemeye yönelik olan bu çalışmada, Uzmanlaşma Matrisinin, uzmanlaşmış ve rekabetçi sektörleri ($LQ > 1,25$) ifade eden, çeyrek düzlem II kısmı dikkate alınacaktır.

Çeyrek Düzlem I: Son inceleme dönemindeki LQ değeri 1’den küçük fakat 0’dan büyük ve ilk inceleme döneminden büyük olan endüstrilerdir. Bu çeyrek düzlem, geleceğin başarılı endüstrileri olabilecek endüstrileri sunmaktadır.

Çeyrek Düzlem II: Uzmanlaşmış / Artan yoğunlaşmaya sahip endüstrileri gösteren bu düzlem, uzmanlaşma ve yoğunlaşmadaki değişikliklerin güçlü bir karışımını sunmaktadır (LQ değerleri son dönemde 1’den büyüktür). Bu çeyrek düzlemde yer alan endüstriler nisbi olarak daha fazla uzmanlaşmıştır (LQ değerleri son incelenen dönemde 1’den büyüktür) ve daha fazla yoğunlaşmış hale gelmiştir (LQ değerleri son inceleme döneminde, önceki dönemi geçmiştir). Bu endüstriler, bulunduğu bölgede rekabetçi avantaja sahip ve “yıldız” olarak nitelenebilecek endüstrilerdir.

Çeyrek Düzlem III: Bu düzlemde, son dönemdeki LQ değeri 1’den küçük, fakat 0’dan büyük ve inceleme periyodu itibariyle azalan istihdam oranlarına sahip endüstriler yer almaktadır. Bunlar genellikle ve esasen yerel piyasalara hizmet eden endüstrilerdir. Bazı örneklerde düşen endüstrilerdir.

Çeyrek Düzlem IV: Bu çeyrek düzlemdeki endüstriler son dönemdeki LQ değeri 1’den büyük ve ilk dönemdeki LQ değerinden küçük olmakla birlikte, hala yerel ekonomiye hatırı sayılır anlamda katkıda bulunabilecek, fakat artık büyüme evresinde bulunmayan endüstrilerdir. Sözü edilen endüstriler “eski yıldızlar” olarak tanımlanabilir.

Literatürde, bölgesel düzeyde nisbi uzmanlaşmayı ve yoğunlaşmayı ölçmek amacıyla kullanılan Herfindahl Endeksi, Farklılık Endeksi (Dissimilarity Index) ve Krugman Endeksi gibi birkaç ölçü daha bulunmaktadır. Bu çalışmada aynı amaçla, analiz aracı olarak Bölgesel Uzmanlaşma Gini katsayısı ve Endüstriyel Yoğunlaşma Gini katsayısı, Yerelleşme Katsayısı Endeksi’ni tamamlayıcı yöntemler olarak kullanılmıştır (Bu konuda bkz; Traistaru ve Iara, 2002). Sözü edilen endeksler aşağıda gösterildiği gibidir:

Bölgesel uzmanlaşma için Gini endeksi:

$$Gini_j^s = \left(\frac{2}{n^2 \bar{R}} \right) \left[\sum_{i=1}^n \lambda_i \left| R_i - \bar{R} \right| \right] \quad (2)$$

$$R_i = s_{ij}^s / s_i$$

$$\bar{R} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n R_i$$

$$s_{ij}^s = j \text{ bölgesinin toplam istihdamı içinde } i \text{ sanayiinin istihdam payı}$$

s_i = ülkenin toplam istihdamı içinde i sanayiinin istihdam payı

n=bölgelerin sayısı

λ_i değeri R_i sıralamasında azalan biçimde i endüstrisinin bulunduğu yeri gösterir.

Endüstriyel yoğunlaşma için Gini endeksi:

$$\text{Gini}_i^c = \left(\frac{2}{m^2 \bar{C}} \right) \left[\sum_{j=1}^m \lambda_j \left| C_j - \bar{C} \right| \right] \quad (3)$$

$$C_j = s_{ij}^c / s_j$$

$$\bar{C} = \frac{1}{m} \sum_{j=1}^m C_j$$

s_{ij}^c = i sanayiinin j bölgesindeki istihdamının, i sanayiinin toplam istihdamı içindeki payı (i sanayiinin toplam istihdamına oranı)

s_j = ülkenin toplam istihdamı içinde j bölgesinin istihdam payı

m=sanayilerin sayısı

λ_j değeri C_j sıralamasında azalan biçimde bölgenin bulunduğu yeri gösterir.

Gerek bölgesel uzmanlaşmayı, gerekse endüstriyel yoğunlaşmayı ölçen Gini endeksi 0 ile 1 arasında değerler almaktadır, sıfıra yakın değerler düşük düzeyde uzmanlaşmayı/yoğunlaşmayı, 1'e yakın değerler ise yüksek düzeyde uzmanlaşmayı/yoğunlaşmayı göstermektedir.

1.3.2. Küme Tanımlama İçin Kalitatif Yöntemler

Endüstriyel kümeleri tanımlamada kullanılan kalitatif yöntemler burada, alan çalışmaları ve küme kurumlarının, organizasyonlarının ve politikalarının analizi olmak üzere iki başlık altında incelenmektedir.

1.3.2.1. Alan Çalışmaları

Alan çalışması yöntemi, analiz edilmiş bir çalışmanın spesifikliğini dikkate almaktadır. İş kümelerinin analizinde genellikle yukarıda bahsedilen kantitatif araçlara tamamlayıcı bir metod olarak kullanılmaktadır. Bir başka deyişle, kantitatif yöntemlerce önerilen 'bir beden hepsine uyar' çözümlerinin yerini almaktadır.

Bununla birlikte, belli durumların özelliklerindeki önem, evrensel politik çözümler aramaya meyilli politikacılarla ve belirli akademisyenlerle (M. Porter istisna olmayacak şekilde) her zaman popüler değildir. Cooke, Porter'ın kümelerin büyüklük, genişlik, gelişme seviyesi, yaygın koordinasyon mekanizmaları açısından önemli derecedeki değişimini kabul etmesine rağmen; onun basit gözlemci yönteminin, bu açıklamaya az saygı gösterdiğini ve ilk olarak oldukça yüzeysel, ancak uluslararası toplumda uygulanabilir bölgesel uzmanlaşma modellerine götüren kantitatif yöntemlere dayanmaya devam ettiğini not etmektedir (Cooke, 23.01.2013).

1.3.2.2. Küme Kurumlarının, Organizasyonlarının ve Politikalarının Analizi

Genellikle alıcı-satıcı firmaları kümenin belkemiğini oluşturmaya rağmen; onların yerel ve ulusal hükümetlerle, üniversitelerle, eğitim ve finans kurumlarıyla, ayrıca destek organizasyonlar ve acentelerle olan bağları da daha az önemli değildir. Bu sebeple; küme kurumları ve organizasyonlarının, ilgili politikaları ve stratejilerinin derinlemesine kalitatif analizi, organizasyon içi ilişkilerin tam bir resmini çıkarma ve uygun politik kararlar verme açısından çok önemlidir. Bunu başarmak için; endüstri temsilcileri ile derinlemesine mülakatlar yapılmaktadır, küme bağlantıları ve ilişkileri hakkında kalitatif veriler toplanmaktadır.

Küme kurumlarının, organizasyonlarının ve politikalarının analizi ile sadece firmalar arası girdi-çıktıya dayalı bağlar değil, aynı zamanda daha geniş kurumsal ve organizasyonel çevre de içerilmektedir. Yapılan araştırmalar, kurumsal çevrenin, firmaların dahili yapılarını, stratejilerini ve yenilik faaliyetlerini etkilediğini göstermektedir. Bununla birlikte; daha geniş kurumsal çevre ve kurumların sosyo-kültürel yerleştirilmişliği genellikle kantitatif yöntemlerce işaret edilmemiş durumda kalmaktadır. Kalitatif kurumsal analizin doğasında olan ana zayıflığı, durumlar karşısında düşük seviyedeki karşılaştırılabilirliğidir, çünkü tanımlanmış diğer firmalardan öğrenilen her iyi tecrübe, karmaşıklığı ve spesifik içeriğiyle tanımlanmaktadır. Başka bir zayıflık ise doğasının sübjektif olması ve algılama sorunları ile bağlantılı olmasıdır: kalitatif araştırma, politik karar vericiler tarafından istenen 'açık bir sonuca' gitmeyebilir.

1.3.3. Küme Tanımlamada Yöntemsel Yaklaşımların Eleştirel Değerlendirmesi

Küme tanımlamaya ilişkin literatürde, iki ‘fikir kalesi’ arasında uzun süren çatışma görülebilir. Bunlardan biri Paul Krugman gibi kantitatif ekonomistler tarafından temsil edilen fikir, diğeri ise, Ron Martin gibi kalitatif ekonomik coğrafyacılar tarafından temsil edilen fikirdir. Ekonomistlerin, özellikle kantitatif yeni ekonomik coğrafya teorisinin savunucularının, ekonomik politika kararlarında daha çok etkisi olduğu gözükmemektedir. Oysa bölgesel çalışmalarını daha kalitatif, etnoğrafik yaklaşımlar üzerine dayandırmaya eğilimli ekonomik coğrafyacılar, ‘yeni ekonomik coğrafya’ hakkında, yeni bir şey olmadığını ve ekonomistlerin endüstriyel lokalizasyonu ölçmedeki kantitatif metodlarının 30 yıldan uzun bir süredir güncelliğini yitirdiğini iddia etmektedir.

Ekonomik coğrafyacılar göre; Porter ve Krugman ‘kümeleri’ farklı proseslerin farklı ölçülerde faaliyet gösterdiği uluslararası, ulusal, bölgesel ve hatta şehir ve mahalle seviyelerinde açıklamada aynı modeli kullanma eğilimindedirler. Kantitatif yöntemlere dayalı araştırma stratejisi, basitlik, evrensellik ve dürüstlük (özellikle politika yapımcılarının gözlerinde etkileyici) avantajlarına sahiptir. Fakat aynı zamanda gerçeği fazla basite indirgeme ve hatta potansiyel olarak yanlış politika hedeflerini önerme tehlikesi vardır.

Coğrafyacıların argümanlarına cevap olarak; ekonomistler, onları anti-model, açıklık karşıtı ve ampirik olarak elde edilemeyecek fikirlere dayalı olmakla eleştirmektedir. Bununla beraber; kantitatif paradigmaya dayalı basitleştirilmiş politik çözümler, birçok politik çalışmada günümüzün kuralı olarak kalmaktadır (aktaran Jucevičius ve Puidokas, 2007: 731).

Sonuç olarak; kümelenme araştırmasında her iki yaklaşımın avantajlarının ve sınırlamalarının aşağı yukarı tüm sosyal araştırmalarda yaygın, kalitatif ve kantitatif paradigmaların karakteristiklerini yansıttığını söylemek mümkündür. Bununla birlikte; iş kümeleri araştırmasıyla ilgili bekleyen önemli metodolojik bir sorun, aşırı şekilde kantitatif yaklaşıma dayalı olması ve bundan dolayı yanlış politik kararlar üretebilmesidir. Tablo 5, küme tanımlamada kullanılan kalitatif ve kantitatif yöntemlerin avantajlarını(+) ve sınırlamalarını(-) özetlemektedir.

Tablo 5: Küme Tanımlamada Yöntemsel Yaklaşımların Avantajları ve Sınırlamaları

Yaklaşım	Avantajları (+)	Sınırlamaları (-)
Kantitatif	Mevcut bölgesel endüstriyel yığılmalar hakkında basit bir anlayış sağlar.	Tek taraflı ve oldukça yüzeysel, ‘bir beden hepsine uyar’ çözümler üretme eğilimindedir.
	Muhtemel politik hedefler olacak bölgesel ekonomide en önemli sektörleri/kümeleri tanımlamaya imkân verir.	Yerelleşme katsayısı, statik endüstriyel uzmanlaşmayı yansıtır; ancak, bölgesel canlılık hakkında fazla bir şey söylemez.
	Girdi-Çıktı analizi, sektörel ekonomik bağlar arası ve açık, teknik bilginin potansiyel fazlalıklarını yansıtır.	Aşırı şekilde durumsal firma-içi ilişkilerin ve örtük bilginin fazlalıklarının doğası hakkında hiçbir şey söylemez.
	Kantitatif sonuçlar, göreceli biçimde daha geniş ve daha evrensel bir uygulamaya sahiptir (özellikle uluslararası ve bölgelerarası karşılaştırmalı çalışmalarda).	Şu sebeplerle güvenilir veriden yoksundur: Uluslararası karşılaştırılamayan istatistiksel yöntemler (birçok veri ikinci derecededir, hesaplama ve kaynaklar genellikle belirsizdir). Veri, bölgelerin idari sınıflandırılmasıyla sınırlıdır (örneğin NUTS). Veri, sektör-içi bağlardan ziyade endüstriyel sektörlerle sınırlıdır.
Kalitatif	Tarihsel olarak değişim geçirmiş bağlamsal küme çevresini, onun aktör çeşidini, stratejilerini ve ilişkilerini dikkate alır.	Daha geniş genellemelere karşı hassas değildir.
	Davranış şekillerinde, yerel normlarda ve geleneklerde yerleştirilmiş gizli bilginin fazlalıklarını yansıtabilir.	
	Genellikle araştırmacı tarafından elde edilen ve ‘kontrol’ edilen ana veriye dayanma eğilimindedir.	Politika yapımına cazip gelen, açık bir sonuç üretmeyebilir.
	Politika yapımında, temelden başlayan yaklaşımı teşvik eder.	

Kaynak: Jucevičius ve Puidokas, 2007: 732.

Endüstriyel kümelenmeler üzerine yapılan araştırmalarda, firmaların sektör-içi bağlarından ziyade endüstriyel yoğunlaşmalara ve sektörel istatistiklere odaklanmak oldukça yaygındır ve bu durum, politika yapımçıları için sınırlı uygulanabilir sonuçlar üretebilir. Bu, kümelenmelerin sıklıkla sektörel organizasyonlar olarak yanlış yorumlandığı anlamına gelmektedir. Küme tanımlamada kullanılan en objektif yöntem –girdi-çıktı analizi– göreceli biçimde çok az bilimsel çalışmada kullanılmaktadır. Bu konuda ana sorun istatistiklere ulaşım olabilir.

Ekonometrik yöntemler ise, kümelenme ile ilgili yapılan ekonomik çalışmalarda en az sıklıkta kullanılmaktadır. Bu durum; birçok kümelenme çalışmasının, araştırmacıların sadece kantitatif ekonomi biliminden ziyade işletme stratejisi, ekonomik organizasyon ve ekonomik coğrafya alanlarından geliyor olması gerçeği olabilir. Küme haritalama stratejilerinde; hem kalitatif hem de kantitatif bakış açılı yaklaşımların beraberliğinin üstünlüğü bilinmekle birlikte pratikte bu durum pek fazla yaygın değildir (Jucevičius ve Puidokas, 2007: 732).

Çalışmanın şimdiye kadarki birinci bölümünde, sektörel kümelenme olgusu kavramsal ve içeriksel olarak gözden geçirilmiş olup, ikinci bölümde, rekabet, rekabetçi üstünlükler ve uluslararası rekabet gücünü belirlemeye yönelik geliştirilmiş çeşitli endeksler inceleme ve değerlendirme konusu yapılacaktır.

İKİNCİ BÖLÜM

REKABET, REKABETÇİ ÜSTÜNLÜKLER VE ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNÜ BELİRLEMeye YÖNELİK ENDEKSLER

Gerek küreselleşmenin, gerekse bölgesel bütünleşme girişimlerinin yoğun bir biçimde yaşandığı günümüz dünyasında bütün ülkeler için olduğu gibi, Avrupa Birliği ile entegrasyon sürecinde olan Türkiye için de rekabet gücü kavramı, uluslararası rekabet gücü ve bunu etkileyen faktörler büyük bir önem taşımaktadır. Çalışmanın bu bölümünde genel olarak rekabet ve rekabet gücü kavramları üzerinde durulmuş, uluslararası rekabet gücünü belirleyen etkenler irdelenmiş, karşılaştırmalı üstünlükleri ve rekabet edebilirlik avantajlarını esas alan geleneksel dış ticaret teorileri ile yeni dış ticaret teorileri ve M. E. Porter'ın 'Uluslararası Rekabet Üstünlükleri Teorisi' ele alınmıştır. Bu bölümde son olarak, dış ticaretin endüstrilerarası ticaret yapısını belirlemeye ve rekabet gücünü ölçmeye yönelik Balassa ve Vollrath yaklaşımı Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük ve Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü endeksleri hakkında bilgi verilmektedir.

2.1. GENEL OLARAK REKABET

Günümüzde dünyada yaşam tarzlarımızın, hayallerimizin ve isteklerimizin birbirine gittikçe daha fazla yaklaştığı bir süreç yaşanmaktadır. Dünyayı oluşturan ülkeler birbirinden haberdar şekilde davranmaktadır. 1989 yılında Doğu Bloku'nun yıkılmasıyla başatabileceğimiz bu süreç 'globalleşme' (küreselleşme) olgusuyla tanımlanmaktadır. Sermayenin, teknolojinin, işgücünün ve mal piyasalarının uluslar arası nitelik kazanması şeklinde ifade edebileceğimiz söz konusu süreç tüm dünya ülkelerini yoğun bir şekilde etkileyecek kadar hızlı ve etkindir. Bugün hiçbir ülke, kendisini bu değişimden soyutlamak gibi bir lükse sahip değildir. İşte, sözü edilen süreçte temel dinamik 'rekabet' kavramı olarak ortaya çıkmakta, rekabet gücü ve bunu etkileyen faktörler, değişime ayak uydurmada ve uluslararası rekabet yarışında öne geçmek, en kötüsünden bulunulan konumu sürdürmek için öncelikli unsurlar olmaktadır. Bu bölümde, rekabet kavramı ve önemi, çeşitleri, fonksiyonları ve rekabetin ön koşulları kısaca açıklanmıştır.

2.1.1. Rekabet Kavramı ve Önemi

Rekabet sık olarak kullanılan, ancak üzerinde anlam açısından fikir birliğinin tam olarak sağlanamadığı bir kavramdır. Bu açıdan rekabet literatüründe çeşitli rekabet tanımları mevcuttur. Söz konusu tanımlardan ilgi çeken bir kısmı aşağıda açıklanmıştır.

‘Rekabet’ kelime anlamı olarak “aynı amacı güden kimseler arasındaki çekişme, yarışma, yarış” ve “herhangi bir etkinlik alanında ayrı ayrı kişi ya da gruplar arasında sürdürülen üstün olma mücadelesi” veya “belirli bir menfaat elde etmek amacıyla başkalarını geçmeye çalışmak, üstünlük sağlamak amacıyla yarışmak” olarak farklı şekillerde tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu Sözlüğü).

İktisat teorisinde rekabet, “*piyasada ekonomik amaç ve çıkarlarını gerçekleştirmek isteyen ekonomik birimler arasında, zaman içinde ortaya çıkan bir yarış ve karşıtlık şeklindeki ilişki süreci*” olarak tanımlanmaktadır (Erkan, H., 1987b: 121). Bağımsız ekonomik birimler olan üretici ve tüketiciler, kendi ekonomik çıkarları için karşılıklı etkileşim içindedirler. Hem üreticiler, hem tüketiciler rekabet sürecinin unsurları olmakla birlikte, üreticiler arasındaki rekabet daha belirgin özellik göstermektedir (Erkan, H., 1999: 120).

Modern ekonomi kuramına göre rekabet, bilgi akışının tam, malın homojen, hiçbir alıcı ve satıcının kendi başına fiyatı ve toplam arz miktarını etkileme gücüne sahip olmadığı ve giriş ve çıkışın serbest olduğu bir piyasa şeklidir (Sanlı, 2000: 4).

Rekabet kavramı ülkemizde 13 Aralık 1994 tarihinde yürürlüğe giren 4054 sayılı ‘Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun’da da tanımlanmıştır. Buna göre rekabet, “Mal ve hizmet piyasalarındaki teşebbüsler arasında özgürce ekonomik kararlar verilmesini sağlayan yarış” şeklinde ifade edilmiştir.

Tanımlama ne şekilde yapılırsa yapılsın rekabet kavramı bir dinamizmi ifade etmektedir. Rekabet süreci birden çok taraf arasında gerçekleşen dinamik bir süreçtir. Rekabet yarışında taraflar kendileri için en iyi olan ekonomik sonucu gerçekleştirmek gayesindedirler. Rekabetin sürükleyici unsuru, tarafların bireysel ekonomik çıkar ve yararlarıdır. Rekabet yarışı içinde taraflar, piyasa paylarını, satış ve kazançlarını koruma ve artırma uğraşındadırlar (Erkan, C., 1992: 39). Sözü edilen yarışta taraflar birbirlerini karşılıklı etkileyerek, başarmaya ve kazanmaya zorlarlar. Rekabet, kişileri, firmaları, endüstrileri ve bunun ötesinde ülkeleri bilgi ve

becerilerinin tümünü kullanmaya teşvikte bilinen en etkin yöntemdir. Kişilerin diğerlerinden daha başarılı olmak için tüm faydalı bilgi ve becerilerinden yararlanması da toplumsal bir kazançtır. En iyisinin tespiti usulü olan rekabet, en fazla yeni toplumsal değerin de ortaya çıkmasını sağlar (Uğur, 2000: 128).

Piyasa ekonomilerinde fonksiyonel işlerliğin sağlanması ve sürdürülmesi büyük ölçüde rekabetin varlığına bağlıdır. Bu açıdan piyasa ekonomisi rekabet ekonomisi olarak adlandırılabilir.

Rekabet, üreticileri piyasadaki pazar paylarını korumak ve kârlarını arttırabilmek için maliyetlerini düşürüp daha kaliteli mal üretmeye yöneltcektir. Dolayısıyla, sonuç olarak tüketiciler daha kaliteli malları daha ucuza üretme imkânına sahip olacaklardır. Başka bir bakış açısından da üretimde verimlilik doğacak, daha az ve daha etkin kaynak kullanımı sağlanacaktır. Zira çok iyi bilindiği üzere ekonomik kaynaklar sınırlıdır. Rekabet, kaynak dağılımında verimliliğin sağlanmasında en etkili yöntemdir ve tüketicilerin her bir malı elde etme arzusu ve o mala verdiği ekonomik değere göre kaynakların dağılımını sağlayarak, genel mutluluk ve refahın artmasını gerçekleştirir (Akıncı, 2001: 12-13).

Bir zaman süreci içinde ortaya çıkan rekabet:

- Arz ve talep arasında ortaya çıkan bir uyum süreci
- Teknik gelişmeyi yaratan bir yenilik süreci
- Piyasada başarılı olmayanları ayıklayan bir ayıklama süreci ve
- Piyasa fiyatının, sosyal açıdan zorunlu olan maliyetlere yaklaşmasını sağlayan bir sosyal düzenleme sürecidir (Arndt'den aktaran Erkan, H., 1987b: 123).

Buraya kadar hep rekabetin varlığı halinde oluşacak durumlar tartışıldı. Rekabet şartlarının yeterince oluşmadığı veya rekabetin yeterince korunamadığı bir ortamda ne gibi durumların ortaya çıkabileceği de tartışılabilir. Böyle bir ortamda; piyasalarda faaliyet gösteren teşebbüsler, kendilerini çok yönlü motive eden ve iktisadi davranışlarını kontrol eden bir motivasyondan yoksun olarak sahaya çıkarlar ve deyim yerindeyse serbest rekabet düzeni yerini “Anarşi” düzenine bırakır. Bu düzende iktisadi özgürlüklerin yerini kartelleşme ve ekonomik yoğunlaşma (konsantrasyon) olgusu alırken, toplum refahı ve tatmininin yerine, kartel firmalarının refahı ve tatmini ön plana çıkar (Sanlı, 2000: 3-4). Söz konusu ortamda

firmaların fiyatta anlaşmaya varması yüzünden daha düşük maliyetle (daha ucuz) daha kaliteli mal ve hizmet üretme çabası ve güdüsü ortadan kalkar ve böylece haksız ve aşırı kazançlar, kalitesiz mallar, kaynak israfı ve dengesiz bir gelir dağılımı ortaya çıkar. Bu durum rekabetin varlığının önemini bir kez daha göz önüne sermektedir.

2.1.2. Rekabetin Çeşitleri

Rekabetin çeşitlerini açıklamaya neoklasiklerin önemle üzerinde durdukları tam rekabetle başlanabilir ki; bu durum sadece teoride var olan ideal (birinci en iyi) bir durumdur, pratikte hiçbir zaman ve hiçbir yerde var olmamıştır ve bundan sonra da olmayacaktır. Tam rekabette aşırı kârlar yok olmuştur, ancak maliyetin bir unsuru olarak normal kârın elde edildiği, homojen mallar, homojen hizmetler, çok sayıda alıcı ve satıcı, tam bilgi, piyasalara giriş çıkış serbestisi gibi temel özellikler ihtiva eden tam rekabet tamamen varsayımsal bir durumdur. Doğal olarak fiyat ve kalite rekabetine imkân vermeyen tam rekabet, aslında açıkça görüldüğü üzere rekabetin olmadığı bir durumu, etkin olmayan sözde kalan bir rekabeti ifade etmektedir. Pratikte tam rekabetin aksine eksik rekabete rastlanmaktadır ve bu durum ileride ele alınacağı üzere yeni dış ticaret teorilerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Klasik ekonomistler ise serbest rekabeti savunmuşlardır. Serbest rekabette kendi kendini yönlendiren bir sürecin varlığı ve gerek devletin gerekse piyasada yer alan birimlerin piyasaya giriş çıkışı engellememesi ön koşulu bulunmaktadır. Tam rekabettekinin aksine devlet ekonomiye müdahale etmemelidir. Ekonomideki görünmeyen el dengeyi sağlayacaktır. Fiyatlar piyasa mekanizması tarafından mal ve faktörlerin göreceli kıtlık derecesine ve zaman içindeki değişimine göre belirlenmektedir. Serbest rekabet çalışma ve başarıya dayalıdır, yani ‘çalışma ve başarı rekabeti’ söz konusudur. Rekabet yarışındaki taraflar birbirlerini karşılıklı olarak etkileyerek çalışmaya, başarmaya ve kazanmaya zorlarlar. Çalışma ve başarı rekabetine dahil edilmeyen rekabet ise haksız rekabettir. Haksız rekabette rakiplerin kötülenmesi, önlenmesi vb. yollara başvurulur.

Tam rekabeti aksatan tekeller ve ürünlerin aslında homojen değil de heterojen olması gibi unsurları göz önünde tutarak, gerçeğe daha uygun bir rekabet tanımına ulaşma çabası ile John Maurice Clark, 1939’daki bir tebliği ile rekabet

teorisinde yeni bir çığır açmış ve fonksiyonel rekabete ulaşmıştır. Clark, tam rekabetin var olmadığını; geçmişte de gerçekleşmediği ve gelecekte de büyük bir ihtimalle hiçbir zaman gerçekleşmeyeceği sonucuna varmıştır ve tam rekabeti birinci en iyi çözüm (first-best solution) olarak değerlendirmiştir. Piyasada ortaya çıkacak engellenemeyen aksaklıklar nedeniyle birinci en iyi çözüme ulaşamayacağına göre, rekabet politikası ancak ikinci en iyi çözümü (second-best solution) gerçekleştirmeye yönelik olacaktır. Piyasadaki zorunlu aksaklıklarla birlikte ortaya çıkan bu rekabeti, fonksiyonel açıdan işleyebilir veya fonksiyonel rekabet (workable competition) olarak adlandırmıştır. Fonksiyonel rekabet tam rekabet ile serbest rekabetin sentezini ifade etmektedir. Clark'a göre rekabet ne klasiklerin ifade ettiği gibi serbesttir, ne de neoklasiklerin belirttiği gibi tam rekabettir. Çok sayıda firmanın olduğu ortamla, az sayıda firmanın olduğu ortamlarda rekabet yoktur. Kalite, hizmet ve fiyatta rekabet edebilecek sayıda firmanın bulunduğu piyasa, rekabet için en uygun piyasadır. Piyasada bir takım aksaklıkların ortaya çıkması, yani malların kalitesinin, fiyatının, satış sonrası hizmetlerinin farklılaşması rekabeti arttırmaktadır. Rekabetin etkin (fonksiyonel) işlemesi için piyasa yapıları, piyasa davranışları ve piyasa sonuçları itibariyle rekabetçi olması gereklidir. Hizmet, fiyat ve kalite farklılaşmasına dayalı bir piyasa yapısında kalite ve hizmet olabilecek en yüksek düzeyde, fiyat ise olabilecek en düşük düzeyde olmalıdır (aktaran Erkan, H., 1987b: 138-149).

Rekabet, konusu açısından fiyat rekabeti, kalite rekabeti ve ürün rekabeti olarak ortaya çıkarken çalışma ve başarıyı teşvik etmektedir (Erkan, H., 1988: 2).

Rekabet, rekabet politikası ile yönlendirilip yönlendirilmeyişine göre serbest ve yönlendirilmiş rekabet olarak adlandırılmaktadır. Eğer devlet tarafından yönlendirilmeyen, kendi akışına bırakılmış bir rekabet süreci varsa, serbest rekabet; buna karşın devletin etkileyip yönlendirdiği bir rekabet varsa düzenlenmiş veya yönlendirilmiş rekabet söz konusudur. Rekabet kendiliğinden var olamamaktadır. Zira piyasalarda zamanla rekabeti ortadan kaldırııcı ekonomik güç yoğunlaşması ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle rekabet, ekonomi politikası içinde korunma, teşvik ve geliştirilmeye ihtiyaç göstermektedir. Devletin bu alanda izlediği politika ile rekabet süreci etkilendiği için, yönlendirilmiş rekabet söz konusudur. Bu nedenle, yönlendirilmiş rekabet, serbest rekabet aleyhine genişleme eğilimindedir (Aberle'den aktaran Erkan, H., 1987b: 122). Rekabet, rekabete katılan tarafların bilgisi dahilinde

yürütülüyorsa açık, bilgisi olmaksızın yürütülüyorsa gizli rekabetten söz edilir. Gizli rekabet daha çok fiyat rekabeti şeklinde gerçekleştirilmektedir. Özellikle devlet ve özel kartellerin bulunduğu, fiyat bildiriminin zorunlu olduğu ve fiyat kontrollerinin bulunduğu piyasalarda gizli rekabete başvurulmaktadır (Erkan, H., 1987b: 124).

Piyasada bazı ekonomik birimler yenilikçi ve sürükleyici olurken diğerleri ise, taklitçi ve izleyicidirler. Yenilikçi işletmelerin getirdiği yenilik belli bir süre aşırı kârla ödüllendirilirken, piyasaya taklitçi firmaların girmesiyle aşırı kâr zamanla ortadan kalkar. Böylece rekabetin çeşitleri arasında yenilikçi ve taklitçi rekabet de sayılabilir.

Belli fonksiyonları yerine getirip getirmediğine bakılarak, rekabet, fonksiyonel ve fonksiyonel olmayan rekabet şeklinde de ayrıma tabi tutulabilmektedir. Örneğin, rakip firmaları piyasanın dışında bırakmak amacına yönelik olan rekabet yıkıcı (fonksiyonel olmayan) rekabettir.

Yapılan araştırmalar, rekabette 1960'dan günümüze yaşanan gelişmelere ilişkin olarak, 1960'larda üretim üstünlüğü, 1970'li yıllarda maliyet ve ürün özellikleri, 1980-1990'lı yıllarda kalite, yenilik, esneklik, hız ve farklılık, 2000'li yıllarda ise kalite, yenilik, esneklik, hız ve farklılığa ilaveten mükemmeliyetçiliğin de ön plana çıktığını göstermektedir.

18. yüzyılın sonlarından itibaren, ortaya çıkan sanayileşme olgusunun önem kazandırdığı liberal düşünce ve küreselleşmenin getirdiği ekonomik entegrasyon olgusunun da etkisiyle ulusal ekonomilerin önemli bir kısmında, bu arada ülkemizde de serbest piyasa ekonomisi ve dolayısıyla serbest rekabet işlemektedir.

2.1.3. Rekabetin Fonksiyonları

Rekabetin fonksiyonları toplumsal ve ekonomik olmak üzere ikiye ayrılmaktadır ve aşağıda madde madde açıklanmıştır (Erkan, H., 1987b: 124-126).

2.1.3.1. Rekabetin Toplumsal Fonksiyonu

Rekabetin toplumsal fonksiyonu, ekonomik davranış, karar ve seçme özgürlüğünü korumaya yöneliktir. Hatta rekabet özgürlüğü, rekabetin tek ve temel unsuru olarak görülmektedir.

2.1.3.2. Rekabetin Ekonomik Fonksiyonu

Rekabetin ekonomik fonksiyonları ise çeşitlidir:

- *Ekonomiyi Yönlendirme Fonksiyonu:* Bu fonksiyon piyasaların malların kıtlık derecesini gösterme, başarısızlıklarını ayıklama ve koordinasyon fonksiyonları ile birlikte gerçekleşmektedir.
- *Kaynak Dağılımını Düzenleme Fonksiyonu:* Üretim faktörlerinin en etkin biçimde kullanılması ve optimum kaynak dağılımının ve dolayısıyla optimal verimliliğin sağlanmasında, fonksiyonel işlerliğe sahip rekabet en iyi araçtır. Kaynak dağılımını düzenleme fonksiyonu rasyonelleşmeyi sağlamakta ve böylece, ekonominin bütününde kaynak tasarrufu ve refah arttırıcı etki ortaya çıkmaktadır.
- *Yenilik ve Teknik Gelişmeyi Sağlama Fonksiyonu:* Rekabet bir yenilik baskısı yaratarak teknik gelişmenin yayılmasını gerçekleştirmekte ve tekel durumunu sona erdirmektedir.
- *Ekonomik Konjonktürdeki Gelişmelere Uyumu Arttırma Fonksiyonu:* Rekabet sayesinde işletmeler üretim kapasitelerini, üretim programlarını ve üretim yöntemlerini konjonktürel ve yapısal dalgalanmalara uyum sağlayabilecek şekilde değiştirebilmektedirler ve bu sayede ekonomik krizler daha az zararlı atlatılabilmektedir.
- *Gelir Dağılımını Düzenleme Fonksiyonu:* Fonksiyonel işlerliğe sahip rekabet, çalışma ve başarı rekabetini ön plana çıkarmaktadır ve böylece faktör piyasasında gelirin ekonomik çaba ve başarıya göre belirlenmesini sağlayarak haksız kazanç, karaborsa vb. gibi herhangi bir çabaya ve fonksiyona sahip olmayan gelirleri ortadan kaldırmaktadır.
- *Ekonomik Gücün Sınırlandırılması ve Kontrolü Fonksiyonu:* Etkin rekabet kontrol edilemeyen ekonomik gücün ortaya çıkmasını engeller. Bu şekilde rekabet, ekonomik gücün kontrolünü, belli bir boyuttan sonra da siyasal gücün kontrolünü sağlamaktadır.

Yukarıda sayılan bütün fonksiyonları yerine getiren rekabet “etkin”, “fonksiyonel” ve “başarı” rekabeti olarak adlandırılmaktadır (Cox ve Hübner’den aktaran Erkan, C., 1992: 42). Ayrıca aşağıdaki birkaç fonksiyondan da bahsedilebilir:

- *Bireylerin Tercih ve Davranışlarında Özgürlük Sağlama Fonksiyonu:* Fonksiyonel rekabet, girişimcilere maksimum davranış ve seçim özgürlüğü sağlar. Bu özgürlük etkin bir rekabetin temel koşullarından biri olmanın dışında, başlı başına bir değer de içerir.
- *Tüketici Tercihlerini Karşılama Fonksiyonu:* Bilindiği üzere uzun dönemde neyin, ne kadar ve kimler için üretileceği tüketicilerin talebine bağlıdır. Ekonomik ve teknolojik gelişmeler tüketici tercihlerine de yansımıştır. Günümüzde içinde bulunduğumuz ortamda tüketicilerin artan ve çeşitlenen ürün talebine ancak etkin rekabet sayesinde cevap verilebilir.

2.1.4. Rekabetin Ön Koşulları

Rekabet ancak gerekli koşulların varlığı halinde gerçekleşmektedir. Rekabet için en önemli ön koşul özgürlüktür. Özgürlüğün olmadığı bir ekonomik sistemde rekabetin varlığından bahsedilemez. Piyasa ekonomisinde rekabetin ön koşullarını üç ana grupta toplamak mümkündür (Erkan, H., 1987b: 130).

- Rekabet düzenini oluşturan şekli-yasal düzenlemeler,
- Rekabetin işlerliğini sağlayan motivasyon ve uyarı unsurları,
- Rekabete uygun politikaların bulunması.

Rekabet için gerekli olan şekli-yasal düzenlemeler, bu alana ilişkin hukuk düzeninden oluşmaktadır. İşyeri açma özgürlüğü, sözleşme özgürlüğü, fonksiyonel işlerliğe sahip para düzeni ile rekabet sınırlamalarını belirleyen yasal düzenlemeler rekabetin varlığı için şekli koşullardır. Bunlar hep birlikte rekabetin işleyeceği şekli ortamı, yani rekabet özgürlüğü alanını belirleyerek ekonomik birimlere rekabet şansı yaratmaktadır.

Rekabet için ayrıca rekabete arzulu ve istekli olmak yani rekabet ruhu (spirit of competition), yenilikçilik ve yaratıcılık ve küresel düşünmek gereklidir. Rekabet ruhu, girişimcilerin başarıya ve çalışmaya önem veren tutumunu ifade etmektedir. Rekabetin varlığında piyasa yapıları da oldukça önemlidir. Piyasanın yeni girişlere açık olması etkin rekabeti gerçekleştirecektir.

2.2. ULUSLARARASI REKABET GÜCÜ

Global düzeyde, iktisadi açıdan özellikle 1980’li yıllardan itibaren, liberalleştirme ve özelleştirme eğilimlerinin artmasıyla birlikte hız kazanan ve 1990’lı yıllarda tamamen belirgin hale gelen küreselleşme, rekabetin boyutunu da değiştirmiştir. 1980’lerin sonunda dünyada ekonomik ve siyasal açıdan hızlı bir değişim süreci başlamış, bu süreç ulusal egemenlik kavramının yeniden yorumlanmasına ve daha önceden ulusal düzeyde değerlendirilen unsurların uluslararasılaşmasına, sermayenin serbest dolaşımının artmasına, ülkeler arasındaki coğrafi sınırların önemsizleşerek ulusal rekabetin bölgesel hatta küresel rekabete dönüşmesine yol açmıştır. Söz konusu ortamda devletler, bankalar ve özellikle de firmalar arasında yaşanan yoğun bir uluslararası rekabet olgusu ortaya çıkmıştır. Günümüzde dünya üretiminin yaklaşık beşte birine yakın bir payı, Çok Uluslu Şirketler tarafından ulusal sınırların ötesinde gerçekleştirilmektedir. Rekabet gücüne sahip olanlar sistemde varlıklarını devam ettirmekte ve gücü ele geçirmekte, diğerleri ise çekilmek zorunda kalmaktadır. İşte bu noktada, uluslararası rekabet gücü kavramı ve bunu etkileyen faktörler büyük önem taşımaktadır. Çalışmanın bu kısmında uluslararası rekabet gücü kavramı ve taşıdığı önem üzerinde durulmuş ve uluslararası rekabet gücünü etkileyen faktörler açıklanmıştır.

2.2.1. Uluslararası Rekabet Gücü Kavramı ve Önemi

Uluslararası rekabet gücü kavramına geçmeden önce genel olarak rekabet gücü kavramı üzerinde durmakta yarar vardır.

Rekabet gücü (competitiveness) kavramı genel olarak bu konudaki literatürde; firma, endüstri ve ulusal (uluslararası) düzeyde olmak üzere üç farklı düzeyde ele alınmakta ve tanımlanmaya çalışılmaktadır (Aktan, 23.11.2005).

Firma düzeyinde rekabet gücü, herhangi bir firmanın ulusal ya da global piyasalarda rakiplerine kıyasla düşük maliyette üretimde bulunabilme (fiyat ve maliyette rekabet gücü), ürünün kalitesi, sunulan hizmet ve ürünün çekiciliği (kalitede rekabet gücü) gibi unsurlar açısından rakiplerine denk veya daha üstün bir durumda olma, ayrıca yenilik ve icat yapabilme yeteneğidir.

Endüstriyel rekabet gücü, bir endüstrinin rakiplerine eşit ya da daha üst düzeyde bir verimlilik düzeyine ulaşması ve bu düzeyi sürdürme yeteneği ya da rakiplerine kıyasla eşit ya da daha düşük maliyette ürün üretme veya satma yeteneğidir. Başka bir ifadeyle, endüstri düzeyinde rekabet gücü, bir sanayinin rakiplerine eşit ya da daha üst düzeyde bir verimlilik düzeyinde uluslararası piyasanın gereklerine uygun mal ve hizmet üretebilme ve daha düşük maliyetlerle uluslararası piyasaların standart ve taleplerine uygun mal ve hizmetleri üretebilmesini sağlayan icat ve yenilikleri gerçekleştirme yeteneğidir.

Aslında rekabet içinde olan ekonomik birimler o ülkede bulunan üreticiler olmakla birlikte, uluslararası rekabet söz konusu olduğunda, bu üreticilerin bir bütünü olan ülke, ekonomik birim halini almakta ve “ülkenin rekabet gücü” konu edilmektedir.

Rekabet konusundaki teorik çalışmalara bakıldığında, A.Smith'den (1776), D.Ricardo (1787) ve Heckscher-Ohlin-Samuelson Faktör Donatımı (1913, 1930) teorilerine kadar, geleneksel teorilerin bu konuyu ülke rekabeti olarak ele aldıkları ve rekabet gücünü belirleyen unsurların da ülkeye özgü farklılıklardan ortaya çıktığı görülmektedir. M.E. Porter (1980, 1990) ve P.R. Krugman (1993, 1994) gibi iktisatçıların yer aldığı modern teori, firma düzeyinde rekabeti, ülke rekabetinden ayırtmakta ve ölçek ekonomileri, teknoloji, yenilik, kalite gibi konuları rekabet gücünün temel unsurları olarak dikkate almaktadır (Seymen, 2009: 3-4).

Uluslararası rekabet gücünün tanımı konusunda da, gerek ulusal gerekse uluslararası iktisat literatüründe yeterince açık ve üzerinde tam bir uzlaşmanın sağlandığı fikir birliği bulunmamaktadır. Rekabet literatüründe genellikle tanımlanmadan ölçülmeye çalışılan uluslararası rekabet gücünün (URG) kendisi ile unsurları, göstergeleri, belirleyicileri, ölçü(t)leri ve sonuçları da içinden zor çıkılacak bir biçimde birbirine karış(tırıl)maktadır. Bu kavram kargaşasının başka bir nedeni de URG kavramının tek bir kuramsal temelini bulunmayışı; başka bir deyişle, dış ticaret kuramının yanı sıra *sanayi iktisadı* ve *işletme iktisadı* veya *endüstriyel organizasyon* gibi hem iktisatçı hem de işletmecilerin çalışma konularını yakından ilgilendiren bir kavram oluşudur (Kibritçioğlu, 1996: 109-111). Aşağıda uluslararası rekabet gücüyle ilgili ilgi çekici birkaç tanım bulunmaktadır.

Uluslararası rekabet gücü, her ne kadar makroekonomik açıdan ülkelerin rekabet gücünü karşılaştıran bir kavram olarak görünse de esasen mikro ekonomik üretici birimlerinin (firmaların) uluslararası piyasada rekabet yönünden üstünlüklerini karşılaştırmalı olarak ortaya koyan bir kavramdır. Bir ülkenin rekabet gücü, o ülkenin ürettiği malların diğer ülke mallarıyla fiyat ve kalite yönünden yarışabilecek düzeyde olması demektir (Aktan, 1998: 111). Rekabet gücü genel olarak bu şekilde ifade edilmektedir. Bu genel tanım dışında başka tanımlar da bulunmaktadır.

Ulusal (uluslararası) düzeyde rekabet gücü “bir ülkenin, serbest ve adil piyasa koşulları altında, bir yandan uzun vadede halkının reel gelirini arttırırken; öte yandan, uluslararası piyasaların koşullarına ve standartlarına uygun mal ve hizmetleri üretebilme yeteneğidir”. Uluslararası rekabet gücünün arttırılması, üstün bir verimlilik performansına ve yüksek reel ücretlere sahip olan iktisadi faaliyetlere ülke kaynaklarının yönlendirilmesi yeteneğine bağlıdır. Rekabet gücü, sadece dışarıya mal satma ve dış ticaret dengesini sağlama yeteneği değildir; bunun yanı sıra bir ülkenin gelir ve istihdam düzeyini arttırabilme ve yaşam kalitesinde kabul edilebilir ve sürekli artışlar sağlayabilme ve uluslararası pazarlardaki payını arttırabilme yeteneğidir (Aktan, 23.11.2005).

Yerli bir firmanın bir dış satım piyasasında veya yurtiçi piyasada uluslararası rekabet gücüne sahip olması demek, rakip yerli ve yabancı firmalara kıyasla (1) ürün fiyatı ve / veya (2) ürün kalitesi, teslimde dakiklık ve satış sonrası servis gibi fiyat-dışı unsurlar açısından şu anda ve gelecekte aynı durumda veya onlardan daha üstün olmasıdır (Kibritçioğlu, 1996: 111).

AB Komisyonu, 1994 yılında OECD’nin tanımına atıfta bulunarak yayınladığı “Avrupa Birliği İçin Endüstriyel Rekabet Politikası” başlıklı tebliğinde rekabet gücünü şu şekilde tanımlamıştır: Rekabet gücü, uluslararası rekabete maruz kalan ve maruz kalmaya devam eden ticaretin, sanayinin, bölgelerin, ülkelerin ve uluslar üstü kuruluşların verdikleri hizmetlerle ürettikleri katma değeri ve yaratacakları istihdam potansiyelini yüksek tutabilme kapasiteleridir (İKV, 2001: 13).

Her yıl ülkelerin rekabet gücünün kıyaslanması konusunda çalışmalar yapan “Dünya Ekonomik Forumu (WEF)” da bir ülkenin rekabet gücünü, rakiplerine

kıyasla uzun vadede daha fazla katma değer yaratma ve sürdürebilme yeteneği olarak tanımlamıştır.

Günümüzde rekabet gücü (competitiveness) bütün ülkeler açısından aynı derecede önem taşımaktadır. Gelişmiş ülkeler mevcut paylarını korumak veya dünya ekonomisinden daha fazla pay alabilmek, gelişmekte olan ülkeler ise ekonomik büyümelerini hızlandırarak refah seviyelerini arttırabilmek için rekabet gücü konusuna ülke gündemlerinde ilk sıralarda yer vermektedirler.

Rekabet gücünün artması, ülke ekonomisinde zincirleme bir reaksiyonun oluşmasına yol açmaktadır. Bu artış üretim ve ihracatta genişlemeyi sağlamakta; söz konusu durum kârlılığın büyümesine böylece yatırımlarda hızlanmaya ve istihdamın gelişmesine etki etmektedir. Dolayısıyla rekabet gücü, üretimin ve verimliliğin artması, yaşam standartlarının iyileşmesi ve istihdamın geliştirilmesi için bir ön koşuldur (TİSK, 1995: 6).

Rekabet gücü ile ekonomik büyüme hızı ve dolayısıyla ekonomik refah arasında yakın bir ilişki mevcuttur. Rekabet gücü yüksek olan ülkelerde ekonomik refah düzeyinin daha yüksek olması asla tesadüfi değildir (Aktan, 1998: 118). İçinde bulunduğumuz yüzyılda rekabet gücüne gereken önemi veren ülkeler kazançlı çıkacaktır, bir anlamda ‘rekabet gücü kavramı ülkelerin geleceğine şekil verecektir’ denilebilir.

2.2.2. Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Etkenler

Uluslararası rekabet gücünü belirleyen etkenler firma içi etkenler ve firma dışı etkenler olarak iki ana kategoride toplanabilir. Firma içi etkenler; kısa veya uzun vadede firma tarafından kontrol edilmeleri, değiştirilmeleri ve geliştirilmeleri mümkün olan faktörlerdir. İşgücü maliyetleri, verimlilik, kalite, kârlılık, bilim ve teknoloji düzeyi, yönetim, nitelikli işgücü, uluslararası standartlar ve fiyat firma içi etkenlerdir. Firmanın ürettiği malların kalitesi, maliyeti ve fiyatı firma içi etkenler arasında önem taşımaktadır. Maliyetler içinde de işgücü maliyeti, sermaye maliyeti, ithalat maliyeti, vergi maliyeti, sosyal güvenlik maliyeti vb. dikkate alınabilir. Ayrıca verimlilik, kârlılık, firmada kullanılan bilgi teknolojisi, organizasyon ve yönetim yapısı, kaynakların etkin kullanımı, yenilikçilik ve yaratıcılık gibi etkenler de firma içi etkenler olarak belirtilebilir. Firma dışı faktörler ise firma tarafından kontrol

edilemeyen faktörlerdir. Devletin ekonomideki yeri ve ekonomiye olan müdahaleleri, altyapı, işgücü piyasalarının esnekliği, dış ticaret politikası, yabancı sermaye, yurtiçi rekabet ortamı, coğrafi konum, ülke imajı, ülke içi talep yapısı, doğal kaynaklar, finans sektörü ve teşvikler (devlet yardımları) firma dışı etkenler arasında sayılabilir.

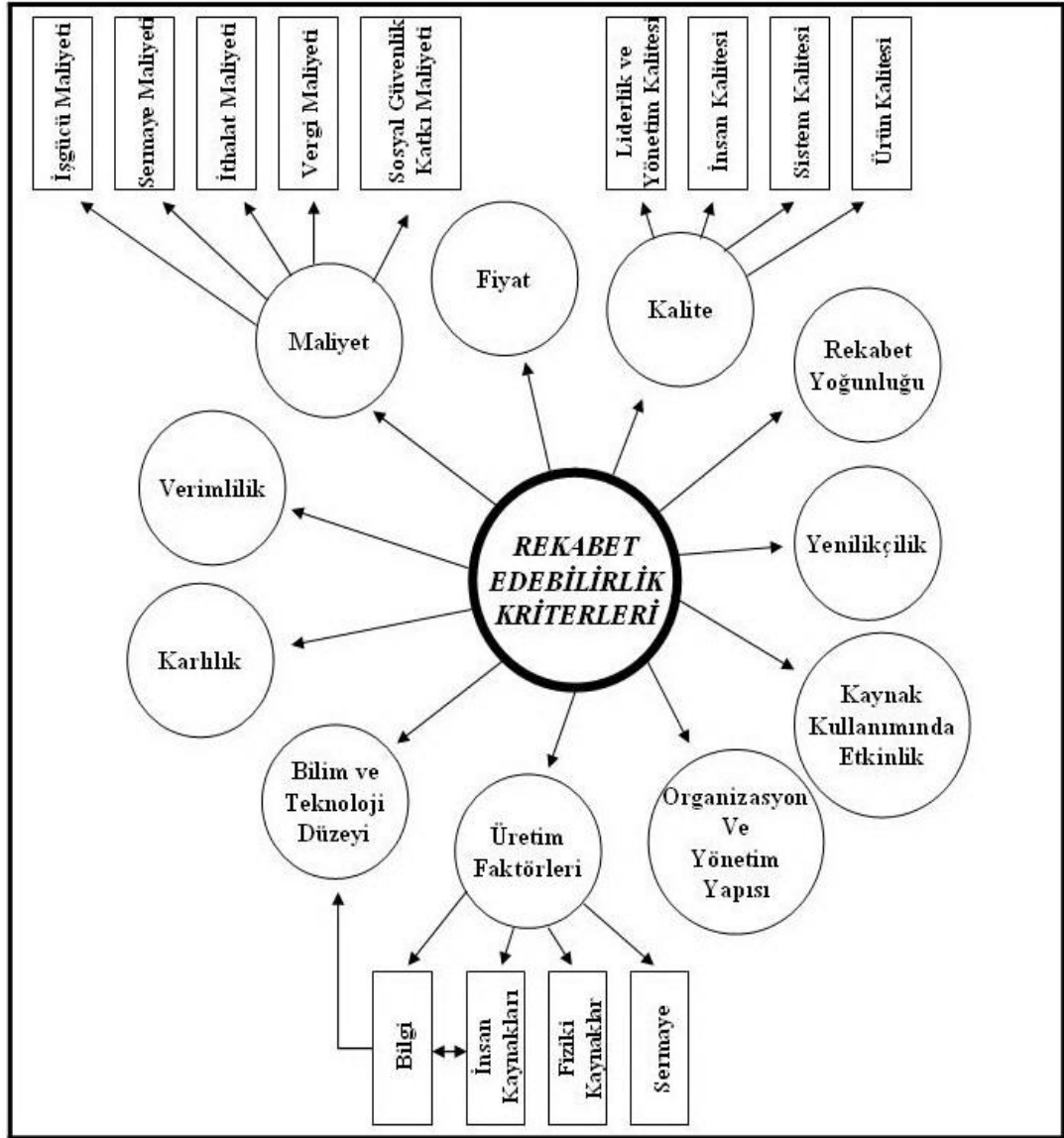
2.2.2.1. Firmalara Özgü Etkenler

Firmalara özgü etkenler arasında firmanın ürettiği malların kalitesi, maliyeti ve fiyatı önem taşımaktadır. Maliyetler arasında da işgücü maliyeti, sermaye maliyeti, ithalat maliyeti, vergi maliyeti, sosyal güvenlik maliyeti vb. maliyet faktörlerini göz önüne almak gerekir. Bunun dışında verimlilik, kârlılık, firmada kullanılan bilgi teknolojisi, organizasyon ve yönetim yapısı, kaynakların etkin kullanımı, yenilikçilik ve yaratıcılık gibi faktörler rekabet gücünü belirleyen firma içi diğer etkenlerdir. Ayrıca, başka firma içi etkenler de bulunmaktadır. Bu etkenler arasında, firmanın faaliyette bulunduğu sektördeki rekabet yoğunluğu, firmanın malın fiyatını tespit etmede ne ölçüde güçlü olduğu, sektördeki ölçek ekonomileri, işgücünün verimliliği, firmanın organizasyon ve yönetim biçimi, kapasite kullanım oranı, sermaye piyasalarındaki finansman koşulları vb. faktörler sayılabilir. Sözü edilen etkenler çalışmanın ilerleyen kısımlarında topluca verilmiştir (bkz: Şekil 2).

1990'lı yıllarda şekillenen yeni rekabet anlayışıyla birlikte işletmeler kalite olgusuna daha çok önem vermeye başlamışlardır. Dünyada yaşanan hızlı değişim sürecinde tüketicilerin artan istek ve ihtiyaçlarına etkin bir şekilde cevap verebilme arzusu, üretilen mal ve hizmetlerdeki çeşitlilik, teknolojik ilerlemeler, uluslararası ticarete liberizasyon ve küreselleşmenin getirdiği yeni rekabet koşulları firmaları daha kaliteli ürün ve hizmet üretmeye zorlamıştır. Günümüzde, ancak değişen ve gelişen tüketici istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek kalite anlayışı ve uygulamalarını benimseyen ve bunun sürekliliğini sağlayabilen firmalar rakipleri karşısında rekabet üstünlüğü elde edebilirler.

Günümüzde, küreselleşme, teknolojik gelişme ve tüketici beklentisine bağlı olarak, önemli değişimler yaşanmaktadır. Öncelikle değişen pazarlama anlayışıdır. Eski anlayış ürüne odaklıdır ve farklı satış araçları ile maksimum kâr hedeflenmektedir. Buna karşılık yeni pazarlama anlayışı tüketici odaklıdır ve öncelikle tüketici tatmini amaçlanmaktadır.

Şekil 2: Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Firmalara Özgü Etkenler



Kaynak: Aktan, 1998: 112.

Teknoloji, gelişme seviyesini daha ileri noktalardaki üretim araçlarına, ürünlere ve yöntemlere götüren bilgiler bütünüdür. Teknolojide, AR-GE faaliyetleri sonucunda meydana gelecek her yenilik, verimlilik ve kalite artışını da beraberinde getirecektir (Tekin ve Zerenler, 2000: 3). Verimlilik ve kalite artışı ise uluslararası pazarlara maliyetlerin düşüşü ve ürünün fiyatının ucuzlaması şeklinde yansıyacaktır. Ayrıca teknolojik gelişmeler, hem yeni ürünlerin geliştirilmesine hem de var olan

ürünlerin farklılaştırılması yoluyla artan, değişen ve gelişen tüketici ihtiyaçlarının daha etkin bir şekilde karşılanmasına imkân verir.

Kaliteye bu şekilde önem verilmesi, günümüzde kalitenin rekabet gücünü arttırmada en önemli unsurların başında geldiğini göstermektedir. Çünkü diğer faktörlere bakıldığında hemen hemen tümünün kalite ile ilişkili olduklarını görebiliriz. Kalite kavramı; maliyetler, verimlilik, kârlılık gibi avantajların sağlanmasında da etkilidir. Örneğin; kalite standartlarına uygunluk verimlilik artışını ve maliyetlerin düşmesini sağlar. Düşük maliyet ve yüksek verimlilik ile pazara giren firma da yüksek kârlılık ve büyüme sağlar. Sonuçta kalitenin rekabet gücünü elde etmede ve sürdürmede oldukça önemli nitelikteki unsurların başında geldiği söylenebilir.

20. yüzyılın sonlarından itibaren bilim ve teknoloji alanında meydana gelen gelişmeler, dünyada insanlık için yeni bir çağın başladığının önemli bir göstergesidir. Bu inanılmaz değişim ve gelişim sürecinde teknolojiye ve onun kaynağı olan bilime hâkim olan ülkeler uluslararası alanda rekabet üstünlüğünü ele geçiren ülkeler olacaktır.

Günümüzde kendi teknolojisini üretebilen veya yeni teknolojileri yapılarına en kısa zamanda adapte edebilen, uzun dönemde de sürekli araştırma ve geliştirme faaliyetleriyle bu teknolojik yapılarını besleyebilen ülkeler, yakaladıkları rekabetçi yapıyla dünya pazarlarında güçlü ve sağlam konumlara erişebilmektedirler. İşte, dünya ekonomisinde söz sahibi olan Amerika, Japonya, Almanya başta olmak üzere gelişmiş ülkelerin en büyük avantajları da ihtiyaç duyulan teknolojileri yaratmaları ve bunları kullanabilmeleridir. Bu ülkeler birbirlerine ürün ticareti açısından üstünlük sağlamaktan çok yeni bilgi ve teknoloji üretme açısından üstünlük sağlama çabası içerisindeyler. Çünkü günümüzde, en basit gibi görülen imalat sanayii ürünlerinden tarımsal ürünlere kadar tüm mal ve hizmetlerin üretiminde en stratejik girdi bilgi ve teknolojidir (Kepenek ve Yentürk, 2000: 506). Bütün bunlardan çıkarılacak sonuç bilim ve teknoloji alanında gerekli altyapıyı oluşturamayan ve AR-GE faaliyetlerine gerekli yatırımı yapmayan ülkelerin gelecekte rekabet gücü elde edemeyecekleri ve rekabet üstünlüğüne sahip olanların da bu üstünlüğü kaybedecekleridir.

Rekabet gücünü etkileyen firmalara özgü etkenlerin en önemlilerinden biri de maliyetlerdir. Başlıca maliyet unsurları; işgücü, sermaye, vergi, ithalat ve sosyal

güvenlik maliyetleridir. Bunların içinde de en önemlisi işgücü maliyetleridir. İşgücü maliyeti; birim işgücü başına maliyeti (TL/saat, TL/gün) ifade etmektedir (TÜSİAD, 1991: 27). Bir firma için, işgücü maliyetlerinin artması demek, üretim maliyetlerinin ve dolayısıyla da malın/hizmetin piyasaya sunum fiyatının artması demektir. Sonuçta firmanın hem iç hem de dış piyasalarda fiyat açısından rekabet etme şansı azalır. Uluslararası piyasalarda Türkiye'nin de önemli bir rakibi halindeki Çin'in rekabet avantajı işgücü maliyetlerinin düşüklüğünden ayrıca önemli ölçüde de fiyat kırmasından ileri gelmektedir.

Başka bir firma içi etken verimlilik, uluslararası alanda rekabet gücünün en önemli kavramlarından birisidir. Verimlilik kısaca çıktı ile girdi arasındaki oran şeklinde tanımlanmaktadır. Verimlilik kavramı içinde işgücü verimliliği, sermaye verimliliği ve toplam faktör verimliliği vb. unsurları kapsamaktadır. Burada, yine en önemli belirleyici işgücü verimliliğidir. İşgücü verimliliği kavram olarak çalışan başına katma değeri ifade eder (TİSK, 1995: 50). İşgücü verimliliğinin yüksek olması işgücü faktörünün etkin olarak çalıştırıldığıнын göstergesidir. Verimlilikteki artış üretim artışını, üretim faktörlerinin etkin olarak kullanılmasını, uzun vadede bireylerin yaşam standartlarının yükselmesini, firmaların varlıklarını devam ettirmelerini, yeni iş sahalarının yaratılmasını ve sonuç olarak rekabet gücündeki artışı sağlayan önemli bir faktördür.

Günümüzde hızla değişen ve gelişen teknoloji insan kaynakları alanında da önemli değişimlere sebep olmuştur. Çalışanlarda ihtiyaç duyulan nitelikler artmıştır. Firmaların rekabet güçlerini arttırmada yetişmiş, nitelikli insan gücü önemli rol oynamaktadır. Doğal kaynaklar açısından sınırlı olan çoğu gelişmiş ülke (en iyi örnek Japonya) sahip oldukları nitelikli işgücü sayesinde ekonomik ilerlemede büyük yol kat etmişlerdir.

Günümüzün rekabetçi ortamında firmaların kendilerini sürekli yenilemeleri, geliştirmeleri, alışlagelmiş ürünlerin dışına çıkarak tüketicilerin değişen ve gelişen yeni ihtiyaçlarına cevap veren yeni ürünler üretebilmeleri açısından yenilikçilik, önemli bir firmalara özgü etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Firmalara rekabet gücü sağlayan temel unsur ürün ve/veya üretim sistemlerinde yeniliktir (Porter, 1990: 77).

Fiyat avantajı da rekabet gücü elde edilmesinde etkili bir araçtır. Fakat kısa dönemde etkilidir. Günümüzün eksik rekabet piyasalarında fiyat rekabeti giderek artan biçimde yerini yüksek teknolojiye ve ürün yeniliklerine (AR-GE'ye) dayalı kalite ve hizmet rekabetine bırakmaktadır. Fiyat rekabeti tabii ki hala önemlidir ve daima önemli kalacaktır. Bu açıdan fiyat rekabetinin kalite rekabetiyle birlikte sağlanması uluslararası rekabet üstünlüğü elde etmede daha yüksek başarılar getirmektedir.

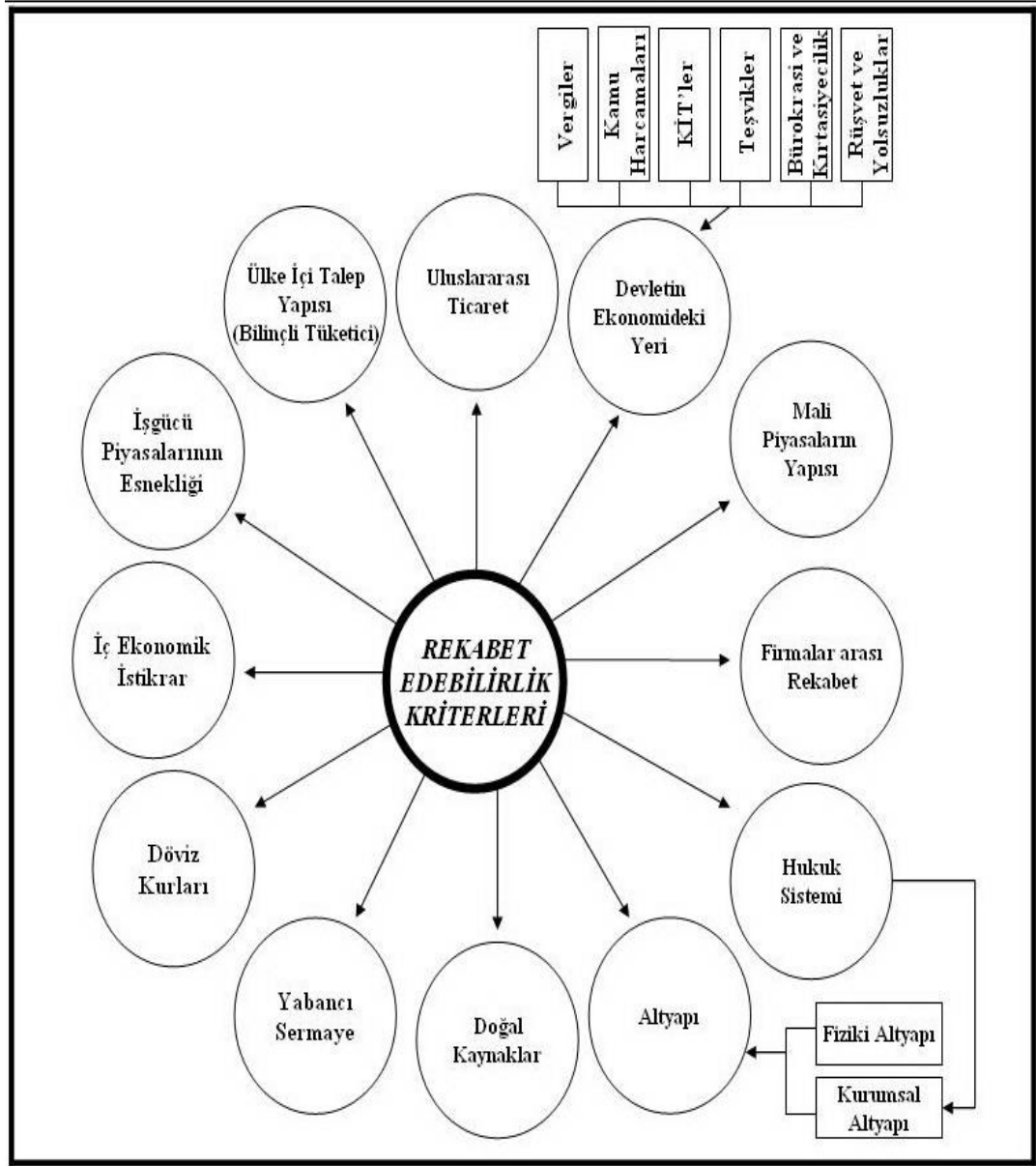
Özel sektörde faaliyet gösteren firmaların en önemli amacı bilindiği üzere kâr elde etmektir. Daha fazla kâr elde eden firmalar rekabet gücünü de ele geçirmekte ve ayakta durabilmekte, diğerleri ise piyasadan çekilmek zorunda kalmaktadır.

Sonuncu olarak belirtilecek bir firma içi etken de işletmecilikle alakalı olan organizasyon ve yönetim boyutudur. Üretim girdilerini organize etmek ve dolayısıyla verimliliği arttırmak yöneticilerin görevidir. Bunun için de yöneticilerin uyguladıkları yönetim tekniklerinin kalitesi ve yeniliği verimliliği ve dolayısıyla da firmaların rekabet güçlerini arttıracak önemli bir faktördür (TİSK, 1995: 30).

2.2.2.2. Firma Dışı Etkenler

Uluslararası rekabet gücünü etkileyen firma dışı etkenler de firmalara özgü etkenlerde olduğu gibi pek çoktur. (bkz: Şekil 3) Söz konusu faktörler firma tarafından kontrol edilemeyen faktörlerdir. Burada ilk önce devletin ekonomideki yeri ve ekonomiye olan müdahalelerinden bahsedilebilir. Devletin ekonomide geniş bir yer kaplamasından, yani görev ve fonksiyonlarının genişliğinden firmalar olumsuz etkilenir. Devletin ekonomide geniş bir yer tutması kamu harcamalarının artmasına neden olacaktır. Bu da vergi ile finanse edileceğinden firmaların vergi yükünün artması anlamına gelir ve özel kesim tarafından verimli yatırımlarda kullanılacak olan fonlar, devlet tarafından verimsiz şekilde kullanılmış olur [“crowding-out” (özel kesimin piyasa dışına itilmesi) etkisi]. Bürokrasi ve kırtasiyecilik artar. Rüşvet, kayırmacılık vb. türde yozlaşmalar yaygınlaşır. KİT’lerin zararları bütçeye yük oluşturur ve aynı etkiler oluşur (Aktan, 1998: 111).

Şekil 3: Uluslararası Rekabet Gücünü Belirleyen Firma Dışı Etkenler



Kaynak: Aktan, 1998: 114.

Ülke içindeki ekonomik istikrar bilindiği üzere ülkede uygulanan makro ekonomi politikalarıyla sağlanmaktadır. Firmaların daha etkili ve verimli olarak üretim yapabilecekleri, yatırım kararları verecekleri ve rekabet gücünü sürdürebilecekleri ortamı yaratma görevi devletindir. Döviz kurlarını dengede tutmak, para ve fiyat istikrarını sağlamak, faiz oranlarını düşük tutmak bu görevlerden bazılarıdır. Ülke içindeki ekonomik istikrarsızlık (örneğin yüksek enflasyon, döviz kurlarındaki belirsizlik ve dalgalanmalar, yüksek faiz oranları vb.)

ekonomideki karar alma birimlerini, gerek yerli gerekse yabancı yatırımcıları olumsuz etkiler, kararları saptırır, yatırımların azalmasına, ülkeden yabancı sermaye çıkışına ya da ülkeye yabancı sermaye girmemesine sebep olur. Fiyat istikrarının olmadığı bir ekonomide spekülâtif hareketler yaşanmakta, geleceğe ilişkin belirsizlikler firmaların yatırım ve maliyet kararlarını olumsuz yönde etkilemektedir. Döviz kurlarındaki belirsizlikler ihracatçının riskini arttırır ve bu yüzden ihracatçıların ihracat bağlantılı üretim yapmaktan vazgeçmelerine neden olabilir. Görüldüğü üzere enflasyon ve döviz kurlarındaki belirsizliğin rekabet gücünü olumsuz bir şekilde etkilediği çok açıktır.

Diğer bir firma dışı etken de uluslararası ticaret sistemidir. Uluslararası ticaret sisteminde korumacılık benimsenmişse (gümrük tarifeleri, kotalar, ithalat yasakları gibi) rekabet gücü gelişemez. Yukarıda da anlatıldığı üzere rekabetin yaşaması özgürlük ortamına bağlıdır. Serbest ticaret sistemi uygulanıyorsa firmalar sistemden kopmamak için maliyet minimizasyonu, kalite maksimizasyonu ya da optimum kapasite kullanımı yoluyla rekabet gücünü yükseltmeye çalışacaktır.

Tüketicilerin bilinç düzeyi de firma dışı etkenlerden bir diğeridir. Bilinçli bir tüketici kesiminin var olduğu ekonomilerde firmalar sürekli yeniliğe ve yaratıcılığa yönelmek durumunda kalır, bu da rekabet gücünü yükseltir.

İşgücü piyasalarının esnekliği de uluslararası rekabet gücünü etkileyen firma dışı etkenler arasında sayılabilir. Devletin iş piyasasına yönelik olarak getirdiği esnek olmayan kurallar üretim sürecine katkısı az olan kişilerin işten çıkarılmasını güçleştirmekte, sonuç olarak firmanın kârlılık yapısı bozulmakta, rekabet gücü düşmektedir.

Yabancı sermaye uluslararası rekabet gücünü olumlu yönde etkileyen bir firma dışı etkendir. Daha çok gelişmekte olan ülkeler açısından önemli rol oynamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarının finansmanında var olan yapısal darboğazlar ve ülke içi sermaye yetersizliği yabancı sermaye sayesinde aşılmaktadır.

Doğal kaynaklar ve iklim koşulları da şüphesiz ki uluslararası rekabet gücüne olumlu yönde etkide bulunan firma dışı etkenlerdendir. Fakat günümüz şartlarında hammaddeler uluslararası rahatlıkla dolaşabildiği için zengin doğal kaynaklara

sahip olmak her zaman bir ülkenin uluslararası yüksek bir rekabet gücüne sahip olacağını göstermez.

Uluslararası rekabet gücünü belirleyen bir diğer firma dışı faktör de rakip ülkelere göre coğrafi konum avantajına sahip olmaktır. Özellikle zengin ülkelere coğrafi yakınlık hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için daha büyük ve yüksek gelir elde edilebilecek pazarlar bulma anlamına gelmektedir (Dulupçu, 2001: 85). Gelişmiş ülke pazarlarına yakınlık daha az taşıma masrafiyla birlikte ürünün maliyetini dolayısıyla fiyatını ucuzlatacak ve söz konusu ülkeye rekabet avantajı sağlayacaktır. Coğrafi konum bir ülkenin dünya ticaretinde belli bir rolü üstlenmesini olanaklı kılan bir faktör olarak da görülebilir. Örneğin, Singapur'un Japonya ve Orta Doğu arasındaki ana ticaret hattında bulunması bu ülkenin gemi tamir ve bakımında merkez olmasını kolaylaştırmıştır. Ayrıca pazarın talebine anında cevap verebilme önceliği ülkeye geçecektir, bu da ülkenin fiyatı etkileyebilme gücünü arttıracaktır.

Ülkenin fiziki altyapısının (ulaşım, iletişim, enerji) güçlü olması da uluslararası rekabet gücü elde etme ve sürdürme açısından önemlidir. Ulaşım (otoyolları, demiryolları, denizyolları), iletişim (telekomünikasyon hizmetleri, gelişmiş bir internet ağı) ve enerji hizmetleri (güvenilir ve ucuz enerji) alanlarında güçlü bir altyapıya sahip olan ülkelerin firmaları uluslararası alanda diğer ülke firmaları karşısında rekabet üstünlüğü kazanırlar.

Uluslararası rekabet gücünü etkileyen firma dışı etkenler arasında finans piyasaları da sayılabilir. Ülkenin gelişmiş bir finansal sisteme sahip olması, finans kuruluşlarının fazlalığı, güçlü yapısı ve hizmet kalitelerinin yüksekliği rekabet gücü açısından önem taşır. Bilindiği üzere finans piyasaları, fon arz edenlerle fon talep edenleri bir araya getiren piyasalardır. Finansal sistemin gelişmişliği ve güvenilirliği sayesinde müteşebbisler ihtiyaç duydukları sermayeyi kolaylıkla temin edebileceklerdir, böylece üretim ve yatırım artacaktır.

Rekabet ekonomiye dinamizm getirmektedir. İç piyasada oluşacak rekabetçi yapı (rekabet yoğunluğu) firmaları varlıklarını devam ettirebilmek için daima en kaliteliyi en ucuza üretmeye zorlayacaktır. En kaliteliyi en ucuza üretme uğraşı beraberinde verimlilik artışını ve dolayısıyla rekabet üstünlüğünü ayrıca kaynakların da etkin kullanımını getirecektir. Bu noktada devlete de önemli görevler

düşmektedir. Devlet iç piyasada rekabeti önleyen ve bozan müdahaleleri engelleyen önlemleri almalıdır, rekabet ortamının bozulmasına izin vermemelidir.

Uluslararası rekabet gücünü etkileyen firma dışı etkenlerden bir diğeri de teşviklerdir. Teşvikler; üretimin, yatırımların ve ihracatın özendirilmesinde çok önemli katkılar sağlayan bir etkidir. Ayrıca, ülke imajı da ürünün imal edildiği ülkenin uluslararası sahip olduğu imaja bağılı olarak rekabet gücünü olumlu ya da olumsuz yönde etkileyen önemli bir firma dışı etkidir.

Son olarak uluslararası rekabet gücünü belirleyen diğeri bir firma dışı etken olarak hukuk sistemi belirtilebilir. Hukuk sistemi, bir ülkedeki kurumsal altyapıyı ifade etmektedir. Gerek özel hukuk, gerekse kamu hukuku kurallarının çok iyi düzenlenmiş olduğu ülkelerde piyasa ekonomisi daha da güçlenir (Aktan, 1998: 113).

2.3. REKABETÇİ ÜSTÜNLÜKLER VE ULUSLARARASI REKABET GÜCÜNÜ BELİRLEMeye YÖNELİK ENDEKSLER

Günümüz dış ticaret teorisinin temelleri aradan geçen yaklaşık ikiyüz yıla rağmen hala David Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi'ne (Theory of Comparative Advantages) dayanmaktadır. Ricardo 1817 yılında Londra'da yayınladığı ünlü eseri "*On the Principles of Political Economy and Taxation*"da Adam Smith'ten yaklaşık kırk yıl sonra Mutlak Üstünlük Teorisi'ne (Theory of Absolute Advantages) ilişkin analizleri geliştirerek "Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi"ni ortaya atmıştır. Sözü edilen teorisin günümüzde hâlâ kabul görmesi son derece güçlü bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Zamanla karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin bazı eksikleri olduğu görülmüş ve bunları gidermek üzere Ricardo'dan yaklaşık bir asır sonra Faktör Donatımı Teorisi (Factor Endowment Theory) ortaya atılmıştır. İsveçli iktisatçı Eli Heckscher'in 1919 yılında yayımlanan bir makalesine dayanan bu yeni teoriye "Faktör Oranları Teorisi" (Factor Proportions Theory) de denmektedir. Teori daha sonra 1930'larda Heckscher'in öğrencisi Bertil Ohlin tarafından geliştirilmiştir. Bu nedenle teoriye literatürde yaygın biçimde Heckscher-Ohlin Teorisi denmektedir. Amerikalı ünlü iktisatçı Paul Samuelson da daha sonradan teoriye yeni katkılar getirdiği için Heckscher-Ohlin-Samuelson teorisi dendiği de görülmektedir. Karşılaştırmalı avantajları esas alan iki temel teori

‘açıklanmış’ karşılaştırmalı avantajların da temelini oluşturmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde sözü edilen teoriler, konuyla ilgili bağlantıları açısından gereği ve yeteri kadar ele alınmıştır. Konunun bütünlüğünü bozmamak için çok fazla ayrıntıya girmekten (varsayımlar, eleştiriler, formüller ve grafikler vb.) kaçınılmıştır. Daha sonra, yeni dış ticaret teorileri ve Michael E. Porter’ın ‘Uluslararası Rekabet Üstünlükleri Teorisi’ ile ilgili açıklayıcı bilgi verilmiştir. Ayrıca son olarak dış ticaretin endüstrilerarası ticaret yapısını ve rekabet gücünü belirlemeye yönelik geliştirilen ve çalışmada bu amaçla kullanılan Balassa ve Vollrath yaklaşımı çeşitli endeksler açıklanmıştır.

2.3.1. Karşılaştırmalı Üstünlükleri ve Rekabet Edebilirlik Avantajlarını Esas Alan Geleneksel Dış Ticaret Teorileri

Karşılaştırmalı üstünlükleri ve rekabet edebilirlik avantajlarını esas alan bilinen iki önemli geleneksel dış ticaret teorisi bulunmaktadır. Bunlar yukarıda da belirtildiği üzere Ricardo Teorisi (Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi) ve Heckscher-Ohlin Teorisi (Faktör Donatımı Teorisi)’dir. Ricardo’nun açıkladığı yönüyle karşılaştırmalı üstünlükler teorisi, ülkeler arası karşılaştırmalı üstünlüğü teknoloji farklılığına dayandırmaktadır. Heckscher-Ohlin teoremine göre ise, ülkeler arasında benzer teknoloji yapılarında ticareti yaratan unsur, faktör fiyatlarındaki farktan kaynaklanan maliyet farklarıdır. Ancak sonuç olarak her iki yaklaşımda da ticaret öncesi nisbi fiyat farkları, ülkelerin ticaretteki üstünlüklerini belirlemektedir. Sözü edilen iki dış ticaret teorisi çalışmanın ilerleyen kısımlarında kısaca açıklanmıştır.

2.3.1.1. Ricardo Teorisi: Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi

Ricardo (Ricardian) teorisi karşılaştırmalı avantajların ülkelerin karşılıklı teknoloji farklılıklarından doğduğunu farz eder. Ricardo’ya göre uluslararası ticareti mutlak üstünlüklere dayandırmaya gerek yoktur. Böyle bir yaklaşım ayrıca teoremin kapsamını daraltır. Uluslararası ticaret için üzerinde durulması gereken nokta, ülkelerin bazı malları ucuza üretmeleri, yani bu mallarda mutlak üstünlük sahibi olmaları (Adam Smith’in belirttiği gibi) değildir. Tersine, önemli olan üstünlüklerinin derecesidir. Bir ülke, diğeriyle karşılaştırıldığında, hangi malların üretiminde daha yüksek bir üstünlüğe sahipse o mallarda uzmanlaşmalıdır. Başka bir

deyişle Ricardo'ya göre uluslararası ticaretin temelini mutlak değil, karşılaştırmalı üstünlükler oluşturur. Eğer bir ülke bütün malların üretiminde diğerinden daha üstün durumdaysa mutlak üstünlükler teorisine göre ticaret yapmaya gerek yoktur, ülke bütün malları kendisi üretir (Seyidoğlu, 1998: 17-18).

Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi'ne göre ülkeler arasında kârlı dış ticaret için zorunlu koşul, bu ülkelerde iç üretim maliyetlerinin (yurtiçi fiyatların) birbirinden farklı olmasıdır (Seyidoğlu, 1998: 19). Ricardo için de, maliyeti oluşturan tek faktör, Adam Smith'de olduğu gibi homojen, ülke içinde tam hareketli ve ülkeler arasında tam hareketsiz olduğu varsayılan emektir.

Ricardo'nun bu ünlü teorisine “karşılaştırmalı avantajlar teorisi”, “karşılaştırmalı maliyetler doktrini” gibi değişik isimler de verilmektedir. Yaklaşık iki asırdır birtakım eksikleriyle birlikte kabul gören bu teori kendinden sonra gelen dış ticaret teorilerine öncülük etmiş, zaman zaman bazı eleştirilere de maruz kalmıştır.

2.3.1.2. Heckscher-Ohlin Teorisi: Faktör Donatımı Teorisi

Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi, malların nispi fiyat farklılıklarını üretim fonksiyonu farklılıklarına, içerdikleri emek verimlilik farklılıklarına bağlamış, fakat bu farklılığın kaynağının ne olduğunu açıklamamıştır (Ertürk, 2001: 24). Klasik Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi'ne göre, aralarındaki üretim maliyetleri farklı olduğu sürece, ülkeler kârlı dış ticaret yapabilirler. Ancak bu analizlerde eksik bırakılan çok önemli bir nokta vardır. O da uluslararası ticaretin asıl nedeninin, ya da başka bir deyişle, ülkeler arasında üretim maliyetlerinin neden farklı olduğu konusunun açıklanmamasıdır. Ricardo bunu emek verimliliğinin uluslararası farklılığına bağlamış fakat emeğin veriminde farklılık doğuran etkenlerle ilgilenmemiştir (Seyidoğlu, 1998: 61). İşte bu eksikliği gören İsveçli iktisatçı Eli Heckscher yeni bir teori ortaya atmıştır. “Faktör Donatımı Teorisi”. Söz konusu teori daha sonra, aynı zamanda Heckscher'in öğrencisi olan Bertil Ohlin tarafından geliştirilmiştir ve Heckscher-Ohlin Teorisi (kısaca H-O teorisi) adını almıştır. Teoriye ikinci katkı İkinci Dünya Savaşı yıllarında Amerikalı İktisatçı Paul Samuelson'dan gelmiştir. Bu nedenle teori Heckscher-Ohlin-Samuelson (H-O-S) teorisi olarak da bilinmektedir.

H-O teorisine göre ülkelerin karşılıklı teknolojileri Ricardo teorisinin aksine aynıdır. Onun yerine bu teoride karşılaştırmalı avantaj ülkelerin karşılıklı faktör fiyatlarındaki farklılığın sonucu oluşan maliyet farklılıklarına yüklenir. Yani dış ticaretin temel nedeni Ricardo Modeli'nde olduğu gibi ülkeler arasındaki teknoloji farklılıkları değil ülkeler arasındaki faktör donanımları farklılıklarından kaynaklanan karşılaştırmalı üstünlüklerdir.

Faktör Donatımı Teorisi'nde savunulan ana düşünce şu şekilde ifade edilebilir: Bir ülke hangi üretim faktörüne (emek ya da sermaye) zengin olarak sahipse, üretimi o faktörü yoğun biçimde gerektiren mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder, yani onları daha ucuza üretir ve o alanlarda uzmanlaşır. (örneğin Türkiye'nin tekstilde ve bazı işlenmiş tarım ürünlerinde olduğu gibi) Faktör Donatımı Teorisi'nin dayandığı iki temel varsayım; ülkelerin faktör donatımlarının birbirinden farklı olduğu ve ayrıca malların faktör yoğunluklarının da birbirinden farklı olduğudur (Seyidoğlu, 1998: 62).

Karşılaştırmalı üstünlük analizinde üretim faktörü olarak yalnızca emek ele alınmakta, sermaye biriktirilmiş emek olarak görülmekte idi. Ancak Heckscher ve Ohlin buna ikinci bir faktörü (sermaye) ilave ederek analizi genişletmişlerdir. Daha sonraları Faktör Donatımı Teorisi test edilmiş ve bazı türevleri ortaya atılmıştır. Faktör Fiyatlarının Eşitliği Teoremi, Stolper Samuelson Teoremi ve Rybczynski Teoremi bunlardan en önemlileridir.

Heckscher-Ohlin Teorisi'ne de birtakım eleştiriler yapılmıştır. Örneğin zamanla faktör yoğunlukları tersine dönebilir. Oysa teoride değişmeyeceği kabul edilmiştir. Ayrıca zevk ve tercihler faktörü dikkate alınmamıştır. Ülkeler aynı üretim faktörlerine sahip olsalar bile zevk ve tercihlerdeki farklılıklar sayesinde dış ticaretten kazançlı çıkabilirler ve diğer eleştiriler... Bu konulara uluslararası iktisat kitaplarında ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

2.3.2. Yeni Dış Ticaret Teorileri

Ülkelerin uluslararası ticaretinde gözlenen birtakım olgular ve geleneksel/klasik dış ticaret teorilerinin bu olguları açıklamakta yetersiz kalması hatta kimi durumlarda teori ile çelişmesi, 1970'li yılların sonlarından itibaren “Yeni Dış Ticaret Teorileri” olarak adlandırılan ve uluslararası ticaret alanında yeni çığır

açan teorilerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Yeni Dış Ticaret Teorileri (New Trade Theories), hiçbir zaman klasik teoriyi bütünüyle reddetmemekte; sadece klasik teorinin öngördüğü sebepler olmasa da, yine de dış ticaret yapılabileceğini öne sürerek, dış ticaret için yeni argümanlar sunmaktadır. Burada söz konusu teorilerin ortaya çıkma nedenleri, belli başlı varsayımları ve belli başlı çeşitleri olarak gerektiği kadar değinilmiştir.

2.3.2.1. Yeni Dış Ticaret Teorilerinin Ortaya Çıkma Nedenleri

Karşılaştırmalı üstünlükler düşüncesine dayanan geleneksel/klasik dış ticaret teorisine göre dış ticaretin temel nedeni uluslararası karşılaştırmalı maliyetlerde bulunmaktadır. Geleneksel dış ticaret teorisi faktör donatımları birbirine benzemeyen ülkelerin aralarındaki ticareti açıklamaktadır. Faktör donatımları benzer ülkelerin endüstri içi ticaretini açıklamada fiyat farklılıkları temelindeki karşılaştırmalı üstünlük anlayışı yeterli açıklayıcı güce sahip olmamaktadır.

Eksik rekabet koşulları, teknoloji, ürün yenilikleri ve AR-GE, tüketici tercihleri ve talebin yapısı, marka, satış öncesi ve sonrası hizmet, pazarlama stratejileri, endüstri içi ticaret, benzer ülkeler arasında ticaret, çok uluslu firmalar ve firma içi ticareti gibi unsurlar günümüzde giderek önem kazanmaktadır. Bir ülke firmalarının ihracat pazarlarındaki rekabet gücü ve sürdürülebilirliği fiyatın yanı sıra, “kalite”, “ürün yeniliği” ve “pazarlama stratejileri” ile çok yakından ilgilidir. Tüm bu sayılanlar özellikle 1990’lı ve 2000’li yıllarda uluslararası ticareti büyük ölçüde etkilemiş ve yeniden şekillendirmiştir. Yeni dış ticaret teorisinin bu gereksinim nedeniyle geliştirildiği açıktır (Utkulu, 2005: 8-9).

Yeni Dış Ticaret Teorileri’nin ortaya çıkmasının en önemli iki nedeni, benzer faktör donatımlarına ve benzer teknolojilere sahip ülkeler arasındaki ticaret ve endüstri içi ticarettir. İkinci Dünya Savaşı’ndan sonraki dönemden günümüze dünya ticaretinin benzer faktör donatımlarına sahip ülkeler arasında yapıldığı ve bu ticaretin oranının sürekli arttığı görülmektedir. Bu durum, hiç kuşkusuz geleneksel teorinin varsayımlarıyla çelişmektedir. Çok iyi bilindiği üzere Ricardo teorisine göre ülkelerin teknolojik farklılıkları, H-O teorisine göre ise faktör donatımı farklılıkları dış ticaretin temel nedeni sayılmaktadır ve bu şekilde karşılıklı ülkeler dış ticaretten kazançlı çıkmaktadır.

İkinci bir neden, ülkeler arasındaki ticaretin endüstrilerarası (inter industry trade) olmaktan çıkıp endüstri içi (intra industry trade) ticaret (EİT) şekline bürünmesidir. Endüstri içi ticaret yerine aynı anlamı olarak “İki Yönlü Ticaret” ve “Ticaret Çakışması” terimleri de kullanılmaktadır. Son yıllarda dünya ticareti ülkeler arasında benzer ürünler üzerinden yapılan endüstri içi ticaret halini almıştır. Aynı endüstri grubuna giren fakat dış görünüş, kalite, renk, desen, model ve marka açısından farklılaştırılmış malların (tüketimde yakın ikamesi olan malların) eşanlı olarak hem ihraç hem de ithal edilmesi şeklinde tanımlayabileceğimiz endüstri içi ticaret geleneksel/klasik dış ticaret teorileriyle açıklanamamaktadır. Geleneksel dış ticaret teorisine göre, bir ülkenin aynı malda hem karşılaştırmalı avantaja sahip olması (yani malın ihracatının yapılması), hem de dezavantaja sahip olması (yani malın ithal edilmesi) mümkün olmadığından, endüstri içi ticaret olgusu geleneksel teorisinin öngörülerıyla çelişmektedir. Geleneksel dış ticaret teorisi endüstri içi ticareti açıklayamamasına karşın endüstrilerarası ticareti açıklamaktadır (Akkoyunlu, 1996: 72). Yeni dış ticaret olgusu ise, özellikle endüstri içi ticareti açıklamakta olup, karşılaştırmalı üstünlüklerin bir ikamesi değil, önemli bir tamamlayıcısıdır.

Uluslararası ticaretin endüstrilerarası olduğuna dair yaygın kanaat 1960’lı yıllardan itibaren değişmeye başlamıştır. 1960’lı yıllarda Avrupa Ekonomik Topluluğu’nun (AET’nin) kurulmasıyla birlikte gümrük birliği oluşumunu izleyen dönemde AET içi ticarete görülen artışın en önemli nedeninin endüstri içi ticaret olduğu, Verdoorn (1960), Balassa (1963 ve 1966) ve Grubel-Lloyd (Grubel ve Lloyd, 1971: 494-517; Grubel ve Lloyd, 1975) tarafından yapılan bazı ampirik ve teorik çalışmalarla tespit ve tahmin edilmiştir. Söz konusu araştırmacılar ayrıca uygulamalı çalışmalarında benzer faktör donatımları ve benzer teknolojiye sahip gelişmiş ülkeler arasında sanayi malları ticaretinin yüksek miktarlarda olduğu ve bu ticaretin önemli bir bölümünün de aynı endüstriye ait malların çift yönlü ticaretinden kaynaklandığı sonucuna ulaşmışlardır.

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonraki yıllarda endüstri içi ticaret, sınaî ürünler ticaretinde görülen önemli artışlarla karakterize edilmektedir. Dolayısıyla dünya ticaretinin liberalleştirilmesi ve ekonomik entegrasyonlara gidilmesi, dünya sınaî ürünler ticaretini arttırırken gelişmiş ülkelerin belirli endüstrilerde daha dar bir ürün

yelpazesinde uzmanlaşıp ticaret yapmalarını ve böylece sınaî ürünler endüstri içi ticaretinin artışı motive etmiştir (Deviren, 2004: 109).

EİT'in ortaya çıkmasına yol açan başlıca etkenler arasında özellikle Faktör Donatımı Teorisi'nin ihmal ettiği ürün farklılaştırması ve ölçek ekonomileri ile sınır ticareti gibi etkenler sayılabilir. Piyasalarda tam rekabet koşulları, ölçeğe göre sabit getiri ve homojen ürün varsayımlarına dayanan, klasik dış ticaret teorileri tarafından açıklanamayan söz konusu kavram, yeni dış ticaret teorileri içinde ele alınmaktadır. Yeni dış ticaret teorisi, ölçeğe göre artan getiri, eksik rekabet ve ürün farklılaştırması gibi unsurlarla EİT kavramını açıklanabilir bir duruma getirmiştir. Endüstri içi ticaret, neden ticaret yapıldığının cevabını aramaktan ziyade, mevcut ticaretin yapısı ve işleyişine yönelik bir analizdir (Ertürk, 2001: 44).

1990'lı yıllardan itibaren endüstri içi ticaret her bir endüstride geçerli olan ürün farklılaştırmasına göre “dikey ve yatay endüstri içi dış” ticaret olmak üzere sınıflandırmaya tabii tutulmaya başlanmıştır. Dikey endüstri içi dış ticaret de kendi içinde “düşük kalite dikey endüstri içi dış ticaret” ve “yüksek kalite dikey endüstri içi dış ticaret” olarak ikiye ayrılmaktadır. Yatay endüstri içi dış ticarete ürün farklılaştırması model, desen, renk vb. açılardan gerçekleştirilir. Dikey endüstri içi dış ticarete ise kalite farklılaştırmasına gidilir. Ülkenin ihraç ettiği mal çeşidinin kalitesi ithal ettiği aynı mal çeşidinin kalitesinden daha düşükse düşük kalite dikey endüstri içi dış ticaretten, daha yüksekse yüksek kalite dikey endüstri içi dış ticaretten bahsedilir. Dikey endüstri içi dış ticaret (DEİT), ticaretin ara tipini (endüstrilerarası ticaret ile endüstri içi ticaret arasında) yansıtmaktadır. Ülkeler arasında aynı malın çeşitlerinin üretimi ve ticareti yapılmakta, fakat mal çeşitlerinin üretiminde karşılaştırmalı avantaj sağlayacak kadar farklılık görülmektedir. Dış ticaret yazınında DEİT, daha ziyade gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler (Kuzey-Güney) arasındaki ticareti, YEİT ise daha ziyade gelişmiş ülkelerin kendi arasındaki (Kuzey-Kuzey) ticareti açıklamak için kullanılmaktadır. Fakat son dönemdeki çalışmalarda gelişmiş ülkeler arasındaki ticarete bile DEİT'in, YEİT ile karşılaştırıldığında daha önemli olduğuna dair bulgular elde edilmektedir (Şimşek, 2005: 43-62). Ayrıca endüstri içi dış ticaretle ilgili yapılan çalışmalarda elde edilen diğer bir bulgu da yatay endüstri içi dış ticaretin daha çok endüstrilere özgü faktörlerden etkilenirken, dikey endüstri içi dış ticaretin ise ülkelere özgü

faktörlerden etkilendiğidir. Bunlara ilaveten nihai malların yatay endüstri içi dış ticarete, bir malın üretiminde kullanılan ara mallarının ise dikey endüstri içi dış ticarete yol açtıkları kabul edilmektedir. Ancak dış ticaret istatistiklerinde malların nihai mal ya da ara malı olduklarına dair kesin bir bulgu bulunmadığı için, endüstri içi ticaret analizlerinde kullanılması mümkün olmamaktadır (Narin, 2002: 4).

Endüstri içi ticaret düzeyi ile ürün farklılaştırması düzeyi arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Dolayısıyla, ileri teknoloji ürünlerindeki ürün farklılaştırması düzeyi ara ve standart teknoloji ürünlerine göre daha yüksektir. Bu bağlamda; gelişmiş ülkeler arasındaki endüstri içi ticaretin ileri teknoloji ürünlerinde yoğunlaşması beklenirken, gelişmiş ülkeler ile gelişmekte olan ülkeler arasındaki endüstri içi ticaretin ise standart teknoloji ürünlerinde yoğunlaşması beklenmektedir (Deviren, 2004: 120).

Endüstrilerarası ticarete nisbi fiyatların değişmesi nedeniyle gelir dağılımının bir ülke aleyhine bozulması sonucunda, ticarete bir ülke kazanırken diğeri kaybedebilir. Endüstri içi ticarete ise, ticaretin gelir dağılımı üzerindeki olumsuz etkilerine rağmen iki ülke de ticaretten kazanmaktadır. Ayrıca endüstri içi ticaretin uluslararası ticarete endüstrilerarası ticaretin kazanımlarına ilave kazanımlar sağladığı tespit edilmiştir. Çünkü endüstri içi ticaret ülkelerin daha büyük piyasalardan yararlanmalarını sağlamaktadır. Endüstri içi ticareti gelişen bir ülkenin bir yandan ürettiği ürün çeşidi azalırken, diğer yandan yerli tüketicilerin daha çok çeşitte mal tüketme imkânı ortaya çıkmaktadır. Ülkeler daha az çeşitte mal üreterek her malı daha verimli, daha düşük maliyetle daha büyük ölçekte üretebilirler, tüketiciler de daha zengin ve daha kaliteli ürün seçeneğine sahip olurlar. Yapılan akademik çalışmalar endüstri içi uzmanlaşma sonucu ortaya çıkan endüstri içi ticaretle hem üreticilerin hem de tüketicilerin tatmin olduğunu ve bu durumun ülke ekonomisinin gelişmesini sağladığını göstermiştir.

EİT ile ilgili yapılan çalışmalar endüstri içi ticaretin gelişmişlik düzeyi yüksek, birbirine komşu, gümrük duvarları aşağı çekilmiş veya entegrasyona gitmiş, iç pazarı geniş, fert başına gelir düzeyi yüksek ülkeler arasında olduğunu tespit etmiştir. Bu mallar ise monopolcü rekabet şartlarında üretilir, ölçek ekonomisine tabidir, mal farklılaştırmasına uygun mallardır (Ertürk, 2001: 44). Hızla küreselleşen dünyada endüstri içi ticaret de hızla gelişmektedir. Bu gelişimin sonucunda da

teknoloji transferi önemli bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkelerin yeni teknolojileri alıp kendi bünyelerine adapte edebilmesi ve dünya ülkelerinin gerisinde kalmamaları için farklılaştırılmış sanayi ürünlerinin ürünleri ve ticaretine önem vermeleri gerekmektedir. Endüstri içi ticaret yapan sanayi dallarının desteklenmesi de özelde ihracatın ve genel olarak da ekonominin bütünü için büyük önem arz etmektedir.

2.3.2.2. Yeni Dış Ticaret Teorilerinin Belli Başlı Varsayımları ve Çeşitleri

Paul Krugman'ın öncülüğünü yaptığı yeni dış ticaret teorilerinin temel özelliği, geleneksel dış ticaret teorilerinin temel varsayımları olan tam rekabet ve ölçeğe göre sabit getiri varsayımlarını terk ederek, ölçeğe göre artan getiri ve eksik rekabet piyasalarını analizin temeline almasıdır. Krugman, EİT'in temelinde ölçek ekonomilerinin yattığını; bunun da bir endüstri içinde farklı ürünlerin üretilmesine yol açarak uzmanlaşma ve dış ticareti artırdığını ifade etmiştir (Krugman, 1981: 960 ve Krugman, 1994).

Teorinin yeni olarak nitelendirilmesi, ölçek ekonomileri ve eksik rekabet varsayımlarının dış ticaret teorisi içine ilk kez ilave edilmesinden dolayı değildir. Ölçek ekonomilerinin dış ticaret teorisi ile ilişkilendirilmesi klasik iktisatçılara kadar uzanmaktadır. Teoriye 'yeni' adının verilmesinin nedeni ölçeğe göre artan getiri varsayımı altında, piyasa yapısının matematiksel olarak formüle edilmesinin (test edilebilir bir modelin ortaya konulmasının) ancak 1970'li yılların sonunda başarılmasından ileri gelmektedir (Akkoyunlu, 1996: 71).

Faktör Donatımları Teorisi endüstrilerarası ticareti açıklarken endüstri içi ticareti açıklamak üzere tekeli rekabet dış ticaret teorileri ve oligopolistik dış ticaret teorileri geliştirilmiştir. Tekelci rekabet teorisi, ürün farklılaştırması (product differentiation) ve içsel ölçek ekonomileri ile karakterize edilmektedir. Yeni Dış Ticaret Teorileri'nden diğer bazıları da Nitelikli İşgücü Teorisi (Skilled Labor-Keessing ve Kenen), Teknoloji Açığı Teorisi (Posner ve Schumpeter), Ürün Dönemleri Hipotezi (Product Cycle Model), Tercihlerde Benzerlik Hipotezi (Similarity in Preferences-Brunstam Linder) ve Ölçek Ekonomileri Hipotezi (Economies of Scale)'dir (Seyidoğlu, 1998: 78-88).

Burada son olarak yeni dış ticaret teorilerinin yeni bir dış ticaret politikasını gerektirip gerektirmediği sorusu akla gelebilir. Söz konusu soruya Krugman 1992 yılında The World Economy’de yayınlanan bir makalesinde cevap aramıştır ve sonuçta gerektirmediği sonucuna varmıştır, fakat ister istemez yeni bir dış ticaret politikasına doğru yol alınmaktadır (Krugman, 1992: 423-441).

2.3.3. Michael E. Porter’ın ‘Uluslararası Rekabet Üstünlükleri’ Teorisi

Günümüz dünyasında üretimi etkileyen faktörler artık yalnızca emek ve sermaye değildir. Bunların yanında üretimi etkileyen çok çeşitli ve de önemli faktörler ortaya çıkmıştır. Bu yüzden de uluslararası rekabet üstünlüklerini açıklamaya çalışan modern yaklaşımlar analizlerinde sadece emek ve sermayeyi değil bu çok çeşitli faktörleri dikkate almaktadır. Artık günümüzde, ulusal verimliliğin kaynağını ileri teknoloji ile nitelikli işgücü oluşturmaktadır. Zira günümüz endüstrileri işgücü ve sermaye yoğun teknolojilerden ziyade bilgi yoğun teknolojilere yönelmişlerdir. Bol ve ucuz faktörlerin yarattığı karşılaştırmalı avantajlar yerini teknolojik gelişmelere ve yeniliklere bırakmaktadır. Yeni üretimde sermaye, teknoloji ve bilgi temel üretim faktörleri olmaktadır. Uluslararası rekabette teknolojik farklılık, rekabet üstünlüğü ve avantajların merkezi unsuru olarak ortaya çıkmaktadır (Erkan, C., 1995: 84). Firmalar teknolojik yenilikler sayesinde yeni üretim teknolojileri geliştirmekte ve böylece kıt kaynakların en etkin şekilde kullanılmasını sağlamaktadır. Sonuç olarak verimlilik artmakta ve daha kaliteli ürünler piyasaya sunulmaktadır.

Teknolojik gelişmelerin, rekabet üstünlüğü elde etmede merkezi unsur olduğundan hareketle rekabet üstünlüğünü açıklamaya yönelik olarak yeni teoriler ortaya atılmıştır. Bunlar içerisinde de en tanınan ve en çok kabul göreni Michael E. Porter’ın “Uluslararası Rekabet Üstünlükleri Teorisi”dir.

Michael E. Porter, *Rekabetçi Strateji* (Competitive Strategy, 1980), *Rekabetçi Avantaj* (Competitive Advantage, 1985) ve *Küresel Endüstrilerde Rekabet* (Competition in Global Industries, 1986) adlı kitaplarında rekabet gücünü firma ve sektör düzeyinde analiz edebilmek için aşama aşama geliştirdiği çerçeveyi, seçilmiş 10 ülkenin (ABD, Almanya, Japonya, Danimarka, İtalya, İsveç, İsviçre, Birleşik Krallık, Güney Kore ve Singapur) çok sayıdaki örnek sektörleri üzerinde yaptığı

uzun süren araştırmalara da dayalı olarak yazdığı *Ulusların Rekabetçi Avantajı* (The Competitive Advantage of Nations, 1990) adlı kitabında daha da geliştirmiş ve kendi deyimiyle soyutluktan uzaklaştırarak güncel rekabetin tüm karmaşıklık ve zenginliğini daha iyi kapsar bir hale getirmiştir (Kibritçioğlu, 1998: 7-8).

Porter Modeli'nde, rekabet gücü konusunda Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi'nin ötesinde bir açıklama sunulmaya çalışılmaktadır. Ülkelerin sahip oldukları karşılaştırmalı üstünlükler zaman içinde hızla değiştiği için bu üstünlükler kalıcı değil esnek bir içerik kazanmaktadır. Teoride doğal kaynak, sermaye ve işgücü yanında maliyet, kalite, ürün farklılaştırması, yeni ürün, teknolojik farklılıklar, ölçek ekonomileri ve piyasa yapıları gibi faktörler hep birlikte rekabet avantajı yaratan unsurlar olarak dikkate alınmaktadır (Erkan, C., 1995: 85).

Porter'a göre rekabet edebilirliğin döviz kuru, ihracat teşvikleri, ucuz işgücü, faiz oranları, bütçe açıkları, ihracat veya istihdam artışı gibi makro unsurlarla ya da doğal kaynaklar ve işletme yönetimi gibi hususlarla ilişkisi net değildir. Bu çerçevede rekabet edebilirliği belirleyen temel unsur olarak ulusal üretkenlik/verimlilik görülmektedir. Buna göre, kalıcı verimlilik artışı ekonominin kendisini sürekli yenilemesine bağlıdır ve ürün kalitesinin yükseltilmesi, ürün özelliklerinin artırılması, ürün teknolojisinin geliştirilmesi, üretim etkinliğinin desteklenmesi suretiyle sektörlerdeki üretkenlik/verimlilik artırılmalıdır. Kaynakların sınırlı olmasından dolayı hiçbir ülkenin her alanda rekabetçi (ve net ihracatçı) olamayacağını vurgulayan bu görüşe göre yapılması gereken, sınırlı kaynakları mümkün olduğunca en üretken/verimli kullanımlara yaymaktır (Porter, 1990: 3-7).

Porter'a göre rekabet avantajını ülkeler değil firmalar yaratır. Çünkü uluslararası piyasalarda rekabet edenler ülkeler değil firmalardır. Bunun için de firmaların rekabetçi stratejileri önemlidir (Erkan, C., 1995: 85). Porter, firmaların başarılı olabilmeleri için toplam maliyet liderliği, farklılaştırma ve odaklanma olmak üzere üç tür strateji önermiştir.

Toplam maliyet liderliği stratejisinin amacı, bir sektörde toplam maliyet liderliğine ulaşmaktır. Bu da sıkı maliyet ve gelir giderler kontrolünü, AR-GE, servis, reklamlar vb. konularda maliyetlerin mümkün olan en az düzeye indirilmesini ve verimli işleyen faal tesislerin kurulmasını gerektirmektedir. Toplam maliyet liderliği stratejisi, fiyatlara duyarlı tüketiciler için ürünlerin çok düşük maliyetlerle

üretilmesi üzerinde durur (Porter, 2000: 44). Düşük maliyet rakiplere nazaran daha düşük fiyat belirleme avantajını da beraberinde getirmektedir.

Farklılaştırma stratejisi, firmanın sunduğu ürün veya hizmeti farklılaştırarak, tüm sektörde benzersiz olarak kabul edilen bir şey yaratmaktır. Gerçekleştirilebilmesi halinde farklılaştırma, bir sektörde ortalamanın üzerinde getiriler elde etmek açısından uygulanabilir bir stratejidir (Porter, 2000: 47). Son strateji olan odaklanmada ise firmalar bir alıcı grubu, ürün yelpazesinin bir kesiti veya coğrafi pazar üzerine odaklanmaktadır.

İlk iki strateji piyasanın geniş bölümünde rekabetçi bir avantaj sağlamaya yönelikken, odaklanma stratejisi dar bir piyasa bölümünde bir maliyet avantajı (Maliyet odaklanması) ya da bir farklılaştırma avantajı (Farklılaştırma odaklanması) sağlamayı amaçlar. Ayrıca ilk iki strateji, orta ve büyük ölçekli firmalar tarafından tercih edilirken, üçüncü strateji küçük ölçekli firmalar tarafından tercih edilir (Çetin ve diğerleri, 2000: 61).

Porter’a göre firmalar, başarılı olabilmek için sözü edilen üç stratejiden birini seçip uygulamalıdır. Başarıya ulaşmak için stratejilerden birine sürekli olarak bağlılık şarttır. Porter, bu üç strateji arasında kendi stratejisini geliştiremeyen ve karma bir strateji izleyen firmaları “Arada sıkışıp kalan firmalar” olarak nitelendirmekte ve bu durumda başarı şanslarının az olduğunu savunmaktadır (Porter, 2000: 52).

Porter, geliştirdiği teoride ulusal rekabet avantajlarını yaratabilmek için şunların olmasını öngörür (Porter, 1990: 71):

- Endüstride rekabet avantajı için gerekli yetenek ve kaynakların varlığı,
- Fırsatlar ile kaynak ve yeteneklerin yöneldiği alanlara ilişkin yeterli bilginin varlığı,
- Sermayedar, yönetici ve çalışanların rekabet amacına yönlendirilmesi ve
- Şirketi yatırım ve yeniliklere yönelten baskının varlığı.

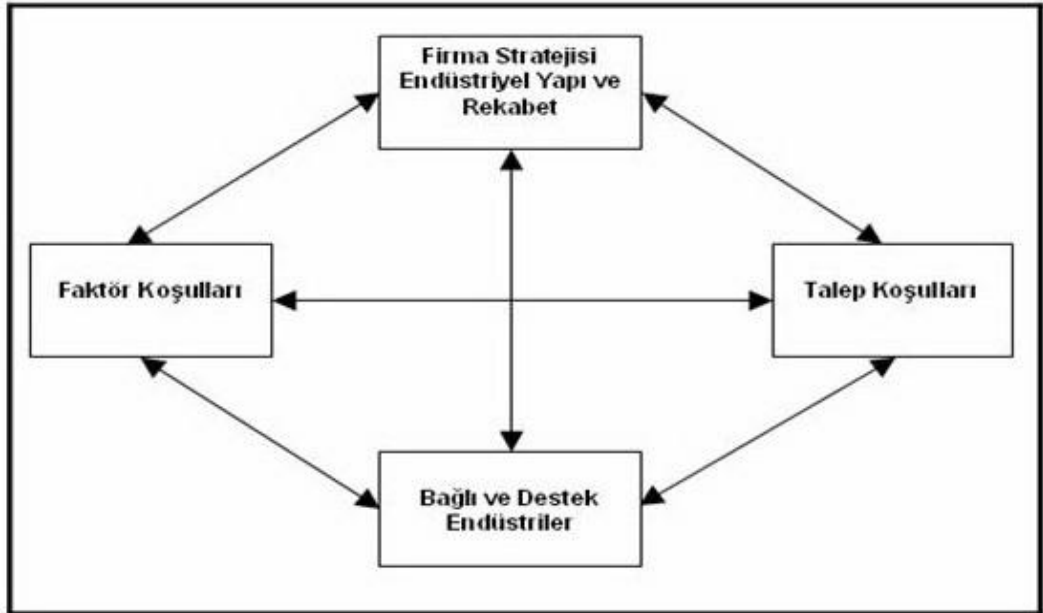
2.3.3.1. Uluslararası Rekabet Üstünlüklerinin Belirleyenleri

Porter, ulusal rekabet avantajlarını dört temel boyut veya belirleyen içinde inceleme konusu yapmaktadır (Erkan, C., 1993: 65-66):

- Faktör Koşulları
- Talep Koşulları
- Bağlı ve Destek Endüstriler
- Firma Stratejisi, Endüstriyel Yapı ve Rekabet.

Yukarıda sayılan dört belirleyenin her biri veya ikisi yoluyla rekabet avantajı yaratılabilir. Fakat küresel rekabet ortamında esas olan tüm unsurların birlikte var olmasıdır. Aksi takdirde sürdürülebilir bir rekabet gücünden bahsedilemez. Çünkü bu unsurların hepsi birden dinamik bir karşılıklı bir etkileşim içinde birbirlerinin daha da gelişmesini etkilemektedirler. Bu belirleyenleri Porter, “Diamond”, “Elmas” olarak isimlendirmiş ve Şekil 4’teki gibi şematize etmiştir. Porter’ın elmas adını telaffuz etmesi şeklin dört köşeli (kutuplu) olmasından kaynaklanmaktadır. Elmas yerine “karo” ya da “baklava” biçimli de denilebilir.

Şekil 4: Ulusal Avantajların Belirleyenleri



Kaynak: Porter, 1990: 72.

Rekabet avantajlarının, elmasta yer alan dört belirleyene ilaveten “elmas”a etki eden ve dolayısıyla da ulusal rekabet avantajlarının değişiminde etkili olan iki de

dolaylı (Dışsal) belirleyen söz konusudur. Devletin Rolü ve Karşılaşılan Fırsatlar ve Şanslar.

Bu iki unsurun da eklenmesiyle “Elmas”, Dört içsel ve iki dışsal belirleyenden oluşan bir sistem bütünü oluşturmaktadır. Sistem bütünüünün yer aldığı şekil çalışmanın ilerleyen kısımlarında gösterilmiştir.

Faktör koşulları kısaca ve toplu olarak ülkenin üretim faktörleri açısından içinde bulunduğu durumu yansıtmaktadır ve rekabetçi firmanın ihtiyaç duyacağı nitelikli işgücü, doğal kaynaklar, sermaye ve altyapı donanımını içermektedir. Çok açıktır ki; sadece bu faktörlere sahip olmak rekabet gücünün elde edilmesi için yeterli değildir. Önemli olan bu faktörlerin etkili ve verimli bir şekilde kullanılmasıdır. Doğal kaynaklar, iklim, kuruluş yeri, niteliksiz işgücü gibi unsurlar temel faktörler, nitelikli işgücü, modern ulaşım ve haberleşme sistemleri, üniversite ve araştırma kurumları gibi faktörler ise ileri düzeydeki faktörler olarak sayılmıştır ve rekabet üstünlüğü sağlamada temel faktörlere göre daha kıt, üretimi daha zor ve dış piyasalardan temini de daha sınırlı olan ileri düzey faktörlerin daha etkili olduğu Porter tarafından ileri sürülmüştür. Temel faktörler daha çok tarım ve madencilik alanında önemli rol oynarken bunların tedariki uluslararası düzeyde bile bir sorun yaratmamaktadır. Örneğin, Porter’a göre, Japonya’nın kalkınmasında mühendis yoğunluğu belirleyici ve sürükleyici üretim faktörü olmuştur (Porter, 1990: 78).

Porter’a göre ulusal rekabet avantajlarını belirleyen diğer önemli bir faktör de ülke içi talep koşullarından kaynaklanmaktadır. İç pazardaki talebin yapısı ve bileşimi, iç talebin genişliği ve büyüme kalıbı ve iç talepteki tercih yapısının dış piyasalara yansıma mekanizmaları firmalardaki ilerleme ve yeniliğin hızının ve niteliğinin belirlenmesinde önemli üç değişken olarak göze çarpmaktadır. Bunlardan son ikisi, ilk belirleyene bağlı bulunmaktadır. Başka bir deyimle, rekabet avantajlarının yaratılması açısından, iç talebin niteliği sayısal büyüklüğünden çok daha önemli olmaktadır (Porter, 1990: 84-85).

İç talebin yapısı ve bileşimi açısından tüketici ihtiyaçlarının firmalarca algılanması, yorumlanması ve dikkate alınması iç talebin yapısını ve niteliğini belirlemektedir. Firmalar için, ülke içi alıcılardan kaynaklanan baskı dış rakiplerden kaynaklanan baskılardan daha etkili ve öncelikli bir konuma sahip olmaktadır.

Gelişmiş bir iç talebe sahip ülkelerin firmaları, dış piyasalarda rekabet üstünlüğü elde etme açısından daha avantajlı bir konuma sahiptirler (Erkan, C., 1995: 89).

İç talebin yapısı ve bileşimi içinde de talebin dağılım yapısı, alıcı taleplerinin niteliği ve beklentileri önceden görme ve erken davranma olmak üzere üç temel etken ulusal rekabet avantajı yaratmada önem kazanmaktadır (Porter, 1990: 87-92). İç talebin yüksek ve geniş payının olduğu alanlarda rekabet avantajı gerçekleşmektedir. Örneğin; ABD’deki şehirlerin coğrafi dağılımı ulaşımında uçağa ihtiyacı arttırmış, bunun sonucunda da uçak sanayii ilk kez ABD’de gelişmiştir. Böylece ABD uçak sanayiinde uluslararası rekabet avantajı elde etmiştir.

Mal ve hizmete ilişkin olarak daha yüksek kalitenin arandığı ülkelerde, nitelikli taleple firmalar rekabet avantajları yaratmaya yönlendirilmektedir. Ürün kalitesi, rahatlığı ve hizmetler açısından daha yüksek standartların arandığı ülke firmaları yeniliklere daha çok yönlendirilirken, daha düşük maliyetli üretim teknikleri ve daha yeni ve kaliteli ürünler sayesinde uluslararası piyasalarda daha avantajlı konuma sahip olmaktadır (Erkan, C., 1992: 74). Yani alıcı taleplerinin niteliği rekabet avantajı yaratılmasında önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu konu talebin genişliğinden daha önemli bir unsurdur.

Tüketici beklentilerini önceden görerek ona göre erken davranan ve yeni stratejiler üreten firmalar rekabet üstünlüğü elde etme açısından avantaj sağlarlar. İç talebin genişliği, yatırımları ve dinamizmi teşvik edecek türde olması durumunda rekabet avantajı yaratabilmektedir. Aksi durumda avantajsızlığa dönüşmesi olasıdır (Erkan, C., 1992: 75).

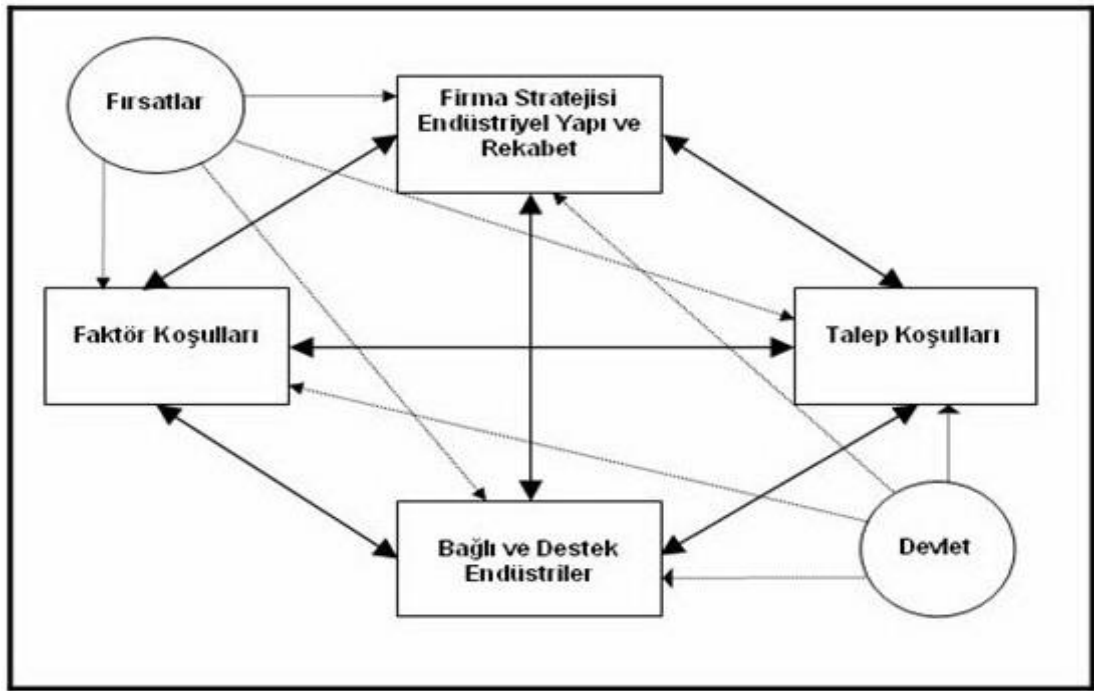
İç talepteki tercih yapısının dış piyasalara yansıma mekanizmaları ile ilgili olarak da kısaca şunlar söylenebilir: Eğer bir ülke kendi iç talebindeki zevk ve tercihleri uluslararası alana yayabiliyorsa, o ülkenin firmaları uluslararası piyasalarda rekabet üstünlüğü elde edeceklerdir. Porter bu konuda ABD’nin “Fastfood” ve “Kredi kartı kullanımı”nı diğer ülkelere yaydığı ve bu alanlarda bir rekabet üstünlüğü elde ettiği örneğini vermektedir (Kum, 1999: 168).

Porter’a göre bir ülkenin rekabet gücünü belirleyen bir diğer önemli faktör de bağlı ve destek endüstrilerin varlığıdır. Bir ülkede bağlı ve destek endüstrilerin varlığı, firmanın girdi temininde, yeniliklerin geliştirilmesi ve uygulanmasında ve

faaliyetin uluslararasılaştırılmasında, dolayısıyla rekabet gücünü arttırmakta etkili olmaktadır.

Ulusal rekabet avantajı yaratmanın dördüncü önemli belirleyeni firma stratejisi, yapı ve rekabet konusunda da firmanın amaçları, izlediği strateji ve organizasyon yöntemindeki farklılıklar, rekabet avantajına kaynaklık etmektedir. Ülke içinde rekabetin gerçekleşme biçimi, yenilik sürecini belirleyerek uluslararası düzeyde başarısının ana nedeni olmaktadır (Porter, 1990: 107 ve devamı).

Şekil 5: Sistem Bütünü



Kaynak: Porter, 1990: 127.

Son olarak ulusal rekabet avantajları yaratılmasında etkili olan dışsal belirleyenler ile ilgili de kısaca şunlar söylenebilir: Uluslararası alanda değişen koşullar yeni fırsatlar ve şanslar yaratırlar. Söz konusu değişkenler yenilikler, teknolojik gelişmeler, girdi maliyetlerindeki ani değişimler (petrol şoku gibi), dünya finans piyasalarında ve döviz kurlarında değişiklikler, dünya piyasaları ve yerel piyasalardaki talepte dalgalanmalar, dış ülkelerin uyguladığı politikalar ve savaşlar olarak sayılabilir (Erkan, C., 1992: 82-83). Bu değişkenler bazı ülke firmalarının

avantajlarını kaybetmelerine neden olurken, yenilikçi girişimcilerin bulunduğu, belli bir dinamığa sahip bazı ülke firmaları için de yeni fırsatlar ve şanslar yaratabilirler.

Porter'a göre devlet, rekabet gücünü dolaylı olarak etkileyen (Dışsal) bir faktördür. Devlet, ortaya çıkan yeni fırsatlar, değişen koşullar veya krizler durumunda gerekli tedbirleri alarak ve uygun politikalar uygulayarak firmaların rekabet güçlerinin artmasına ya da korunmasına yardımcı olabilecek bir faktördür (Kum, 1999: 169). Devlet politikaları pozitif veya negatif etki yaratabilir.

Rekabet üstünlüğünün belirleyicisi olan bu altı unsurun hepsi karşılıklı olarak dinamik bir etkileşim içindedirler. Bu etkileşim dolayısıyla elmas bir sistem bütünü haline gelmektedir. Oluşan sistem bütünü bir önceki sayfada, Şekil 5'te gösterildiği gibidir.

2.3.3.2. Rekabetçi Gelişme Aşamaları

Porter'ın Rekabetçi Avantajlar Yaklaşımı'na göre rekabetçi gelişme dört aşamada gerçekleşmektedir:

- Faktör Güdümlü Gelişme Aşaması
- Yatırım Güdümlü Gelişme Aşaması
- Yenilik Güdümlü Gelişme Aşaması
- Refah Güdümlü Gelişme Aşaması

Her ülkenin içinde bulunduğu gelişme aşaması onun uluslararası düzeydeki rekabetçi konumunu yansıtır (Uysal, D., 2000: 8).

Yukarıda sayılan aşamaların birinden diğerine geçişte sırayı takip etme zorunluluğu yoktur. Aşamalar arasında sıçrama yapmak ve geri dönüşler mümkündür.

Ekonomik gelişme ve zenginleşme ilk üç aşamada olmakta, ulusal verimlilik artmaktadır. Bazı ülkeler sadece faktör avantajı ile zenginleşebilirler. Fakat verimliliği ve ekonomik gelişmeyi sağlayamazlar. Kuveyt ve Suudi Arabistan buna en iyi örnektir. Bu ülkelerin uluslararası düzeyde rekabet şansları yoktur. Diğer yandan birçok ülke faktör veya yatırım güdümlü gelişme aşamasından öteye geçememektedir. Yenilik güdümlü gelişme aşamasına geçen ülkeler ise dünya ticaretinde büyük bir üstünlüğe sahip olmaktadır (Erkan, C., 1993: 113).

Rekabetçi gelişme aşamalarının ilk aşaması olan faktör güdümlü gelişme aşamasında ekonomik gelişme, ülkenin temel üretim faktörleri olan doğal kaynaklarla yetersiz düzeydeki sermaye birikimi ve yarı uzmanlaşmış işgücü donatımına dayalı olarak gerçekleşmektedir. Bu aşamada elmastaki değişkenlerden yalnızca faktör koşulları etkili olmakta ve rekabet avantajı üretim faktörlerinin ucuzluğundan kaynaklanmaktadır. Ürün, üretim süreci ve teknoloji açısından rekabet avantajlarının söz konusu olmadığı bu aşamada rekabet ucuz faktör maliyetinin doğurduğu fiyat rekabeti alanında gerçekleşmektedir. Ülke içinde teknoloji üretilmez ve dışarıdan sermaye malı ithal edilerek karşılanır. Faktör güdümlü gelişme aşamasındaki ülke dünyadaki ekonomik dalgalanmalardan çok fazla etkilenir. Sektörlerde verimlilik seviyeleri düşüktür. Gelişmekte olan ülkelerin çoğu bu aşamadadır (Erkan, C., 1993: 106). Fiziki sermaye ve özellikle insan sermayesi bu aşamanın geçilmesi için gerekli temel faktörlerdir. Faktör avantajları her zaman kaybedilebilir.

Yatırım güdümlü gelişme aşamasında rekabet avantajları, ülkenin ve firmaların yatırım isteği ve yeteneğine bağlıdır. Firmalar modern, etkin ve büyük ölçekli üretim yapabilmek için dünya pazarlarından elde edilebilen ileri teknoloji donanımlarına yatırım yaparlar. Ayrıca, firmalar, sadece ithal ettikleri yabancı teknoloji ve yöntemleri kullanmakla kalmazlar, bunları geliştirmeye de çalışırlar. Bu aşamanın faktör güdümlü gelişme aşamasından ayrılan yönü, teknolojiyi özümseme ve geliştirme yeteneğidir. Firmalar, tüketicilerle bağlantılarını güçlendirmek, maliyet düşürücü yöntem ve tekniklere ulaşmak, ürün kalitesini yükseltmek ve modern üretim teknolojisine dayalı yeni üretim yöntemlerini geliştirmek için yatırım yaparlar. Yatırımlar, sermaye ve teknoloji yoğun özellik gösterirler. Bu aşamada bağlantılı ve destek endüstriler henüz gelişmemiştir. Ekonomi küresel şoklara nispeten daha az duyarlıdır (Erkan, C., 1993: 105-107). Sözü edilen aşamada özellikle ihracatı ve yatırımları teşvik programları yoluyla, devletin de önemli bir rolü vardır.

Yenilik güdümlü gelişme aşaması, elmastaki tüm değişkenlerin en güçlü şekilde karşılıklı etkileşim halinde bulunduğu aşamadır. Ülke firmaları uluslararası düzeyde rekabet edebilecek durumdadır. Faktör maliyetlerine dayalı avantajlar yerlerini ürün ve üretim sürecine ilişkin teknolojik yeniliklere bırakmıştır. Firmalar

teknolojileri ithal edip geliştirmekle kalmayıp kendileri de yenilerini yaratırlar. Bu aşamada ayrıca bilimsel ve teknolojik ilerlemelerin gerçekleştirildiği araştırma kurumları ve üniversiteler ön plandadır. Gelişen arz ve talep koşulları, i rekabetin etkisi, uzmanlaşmış faktörlerin ve bağlı endüstrilerin ortaya çıkması firmaları yeniliğe yönlendirir. Söz konusu aşamada bulunan ülkenin firmaları uluslararası alanda rekabet gücünü yakalamışlardır. Rekabet avantajları faktör avantajlarının sürmesi yanında, nitelikli işgücü ve ileri teknolojinin yarattığı verimlilik avantajından kaynaklanmaktadır. Bu aşamada bulunan bir ekonominin, konjonktür hareketleri ve dışsal şoklara karşı dayanıklılığı ve uyum esnekliği daha yüksektir. Burada devletin rolü de diğer aşamalardan farklıdır. Devlet bu aşamada doğrudan müdahaleleri bırakarak dolaylı yollardan, i rekabetin teşviki ve yeniliklerin uyarılması gibi konulara önem vermektedir. Devlettten çok özel sektör ön plandadır ve uluslararası firmaların, artık devletin önderliğine ihtiyaı yoktur (Erkan, C., 1993: 107-110).

Diğer üç aşamanın aksine bir ilerleme değil gerilemenin olduğu refah güdümlü gelişme aşamasında geçmişte ulaşılan refah seviyesinin korunması temel sorun olmaktadır. Bu aşamada devlet desteğinin yetersizliği, rekabetin ve yatırımların azalması gibi nedenlerle firmaların rekabet üstünlüklerini kaybetmeye başladıkları göröölür. Eğitime verilen önem azalıırken, yüksek gelir düzeyi çalışma motivasyonunun kaybolmasına neden olur. Yatırımlar sürekli olarak düşer ve yatırımların amacı sermaye sağlamaktan çok mevcut sermayenin korunmasına yönelir. Firmalar riske girmekten kaçınarak birleşmelere yönelir, bu da rekabetin, dolayısıyla yeniliklerin azalmasına neden olur. Ülkeye giren yabancı sermaye yerli firmaların zor durumda kalmalarına ve daha fazla devlet desteğine ihtiyaç duymalarına neden olur. Bu aşamada rekabet avantajları, gelişmiş ve ileri talebin söz konusu olduğu refah birikimine dayalı alanlar ile nitelikli işgücü birikimine bağlı lüks ihtiyaç alanlarında sürdürölebilmektedir Ayrıca ülkenin faktör avantajı ile bazı sektörlerde ilk olmaktan kaynaklanan avantajlar da sürdürölebilir. Diğer yandan, bu aşamada ülke içindeki rekabetin kaynağı daha çok yabancı firmaların getirdiği dinamizme bağlıdır (Erkan, C., 1993: 111-112).

2.3.4. Dış Ticaretin Endüstrilerarası Ticaret Yapısını ve Rekabet Gücünü Belirlemeye Yönelik Endeksler

Dış ticaretin endüstrilerarası yapısının analizi, Türkiye'nin ihracatında uzmanlaşmaya gittiği endüstrileri ve ülke içinde hiç üretilmeyen ya da nispeten az üretildiği için büyük çoğunlukla dışarıdan ithal edilen endüstrileri vermektedir.

Dış ticaretin endüstrilerarası ticaret yapısını ve rekabet gücünü ölçmeye yönelik ilk endeks Balassa tarafından geliştirilen 'Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük' endeksidir. Daha sonra bu orijinal endeksin eksiklerini gidermeye yönelik farklı endeksler geliştirilmiştir. Karşılaştırmalı üstünlükler ile ilgili bulguların, çoğu zaman ülkenin faktör yoğunluğunu da yansıttığı görülmektedir. Bu nedenle karşılaştırmalı üstünlük/rekabet gücü analizleri ülkelerin endüstrilerarası ticaret yapısı ile ilgili de fikir vermektedir.

Çalışmanın bu kısmında, dış ticaretin endüstrilerarası ticaret yapısını ve rekabet gücünü belirlemeye yönelik olmak üzere konu ile ilgili literatürde geniş bir uygulama alanı bulan endeksler, 'Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksleri (Revealed Comparative Advantage Index – RCA)' ve 'Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü Endeksleri (Revealed Competitiveness Index – RC)' başlıkları altında incelenmektedir.

2.3.4.1. Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksleri

Bir ülkenin mal ya da sektör bazında ihracatının yapısı bazı iktisatçılara göre o ülkenin sahip olduğu karşılaştırmalı avantajlarını, ithalatının yapısı ise ülkenin karşılaştırmalı dezavantajlarını yansıtır. Bu iktisatçılara göre herhangi bir malın ticaret dengesi (ihracat-ithalat) artı ise, ülke o malda karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Tersine durumda ise ülkenin o malda karşılaştırmalı dezavantajı olduğu ifade edilebilir (Togan, 1990: 262). Karşılaştırmalı üstünlükleri yukarıda özetlenen yöntem ile ampirik literatüre kazandıran ilk araştırmacı, Liesner'dir (Liesner, 1958: 302-316).

İlk olarak Liesner tarafından İngiltere'nin Ortak Pazar ülkeleri karşısındaki karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu sektörleri belirlemek amacıyla oluşturulan endeksten sonra 1965 yılında Balassa, literatürde uzun süre kullanım alanı bulan ve kendi adıyla da anılan 'Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (RCA)' endeksini

geliştirmiştir (Balassa, 1965: 99-123). Ülkelerin mevcut ticaret verilerinden yararlanılarak, karşılaştırmalı üstünlüğünü gösteren bir endeks olan Balassa Endeksi ülkeler arasındaki karşılaştırmalı üstünlüğün nedenine inmeden, görünen bir avantaj farkı olup olmadığını açıklamayı amaçlamaktadır (Balassa, 1977: 327-344 ve Balassa, 1989). Balassa'nın endeksi sadece ülkenin ihracat verilerini dikkate aldığı için Karşılaştırmalı İhracat Performans Endeksi (Comparative Export Performance Index) veya "Basit Balassa Endeksi" olarak da adlandırılmaktadır (Balassa, 1989: 42-44). Liesner'in endeksi (*RCA1*) ve Balassa'nın orijinal endeksi – Basit Balassa Endeksi (*RCA2*) aşağıdaki gibidir:

$$RCA1 = X_{ij} / X_{nj} \quad (4)$$

X= ihracat, i= ülke/bölge, j= mal (veya sanayi), n= ülkeler grubu (örneğin AB), X_{ij} = i ülkesinin/bölgesinin j malı ihracatı, X_{nj} = n ülkesinin/ülkeler grubunun j malı ihracatı.

$$RCA2 = (X_{ij} / X_{it}) / (X_{nj} / X_{nt}) = (X_{ij} / X_{nj}) / (X_{it} / X_{nt}) \quad (5)$$

RCA2 bir ülkenin bir mal ya da endüstri alanındaki ihracatının toplam ihracatı içindeki payını, diğer ülkelerinkiyile (ya da ülke grubu ile) karşılaştırmaktadır. Endeks değerinin 1'den büyük olması, ülkenin söz konusu mal ya da endüstride açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğunu, 1'den küçük olması, ülkenin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüğünün olmadığını göstermektedir (Greenaway ve Milner, 1983: 181-208). Bir endüstri grubunun karşılaştırmalı üstünlüğü varken bu üstünlüğün dezavantaja dönmesi endeks değerinin 1'in altına düşmesi ile ifade edilmektedir. Bu çalışmada endeks değerleri karşılaştırmalı üstünlüğün varlığını ya da yokluğunu ifade etmek için kullanılmıştır. Endeks değerlerindeki artış veya azalışların ihracat performansındaki değişmeyi yansıtmadığı düşünülmektedir (Seymen ve Şimşek, 2006: 38-50). Bu endekste ithalata yer verilmemesi tartışmalara yol açmıştır.

Macar iktisatçı Bela Balassa tarafından geliştirilen "Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler" yaklaşımı, literatürde nisbi rekabet edebilirliğin ölçümünde genel kabul gören ve sıklıkla kullanılan bir ölçüttür. Bu ölçüt, ihracat performansı ölçütü olarak da bilinmektedir (Balassa, 1965: 99-117). Balassa'ya göre H-O teorisi ile karşılaştırmalı üstünlüğün belirlenmesinde ticaret-öncesi nisbi fiyatların bilinmemesi yüzünden birtakım zorluklar bulunmaktadır (Balassa, 1989:

42-44). Bu nedenle, Balassa gözlenen ticaret verilerinden yola çıkılarak karşılaştırmalı üstünlüklerin açıklanabileceği sonucuna ulaşmıştır ve böylece gözlenen verilerden çıkarılan avantajı ‘açıklanmış’ karşılaştırmalı avantaj (RCA) olarak isimlendirmiştir. Balassa Endeksi, karşılaştırmalı avantajın kaynaklarının altını çizerek belirlemekten ziyade, bir ülkenin ‘açıklanmış’ karşılaştırmalı avantaja sahip olup olmadığını saptamaya çalışmaktadır. Balassa yaklaşımında ticaret sonrası verilere dayalı olarak ölçüm yapılmakta ve uluslararası ticaret modelinin ülkeler arasındaki göreceli maliyetler kadar fiyat dışı faktörleri de (kalite farklılıkları, hizmet, iyi niyet, standardizasyon vb.) yansıttığı varsayılmaktadır (Balassa, 1977: 327). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler kavramı genellikle ülkelerin zayıf veya güçlü ihracatçı sektörlerini belirlemeye yönelik ampirik araştırmalarda kullanılmaktadır. Balassa tarafından geliştirilen söz konusu yaklaşımla endüstri içi analizlerden sektör ve alt-sektör karşılaştırmalarına kadar birçok alanda ampirik araştırmalar yapılmış ve bu yaklaşım sayesinde bölgesel ve/veya ülkeler arası kıyaslamaların yapılması kolaylaşmıştır.

Balassa endeksi ile ilgili başlıca sorun, dinamik karşılaştırmalı üstünlüğü zayıf tahmin etme gücüdür. Diğer bir deyişle, belli bir dönemde belli bir endüstride Balassa endeksinin yüksek değere sahip olması karşılaştırmalı üstünlüğün devam edeceği anlamına da gelmemektedir. Nitekim belli dönemlerde bazı sektörlerde endeks değerinin arttığı ve onu takip eden yılda da azaldığı görülebilmektedir. Ayrıca Balassa endeksi karşılaştırmalı üstünlüğü yaratan nedenleri ortaya koymaktan ziyade sonuçta oluşan uzmanlaşmayı/karşılaştırmalı üstünlüğü ölçmeyi sağlamaktadır. Yine de yapılan tüm eleştirilere rağmen Balassa endeksi ihracatta uzmanlaşmayı ve karşılaştırmalı üstünlüğü ölçmede önemli bir analiz aracı olmaktadır (Kaya, 2006b: 81).

Balassa endeksi, özellikle ülke büyüklüğünün önemli olduğu durumlarda ithalatı dahil etmediği için yanıltıcı sonuçlar doğurabileceğinden eleştirilmiştir. Bu eleştirilere bağlı olarak Balassa tarafından revize edilen ve ülkenin ithalat hacmi de dikkate alınarak geliştirilen Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Endeksi (*RCA3*) aşağıdaki gibidir:

$$RCA3 = (X_{ij} / X_{it}) / (M_{ij} / M_{it}) = (X_{ij} / M_{ij}) / (X_{it} / M_{it}) \quad (6)$$

Eşitlikte, X ve M sırasıyla ihracat ve ithalatı, i ülkeyi, j malı/endüstriyi, t mal/endüstri grubunu temsil etmektedir. Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük olabilmesi için *RCA3* endeks değerinin 1'den büyük olması gerekmektedir. *RCA3* endeksine Nisbi İhracat-İthalat ölçütü adı verilmektedir. Yine Balassa endeksinden revize edilen ve *RCA3*'ün logaritmik formu alınarak oluşturulan endeks aşağıda gösterildiği gibidir:

$$RCA4 = \ln(X_{ij} / X_{it}) / (M_{ij} / M_{it}) * 100 = \ln(X_{ij} / M_{ij}) / (X_{it} / M_{it}) * 100 \quad (7)$$

RCA4 endeks değerinin ilgili ürün veya sektör için açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük ifade edebilmesi için 0'dan büyük olması gerekmektedir. Aksi takdirde karşılaştırmalı dezavantaj belirtecektir.

2.3.4.2. Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü Endeksleri

Balassa endekslerine alternatif olarak Vollrath (1991), rekabet gücünü ölçmeye yönelik temelde üç farklı hesaplama yöntemi önermektedir (Vollrath, 1991: 265-279). Bu alternatif yöntemler sırasıyla nisbi ticaret üstünlüğü (relative trade advantage-RTA), nisbi ihracat üstünlüğünün logaritmik formu (relative export advantage –ln RXA) ve açıklanmış rekabet üstünlüğü (the revealed competitiveness –RC) olup, literatürde mevcut uygulamalı araştırmalarda en çok kullanılan üç endeksi ifade etmektedir.

Bu çalışmada söz konusu endeksler sırasıyla *RC1*, *RC2* ve *RC3* olarak adlandırılmıştır. Vollrath'ın önerdiği bu üç alternatif ölçünün pozitif değerler (>0) alması karşılaştırmalı/rekabetçi bir üstünlüğün varlığını açıklarken, negatif değerler (<0) karşılaştırmalı/rekabetçi dezavantajı göstermektedir. RTA ile gösterilen nisbi ticaret üstünlüğü (bu çalışmada *RC1*), nisbi ihracat üstünlüğü (RXA)⁵ ile nisbi ithalat üstünlüğü (relative import advantage- RMA) endekslerinin farkından oluşmaktadır. Balassa'nın orijinal RCA (bu çalışmada *RCA2*) endeksi ile Vollrath'ın RXA endeksi arasında temelde bir fark bulunmaktadır. Vollrath hesaplamasında, RXA endeksinde iki kere hesaplamayı önleyebilmek amacıyla rekabet gücü karşılaştırılan ülkenin ticaret değerlerini, dahil olduğu o ülke grubu ticaretinden çıkarmıştır.

$$RC1 = RTA = RXA - RMA$$

⁵ Bu endeks orijinal Balassa endeksine benzemektedir.

$$RXA=RCA2=(X_{ij} / X_{it})/(X_{nj} / X_{nt}) \text{ ve } RMA=(M_{ij} / M_{it})/(M_{nj} / M_{nt})$$

Bu endekste nisbi ihracat avantajı orijinal Balassa endeksine (*RCA2*'ye) eşittir. Vollrath'ın nisbi ihracat avantajının Basit Balassa endeksinden farkı ülke ve malın çift sayımını önlemesidir (Utkulu ve Seymen, 2004: 10). *RXA* ve *RMA*'yı açarak formüle eklediğimizde *RC1*'i elde etmek mümkün olacaktır:

$$RC1=(X_{ij} / X_{it})/(X_{nj} / X_{nt}) - (M_{ij} / M_{it})/(M_{nj} / M_{nt}) \quad (8)$$

Vollrath'ın ikinci endeksi nisbi ihracat avantajı endeksinin logaritmik formundan oluşmaktadır (*RC2*):

$$RC2= \ln RXA = \ln RCA2 \quad (9)$$

Vollrath'ın üçüncü endeksi ise açıklanmış rekabet avantajını (bu çalışmada *RC3*) vermektedir:

$$RC3=RC= \ln RXA - \ln RMA \quad (10)$$

RC2 ve *RC3* endeksleri orijinal Balassa endeksiyle simetrik bir görünüm taşımaktadır (Utkulu ve Seymen, 2004: 10).

Vollrath (1991) önerdiği bu üç endeks arasında en uygun endeksin arz ve talep dengesini daha iyi ifade ettiği için *RC3* (relative competitiveness- 'açıklanmış rekabet üstünlüğü') endeksi olduğunu söylemektedir. Uygulamalı araştırmalarda ise ithalat kısıtlamaları, ihracat teşvikleri vb. gibi (örneğin, ihracat teşviklerinin olması durumunda endeks değerleri olması gerekenden daha yüksek çıkabilir) *RCA* endekslerinde çarpıtmalara neden olan etkileri azalttığı için nisbi ihracat üstünlüğünün logaritmik formu (bu çalışmada *RC2* endeksi) daha yaygın bir şekilde kullanılmaktadır.

Çalışmada şimdiye kadar, orijinal *RCA* endeksi ve onun farklı versiyonları tamamıyla sunulmuştur. Ülkenin firmaları (i)'nin AB tek pazarına ihracatta bulunan firmalarla rekabetten ziyade, ülkeler grubu (AB tek pazarı) içindeki yerli firmalarla (örneğin, bir AB ülkesi firması) rekabet ettiği farz edilmektedir. Bununla beraber, ülkenin firmaları (i)'nin AB pazarına ihracatta bulunan yabancı firmalarla rekabet ettiği farz edilirse, orijinal formül aşağıdaki gibi yeniden düzenlenebilir:

$$RCA5=(X_{ij} / X_{it})/(X_{wnj} / X_{wnt}) \quad (11)$$

Burada *X* ihracatı, *i* bir ülkeyi, *j* bir malı (ya da sektörü), *t* mallar (ya da sektörler) grubunu, *n* ülkeler grubunu ve *w* ise *n* ülkeler grubuna mal ihraç eden diğer ülkeleri göstermektedir. Balassa endeksinin bu düzenleniş biçimi (denklem 11)

ile orijinali (denklem 5) arasındaki temel farklılık denklemlerin payında değil paydasındadır. Denklem 11’de, i ülkesi firmaları ile n ülkeler grubu arasındaki mukayeseli üstünlük hesaplanmamaktadır. Burada (denklem 11’de) hesaplanan n ülkeler grubuna (örneğin Avrupa Birliği tek pazarı) mal ihraç eden dış dünya firmaları (örneğin Çin firmaları) ile i ülkesi firmalarının n ülkeler grubu pazarındaki (Avrupa Birliği tek pazarı) açıklanmış mukayeseli üstünlükleridir.

$RCA2$, $RC1$, $RC2$ ve $RC3$ endeksleri, rekabet edebilirliği global düzeyde, $RCA3$ ve $RCA4$ endeksleri ise ikili düzeyde ölçmektedir. Global düzeyde, tarafların her ikisi de dünyaya ihracat ve dünyadan ithalat yapıyor şeklinde farz edilmektedir, ikili düzeyde ise taraflar arasındaki ticaret sadece iki taraflı rekabet edebilirlik göz önüne alınarak incelenmektedir.

Balassa’nın (1965) endeksini ilk kez oluşturmasından bu yana RCA endeksi çeşitli şekillerde değiştirilmiş ve geliştirilmiştir. Bazı endeksler, ülkelerin global anlamda dünya ticareti içindeki karşılaştırmalı üstünlüklerini ölçmeye çalışırken (Vollrath, 1991), Balassa’nın orijinal endeksi de dahil bazı endeksler bölgesel düzeyde (AB ülkeleri-OECD ülkeleri gibi) ticaret karşılaştırmasına gitmekte, diğer bazı endeksler ise, iki ülke arasındaki iki yanlı ticareti incelemektedir (Dimelis ve Gatsios, 1995: 123-166).

Gerek Balassa, gerek Vollrath endeksleri yapılan araştırmanın amacına göre o ülkenin belirli bir ülkeye, belirli bir ülke grubuna, ya da bir bütün olarak dünyaya ticaretini dikkate alarak karşılaştırmalı avantajını belirleyebilir. Hesaplamalar ayrıca belirli bir mal grubu, endüstri ya da tüm ticareti kapsayacak şekilde yapılabilecektir. Unutmamak gerekir ki, Balassa ve Vollrath endeksleri farklı konseptlerin üzerine kuruldukları için doğrudan mukayese edilemezler (Utkulu, 2005: 15). Başka bir deyişle; Balassa ve Vollrath endeksleri farklı yaklaşımlarla karşılaştırmalı üstünlüğü açıklamaya çalıştıklarından, birbirleriyle karşılaştırma yapılırken dikkatli olunmalıdır.

Belirtmek gerekir ki; RCA/RC endeksleri gözlenen ticaret verilerini (gerçek ihracat ve ithalat akışlarını) temel alır ve ithalat üzerindeki tarifeler veya tarife dışı engeller, ihracat teşvikleri vb. diğer korumacı hükümet müdahaleleri, endeks değerlerini saptırabilir. Bu durumda endeksin karşılaştırmalı avantajı tam olarak yansıtması güçtür. Dolayısıyla endeks, ülkenin potansiyel anlamda karşılaştırmalı

üstünlüklerini göstermekte yetersiz kalacaktır (Greenaway ve Milner, 1983: 181-208). Mevcut ticaret verilerindeki hükümet müdahaleleri etkilerini gidermek için Fertö ve Hubbard, OECD tarafından geliştirilmiş nominal yardım katsayısı kullanılırken (Fertö ve Hubbard, 2003: 247-259), Greenaway ve Milner “zımnî açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük” adı verilen fiyata dayalı açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler endeksini geliştirmiştir (Greenaway ve Milner, 1983: 181-208). Türkiye-AB ticareti ile ilgili analizlerde GB sonrası dış ticaret engelleri azaltıldığından (GB’nin yerine getirilmesinden dolayı Türkiye-AB ticaretinde endüstriyel mallar üzerinde tarife ve kota bulunmamaktadır) bu muhtemel sapmaların oldukça asgari bir düzeyde olacağı düşünülmektedir.

Farklı RCA/RC endekslerinin kullanımıyla uyumsuz sonuçlar elde edilebilir. RCA/RC endekslerinin ordinal ve kardinal manada yorumu, tartışmanın başka bir alanıdır. Ayrıca, RCA’nın alternatif ölçülerinin tutarlılığı ve istikrarlılığı hakkında soru işaretleri mevcuttur. Bundan dolayı, bir mukayeseli avantajın veya dezavantajın açıklanmasının, özellikle ihtimallerin önemi belirtilerek, politika yapımcılarının RCA’nın ihtiyatlı yorumuna ihtiyaçları olduğu söylenebilir.

Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklerin belirlenmesine yönelik olarak birçok endeksin önerilmiş olması, bu endekslerin karşılaştırmalı üstünlükleri yansıtmakta tutarlı olup olmadığının araştırılmasını da gündeme getirmiştir. Yapılan çalışmalar bu endekslerin, ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğünün varlığını tespit etmede tutarlı olduğunu, ancak ülkenin diğer ülkelere göre daha üstün ya da daha zayıf olduğunu belirlemede ve ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğünün yıldan yıla ya da endüstriden endüstriye değişimini belirlemede tutarsız olduğunu göstermiştir (Ballance ve diğerleri, 1987: 157-161; Hinloopen ve Marrewijk, 2001: 1-52; Yeats, 1985: 61-73). Bu nedenle çalışmada endeks değerlerine bakılarak karşılaştırmalı üstünlüklerin yıllar itibariyle değişimden öte endüstri bazında üstünlüğün var olup olmadığı dikkate alınmıştır.

Uluslararası rekabet gücünün ülke bazında hesaplamasını anlamsız bulan ve firma-sektör bazındaki rekabet gücünü esas alan kimi görüşlerde; URG’nin karşılaştırmalı üstünlüklerle aynı anlama geldiği şeklindeki kabulün yanıltıcı olduğu belirtilmekte ve bir sektördeki URG’nin ölçümü için Balassa’nın RCA yaklaşımını kullanmanın çeşitli nedenlerle hatalı olduğu ifade edilmektedir. Bu görüşün

arkasında yatan temel düşünce ise, URG'nin tek bir göstergeye indirgenemeyecek kadar karmaşık ve dinamik yönü bulunan bir kavram olarak görülmesidir (Kibritçioğlu, 1996: 109-122). Buna karşılık bir ülkenin/sektörün ihracat ve ithalat performansının; o ülkedeki/sektördeki maliyetlerin, fiyatların, AR-GE faaliyetlerinin, ulusal makro ekonomik ve firma içi mikro ekonomik diğer tüm göstergelerin bütününe bağlı olarak şekillendiği düşünüldüğünde RCA yaklaşımının kullanılması anlamlı olmaktadır. RCA endeksleri tüm kusurlarına rağmen, karşılaştırmalı avantajı ortaya çıkarmak için faydalı bir aracı temin etmektedir, nitekim birçok iktisatçı çeşitli çalışmalarında rekabet gücünü ölçmek için RCA yaklaşımını kullanmıştır/kullanmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde rekabet, rekabetçi üstünlükler ve uluslararası rekabet gücünü belirlemeye yönelik geliştirilen çeşitli endeksler incelenerek değerlendirilmiş bulunmaktadır. Üçüncü ve son bölümde, sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı, Türkiye'nin geleneksel ticaret partneri Avrupa Birliği ile karşılıklı ticari ilişkiler kapsamında ve seçilmiş Düzey 2 bölgeler bazında test edilecek ve sonuç bulguları temelinde değerlendirmeler yapılarak, ileri araştırma gerektiren alanlar hakkında önerilere yer verilecektir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SEKTÖREL KÜMELENME VE REKABET GÜCÜ İLİŞKİSİ: AVRUPA BİRLİĞİ İMALAT SANAYİİ KARŞISINDA TÜRKİYE İMALAT SANAYİİ İÇİN TAHMİN VE ANALİZ

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde, öncelikle, kümelenme ve rekabet kavramları arasındaki teorik bağlantı kurulmaya çalışılmakta ve kümelenme ile rekabet gücü arasındaki ilişki açıklanmakta, daha sonra sektörel kümelenme ve rekabet gücü ilişkisi, Avrupa Birliği imalat sanayii karşısında Türkiye imalat sanayii açısından tahmin ve analiz edilerek değerlendirilmektedir. Bu amaçla öncelikle, Türkiye imalat sanayiinin mevcut ekonomik yapısı ile Avrupa Birliği ile ticari ilişkilerdeki yeri ve önemi irdelenmektedir. Daha sonra kümelenme kavramını temel alan ulusal literatüre ait seçilmiş uygulamalı araştırmalar ve bu araştırmaların bulgularından bahsedilmektedir. Bu bölümde son olarak, uygulamaya ilişkin amaç, önem, yöntem ve kısıtlar ile veriler ve analiz bulguları açıklanmakta, sonuçlar değerlendirilmektedir.

3.1. KÜMELENME VE REKABET İLİŞKİSİ

Porter'a göre; kümelenmeler rekabeti üç ana yoldan etkilemektedir (Porter, 1998a: 77-90):

- Kümelenme içinde kurulmuş olan işletmelerin üretkenliğini artırarak,
- Gelecekte verimliliği yükseltecek ve yeni ürünlerin oluşmasını sağlayacak yenilikçiliği yönlendirerek,
- Kümelenmenin kendisini genişleten ve güçlendiren yeni iş alanlarının ortaya çıkmasını teşvik ederek.

Birbiriyle bağlantılı firmaların, tedarikçilerin, hizmet sağlayıcıların ve üniversite, birlik, oda, ajanslar gibi ilgili kurum ve kuruluşların belli alanlarda rekabet ederken işbirliği içinde bulunmaları üretkenliği artırarak, yenilikçiliği besleyerek kümelenmeye dahil olan işletmelere rekabet avantajı kazandırır. Bilgiye, teknolojiye, üretimde emeği geçen işletmelere erişimde ve gelişimi teşvik etmede avantajlar sağlar. Deneyimli bir işgücü havuzu oluşumunu destekler. Yerel tedarikçileri kullanma sonucu maliyetlerin düşmesine yardımcı olur. İşletmeler,

kamu kuruluşları, eğitim kurumları (okullar, üniversiteler vs.) ve sivil toplum kuruluşları arasında olması gereken işbirliğinin ortaya çıkmasını sağlar.

3.1.1. Verimlilik Açısından Kümelenme ve Rekabet İlişkisi

Kümelenme ile beraber verimlilik; resmi veya resmi olmayan ilişkiler ağıının bir sonucu olarak ortaya çıkar. Zira bu ilişkiler ağı firmaların yan pazarlara girmelerini sağlar. AR-GE sürecindeki belirsizlikleri azaltır. Firmaların gerekli hammaddeye ulaşma sürecini kısaltır. İhracat olasılıklarını artırır. Ortaklıkların, birbirine coğrafi açıdan yakın firmalar ve kuruluşlar arasında olması ise, bilgi alışverişi maliyetini düşürür. Pek çok teknik bilgi ve fikir yüz yüze görüşmeler aracılığı ile iletilir. Dolayısıyla aynı coğrafi bölgede bulunmak bu paylaşımın maliyetini azaltır. İnsan gücüne erişim artar. Pek çok değişik sektörde yer alan firmalar topluluğunun gerekli beceri ve bilgiye sahip elemana kolayca erişimini sağlar. Hammadde alışveriş maliyetleri düşer. Coğrafi yakınlıkta olan firmalar arası hammadde alışverişi firma maliyetlerini olumlu yönde etkiler.

Kümelenmeler, kümelenmeye dahil olan işletmelere, kendi esnekliklerinden feragat etmeden, büyük ölçekli ya da diğer işletmelerle resmi bağlantılara sahip işletmeler gibiymiş gibi fayda elde etmelerini sağlar. Bir kümelenmenin üyesi olmak, girdilere sahip olmada; bilgiye, teknolojiye ve gerekli kurumlara erişmede; ilişkili şirketleri koordine etmede ve gelişimi ölçmede ve teşvik etmede daha verimli çalışmaları sağlamaktadır. Özellikle, hareketli kümelenmeler içinde bulunan işletmeler uzmanlaşmış ve deneyimli bir işçi havuzu içinde bulunurlar. Bu, işletmelerin işe alımlardaki arama ve işlem maliyetlerini düşürecek ve zamanı kısaltacaktır.

Kümelenme çeşitli fırsatlar sunar ve çalışanların farklı yerlerde istihdam riskini düşürür, hatta diğer bölgelerdeki yetenekli çalışanları kendine çeker. İyi gelişmiş bir kümelenme ayrıca, diğer önemli girdilerin sağlanmasında da etkin bir yol sağlar. Böyle bir kümelenme derin ve özelleşmiş bir tedarikçi tabanına sahiptir. Uzaktaki bir tedarikçiden kaynak sağlamak yerine yerel tedarikçileri kullanmak işlem maliyetlerini düşürecektir. Bu yapı, envanter ihtiyacını minimize edecek, ithalat ve gecikme maliyetlerini ortadan kaldıracaktır. Yakınlık, iletişimi

geliştirecektir, doğal olarak bu durum, tedarikçiler için satış sonrası hizmetlerini sağlamalarını kolaylaştıracaktır.

Diğer yandan pazar, teknoloji ve rekabet bilgilerinin tamamı kümelenme içinde birikir, üyeler bu bilgileri kullanmak isterler. Ayrıca, kişisel ilişkiler ve topluluk bağları güveni tesis eder ve bilgi akışını hızlandırır. Bu koşullar bilgiyi daha akıcı bir hale getirir. Kümelenme üyeleri arasındaki bağlar, parçaların toplamından daha büyüktür. Örneğin tipik bir turizm kümelenmesinde, ziyaretçilerin görüşleri sadece çevresel güzelliklerden etkilenmez, ayrıca oteller, restoranlar, alışveriş merkezleri ve ulaşım kaynakları gibi tamamlayıcı işlerin kalitesi ve verimliliklerinden de etkilenir.

Kümelenme üyeleri karşılıklı olarak bağımlıdır ve birisinin göstereceği iyi performans diğerlerini de olumlu yönde etkileyecektir. Yine, altyapı ya da eğitim programları gibi hükümet ya da diğer kamu kuruluşları tarafından yapılan yatırımlar, işletmelerin performanslarını geliştirebilir. İşe alınan çalışanların yerel programlarda eğitilmeleri, eğitim maliyetlerini düşürecektir. Sadece hükümetin değil, özel sektör içindeki işletmelerin eğitim programları, altyapı, kalite merkezleri, test laboratuvarları gibi yapmış oldukları yatırımlar da kümelenme içindeki diğer şirketlerin performanslarını artıracaktır.

Öte yandan, yerel rekabet oldukça motive edicidir. Benzer şirketlere olan yakınlığın oluşturduğu baskı, rekabetçi olmayan ya da doğrudan rekabet etmeyen şirketler arasında olmayana nazaran rekabetçi bir baskı oluşturur. Gurur ve toplum içinde iyi gözle bakılmak arzusu, kümelenme içindeki şirketlere diğerlerini yarışta geride bırakma isteği kazandırır.

Kümelenmeler ayrıca, işletme performanslarının değerlendirilmesini kolaylaştırır. Yerel rakipler, benzer işgücü maliyetleri ve yerel pazarlara erişim imkânı gibi genel koşullara sahiptirler ve kümelenme içindeki işletmeler benzer faaliyetler gerçekleştirmektedir. Kümelenme içindeki işletmeler tipik olarak kendi tedarikçilerinin maliyetleri konusunda ayrıntılı bilgilere de sahiptirler. Yöneticiler diğer yerel işletmeler ile maliyetlerini ve çalışanlarının performanslarını karşılaştırabilir. Ayrıca ek olarak, finansal kurumlar performansı takip etmede kullanılacak kümelenme ile ilgili bilgileri toplayabilirler.

3.1.2. Yenilikçilik Açısından Kümelenme ve Rekabet İlişkisi

Üretkenliğin geliştirilmesine ek olarak, kümelenmeler işletmelerin yenilikçilik becerilerinde de önemli bir rol oynar. Kümelenme içinde yer alan işletmeler, müşteri ihtiyaçlarını ve isteklerini, kümelenme dışında bulunan şirketlerle karşılaştıramayacak derecede hızlı bir şekilde karşılayabilirler.

Kümelenme içindeki diğer şirketler ve kurumlarla olan ilişkiler ayrıca şirketlere, teknoloji geliştirmek, parça ve makine erişimi, hizmet ve pazar kavramları gibi konuları erken öğrenmelerine yardımcı olur. Bu tarz bir öğrenme ziyaretler ve çoğunlukla yüz yüze temas yolu ile gerçekleştirilir.

Kümelenmeler, yenilikleri görünür yapan fırsatlardan daha fazlasını sunarlar. Hızlı hareket etmeyi sağlayan esnekliği ve kapasiteyi de getirirler. Kümelenme içindeki bir şirket genellikle yenilikçi çalışmalarında kullanacağı bir kaynağı hızlı bir şekilde elde edebilir. Yerel tedarikçiler ve ortaklar yenilik sürecine dahil olabilirler. Bu, müşterilerin gereksinimlerinin daha iyi karşılanmasını sağlayacaktır. Kümelenme dışındaki bir şirket ise, uzaktaki tedarikçiler ve diğer organizasyonlar ile koordine edeceği faaliyetlerde önemli zorluklarla karşılaşacaktır.

Başka bir açıdan değerlendirildiğinde, yeni işletmelerin birbirinden uzak ve yeni yerleşim yerleri yerine, mevcut kümelenmeler içinde kurulmaları beklenmelidir. Yeni ve özelleşmiş tedarikçilerin sayısı, kümelenmeler içinde hızla artacaktır. Yoğunlaşmış bir müşteri tabanı, riskleri minimize edecektir ve pazar fırsatlarını görmek daha da kolaylaşacaktır. Ayrıca, kümelenmelerin ilgili endüstrileri kapsıyor olmaları, tedarikçilere genişleyen fırsatlar sunmaktadır.

Ekonomik ve teknik açıdan hızla değişen, dinamik bir çevre içinde bulunan işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri ve hedeflerine ulaşabilmeleri ancak kendilerinin de bir değişim içinde olmaları ile mümkündür. Özellikle global rekabetle birlikte ülke ekonomisindeki ve endüstrisindeki yeri ve önemi gün geçtikçe artmakta olan küçük ve orta ölçekli işletmeler bu değişimden, büyük işletmelere göre daha fazla etkilenmektedirler. Kalite, esneklik, hızlı üretim alanlarındaki yoğun rekabet ortamında KOBİ'lerin varlıklarını sürdürebilmeleri ise ancak inovasyon yapmaları ve bunları hayata geçirmeleri ile mümkündür.

Inovasyon, ekonomik büyümenin, artan istihdamın ve yaşam kalitesinin önemli bir kaynağıdır. Günümüzün hızla değişen rekabet ortamında ayakta

kalabilmek için işletmelerin ürünlerini, hizmetlerini ve üretim yöntemlerini sürekli olarak değiştirmeleri ve yenilemeleri gerekmektedir. Bu nedenle inovasyonun ülkelerin kalkınmalarında ve işletmelerin başarılarındaki yeri büyüktür. Kümelenmeler de bu açıdan oldukça önemlidir, çünkü şirketlerin izole durumlarındakinden daha fazla verimli ve inovatif olmalarını sağlamaktadır (Cooke, 2001: 945-974).

3.1.3. Yeni İş Alanları Yaratma Açısından Kümelenme ve Rekabet İlişkisi

Kümelenmeler, birçok nedenden ötürü, yeni iş biçimine kaynak olmaktadır. Kümelenme içinde bulunan girişimciler, ürün veya hizmetlerdeki boşlukları kolayca saptayabilirler. Bunun ötesinde sektöre giriş problemleri diğer yerlere göre daha düşüktür. Gerekli varlıklar, beceriler, girdiler ve personel, yeni işletmeye montaj edilmeye hazır bir halde kümelenme yerleşiminde bekler.

Kümelenmeye alışkın olan finansal kurumlar ve yatırımcılar daha az risk alırlar. Ayrıca, kümelenmenin kendisi genellikle önemli bir iç pazar oluşturur, girişimciler zaten kurulu olan ilişkilerden kolayca faydalanabilir. Tüm bu faktörler şirketlerin başarısız olmalarına neden olan riskleri azaltacaktır. Kümelenme içindeki yeni iş biçimi pozitif bir geri besleme döngüsünün de parçasıdır. Sonuç olarak kümelenme, tüm üyelerine fayda sağlayan kaynak havuzlarının büyümesini sağlayacaktır.

Matematiksel anlamda ortaklık ve rekabet gibi birbirine zıt gözüken iki kavramın örtüşmesini zaman içerisinde yayarak ve küme firmalarının fiziksel konumlarının yakınlığı ve sabitliği düşünüldüğünde hiç de anlaşılması zor değildir. Zira ancak bu yolla firmalar AR-GE, üretim, pazarlama faaliyetlerinden bir ya da bir kaçını rakip firmalardan tedarik ederek veya ortaklaşa yaparak ürünü pazara, daha çabuk ve daha ucuza ulaştırma yeteneğine sahip olabilirler.

3.2. TÜRKİYE İMALAT SANAYİİ VE AVRUPA BİRLİĞİ-TÜRKİYE İLİŞKİLERİ

Küreselleşme olgusu çerçevesinde hızla dışa açılan ülkemiz bölgesel bütünleşme ve işbirliği hareketleri içindeki yerini almış, bölgesel entegrasyonlar

arasında tercihini coğrafi ve siyasi şartları da göz önüne almak suretiyle Avrupa Birliği'nden yana kullanmıştır. Avrupa Komisyonu'nun 1999 yılında Helsinki'de aldığı tavsiye kararı ile beraber resmen aday ülke olarak kabul edilen Türkiye, 3 Ekim 2005 tarihi itibarıyla AB ile tam üyelik müzakerelerine başlamıştır. 10-15 yıl kadar sürmesi düşünülen müzakere sürecinde Türkiye'nin, AB'nin yaklaşık 120 bin sayfalık yasasını uygulamaya koyması ve ekonomik yapısını AB normlarına getirmesi istenmektedir. Çalışmanın bu bölümünde, imalat sanayiinin tanım, kapsam ve önemi ile Türkiye'deki tarihsel gelişimi değerlendirilerek, Avrupa Birliği-Türkiye ticari ilişkilerinin gelişimi dönemler itibarıyla incelenmekte ve imalat sanayiinin bu ilişkilerdeki yeri ve önemi hakkında açıklayıcı özet bilgiler verilmektedir.

3.2.1. İmalat Sanayiinin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi

İmalat sanayiinin Türkiye ekonomisindeki yeri ve önemine geçmeden önce çalışmanın bu kısmında öncelikle, sanayi kavramının tanım, kapsam ve önemi ile sanayinin Türkiye'deki tarihsel gelişiminden kısaca bahsetmek yerinde olacaktır. Sanayi; kavram olarak “yer altı kaynaklarının, tarımsal veya hayvansal maddelerin işlenerek kullanıma hazır hale getirilmesi” anlamına gelmektedir. Sanayi, hammaddeye değer katarak kalkınma ve zenginleşmenin temelini oluşturur. Günümüzde sanayi ürünlerinin üretim ve tüketim miktarı ülkelerin gelişmişlik düzeyinin bir göstergesidir. Dünyanın en gelişmiş ülkeleri sanayileşmiş ülkelerdir. Bu ülkeler çok düşük fiyatlarla hammadde satın alır, ona değer katarak satar ve zenginleşir. Geri kalmış ülkeler ise, ellerinde var olan yer altı ve yer üstü kaynaklarını çok ucuza satarak, yüksek fiyatlarla sanayi ürünlerini satın alırlar. Bu durum, zengin ülkelerin daha da zenginleşmesine, geri kalmış ülkelerin ise daha da fakirleşmesine neden olmaktadır.

Sanayi iş imkânı sağlar, işsizliğin azalmasına yardımcı olur. Ülkelerin doğal kaynaklarının ve insan kaynağının değerlendirilmesini sağlar. Ülkelerin ihracatla döviz kazanmasını sağlayarak zenginleşmesine ve ülke insanına sunulan hizmet kalitesinin artmasına imkân verir. Dışa bağımlılığı azaltır.

Sanayileşme 18. yüzyılda İngiltere'de başlamış, 19. yüzyıldan itibaren Avrupa kıtasına yayılmıştır. Ülkemizde ise, gerçek anlamda cumhuriyetin ilanından sonra başlamıştır. 1923'te İzmir İktisat Kongresi ile atılan ilk adımı takiben 1933'ten

itibaren hazırlanan beş yıllık kalkınma planları uygulamaya konulmuş, yurdun dört bir tarafında fabrikalar açılmıştır. Sanayi yatırımları 1950'lere kadar devlet tarafından gerçekleştirilmiş, bu tarihten itibaren özel sektörün desteklenmesiyle daha hızlı bir sanayileşme sürecine geçilmiştir.

1980 sonrasında Türkiye'de sanayileşme, küreselleşme ve AB ile entegrasyon sürecinin belirlediği sınırlar çerçevesinde bir yol izlemiştir. Türkiye'de 1980'lerden itibaren serbest piyasa ekonomisine geçilmiş, dışa açılma politikaları ile sanayi ürünleri üretimi ve ihracatında önemli artışlar olmuştur. Günümüzde ise, Türkiye sanayisi küresel ekonomiye entegre olarak yabancı yatırımlara açık hale gelmiştir. Dünya ile gerçekleşen bu entegrasyon küresel şirketlerin ülkede, sermaye ve mal hareketlerine neden olarak sanayinin daha hızlı gelişmesini sağlamış, dönem dönem ekonomik krizlerin de yaşanmasına yol açmıştır. Bugün Türkiye, ihracatının % 90-95'i sanayi ürünlerinden oluşan dünyanın en büyük onyedinci ekonomisi olarak gelişmekte olan ve sanayileşen bir ülkedir.

Bir yerde sanayinin kurulması ve gelişmesi için hammadde, sermaye, enerji ve işgücü en önemli öğeleri oluşturmaktadır. Sanayinin temelini oluşturan işlenmemiş ve yarı işlenmiş hammaddelerdir. Türkiye, hammadde bakımından oldukça zengin bir ülkedir. Ancak bu hammaddenin önemli bir kısmı işlenmeden ihraç edilmektedir. Sanayinin gelişebilmesi için hammaddenin ülke kaynaklarından temin edilmesi gerekmemektedir. Ancak hammaddenin bir yerdeki varlığının o yörede sanayinin gelişmesini hızlandıran bir güç olduğu bilinmektedir.

Sanayi tesislerinin çalışabilmesi için enerjiye ihtiyaç vardır. Türkiye'nin halen klasik enerji kaynakları ile üretim yapması, gelişen sanayinin enerji ihtiyacı konusunda bazı problemler yaşamasına neden olmaktadır. Enerji üretimi içerisinde petrolün ve doğalgazın payının artması ve bunun ithalat yoluyla karşılanması enerji maliyetlerini artırarak sanayiye olumsuz yönde etkilemektedir. Enerji tüketimi bir ülke veya bölgenin gelişmişlik düzeyi hakkında bilgi verir. Gelişmiş ülkelerde kişi başına tüketilen enerji miktarı oldukça fazladır. Çünkü üretilen enerjinin çok büyük bir kısmı sanayide tüketilir. Ülkemizde enerji tüketiminin en fazla olduğu bölge Marmara, en az olduğu bölge ise Doğu Anadolu'dur.

İşgücü, sanayi tesisleri için gerekli olan insan gücünü ifade eder. Türkiye'nin genç ve dinamik yapısı sayesinde işgücü potansiyeli oldukça yüksektir. Ancak sanayi

için gerekli olan nitelikli (kalifiye) işgücüdür. Ülkemizde nitelikli işgücü sürekli artan bir seyir izlemektedir.

Sanayi faaliyetleri, imalat sanayii başta olmak üzere, madencilik ve taş ocakçılığı ile enerji alt kesimlerinden oluşmaktadır. İnşaat sektörünün de bu sınıflamaya dahil edildiği çeşitli kaynaklarda görülebilmektedir. Bununla birlikte, enerji üretimi ve inşaat sektörü ile maden çıkarımı, sanayi malı üretiminden oldukça farklı niteliğe sahip olduğundan ve de Türkiye ekonomisinde imalat sanayii, toplam sanayinin % 85-90'ını oluşturduğu için sanayi sektörü denilince genelde imalat sanayii anlaşılmaktadır. Bu nedenle, toplam sanayiye temsil etmek üzere genellikle imalat sanayii analizlere konu olmaktadır.

Tablo 6'da Türkiye'de, 2000-2008 döneminde yıllara göre, istihdamın iktisadi faaliyet kollarına (Tarım, Sanayi, Ticaret ve Hizmetler) dağılımı görülebilmektedir. Burada dikkat çeken husus, 2005 yılına kadar istihdam edilenlerin en büyük kesiminin tarım sektöründe bulunduğu, tarım sektörünü sırasıyla hizmetler ve sanayi ile ticaret sektörünün izlediği, 2005 yılından sonra ise, tarım sektörünün birinciliğini hizmetler sektörüne bıraktığıdır. 2005 sonrası dönemde Türkiye'de çalışma çağındaki nüfusun büyük çoğunluğu, hizmetler sektöründen sonra sanayi sektöründe istihdam edilmiştir.

Tablo 6: Yıllara Göre İstihdam Edilenlerin İktisadi Faaliyet Kolları (Bin kişi, 15+ yaş)

Yıllar	Tarım	%	Sanayi (*)	%	Ticaret	%	Hizmetler	%	Toplam
2000	7769	36	3810	17,7	3817	17,7	6184	28,7	21580
2001	8089	37,6	3774	17,5	3737	17,4	5924	27,5	21524
2002	7458	34,9	3954	18,5	3980	18,6	5962	27,9	21354
2003	7165	33,9	3846	18,2	4052	19,2	6083	28,8	21146
2004	5713	29,1	4885	24,9	4027	20,5	5006	25,5	19631
2005	5154	25,7	5284	26,3	4336	21,6	5292	26,4	20066
2006	4907	24,0	5465	26,8	4492	22,0	5558	27,2	20422
2007	4867	23,5	5544	26,7	4557	22,0	5770	27,8	20738
2008	5016	23,7	5682	26,8	4573	21,6	5922	27,9	21193

(*) İnşaat sektörü, sanayi sektörü içinde değerlendirilmiştir.

Kaynak: TÜİK, Hanehalkı İşgücü Anketi Sonuçları.

Sanayi sektörü içinde imalat sanayii en önemli ve dinamik alt sektör olup hemen hemen tüm ülkelerde, gerek üretim değeri ve gerekse istihdam hacmi

bakımından en büyük paya sahiptir. Türkiye’de 1981-1993 döneminde üretilen hasılanın yaklaşık % 83’ü ve istihdamın % 90’ı imalat sanayii içinde gerçekleştirilmiştir. Sanayi sektöründe istihdam edilenlerin sektörel dağılımı Tablo 7’de görüldüğü gibidir. İmalat sanayiinde istihdam edilenler, sanayi sektöründe istihdam edilenlerin, 2000-2008 dönemi boyunca, % 94-95’ini oluşturmaktadır. Madencilik ile elektrik, gaz ve su sektörlerindeki istihdam oranları ise hemen hemen birbirinin aynısıdır.

Tablo 7: Sanayi Sektöründe İstihdam Edilenlerin Sektörel Dağılımı (Bin kişi, 15+ yaş)

Yıllar	Madencilik	%	İmalat Sanayii	%	Elektrik, Gaz ve Su	%	Sanayi Toplamı
2000	81	2,13	3.638	95,49	91	2,39	3.810
2001	98	2,60	3.581	94,89	95	2,52	3.774
2002	120	3,03	3.731	94,36	103	2,60	3.954
2003	83	2,16	3.664	95,24	100	2,60	3.847
2004	97	2,48	3.742	95,48	80	2,04	3.919
2005	110	2,63	3.994	95,60	74	1,77	4.178
2006	118	2,76	4.066	95,24	85	1,99	4.269
2007	128	2,97	4.088	94,76	98	2,27	4.314
2008	115	2,59	4.235	95,36	91	2,05	4.441

Kaynak: TÜİK, Hanehalkı İşgücü Anketi Sonuçları.

Bir bütün olarak sanayi sektörü (imalat sanayii, enerji ve madencilik) 1980-2000 döneminde ortalama olarak % 4 oranında bir gelişme göstermiştir. 1981-1990 döneminde ortalama % 7,4 oranında büyüme gösteren sanayi sektörü, 1991-2000 döneminde ortalama % 3,5’lik bir büyüme gerçekleştirmiştir. 1990’lardan sonra çift rakamlı büyüme hızlarına da ulaşan sanayi sektörü, 1994 krizi nedeniyle % -6,2 ve 1999 yılında da % -5,2 oranına ulaşan negatif bir büyüme göstermiştir (Arısoy, 2005: 47).

1980-2000 döneminde sanayinin, özellikle de imalat sanayiinin toplam yatırımlar içerisindeki payında kayda değer bir azalma olmuştur. Sabit sermaye yatırımlarının sektörler arası dağılımı dönemler itibariyle incelendiğinde imalat sanayii yatırımlarının gerek toplam yatırımlar gerekse GSMH içindeki payının 1980 sonrası dönemde belirgin bir şekilde düştüğü görülmektedir. 1963-1979 döneminde imalat sanayii yatırımlarının toplam yatırımlar içerisindeki %34,8’lik ortalama payı,

1980-1989 döneminde %23'e, 1990-2000 döneminde ise ortalama olarak %18,6'ya düşmüştür (Arısoy, 2005: 50).

Tablo 8, Türkiye imalat sanayiinde 1998-2008 döneminde imalat sanayiinde yaratılan katma değerler ile katma değerlerin toplam GSYH içindeki payını ve sabit sermaye yatırımları ile sabit sermaye yatırımlarının toplam sabit sermaye yatırımları içindeki payını göstermektedir.

Tablo 8: İmalat Sanayiinde Katma Değerler ve Sabit Sermaye Yatırımları
(1998 Fiyatları ile Bin TL, %)

Yıllar	Katma Değer	GSYH	%	İmalat S.S.Y.	Toplam S.S.Y.	%
1998	16.791.078	70.203.147	24	3.101.158	16.229.649	19
1999	15.933.358	67.840.570	23	2.572.195	13.702.297	19
2000	17.037.385	72.436.399	24	3.219.123	16.116.404	20
2001	15.736.113	68.309.352	23	2.042.834	11.195.045	18
2002	16.192.617	72.519.831	22	3.038.760	12.881.304	24
2003	17.552.856	76.338.193	23	4.175.746	14.818.710	28
2004	19.645.369	83.485.591	24	6.631.257	18.884.408	35
2005	21.249.692	90.499.731	23	8.261.909	22.251.225	37
2006	23.033.310	96.738.320	24	9.917.189	25.234.306	39
2007	24.326.791	101.254.625	24	10.272.768	26.259.984	39
2008	24.290.306	101.921.730	24	9.454.174	24.891.676	38

Kaynak: TÜİK ve Kalkınma Bakanlığı.

İmalat sanayiinde oluşturulan katma değerler 1998-2008 döneminde, GSYH'nın % 23-24'üne karşılık gelmektedir. İmalat sanayiinde sabit sermaye yatırımlarının toplam sabit sermaye yatırımları içindeki payı ise aynı dönemde dalgalı bir seyir izlemiştir. Oranın % 39'a kadar çıktığı olmuştur. 2008 yılı itibariyle toplam sabit sermaye yatırımlarından % 38 pay alan imalat sanayii sabit sermaye yatırımları, toplam sabit sermaye yatırımlarının ortalama % 29-30'unu oluşturmaktadır. Bu oranlar ile imalat sanayiinde yaratılan katma değerler GSYH'nın en büyük kısmını teşkil etmekte ve imalat sanayii sabit sermaye yatırımları toplam sabit sermaye yatırımlarından en büyük payı almaktadır.

1996-2008 döneminde yıllar itibariyle imalat sanayii kapasite kullanım oranları kamu sektöründe ortalama % 84, özel sektörde ise ortalama % 76 civarında seyretmiştir (bkz; Tablo 9).

Gıda sanayii ülkemizin en yaygın sanayi koludur. Türkiye'nin coğrafi özellikleri ve farklı iklim tiplerinin görülmesi çeşitli tarım ürünlerinin yetişmesine imkân tanır. Buna bağlı olarak gıda sanayii gelişmiş ve çeşitlenmiştir. Un, şeker, bitkisel yağ, konserveçilik ve hayvansal ürünleri işleme başlıca gıda sanayii dallarıdır. Bu tesisler daha çok hammadde kaynaklarının yakınında ve pazarlama imkânlarının gelişmiş olduğu tüketim merkezlerinin çevresinde gelişmiştir.

Tablo 9: Yıllar İtibariyle İmalat Sanayii Kapasite Kullanım Oranları
(Üretim Değeri ile Ağırlıklandırılmış Yıllık Ortalamalar)

Yıllar	Kamu	Özel	Toplam
1996	82,1	76,5	78,0
1997	81,3	78,6	79,4
1998	81,0	74,6	76,5
1999	79,0	69,8	72,4
2000	79,8	74,4	75,9
2001	81,8	66,7	70,9
2002	81,7	72,8	75,4
2003	83,9	75,9	78,4
2004	85,7	79,8	81,3
2005	86,0	78,8	80,3
2006	89,4	79,6	81,0
2007	88,4	80,7	81,8
2008	86,7	77,0	78,1

Kaynak: TÜİK.

Türkiye'de en eski, en yaygın ve en fazla gelişme gösteren sanayi kolu Dokuma ve Deri Giyim Sanayiidir. Pamuklu, yünlü, ipekli dokuma ile dericilik ve hazır giyim üretimi bu sanayi kolunun kapsamında değerlendirilir. Üretilen ürünler, Türkiye'nin dış pazarlara açılmasında ve ihracatında çok önemli bir paya sahiptir.

Türkiye'de en yaygın sanayi kollarından biri de, taş ve toprağa dayalı sanayi olarak da tanımlanan, Çimento, Seramik ve Cam Sanayiidir. İmalat sanayii içinde değerlendirilen diğer sanayi kolları, Orman Ürünleri Sanayii, Maden Sanayii, Makine Sanayii ve Kimya Sanayiidir. Orman ürünlerinden kâğıt, mobilya, ilaç, parke, sunta ve kozmetik sanayiinde yararlanılmaktadır. Kereste fabrikalarının çoğu Doğu ve Batı Karadeniz'de toplanmıştır.

Türkiye sanayisinin en önemli problemi, hammadde kaynaklarına yakınlık, ulaşım imkânları, sermaye sahiplerinin girişimciliği ve tüketim merkezlerine yakınlık ile pazarlama kolaylığı imkânlarından yararlanmak için, sanayi tesislerinin ülke geneline düzensiz dağılmış olmasıdır. Ülkemiz sanayi tesislerinin yarısından fazlası İstanbul, Kocaeli, Sakarya, Bursa ve İzmir çevresinde toplanmış, diğer bölümü geriye kalan yaklaşık yetmiş civarındaki kente dağılmıştır. Bu düzensizlik bölgeler arasında gelişmişlik düzeyinin farklılaşmasına ve dolaylı yoldan nüfus hareketlerine (göç) neden olmaktadır.

Tablo 10: NACE Rev. 1.1. Yerel Birim Sayıları İtibariyle İBBS Düzey 2 Bölgelerine Dağılım (2003-2008)

İBBS Düzey 2	2003	2004	2006	2007	2008
TR10-İstanbul	70 162	90 167	102 149	117 285	113 477
TR22-(Balıkesir, Çanakkale)	6 574	7 173	7 170	7 275	6 938
TR31-İzmir	18 229	22 980	24 344	21 774	21 845
TR32-(Aydın, Denizli, Muğla)	11 973	13 598	15 905	14 912	14 509
TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak)	11 897	12 388	13 512	12 462	13 408
TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik)	17 545	19 624	19 845	20 888	20 529
TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)	9 357	9 750	11 753	13 109	13 543
TR51-Ankara	17 935	20 334	20 478	20 794	21 382
TR62-(Adana, Mersin)	12 050	15 459	14 056	14 929	15 298
Toplam	169 148	204 300	222 042	236 153	233 991
TR52-(Konya, Karaman)	9 464	12 054	11 429	11 721	12 571
TR61-(Antalya, Isparta, Burdur)	8 395	9 212	10 197	10 722	10 713
TR63-(Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye)	7 015	9 374	10 316	8 744	10 439
TR83-(Samsun, Tokat, Çorum, Amasya)	8 976	9 394	10 686	9 542	10 743
TRC1-(Gaziantep, Adıyaman, Kilis)	7 539	8 717	9 822	10 178	11 161
Toplam	41 389	48 751	52 450	50 907	55 627
Diğer Düzey 2 Bölgeler	47 472	52 561	57 017	57 227	59 912
Türkiye Toplamı	258 009	305 612	331 509	344 287	349 530

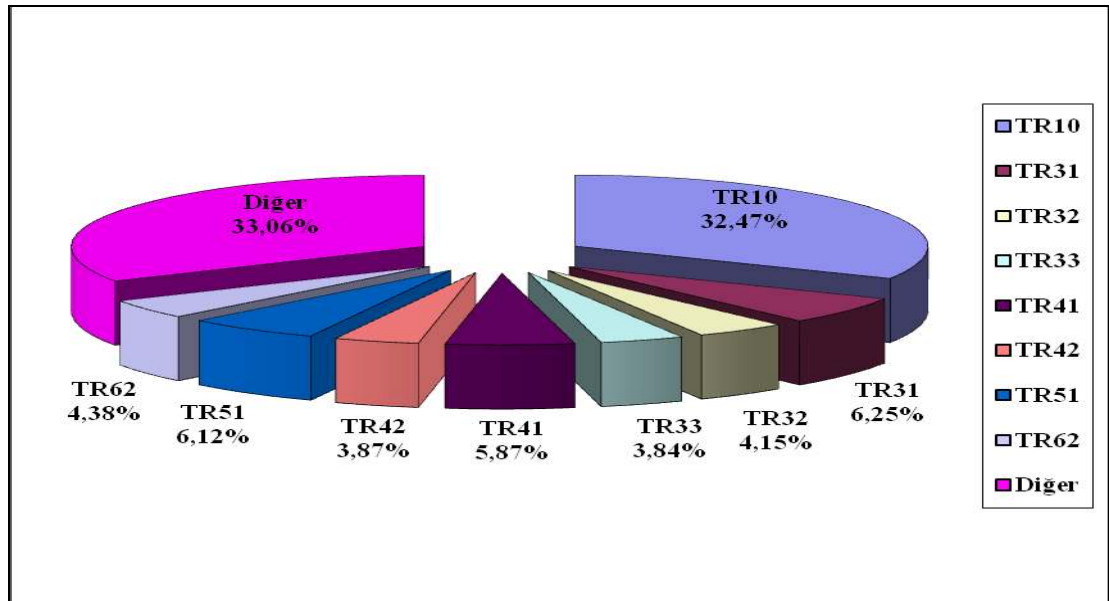
Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

Tablo 10'dan NACE Rev. 1.1. yerel birim sayıları itibariyle imalat sanayiinde faaliyet gösteren birimlerin İBBS Düzey 2 bölgelerine dağılımı izlenebilmektedir. Türkiye'de imalat sanayiinde faaliyet gösteren kuruluşlar TR10-İstanbul, TR31-

İzmir, TR51-Ankara başta olmak üzere, TR32-(Aydın, Denizli, Muğla), TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak), TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik), TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) ve TR62-(Adana, Mersin) bölgelerinde yoğunlukla toplanmıştır.

Şekil 6 NACE Rev. 1.1. yerel birim sayıları itibariyle imalat sanayiinde faaliyet gösteren birimlerin İBBS Düzey 2 bölgelerine dağılımını oransal olarak göstermektedir. Şekilden de görüldüğü üzere; Türkiye’de imalat sanayiinde faaliyet gösteren kuruluşların % 32,47 gibi oldukça büyük bir kısmı TR10-İstanbul bölgesinde toplanmıştır. Bu oran, diğer 73 ilde (onsekiz Düzey 2 bölgede) faaliyet gösteren birimlerin dağılım oranlarının neredeyse toplamına eşit bir oranı ifade etmektedir.

Şekil 6: NACE Rev. 1.1. Yerel Birim Sayıları İtibariyle İBBS Düzey 2 Bölgelerine Dağılım Oranları (2003-2008)



Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

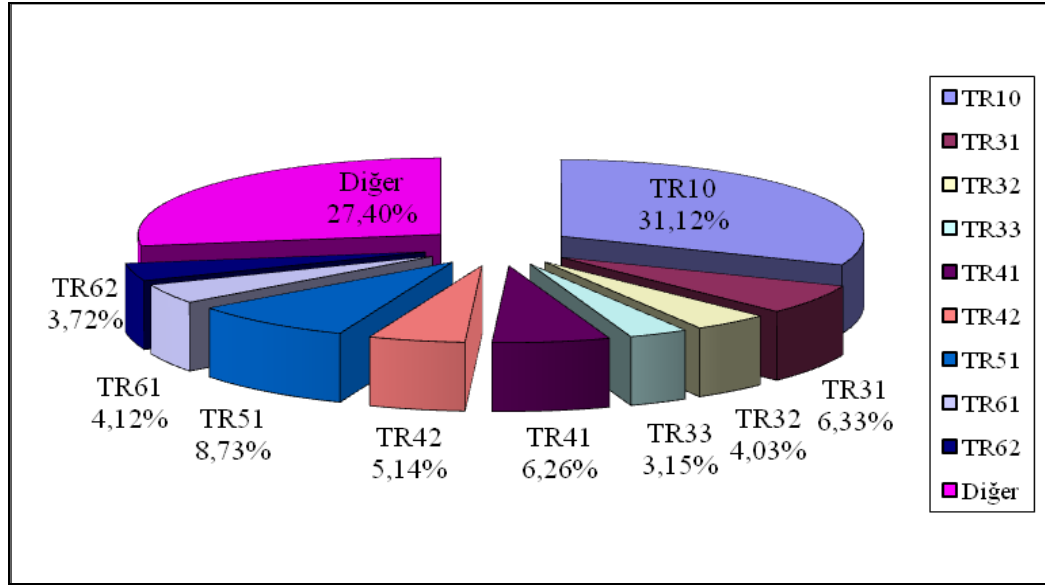
TR10 İstanbul
TR31-İzmir
TR32-(Aydın, Denizli, Muğla)
TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak)
TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik)
TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)
TR51-Ankara
TR62-(Adana, Mersin)

Tablo 11: Toplam İstihdamın İBBS Düzey 2 Bölgeler Kapsamında Dağılımı (2008)

İBBS Düzey 2 Bölgeler	İstihdam Değerleri	İstihdam Oranları (%)
TR10-İstanbul	3 139 463	31,12
TR31-İzmir	638 727	6,33
TR32-(Aydın, Denizli, Muğla)	406 986	4,03
TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak)	317 776	3,15
TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik)	631 178	6,26
TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)	518 898	5,14
TR51-Ankara	880 175	8,73
TR61-(Antalya, Isparta, Burdur)	415 138	4,12
TR62-(Adana, Mersin)	375 196	3,72
Toplam	7 323 537	72,60
Diğer Bölgeler Toplamı	2 764 214	27,40
TR-Türkiye Toplamı	10 087 751	100

Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

Şekil 7: Toplam İstihdamın Düzey 2 Bölgeler Kapsamında Dağılım Oranları (2008)



Kaynak: TÜİK, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri.

TR10 İstanbul
TR31-İzmir
TR32-(Aydın, Denizli, Muğla)
TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak)
TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik)
TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)
TR51-Ankara
TR61-(Antalya, Isparta, Burdur)
TR62-(Adana, Mersin)

Türkiye’de sanayi tesislerinin ülke geneline dağılımındaki, yukarıda veriler doğrultusunda açıklanan dengesizlik, istihdamın bölgeler arasındaki dağılımı için de söz konusudur. Ülkede İBBS Düzey 2 bölgeler bazında istihdam bölgeler arasında eşit dağılmamıştır. Toplam istihdamın yaklaşık % 73’ü sırasıyla; TR10-İstanbul, TR51-Ankara ve TR31-İzmir başta olmak üzere TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik), TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova), TR61-(Antalya, Isparta, Burdur), TR32-(Aydın, Denizli, Muğla), TR62-(Adana, Mersin) ve TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) olmak üzere dokuz İBBS Düzey 2 bölgede toplanmıştır. TR10-İstanbul bölgesi tek başına Türkiye’nin toplam istihdamından % 31,12 pay almaktadır (bkz; Tablo 11 ve Şekil 7).

2008 yılında sanayi sektöründe yaratılan gayrisafi katma değerın İBBS Düzey 2 bölgeler aşısından dağılımı incelendiğinde, TR10-İstanbul’un % 27,15 ile birinci sırada yer aldığı görülmektedir. TR10-İstanbul ile beraber, elimizdeki çalışmanın uygulama kısmında seçilen ve aşağıda Tablo 12’de yer alan diğer sekiz İBBS Düzey 2 bölge toplamda, toplam gayrisafi katma değerin % 73,17’lik oldukça büyük bir kısmını oluşturmaktadır. Geriye kalan diğer onyedı İBBS Düzey 2 bölgenin 2008 yılı itibariyle, toplam gayrisafi katma değerdan aldığı pay ise, sadece % 26,83’tür. Bölgeler bazında oranlar Tablo 12’den izlenebilir.

Tablo 12: 2008 Yılında Sanayi Sektöründe Yaratılan Gayrisafi Katma Değerin İBBS Düzey 2 Bölgeleri İtibariyle Dağılımı (Cari Fiyatlarla, Bin TL)

İBBS Düzey 2 Bölgeler	Gayrisafi Katma Değeri	Toplam Gayrisafi Katma Değeri	%
TR10-İstanbul	63.111.124	232.475.082	27,15
TR22-(Balıkesir, Çanakkale)	4.164.902	232.475.082	1,79
TR31-İzmir	14.941.853	232.475.082	6,43
TR32-(Aydın, Denizli, Muğla)	6.717.177	232.475.082	2,89
TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak)	9.994.636	232.475.082	4,30
TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik)	23.857.967	232.475.082	10,26
TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)	21.132.181	232.475.082	9,09
TR51-Ankara	18.139.064	232.475.082	7,80
TR62-(Adana, Mersin)	8.042.157	232.475.082	3,46
Toplam	170.101.061	232.475.082	73,17
Diğer Bölgeler	62.374.021	232.475.082	26,83

Kaynak: TÜİK ve yazarın kendi hesaplamaları.

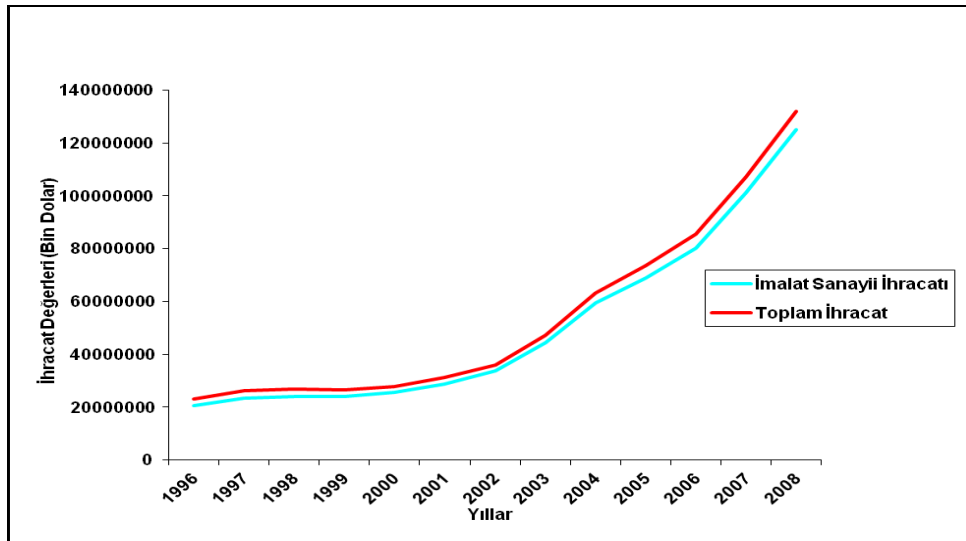
İmalat sanayiinin Türkiye'nin dış ticaretindeki yeri ve önemi de, diğer iktisadi faaliyet kollarına kıyasla oldukça büyüktür. İmalat sanayii, Türkiye'nin dış ticaretinde ilk sıraya sahiptir. Türkiye'nin toplam ihracatının ve toplam ithalatının oldukça büyük bir kısmını imalat sanayii oluşturmaktadır (bkz; Tablo 13, Tablo 14, Şekil 8 ve Şekil 9).

Tablo 13: Uluslararası Standart Sanayi Sınıflamasına Göre İhracat (Bin Dolar)

Yıllar	Tarım ve Ormancılık	Balıkçılık	Madencilik ve Taşocaklığı	İmalat Sanayii	Elektrik, Gaz ve Su	Diğerleri	Toplam
1996	2 152 577	26 507	368 625	20 525 761	15 488	135 507	23 224 465
1997	2 353 848	33 171	404 261	23 312 800	11 101	145 890	26 261 072
1998	2 357 425	17 182	363 652	24 064 586	14 911	156 196	26 973 952
1999	2 057 511	37 896	384 989	23 957 813	14 265	134 751	26 587 225
2000	1 659 092	24 506	400 269	25 517 540	20 386	153 113	27 774 906
2001	1 976 410	29 745	348 652	28 826 014	20 487	132 909	31 334 216
2002	1 754 287	51 419	387 193	33 701 646	15 841	148 702	36 059 089
2003	2 120 690	80 746	469 089	44 378 429	20 093	183 789	47 252 836
2004	2 541 777	103 118	649 237	59 579 116	60 173	233 731	63 167 153
2005	3 328 814	139 500	810 241	68 813 408	103 449	280 995	73 476 408
2006	3 480 539	130 858	1 146 326	80 246 109	123 593	407 250	85 534 676
2007	3 725 213	158 252	1 660 895	101 081 873	168 839	476 678	107 271 750
2008	3 936 711	240 330	2 155 150	125 187 659	73 324	434 022	132 027 196

Kaynak: TÜİK.

Şekil 8: Uluslararası Standart Sanayi Sınıflamasına Göre İhracat (Bin Dolar)



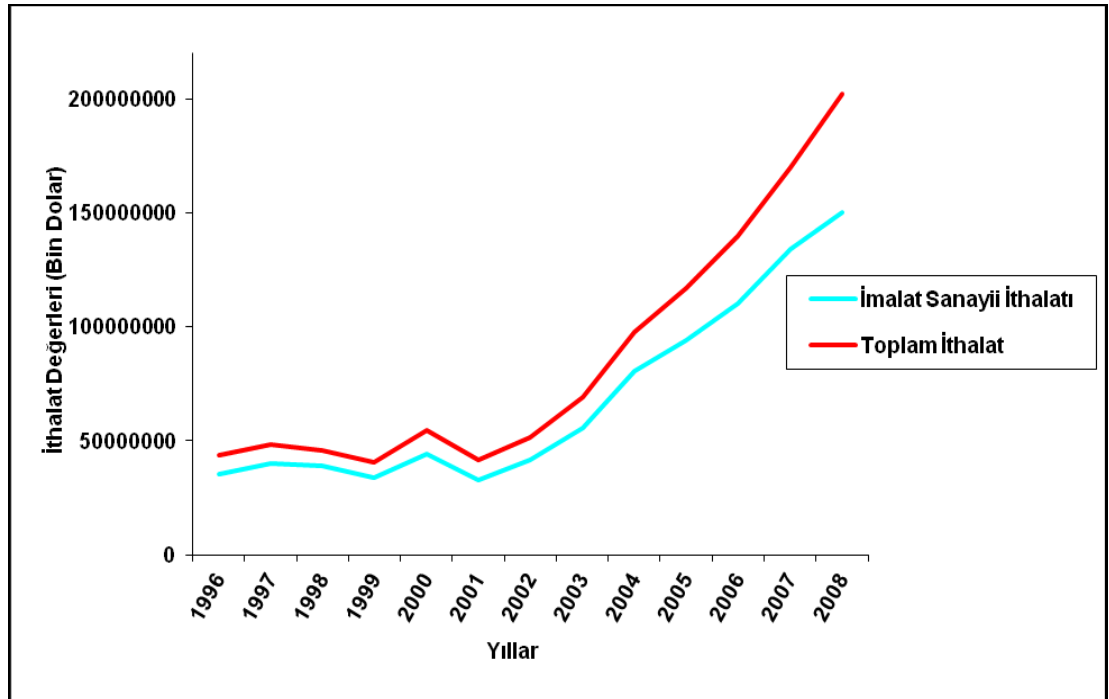
Kaynak: TÜİK verilerine dayanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 14: Uluslararası Standart Sanayi Sınıflamasına Göre İthalat (Bin Dolar)

Yıllar	Tarım ve Ormancılık	Balıkçılık	Madencilik ve Taşocaklığı	İmalat Sanayii	Elektrik, Gaz ve Su	Diğerleri	Toplam
1996	2 165 687	1 549	5 081 960	35 207 187	11 819	1 158 441	43 626 642
1997	2 416 734	1 700	5 127 974	39 802 296	83 972	1 126 045	48 558 721
1998	2 125 387	1 129	3 747 471	39 024 929	114 380	908 096	45 921 392
1999	1 648 518	1 190	4 245 738	33 935 827	81 276	758 723	40 671 272
2000	2 123 187	1 661	7 096 767	44 200 242	131 655	949 308	54 502 821
2001	1 409 313	879	6 576 826	32 686 102	162 280	563 684	41 399 083
2002	1 702 642	1 199	7 192 305	41 383 030	128 215	1 146 407	51 553 797
2003	2 535 427	2 428	9 020 508	55 689 766	43 453	2 048 111	69 339 692
2004	2 757 392	7 868	10 980 937	80 447 302	15 683	3 330 585	97 539 766
2005	2 801 365	24 233	16 321 199	94 208 255	18 208	3 400 891	116 774 151
2006	2 902 369	32 627	22 033 762	110 378 826	18 208	4 210 382	139 576 174
2007	4 640 577	30 935	25 314 075	133 938 136	21 528	6 117 465	170 062 715
2008	6 391 914	41 125	35 649 704	150 252 335	15 492	9 613 003	201 963 574

Kaynak: TÜİK.

Şekil 9: Uluslararası Standart Sanayi Sınıflamasına Göre İthalat (Bin Dolar)



Kaynak: TÜİK verilerine dayanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

3.2.2. Avrupa Birliği-Türkiye Ticari İlişkileri ve İmalat Sanayii

Avrupa Birliği Devlet ve Hükümet Başkanlarının 17 Aralık 2004 tarihli zirvesinde aldığı karar doğrultusunda 3 Ekim 2005 tarihinde Lüksemburg'da yapılan Hükümetlerarası Konferans (HAK) ile Türkiye resmen AB'ye katılım müzakerelerine başlamıştır. Böylece, Türkiye ile AB arasındaki inişli çıkışlı ilişki, çok önemli bir dönüm noktasını aşarak yepyeni bir sürece girmiştir. Çalışmanın bu kısmında, Avrupa Birliği-Türkiye ticari ilişkileri dönemler itibariyle incelenmekte ve imalat sanayiinin bu ilişkilerdeki yeri ve önemi hakkında bilgi verilmektedir.

3.2.2.1. Avrupa Birliği-Türkiye Ticari İlişkilerinin Gelişimi

Türkiye'nin AB'ye ortak olma çabaları, bir anlamda AB yolculuğu 1959 yılında Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET)'na yaptığı ortaklık başvurusu ile başlamaktadır. 12 Eylül 1963 tarihinde AET ile ortaklık kuran ve Gümrük Birliği'nin temellerini oluşturan Ankara Anlaşması imzalanmıştır. Söz konusu anlaşma 1 Aralık 1964'te yürürlüğe girmiştir. Bu anlaşma Avrupa Birliği'nin kurucu antlaşması olan Roma Antlaşmasının temel esaslarına dayandırılmıştır. Ankara Anlaşması ile Kurucu Antlaşmanın da altın kuralları olan malların, hizmetlerin ve sermayenin serbest dolaşımı ilkesinin Gümrük Birliği marifetiyle gerçekleştirilmesi ve üçüncü ülkelere karşı Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) uygulaması düzenlemeleriyle önce ekonomik ve ardından da siyasi bütünleşmenin sağlanması hedeflenmiştir (Esin, 2000: 31). Ankara Anlaşması'na göre Türkiye-AB arasında üç aşamadan geçilerek (I. Hazırlık Dönemi, II. Geçiş Dönemi, III. Son Dönem olmak üzere) gümrük birliğinin kurulması belirlenmiştir.

1964-1973 yılları arasında, dokuz yıl boyunca devam eden Hazırlık Dönemi'nde Türkiye'nin yüklenimi sadece kendi ekonomisini güçlendirmek olmuştur. Bu dönemde uygulanan I. Mali Protokol ile Türkiye'ye 175 milyon ecu tutarında yardım verilmiştir.

Ankara Anlaşması Türkiye'ye Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği'nin kapılarını açmıştır. 23 Aralık 1970'te imzalanıp 1 Ocak 1973'te yürürlüğe giren ve yürürlüğe girmesiyle birlikte hukuken Geçiş Dönemi'ni başlatan Katma Protokol ise, Türkiye ile Avrupa Birliği ticari ve mali politikalarının uyumunu öngörmüştür.

Katma Protokole göre taraflar karşılıklı olarak dış ticaretlerinde yeni gümrük vergileri ve eş etkili vergi ve resim koymayacaklar, Protokol'ün yürürlüğe girişinde uyguladıkları gümrük vergileri ve resimleri arttırmaktan kaçınacaklardı. Bunun tek istisnası Ortaklık Konseyi Kararı (OKK) ile ve ortaklık amaçlarının gerçekleşmesi için gerekli olmak koşuluyla ihracata yeni gümrük vergisi ya da eş etkili vergi veya resim konulabilmesi olacaktı. Ancak Türkiye Protokol'ün ticari hükümlerinin yürürlüğe girdiği, 1 Eylül 1971 tarihinden sonra 1972'de gümrük vergilerini %10 oranında arttırmıştır. Topluluk ise Katma Protokol'ün ticari hükümlerinin yürürlüğe girdiği 1 Eylül 1971'de Türkiye çıkışlı sanayi mallarına uyguladığı bütün gümrük vergilerini 4 istisna dışında sıfırlamıştır. İstisnalar: bazı petrol ürünleri, perakende satışa arz edilmeyen pamuk ipliği, diğer işlenmiş pamuklu dokumalar, yün veya ince hayvan kılından yapılan makine dokuma halılarıdır. Petrol ürünleri dışındaki diğer üç tekstil sanayiine ait üründe gümrükler, 12 yıllık dönemde sıfırlanmak üzere %25'lik dilimler halinde indirilecekti. Bu üç ürün için (pamuk iplikleri, diğer pamuklu dokumalar ve yün veya ince kıldan makine halıları) belirlenen tarife kontenjanları daha sonra tamamen kaldırılmıştır. (Ergün, 1999: 9).

1976 sonunda Türkiye'nin tek taraflı kararı sonucunda Katma Protokol Madde 60'a dayanarak Türkiye yükümlülüklerini dondurmıştır. 1976 yılından itibaren devamlı ertelenen gümrük indirimleri 1987 yılında tam üyelik başvurusuyla birlikte yeniden başlamıştır. (Ergün, 1999: 9).

Katma Protokol'de sanayi malları için gümrük birliği, tarım ürünleri için ise tercihli bir rejim öngörülmüştür ve Türkiye'nin AT ülkelerine karşı rekabet gücünün yeterli olduğu ürünlerde 12 yılda, rekabet gücünün görece olarak yetersiz olduğu ürünlerde ise 22 yılda gümrük vergilerinin kademeli olarak kaldırılması, ayrıca OGT'ye uyum sağlaması kararlaştırılmıştır. 1995 yılına kadar çeşitli tarihlerde gümrük vergisi indirimleri yapılmıştır. 1995 yılı sonunda yapılan düzenlemelerle 12 ve 22 yıllık listedeki ürünlerde tarife uyumu %100 düzeyine ulaşmıştır.

6 Mart 1995'te Brüksel'de imzalanan Türkiye-AB 1/95 Sayılı Ortaklık Konseyi Kararı (OKK) ile birkaç kez kesintiye uğrayan 22 yıllık geçiş dönemine son verilerek son döneme geçilmesi ve Ankara Anlaşması ile Katma Protokol hükümlerine dayalı olarak Gümrük Birliği'nin 1 Ocak 1996 tarihinde başlatılması kararlaştırılmıştır. Böylece Türkiye-AB arasında endüstriyel ürünleri kapsayan

Gümrük Birliği 1996 yılı başında yürürlüğe girmiştir. Bu anlaşma ayrıca topluluğun ticaret ve rekabet politikalarına uyumunu gerektirmektedir.

Gümrük Birliği sürecinin tamamlanabilmesi için tekstil ve konfeksiyoncular çok yoğun ve etkin olarak faaliyette bulunmuştur. Bir başka ifadeyle, gümrük birliğinin kurulmasını, bir ölçüde tekstil ve konfeksiyon sektörünün başarısı olarak kabul etmek mümkündür (Uysal, Y., 1998: 171-172).

Bilindiği üzere Gümrük Birliği, üye ülkeler arasında ticaret engellerini kaldıran ve üçüncü ülkelere karşı ortak bir gümrük tarifesi (OGT) ve ticaret politikası uygulamayı öngören bir ekonomik entegrasyon modelidir. Ülkemiz, 1996 yılında Avrupa Birliği ile gerçekleştirdiği Gümrük Birliği nedeniyle, bu tarih itibarıyla Avrupa Birliği pazarına kotasız ihracat yapma imkânını elde etmiştir. Ayrıca, Avrupa Birliği'nin Ortak Ticaret Politikasına uyum yükümlülüğümüz çerçevesinde Avrupa Birliği ile üçüncü ülkeler arasındaki Tekstil Kısıtlama Anlaşmaları ülkemizce üstlenilmiş ve bu ülkelerden yapılan tekstil ve hazır giyim ürünleri ithalatında kota uygulaması başlatılmıştır.

Gümrük Birliği, temelde sanayi ürünlerini kapsamaktadır. Ancak, hassas maddeler olarak nitelendirilen otomobiller, ayakkabılar, deriden mamuller ve mobilyalar gibi bazı sanayi ürünlerinin üçüncü ülkelere ithalatında Topluluk tarafından uygulanan Ortak Gümrük Tarifesi hadlerine uyum, 1.1.2001 tarihi itibarıyla gerçekleştirilmiştir. Tarım ürünleri GB kapsamı dışında bırakılmıştır. Tarım ürünlerinin serbest dolaşımı ancak, Türkiye'nin topluluk Ortak Tarım Politikası'na uyumu sonrasında mümkün olabilecektir.

Gümrük Birliği Türkiye'nin Avrupa Birliği ve dolayısıyla da küresel ekonomi ile bütünleşmesinin en önemli aracıdır. Ancak Gümrük Birliği'ne entegrasyon sürecinde AB ülkeleri ile Türkiye arasındaki gelişmişlik farkı olumsuz bir durum yaratmıştır (Uslu, 1996: 21). 1996 yılı ve sonrası Türkiye ekonomisinin rekabet gücü açısından son derece önemli bir dönemeç durumuna gelmiştir (Küçükahmetoğlu, 1996: 24). GB ile birlikte rekabet baskısı artmıştır. GB sonrasında Türkiye ihracatı açısından en olumlu gelişme ise tekstilde uygulanan kotaların kaldırılması olmuştur.

Gümrük tarifelerinin liberizasyonu ve AB'nin endüstriyel ürünler ve Türkiye tarafından işlenmiş tarımsal ürünlerin endüstriyel unsurları için AB'nin genel dış tarifelerinin kabulünden başka, anlaşma birtakım yekpare elementler de

benimsemiştir, bunlar topluluğun üçüncü ülkelere karşı tekstil kotalarını içeren ticaret politikasının kabulünü, AB'nin bütün tercihli (öncelikli) ticaret partnerleriyle serbest ticaret anlaşmalarının kabulünü, tarımsal politikanın uyumu üzerinde işbirliğini, hizmetler içinde ticaret üzerindeki kısıtlamanın karşılıklı minimizasyonunu ve rekabet politikası alanında Türkiye'nin AB kurallarına uyumu ile ticarete teknik engelleri içerir (WTO, 1999).

Tablo 15: Türkiye-AB Dış Ticareti (milyar dolar, %)

Yıllar	(TR) Top. İhr.	Değ. (%)	AB'ye Top. İhr.	Değ. (%)	İhr. AB'nin Payı	(TR) Top. İth.	Değ. (%)	AB'den Top. İth.	Değ. (%)	İth. AB'nin Payı
1995	21,6	-	11,1	-	51,2	35,7	-	16,9	-	47,2
1996	23,2	7,4	11,5	3,6	49,7	43,6	22,1	23,1	36,7	53,0
1997	26,3	13,3	12,2	6,1	46,6	48,6	11,5	24,9	7,8	51,2
1998	27,0	2,7	13,5	10,7	50,0	45,9	-5,6	24,1	-3,2	52,4
1999	26,6	-1,5	14,3	5,9	54,0	40,7	-11,3	21,4	-11,2	52,6
2000	27,8	4,5	14,5	1,4	52,2	54,5	33,9	26,6	24,3	48,8
2001	31,3	12,6	16,1	11,0	51,4	41,4	-24,0	18,3	-31,2	44,2
2002	35,8	14,4	18,1	12,4	50,5	51,3	23,9	23,1	26,2	45,1
2003	47,3	32,1	27,4	51,4	58,0	69,3	35,1	35,1	51,9	50,6
2004	63,2	33,7	36,6	33,5	57,9	97,5	40,7	48,1	36,9	49,3
2005	73,5	16,3	41,4	13,1	56,3	116,8	19,7	52,7	9,6	45,1
2006	85,5	16,4	47,9	15,9	56,0	139,6	19,5	59,4	12,7	42,5
2007	107,3	25,4	60,4	26,0	56,3	170,1	21,8	68,4	15,2	40,2
2008	132,0	23,1	63,4	5,0	48,0	201,9	18,8	74,4	8,8	36,8

Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı, T.C. Kalkınma Bakanlığı, TÜİK ve IMF Financial Statistics, çeşitli yıllar.

Türkiye'nin AB'den ithalatı GB'nin yürürlüğe girdiği ilk yıl olan 1996'da %36,7'lik bir artışla 23,1 milyar dolara ulaşmıştır. 1996'da Türkiye'nin toplam ithalatındaki %22,1'lik artış hesaba katılırsa, GB'nin Türkiye'nin ithalatındaki artış üzerinde kesin bir etkiye sahip olduğu anlaşılabılır. Aynı yılda Türkiye'nin AB'ye ihracatı ise %3,6'lık bir artışla toplam 11,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir, bu artış 1996'daki %7,4'lük toplam ihracat artışından daha düşüktür. Sonuç olarak, Türkiye'nin AB ile ilgili dış ticaret açığı GB ile birlikte neredeyse ikiye katlanmış ve 1996'da 11,6 milyar dolara çıkmıştır (1995'te 5,8 milyar dolar iken). 1997'de

Türkiye, GB'nin olumsuz etkilerini engelleyebilmiştir ve toplam ithalat içinde AB'den yapılan ithalattaki değişme oranı %36,7'den %7,8'e düşmüştür. 1999 ve 2001'deki ekonomik durgunluk yıllarında Türkiye'nin ticareti bu durumdan olumsuz etkilenmiş ve sözü edilen yıllarda ihracatla birlikte AB'den ithalat da azalmıştır.

Tablo 16: Türkiye-AB Dış Ticaret Dengesi

Yıllar	Türkiye-AB Dış Ticaret Dengesi
1995	-5,8
1996	-11,6
1997	-12,7
1998	-10,6
1999	-7,1
2000	-12,1
2001	-2,2
2002	-5
2003	-7,7
2004	-11,5
2005	-11,3
2006	-11,5
2007	-8
2008	-11

Kaynak: T.C. Ekonomi Bakanlığı, T.C. Kalkınma Bakanlığı, TÜİK ve IMF Financial Statistics, çeşitli yıllar.

Ekonomik kriz dönemlerinin haricinde AB'den ithalattaki artış ihracattaki artıştan daha büyüktür. 2008 yılında Türkiye'nin AB'ye ihracatı önceki yıla oranla %5'lik artışla 63,4 milyar dolara yükselmiştir. Türkiye'nin AB'den ithalatı ise yine önceki yıla oranla % 8,8'lik artışla 74,4 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. GB ile birlikte Türkiye ve AB arasındaki ticaretin miktarının arttığı şüphesiz bir gerçektir. Ancak GB ile birlikte Türkiye'nin AB'ye ihracat değerlerinin çok üstünde ithalat değerleri gözlenmiştir. İthalat artışları ihracat artışlarından daha hızlı bir seyir izlemiştir (bkz; Tablo 15).

Kopenhag kriterleri içinde yer alan ekonomik nitelikli önemli bir kriter, ülke açısından, işleyen ve birlik içinde rekabetçi baskılara ve diğer serbest piyasa güçlerine dayanabilecek bir serbest piyasa ekonomisinin varlığını gerektirmektedir. AB'nin Ortak Rekabet Politikası'na uyum amacı ile Rekabet Kanunu yürürlüğe

girmiş ve 27.2.1997 tarih 22918 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 97/9090 sayılı Kararname ile Rekabet Kurulu oluşturulmuştur.

GB AB ile dış ticaretimizde olumsuz bir değişime neden olmuştur. Fakat bu tek başına etkili olan bir faktör değildir, etkili olan bir diğer faktör de ihracatımızın standart teknoloji içeren ürünlere, ithalatımızın ise ileri teknoloji ürünlere bağlı olması ve ikinci bahsedilen ürünlerin fiyatlarının, ilk bahsedilenin fiyatlarına göre daha yüksek olmasıdır. Türkiye’nin bu olumsuzluktan kurtulabilmesi için ileri teknoloji ürünlere yatırım yapması gerekmektedir (Küçükahmetoğlu, 1996: 37).

AB, Gümrük Birliği’nden önce de sonra da Türkiye’nin en büyük ticari partneri durumundadır. Dış ticaretimizin hemen hemen yarısı AB ile gerçekleştirilmektedir. Çalışmanın analiz döneminin son yılı, 2008 yılı itibariyle Türkiye toplam ihracatının % 48’ini ve toplam ithalatının ise % 36,8’ini AB ile gerçekleştirmiştir. Söz konusu durum, Türkiye ve AB’nin geçmişten beri geleneksel ve sabit ticaret partnerleri olduğunu göstermektedir. Bu gerçek ekonomik kriz yıllarında ve daha sonrasında da değişmemiştir.

Türkiye için AB önemli bir ticaret ortağı olduğu gibi, AB için de Türkiye önde gelen ticaret partnerlerinden birisidir. Eurostat’a göre; 2010 yılı itibariyle Türkiye, AB(27)’nin en çok ithalat yaptığı ülkeler sıralamasında; Çin, A.B.D., Rusya, İsviçre, Norveç ve Japonya’dan sonra yedinci sırada, en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkeler sıralamasında ise; A.B.D, Çin, İsviçre ve Rusya’nın ardından beşinci sırada yer almıştır (Eurostat, 2011: 31-32).

AB’ye tam üyelik başvurusu kapsamında AB ile Gümrük Birliği yapan tek aday ülke olarak Türkiye, AB’nin tek taraflı dış ticaret politikasını, yeterli geçiş sürelerini, mali yardımları ve milli sanayimizi koruma tedbirlerini almadan 1996 yılında kabul etmiştir. Türkiye için hayati önem taşıyan, istihdam yaratan ve AB ile rahatça rekabet edebilen emek yoğun sektörlerde AB, Ortak Gümrük Tarifelerini Türkiye’nin hayati çıkarlarını gözetmeksizin ve diğer üçüncü dünya ülkelerinin, hatta ABD’nin aksine, çok düşük seviyelere çekmiştir. Türkiye, AB ile Gümrük Birliği nedeniyle karşılığında hiçbir taviz alamadan açık pazar olmakta, buna rağmen tam üyelik hakkı askıda kalmakta ve mali yardımlardan veya AB'nin imzaladığı Serbest Ticaret Anlaşmaları’ndan da faydalanamamaktadır.

Gümrük Birliği'nin yürürlüğe girmesinden bu yana gerçekleşen radikal değişikliklere rağmen Türkiye, AB ülkelerinin rekabetçi baskısına karşı koyabilmede başarılı olmuştur. Bu bağlamda, Türkiye'nin rekabetçi bir yapıya, dinamik ve esnek bir sanayiye sahip olduğu, özel sektörü, gelişmiş bir girişimcilik anlayışının yönlendirdiği söylenebilir (DTM, 01.12.2005).

Avrupa Birliği Devlet ve Hükümet Başkanlarının 17 Aralık 2004 tarihli zirvesinde aldığı karar doğrultusunda 3 Ekim 2005 tarihinde Lüksemburg'da yapılan Hükümetlerarası Konferans (HAK) ile Türkiye resmen AB'ye katılım müzakerelerine başlamıştır. Böylece, Türkiye ile AB arasındaki inişli çıkışlı ilişki, çok önemli bir dönüm noktasını aşarak yepyeni bir sürece girmiştir.

Katılım Müzakereleri, Türkiye'nin AB Müktesebatını ne kadar sürede kendi iç hukukuna aktarıp, yürürlüğe koyacağını ve etkili bir şekilde uygulayacağını belirlendiği bir süreci ifade etmektedir. AB Müktesebatı, AB Hukuk sistemine, üye ülkeleri Avrupa Birliği'ne bağlayan hukuki yapının tümüne verilen isimdir ve yaklaşık 120 bin sayfadan oluşmaktadır. AB'yi kuran ve daha sonra değişikliğe uğrayan antlaşmaları, aday ülkelerin AB'ye katılırken imzaladıkları katılım antlaşmalarını, Konsey, Komisyon, Avrupa Toplulukları Adalet Divanı gibi Topluluk organlarının çıkardıkları tüm mevzuatı içinde barındırmaktadır.

Müzakerelerin ilk aşamasını tarama toplantıları oluşturmaktadır. İlk tarama toplantısı 20 Ekim 2005'te "Bilim ve Araştırma" faslı için, son tarama toplantısı da 13 Ekim 2006'da "Yargı ve Temel Haklar" faslı için yapılmıştır. Tarama süreci devam ederken, 12 Haziran 2006'da Hükümetler arası Konferans'ta (HAK), "Bilim ve Araştırma" faslı için müzakereler açılmış ve fasıl geçici olarak kapanmıştır. Müzakerelere açılan ilk fasıl Bilim ve Araştırma faslı olmakla birlikte bu güne kadar toplam 13 Fasıl müzakerelere açılmıştır.

Bilim ve Araştırma faslı yanında, "İşletmeler ve Sanayi Politikası", "Mali Kontrol", "İstatistik", "Tüketicinin ve Sağlığın Korunması", "Trans-Avrupa Şebekeleri", "Bilgi Toplumu ve Medya", "Sermayenin Serbest Dolaşımı", "Fikri Mülkiyet Hukuku", "Şirketler Hukuku", "Vergilendirme", "Çevre" ve "Gıda Güvenliği, Veterinerlik ve Bitki Sağlığı" fasıllarında (12 fasıl) müzakereler açılmış olup, Ekonomik ve Parasal Politika ile Eğitim ve Kültür olmak üzere iki fasılda ise Türkiye, Müzakere Pozisyon Belgesi'ni (MPB) sunmuştur. Aralarında "Malların

Serbest Dolaşımı”, “Gümrük Birliği”, “Rekabet Politikası” ve “Tarım ve Kırsal Kalkınma” fasıllarının da yer aldığı 8 fasılda ise açılış kriterleri belirlenmiştir.

29 Kasım 2006 tarihinde, Avrupa Komisyonu, Türkiye’nin Ankara Anlaşması’na ait Ek Protokolü uygulamadığı gerekçesiyle 8 fasılda (Malların Serbest Dolaşımı, İş Kurma Hakkı ve Hizmet Sunumu Serbestîsi, Mali Hizmetler, Tarım ve Kırsal Kalkınma, Balıkçılık, Ulaştırma Politikası, Gümrük Birliği ve Dış İlişkiler) müzakerelerin askıya alınmasına ve hiçbir fasılda müzakerelerin kapatılmamasına karar vermiştir. Bu nedenle, Konsey, Türkiye’nin Ek Protokol’den kaynaklanan yükümlülüklerini yerine getirdiğine karar verene dek söz konusu 8 fasılda tarama sonu raporları hazırlanacak, açılış kriterleri belirlenebilecek, ancak müzakereler başlatılmayacak olup, hiçbir fasılda da müzakereler kapatılamayacaktır. Bu çerçevede, hâlihazırda tüm fasıllarda Ek Protokol ile ilgili kapanış kriteri belirlenmiştir. 25 Haziran 2013 tarihinde gerçekleştirilen AB Genel İşler Konseyi’nde, 22 Numaralı “Bölgesel Politika ve Yapısal Araçların Koordinasyonu” faslının açılmasına karar verilmiştir.

AB “Rekabet Politikası Faslı”, "Kamu Alımları", "Sosyal Politika ve İstihdam" fasılları ile beraber, teknik açılış kriterleri yerine getirilebildiği takdirde açılması mümkün olan 3 fasıl içinde bulunmakta ve “Teşebbüslere Yönelik Rekabet Kuralları (Anti-Tröst)” ile “Üye Devletlere Yönelik Rekabet Kuralları” olmak üzere 2 ana başlık altında kurallar getirmektedir. Avrupa Birliği Rekabet Politikası ve bunu oluşturan müktesebatın temel amacı, üye devletlerde faaliyet gösteren ekonomik aktörlerin eşit koşullarda rekabet edebileceği bir iç pazarın oluşumunu sağlamaktır. Avrupa Birliği, rekabet politikası yoluyla piyasa ekonomisinin tüm mekanizmalarıyla sağlıklı işleyebilmesini temin etmek üzere rekabetin hukuka aykırı şekilde sınırlandırılmasını engelleyici kurallar getirmiştir. Bu kurallar, temel olarak iç pazarda rekabetin bozulmamasını sağlayan bir sistem oluşturmaktadır.

Avrupa Birliği’nde geçmişte uygulanan yanlış yatırım kararları ve özellikle yeni sanayileşen ülkelerin dünya piyasalarında yarattığı şiddetli rekabet nedenleriyle geleneksel sanayi dallarında (tekstil, gemi yapımı, demir-çelik gibi) önemli ölçüde atıl kapasite ortaya çıkmıştır. Ancak, Avrupa Birliği ekonomisinde geleneksel sanayi dalları, sanayi sektöründeki toplam istihdamın yaklaşık üçte ikisini oluşturduğu için bu sanayi dallarının gözden çıkarılması mümkün değildir.

Mevcut AB sanayi politikasının üç temel unsurdan oluştuğu belirtilebilir:

- Yüksek teknolojiye dayanan ve gelecekte büyük ölçüde istihdam yaratabilecek yeni sanayi dallarının geliştirilmesi,
- Geleneksel sanayi sektörlerinin desteklenmesi, korunması ve geliştirilmesi,
- İşsizliğin azaltılması ve girişimciliğin yaygınlaştırılması için KOBİ'lere özel önem verilmesi

Küçük işletmeler Avrupa ekonomisinin belkemiğini oluşturmaktadır. Bu işletmelerin istihdam yaratma yeteneği yüksektir ve iş dünyasında yeni fikirlerin gelişip serpilmesine olanak sağlarlar. Bu nedenle küçük işletmeler ve girişimcilik için mümkün olan en uygun iş ortamının sağlanması yönünde çabalar artmıştır.

1980'li yıllarda AB Komisyonu, bölgelere yönelik yapısal değişiklikleri sektörel politikalarla çözmeye çalışmıştır (örneğin tekstil, çelik, otomotiv, gemi inşaa sektörleri). Diğer taraftan, AB şirketlerinin uluslararası rekabet gücü kazanması için gerekli tedbirlere ağırlık verilmeye başlanmıştır. Çünkü bu sırada ABD ve Japonya hızla yeni teknolojiler piyasaya sürerek, Güneydoğu Asya'daki gelişmekte olan ülkeler ise geleneksel sanayileri daha ucuza üreterek AB'ye rakip olmuşlardır. Bu çerçevede, Avrupa Tek Pazarı'nın tamamlanması, Avrupa şirketlerinin üçüncü ülke şirketleriyle endüstriyel işbirliğinin desteklenmesi ve araştırma geliştirmeye önem verilmesi konularına ağırlık verilmiştir. 1992 tarihli Maastricht Anlaşması'nda endüstriyel rekabet edebilirlik Avrupa Birliği'nin temel amaçlarından biri olarak yer almıştır. Anlaşmanın 157. maddesinde: "Topluluk ve Üye Devletler, Topluluk sanayiinin rekabet gücü kazanması için gerekli şartların oluşmasını sağlayacaklardır" denilmektedir.

AB sanayi politikası, sanayinin rekabet gücünü artırmaya odaklanmıştır ve şirketler için uygun iş ortamı yaratılması gereği üzerinde durmaktadır. AB Komisyonu, devletin temel olarak uygun bir iş ortamı yaratmak ve sürdürmekten sorumlu olduğu, endüstriyel rekabet gücü için ana inisiyatif ve sorumluluğun özel sektörde olduğu yaklaşımını benimsemektedir.

3.2.2.2. Avrupa Birliği-Türkiye Ticari İlişkilerinde İmalat Sanayiinin Yeri ve Önemi

İmalat sanayii, Avrupa Birliği-Türkiye ticari ilişkilerinde de önemli yerini korumaktadır. Tablo 17 ve Tablo 18, AB ile gerçekleştirilen imalat sanayii dış ticaretinin Türkiye'nin toplam dış ticareti içindeki ve ayrıca AB ile gerçekleştirilen toplam dış ticaret içindeki yerini göstermektedir. İmalat sanayii gerek Türkiye'nin toplam dış ticareti, gerekse AB ile gerçekleştirilen toplam dış ticaret içinde oldukça önemli bir yere sahiptir.

Tablo 17: Türkiye'nin Toplam Dış Ticareti İçinde AB ile Gerçekleştirilen İmalat Sanayii Dış Ticaretinin Yeri (Euro, %)

Yıllar	AB'ye İmalat Sanayii İhracatı	TR Toplam İhracatı	%	AB'den İmalat Sanayii İthalatı	TR Toplam İthalatı	%
2003	22.855.630.264	41.760.941.671	54,7	29.410.006.871	61.248.385.155	48,0
2004	27.851.475.528	50.896.673.696	54,7	37.243.654.192	78.530.083.486	47,4
2005	31.173.732.295	59.147.473.153	52,7	40.820.765.428	94.015.423.051	43,4
2006	35.985.543.979	68.020.175.300	52,9	45.347.380.277	111.095.980.282	40,8
2007	41.830.538.151	78.126.370.719	53,5	47.212.280.564	123.959.419.239	38,1
2008	40.866.066.684	89.559.060.074	45,6	46.785.620.496	136.441.035.691	34,3

Kaynak: EUROSTAT, TÜİK ve yazarın kendi hesaplamaları.

Tablo 18: AB ile Gerçekleştirilen Toplam Dış Ticaret İçinde İmalat Sanayii Dış Ticaretinin Yeri (Euro, %)

Yıllar	AB'ye İmalat Sanayii İhracatı	AB'ye Toplam İhracat	%	AB'den İmalat Sanayii İthalatı	AB'den Toplam İthalat	%
2003	22.855.630.264	27.257.000.000	83,9	29.410.006.871	30.852.000.000	95,3
2004	27.851.475.528	32.733.000.000	85,1	37.243.654.192	40.129.000.000	92,8
2005	31.173.732.295	36.082.000.000	86,4	40.820.765.428	44.625.000.000	91,5
2006	35.985.543.979	41.720.000.000	86,3	45.347.380.277	50.038.000.000	90,6
2007	41.830.538.151	46.967.000.000	89,1	47.212.280.564	52.684.000.000	89,6
2008	40.866.066.684	45.990.000.000	88,9	46.785.620.496	54.136.000.000	86,4

Kaynak: EUROSTAT, TÜİK ve yazarın kendi hesaplamaları.

3.3. KÜMELENME KAVRAMI ÜZERİNE SEÇİCİ LİTERATÜR İNCELEMESİ

Kümelenme yaklaşımı, bir takım eleştirilere maruz kalsa da, her geçen gün önemini ve uygulama alanını artırmaktadır. Konu ile ilgili çalışmalar da gün geçtikçe artmaktadır. Michael E. Porter ile popülerlik kazanan kümelenme yaklaşımı özellikle son yirmi yıldan bu yana teoride giderek önem kazanmakta ve uygulamada politika yapımcıları tarafından benimsenmektedir. Bu popülerlik doğal olarak Türkiye’de de yankı bulmaktadır. 2007-2013 yıllarını kapsayan Dokuzuncu Kalkınma Planı, kümelenmelerin desteklenmesini içermekte ve 2009 yılında yürürlüğe giren Yeni Teşvik Sisteminin 4 ana hedefinden birisi sektörel kümelenmelerin desteklenmesi olarak belirtilmektedir⁶. Kümelenme konusundaki ulusal literatür de uygulama ve teorideki popülerleşmeye paralel olmak üzere genişlemiştir. Çalışmanın bu kısmında Türkiye’yi esas alan kümelenme konusunda yapılmış başlıca uygulamalı çalışmalar ve bu çalışmaların bulguları hakkında bilgi verilmektedir⁷.

Kümelenme yaklaşımının Türkiye’de uygulanmasına yönelik ilk önemli faaliyet; kümelenme yaklaşımını geliştiren Michael Porter ve ekibi liderliğinde 1999 yılında başlatılan Türkiye’nin Rekabet Avantajı (Competitive Advantage of Turkey – CAT) platformudur. Bu platform kapsamında, belirlenen belli başlı sanayi kümeleri turizm kümesi (Sultanahmet, Fethiye, Kuşadası); tekstil ve hazır giyim kümesi (Çorlu); inşaat ve seramik kümesi ile Ankara ve İstanbul’da enformasyon teknolojisi kümeleridir. Platforma olan desteğin hem kamu hem de özel sektörde giderek artmasıyla birlikte, platformun kurumsallaştırılması fikri ortaya çıkmış ve 2004 yılında Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) kurulmuştur (Bulu, 2005: 10).

Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) yeni adıyla, T.C. Ekonomi Bakanlığı da “Türkiye’de Kümelenme Politikalarının Geliştirilmesi” adı altında bir proje yürütmektedir. Türkiye için kümelenme politikasının geliştirilmesi projesi, Ekonomi Bakanlığı’nın yararlanıcı kuruluş olduğu, AB tarafından finanse edilen bir projedir (DTM, 2009: 2).

⁶ T.C. Başbakanlık, 2009/15199 Sayılı Karar, T.C. Resmi Gazete, Tarih: 16.07.2009, Sayı: 227290.

⁷ Kümelenme konusundaki uluslararası literatür ile ilgili geniş bilgi için bkz; Keskin, 2009: 132-148; Keskin ve Dulupçu, 2010: 441-461.

Türkiye’de kümelenme ile ilgili çalışmaların özellikle 2000’li yıllardan itibaren başladığı görülmekte ve sanayinin bölgesel dağılımının belirlenmesi amacı ile yapılan çalışmalar, imalat sanayiinin özellikle dört bölgede yoğunlaştığını (İstanbul, İzmir, Ankara ve Adana) ve bu dört bölgenin imalat sanayiinin toplam istihdamının %73’ünü oluşturduğunu ortaya koymaktadır (Eraydın, 2002). Bu dört sanayi bölgesinin yanı sıra, Çorum, Denizli ve Gaziantep gibi yeni gelişen bazı sanayi odaklarının varlığından da bahsedilmektedir. Bursa, Denizli, Gaziantep ve Ankara çevresindeki bazı merkezler (Yozgat, Çankırı, Çorum, Niğde, Nevşehir, Kırşehir) ile Kayseri, Konya, Samsun ve Eskişehir de önemi yükselme eğiliminde olan sanayi merkezleridir (DPT, 1998 ve Eraydın, 2002).

Öz, Denizli’de havlu ve bornoz kümesi ile Ankara ve çevresinde mobilya kümesinin önemine dikkat çekmekte ve bu iki kümenin uluslararası rekabet gücü bakımından yüksek potansiyele sahip olduğunu ifade etmektedir (Öz, 2002: 509-515).

Akgüngör, Kumral ve Lenger (2003) ile Akgüngör (2004), Türkiye ekonomisinin 1990 ve 1996 girdi-çıktı tablolarını kullanarak birbiri ile girdi-çıktı bağlantıları bakımından en fazla ilişkide bulunan sektör kümelerini faktör analizi ile belirlemiştir. Bulgular mühendislik ve tekstil kümelerinin yoğunluğuna işaret etmektedir. İmalat sanayiine ilişkin kümelerin çoğunluğu İstanbul, İzmir, Ankara/Kırıkkale ve Çukurova bölgelerinde yerleşmiş bir görünüm arz etmektedir. Ayrıca, Ankara ve Anadolu’daki birkaç üretim merkezine yakın yerlerde çevrelenmiş yeni gelişme merkezlerinin varlığı dikkate değerdir (Akgüngör ve diğerleri 2003: 647-669 ve Akgüngör, 2004: 69-90).

Kumral, çalışmasında -elimizdeki çalışmada da sektörel kümelenmenin tespitinde esas alınan- İngiltere için yapılmış olan sanayi kümeleri çalışmasını model olarak (DTI, 2001), 1990 ve 2000 yıllarına ait ISIC Rev. 2 sınıflaması temelinde DIE’den temin edilen imalat sanayiine ait dört basamaklı istihdam verileri yardımıyla, Türkiye’nin NUTS 1 bölgeleri düzeyinde anahtar sanayilerini belirlemiştir. Yerelleşme katsayıları tekniği yardımıyla belirlenen anahtar sanayilerin yoğunluğunun, imalat sanayii teknoloji sınıflamasına göre (UNIDO, 2002); kaynağa dayalı ve düşük teknolojili sanayiler grubunda yer alan sanayiler olduğu ve anahtar sanayilerin ISIC kodlarına göre sınıflandırıldığında, yarıya yakınının gıda, içki ve

tütün üretiminde olmak üzere, metal eşya, makine ve teçhizatı, kimya, petrol, kömür, kauçuk ve plastik ürünleri, tekstil, giyim ve deri, kâğıt, kâğıt ürünleri ve basımı üretiminde sanayi kümesi potansiyeli bulunduğu araştırmanın bulguları arasındadır (Kumral, 2004: 66-75).

Kumral ve Değer, 1995 ve 2000 yıllarına ait ISIC Rev. 3 dört basamaklı istihdam verilerini baz alarak, Ege bölgesinde yer alan İzmir, Manisa, Denizli, Aydın, Muğla, Afyon ve Kütahya illeri için yüksek nokta endüstrileri belirlemeyi ve bu sayede Ege Bölgesi kümelerinin saptanması için bir öncü çerçeve sağlamayı amaçlamışlardır (Kumral ve Değer, 2004: 14-30).

Eser ve Köse'nin, endüstriyel yerelleşme ve yoğunlaşma olgusunu Türkiye imalat sanayii ölçeğinde sınavan çalışmalarında il imalat sanayilerinin Türkiye sanayi coğrafyasındaki yığılma, kümelenme ve yerelleşme eğilimleri 44 il için 12 alt sektör ayrımında ölçülerek, 2000 yılına ait bir kesit analizi sunulmaktadır. Çalışmada ISIC sınıflandırma sistemi temelinde, iki ve üç basamaklı istihdam, katma değer ve ihracat verilerinden yararlanılmıştır. Yöntem olarak Herfindahl-Hirschman Endeksi ile Yerelleşme Katsayıları Endeksinin kullanıldığı çalışmada, araştırma bulguları, sanayinin mekânsal dağılımının dengesiz ve kutuplaşmış bir görünüme sahip olduğuna, imalat sanayiindeki endüstriyel faaliyetlerin, başta İstanbul olmak üzere, geleneksel sanayi mekânları ve onların ard-bölgeleri olarak adlandırılan büyük kentlerde kümelenmesine işaret etmektedir (Eser ve Köse, 2005: 97-139).

Eraydın ve Köroğlu, çalışmalarında, inovasyon ve networklerin (ağ kurmanın) yeni nesil endüstriyel kümelenmelerin rekabetçilik kapasitesini teşvik eden iki anahtar unsur olduğunu öne sürmektedir. Çalışmada Türkiye'nin üç önemli endüstriyel kümelenmesinin inovasyon ve ağ kurma kapasiteleri hakkındaki bulguları sunulmuştur. Veriler, her bir endüstriyel kümelenmedeki örnek firmalardan derinlemesine mülakat yöntemi ile toplanmıştır. Bulgular, küresel bağlantıların yanında yerel ve ulusal ağ kurmanın öneminin de çok büyük olduğunu göstermiştir. Ayrıca yerel ağ kurmanın ve yenilikçiliğin yoğunluğu arasında pozitif ilişki olduğu kanıtlanmıştır. Küresel networkler içindeki firmaların yüksek yoğunlukta yerel olarak gömülü bağlantılara sahip firmalardan daha yüksek sayıda inovasyona sahip olduğunu kanıtlamıştır (Eraydın ve Köroğlu, 2005: 237-266).

Akgüngör ve Falcıoğlu, çalışmalarında, zamanla değişen uzmanlaşma ve yoğunlaşma örneklerini araştırarak Türkiye üretim endüstrisindeki endüstriyel yoğunlaşma üzerindeki çalışmaların bulgularını tamamlamayı ve özellikle Türkiye'nin 1996 yılında Gümrük Birliği'ne girmesi ile devam eden AB ile bütünleşme süreci boyunca üretim endüstrisinin coğrafi yoğunlaşmasının yönlendirici güçlerini açığa çıkarmayı hedeflemişlerdir. Endüstriyel yoğunlaşma ve bölgesel uzmanlaşma NUTS 2 bölgeleri için 1992-2001 yılları arasındaki dönemde 2 basamaklı kodlar kullanılarak Gini endeksi ile ölçülmüştür. Endüstri yoğunlaşmasını hangi değişkenlerin tanımladığını bulmak için endüstrinin özellikleri arasındaki sistematik ilişkiler ve coğrafi yoğunlaşma test edilmiştir. Bir regresyon modeli kurulmuştur. Bağımlı değişken olarak Gini yoğunlaşma endeksi, bağımsız değişkenler olarak da sektörün özelliklerini yansıtan değişkenler kullanılmıştır. Hangi değişkenlerin endüstriyel yoğunlaşmayı tanımladığına cevap bulabilmek için gerçekleştirilen analiz şu hipotezi desteklemiştir: firmalar; ölçek ekonomileri olduğunda, firmalar arasında önemli bağlar bulunduğunda, bölgelerde kümelenme eğilimi içindedir. Bu hipotez yeni ticaret teorisinin ve ekonomik coğrafyanın beklentilerini desteklemektedir. Krugman tarafından ortaya atılan yeni dış ticaret teorisi, belli ürünlere yönelik ara talepteki artışın, bu ürün için geniş bir iç pazar oluşturduğunu ve ölçek ekonomileri sağladığını öngörmektedir. Bu teori, yoğunlaşmayı ölçek ekonomilerinin varlığı ile açıklamakta ve üretimde dengenin büyük pazarlara doğru yoğunlaşması ile sağlandığını ortaya koymaktadır. Buna göre üretim, ölçek ekonomilerine bağlıdır ve belli sanayilerin belli coğrafyalarda yoğunlaşması, büyük pazarların varlığı ile açıklanmaktadır. Eğer bir bölgede büyük bir üretim potansiyeli varsa, üretim için gerekli olan yan sanayi de büyük ölçekli olan bu firmanın ya da firma gruplarının çevresinde yoğunlaşacaktır. Çalışmanın temel bulguları, Türkiye üretim endüstrisinin bölgesel uzmanlaşma yönünde bir eğilimi olduğudur. Bölgesel uzmanlaşmanın ortalama değerindeki artış, Krugman tarafından geliştirilen bölgesel bütünleşme ile bölgelerin daha uzmanlaşmış hale geleceği öngörüsünü desteklemektedir, fakat beklentilerin tersine Türkiye üretim endüstrisinde endüstriyel yoğunlaşmanın arttığına dair bir kanıt bulunamamıştır. Sonuç olarak Türkiye üretim endüstrisinin 1992-2001 yılları arasında endüstriyel yoğunlaşmasında artış olduğuna dair kanıt bulunamamıştır, fakat Türkiye üretim

endüstrisinin bölgesel uzmanlaşma yönünde bir eğilimi vardır. Bulgular; mekânsal kümelenme için tedarikçilere yakın olmanın önemli olduğunu göstermektedir. Mekânsal yakınlık, networklerin önemini desteklemekte ve ekonomik aktivitenin mekânsal kümelenmesi için firmalar arası bağlantıları teşvik etmektedir (Akgüngör ve Falcıoğlu, 2005).

Kaya, Türkiye imalat sanayiinin nerelerde yoğunlaşma eğiliminde olduğunu ve bu eğilimin yönünü, ISIC Rev. 3 kodları ve 4 basamaklı imalat sanayiine ait istihdam verileri yardımıyla, 1995-2001 dönemi için NUTS 2 bölgeleri düzeyinde araştırmıştır (Kaya, 2006a). Çalışmada Türkiye'nin bölgeleri bölgesel uzmanlaşma ve yoğunlaşma konteksti çerçevesinde incelenmiştir. Çalışmada ilk olarak, yerleşme katsayıları (LQ) endeks değerleri hesaplanarak, tek tek bütün bölgeler için yüksek nokta endüstriler belirlenmiştir. Buralardaki endüstriler, bölgesel işgücünün minimum yüzde 20'sinden fazlasını istihdam etmektedir ve ortalamadan minimum yüzde 25 daha fazla yoğunlaşmıştır, LQ değeri 1,25'ten büyük olarak çıkmaktadır. İkinci olarak, LQ değerlerindeki değişimler hesaplanmış, kıyaslamalar yapılmış ve yüksek nokta endüstriler kümeler oluşturacak şekilde sınıflandırılmıştır. Çalışmada, ayrıca Boston Consulting Group tarafından geliştirilen Uzmanlaşma Matrisi (Specialization Matrix), her bölge imalat sanayilerinin incelenen dönemdeki değişikliklerini açıklamak için kullanılmıştır. Araştırma bulguları, Türkiye'nin hemen hemen bütün bölgelerde, özellikle tekstil, deri ve giyim ile gıda ve içecek sanayileri olmak üzere, düşük teknoloji (emek-yoğun) sanayilerde yoğunlaştığını göstermektedir. Çalışmanın bir başka bulgusu, düşük teknoloji sanayilerin metropol bölgelerden kırsal bölgelere doğru yer değiştirdiğidir.

Akgüngör'ün, 1996 yılına ait girdi-çıktı tablolarını ve 1996 ile 2000 yıllarına ait ISIC Rev. 3 kodlu 4 basamaklı sanayilere ilişkin istihdam verilerini kullanarak Türkiye'deki sanayi kümesi kalıplarını araştıran çalışmasında, bulgular mühendislik ve tekstil kümelerinin yoğunluğuna işaret etmektedir. İmalat sanayiine ilişkin kümelerin çoğunluğu İstanbul, İzmir, Ankara/Kırıkkale ve Çukurova bölgelerinde yerleşmiş bir görünüm arz etmektedir. Ayrıca, çalışma bulguları, Ankara ve Anadolu'daki birkaç üretim merkezine yakın yerlerde çevrelenmiş yeni gelişme merkezlerinin önemine dikkat çekmektedir (Akgüngör, 2006: 169-197).

Eraydın ve Köroğlu, endüstriyel firmalar ve kümelenmelerin iktisadi rekabetçiliği ve inovasyon performansı açısından farklı tipteki küresel hizmetlerin önemini belirlemeye yönelik çalışmalarında üç soruya yanıt aranmıştır: “Hangi tip küresel hizmetler üretim firmaları için yaşamsal öneme sahip konuma gelmektedir ve hangi tip hizmetler hala yerel ve ulusaldır?”, “Aynı tip hizmetleri kullanan firmaların özellikleri arasında önemli bir farklılık var mıdır?”, “Endüstriyel firmalar ve kümelenmelerin inovasyon için önemli olan küresel hizmetlere ulaşmayı hangi genişleme sağlamaktadır?”. Teorik çalışmalar küreselleşme, deregülasyon ve yeni üretim organizasyonlarının, yeni iletişim teknolojilerinin yardımı ile kolayca arz edilen küresel hizmetlerin kullanımının bir ihtiyaç haline geldiği yönündedir. Bu çalışmanın bulgularına göre teorik ve ampirik kanıtlar arasında tam bir örtüşme yoktur ve endüstri-hizmet ilişkileri hakkında daha işlenmiş teorik araştırmaya ihtiyaç vardır. Çalışmada bireysel örnek olay çalışmalarının çok kullanışlı olduğu bulunmuş, farklı koşullar altında ağlarla ilişkili olan farklı etkileri ve nedenleri görebilmek için karşılaştırmalı analize ihtiyaç olduğu ortaya çıkmıştır. Piyasa ilişkilerinin ötesinde üretim firmalarının, hizmet firmalarının ve enstitülerin arasındaki işbirliğinin doğası sürekli değişmektedir (Eraydın ve Köroğlu, 2007: 905-925).

Falcıoğlu ve Akgüngör, çalışmalarında, Türkiye’nin üretim endüstrisinin bölgesel ve endüstriyel yoğunlaşması hakkındaki daha önceden yapılan çalışmaların bulgularını, Türkiye’de bölgesel uzmanlaşma ve endüstriyel yoğunlaşma kalıplarının 1980-2000 yılları arasındaki değişimini ortaya çıkararak tamamlamayı amaçlamışlardır. Çalışmada, yöntem olarak bölgesel uzmanlaşma ve endüstriyel yoğunlaşma, 1980-2000 yılları arasındaki dönem için Türkiye’nin Düzey 2 bölgelerinde 4 basamaklı kodlar kullanılarak Gini endeksi ile ölçülmüş ve bir panel regresyon modeli kullanılmıştır. Çalışmanın temel bulgusu, Türkiye’de 1980-2000 dönemi boyunca bölgelerin daha uzmanlaşmış ve endüstrinin daha yoğunlaşmış hale geldiğidir. Bölgesel uzmanlaşma ve endüstriyel yoğunlaşma ortalama değerlerindeki artışlar, Krugman tarafından geliştirilen, “Ekonomik bütünleşme ile birlikte bölgelerin daha uzmanlaşmış hale geleceği ve endüstrilerin daha yoğunlaşacağı” öngörüyü desteklemektedir. Çalışmanın bulguları, endüstriyel yoğunlaşmanın yönlendirici gücü olarak firmaların ölçek ekonomisi olan bölgelerde kümelenme eğiliminde olduğunu göstermektedir (Falcıoğlu ve Akgüngör, 2008: 303-323).

Pirili ve Barbaros, araştırmalarında şanlıurfa ili için yüksek nokta sektörleri (anahtar sanayileri) yerelleşme katsayıları analizi (LQ analizi) ile belirlemekte ve organik tarım ürünlerini esas alan tarımsal sanayi kümelenmelerinin bölgedeki gelişme potansiyellerini analiz etmektedir. Çalışmada, 2002 yılına ait NACE Rev. 1.1. kodları ile 4 basamaklı istihdam verileri ve şanlıurfa Sanayi ve Ticaret Odasından temin edilen veriler kullanılmıştır. Araştırma bulguları, organik tarım sektörünün iyileştirilmesi için yüksek bir potansiyel bulunmakla birlikte, kümelenmenin olası aktörleri arasındaki ağ ilişkilerinin hala çok zayıf olduğunu göstermektedir (Pirili ve Barbaros, 2009: 797-822). 2000 yılı ve sonrası döneme ait ulusal literatürde mevcut, kümelenme temelli seçilen çalışmalar ve bu çalışmalara ilişkin temel bazı bilgiler Tablo 19’da toplu bir şekilde gösterilmektedir.

Tablo 19: Ulusal Literatüre Ait Kümelenme Temelli Seçilmiş alışmalar ve Bu alışmalara İlişkin Bilgiler (2000-...)

ARAşTIRMACILAR	DÖNEM	MEKÂN	YÖNTEM
z (2002)	1971, 1978 1985, 1992	Türkiye	Michael Porter’ın Elmas Modeli
Akgüngör, Kumral ve Lenger (2003)	1990 ve 2000	Türkiye	Girdi-ıktı Analizi Yerelleşme Katsayıları
Akgüngör (2004)	1996 ve 2000	Türkiye	Girdi-ıktı Analizi Yerelleşme Katsayıları
Kumral (2004)	1990 ve 2000	İBBS Düzey 1	Yerelleşme Katsayıları
Kumral ve Değer (2004)	1995 ve 2000	Ege Bölgesi	Yerelleşme Katsayıları
Eser ve Köse (2005)	2000	Seçilmiş 44 il	Herfindahl-Hirschman Endeksi ve Yerelleşme Katsayıları
Akgüngör ve Falcioğlu (2005)	1992-2001	İBBS Düzey 2	Gini Endeksi Yerelleşme Katsayıları
Kaya (2006)	1995-2001	İBBS Düzey 2	Yerelleşme Katsayıları
Akgüngör (2006)	1996 ve 2000	Türkiye	Girdi-ıktı Analizi Yerelleşme Katsayıları
Eraydın ve Armatlı Köroğlu (2007)	1999, 2000 ve 2001	Denizli, Bursa ve Ankara İlleri	rnek Olay alışması Kalitatif Analizler
Falcioğlu ve Akgüngör (2008)	1980-2000	İBBS Düzey 2	Gini Endeksi Yerelleşme Katsayıları Panel Data
Pirili ve Barbaros (2009)	2002	şanlıurfa İli	Yerelleşme Katsayıları rnek Olay alışması Kalitatif Analizler

Kaynak: Yazar tarafından hazırlanmıştır.

Tablo 19'dan da açıkça görüldüğü üzere; ulusal literatürde mevcut kümelenme temelli çalışmalarda Küme Tanımlama Yöntemi olarak, genellikle ve çoğunlukla, “Yerelleşme Katsayıları”nın kullanıldığı görülmektedir. 2000 yılı ve sonrası döneme ait 12 uygulamalı çalışmadan 10’unda sektörel kümelenmeleri tespit etmek için uygulama yöntemi olarak, Yerelleşme Katsayıları endeksinden yararlanılmıştır. Çalışmalardan çıkarılacak ortak sonuç özetle şu şekilde belirtilebilir; Türkiye hemen hemen bütün bölgelerde, özellikle tekstil, deri ve giyim ile gıda ve içecek sanayileri başta olmak üzere, düşük teknoloji (emek-yoğun) sanayilerde yoğunlaşmış bir görünüm arz etmektedir. İmalat sanayiindeki endüstriyel faaliyetler, İstanbul ve İzmir gibi geleneksel sanayi mekânları ile onların ard-bölgeleri olarak adlandırılan büyük kentlerde kümelenmiş bir özellik arz etmektedir.

2003-2008 dönemi imalat sanayiine ait TÜİK kaynaklı, bölgesel düzeyde istihdam verileri yardımıyla Türkiye imalat sanayiinin sektörel kümelenmesini ve sanayideki uzmanlaşma ile yoğunlaşmayı tespit etmeye çalıştığımız elimizdeki çalışmada bu yöndeki bulgular, çalışmanın ilerleyen kısımlarında da ele alınacağı üzere; yukarıda bahsedilen konuya ilişkin daha önceki çalışmaların bulgularını destekleyici bir özellik taşımaktadır. Şöyle ki; Türkiye sanayii çoğu bölgede, özellikle tekstil ve giyim ile gıda ve içecek sanayileri başta olmak üzere, düşük teknoloji (emek-yoğun) sanayilerde kümelenmiş bir görünüm arz etmektedir. İmalat sanayiindeki endüstriyel faaliyetler, İstanbul, İzmir gibi geleneksel sanayi mekânları ile TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak), TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) ve TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) gibi büyük kentleri içinde barındıran İBBS Düzey 2 bölgelerde kümelenmiştir. Görece gelişmemiş bölge olarak adlandırabileceğimiz bölgelerde ise, sektörel kümelenmeye ilişkin herhangi bir bulgu tespit edilememiştir. Bu kapsamda sayılabilecek bölgelerin çok az bir kısmında ise, özellikle gıda ve içecek ürünleri imalatı ile tekstil ürünleri imalatına ilişkin emek-yoğun ve kaynağa dayalı sanayilerde sektörel kümelenmelere rastlanmıştır.

3.4. UYGULAMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Çalışmanın bu kısmında, çalışmada kullanılan uygulamanın amacı, önemi, yöntemi ve kısıtlarına ilişkin bilgi verilmektedir.

3.4.1. Uygulamanın Amacı ve Önemi

Uygulamanın amacı, Türkiye imalat sanayiindeki sektörel düzeyde kümelenmenin İBBS Düzey 2 bölgeler bazında tespit edilerek, seçilen bölgeler temelinde Avrupa Birliği imalat sanayii karşısındaki rekabet gücünün ölçülmesi ve Sektörel Kümelenme ile Rekabet Gücü arasındaki pozitif yönlü bir ilişkinin test edilerek ortaya konulmasıdır. Ulusal literatüre ait kümelenmeyi temel alan teorik ve uygulamalı çalışmaların, uluslararası literatürde gözlenen son dönem gelişmelerine paralel olmak üzere, özellikle 2000 ve sonrası dönemde belirgin bir artış gösterdiği belirtilebilir. Ancak, sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında pozitif bir ilişkiden söz etmenin mümkün olup olmadığı, bir başka deyişle, bütün sektörel kümelenmelerin başarıya ulaşp ulaşmadığı soruları mevcut yazında yeterince irdelenmemiştir. Literatürde mevcut çalışmaların işletme kökenli olanlarının çoğunda ise, firma bazlı veriler yardımıyla kümelenmeye ve firma özelliklerine ilişkin birtakım özelliklerin araştırılarak ortaya konulması hedeflenmiştir. Çalışmamızda, kümelenmeyi, rekabet gücünü ve bu ikisi arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik uygulamalı analizler sektörel ölçekte yapılmıştır ve analiz bulguları, Türkiye imalat sanayiindeki daha yakın döneme ait sektörel kümelenme özelliklerini ortaya koymaktadır. Ayrıca, çalışmada kümelenme ile rekabet edebilirlik arasındaki ilişkinin sektörel açıdan tespitine dair ulaşılan analiz bulgularının bu yöndeki firma bazlı araştırmalara yardımcı olması beklenmektedir.

3.4.2. Uygulamanın Yöntemi ve Kısıtları

Çalışmanın uygulama kısmında öncelikle, Türkiye imalat sanayiindeki sektörel kümelenme, birinci bölümde teorik olarak geniş bir şekilde açıklanan ve konu ile ilgili literatürde yer alan uygulamalı çalışmaların çoğunluğunda, sektörel kümelenmeyi tespit etmek amacıyla yaygın bir şekilde kullanılan, Yerelleşme Katsayıları Endeksi ile Gini Bölgesel Uzmanlaşma ve Gini Endüstriyel Yoğunlaşma Endeksleri kullanılarak ortaya konulmaktadır. Daha sonra, seçilen dokuz İBBS düzey 2 bölge bazında, Türkiye'nin AB(27) karşısındaki rekabet gücü, dış ticaretin endüstrilerarası ticaret yapısını ölçmeye yarayan ve ikinci bölümde teorik olarak ayrıntılı bir şekilde açıklanan Vollrath yaklaşımı Açıklanmış Rekabet Üstünlüğü Endeksleri yardımıyla ölçülmekte ve çalışmanın iki temel değişkeni (Sektörel

Kümelenme ve Uluslararası Rekabet Gücü) arasında Korelasyon Analizi gerçekleştirilerek analiz bulgularına ilişkin değerlendirmeler yapılmakta, ayrıca ileri araştırmaya gereksinim duyulan alanlar hakkında önerilere yer verilmektedir.

Uygulama kısmında “Türkiye İmalat Sanayiindeki Sektörel Kümelenme Haritası”nın İBBS Düzey 2 bütün bölgeler kapsamında ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Bu amaçla, çalışmada öncelikle İBBS Düzey 2 bölgeler bazında, Türkiye imalat sanayinin hangi sektörlerde kümelendiği ortaya konulmuştur. Uygulama dönemi 2005 yılı haricinde, 2003-2008 dönemini içermektedir. 2005 yılına ilişkin veri bulunmamasından dolayı zorunlu olarak, 2005 yılı uygulama kapsamı dışında bırakılmıştır. Bu husus uygulamanın bir kısıtını oluşturmaktadır.

Uygulamanın diğer bir kısıtı, 2 basamak temelli bölgesel istihdam ve bölgesel dış ticaret verileri üzerinde çalışılmış olmasıdır. Buradaki temel neden, Sektörel Kümelenme tespitinde kullanılan verilerle, Rekabet Gücü (uluslararası) tespitinde kullanılan veriler arasında paralellik kurulması gerekliliğidir. Sektörel Kümelenme tespitinde kullanılan mevcut veriler 2 basamaklıdır. Bu nedenle rekabet gücünün ve dolayısıyla sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki ilişkinin tespiti için de (rekabet gücünün tespitine yardımcı daha ayrıntılı veriler bulunmasına rağmen) 2 basamak temelli veriler üzerinde çalışılmıştır.

Uygulama, uluslararası rekabet gücü anlamında, Türkiye’nin geleneksel ticaret partneri AB’yi esas almaktadır. 2004 yılından bu yana 25, 2007 yılından bu yana 27, 1 Temmuz 2013 tarihi itibarıyla de 28 üyeli bir birlik olarak faaliyetini devam ettiren AB karşısındaki rekabet gücü, seçilen İBBS Düzey 2 bölgeler bazında incelenmekte ve değerlendirilmektedir. Uygulamada bütünlüğü korumak açısından, uygulamaya esas teşkil eden bütün yıllar için, seçilen bölgeler bazında Türkiye’nin AB(27) karşısındaki rekabet gücü ölçümleri yapılmış ve sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki ilişki de bu açıdan test edilmiş ve değerlendirilmiştir.

Çalışmanın uygulama kısmında, Türkiye imalat sanayiindeki sektörel kümelenmeye ilişkin analizler, herhangi bir sektör veya bölge ayırt edilmeksizin yapılmıştır. Rekabet gücü ve dolayısıyla sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki ilişkinin tespitine dair analizler ise, seçilen ve çalışmanın ilerleyen kısımlarında sebepleri ile beraber açıklanan, dokuz İBBS Düzey 2 bölge kapsamında gerçekleştirilmiş ve sonuç bulguları değerlendirilmiştir.

3.5. VERİ SETİ VE AMPİRİK BULGULAR

Çalışmanın bu kısmında, uygulamada kullanılan veri kaynakları ve zaman periyodu ile sınıflandırma sistemi tanıtılmakta ve analiz sonuçlarına ilişkin bulgular verilmektedir.

3.5.1. Veri Kaynakları, Zaman Periyodu ve Sınıflandırma Sistemi

Çalışmanın uygulama kısmında; Türkiye imalat sanayiine ilişkin 2003-2008 dönemi yıllık (bölgesel istihdam bazında 2005 yılına ilişkin veri bulunmamasından dolayı 2005 yılı haricinde), bölgesel istihdam ve bölgesel dış ticaret verileri kullanılmıştır. İşlenmemiş bölgesel istihdam verileri, İBBS Düzey 2, 26 bölge bazında, NACE Rev. 1.1 sınıflandırma sistemi ve 2 basamak temelli, “Yerel Birimler Düzeyinde Çalışanlar Sayısı” olarak TÜİK web sitesinden elde edilmiştir. İşlenmemiş bölgesel dış ticaret verileri, bireysel talep üzerine TÜİK tarafından hazırlanarak elektronik posta yoluyla alınmıştır. Bu veriler, İBBS Düzey 2, 26 bölge bazında, bölge sınırları içinde kalan gümrük idarelerine göre düzenlenmiş haliyle, ISIC Rev.3 sınıflandırma sistemi ve 2 basamak temelli, AB(27) ile gerçekleştirilen Euro cinsinden dış ticaret verileridir.

2003-2008 dönemi, ulusal literatürde mevcut daha önceki uygulamalı çalışmalarda incelenmemiş bir dönem olmasının yanında, uygulamada yararlanılan veriler açısından, hem verilerin derlenme biçimi ve hem de kullanılan sınıflandırma sistemi açısından homojen olarak nitelendirebileceğimiz bir dönemdir. 2009 ve sonrası dönemde TÜİK’in bölgesel düzeyde istihdam verilerini açıklarken kullandığı sınıflandırma sisteminde değişiklik olmuş, NACE Rev.1.1. sınıflandırma sisteminden NACE Rev.2 sınıflandırma sistemine geçilmiştir. Çalışmanın uygulama kısmında üzerinde çalışılan dönem olarak, belirtilen nedenlerle 2003-2008 dönemi seçilmiştir.

Çalışmada, Türkiye’nin temel ticaret ortağı AB(27) karşısındaki rekabet gücü araştırılmaktadır. Bu kapsamda, Türkiye’nin AB’ye imalat sanayii ihracatının oldukça önemli bir kısmını (yüzde 90-95 civarı) gerçekleştiren ve izleyen sayfada belirtilen dokuz İBBS Düzey 2 bölge seçilmiştir.

TR10	İstanbul
TR22	Balıkesir, Çanakkale
TR31	İzmir
TR32	Aydın, Denizli, Muğla
TR33	Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak
TR41	Bursa, Eskişehir, Bilecik
TR42	Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova
TR51	Ankara
TR62	Adana, Mersin

Avrupa Birliği için üye ülkelerin ulusal kalkınma düzeylerinin yanı sıra, bölgesel kalkınma politikaları da çok büyük bir öneme sahiptir. Avrupa Birliği'nce üye ülkelere, bölgeler-arası gelişmişlik farklılıklarını azaltabilmek ve bölgelerin refah düzeylerini geliştirebilmek amacıyla finansal kaynaklar sağlanmaktadır. Bölgesel düzeydeki ekonomik ve sosyal sorunlara çözüm bulmak amacıyla AB, artan bir şekilde çeşitli düzeylerde bölgesel istatistiklere gerek duymaktadır.

AB'de NUTS sınıflaması yapısal fonlar üzerine 24 Haziran 1988 tarihinde kabul edilip 15 Temmuz 1988'de Resmi Gazetede yayımlanan 2052/88 Sayılı Topluluk Mevzuatından bu yana kullanılmaktadır. Ancak esas kullanımı, 3 yıllık bir hazırlık çalışması sonrasında, 1059/2003 sayılı NUTS hakkında mevzuatın Avrupa Parlamentosu ve Konseyi tarafından 26 Mayıs 2003 tarihinde kabulü ile başlamıştır.

AB, Türkiye'yi Aralık 1999'da yapılan Helsinki zirvesinde aday ülke olarak kabul etmiştir. Türkiye Avrupa Birliği'ne aday üye bir ülke olarak her alanda olduğu gibi istatistikî alanda da Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin yükümlülüklerini yerine getirmeye çalışmaktadır. AB'ye üye ülkeler, bölgesel düzeydeki ekonomik ve sosyal sorunlara bölgesel politikalar geliştirebilmek için çeşitli boyutlarda bölgesel istatistiklere gerek duymaktadır. Bu bölgesel istatistikler, NUTS (Nomenclature of Territorial Units for Statistics) - İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflaması (İBBS) ile sağlanmaktadır. Türkiye'de ise AB'ye Katılım Ortaklığı Belgesi imzalanarak adaylık için gerekli şartları yerine getirmek için ulusal program hazırlanmıştır. 2001 yılında bu program gereği istatistikî bölgelerin belirlenmesine başlanmıştır. Bunun için; Devlet Planlama Teşkilatı, Devlet İstatistik Enstitüsü ve İçişleri Bakanlığı görevlendirilmiştir. Bunun sonucunda, 2001 yılı içerisinde TÜİK ve DPT tarafından hazırlanan İBBS raporu Bakanlar Kurulu'nun 2002/4720 sayılı Kararı ile 22 Eylül 2002 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

NUTS sınıflandırması üç kritere göre yapılmaktadır. Bunlardan ilki ülkenin daha önce yapmış olduğu bölge sınıflandırmasını temel almaktadır. Örneğin bölgenin sahip olduğu coğrafi özelliğe göre yapılmış bir sınıflandırma NUTS bölgeleri oluşturulurken de baz alınır. İkincisi, aynı potansiyele sahip alanların bir araya getirilerek sınıflandırma yapılmasıdır (örneğin tarımsal faaliyetlerin yoğun olduğu bölgeler). Üçüncü kriter ise nüfustur. Düzey 1, Düzey 2 ve Düzey 3 olarak sınıflandırılan NUTS bölgelerinin, sırasıyla nüfus alt değerleri, 150.000, 800.000 ve 3 milyondur. Nüfus, coğrafya, bölgesel kalkınma planları, temel istatistikî göstergeler, illerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması kriterleri göz önüne alınarak Türkiye’de 12 tane Düzey 1, 26 tane Düzey 2 ve 81 tane Düzey 3 bölgesi tanımlanmıştır. Düzey 2 bölgeleri AB’den en fazla yardım alacak birimler olarak belirlendiğinden bu birimlerin oluşturulmasında; “ortak sorunlara sahip, sosyoekonomik ve kültürel olarak birbirine yakın ve coğrafi olarak benzer özellikler gösteren iller” gruplanmıştır. Ayrıca EUROSTAT, bölgesel planların Düzey 2 bölgelerine göre yapılmasını öngörmektedir. Yani ülkelerin ve birliğin tamamına yönelik hazırlanacak gelişme ve kalkınma planları Düzey 2 bölgeleri baz alınarak yapılmaktadır. Bu çalışmada sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki ilişki, seçilen İBBS Düzey 2 bölgeleri kapsamında test edilmekte ve değerlendirilmektedir.

İBBS’nin hazırlanmasındaki başlıca amaçlar; bölgesel istatistiklerin toplanması ve geliştirilmesi, bölgelerin sosyo-ekonomik analizlerinin yapılması, bölgesel politikaların çerçevesinin belirlenmesi ve Avrupa Birliği bölgesel istatistik sistemine uygun, karşılaştırılabilir bir istatistikî veritabanı oluşturulmasına katkıda bulunacak temel göstergeleri ortaya koymak şeklinde sıralanabilir.

Çalışmada kullanılan işlenmemiş bölgesel istihdam verileri, İBBS Düzey 2, 26 bölge bazında, NACE Rev. 1.1 sınıflandırma sistemine göre derlenmiş verileri esas almaktadır. NACE, Fransızca "Nomenclature générale des Activités économiques dans les Communautés Européennes" (Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistikî Sınıflaması) başlığından türetilmiştir ve sınıflamanın üye devletlerce tek bir şekilde kullanılmasını sağlayan Avrupa Birliği seviyesindeki mevzuatlara tabidir.

NACE, ulusal sınıflamaların yanında, Birleşmiş Milletler İstatistik Komisyonu (UNSTAT) ve EUROSTAT sınıflamalarını temel alan uluslararası

bütünleşik ekonomik sınıflamalar sisteminin temel bir elemanıdır. Bütün bu sınıflamaların birbirleriyle dünya çapında farklı kurumlarca üretilen ekonomik istatistiklerin karşılaştırılabilirliğine izin veren güçlü bir ilişkisi vardır.

NACE, Avrupa Birliği'nde 1970'ten bu yana geliştirilen çeşitli istatistikî ekonomik faaliyet sınıflamalarını göstermek için kullanılmış bir kısaltmadır. NACE, ekonomik istatistiklerdeki (örneğin; üretim, istihdam, ulusal hesaplar) ve diğer istatistiksel alanlardaki ekonomik faaliyete göre istatistikî verilerin büyük bir çoğunluğunun toplanması ve sunulması için bir çerçeve sağlamaktadır. NACE'nin kullanımı, Avrupa İstatistik Sistemi içerisinde zorunlu olup, NACE temelinde üretilen istatistikler, Avrupa ve genel olarak dünya düzeyinde karşılaştırılabilir olarak değerlendirilmektedir.

Çalışmada kullanılan işlenmemiş bölgesel dış ticaret verileri ise, ISIC Rev.3 sınıflandırma sistemine göre derlenmiş ve düzenlenmiş verileri baz almaktadır. ISIC, Birleşmiş Milletler tarafından kullanılan "Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması"nı ifade etmektedir. NACE, ISIC'tan türetilmiş olup ISIC'tan daha ayrıntılıdır. ISIC ve NACE en üst seviyelerde tamamen aynı yapıya sahipken, alt seviyelerde NACE daha ayrıntılıdır. Çalışmada kullanılan verilere ilişkin sınıflandırma sistemleri, çalışmanın sonunda EKLER kısmında verilmektedir (bkz; EK 3, EK 4 ve EK 5).

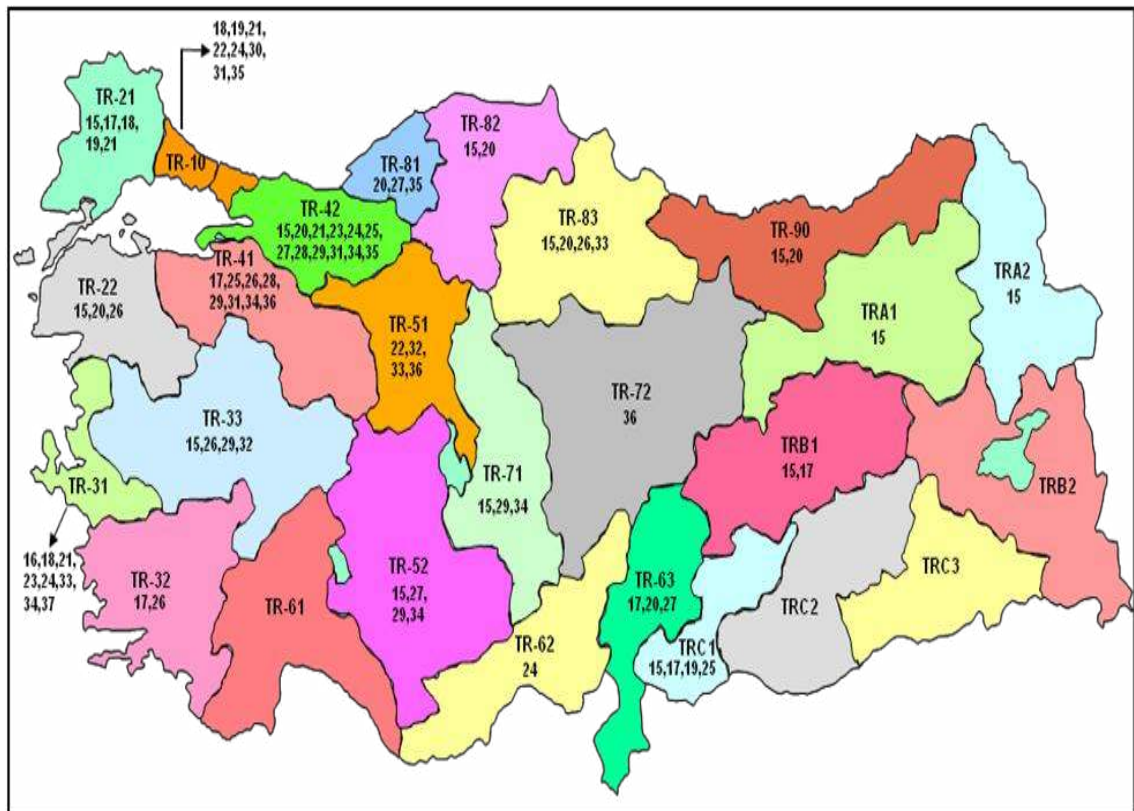
3.5.2. Sektörel Kümelenme ve Rekabet Gücü İlişkisi: Avrupa Birliği İmalat Sanayii Karşısında Türkiye İmalat Sanayii İçin Seçilmiş Düzey 2 Bölgeleri Bazında Değerlendirme

Çalışmanın bu kısmında, öncelikle uygulamaya esas teşkil eden ve çalışmanın önceki bölümlerinde açıklanan yöntemler sonucunda ulaşılan, Türkiye imalat sanayiindeki sektörel kümelenmeye ilişkin analiz bulguları verilecektir. Daha sonra çalışmanın temel tezi "Sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki pozitif bir ilişkinin varlığı", seçilmiş İBBS Düzey 2 bölgeleri bazında, Avrupa Birliği imalat sanayii karşısında Türkiye imalat sanayii açısından test edilmekte ve değerlendirilmektedir.

3.5.2.1. Türkiye İmalat Sanayiinde Sektörel Kümelenmeye İlişkin Bulgular

Elimizdeki çalışmada, Türkiye imalat sanayiindeki sektörel kümelenme, temel yöntem olarak Yerelleşme Katsayıları Endeksi, yardımcı yöntemler olarak, Gini Bölgesel Uzmanlaşma ve Gini Endüstriyel Yoğunlaşma Endeksleri hesaplama sonuçlarından elde edilen bulgulara göre değerlendirilmektedir. Yerelleşme Katsayıları Endeksi hesaplama sonuçlarına göre, 2003-2008 döneminde Türkiye imalat sanayiine ilişkin sektörel kümelenme haritası Şekil 10'da görüldüğü gibidir. Harita, İBBS Düzey 2, 26 bölge bazında ülkemizde hangi bölgelerin hangi sanayi sektöründe/sektörlerinde kümелendiğini göstermektedir. Kümelenme yaklaşımı çerçevesinde imalat sanayii alt sektörlerinin İBBS Düzey 2 bölgeleri bazında mekânsal dağılımına bakıldığında; en fazla sayıda kümeye sahip olan bölge TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) alt bölgesidir. Bu bölgeyi sırasıyla, TR10-İstanbul, TR31-İzmir ve TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) alt bölgeleri izlemektedir.

Şekil 10: Türkiye İmalat Sanayiinin Sektörel Kümelenme Haritası (2003-2008)



Kaynak: TÜİK, İş İstatistikleri, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 2003-2008 verileri kullanılarak yazarın kendi hesaplamaları sonucunda oluşturulmuştur.

Türkiye’de en fazla 15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) sektöründe kümelenmeler görülmektedir. Bu sektör, 13 bölgede kümelenme özelliği gösterirken, onu, 7 bölgede kümelenme niteliği gösteren 20 NACE kodlu; (Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden, örülerek yapılan eşyaların imalatı) sektörü ile daha sonra da 6 bölgede kümelenmiş 17-(Tekstil ürünleri imalatı) sektörü izlemektedir. Görece daha az gelişmiş yörelerde potansiyel küme olarak yoğunlaşma özelliği gösteren sektörler; 15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı), 17-(Tekstil ürünleri imalatı) ve 20-(Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden, örülerek yapılan eşyaların imalatı) sektörleridir. Çalışmanın bu kısmına ilişkin analiz bulguları ile ilgili daha geniş bilgi için EK 1’e ve EK 2’ye bakılabilir.

Yerelleşme Katsayıları Endeksi hesaplama bulgularına göre 2003-2008 döneminde; 16-(Tütün ürünleri imalatı) ve 37-(Geri dönüşüm) sektörleri yalnızca TR31-İzmir alt bölgesinde, 30-(Büro makineleri ve bilgisayar imalatı) sektörü ise yalnızca TR10-İstanbul alt bölgesinde kümelenmiş bir özellik arz etmektedir (Bkz; EK 1 ve EK 2).

Buradaki bulgular ayrıca, TR61-(Antalya, Isparta, Burdur), TRB2-(Van, Muş, Bitlis, Hakkâri), TRC2-(Şanlıurfa, Diyarbakır) ve TRC3-(Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) alt bölgelerinde kümelenmiş herhangi bir sektör bulunmadığı sonucunu vermiştir. 22-(Basım ve yayım; plak, kaset ve benzeri kayıtlı medyanın çoğaltılması) sektörü TR10-İstanbul ve TR51-Ankara alt bölgelerinde, 24-(Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı) sektörü ise petrol rafinerilerinin bulunduğu illerimiz olan TR10-İstanbul, TR31-İzmir, TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) ve TR62-(Adana, Mersin) bölgelerinde kümelenmiş bulunmaktadır.

2003-2008 dönemine ilişkin Gini Bölgesel Uzmanlaşma Endeksi hesaplama sonuçlarına ilişkin bulgular, TR10-İstanbul alt bölgesinin Türkiye çapında en yüksek bölgesel uzmanlaşmaya sahip bölge olduğunu göstermiştir (bkz; Tablo 20). TR10-İstanbul alt bölgesini sırasıyla, TR31-İzmir ve TR62-(Adana, Mersin) bölgeleri izlemektedir. Bölgesel uzmanlaşmanın varlığı için 0,50’den büyük değerler dikkate alınmıştır.

Tablo 20: Gini Bölgesel Uzmanlaşma Endeksi Hesaplama Sonuçları (2003-2008)

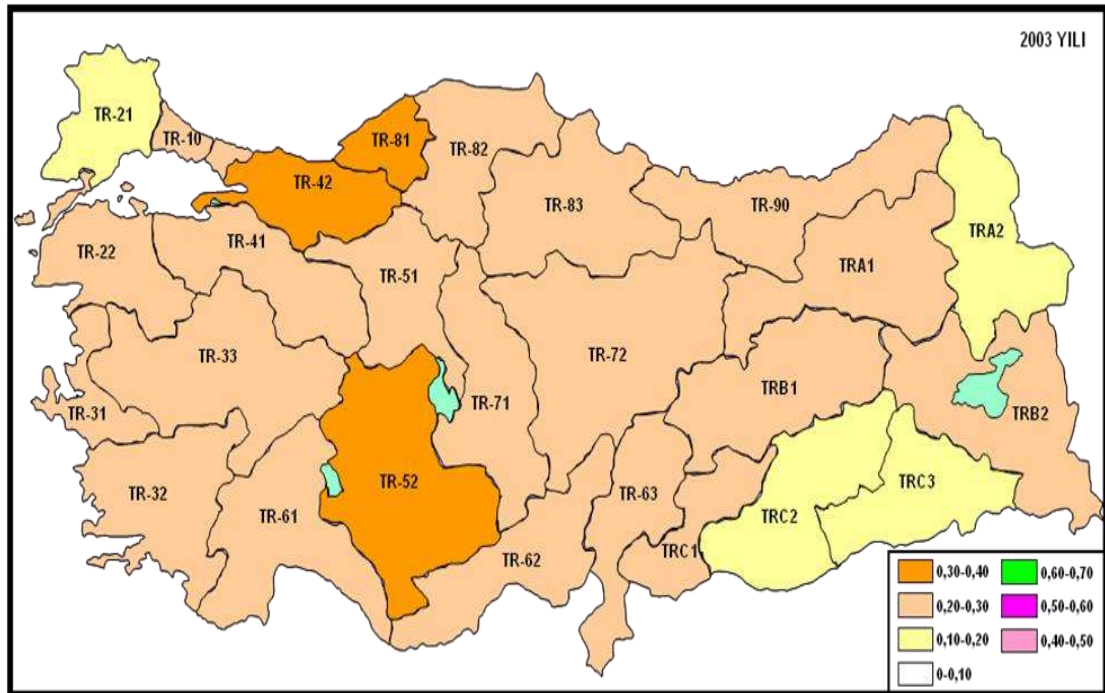
İBBS Düzey 2	2003	2004	2006	2007	2008
TR10-İstanbul	0,2616	0,6256	0,6804	0,627	0,618
TR21-(Tekirdağ, Edirne, Kırklareli)	0,1879	0,4465	0,4491	0,4432	0,42303
TR22-(Balıkesir, Çanakkale)	0,2096	0,3551	0,3727	0,4005	0,29742
TR31-İzmir	0,2374	0,4871	0,5677	0,537	0,5379
TR32-(Aydın, Denizli, Muğla)	0,25	0,4463	0,4866	0,505	0,46894
TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak)	0,2568	0,4194	0,4013	0,3393	0,42191
TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik)	0,2147	0,4568	0,5063	0,4706	0,4628
TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)	0,3729	0,4234	0,4133	0,4686	0,46359
TR51-Ankara	0,2414	0,4527	0,4843	0,4659	0,42144
TR52-(Konya, Karaman)	0,3203	0,467	0,4744	0,4532	0,45279
TR61-(Antalya, Isparta, Burdur)	0,2561	0,4188	0,4229	0,4252	0,40885
TR62-(Adana, Mersin)	0,2255	0,5307	0,5429	0,514	0,5173
TR63-(Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye)	0,2425	0,3505	0,322	0,319	0,31188
TR71-(Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir)	0,2954	0,4026	0,3933	0,415	0,43115
TR72-(Kayseri, Sivas, Yozgat)	0,253	0,3681	0,3989	0,3937	0,39239
TR81-(Zonguldak, Karabük, Bartın)	0,3139	0,2118	0,2411	0,218	0,22087
TR82-(Kastamonu, Çankırı, Sinop)	0,2277	0,2518	0,3176	0,3207	0,29601
TR83-(Samsun, Tokat, Çorum, Amasya)	0,21	0,4393	0,4438	0,4475	0,44315
TR90-(Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane)	0,2479	0,303	0,2987	0,3148	0,30763
TRA1-(Erzurum, Erzincan, Bayburt)	0,2408	0,2758	0,3024	0,3057	0,3227
TRA2-(Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan)	0,1261	0,2695	0,2499	0,234	0,26264
TRB1-(Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli)	0,2484	0,396	0,4488	0,4365	0,3457
TRB2-(Van, Muş, Bitlis, Hakkâri)	0,2373	0,2392	0,2926	0,309	0,24439
TRC1-(Gaziantep, Adıyaman, Kilis)	0,249	0,3404	0,3077	0,3806	0,34592
TRC2-(Şanlıurfa, Diyarbakır)	0,1906	0,3542	0,3426	0,3476	0,33021
TRC3-(Mardin, Batman, Şırnak, Siirt)	0,18	0,2683	0,3007	0,3075	0,28343

Not: Tablodaki koyu ve italik karakterler bölgesel uzmanlaşmayı göstermektedir.

Kaynak: TÜİK, İş İstatistikleri, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 2003-2008 verileri kullanılarak yazar tarafından hesaplanmıştır.

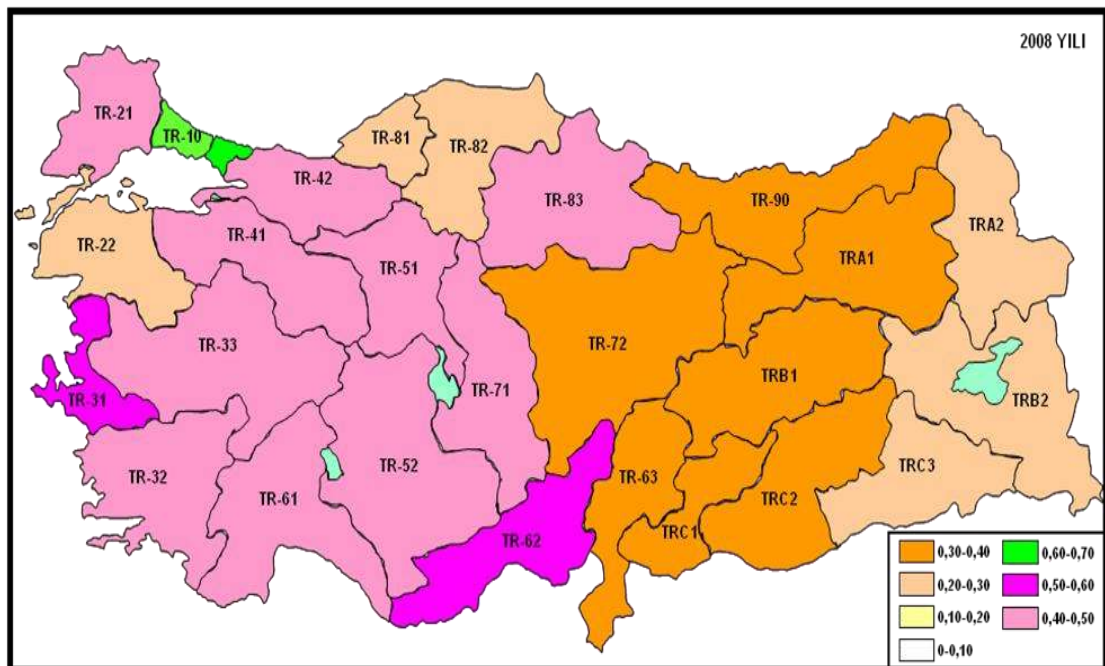
Şekil 11 ve Şekil 12’de yer alan 2003 ve 2008 yıllarına ait Türkiye imalat sanayiindeki Bölgesel Uzmanlaşma Haritaları incelendiğinde, sadece iki bölge haricinde, bölgesel uzmanlaşmadaki artış açıkça görülebilir. Araştırma bulgularına göre; TR22-(Balıkesir, Çanakkale) ve TRB1-(Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli) alt bölgeleri için bölgesel uzmanlaşma değerlerinin analiz dönemi başından analiz dönemi sonuna çok fazla değişmediğini söylemek doğru olacaktır.

Şekil 11: Türkiye İmalat Sanayiinin Bölgesel Uzmanlaşma Haritası (2003 Yılı)



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 12: Türkiye İmalat Sanayiinin Bölgesel Uzmanlaşma Haritası (2008 Yılı)



Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Bölgesel uzmanlaşma açısından yıl ve bölge bazında sıralamalar 2003-2008 dönemi itibariyle incelendiğinde ilk 5 bölgenin sırasıyla; TR10-İstanbul, TR31-İzmir, TR62-(Adana, Mersin), TR32-(Aydın, Denizli, Muğla) ve TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) bölgeleri olduğu görülebilir. Görece gelişmiş bu bölgelerin karşısında, sınaî olarak görece az gelişmiş bölge olarak kabul edebileceğimiz ve bölgesel uzmanlaşma açısından aynı dönem itibariyle incelendiğinde son sıralardaki 5 bölge, 22. sırada yer alan TR82-(Kastamonu, Çankırı, Sinop) bölgesi ile başlamak üzere, sırasıyla TRC3-(Mardin, Batman, Şırnak, Siirt), TRA2-(Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan), TRB2-(Van, Muş, Bitlis, Hakkâri) ve TR81-(Zonguldak, Karabük, Bartın) bölgeleridir.

TR81-(Zonguldak, Karabük, Bartın) bölgesinin dönem başı itibariyle bölgesel uzmanlaşma açısından üçüncü sırada yer alırken, diğer yıllar ve dönem sonu itibariyle sürekli son sırada yer alması dikkat çekici bir özellik arz etmektedir. Gini Bölgesel Uzmanlaşma endeksinin yıl ve bölge bazında sıralamaları 2003-2008 dönemi itibariyle Tablo 21'den takip edilebilir.

Gini Bölgesel Uzmanlaşma Endeksi hesaplama sonuçları, TR10-İstanbul bölgesinin bölgesel uzmanlaşmadaki birinciliğini araştırma dönemi boyunca koruduğunu göstermektedir. TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) bölgesi ise, bölgesel uzmanlaşma açısından, dönem başındaki birinciliğini yıllar itibariyle kaybetmiş ve dönem sonunda beşinci sırayı almıştır. TR31-İzmir bölgesinin bölgesel uzmanlaşma açısından araştırma dönemi itibariyle gösterdiği gelişim dikkate değerdir. Araştırma dönemi başı itibariyle onaltıncı sıradan, önce üçüncü, sonra ikinci sıraya kadar yükselmiş ve daha sonra bölgesel uzmanlaşmada geçerli yerini korumuştur.

Tablo 21: Gini Bölgesel Uzmanlaşma Endeksi Yıl ve Bölge Bazında Sıralamalar (2003-2008)

İBBS Düzey 2	2003		2004		2006		2007		2008	
TR10-İstanbul	0,2616	5	0,6256	1	0,6804	1	0,6274	1	0,618	1
TR21-(Tekirdağ, Edirne, Kırklareli)	0,1879	24	0,4465	7	0,4491	8	0,4432	10	0,423	10
TR22-(Balıkesir, Çanakkale)	0,2096	22	0,3551	16	0,3727	16	0,4005	14	0,2974	21
TR31-İzmir	0,2374	16	0,4871	3	0,5677	2	0,537	2	0,5379	2
TR32-(Aydın, Denizli, Muğla)	0,25	9	0,4463	8	0,4866	5	0,5049	4	0,4689	4
TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak)	0,2568	6	0,4194	11	0,4013	13	0,3393	18	0,4219	11
TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik)	0,2147	20	0,4568	5	0,5063	4	0,4706	5	0,4628	6
TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)	0,3729	1	0,4234	10	0,4133	12	0,4686	6	0,4636	5
TR51-Ankara	0,2414	14	0,4527	6	0,4843	6	0,4659	7	0,4214	12
TR52-(Konya, Karaman)	0,3203	2	0,467	4	0,4744	7	0,4532	8	0,4528	7
TR61-(Antalya, Isparta, Burdur)	0,2561	7	0,4188	12	0,4229	11	0,4252	12	0,4089	13
TR62-(Adana, Mersin)	0,2255	19	0,5307	2	0,5429	3	0,5139	3	0,5173	3
TR63-(Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye)	0,2425	13	0,3505	18	0,322	18	0,319	20	0,3119	19
TR71-(Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir)	0,2954	4	0,4026	13	0,3933	15	0,415	13	0,4312	9
TR72-(Kayseri, Sivas, Yozgat)	0,253	8	0,3681	15	0,3989	14	0,3937	15	0,3924	14
TR81-(Zonguldak, Karabük, Bartın)	0,3139	3	0,2118	26	0,2411	26	0,218	26	0,2209	26
TR82-(Kastamonu, Çankırı, Sinop)	0,2277	18	0,2518	24	0,3176	19	0,3207	19	0,296	22
TR83-(Samsun, Tokat, Çorum, Amasya)	0,21	21	0,4393	9	0,4438	10	0,4475	9	0,4431	8
TR90-(Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane)	0,2479	12	0,303	20	0,2987	23	0,3148	21	0,3076	20
TRA1-(Erzurum, Erzincan, Bayburt)	0,2408	15	0,2758	21	0,3024	21	0,3057	24	0,3227	18
TRA2-(Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan)	0,1261	26	0,2695	22	0,2499	25	0,234	25	0,2626	24
TRB1-(Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli)	0,2484	11	0,396	14	0,4488	9	0,4365	11	0,3457	16
TRB2-(Van, Muş, Bitlis, Hakkâri)	0,2373	17	0,2392	25	0,2926	24	0,309	22	0,2444	25
TRC1-(Gaziantep, Adıyaman, Kilis)	0,249	10	0,3404	19	0,3077	20	0,3806	16	0,3459	15
TRC2-(Şanlıurfa, Diyarbakır)	0,1906	23	0,3542	17	0,3426	17	0,3476	17	0,3302	17
TRC3-(Mardin, Batman, Şırnak, Siirt)	0,18	25	0,2683	23	0,3007	22	0,3075	23	0,2834	23

Kaynak: Yazarın kendi hesaplamaları.

NACE Rev.1.1 sınıflandırma sistemi temelinde iki basamaklı sanayiler bazında yoğunlaşma düzeylerini gösteren Gini Endüstriyel Yoğunlaşma Endeksi hesaplama bulguları, Türkiye'nin yoğun bir şekilde 15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) ve 26-(Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı) ile 22-(Basım ve yayım; plak, kaset ve benzeri kayıtlı medyanın çoğaltılması) sektörlerinde kümелendiğini ortaya koymaktadır (bkz; Tablo 22). Ayrıca, 28-(Makine ve teçhizatı hariç; fabrikasyon metal ürünleri imalatı) sektöründeki yoğunlaşma da dikkate değerdir.

Gini Endüstriyel Yoğunlaşma endeksinin yıl ve bölge bazındaki sıralamalarını gösteren Tablo 23 incelendiğinde, araştırma dönemi itibariyle, 15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) sektörü, yoğunlaşmadaki birinciliğini 26-(Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı) sektörüne bırakmış gözükmektedir. 2008 yılı itibariyle endüstriyel anlamda en fazla yoğunlaşma gösteren ilk beş sektör aşağıda yer aldığı gibidir:

- 0,9095 yoğunlaşma katsayısına sahip 26-(Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı)
- 0,8985 yoğunlaşma katsayısına sahip 15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı)
- 0,8488 yoğunlaşma katsayısına sahip 22-(Basım ve yayım; plak, kaset ve benzeri kayıtlı medyanın çoğaltılması)
- 0,8232 yoğunlaşma katsayısına sahip 28-(Makine ve teçhizatı hariç; fabrikasyon metal ürünleri imalatı)
- 0,7673 yoğunlaşma katsayısına sahip 25-(Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı)

Yine 2008 yılı itibariyle endüstriyel anlamda yoğunlaşma düzeyi en düşük beş sektör aşağıda yer aldığı gibidir:

- 0,0835 yoğunlaşma katsayısına sahip 16-(Tütün ürünleri imalatı)
- 0,0980 yoğunlaşma katsayısına sahip 37-(Geri dönüşüm)
- 0,1186 yoğunlaşma katsayısına sahip 32-(Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı)
- 0,1344 yoğunlaşma katsayısına sahip 30-(Büro makineleri ve bilgisayar imalatı)
- 0,1910 yoğunlaşma katsayısına sahip 23-(Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıt imalatı)

Tablo 22: Gini Endüstriyel Yoğunlaşma Endeksi Hesaplama Sonuçları (2003-2008)

NACE (EFİS) Rev.1.1	2003	2004	2006	2007	2008
15 Gıda ürünleri ve içecek imalatı	0,924	0,9447	0,9165	0,901	0,8985
16 Tütün ürünleri imalatı	0,1522	0,1148	0,1588	0,0836	0,08359
17 Tekstil ürünleri imalatı	0,5488	0,5009	0,4479	0,4599	0,44938
18 Giyim eşyası imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanma	0,63	0,6259	0,6352	0,639	0,6647
19 Derinin tabaklanması ve işlenmesi; bavul, el çantası, saraçlık, koşum takımı ve ayakkabı imalatı	0,501	0,5979	0,5585	0,523	0,5055
20 Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç)	0,883	0,9089	0,8379	0,837	0,7499
21 Kâğıt hamuru, kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı	0,4326	0,4466	0,5144	0,512	0,44506
22 Basım ve yayım; plak, kaset ve benzeri kayıtlı medyanın çoğaltılması	0,768	0,8751	0,8214	0,867	0,8488
23 Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıt imalatı	0,1133	0,1146	0,1546	0,176	0,19102
24 Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı	0,543	0,6096	0,6017	0,61	0,6269
25 Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı	0,721	0,7501	0,7879	0,729	0,7673
26 Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı	0,85	0,8389	0,8538	0,843	0,9095
27 Ana metal sanayii	0,3078	0,3303	0,3192	0,384	0,36558
28 Makine ve teçhizatı hariç; fabrikasyon metal ürünleri imalatı	0,865	0,8411	0,7947	0,831	0,8232
29 Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat imalatı	0,659	0,6952	0,7144	0,652	0,7175
30 Büro makineleri ve bilgisayar imalatı	0,0832	0,0832	0,1365	0,1162	0,13442
31 Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine ve cihazların imalatı	0,525	0,5242	0,6183	0,608	0,5703
32 Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı	0,1658	0,1886	0,1282	0,1372	0,11862
33 Tıbbi aletler; hassas ve optik aletler ile saat imalatı	0,4268	0,4548	0,4243	0,3883	0,353
34 Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı römork imalatı	0,3025	0,326	0,352	0,3469	0,37511
35 Diğer ulaşım araçlarının imalatı	0,2347	0,2251	0,2641	0,2306	0,24971
36 Mobilya imalatı; başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalatlar	0,704	0,6723	0,6473	0,68	0,6483
37 Geri dönüşüm	-	0,0832	0,086	0,0832	0,09804

Not: Tablodaki koyu ve italik karakterler endüstriyel yoğunlaşmayı göstermektedir.

Kaynak: TÜİK, İş İstatistikleri, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 2003-2008 verileri kullanılarak yazar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 23: Gini Endüstriyel Yoğunlaşma Endeksi Yıl ve Bölge Bazında Sıralamalar (2003-2008)

NACE (EFİS) Rev.1.1	2003		2004		2006		2007		2008	
15 Gıda ürünleri ve içecek imalatı	0,9244	1	0,9447	1	0,9165	1	0,9008	1	0,8985	2
16 Tütün ürünleri imalatı	0,1522	20	0,1148	20	0,1588	19	0,0836	22	0,0836	23
17 Tekstil ürünleri imalatı	0,5488	10	0,5009	13	0,4479	14	0,4599	14	0,4494	13
18 Giyim eşyası imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanma	0,6303	9	0,6259	9	0,6352	9	0,6393	9	0,6647	8
19 Derinin tabaklanması ve işlenmesi; bavul, el çantası, saraçlık, koşum takımı ve ayakkabı imalatı	0,5015	13	0,5979	11	0,5585	12	0,5235	12	0,5055	12
20 Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç)	0,8829	2	0,9089	2	0,8379	3	0,8371	4	0,7499	6
21 Kâğıt hamuru, kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı	0,4326	14	0,4466	15	0,5144	13	0,512	13	0,4451	14
22 Basım ve yayım; plak, kaset ve benzeri kayıtlı medyanın çoğaltılması	0,7676	5	0,8751	3	0,8214	4	0,8673	2	0,8488	3
23 Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıt imalatı	0,1133	21	0,1146	21	0,1546	20	0,176	19	0,191	19
24 Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı	0,5434	11	0,6096	10	0,6017	11	0,6099	10	0,6269	10
25 Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı	0,7209	6	0,7501	6	0,7879	6	0,7291	6	0,7673	5
26 Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı	0,8503	4	0,8389	5	0,8538	2	0,8434	3	0,9095	1
27 Ana metal sanayii	0,3078	16	0,3303	16	0,3192	17	0,384	16	0,3656	16
28 Makine ve teçhizatı hariç; fabrikasyon metal ürünleri imalatı	0,8649	3	0,8411	4	0,7947	5	0,8311	5	0,8232	4
29 Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat imalatı	0,6592	8	0,6952	7	0,7144	7	0,652	8	0,7175	7
30 Büro makineleri ve bilgisayar imalatı	0,0832	22	0,0832	22	0,1365	21	0,1162	21	0,1344	20
31 Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine ve cihazların imalatı	0,5248	12	0,5242	12	0,6183	10	0,6083	11	0,5703	11
32 Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı	0,1658	19	0,1886	19	0,1282	22	0,1372	20	0,1186	21
33 Tıbbi aletler; hassas ve optik aletler ile saat imalatı	0,4268	15	0,4548	14	0,4243	15	0,3883	15	0,353	17
34 Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı römork imalatı	0,3025	17	0,326	17	0,352	16	0,3469	17	0,3751	15
35 Diğer ulaşım araçlarının imalatı	0,2347	18	0,2251	18	0,2641	18	0,2306	18	0,2497	18
36 Mobilya imalatı; başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalatlar	0,7044	7	0,6723	8	0,6473	8	0,6805	7	0,6483	9
37 Geri dönüşüm	-	23	0,0832	23	0,086	23	0,0832	23	0,098	22

Kaynak: Yazarın kendi hesaplamaları.

3.5.2.2. Seçilmiş Düzey 2 Bölgeler Kapsamında Sektörel Kümelenme ile Rekabet Gücü Arasındaki İlişkinin Avrupa Birliği İmalat Sanayii Karşısında Türkiye İmalat Sanayii İçin Tahmin ve Analizi

Çalışmanın bu kısmında, araştırmanın temel tezi olan sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki pozitif bir ilişkinin varlığı, seçilmiş İBBS Düzey 2 bölgeler temelinde test edilmekte ve bulgulara ilişkin değerlendirmeler yapılmaktadır.

Bir çalışmaya ilişkin verileri istatistiksel açıdan analize tabi tutarken göz önüne alınacak özelliklerin başında amaca hizmet edebilecek en basit analiz yöntemini seçmek gelmelidir. Çünkü genellikle *en basit analiz yöntemi* çoğu kez aynı zamanda *en güvenilir analiz yöntemi*dir. Dolayısıyla çok kolay bir şekilde en doğru genellemeyi yapabilecek sonuca ulaşmak mümkündür. Analiz yönteminin karmaşıklaşması, çok ileri düzeylerde bir analiz yöntemi olması çoğu kez uygulamayı zorlaştırır. Ayrıca bu analiz yönteminin uygulanabilmek için ileri sürdüğü ön koşulları sağlamak da çoğu zaman oldukça zordur. Bu nedenle bir analiz yöntemi seçilirken uygun en basit yöntemin seçilmesi ve uygulanması izlenebilecek en akılcı yoldur. İlişkilerin incelenmesinde uygun analiz yönteminin seçimi analizin amacına ve üzerinde analiz yapılacak verinin özelliklerine göre değişiklik gösterir. Eğer sadece iki değişken arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılıyorsa kullanılabilecek en basit analiz yöntemi verinin en azından aralık veya rasyo düzeyinde olması koşulu ile “korelasyon” analizidir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2007: 238). Bu bağlamda, çalışmanın iki temel değişkeni (sektörel kümelenme ile uluslararası rekabet gücü) arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkinin derecesini test etmek üzere yöntem olarak “Korelasyon Analizi” seçilmiştir. Analiz, SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 21. versiyonu yardımı ile gerçekleştirilmiştir.

Analizde, Yerelleşme Katsayıları Endeksi sektörel kümelenme değişkenini, nisbi ihracat üstünlüğü endeksinin logaritmik formu olan Vollrath’ın geliştirdiği, global düzeyde rekabet edebilirliği ölçen ve uygulamalı araştırmalarda yaygın bir şekilde kullanılmakta olan RC2 (elimizdeki çalışmadaki gösterimiyle) endeksi ise rekabet gücü değişkenini ifade etmektedir. Kısaca ifade etmek gerekirse; korelasyon analizi Yerelleşme Katsayıları Endeksi hesaplama bulguları ile RC2 endeksi hesaplama bulgularından yararlanılarak gerçekleştirilmiştir.

Korelasyon analizi, aralık ve rasyo düzeyinde ölçülmüş iki değişken arasında ilişki veya bağımlılık olup olmadığını, var ise yönünü ve gücünü göstermek amacıyla çok yaygın olarak kullanılan bir analiz tekniğidir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2007: 260-261). Korelasyon analizinin güvenilir sonuçlar verebilmesi için verinin metrik özellikler taşıması gerekir. Korelasyon analizinde, değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal olan kısmı ölçülmeye çalışılır. Eğer değişkenler arasındaki ilişki doğrusal değilse bu ilişkinin şekli korelasyon analizi ile saptanamaz. Korelasyon katsayısı sadece doğrusal bir ilişkinin gücü şeklinde yorumlanmalıdır, neden-sonuç ilişkisi anlamına gelmemektedir.

Korelasyon analizi sonucunda hesaplanan “korelasyon katsayısı” “r” ile gösterilmekte ve -1 ile +1 arasında bir değer alabilmektedir. Katsayının +1 olması iki değişken arasında tam bir pozitif doğrusal ilişki olduğunu yani x değeri 1 birim artarken y değerinin de 1 birim arttığını belirtir. Buna karşılık korelasyon katsayısının -1 olması iki değişken arasında tam bir negatif ilişki olduğunu yani x değeri 1 birim artarken y değerinin 1 birim azaldığını ifade eder. Katsayının 0 olması durumunda ise, iki değişken arasında açık, görülebilir herhangi bir ilişkinin olmadığı anlamına gelir.

Tablo 24: Korelasyon Katsayıları ve Anlamları

Korelasyon Katsayısı (r)	İlişki
0,00	Değişkenler arasında doğrusal bir ilişki yoktur.
0,00-0,25	Çok zayıf ilişki vardır.
0,26-0,49	Zayıf dereceli ilişki vardır.
0,50-0,69	Orta dereceli ilişki vardır.
0,70-0,89	Yüksek dereceli ilişki vardır.
0,90-1,00	Çok yüksek dereceli ilişki vardır.

Kaynak: Kalaycı, 2010: 116.

Korelasyon katsayısı sadece iki değişken arasındaki ilişkinin yönü ve gücü hakkında bilgi verir. Buna karşılık değişkenler arasındaki ilişkinin türü veya formülasyonu hakkında bilgi vermez. Yani korelasyon katsayısının işareti (+ ya da – oluşu) ilişkinin doğru veya ters olduğunu gösterir, katsayının mutlak büyüklüğü ise değişkenler arasındaki ilişkinin gücünü belirtir.

Değişkenlerin dağılımının normal olduğu ya da normale yakın olduğu durumlarda Pearson korelasyon katsayısı kullanıldığı halde, değişkenlerin

dağılımının normallikten uzak olduğu durumlarda Spearman sıra korelasyonu kullanılmaktadır. Değişkenlerin tam değerlerinin kullanılmadığı veya kesin değerlerinin bulunmadığı durumlarda elde bulunan verileri vasıflarına göre sayılarla sıralamak mümkün olmaktadır. Eğer değişkenler bu şekilde sıralanmışsa bu durumda Spearman sıra korelasyonu kullanılmaktadır. Yani, Spearman'ın sıra korelasyonu Pearson'ın sıralı verilerle kullanılmak üzere tasarlanmış parametrik olmayan bir versiyonudur. "Pearson korelasyonu" parametrik testlerden birisi olup en az aralık düzeyinde ölçüm gerektirir. "Spearman korelasyonu" ise sıralama (rank) düzeyindeki ölçümlere uygulanır. Korelasyon analizi sonuçlarına göre, anlamlılık derecesi 0,05'ten küçük olan değerler ilişkinin varlığını gösterirken, yani sıfır hipotez reddedilirken, 0,05'ten büyük olan değerler değişkenler arasında ilişki olmadığını, yani sıfır hipotezin kabul edildiğini gösterir.

Korelasyon analizi kapsamında yukarıda yapılan açıklamalar doğrultusunda, çalışmanın temel hipotezi (Hipotez 1), sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında pozitif yönlü bir ilişkinin var olup olmadığını test etmek üzere, aşağıda gösterildiği gibi çift yönlü (Two-Tailed) kurulmuştur.

Hipotez 1:

Ho: Sektörel kümelenme ile rekabet gücü (uluslararası) arasında ilişki yoktur.

Ha: Sektörel kümelenme ile rekabet gücü (uluslararası) arasında ilişki vardır.

Çalışmada test edilen temel hipotez (Hipotez 1) TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) ve TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) İBBS Düzey 2 bölgeleri için doğrulanmıştır. Korelasyon analizi bulguları, adı geçen Düzey 2 bölgeleri için sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında, istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde güçlü bir ilişkiyi göstermiştir. Korelasyon katsayısı, analiz döneminin son yılı itibarıyla, TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) bölgesi için 0,811 olarak bulunurken, TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) bölgesi için 0,749 değerini vermiştir. Diğer 7 bölge için hesaplanan korelasyon katsayıları istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar ifade etmemektedir. Bu bölgeler açısından, sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında istatistiksel açıdan yorumlanabilir herhangi bir ilişkinin bulunamadığı söylenebilir. Analiz bulguları Tablo 25'te gösterilmektedir.

DTM Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi kapsamında; Denizli-Uşak Ev Tekstili Kümesi, Eskişehir-Bilecik-Kütahya Seramik Kümesi,

Manisa Elektrikli ve Elektronik Ürünler Kümesi ve Marmara (Bursa ile Kocaeli) Otomotiv ve Yan Sanayii Kümesi, yol haritaları hazırlanan kümeler arasında yer almaktadır. Eskişehir-Bilecik-Kütahya Seramik Kümesi, bilgi kaynaklarına erişim ile iklim ve doğa şartları açısından en avantajlı kümelerden biri olarak gösterilmektedir. Marmara Otomotiv ve Yan Sanayii, Manisa Elektrikli ve Elektronik Ürünler ile Eskişehir-Bilecik-Kütahya Seramik Kümesinin rekabet kalitesi daha yüksek görülmektedir. Marmara Otomotiv ve Yan Sanayii Kümesinin, aynı zamanda küresel ölçekte rekabetçi olduğu düşünülmektedir. Hipotez 1 test bulgularına göre, sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında, pozitif yönde güçlü bir ilişki tespit edilen TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) ve TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) Düzey 2 bölgelerinin, yol haritaları hazırlanan kümelerin içinde bulunduğu bölgeler olması şaşırtıcı değildir.

TR10-İstanbul, TR31-İzmir ve TR51-Ankara Düzey 2 bölgeleri açısından, çalışmanın temel hipotezi Hipotez 1 doğrulanmamıştır. Bu bölgelerde, sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında imalat sanayiine ait alt sektörler kapsamında herhangi bir ilişki bulunamamıştır. Bilindiği üzere kümeler aynı bölgede, aynı iş kolunda, aynı değer zincirinde faaliyet gösteren yani bir anlamda kendi içlerinde homojen yapıları ifade etmektedir. Ankara, İstanbul ve İzmir gibi illerdeki heterojen yapı dar anlamda kümelenmenin mantığına sığmamaktadır. Bu büyük kentlerdeki ekonomik faaliyetler, imalat sanayii dışında yoğun bir çeşitlenme göstermektedir. Bu çeşitlenme içinde imalat sanayii dışındaki sektörler, özellikle Ticaret ve Hizmetler sektörü ağırlıklı payı almaktadır. TÜİK kaynaklı verilere göre 2008 yılı itibarıyla Hizmetler sektörü, Ankara ve İstanbul'da, "Cari fiyatlarla bölgesel gayri safi katma değer" in % 73'ünü, İzmir'de % 68'ini oluşturmaktadır. Bu oran, TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) Düzey 2 bölgesi için aynı yıl itibarıyla, % 48, TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) Düzey 2 bölgesi için ise % 52 düzeyinde kalmıştır. Bu sonuç hizmet ve ticaretin önemli ölçüde yerel olma özelliğinden kaynaklanabileceğini gösterir.

Sözü edilen olguyu test edebilmek amacıyla, imalat sanayii için gerçekleştirilen istatistiksel analiz, TR10-İstanbul, TR31-İzmir ve TR51-Ankara Düzey 2 bölgelerinde Ticaret ve Hizmetler sektörleri kapsamında değerlendirilen veriler yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Adı geçen veriler, ISIC Rev.3 sınıflandırma

sistemi, 51, 74 ve 92 kodlu sektörlere ait bölgesel düzeyde istihdam ve bölgesel düzeyde dış ticaret verileridir. Bulgular 51-Motorlu Taşıtlar ve Motosikletler Dışında Kalan Toptan Ticaret ve Ticaret Komisyonculuğu, 74-Diğer İş Faaliyetleri ve 92-Eğlence, Kültür ve Sporla İlgili Faaliyetlerde sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde ancak zayıf bir ilişkiye işaret etmiştir. İlişkinin zayıf olması, Ticaret ve Hizmetler sektörü kapsamındaki faaliyetlerin daha çok yerel faaliyetler olarak sunulması, dış ticarete konu olmayan alanlar olması ve tüketim faaliyetlerinin yüksek oluşundan kaynaklanmaktadır.

Çalışmada ayrıca, sektörel kümelenmenin ve rekabet gücünün yıllara ve bölgelere göre farklılık gösterip göstermediği de incelenmiştir. Bu amaçla, parametrik olmayan bir istatistiksel analiz tekniği olan Kruskal-Wallis testinden yararlanılmıştır. Kruskal-Wallis testi, gruplar arası tek yönlü varyans analizinin (One-way ANOVA) parametrik olmayan alternatifi olup, sürekli değişkenlere sahip üç ya da daha fazla grup için karşılaştırma yapmayı sağlamaktadır. Testte, değerler sıralı hale çevrilmekte ve her grup için sıralı ortalamalar karşılaştırılmaktadır. Kruskal-Wallis testi kapsamında teste tabi tutulacak olan hipotezler (Hipotez 2, Hipotez 3, Hipotez 4 ve Hipotez 5) aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur. Bu kısım ilişkin bulgular, çalışmanın izleyen sayfalarında, Tablo 26 ile Tablo 29 arasında sunulmaktadır.

Hipotez 2:

Ho: Sektörel kümelenme yıllara göre farklılık göstermemektedir.

Ha: Sektörel kümelenme yıllara göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 3:

Ho: Sektörel kümelenme bölgelere göre farklılık göstermemektedir.

Ha: Sektörel kümelenme bölgelere göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 4:

Ho: Rekabet edebilirlik yıllara göre farklılık göstermemektedir.

Ha: Rekabet edebilirlik yıllara göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 5:

Ho: Rekabet edebilirlik bölgelere göre farklılık göstermemektedir.

Ha: Rekabet edebilirlik bölgelere göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 2 ve Hipotez 4 testi sonucunda; sıfır hipotez kabul edilmiş, alternatif hipotez reddedilmiş, Hipotez 3 ve Hipotez 5 testi sonucunda ise; alternatif hipotez kabul edilmiş, sıfır hipotez reddedilmiştir. Kruskal-Wallis test bulgularına göre; sektörel kümelenme ve rekabet edebilirlik açısından yıllara göre anlamlı bir farklılık gözlenmezken, bölgelere göre anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Başka bir deyişle; sektörel kümelenme ve rekabet edebilirlik yıllara göre (2003-2008 dönemi boyunca) farklılık göstermemekte, seçilmiş bölgelere göre farklılık göstermektedir.

Sektörel kümelenme açısından, İBBS Düzey 2 seçilen bölgeler bazında, en yüksek farklılığın gözleendiği bölge TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) bölgesi olurken, TR62-(Adana, Mersin) bölgesi, sektörel kümelenme değerlerinin en az farklılık gösterdiği bölge olmuştur. Rekabet edebilirlik açısından ise, İBBS Düzey 2 seçilen bölgeler bazında, en yüksek farklılığın gözleendiği bölge TR32-(Aydın, Denizli, Muğla) iken, en düşük farklılığın gözleendiği bölge ise, TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) bölgesidir.

Kruskal-Wallis test bulguları, TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) bölgesinin sektörel kümelenme açısından yüksek derecede anlamlı bir farklılık gösterip, rekabet edebilirlik açısından ise anlamlı bir farklılık göstermediği sonucunu vermiştir. Sözü edilen bu istatistiksel bulgu, TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) bölgesi için, sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki pozitif yönlü ilişkinin, analiz döneminin ilk iki yılı itibariyle bulunması, diğer yıllar için istatistiksel açıdan yorumlanabilir anlamlı bir ilişkinin bulunamaması ile bağlantılı olabilir. Parametrik olmayan testlerde çoklu karşılaştırma testleri bulunmamaktadır. Bu nedenle farklılıkların nedenlerini tespit etmek mümkün olmamaktadır. Farklılığın nedenlerine ulaşabilmek için firma bazlı araştırma ve analizlere ihtiyaç bulunmaktadır.

Çalışmanın temel hipotezinin doğrulandığı, sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki tespit edilen TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) ve TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) Düzey 2 bölgelerinde mevcut sektörel kümelenmeler için ayrıca firma bazlı araştırma ve analizlere de ihtiyaç bulunmaktadır. Sözü edilen araştırma ve analizler tezin sınırları dışında kalmaktadır. Elimizdeki çalışmada kümelenmeyi, rekabet gücünü ve bu ikisi arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik analizler sektörel ölçekte yapılmıştır. Firma

boyutunda yapılacak analizler, kümelenme içinde bulunan firmaların rekabet edebilme olanakları konusunda daha net bilgiler verebilecektir.

Özet olarak; sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında güçlü bir ilişki olduğu, ancak ekonomik gelişmede sektörel yapının çeşitlenip ihraç edilemeyen hizmet ve ticaretin öne çıktığı durumlarda bu ilişkinin “Büyük Sayılar Kanunu” gereği görece zayıfladığı analizlerimizde belirlenmiş bulunmaktadır.

Tablo 25: Seçilmiş Bölgeler Düzeyinde Sektörel Kümelenme ile Rekabet Edebilirlik Arasındaki Korelasyon Analizi Bulguları

İBBS Düzey 2 Bölgeler	2003	2004	2006	2007	2008
TR10-(İstanbul)	-0,025 (0,914)	-0,049 (0,834)	-0,013 (0,955)	-0,148 (0,521)	-0,155 (0,503)
TR22-(Balıkesir, Çanakkale)	0,204 (0,483)	-0,035 (0,914)	-0,103 (0,725)	0,153 (0,572)	0,011 (0,970)
TR31-(İzmir)	-0,083 (0,720)	-0,055 (0,814)	-0,285 (0,198)	-0,337 (0,146)	-0,228 (0,308)
TR32-(Aydın, Denizli, Muğla)	0,165 (0,542)	0,364 (0,182)	0,143 (0,612)	0,133 (0,598)	-0,129 (0,633)
TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak)	0,489 (0,064)**	0,525 (0,044)*	0,279 (0,315)	0,461 (0,084)**	0,811 (0,000)*
TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik)	0,575 (0,013)*	0,492 (0,038)*	0,695 (0,001)*	0,704 (0,001)*	0,749 (0,000)*
TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)	0,386 (0,092)**	0,484 (0,036)*	0,192 (0,416)	0,146 (0,539)	0,030 (0,900)
TR51-(Ankara)	0,032 (0,898)	0,109 (0,658)	-0,332 (0,166)	-0,457 (0,043)*	-0,280 (0,232)
TR62-(Adana, Mersin)	0,002 (0,993)	0,387 (0,102)	0,098 (0,689)	0,159 (0,502)	-0,074 (0,772)

Not: Parantez içindeki değerler anlamlılık katsayılarını belirtmektedir. *0,05 düzeyinde, ** 0,10 düzeyinde anlamlı (çift-taraflı teste göre) olduğunu gösterir.

Tablo 26: Sektörel Kümelenme Değişkenindeki Yıllara Göre Farklılık (2003-2008)

Kaynak	Yıllar	N	Sıra Ortalamaları	B.d.	Chi-Square	Asymp. Sig.
Sektörel Kümelenme	2003	162	412,0500	4	,161	,997
	2004	159	408,0300			
	2006	165	417,6300			
	2007	169	410,0000			
	2008	167	409,7300			

Tablo 27: Sektörel Kümelenme Değişkenindeki Alt Bölgelere Göre Farklılık (2003-2008)

Kaynak	Alt Bölgeler	N	Sıra Ortalamaları	B.d.	Chi-Square	Asymp. Sig.
Sektörel Kümelenme	TR10-İstanbul	106	492,53	8	125,95	,000
	TR22-(Balıkesir, Çanakkale)	71	309,30			
	TR31-İzmir	106	506,39			
	TR32-(Aydın, Denizli, Muğla)	80	290,76			
	TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak)	75	402,56			
	TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik)	94	481,70			
	TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)	99	520,67			
	TR51-Ankara	97	338,21			
	TR62-(Adana, Mersin)	94	290,67			

Tablo 28: Rekabet Gücü Değişkenindeki Yıllara Göre Farklılık (2003-2008)

Kaynak	Yıllar	N	Sıra Ortalamaları	B.d.	Chi-Square	Asymp. Sig.
Rekabet Gücü	2003	162	414,33	4	1,752	,781
	2004	159	393,14			
	2006	165	407,22			
	2007	169	426,63			
	2008	167	415,14			

Tablo 29: Rekabet Gücü Değişkenindeki Alt Bölgelere Göre Farklılık (2003-2008)

Kaynak	Alt Bölgeler	N	Sıra Ortalamaları	B.d.	Chi-Square	Asymp. Sig.
Rekabet Gücü	TR10-İstanbul	106	392,06	8	119,24	,000
	TR22-(Balıkesir, Çanakkale)	71	432,17			
	TR31-İzmir	106	498,64			
	TR32-(Aydın, Denizli, Muğla)	80	627,34			
	TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak)	75	333,09			
	TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik)	94	394,59			
	TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)	99	312,42			
	TR51-Ankara	97	329,29			
	TR62-(Adana, Mersin)	94	404,51			

SONUÇ

1973 Petrol Krizinin yarattığı ekonomik bunalım sonrasında üretimin örgütlenme biçimi ve niteliği değişmiştir. Ekonomik kriz sonucu daha önceki dönemin üretim biçimi olan kitlesel üretim sistemi, yerini talep dalgalanmaları ile küçük ve değişken ölçekli gereksinimlere kolayca yanıt verecek olan esnek üretim sistemine bırakmıştır. Esnek üretim olarak nitelendirilen yeni üretim biçimi mekânsal algılamayı dünyanın ve aynı zamanda yerelliklerin üzerine çekmiştir. Mekânsal algılamaya bağlı olarak bölge kavramının içeriği de değişmiştir. Bu gelişme içinde iki yeni kavram olarak "küreselleşme" ve "yerelleşme" birlikte ele alınır olmuştur.

Diğer yandan üretimde esneklik ve ulus devlet sınırlarını aşan yeni iş bölümü yerelleşmiş yeni üretim yapılarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu yerel birimler kendi özelliklerini koruyarak dünya sistemi içinde söz sahibi olmuşlardır. Buradan yola çıkarak küreselleşme ve yerelleşme eğilimlerinin kelime anlamı olarak birbirine zıt görünseler de, gerçekte birbirini destekleyen ve tamamlayan süreçler olduklarını söylemek yanlış olmayacaktır. Ekonomik alandaki bu gelişmeler içinde bölge kavramı da farklı bir nitelik kazanmıştır. Ulus devlet içinde ulusa açık ancak dışa kapalı bölgenin yerini, dış dünya ile ulus devlet aracılığı olmaksızın ilişki kurabilen yerel almıştır.

Sanayi sektöründe esnek üretim sürecinin gelişmesiyle beraber firma kümelenme eğilimlerinin de arttığı gözlemlenmiştir. Bunda en büyük etken öğrenme süreci ve maliyet avantajlarıyla birlikte mekânsal yığılmanın da öneminin giderek artmasıdır. Kümelenme kavramı sadece mekânsal bir araya gelmeyi içinde bulundurmamakta, bunun yanı sıra içeriğinde rekabet edebilirlik, işbirlikçi aktiviteler, öğrenme, yenilik üretimi, bilgi alışverişi ve karşılıklı etkileşimi de kapsamaktadır.

19. yüzyılın sonlarına doğru İngiliz iktisatçı Alfred Marshall'ın ekonomik büyümede önemli bir araç olarak ortaya koyduğu, kısaca sektörlerin coğrafi yoğunlaşmalarını ifade eden "kümelenme modeli" bundan yaklaşık yüzyıl sonra, 1990'lı yıllarda ABD'de Harvard Üniversitesi İşletme Okulu profesörlerinden Michael Porter tarafından uluslararası rekabet stratejilerinin değerlendirilmesi

kapsamında yeniden gündeme getirilen ve pekçok ülke tarafından ekonomik kalkınmada kullanılan bir yöntemdir.

Endüstriyel kümeler fikri; Michael Porter'ın 1990 yılında "Ulusların Rekabetçi Avantajı" üzerine yazdığı ünlü kitabının basımından itibaren, güncel akademik literatürün yoğun şekilde tartışılan konularından birisi ve dünya çapında ulusal endüstriyel politikaların odak noktası haline gelmiştir. Porter'ın "Ulusların Rekabetçi Avantajı" teorisi, yerel kaynaklar temel olarak alınan sayısız büyüme teorilerinden birisidir. Söz konusu teori, birbiriyle ilişkili dört ana bileşene dayalı (Faktör Koşulları, Talep Koşulları, Bağlı ve Destek Endüstriler, Firma Stratejisi, Endüstriyel Yapı ve Rekabet) 'Elmas Modeli'; J. Schumpeter, A. Weber, A. Marshall ve F. Perroux gibi çeşitli ekonomi kuramcılarının fikirlerini genişletmektedir. Dahası, belirli endüstrileri sunan firmaların ve onların organizasyon-içi ilişkilerinin mekânsal yoğunluğu (işbirliği, rekabet, rekabet edenlerle işbirliği), yığılma ekonomileri, endüstriyel yerleşme teorisi, işlem maliyetleri teorisi, esnek uzmanlaşma ve kurumcu iktisat ve yeni ekonomik coğrafya paradigması gibi çeşitli teorilerle açıklanmaktadır.

Kümelenme yaklaşımında temel felsefe, "sektörel değer zincirinde yer alan ve sektörde birbirleriyle girdi ve çıktı ilişkisinde bulunan tüm mal ve hizmet üreten kurum ve kuruluşların belli bir coğrafi mekânda toplanması ve böylece toplam katma değer söz konusu mekânda oluşumuna katkı sağlamalarının temin edilmesi"dir. Kümelenmeyi, özellikle gelişmekte olan ülkelerde bir bölgesel kalkınma aracından ziyade, ihracatı ve yatırımı teşvik aracı olarak görmek daha anlamlı olmaktadır.

1980 sonrasında küreselleşme ve AB ile entegrasyon sürecinin belirlediği sınırlar çerçevesinde bir yol izleyen Türkiye, günümüzde ihracatının % 90-95'i sanayi ürünlerinden oluşan dünyanın en büyük onyedinci ekonomisi olarak gelişmekte olan ve sanayileşen bir ülkedir. Sanayi faaliyetleri, imalat sanayii başta olmak üzere, madencilik ve taş ocakçılığı ile enerji alt kesimlerinden oluşmaktadır. Bununla birlikte, Türkiye ekonomisinde imalat sanayii toplam sanayinin, gerek üretim değeri ve gerekse istihdam hacmi bakımından oldukça önemli bir kısmını oluşturduğu için toplam sanayiye temsil etmek üzere genellikle imalat sanayii analizlere konu olmaktadır.

Türkiye’de imalat sanayii ülke geneline düzensiz bir dağılım göstermektedir. İmalat sanayiinde faaliyet gösteren kuruluşların yaklaşık % 70’i, TR10-İstanbul, TR31-İzmir ve TR51-Ankara başta olmak üzere, TR32-(Aydın, Denizli, Muğla), TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak), TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik), TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) ve TR62-(Adana, Mersin) İBBS Düzey 2 bölgelerinde toplanmıştır. İstihdam oranlarındaki ve gayrisafi katma değerdeki dağılım da yerel birim sayılarındaki dağılımla paralel bir seyir izlemektedir. İmalat sanayii, Türkiye’nin dış ticaretinde de ilk sıraya sahiptir. Türkiye’nin toplam ihracatının ve toplam ithalatının oldukça büyük bir kısmını, neredeyse tamamına yakını imalat sanayii oluşturmaktadır.

Avrupa Birliği, Türkiye’nin geçmişten günümüze, en önemli geleneksel ve sabit ticaret partneri durumundadır. Dış ticaretimizin hemen hemen yarısı AB ile gerçekleştirilmektedir. İmalat sanayii, Avrupa Birliği-Türkiye ticari ilişkilerinde de önemli yerini korumaktadır. AB ile gerçekleştirilen toplam dış ticaretin yaklaşık % 90’ını imalat sanayii dış ticareti oluşturmaktadır.

Bu çalışmada sektörel kümelenme ve endüstriyel yoğunlaşma olgusu Türkiye imalat sanayii ölçeğinde sınanmış ve sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasındaki ilişki, Türkiye-Avrupa Birliği ticari ilişkileri kapsamında ve seçilen İBBS Düzey 2 bölgeler bazında incelenmiş ve değerlendirilmiştir. İl imalat sanayilerinin Türkiye sanayi coğrafyasındaki, kümelenme ve yerelleşme eğilimleri İBBS Düzey 2 bölgeleri kapsamında ve imalat sanayiine ait tüm alt sektörler ayrımında ölçülerek, 2003-2008 dönemine ait bir analiz gerçekleştirilmiştir.

Sektörel kümelenmenin tespitine ilişkin analiz bulguları -konu ile ilgili literatürde mevcut daha önceki çalışmaların bulgularına paralel olmak üzere- sanayinin mekânsal dağılımının dengesiz ve kutuplaşmış bir görünüme sahip olduğunu ortaya koymuştur. İmalat sanayiindeki endüstriyel faaliyetler, geleneksel sanayi mekânları ile onların ard-bölgeleri olarak adlandırılan büyük kentlerde kümelenmiştir. İmalat sanayii alt sektörlerinin İBBS Düzey 2 bölgeleri bazında mekânsal dağılımına bakıldığında; en fazla sayıda kümeye sahip olan bölgeler sırasıyla; TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova), TR10-İstanbul, TR31-İzmir ve TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) alt bölgeleri olarak tespit edilmiştir.

Sektörel kümelenmenin tespitine ilişkin analiz bulgularına göre, Türkiye’de en fazla 15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) sektöründe kümelenmeler görülmektedir. Bu sektör, 13 bölgede kümelenme özelliği gösterirken, onu, 7 bölgede kümelenme niteliği gösteren 20 NACE kodlu; (Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden, örülerek yapılan eşyaların imalatı) sektörü ile daha sonra da 6 bölgede kümelenmiş 17-(Tekstil ürünleri imalatı) sektörü izlemektedir. Görece daha az gelişmiş yörelerde potansiyel küme olarak yoğunlaşma özelliği gösteren sektörler; 15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı), 17-(Tekstil ürünleri imalatı) ve 20-(Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden, örülerek yapılan eşyaların imalatı) sektörleridir.

Yerelleşme Katsayıları Endeksi hesaplama bulgularına göre, 2003-2008 döneminde; 16-(Tütün ürünleri imalatı) ve 37-(Geri dönüşüm) sektörleri yalnızca TR31-İzmir bölgesinde, 30-(Büro makineleri ve bilgisayar imalatı) sektörü ise yalnızca TR10-İstanbul bölgesinde kümelenmiş bir özellik arz etmektedir. Buradaki ampirik bulgular ayrıca, TR61-(Antalya, Isparta, Burdur), TRB2-(Van, Muş, Bitlis, Hakkâri), TRC2-(Şanlıurfa, Diyarbakır) ve TRC3-(Mardin, Batman, Şırnak, Siirt) alt bölgelerinde kümelenmiş herhangi bir sektör bulunmadığı sonucunu vermiştir.

2003-2008 dönemine ilişkin Gini Bölgesel Uzmanlaşma Endeksi hesaplama sonuçlarına ilişkin bulgular, TR10-İstanbul bölgesinin Türkiye genelinde en yüksek bölgesel uzmanlaşmaya sahip bölge olduğunu göstermiştir. TR10-İstanbul bölgesini sırasıyla, TR31-İzmir ve TR62-(Adana, Mersin) bölgeleri izlemektedir. 2003-2008 dönemi itibarıyla bölgesel uzmanlaşma açısından ilk 5 bölge sırasıyla; TR10-İstanbul, TR31-İzmir, TR62-(Adana, Mersin), TR32-(Aydın, Denizli, Muğla) ve TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) bölgeleridir. Görece gelişmiş bu bölgelerin karşısında, sınaî olarak görece az gelişmiş bölge olarak kabul edebileceğimiz ve bölgesel uzmanlaşma açısından aynı dönem itibarıyla incelendiğinde son sıralardaki 5 bölge ise; TR82-(Kastamonu, Çankırı, Sinop) bölgesi başta olmak üzere, sırasıyla TRC3-(Mardin, Batman, Şırnak, Siirt), TRA2-(Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan), TRB2-(Van, Muş, Bitlis, Hakkâri) ve TR81-(Zonguldak, Karabük, Bartın) bölgeleri olarak tespit edilmiştir.

Gini Bölgesel Uzmanlaşma Endeksi hesaplama sonuçları, TR10-İstanbul bölgesinin bölgesel uzmanlaşmadaki birinciliğini araştırma dönemi boyunca koruduğunu göstermektedir. TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) bölgesi ise, bölgesel uzmanlaşma açısından, dönem başındaki birinciliğini yıllar itibariyle kaybetmiş ve dönem sonunda beşinci sırayı almıştır. TR31-İzmir bölgesi bölgesel uzmanlaşma açısından araştırma döneminin başı itibariyle onaltıncı sıradan, önce üçüncü, sonra ikinci sıraya kadar yükselmiş ve daha sonra bölgesel uzmanlaşmada geçerli yerini korumuştur.

Gini Endüstriyel Yoğunlaşma Endeksi hesaplama bulguları, Türkiye'nin yoğun bir şekilde 15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) ve 26-(Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı) ile 22-(Basım ve yayım; plak, kaset ve benzeri kayıtlı medyanın çoğaltılması) sektörlerinde kümелendiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, 28-(Makine ve teçhizatı hariç; fabrikasyon metal ürünleri imalatı) sektöründeki yoğunlaşma da dikkate değerdir. Gini Endüstriyel Yoğunlaşma endeksi hesaplama sonuçlarına göre; araştırma dönemi itibariyle, 15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) sektörü, yoğunlaşmadaki birinciliğini 26-(Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı) sektörüne bırakmış gözükmemektedir. 2008 yılı itibariyle endüstriyel anlamda en fazla yoğunlaşma gösteren ilk beş sektör sırasıyla; 26-(Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı), 15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı), 22-(Basım ve yayım; plak, kaset ve benzeri kayıtlı medyanın çoğaltılması), 28-(Makine ve teçhizatı hariç; fabrikasyon metal ürünleri imalatı) ve 25-(Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı) sektörleri olarak tespit edilmiştir. Yine 2008 yılı itibariyle endüstriyel anlamda yoğunlaşma düzeyi en düşük beş sektör sırasıyla; 16-(Tütün ürünleri imalatı), 37-(Geri dönüşüm), 32-(Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı), 30-(Büro makineleri ve bilgisayar imalatı) ve 23-(Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıt imalatı) sektörleridir.

Ekonomideki sektörel yoğunlaşmaların kümelerin ön aşamasını oluşturması ve bir yerde ancak belirli bir yoğunlaşma oluştuktan sonra küme faaliyetlerinin gerçekleştirilebiliyor olması nedeniyle çalışmada sektörel kümelenme kavramı, imalat sanayii kapsamındaki istihdam bazlı sektörel yoğunlaşmalar olarak ele alınmıştır. Bu şekildeki bir ele alış tarzı, ayrıca sektörel kümelenmenin ölçümü açısından da kolaylık sağlamaktadır.

Çalışmanın temel hipotezi sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında pozitif bir ilişkinin varlığını test etmek üzerine kurulmuştur. Belirlenen bu temel hipotez, 2003-2008 dönemine ait olmak üzere, Türkiye imalat sanayii ve seçilen İBBS Düzey 2 bölgeler bazında korelasyon analizi ile test edilmiştir. Yapılan test kapsamında, Avrupa Birliği ile karşılıklı ticari ilişkiler esas alınmıştır. Temel hipotez, TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) ve TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) İBBS Düzey 2 bölgeleri için doğrulanmıştır. TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) ve TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) İBBS Düzey 2 bölgeleri için, sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında, pozitif yönde güçlü bir ilişki gözlenmiştir. Adı geçen bölgelerin, “DTM Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi” kapsamında yol haritaları hazırlanan ve rekabetçi kapasiteleri göreceli olarak yüksek değerlendirilen, Denizli-Uşak Ev Tekstili, Eskişehir-Bilecik-Kütahya Seramik, Manisa Elektrikli ve Elektronik Ürünler ile Marmara (Bursa ile Kocaeli) Otomotiv ve Yan Sanayii Kümelerini içinde bulunduran bölgeler olması şaşırtıcı değildir.

Çalışmada ayrıca, sektörel kümelenmenin ve rekabet gücünün incelenen dönemdeki yıllara ve seçilmiş bölgelere göre farklılık gösterip göstermediği de parametrik olmayan bir istatistiksel analiz tekniği olan Kruskal-Wallis testi ile incelenmiştir. Test bulgularına göre; sektörel kümelenme ve rekabet edebilirlik yıllara göre anlamlı farklılık göstermemekte, seçilmiş bölgelere göre farklılık göstermektedir. Sektörel kümelenme açısından, en yüksek farklılığın gözlemlendiği bölge TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova), en düşük farklılığın gözlemlendiği bölge ise, TR62-(Adana, Mersin) bölgesi olmuştur. Rekabet edebilirlik açısından ise, en yüksek farklılığın gözlemlendiği bölge TR32-(Aydın, Denizli, Muğla), en düşük farklılığın gözlemlendiği bölge ise, TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) bölgesi olarak tespit edilmiştir.

TR10-İstanbul, TR31-İzmir ve TR51-Ankara Düzey 2 bölgelerinde sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında, teoremin öngördüğü pozitif yönlü ilişki imalat sanayiine ait alt sektörler kapsamında bulunamamıştır. Porter’ın bakış açısıyla kümelenme, aynı bölgede, aynı iş kolunda, aynı değer zincirinde faaliyet gösteren, birbiriyle işbirliğinde bulunan ve aynı zamanda birbirine rakip olan, işletmelerin ve onları destekleyici kurumların bir araya geldikleri örgütlenme modelidir. Ankara,

İstanbul ve İzmir gibi illerdeki heterojen yapı dar anlamda kümelenmenin mantığına sığmamaktadır. Zira bu büyük kentlerdeki ekonomik faaliyetler, imalat sanayii dışında yoğun bir çeşitlenme göstermektedir. Bu çeşitlenme içinde imalat sanayii dışındaki sektörler, özellikle Ticaret ve Hizmetler sektörü ağırlıklı payı almaktadır. TÜİK kaynaklı verilere göre 2008 yılı itibarıyla Hizmetler sektörü, Ankara ve İstanbul'da, "Cari fiyatlarla bölgesel gayri safi katma değer" in % 73'ünü, İzmir'de % 68'ini oluşturmaktadır. Bu oran, TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) ve TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) Düzey 2 bölgeleri için görece düşük kalmaktadır. Bu sonuç hizmet ve ticaretin önemli ölçüde yerel olma özelliğinden kaynaklanabileceğini gösterir.

Sözü edilen olguyu test edebilmek amacıyla, imalat sanayii için gerçekleştirilen istatistiksel analiz, TR10-İstanbul, TR31-İzmir ve TR51-Ankara Düzey 2 bölgelerinde Ticaret ve Hizmetler sektörleri kapsamında değerlendirilen veriler yardımıyla gerçekleştirilmiştir. Buradaki bulgular 51-Motorlu Taşıtlar ve Motosikletler Dışında Kalan Toptan Ticaret ve Ticaret Komisyonculuğu, 74-Diğer İş Faaliyetleri ve 92-Eğlence, Kültür ve Sporla İlgili Faaliyetlerde sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde ancak zayıf bir ilişkiye işaret etmiştir. İlişkinin zayıf olması, Ticaret ve Hizmetler sektörü kapsamındaki faaliyetlerin daha çok yerel faaliyetler olarak sunulması, dış ticarete konu olmayan alanlar olması ve tüketim faaliyetlerinin yüksek oluşundan kaynaklanmaktadır.

Çalışmanın temel tezinin doğrulandığı, sektörel kümelenme ile rekabet gücü arasında pozitif yönde güçlü bir ilişki tespit edilen TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) ve TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) Düzey 2 bölgelerinde mevcut sektörel kümelenmeler için ayrıca firma bazlı araştırma ve analizlere de ihtiyaç bulunmaktadır. Bunun yanında, Kruskal-Wallis test bulgularına göre, incelenen bölgeler arasında sektörel kümelenme açısından en yüksek derecede ve rekabet edebilirlik açısından ise, en düşük derecede farklılık gösteren TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) bölgesinde mevcut sektörel kümelenmeler kapsamında da firma boyutunda araştırma ve analizlere ihtiyaç bulunmaktadır. Sözü edilen araştırma ve analizler tezin sınırları dışında kalmaktadır.

Çalışmamızda kümelenmeyi, rekabet gücünü ve bu ikisi arasındaki ilişkiyi tespit etmeye yönelik analizler sektörel ölçekte yapılmıştır. Firma boyutunda yapılacak analizler, kümelenme içinde bulunan firmaların rekabet edebilme olanakları konusunda daha net bilgiler verebilecektir.

Özet olarak sektörel kümelenme ile küresel rekabet gücü arasında güçlü bir ilişki olduğu, ancak ekonomik gelişmede sektörel yapının çeşitlenip ihraç edilemeyen hizmet ve ticaretin öne çıktığı durumlarda bu ilişkinin “Büyük Sayılar Kanunu” gereği görece zayıfladığı analizlerimizde belirlenmiştir.

KAYNAKÇA

Akgüngör, S. (2006). Geographic Concentrations in Turkey's Manufacturing Industry: Identifying Regional Highpoint Clusters. *European Planning Studies*. 14(2): 169-197.

Akgüngör, S. ve Falcıoğlu, P. (2005). European Integration and Regional Specialization Patterns in Turkey's Manufacturing Industry. D.E.Ü. İşletme Fakültesi İktisat Bölümü Discussion Paper Series. 05/01.

Akgüngör, S. (2004). Industry Clusters in Turkey: Identifying Regional Highpoints. *Yapı Kredi Economic Review*. 15(2): 69-90.

Akgüngör, S., Kumral, N. ve Lenger, A. (2003). National Industry Clusters and Regional Specializations in Turkey. *European Planning Studies*. 11(6): 647-669.

Akıncı, A. (2001). *Rekabetin Yatay Kısıtlanması*. Rekabet Kurumu Lisansüstü Tez Serisi. No: 5. Ankara: Başak Matbaacılık.

Akkoyunlu, A. (1996). Yeni Dış Ticaret Teorileri. *Ekonomik Yaklaşım*. 7(21): 71-99.

Aktan, C.C. *Türkiye'de Üretim ve İstihdama Yönelik Ulusal Rekabet Gücü Politikası*. <http://www.tisk.org.tr>. (23.11.2005).

Aktan, C.C. (1998). *Türkiye Dünyanın Neresinde?*. EĞİAD Yıllık Rapor.

Andersen, E.S. (1996). *Theories of Localised Resource-Based Growth and Development: From Marshall to New Evolutionary Economics*. (Ed. Pentti Hyttinen, Ari Mononen and Päivi Pelli), Regional Development Based on Forest Resources: Theories and Practices. European Forest Institute Yayını. No: 9. Joensuu. 5-16.

Arısoy, İ. (2005). Türkiye'de Sanayileşme ve Temel Göstergeler Açısından Sanayinin Gelişimi, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1): 45-68.

Arrow, K.J. (1962). The Economic Implications of Learning by Doing. *The Review of Economic Studies*. 29(3): 155-173.

Balassa, B. (1989). *Comparative Advantage, Trade Policy and Economic Development*. New York. Londra: Harvester Wheatsheaf.

Balassa, B. (1977). 'Revealed' Comparative Advantage Revisited: An Analysis of Relative Export Shares of the Industrial Countries 1953-1971. *The Manchester School of Economic and Social Studies*. 45(4): 327-344.

Balassa, B. (1965). Trade Liberalisation and 'Revealed' Comparative Advantage. *The Manchester School of Economic and Social Studies*. 33: 99-123.

Ballance, R., Forstner, H. ve Murray, T. (1987). Consistency Tests of Alternative Measures of Comparative Advantage. *Review of Economics and Statistics*. 69: 157-161.

Bergman, E.B. ve Feser, E.J. (1999). *Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applications*. The Web Book of Regional Science. Regional Research Institute. West Virginia University.

Boudeville, J.R. (1966). *Problems of Regional Economic Planning*. Edinburg.

Bulu, M. (2005). Türk KOBİ'leri için Rekabet Stratejileri. *Organize Sanayi Gazetesi OSTİM*.

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

Coase, R.H. (1937). The Nature of the Firm. *Economica*. 4(16): 386-405.

Cooke, P. *Problems and Prospects for Clusters in Theory and Practice*. [http://www.dime-eu.org/files/active/0/Cooke%2006%20Clusters%20Critique\[1\].doc](http://www.dime-eu.org/files/active/0/Cooke%2006%20Clusters%20Critique[1].doc). (23.01.2013).

Cooke, P. (2001). Regional Innovation Systems, Clusters and the Knowledge Economy. *Industrial and Corporate Change*. 10(4): 945-974.

Cooke, P. (1996). Building a Twenty First Century Regional Economy in Emilia Romagna. *European Planning Studies*. 4(1): 53-62.

Çetin, M., Taslak, S. ve Karakaya, A. (2000). Gümrük Birliği Sürecinde Rekabet Stratejilerinin Değerlendirilmesi. *Verimlilik Dergisi*. 1: 51-66.

Dahmén, E. (1991). *Development Blocks and Industrial Transformation: The Dahmenien Approach to Economic Development*. (Ed. B. Carlsson and R.G.H. Henriksson). Stockholm: Almqvist ve Wiksell.

Deviren, N.V.(2004). Türkiye ile Avrupa Birliği Ülkeleri Arasındaki Sınai Ürünleri Endüstri İçi Ticareti. *İktisat, İşletme ve Finans*. 19(222): 107-127.

Dimelis, S. ve Gatsios, K. (1995). Trade with Central and Eastern Europe: The Case of Greece. *European Union Trade with Eastern Europe: Adjustment and Opportunities*. (Ed. Ricardo Faini ve Richard Portes). CEPR (Center for Economic Policy Research). Londra. 123-166.

Dinler, Z. (2008). *Bölgesel İktisat*. Bursa: Ekin Kitabevi.

DPT (1998). *International Seminar on the New Local Centers (Denizli-Gaziantep) of Industrial Development*. 23-25 Eylül. Ankara.

DTI (2004). *A Practical Guide to Cluster Development*. A Report to the Department of Trade and Industry and the English RDAs by Ecotec Research and Consulting.

DTI (2001). *Business Clusters in the UK: A First Assessment*. Cilt 1, Cilt 2. (Technical Annexes). <http://www.dti.gov.uk>. (14.05.2009).

DTM (2009). *Türkiye’de Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi*.

DTM. *AB ile Gümrük Birliği Çerçevesinde Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü*. <http://www.dtm.gov.tr/Ab/textil/gumtexnot.htm> (01.12.2005).

Dulupçu, M. A. (2001). *Küresel Rekabet Gücü (Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme)*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Eraydın, A. ve Köroğlu, B.A. (2007). Increasing Role of Services in Competitive Power and Innovativeness of Firms and Industrial Clusters. *European Planning Studies*. 15(7): 905-925.

Eraydın, A. ve Köroğlu, B.A. (2005). Innovation, Networking and the New Industrial Clusters: The Characteristics of Networks and Local Innovation Capabilities in the Turkish Industrial Clusters. *Entrepreneurship and Regional Development*. 17(4): 237-266.

Eraydın, A. (2002). *Yeni Sanayi Odakları: Yerel Kalkınmanın Yeniden Kavramlaştırılması*. Ankara: ODTÜ Mimarlık Fakültesi.

Ergün, A. (1999). Gümrük Birliği'nin Türkiye'nin Dış Ticaretine Etkileri. *Uzman Gözüyle Bankacılık Dergisi*. 7(26): 8-11.

Erkan, C. (1995). *Ulusal Rekabet Üstünlüklerinin Belirleyenleri*. Yönetim ve Ekonomi Dergisi. Manisa: Celal Bayar Üniversitesi. 1: 83-97.

Erkan, C. (1993). *Küreselleşme ve Avrupa Topluluğu Karşısında Türkiye'nin Rekabet Yeteneği*. İzmir: Takav Yayıncılık.

Erkan, C. (1992). *Avrupa Topluluğu Karşısında Türk Sanayiinin Rekabet Yeteneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Erkan, H. (2013). *Ekonomi Politikasının Temelleri*. İzmir: İlkem Ofset ve Dijital Kopyalama Sistemleri.

Erkan, H. (1999). *Sosyal Piyasa Ekonomisi*. Konrad Adenauer Vakfı Türkiye Temsilciliği. İzmir.

Erkan, H. (1988). *Mikro Ekonomi Politikaları: Rekabet ve Rekabet Politikaları*. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi BİMER Ders Notları. İzmir.

Erkan, H. (1987a). *Sosyo-Ekonomik Bölgesel Gelişme -Teorik ve Uygulamalı Bir Yaklaşım-*. Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları. Yayın No: 0906.87.AR.005.038. İzmir: Kavram Matbaası.

Erkan, H. (1987b). *Sosyal Piyasa Ekonomisi, Ekonomik Sistem ve Piyasa Ekonomisine İşlerlik Kazandırılması*. İzmir.

Ertürk, E. (2001). *Uluslararası İktisat*. İstanbul: Alfa Yayınları.

Eser, U. ve Köse, S. (2005). Endüstriyel Yerelleşme ve Yoğunlaşma Açısından Türkiye Sanayi: İl İmalat Sanayilerinin Analizi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. 60(2): 97-139.

Esin, A. (2000). AB'ye Tam Üyelik Sürecinde Ekonomik Mevzuat Uyumu ve Ekonomiye Etkileri. *İktisat Dergisi*. İktisat Fakültesi Mezunlar Cemiyeti Aylık Dergisi. 408: 31-33.

Eurostat Statistical Books (2011). *External and intra-EU trade A statistical yearbook, Data 1958 – 2010*. Avrupa Komisyonu Yayını.

Falcıoğlu, P. ve Akgüngör, S. (2008). Regional Specialization and Industrial Concentration Patterns in the Turkish Manufacturing Industry: An Assessment for the 1980-2000 Period. *European Planning Studies*. 16(2): 303-323.

Fertö, I. ve Hubbard, L. (2003). Revealed Comparative Advantage and Competitiveness in Hungarian Agri-Food Sectors. *The World Economy*. 26(2): 247-259.

Fujita, M. ve Thisse, J.F. (2009). New Economic Geography: An Appraisal on the Occasion of Paul Krugman's 2008 Nobel Prize in Economic Science. *Regional Science and Urban Economics*. 39: 109-119.

- Fujita, M. ve Krugman, P. (2004). The New Economic Geography: Past, Present and the Future. *Papers in Regional Science*. 83: 139-164.
- Fujita, M. ve Thisse, J.F. (1996). Economics of Agglomeration. *Journal of the Japanese and International Economies*. 10: 339-378.
- Fujita, M. (1989). *Urban Economic Theory: Land Use and City Size*. Cambridge University Press.
- Glaeser, E.L., Kallal, H.D., Scheinkman, J.A. ve Shleifer, A. (1992). Growth in Cities. *Journal of Political Economy*. 61: 1126-1152.
- Goldstein, G. S. ve Gronberg, T.J. (1984). Economies of Scope and Economies of Agglomeration. *Journal of Urban Economics*. 16(1): 91-104.
- Greenaway, D. ve Milner, C. (1983). On the Measurement of Intra-Industry Trade. *The Economic Journal*. 93(372): 181-208.
- Grubel, H. ve Lloyd, P.J. (1975). *Intra-Industry Trade: The Theory and Measurement of International Trade in Differentiated Products*. New York: John Willey.
- Grubel, H. ve Lloyd, P.J. (1971). The Empirical Measurement of Intra-Industry Trade. *Economic Record*. 47: 494-517.
- Hanson, G.H. (2000). Scale Economies and the Geographic Concentration of Industry. *NBER Working Paper Series*. Working Paper No: 8013.
- Hayek, F.A. (1949). *Individualism and Economic Order*. Londra: Routledge ve Kegan Paul.
- Hinloopen, J. ve Marrewijk, C. (2001). On the Empirical Distribution of the Balassa Index. *Weltwirtschaftliches Archiv*. 137: 1-52.
- Hirschman, A. (1958). *The Strategy of Economic Development*. New Haven: Yale University Press.

İKV (2001). *Avrupa Birliği'nin Girişimcilik (Sanayi ve KOBİ) Politikası ve Türkiye'nin Uyumunu*. İstanbul.

İZKA (2010). *İzmir Kümelenme Analizi*. (Ed. Suna Yaşar Özdemir ve Filiz Morova İneler). İzmir.

Jacobs, J. (1984). *Cities and the Wealth of Nations: Principles of Economic Life*. New York: Random House.

Jucevičius, G. ve Puidokas, M. (2007). Methodologies for Analyzing the Industrial Clusters in the Baltic Sea Region: A Critical Overview. *Economics and Management*. 12: 728-735.

Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Karakayalı, H. (1979). *Bölgesel Dengesizlik ve Sanayinin Yurt Düzeyinde Yaygınlaştırılması (İmalat Sanayiinde Bölgesel Bir Değişim Analizi)*. (Yayınlanmamış Doçentlik Tezi). İzmir: Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi Maliye ve Muhasebe Yüksek Okulu.

Kaya, A.A. (2006a). *Regional Specialization and Location of Industrial Activity in Turkey*. Regional Studies Association International Conference. 8–9 Haziran 2006. Leuven. Belçika.

Kaya, A.A. (2006b). İmalat Sanayii İhracatında Uzmanlaşma: Türkiye-Avrupa Birliği Analizi (1991-2003). *Ege Akademik Bakış Dergisi*. 6(2): 73-82.

Keleş, R.Y. (1961). *Şehir ve Bölge Planlaması Bakımından Şehirleşme Hareketleri*. S.B.F. Yayın No: 122. Ankara.

Kepenek, Y. ve Yentürk, N. (2000). *Türkiye Ekonomisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Keskin, H. ve Dulupçu. M.A. (2010). Kümelenmeler: Bir Literatür İncelemesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. Isparta. 15(1): 441-461.

- Keskin, H. (2009). *Kümelenme ve Sektörel Bağlantıları Açısından Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinin Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kıymalıoğlu, Ü. ve Ayoğlu, D. (2007). Türk İmalat Sanayiinde İllere Göre Yerelleşme ve Kentleşme Ekonomilerinin Belirlenmesi. *BİLİG*. 43: 169-192.
- Kıymalıoğlu, Ü. ve Ayoğlu, D. (2006). Türk İmalat Sanayiinde Yığılma Ekonomileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*. 7(2): 198-209.
- Kıymalıoğlu, Ü. (2004). Yığılma Ekonomileri. *DPT-PAÜ Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu Bildiri Yayını*. 1: 364-384.
- Kibritçioğlu, A. (1998). *Porter'in Rekabetçi Avantajlar Yaklaşımı ve İktisat Kuramı*. http://dialup.ankara.edu.tr/~kibritci/wp5_porter.html. (12.04.2006).
- Kibritçioğlu, A. (1996). Uluslararası Rekabet Gücüne Kavramsal Bir Yaklaşım. *Verimlilik Dergisi*. MPM Yayını. 96(3): 109-122.
- Krugman, P. (1999). The Role of Geography in Development. *International Regional Science Review*. 22(2): 142-161.
- Krugman, P. (1996). *Development, Geography and Economic Theory*. The MIT Press.
- Krugman, P. (1994). *Rethinking International Trade*. The MIT Press.
- Krugman, P. (1992). Does the New Trade Theory Require a New Trade Policy?. *The World Economy*. 15(4): 423-441.
- Krugman, P. (1991a). Increasing Returns and Economic Geography. *Journal of Political Economy*. 99(3): 483-499.
- Krugman, P. (1991b). *Geography and Trade*. MIT. Cambridge. Massachusetts.

- Krugman, P. (1981). Intraindustry Specialization and the Gains from Trade. *The Journal of Political Economy*. 89(5): 959-973.
- Kum, H. (1999). Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler: Yeni Yaklaşımlar. *Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*. 14: 165-179.
- Kumral, N. (2004). Endüstriyel Yerelleşme: Türkiye NUTS 1 Bölgeleri Örneği. *İktisat İşletme ve Finans*. 19(215): 66-75.
- Kumral, N. ve Değer, Ç. (2004). High Point Industries of the Aegean Region of Turkey. *Ege Akademik Bakış*. 4(1-2): 14-30.
- Küçükahmetoğlu, O. (1996). Gümrük Birliği ve Türkiye'nin Rekabet Gücü. *Gümrük Birliği Sürecinde Türkiye Dergisi*. 21-22: 24-47.
- Küçüker, C. (2000). Yeni Ekonomik Coğrafya ve Kalkınma. *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*. 11(38): 1-45.
- Küçüker, C. (1998). *Kentsel Büyüme Dinamikleri, Anadolu'da Hızla Sanayileşen Kentler: Denizli Örneği*. Celal Küçüker (Ed.). Türkiye Ekonomi Kurumu. 40-82.
- Liesner, H.H. (1958). The European Common Market and British Industry. *Economic Journal*. 68(270): 302-316.
- Lucio, J.J. de, Herce, J.A. ve Goicolea, A. (2002). The Effects of Externalities on Productivity Growth in Spanish Industry. *Regional Science and Urban Economics*. 32(2): 241-258.
- Marshall, A. (1890/1920). *Principles of Economics*. Giriş Cildi. Sekizinci Baskı. Londra: Macmillan.
- Meyer, J.R. (1966). Bölgesel İktisat Bir Araştırma. *İktisadi Kalkınma, Seçme Yazılar*. Ankara: ODTÜ İd. İlim. Fak. Yayını. No: 6.
- Moreno, R., Paci, R. ve Usai, S. (2005). Geographical and Sectoral Clusters of Innovation in Europe. *The Annals of Regional Science*. 39(4): 715-739.

- Narin, P. (2002). Endüstri İçi Ticaret ve İhracata Dayalı Sektörler Açısından Türkiye Uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 4(1): 1-212. İzmir.
- Öz, Ö. (2002). Assessing Porter's Framework for National Advantage: The Case of Turkey. *Journal of Business Research*. 55(6): 509-515.
- Park, S.O. (1996). Networks and Embeddedness in the Dynamic Types of New Industrial Districts. *Progress in Human Geography*. 20(4): 476-493.
- Peneder, M. (1997). Creating a Coherent Design for Cluster Analysis and Related Policies. The Austrian "tip" Experience. *OECD Workshop on Cluster Analysis and Cluster Based Policies*. 10-11 Ekim 1997. Amsterdam.
- Perroux, F. (1950). Economic Spaces: Theory and Applications. *Quarterly Journal of Economics*. 64(1): 89-104.
- Pirili, M.U. ve Barbaros, R.F. (2009). Regional Development in Şanlıurfa Province: Key Sector Analysis. *Ege Akademik Bakış*. 9(2): 797-822.
- Poon, J.P.H. (2003). Quantitative Methods: Producing Quantitative Methods Narratives. *Progress in Human Geography*. 27(6): 753-762.
- Porter, M.E. (2000). *Rekabet Stratejisi: Sektör ve Rakip Analizi Teknikleri*. (Çev: Gülen Ulubilgen). Yayın No: 206. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Porter, M.E. (1998a). Clusters and the New Economics of Competition. *Harvard Business Review*. Kasım-Aralık 1998. 77-90.
- Porter, M.E. (1998b). *On Competition*. Boston: Harvard Business School Press.
- Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Londra: Macmillan.
- Romer, P.M. (1986). Increasing Returns and Long Run Growth. *Journal of Political Economy*. 94(5): 1002-1037.

Sanlı, K.C. (2000). *Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'da Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*. Rekabet Kurumu Lisansüstü Tez Serisi. No: 3. Ankara: Başak Matbaacılık.

Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Londra: Oxford University Press.

Seyidoğlu, H. (1998). *Uluslararası İktisat Teori, Politika ve Uygulama*. No: 14. İstanbul: Güzem Yayınları.

Seymen, D. (2009). *Türkiye'nin Dış Ticaret Yapısı ve Rekabet Gücü*. Dokuz Eylül Üniversitesi Yayını. Yayın No: 09.1600.0000.000/BK.09.071.468. İzmir.

Seymen, D. ve Şimşek, N. (2006). Türkiye ile Çin'in OECD Pazarı'nda Rekabet Gücü Karşılaştırması. *İktisat, İşletme ve Finans*. 21(244): 38-50.

Şimşek, N. (2005). Türkiye'nin Yatay ve Dikey Endüstri İçi Dış Ticareti. *D.E.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*. 20(1): 43-62.

T.C. Başbakanlık, 2009/15199 Sayılı Karar, T.C. Resmi Gazete, Tarih: 16.07.2009, Sayı: 227290.

Tekeli, İ. (1972). *Bölge Planlama Üzerine*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi. Mimarlık Fakültesi.

Tekin, M. ve Zerenler, M. (2000). Küresel Rekabet Ortamında İşletmelerde Teknoloji Kullanımının İşletme Üzerindeki Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*. Konya. 4:1-14.

TİSK (1995). *Türkiye'nin Rekabet Gücü (AB Ülkeleri, Japonya ve ABD Karşılaştırmalı)*. TİSK İnceleme Yayınları 15. Yayın No: 152. Ankara.

Togan, S. (1990). *1980'li Yıllarda Türk Dış Ticaret Rejimi ve Dış Ticaretin Liberizasyonu*. Türk Eximbank Araştırma Dizisi. No: 1. Ankara.

Traistaru, I. ve Iara, A. (2002). *European Integration, Regional Specialization and Location of Industrial Activity in Accession Countries: Data and Measurement*. PHARE ACE Project P98-1117-R. Bonn.

Türk Dil Kurumu Sözlüğü.

TÜSİAD (2008). *Türkiye’de Bölgesel Farklar ve Politikalar*. Yayın No: 2008-09/471.

TÜSİAD (1991). *21. Yüzyıla Doğru Türkiye: Geleceğe Dönük Bir Atılım Stratejisi*. (Dört Cilt). Yayın No: TÜSİAD-T/91.3.141. İstanbul.

Uğur, A. (2000). Rekabet Hukuku Açısından İşletme Birleşmeleri-I. *Vergi Sorunları Dergisi*. 147: 124-135.

UNIDO (2002). *Competing Through Innovation and Learning*. Industrial Development Report. 2002/2003.

Uslu, A.T. (1996). Gümrük Birliği’nin Olası Etkileri ve Türk Tekstil Sektörüne İlişkin Değerlendirme. *Gümrük Birliği Sürecinde Türkiye Dergisi*. 25-26: 21-24.

Utkulu, U. (2005). *Türkiye’nin Dış Ticareti ve Değişen Mukayeseli Üstünlükler*. Dokuz Eylül Üniversitesi Yayını. No: 09.1600.0000.000 / DK.05.055.389. İzmir.

Utkulu, U. ve Seymen, D. (2004). Trade, Competitiveness and Revealed Comparative Advantage: Evidence for Turkey towards the EU. *European Trade Study Group 6th. Annual Conference ETSG 2004*. Nottingham. 9-11 Eylül 2004.

Uysal, D. (2000). Teknolojik Gelişim ve Global Rekabet Üzerine Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 6: 5-15. Konya.

Uysal, Y. (1998). *Türkiye ve Ege Bölgesi’nde Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü*. Ege Giyim Sanayicileri Derneği (EGSD) Yayını. İzmir.

Vollrath, T.L. (1991). A Theoretical Evaluation of Alternative Trade Intensity Measures of Revealed Comparative Advantage. *Weltwirtschaftliches Archiv*. 130: 265-279.

Weber, A. (1929). *Alfred Weber's Theory of the Location of Industries*. Çev: C. J. Friedrich. Chicago: Chicago University Press.

Williamson, O.E. (1991). Comparative Economic Organization: The Analysis of Discrete Structural Alternatives. *Administration Science Quarterly*. 36: 269-296.

Williamson, O.E. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism*, New York: Free Press.

WTO (1999). *Trade Policy Review-Turkey*. Geneva.

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2007). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yeats, A.J. (1985). On the Appropriate Interpretation of the Revealed Comparative Advantage Index: Implications of a Methodology Based on Industry Sector Analysis. *Weltwirtschaftliches Archiv*. 121(1): 61-73.

<http://www.clusterturkey.com> (11.12.2010).

<http://www.smenetworking.gov.tr> (23.08.2014).

EKLER

EK 1: NACE Rev. 1.1. İki Basamaklı Sanayiler Bazında İBBS Düzey 2 Alt Bölge Kümelenmeleri

NACE Rev. 1.1	İBBS Düzey 2
15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı)	TR21-(Tekirdağ, Edirne, Kırklareli) TR22-(Balıkesir, Çanakkale) TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) TR52-(Konya, Karaman) TR71-(Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir) TR82-(Kastamonu, Çankırı, Sinop) TR83-(Samsun, Tokat, Çorum, Amasya) TR90-(Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane) TRA1-(Erzurum, Erzincan, Bayburt) TRA2-(Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan) TRB1-(Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli) TRC1-(Gaziantep, Adıyaman, Kilis)
16-(Tütün ürünleri imalatı)	TR31 İzmir
17-(Tekstil ürünleri imalatı)	TR21-(Tekirdağ, Edirne, Kırklareli) TR32-(Aydın, Denizli, Muğla) TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) TR63-(Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye) TRB1-(Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli) TRC1-(Gaziantep, Adıyaman, Kilis)
18-(Giyim eşyası imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanması)	TR10 İstanbul TR21-(Tekirdağ, Edirne, Kırklareli) TR31 İzmir

“EK 1 Devam”

NACE Rev. 1.1	İBBS Düzey 2
19-(Derinin tabaklanması ve işlenmesi; bavul, el çantası, saraçlık, koşum takımı ve ayakkabı imalatı)	TR10- İstanbul TR21-(Tekirdağ, Edirne, Kırklareli) TRC1-(Gaziantep, Adıyaman, Kilis)
20-(Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden, örülerek yapılan eşyaların imalatı)	TR22-(Balıkesir, Çanakkale) TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) TR63-(Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye) TR81-(Zonguldak, Karabük, Bartın) TR82-(Kastamonu, Çankırı, Sinop) TR83-(Samsun, Tokat, Çorum, Amasya) TR90-(Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane)
21-(Kâğıt hamuru, kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı)	TR10- İstanbul TR21-(Tekirdağ, Edirne, Kırklareli) TR31- İzmir TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)
22-(Basım ve yayım; plak, kaset ve benzeri kayıtlı medyanın çoğaltılması)	TR10- İstanbul TR51- Ankara
23-(Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıt imalatı)	TR31- İzmir TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)
24-(Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı)	TR10- İstanbul TR31- İzmir TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) TR62-(Adana, Mersin)

“EK 1 Devam”

NACE Rev. 1.1	İBBS Düzey 2
25-(Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı)	TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) TRC1-(Gaziantep, Adıyaman, Kilis)
26-(Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı)	TR22-(Balıkesir, Çanakkale) TR32-(Aydın, Denizli, Muğla) TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) TR83-(Samsun, Tokat, Çorum, Amasya)
27-(Ana metal sanayii)	TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) TR52-(Konya, Karaman) TR63-(Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye) TR81-(Zonguldak, Karabük, Bartın)
28-(Makine ve teçhizatı hariç; fabrikasyon metal ürünleri imalatı)	TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)
29-(Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat imalatı)	TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) TR52-(Konya, Karaman) TR71-(Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir)
30-(Büro makineleri ve bilgisayar imalatı)	TR10- İstanbul
31-(Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine ve cihazların imalatı)	TR10- İstanbul TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)

“EK 1 Devam”

NACE Rev. 1.1	İBBS Düzey 2
32-(Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı)	TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak) TR51- Ankara
33-(Tıbbi aletler; hassas ve optik aletler ile saat imalatı)	TR31- İzmir TR51- Ankara TR83-(Samsun, Tokat, Çorum, Amasya)
34-(Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı römork imalatı)	TR31- İzmir TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) TR52-(Konya, Karaman) TR71-(Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir)
35-(Diğer ulaşım araçlarının imalatı)	TR10- İstanbul TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova) TR81-(Zonguldak, Karabük, Bartın)
36-(Mobilya imalatı; başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalatlar)	TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik) TR51- Ankara TR72-(Kayseri, Sivas, Yozgat)
37-(Geri dönüşüm)	TR31- İzmir

Kaynak: TÜİK, İş İstatistikleri, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 2003-2008 verileri kullanılarak yazar tarafından hazırlanmıştır. İBBS Düzey 2 bölgeler kapsamında, Yerelleşme Katsayısı değerleri 1,25 ve üzeri dönem ortalamasına sahip sanayi sektörlerini göstermektedir.

EK 2: İBBS Düzey 2 Alt Bölgeler Bazında Kümelenme Tespit Edilen Sektörler

İBBS Düzey 2 Bölgeler	Kümelenme Tespit Edilen Sektörler
TR10-İstanbul	18-(Giyim eşyası imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanması) <i>(1,87)</i> 19-(Derinin tabaklanması ve işlenmesi; bavul, el çantası, saraçlık, koşum takımı ve ayakkabı imalatı) <i>(1,81)</i> 21-(Kâğıt hamuru, kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı) <i>(1,53)</i> 22-(Basım ve yayım; plak, kaset ve benzeri kayıtlı medyanın çoğaltılması) <i>(1,73)</i> 24-(Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı) <i>(1,54)</i> 30-(Büro makineleri ve bilgisayar imalatı) <i>(2,68)</i> 31-(Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine ve cihazların imalatı) <i>(1,57)</i> 35-(Diğer ulaşım araçlarının imalatı) <i>(1,98)</i>
TR21-(Tekirdağ, Edirne, Kırklareli)	15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) <i>(1,39)</i> 17-(Tekstil ürünleri imalatı) <i>(3,93)</i> 18-(Giyim eşyası imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanması) <i>(1,96)</i> 19-(Derinin tabaklanması ve işlenmesi; bavul, el çantası, saraçlık, koşum takımı ve ayakkabı imalatı) <i>(2,26)</i> 21-(Kâğıt hamuru, kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı) <i>(1,68)</i>
TR22-(Balıkesir, Çanakkale)	15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) <i>(2,38)</i> 20-(Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden, örülerek yapılan eşyaların imalatı) <i>(2,51)</i> 26-(Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı) <i>(1,90)</i>
TR31-İzmir	16-(Tütün ürünleri imalatı) <i>(4,47)</i> 18-(Giyim eşyası imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanması) <i>(1,39)</i> 21-(Kâğıt hamuru, kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı) <i>(1,95)</i> 23-(Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıt imalatı) <i>(3,13)</i> 24-(Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı) <i>(1,72)</i> 33-(Tıbbi aletler; hassas ve optik aletler ile saat imalatı) <i>(2,24)</i> 34-(Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı römork imalatı) <i>(1,34)</i> 37-(Geri dönüşüm) <i>(8,71)</i>

“EK 2 Devam”

İBBS Düzey 2 Bölgeler	Kümelenme Tespit Edilen Sektörler
TR32-(Aydın, Denizli, Muğla)	17-(Tekstil ürünleri imalatı) <i>(1,93)</i> 26-(Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı) <i>(1,65)</i>
TR33-(Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak)	15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) <i>(1,59)</i> 26-(Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı) <i>(3,44)</i> 29-(Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat imalatı) <i>(1,45)</i> 32-(Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı) <i>(10,65)</i>
TR41-(Bursa, Eskişehir, Bilecik)	17-(Tekstil ürünleri imalatı) <i>(2,52)</i> 25-(Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı) <i>(1,50)</i> 26-(Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı) <i>(1,74)</i> 28-(Makine ve teçhizatı hariç; fabrikasyon metal ürünleri imalatı) <i>(1,42)</i> 29-(Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat imalatı) <i>(1,79)</i> 31-(Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine ve cihazların imalatı) <i>(1,37)</i> 34-(Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı römork imalatı) <i>(4,63)</i> 36-(Mobilya imalatı; başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalatlar) <i>(1,65)</i>
TR42-(Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)	15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) <i>(1,32)</i> 20-(Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden, örülerek yapılan eşyaların imalatı) <i>(2,35)</i> 21-(Kâğıt hamuru, kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı) <i>(1,65)</i> 23-(Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıt imalatı) <i>(7,64)</i> 24-(Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı) <i>(2,39)</i> 25-(Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı) <i>(2,27)</i> 27-(Ana metal sanayi) <i>(2,58)</i> 28-(Makine ve teçhizatı hariç; fabrikasyon metal ürünleri imalatı) <i>(1,96)</i> 29-(Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat imalatı) <i>(1,33)</i> 31-(Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine ve cihazların imalatı) <i>(2,61)</i> 34-(Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı römork imalatı) <i>(4,51)</i> 35-(Diğer ulaşım araçlarının imalatı) <i>(2,03)</i>

“EK 2 Devam”

İBBS Düzey 2 Bölgeler	Kümelenme Tespit Edilen Sektörler
TR51-Ankara	22-(Basım ve yayım; plak, kaset ve benzeri kayıtlı medyanın çoğaltılması) <i>(1,53)</i> 32-(Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı) <i>(2,12)</i> 33-(Tıbbi aletler; hassas ve optik aletler ile saat imalatı) <i>(2,79)</i> 36-(Mobilya imalatı; başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalatlar) <i>(1,32)</i>
TR52-(Konya, Karaman)	15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) <i>(2,02)</i> 27-(Ana metal sanayi) <i>(1,64)</i> 29-(Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat imalatı) <i>(1,78)</i> 34-(Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı römork imalatı) <i>(1,90)</i>
TR61-(Antalya, Isparta, Burdur)	KÜMELENME TESPİT EDİLEMEMİŞTİR.
TR62-(Adana, Mersin)	24-(Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı) <i>(1,43)</i>
TR63-(Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye)	17-(Tekstil ürünleri imalatı) <i>(1,91)</i> 20-(Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden, örülerek yapılan eşyaların imalatı) <i>(1,36)</i> 27-(Ana metal sanayii) <i>(5,15)</i>
TR71-(Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir)	15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) <i>(1,33)</i> 29-(Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat imalatı) <i>(1,89)</i> 34-(Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı römork imalatı) <i>(1,54)</i>
TR72-(Kayseri, Sivas, Yozgat)	36-(Mobilya imalatı; başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalatlar) <i>(4,54)</i>
TR81-(Zonguldak, Karabük, Bartın)	20-(Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden, örülerek yapılan eşyaların imalatı) <i>(1,58)</i> 27-(Ana metal sanayii) <i>(10,59)</i> 35-(Diğer ulaşım araçlarının imalatı) <i>(3,03)</i>
TR82-(Kastamonu, Çankırı, Sinop)	15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) <i>(1,49)</i> 20-(Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden, örülerek yapılan eşyaların imalatı) <i>(4,95)</i>

"EK 2 Devam"

İBBS Düzey 2 Bölgeler	Kümelenme Tespit Edilen Sektörler
TR83-(Samsun, Tokat, Çorum, Amasya)	15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) (1,57) 20-(Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden, örülerek yapılan eşyaların imalatı) (1,80) 26-(Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı) (1,52) 33-(Tıbbi aletler; hassas ve optik aletler ile saat imalatı) (1,78)
TR90-(Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane)	15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) (3,09) 20-(Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden, örülerek yapılan eşyaların imalatı) (1,99)
TRA1-(Erzurum, Erzincan, Bayburt)	15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) (1,68)
TRA2-(Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan)	15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) (1,55)
TRB1-(Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli)	15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) (1,46) 17-(Tekstil ürünleri imalatı) (1,25)
TRB2-(Van, Muş, Bitlis, Hakkâri)	KÜMELENME TESPİT EDİLEMEMİŞTİR.
TRC1-(Gaziantep, Adıyaman, Kilis)	15-(Gıda ürünleri ve içecek imalatı) (1,53) 17-(Tekstil ürünleri imalatı) (4,13) 19-(Derinin tabaklanması ve işlenmesi; bavul, el çantası, saraçlık, koşum takımı ve ayakkabı imalatı) (1,70) 25-(Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı) (1,28)
TRC2-(Şanlıurfa, Diyarbakır)	KÜMELENME TESPİT EDİLEMEMİŞTİR.
TRC3-(Mardin, Batman, Şırnak, Siirt)	KÜMELENME TESPİT EDİLEMEMİŞTİR.

Kaynak: TÜİK, İş İstatistikleri, Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri, 2003-2008 verileri kullanılarak yazar tarafından hesaplanan değerlerdir. Parantez içindeki koyu ve italik rakamlar yerelleşme katsayılarının dönem ortalamalarını ifade etmektedir.

EK 3: Bölgesel Sınıflandırma Sistemi NUTS (İBBS) Düzey 2

TR	Türkiye
TR10	İstanbul
TR21	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli
TR22	Balıkesir, Çanakkale
TR31	İzmir
TR32	Aydın, Denizli, Muğla
TR33	Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak
TR41	Bursa, Eskişehir, Bilecik
TR42	Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova
TR51	Ankara
TR52	Konya, Karaman
TR61	Antalya, Isparta, Burdur
TR62	Adana, Mersin
TR63	Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye
TR71	Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir
TR72	Kayseri, Sivas, Yozgat
TR81	Zonguldak, Karabük, Bartın
TR82	Kastamonu, Çankırı, Sinop
TR83	Samsun, Tokat, Çorum, Amasya
TR90	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane
TRA1	Erzurum, Erzincan, Bayburt
TRA2	Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan
TRB1	Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli
TRB2	Van, Muş, Bitlis, Hakkâri
TRC1	Gaziantep, Adıyaman, Kilis
TRC2	Şanlıurfa, Diyarbakır
TRC3	Mardin, Batman, Şırnak, Siirt

Kaynak: TÜİK

EK 4: NACE (EFİS) Rev. 1.1 İmalat Sanayii Sınıflandırma Sistemi

<i>D - İmalat</i>	
15	Gıda ürünleri ve içecek imalatı
16	Tütün ürünleri imalatı
17	Tekstil ürünleri imalatı
18	Giyim eşyası imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanması
19	Derinin tabaklanması ve işlenmesi; bavul, el çantası, saraçlık, koşum takımı ve ayakkabı imalatı
20	Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden, örülerek yapılan eşyaların imalatı
21	Kâğıt hamuru, kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı
22	Basım ve yayım; plak, kaset ve benzeri kayıtlı medyanın çoğaltılması
23	Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıt imalatı
24	Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı
25	Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı
26	Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı
27	Ana metal sanayi
28	Makine ve teçhizatı hariç; fabrikasyon metal ürünleri imalatı
29	Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat imalatı
30	Büro makineleri ve bilgisayar imalatı
31	Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine ve cihazların imalatı
32	Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı
33	Tıbbi aletler; hassas ve optik aletler ile saat imalatı
34	Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı römork imalatı
35	Diğer ulaşım araçlarının imalatı
36	Mobilya imalatı; başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalatlar
37	Geri dönüşüm

Kaynak: TÜİK

EK 5: ISIC Rev. 3 İmalat Sanayii Sınıflandırma Sistemi

D	İmalat (15-37. Bölümler)
15	Gıda ürünleri ve içecek imalatı
16	Tütün ürünleri imalatı
17	Tekstil ürünleri imalatı
18	Giyim eşyası imalatı, kürkün işlenmesi ve boyanması
19	Derinin tabaklanması ve işlenmesi; bavul, el çantası, saraçlık, koşum takımı ve ayakkabı imalatı
20	Ağaç ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); hasır ve buna benzer, örülerek yapılan maddelerin imalatı
21	Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı
22	Basım ve yayım; plak, kaset ve benzeri kayıtlı medyanın çoğaltılması
23	Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıt imalatı
24	Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı
25	Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı
26	Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı
27	Ana metal sanayii
28	Makine ve teçhizatı hariç; metal eşya sanayii
29	Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat imalatı
30	Büro, muhasebe ve bilgi işleme makineleri imalatı
31	Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine ve cihazların imalatı
32	Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı
33	Tıbbi aletler; hassas ve optik aletler ve saat imalatı
34	Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı-römork imalatı
35	Diğer ulaşım araçlarının imalatı
36	Mobilya imalatı; başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalatlar
37	Yeniden değerlendirme

Kaynak: TÜİK