

T.C
SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ SAVUNMASI ve SÖZLÜ SINAV TUTANAĞI

Gönderen : İKTİSAT EABD Başkanlığı

Gönderilen : Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Enstitü Anabilim Dalımız ~~YÜKSEK LİSANS~~ / **DOKTORA** Programı öğrencisi
..... ~~HİDAYET KESKİN~~ tez çalışmalarını sonuçlandırmış ve
kurulan jüri önünde tezini savunmuştur. Sınav tutanağı aşağıdadır.
Tez Adı Değişikliği ~~YAPILDI~~ / **YAPILMADI**

Prof. Dr. Geybull RAMAZANOĞLU
İktisat Ana Bilim Dalı Bşk.

17/11/2009
Tarih

Enstitü Anabilim Dalı Başkanı

SINAV TUTANAĞI:

Jürimiz Lisansüstü Öğretim Yönetmeliği'nin 25./39. maddesi uyarınca 17.11.2009 SAHİ
günü saat 10.30... 'de toplanmış ve yukarıda adı geçen öğrencinin ..Kümelanme ve Sektörel
Başlantıları Açısından Isparta İli Orman Ürünleri Endüstrisinin Değerlendirilmesi
konulu tezini incelemiş ve yapılan sözlü sınav sonunda **OYBİRLİĞİ / OYÇOKLUĞU** ile aşağıdaki kararı
almıştır.

KABUL

RED

DÜZELTME

Tez Sınavı Jürisi	Ünvanı, Adı Soyadı	İmza
Başkan	Prof. Dr. İbrahim Gayer	
Üye	Yrd. Doç. Dr. Mehmet Karabırat	
Üye	Yrd. Doç. Dr. Bekir Sami Ögütörk	
Üye	Yrd. Doç. Dr. Musa Tarkoğlu	
Üye	Doç. Dr. Murat Ali Bulucu	

Yukarıda adı geçen öğrenci Sınav Tutanağı'nda belirtildiği üzere mezun olmaya **HAK KAZANMIŞTIR / KAZANMAMIŞTIR**.
Gereğini rica ederim.

ENSTİTÜ YÖNETİM KURULU KARARI :

Tarih:

Karar No:

Enstitü Müdürü

MADDE-25 Tez Sınavının tamamlanmasından sonra Jüri tez hakkında salt çoğunlukla "KABUL", "RED", veya "DÜZELTME" kararı verir. Bu karar, Enstitü Anabilim Dalı Başkanlığınca tez sınavını izleyen üç gün içinde ilgili Enstitüye tutanakla bildirilir. Tezi reddedilen öğrencinin Enstitü ile ilişkisi kesilir. Tezi hakkında düzeltme kararı verilen öğrenci en geç üç ay içinde gereğini yaparak tezini aynı jüri önünde yeniden savunur. Bu savunma sonunda da tezi kabul edilmeyen öğrencinin Enstitü ile ilişkisi kesilir. Düzeltme alan öğrenci bir sonraki dönemde kayıt yaptırmak zorundadır.

MADDE-39 Tez Sınavının tamamlanmasından sonra Jüri tez hakkında salt çoğunlukla "KABUL", "RET" veya "DÜZELTME" kararı verir. Bu karar, Anabilim Dalı Başkanlığınca tez sınavını izleyen üç gün içinde ilgili Enstitüye tutanakla bildirilir. Tezi reddedilen öğrencinin Yüksek Öğretim Kurumu ile ilişkisi kesilir. Tezi hakkında düzeltme kararı verilen öğrenci en geç altı ay içinde gereğini yaparak tezini aynı jüri önünde yeniden savunur. Bu savunma sonunda da tez kabul edilmeyen öğrencinin Enstitü ile ilişkisi kesilir.

Bu tez Süleyman Demirel Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından 1810-D-09 No'lu proje ile desteklenmiştir.

ÖNSÖZ

Yüzünü güneşe çeviren insan, gölge görmez.

Helen Keller

Bilimsel araştırmalar bazen karmaşık bazen de zorlu bir süreç içerisinde ilerler. Araştırmacılar teorilerin arasında yol alırken tek başlarına adım atmazlar. Bu tez çalışması için atılan adımlarda Süleyman Demirel Üniversitesi İktisat Bölümündeki tüm akademisyenler her zaman yanımda yer aldılar. Dolayısıyla ilk teşekkürü onlar hak etmektedir.

İkinci olarak anketleri cevaplayarak bu tezin tamamlanmasını mümkün kılan tüm katılımcı firmalara ve tüm görüşülen kişilere sabırlarından dolayı teşekkür ederim.

Çalışma konusu hakkındaki uzman görüşlerini ve fikirlerini benimle paylaşan Yrd. Doç.Dr. Abdullah SÜTÇÜ'ye yaptığı katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Anketin uygulanması konusunda bana yardımcı olan ve çalışma sürecim boyunca benden destek ve ilgilerini esirgemeyen sevgili arkadaşlarım Arş. Gör. Canan ŞENTÜRK'e, Arş. Gör. Onur SUNGUR'a, Arş. Gör. Aykut SEZGİN'e, ve Arş. Gör. Onur DEMİREL'e çok teşekkür ederim.

Tezim ile ilgili değerli görüşlerini benimle paylaşan, katkılarını esirgemeyen ve yoğun çalışma temposu içinde bana vakit ayıran Yrd. Doç. Dr. Hakan DEMİRGİL'e çok teşekkür ederim.

Akademik hayatımın başından beri benden ilgisini ve desteğini esirgemeyen, sabırla beni yetiştiren ve böyle zevkli bir konuda tez hazırlama şansını bana veren, tezimle ilgili bitmek bilmez sorularımı sabırla dinleyen ve cevaplayan, beni bu ve diğer tüm çalışmalarımnda destekleyen ve düşünceleri ile aydınlatan, bu noktaya gelmeyi borçlu olduğum insana, sevgili ve değerli hocam Doç. Dr. Murat Ali DULUPÇU'ya çok ama çok teşekkür ederim.

Bu tez Süleyman Demirel Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi (BAP) tarafından 1810-D-09 No'lu proje ile desteklenmiştir. Desteklerinden dolayı BAP yönetimine teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca Isparta Ticaret ve Sanayi Odası'nın sektörel araştırma kapsamında araştırmacı olarak görev aldığım Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi raporundaki araştırmacıları da şükranlarımı sunarım.

Hidayet KESKİN

2 Kasım 2009, Isparta

ÖZET

KÜMELENME VE SEKTÖREL BAĞLANTILARI AÇISINDAN ISPARTA İLİ ORMAN ÜRÜNLERİ ENDÜSTRİSİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Hidayet KESKİN

Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisat Bölümü Doktora Tezi,
434 Sayfa, Kasım 2009

Danışman: Doç. Dr. Murat Ali DULUPÇU

Günümüzde küreselleşme süreci, yeni üretim süreçlerinin ortaya çıkması ve teknolojik gelişmeler bölgesel kalkınma politikalarını yeniden şekillendirmektedir. İş dünyasındaki aynı ve/veya ilişkili sektörlerdeki firmaların yakın fiziksel mesafede faaliyet gösterme ve yerleşme eğilimleri, bu yeni politikalar üzerinde etkili olmaktadır. Gittikçe artan küresel rekabete uyum sağlama ihtiyacı ve ekonomilerini yerleşmiş firma grupları üzerine kuran gelişmiş bölge örnekleri, yerel, bölgesel ve ulusal yönetimlerin, girişimci kümelenmeler üzerine kurulan politikalara yönelmelerine neden olmuştur.

Bölgesel politikalarda daha önceki dönemlerde sanayileşme temel amaç iken artık bölgesel politikalarla rekabet gücünü artırmak uygulanan politikaların temel amacı konumundadır. Merkezi politikalarla özel sektörünün rekabet gücünün geliştirilmesinde kümelenmelere dayalı sanayi politikaları ve yerel yatırım ortamlarının iyileştirilmesi kritik bir öneme sahiptir. Hentüz Türkiye'nin ekonomi politikaları gündeminde yeni yeni yerini almaya başlayan kümelenme yaklaşımı, dünyada özellikle gelişmiş ülkelerin ekonomi politikalarında son yirmi yıldan bu yana önemi giderek artan biçimde yerini almıştır. Özel sektöre dayalı bir ekonominin büyüme ve kalkınma potansiyelinin firmaların küresel ve yerel pazarlarda rekabet edebilme potansiyeline bağlı olduğu göz önüne alındığında kümelenme yaklaşımının önemi de daha iyi kavranmaktadır.

Bu çerçevede, çalışmada öncelikle küreselleşmenin şekillendirdiği yeni ekonomi ve bilginin doğasındaki dönüşüm, küreselleşme yerleşme paradoksu, küyerelleşme olguları incelenmiş, bu bağlamda bölgesel politika ve modellerde yaşanan değişim araştırılmıştır. İkinci olarak Kümelenme yaklaşımının teorik temelleri değerlendirilmiş ve kümelenme ile ilgili Dünya'daki ve Türkiye'deki uygulamalara yer verilmiştir. Çalışmada üçüncü olarak Orman Ürünleri Endüstrisi ve ulusal/küresel eğilimler genel hatları ile araştırılmıştır. Dördüncü olarak ise hem Isparta ekonomisinin genel özellikleri hem de ilde yer alan Orman Ürünleri Endüstrisi ayrıntılı olarak incelenmiş ve değerlendirilmiştir. İlerdeki Orman Ürünleri Endüstrisinin değerlendirilmesinde mevcut verilerden, sektör işletmelerine uygulanan anket çalışması ve mülakat bulgularından yararlanılmıştır. Böylelikle tezin uygulama ölçeğini oluşturan Isparta İli Orman Ürünleri Endüstrisi kapsamında yapılacak analize temel oluşturulması sağlanmıştır. Beşinci olarak da Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi, stratejik ilişkileri ve rekabet gücü incelenmiştir. Bu inceleme için Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Kümelenmesinin Pajek programı kullanılarak network analizleri yapılmış ve kümelenmenin aktörleri arasındaki bağlantıları gösteren kümelenme haritaları çizilmiştir. Daha sonra Kümelenmenin karakteristik özellikleri istatistiksel analiz yapılarak ve SPSS programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. En son olarak da kümelenmeye Porter'in "Karo" modeli uygulanarak iş kümelenmesi analizi yapılmıştır.

Çalışma iki temel amaca hizmet etmektedir. Birincisi, araştırılan kümelenmenin; Isparta orman ürünleri endüstrisi kümelenmesinin profilini belirlemektir. İkinci amaç İş kümelenmesi analizi ile kümelenmenin rekabetçi avantajları ve dezavantajlarını belirleyerek kümelenmenin geliştirilmesi için neler yapılabileceği, eksikliklerinin neler olduğu ve nasıl giderileceğinin belirlenmesidir.

Tezin temel sonucu; Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Kümelenmesi gizli ve gelişmemiş kümelenme profili çizmekte, dikey kümelenme baskın bir karakteristik sergilemektedir. Dolayısıyla kamu politikası yatay kümelenmeyi güçlendirecek biçimde şekillenerek dikey-yatay ilişkileri bütünleşik olarak geliştirmelidir.

Anahtar Kelimeler: Kümelenme Yaklaşımı, Bölgesel Kalkınma, Isparta Ekonomisi, Orman Ürünleri Endüstrisi, Rekabetçilik, Rekabetçi Avantaj, İş Kümelenmeleri, Karo Modeli.

ABSTRACT

THE ASSESSMENT OF THE FOREST PRODUCTS INDUSTRY IN THE PROVINCE OF ISPARTA IN THE CONTEXT OF CLUSTERING AND SECTORAL NETWORKS

Hidayet KESKİN

Süleyman Demirel University, Department of Economics, Ph. D.,
434 Pages, November 2009

Supervising Professor: Assoc. Prof. Dr. Murat Ali DULUPÇU

The process of globalisation, the emergence of new production processes and technological developments have recently reconfigured regional development policies. The tendencies of similar and/or related enterprises in the business environment to operate and settle geographically proximity have been effective on these new policies. The need to accommodate the ever increasing global competition and the instances of developed regions that establish their economies on localised groups of enterprises have caused local, regional and national administrations to incline the policies formalised on entrepreneurial clusters.

While industrialisation was the fundamental goal of regional policies in previous periods, it is now to foster competitive power through regional policies. The cluster based industrial policies for the development of competitive power of private sector through centralised policies and the enhancement of local investment environments have critical importance. The recently engagement of clustering in the economic policies of Turkey has been increasingly discussed for economic policies of the whole world, especially of developed countries. As the fact that the growth and development potential of an economy based on private sector depend on the potential of enterprises to compete in global and local markets is taken into account the significance of clustering could be grasped better.

In this framework, the phenomenon of new economy shaped by globalisation and the transformation of nature of knowledge, the globalisation-localisation paradox, and glocalisation are examined in the study; in this context the alterations in regional policies and models are investigated. Secondly, the theoretical foundations of clustering are assessed and the clustering related applications in the world and in Turkey are analysed. Thirdly, the Forest Products Industry and national/global trends are explored in general. Fourthly, both the general characteristics of the economy of the province of Isparta and the Forest Products Industry located in the province are studied and evaluated in detail. In the evaluation of the provincial Forest Product Industry the available data, the survey applied on the enterprises performing in the sector and interview findings are utilised. In this way the basics of the analysis of the Forest Products Industry of the province of Isparta that constitutes the empirical scope of the dissertation is provided. Fifthly, the Clustering of Forest Products Industry of the province of Isparta, strategic relations and competitive power are analysed. In the network analyse of the Clustering of Forest Products Industry of the province of Isparta the Pajek software is utilized and the clustering maps displaying the connections among the actors of the cluster are drawn. Afterwards the characteristics of the Cluster are analysed statistically through SPSS statistical software. Finally the business cluster analyse is made with the application of Porter's 'Diamond' model.

The study primarily serves to two major goals. The first goal is to determine the profile of the clustering analysed, namely the clustering of forest products industry of the province of Isparta. Second goal is to designate what would be done for the development of the clustering, what are the deficiencies and how these deficiencies would be remedied through ascertaining the competitive advantages and disadvantages of the cluster with a business cluster analysis.

The fundamental finding of the dissertation is that the Clustering of Forest Products Industry of the Province of Isparta has an impression of hidden and under-developed cluster, and exhibits a vertical-clustering dominant characteristic. Therefore public policy should be formalized in order to strengthen horizontal clustering for the integrated development of vertical-horizontal relations.

Keywords: Clustering, Regional Development, Economy of Isparta, Forest Product Industry, Competitiveness, Competitive Advantage, Business Clusters, Diamond Model

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT	iv
İÇİNDEKİLER	v
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xiv
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xviii
ÇİZELGELER DİZİNİ	xxii

GİRİŞ

GİRİŞ	1
Çalışmanın Konusu, Gerekçesi ve Önemi	7
Çalışmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi.....	7
Çalışmanın Varsayımları ve Kısıtları.....	9

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜRESELLEŞMENİN YEREL EKONOMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

1.1. Küreselleşme ile Değişen Ekonomi Paradigması	11
1.1.1. Küreselleşme ve Yeni Ekonomi.....	12
1.1.2. Yeni Ekonomide Rekabetin Değişen Doğası.....	18
1.1.3. Bilgi Ekonomisi ve Bilginin Doğasındaki Değişim.....	24
1.1.4. Değişen Paradigmalar Karşısında Geleneksel Sektör ve Az Gelişmiş Bölgeleri Yeniden Düşünmek	28
1.1.5. Yeni Paradigmaların Pratiğe Yansıması: Bölgesel Politikalardaki Yeni Açılımlar	34
1.1.6. Küreselleşme-Yerelleşme Paradoksu ve Küyerelleşme.....	38

1.1.6.1. Küreselleşme, Bölgeselleşme, Yerelleşme ve Bir Sentez: “Küyerelleşme”	39
1.1.6.2. Küreselleşme Sürecinde Bölgenin Üretim Sistemindeki Yeri	40
1.2. Bölgesel Politikalarındaki ve Modellerdeki Değişim	45
1.2.1. Bölgesel Politika Tasarımında Değişim: Amaç, Araç ve Yöntemler	45
1.2.1.1. Kalkınma ve Bölgesel Kalkınma	46
1.2.1.2. Bölgesel Kalkınmada Yeni Yönelimler	55
1.2.2. Mekansal Modeller ve Yeni Bölge Tipolojisi	65
1.2.2.1. Yenilikçi Çevre	67
1.2.2.2. Endüstriyel Bölge.....	69
1.2.2.3. Yeni Sanayi Odakları	71
1.2.2.4. Öğrenen Bölge	72
1.2.2.5. Bölgesel Yenilik Sistemleri	73
1.2.3. Türkiye’de Bölgesel Politika ve Küreselleşmenin Etkileri.....	77
1.2.3.1. Türkiye’de Bölgesel Politikaların Gelişimi	77
1.2.3.2. Türkiye’de Kalkınma Planlarında Bölgesel Politikalar	80
1.2.3.3. Küreselleşmenin Bölgesel Politikalar Üzerindeki Etkileri	91

İKİNCİ BÖLÜM

BÖLGESEL KALKINMA MODELİ OLARAK TEORİ VE UYGULAMADA KÜMELENME

2.1. Kümelenme Kavramının Ortaya Çıkışı ve Tanımı	99
2.1.1. Kavramın Ortaya Çıkışı	99
2.1.2. Kümelenmenin Tanımı.....	100
2.2. Kümelenme Özellikleri ve Aşamaları.....	103
2.3. Kümelenme Tipleri	104

2.4. Kümelenme Yaklaşımının Temelleri	109
2.5. Kümelenmenin Elemanları.....	112
2.5.1. Kümelenmeleri Oluşturan Aktörler.....	112
2.5.2. Kümelenmelerin Unsurları.....	113
2.6. Kümelenmenin Temel Avantajları	117
2.6.1. Kümelenme ve İnovasyon İlişkisi.....	117
2.6.2. Kümelenme ve Rekabet Gücü İlişkisi.....	121
2.7. Kümelenmenin Başarı Faktörleri ve Olası Problemler	125
2.7.1. Kümelenmenin Başarı Unsurları.....	126
2.7.2. Kümelenmelerde Ortaya Çıkabilecek Olası Problemler	127
2.8. Kümelenmeye Dayalı Politika Tasarımı ve Bölgesel Kalkınma.....	128
2.9. Kümelenme Literatürü	131
2.9.1. Kümelenme ile İlgili Literatür Taraması: Uluslararası Çalışmalar.....	132
2.9.2. Kümelenme ile İlgili Literatür Taraması: Türkiye'deki Çalışmalar	148
2.10. Kümelenme Çalışmaları: Dünya'dan Bazı Örnekler	155
2.10.1. Fransa	159
2.10.2. Almanya	164
2.10.3. Brezilya	166
2.11. Türkiye'de Kümelenme Çalışmaları	167
2.11.1. Kümelenme ile İlgili Faaliyetler	168
2.11.2. Türkiye'de Sektörel Kümelenmeler.....	173
2.12. Kümelenme Teorisine Getirilen Eleştiriler	174
2.13. Kümelenmelerin Az Gelişmiş Bölgelerde Karşılaştığı Engeller	175

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ORMAN ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ: ULUSAL VE KÜRESEL EĞİLİMLER

3.1. Orman Ürünleri Endüstrisi.....	181
3.1.1. Sektörün Tanımı.....	182
3.1.2. Ürün Deseni ve Sınıflandırması.....	182
3.1.3. Isparta Bağlamında Üretim Teknolojisi.....	187
3.1.3.1. Üretim Teknolojisi ve Süreçleri.....	187
3.1.3.2. Değer Zinciri.....	189
3.1.4. Orman Ürünleri Endüstrisinin Tarihsel Olarak Gelişimi.....	190
3.2. Dünyada Orman Ürünleri Sektöründeki Durum ve Küresel Eğilimler.....	192
3.2.1. Küresel Orman Ürünleri Endüstrisi: Endüstri Profili.....	194
3.2.1.1. Piyasa Tanımlaması.....	195
3.2.1.2. Piyasa Değeri.....	196
3.2.1.3. Piyasa Hacmi.....	197
3.2.2. Pazar Trendleri ve Üretim Teknolojisindeki Gelişim.....	197
3.2.3. Ürün Çeşitlerine Göre Piyasa Bölümlemesi.....	198
3.2.4. Küresel Orman Ürünlerinin Bölgelere Göre Pazar Payları.....	199
3.2.5. Küresel Orman Ürünleri Piyasasındaki En Büyük Firmalar ve Pazarın Belirleyicileri.....	199
3.2.6. AB Ülkelerinde Orman Ürünleri Endüstrisi.....	201
3.2.7. Fuar ve Benzeri Organizasyonlar.....	203
3.2.8. Orman Ürünleri Endüstrisinde Yapısal Değişimler: Şirket Birleşmeleri...	206
3.2.9. Sektörün Kısıt ve Tehditleri.....	207
3.3. Türkiye’de Orman Ürünleri Endüstrisi Sektörünün Yapısal Durumu.....	209
3.3.1. Türkiye’de Orman Ürünleri Endüstrisinin Önemi.....	209

3.3.2. Türkiye’de Orman Ürünleri Endüstrisi’nin Tarihsel Gelişimi.....	210
3.3.3. Türkiye’de Orman Ürünleri Endüstrisinin Durumu.....	211
3.3.3.1. Türkiye’de Orman Ürünleri Endüstrisinin Arz ve Talep Açısından Değerlendirilmesi.....	211
3.3.3.2. Türkiye Orman Ürünleri Endüstrisindeki Diğer Aktörler.....	219
3.3.4. Politika ve Plan Dokümanları Açısından Değerlendirme	222
3.3.4.1. Kalkınma Planları Açısından Değerlendirme	223
3.3.4.2. Strateji, Program ve Politika Açısından Değerlendirme	234
3.3.4.3. AB’ye Uyum ile İlgili Dokümanlar Açısından Değerlendirme	236
3.3.5. AB Müktesebatı ve Uyum Düzeyi	237

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ISPARTA EKONOMİSİ VE ISPARTA ORMAN ÜRÜNLERİ ENDÜSTRİSİ: YEREL KALKINMADAKİ ROLÜ ve MEVCUT DURUM

4.1. Isparta Ekonomisinin Genel Görünümü.....	245
4.1.1. Sanayi ve Ticaret.....	252
4.1.2. Tarım ve Hayvancılık.....	258
4.1.3. Ekonomik ve Mali Göstergeler	259
4.1.4. İstihdam ve İşsizlik	262
4.2. Isparta’da Orman Ürünleri Endüstrisi	262
4.3. Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinin Yapısal Öğelerinin Analizi.....	264
4.3.1. Araştırma Yöntemi.....	264
4.3.2. Ölçek Yapısı.....	266
4.3.3. Üretim ve Teknoloji	267
4.3.4. Hammadde Kaynakları.....	268
4.3.5. Pazarlama Yapısı.....	269

4.3.6. İnsan Kaynakları ve Beşeri Sermaye Yapısı	271
4.3.7. Yönetim ve Organizasyon Yapısı	272
4.3.8. Finansman	275
4.4. Isparta’da Sektörün Mevcut Durumu, Sorunları ve Fırsatları.....	275
4.4.1. Sektörün Mevcut Durumu.....	276
4.4.1.1. Firma Ölçekleri	276
4.4.1.2. Üretim Teknolojisi	278
4.4.1.3. Pazardaki Konumlar (Yerel, Bölgesel, Ulusal, Uluslar arası)	280
4.4.1.4. Mevcut Ürün Deseni	282
4.4.1.5. Yeni Ürün Geliştirme Çabaları	283
4.4.1.6. Firmaya Dayalı Veriler (İstihdam, Üretim)	285
4.4.1.7. SWOT Analizi.....	292
4.4.2. Sektörün Sorunları	297
4.4.2.1. Değer Zinciri ve Eksik Parçalar	298
4.4.2.2. Fizibilite Yaklaşımı Açısından Avantajlı ve Dezavantajlı Yerel Unsurlar	299
4.4.2.3. Teknolojik Durumdaki Açmazlar ve Ortak Teknoloji Kullanımı.....	299
4.4.2.4. Genel Olarak Sektörün Karşılaştığı Sorunlar.....	301
4.4.3. Sektörün Fırsatları.....	303
4.4.3.1. Çıktı ve Ürünlerin Standardı	303
4.4.3.2. Rakiplerin Analizi	305
4.4.3.3. Girdilerin Analizi	308
4.4.3.4. Katma Değeri Artırma Yolları	309
4.4.3.5. Sektörün Fırsatları ve Stratejik Üstünlükleri.....	313
4.4.4. İlişkiler ve Farkındalık	315

4.4.4.1. Paydaşlarla Olan İlişkiler	315
4.4.4.2. Yerel Aktörlerin Bakış Açısı.....	316
4.4.4.3. Sektörün Kendi Arasındaki İlişkisi	317
4.4.4.4. Kamusal Desteklerden Yararlanma ve Farkındalık	317
4.5. Isparta Orman Ürünleri Endüstrisine İlişkin Değerlendirme	319

BEŞİNCİ BÖLÜM

ISPARTA ORMAN ÜRÜNLERİ ENDÜSTRİSİNİN KÜMELENME ANALİZİ

5.1. Rekabet Gücü, Kümelenme ve Stratejik İlişkiler.....	322
5.2. Araştırmanın Amacı	323
5.3. Araştırmanın Yöntemi.....	324
5.3.1. Araştırma Evreni ve Örneklem	324
5.3.2. Kümelenme Analizi İle İlişkili Kavramlar ve Değişkenler.....	326
5.3.3. Varsayımlar	328
5.3.4. Araştırma Verileri	329
5.4. Bulgular.....	330
5.4.1. Kümelenme Haritaları	330
5.4.1.1. Makine Ve Ekipman Kullanımında Kümelenme Düzeyi	331
5.4.1.2. Hammadde Kullanımında Kümelenme Düzeyi	334
5.4.1.3. Yarımamül Kullanımında Kümelenme Düzeyi	336
5.4.1.4. Hammadde Girdileri-Orman İşletme Müdürlükleri Açısından Kümelenme Düzeyi.....	339
5.4.1.5. Müşteri Firmalar Açısından Kümelenme Düzeyi	342
5.4.1.6. Müşteri Firmaların Yerleşim Yeri (İli) Açısından Kümelenme Düzeyi	344
5.4.1.7. Rakip Firmalar Açısından Kümelenme Düzeyi	347

5.4.1.8. Rakip Firmaların Yerleşim Yeri (İli) Açısından Kümelenme Düzeyi	349
5.4.1.9. En Fazla Ticari İlişkide Buldukları (Ciro Düzeyi) İşletmeler Açısından Kümelenme Düzeyi	351
5.4.1.10. En Fazla Ticari İlişkide Buldukları (Ciro Açısından) İşletmelerin Yerleşim Yeri (İli) Açısından Kümelenme Düzeyi	354
5.4.1.11. Isparta Orman Ürünleri Kümelenmesi Haritalarının Çap(Diameter) ve Yoğunluk(Density) Değerleri	358
5.4.2. İstatistiksel Analiz	359
5.4.2.1. Tanımlayıcı İstatistikler	359
5.4.2.2. Hipotezler	362
5.4.2.3. Korelasyon Analizi	363
5.4.2.4. Varyans Analizi-(Anova)	367
5.5. Uygulama Sonuçlarının Değerlendirilmesi	368
5.6. Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi İş Kümelenmesi Analizi	368
5.6.1. Faktör Şartları	370
5.6.1.1. Yer	370
5.6.1.2. Fiziksel Kaynaklar ve Altyapı Olanakları	371
5.6.1.3. İnsan kaynakları	371
5.6.1.4. Bilgi Kaynakları	372
5.6.1.5. Sermaye İmkanları	373
5.6.2. Firma Stratejileri ve Rekabet	374
5.6.2.1. Rekabet	375
5.6.2.2. Yeni Firma Oluşumu	376
5.6.2.3. Firma Stratejileri	376
5.6.2.4. Firma Yapısı	377
5.6.3. Talep Şartları	377

5.6.4. İlgili ve Destekleyici Sektörler	379
5.6.5. Kamu Kurumları ve İşbirliği Yapılan Kurumlar.....	381
5.6.6. Porter'in Karo Modeli İle Değerlendirme.....	381
5.6.7. Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi İş Kümelenmesi SWOT Analizi.....	386
5.6.8. İş Kümelenmesi Analizinin Değerlendirilmesi.....	388

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME.....	391
KAYNAKÇA.....	404
EKLER.....	422
EK-1: ISPARTA İLİ AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ BİLGİ ANKETİ	422
EK-2: ISPARTA İLİ AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ KÜMELENME ANKETİ.....	428
EK-3: FİRMA LİSTESİ.....	432
ÖZGEÇMİŞ	433

KISALTMALAR DİZİNİ

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ABİGEM	Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezi
APEC	Asya Pasifik Ekonomi Birliği
AR-GE	Araştırma Geliştirme
AT	Avrupa Topluluğu
BİT	Bilgi ve İletişim Teknolojileri
BKA	Bölgesel Kalkınma Ajansları
Bkz.	Bakınız
BYKP	Beş Yıllık Kalkınma Planı
CART	Karlsruhe Otomotiv Araştırmaları Merkezi
CAT	Türkiye'nin Rekabetçi Avantajı Platformu
CIADT	Fransa Bakanlıklararası Bölgesel Planlama ve Geliştirme Komitesi
ÇED	Çevresel Etki Değerlendirmesi
DAP	Doğu Anadolu Projesi
DPT	Devlet Planlama teşkilatı
DTM	Dış Ticaret Müsteşarlığı
EDAM	Ekonomi ve Dış Politika Araştırmalar Merkezi
ERDF	Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu
EURADA	Avrupa Kalkınma Ajansları Birliği
GAP	Güneydoğu Anadolu Projesi

GFPM	Küresel Orman Ürünleri Modeli
GIS	Coğrafi Bilgi Sistemi
GİDEM	Girişimci ve Destekleme Merkezleri
GPS	Küresel Konum Belirleme Sistemi
GREMI	Yenilikçi Çevre İçin Avrupa Araştırma Grubu
GSİS	Genel Sanayi İşyerleri Sayımı
GSYİH	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
ICT	Fraunhofer Kimya Teknolojileri Enstitüsü
INRA	Fransa Ulusal Tarımsal Araştırma Enstitüsü
ISIC	Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslar arası Standart Sanayi Sınıflandırması
ITSO	Isparta Ticaret ve Sanayi Odası
IWM	Fraunhofer Malzeme Mekaniği Enstitüsü
İBBS	İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması
İDT	İktisadi Devlet Teşekkülleri
İŞKUR	Türkiye İş Kurumu
JICA	Japonya Uluslar arası İşbirliği Ajansı
KDV	Katma Değer Vergisi
KIT	Karlsruhe Teknoloji Enstitüsü
KOB	Katılım Ortaklığı Belgesi
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KÖY	Kalkınmada Öncelikli Yörelere
KSS	Küçük Sanayi Sitesi

LBF	Fraunhofer Yapısal Sağlamlık ve Sistem Güvenliği Enstitüsü
LIGNA	Uluslar arası Ağaç İşleme Fuarı
MFİB	Merkezi Finans ve İhale Birimi
MIT	Massachusetts Teknoloji Enstitüsü
MÖ	Milattan Önce
NACE	Avrupa Topluluğu Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflandırması
NAFTA	Kuzey Amerika Ülkeleri Serbest Ticaret Anlaşması
NUTS	Bölge Birimleri Sınıflandırması
ODTÜ	Orta Doğu Teknik Üniversitesi
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
OGM	Orman Genel Müdürlüğü
OİM	Orman İşletme Müdürlükleri
ORÜS	Orman Ürünleri Sanayi Kurumu
OSB	Organize Sanayi Bölgeleri
OSEO-ANVAR	Fransız İnovasyon Girişimi
OÜE	Orman Ürünleri Endüstrisi
ÖUKP	Ön Ulusal Kalkınma Planı
RIS	Bölgesel İnovasyon Stratejileri
RITTS	Bölgesel Teknoloji Transfer Girişimleri
RS	Uzaktan Algılama
RTP	Bölgesel Teknoloji Planları
s.	Sayfa
SÇD	Stratejik Çevresel Değerlendirme
SEKA	Türkiye Selüloz ve Kağıt Fabrikaları İşletmesi

SITC	Uluslararası Standart Ticaret Sınıflaması
SPSS	Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi
SSK	Sosyal Sigortalar Kurumu
STK	Sivil Toplum Kuruluşları
SWOT	Güçlü Yönler-Zayıf Yönler- Fırsatlar-Tehditler
TDO	Tek Durak Ofisi
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TSE	Türk Standartları Enstitüsü
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği
UEA	Avrupa Mobilya Üreticileri Federasyonu
URAK	Ulusal Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği
vb.	Ve benzeri
vd.	Ve diğerleri
WEF	Dünya Ekonomik Formu
YDO	Yatırım Destek Ofisleri
yy.	Yüz Yıl

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.1 - ABD'de Üretkenlik Artışı (1972-2000)	15
Şekil 1.2 - Bilgi Malları ve Geleneksel Mallar Arasındaki Farklılıklar.....	17
Şekil 1.3 - İş Yapma Biçimini Değiştiren Üç Önemli Paradigma	19
Şekil 1.4 - Dünya'da İnternet Kullanıcılarının Dağılımı	20
Şekil 1.5 - Yeni Ekonominin Dönüştürücü Etkileri: Zaman ve Mekan Dönüşümü ..	24
Şekil 1.6 - Bölgesel Kalkınma Anlayışının Değişimi: Taban ve Tavan Etkileşimi...	57
Şekil 1.7 - İBBS Düzey-1 Bölgeleri.....	93
Şekil 1.8 - İBBS Düzey-2 Bölgeleri.....	94
Şekil 2.1 - Artan Getiriler ve Ekonomik Yerelleşme: Beş Teorik Perspektifin Karşılaştırılması	111
Şekil 2.2 - Porter'ın Kümelenme Modeli	115
Şekil 2.3 - Rekabet Avantajı Modeli.....	122
Şekil 2.4 - Fransa Kümelenme Örneği	162
Şekil 2.5 - Türkiye'de İller İtibariyle Sektörel Kümelenmeler.....	173
Şekil 3.1 - Orman Ürünleri Endüstrisinin Sınıflandırılması	185
Şekil 3.2 - Uluslararası Ticarete Konu Olan Odun Esaslı Ürünler	186
Şekil 3.3 - Kereste, Mobilya ve Yonga Levha Üretiminde Değer Zinciri	190
Şekil 3.4 - Dünyada Endüstriyel Odun Üretimi	193
Şekil 3.5 - Küresel Orman Ürünleri Çeşitlerine Göre Piyasa Bölümlemesi (2007 Yılı Değerleriyle)	198
Şekil 3.6 - Küresel Orman Ürünlerinin Bölgelere Göre Pazar Payları	199
Şekil 3.7 - AB 15'teki Orman Ürünleri Endüstrisi Değerleri	202
Şekil 3.8 - Ağaç Türlerine (a) ve Ülkelere (b) Göre İthalat Durumu.....	219

Şekil 4.1 - NUTS 2 TR61 İlleri Büyüme Rakamları.....	247
Şekil 4.2 - GSYİH'nin Sektörel Dağılım ve Karşılaştırması	249
Şekil 4.3 - İşletmelerin İşkollarına Göre Dağılımı.....	253
Şekil 4.4 - Isparta İli İhracat ve İthalat Rakamları	260
Şekil 4.5 - Firmaların Pazarlama Yöntemleri	269
Şekil 4.6 - Pazarlama Problemi – Kereste Sektörü	270
Şekil 4.7 - Pazarlama Problemi – Mobilya Sektörü.....	271
Şekil 4.8 - Mobilya Alt Sektörü - Kuşaklara Göre Firma Ölçekleri (Personel Sayısı İtibariyle).....	277
Şekil 4.9 - Kereste Alt Sektörü - Kuşaklara Göre Firma Ölçekleri (Personel Sayısı İtibariyle).....	278
Şekil 4.10 - Alt Sektörlere Göre Mevsimsel Üretim Oranları	279
Şekil 4.11 - Alt Sektörler İtibariyle Üretim Sistemleri	279
Şekil 4.12 - Sektörün Satış Pazarları.....	281
Şekil 4.13 - Gelecek 5 Yıl İçerisinde Yoğunlaşılacak Pazarlar	281
Şekil 4.14 - Yeni Ürün Geliştirme Kaynağı.....	284
Şekil 4.15 - Kereste Alt Sektörü İçin Atıl Kapasitenin Nedenleri	286
Şekil 4.16 - Mobilya Alt Sektörü İçin Atıl Kapasitenin Nedenleri.....	286
Şekil 4.17 - Kereste Alt Sektörü İçin Satış Güçlüğü'nün Nedenleri.....	287
Şekil 4.18 - Mobilya Alt Sektörü İçin Satış Güçlüğü'nün Nedenleri.....	287
Şekil 4.19 - Firma Yaş Gruplarına Göre Atıl Kapasite Nedenleri –Kereste.....	288
Şekil 4.20 - Firma Yaş Gruplarına Göre Atıl Kapasite Nedenleri –Mobilya.....	288
Şekil 4.21 - Çalışan Sayısına Göre Atıl Kapasitenin Nedenleri –Kereste	289
Şekil 4.22 - Çalışan Sayısına Göre Atıl Kapasitenin Nedenleri –Mobilya	289
Şekil 4.23 - Kereste Alt Sektörü İçin Çalışan Profilleri (Ortalama Değerler)	290
Şekil 4.24 - Mobilya Alt Sektörü İçin Çalışan Profilleri (Ortalama Değerler).....	290

Şekil 4.25 - Yan Sanayi.....	298
Şekil 4.26 - Ortalama Makine ve Teçhizat Yaşı – Kereste	300
Şekil 4.27 - Ortalama Makine ve Teçhizat Yaşı – Mobilya.....	300
Şekil 4.28 - Üretimde Herhangi Bir Kalite Belgesine Sahip Olma Durumu	303
Şekil 4.29 - Belge Almayı Düşünüyor musunuz?	304
Şekil 4.30 - Ürün Tasarımı.....	305
Şekil 4.31 - Pazarda Rekabet Var mı?	306
Şekil 4.32 - Rekabette Öncelik Sırası	307
Şekil 4.33 - Faaliyet Alanındaki En Önemli Rakipler	307
Şekil 4.34 - Stok Yapma Durumları.....	308
Şekil 4.35 - Hammadde Tedarik Sorunu.....	309
Şekil 4.36 - Yatırım Destek Teşviki alındı mı?.....	318
Şekil 4.37 - KOSGEB Desteği	319
Şekil 4.38 - Alınan KOSGEB Teşvik Türleri	319
Şekil 5.1 - Makine ve Ekipman Kullanımında Kümelenme Düzeyi.....	331
Şekil 5.2 - Hammadde Kullanımında Kümelenme Düzeyi.....	334
Şekil 5.3 - Yarımamül Kullanımında Kümelenme Düzeyi.....	337
Şekil 5.4 - Hammadde Girdileri-Orman İşletme Müdürlükleri Açısından Kümelenme Düzeyi	339
Şekil 5.5 - Hammadde Girdilerinin Dağılımı (Kereste Firmaları Açısından).....	340
Şekil 5.6 - Müşteri Firmalar Açısından Kümelenme Düzeyi.....	342
Şekil 5.7 - Müşteri Firmaların Yerleşim Yeri (İli) Açısından Kümelenme Düzeyi	345
Şekil 5.8 - Rakip Firmalar Açısından Kümelenme Düzeyi	347
Şekil 5.9 - Rakip Firmaların Yerleşim Yeri (İli) Açısından Kümelenme Düzeyi ...	350
Şekil 5.10 - En Fazla Ticari İlişkide Buldukları (Ciro Düzeyi) İşletmeler Açısından Kümelenme Düzeyi.....	352

Şekil 5.11 - En Fazla Ticari İlişkide Buldukları (Ciro Açısından) İşletmelerin Yerleşim Yeri (İli) Açısından Kümelenme Düzeyi	355
Şekil 5.12 - Karo Modeli.....	385

ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 1.1 - Personel Mobilitesi (Norveç Örneği)	26
Çizelge 1.2 - Yerel Ekonomik Gelişmenin Evrimi	29
Çizelge 1.3 - Yerel ve Bölgesel Ekonomik Gelişme ve Farklı Yatırımcı Türlerinin Teşviki.....	33
Çizelge 1.4 - Avrupa Birliği'nde Yıllara Göre BKA Kurulan Ülkeler.....	38
Çizelge 1.5 - Geleneksel ve Yeni Ekonomide Bölgesel Gelişme Araçları	54
Çizelge 1.6 - Bölgesel Kalkınma Anlayışında Değişim.....	59
Çizelge 1.7 - Geleneksel ve Yeni Bölgesel Kalkınma Anlayışı.....	61
Çizelge 1.8 - Altyapı Yatırımlarında Eski ve Yeni Paradigmalar.....	62
Çizelge 1.9 - Bölgesel Politika Açısından Yönetim ve Yönetişim	64
Çizelge 1.10 - Kitle Üretim Sistemleri ve Öğrenen Ekonomiler	73
Çizelge 1.11 - Mekansal Yenilik Modellerinin Temel Özellikleri	76
Çizelge 1.12 - Beş Yıllık Kalkınma Planlarında Bölgesel Politikalar	89
Çizelge 1.13 - İBBS Düzey-2 Bölgeleri.....	94
Çizelge 2.1 - Mikro-Mezo-Makro Düzeyde Kümelenmeler.....	106
Çizelge 2.2 - Kümelenme Tipleri ve Özellikleri	107
Çizelge 2.3 - Örnek Olay Analizi ve Girdi/Çıktı Analizi Yöntemlerinin Karşılaştırılması	112
Çizelge 2.4 - 1953-2004 Yılları Arasındaki Kümelenme Yayınları	132
Çizelge 2.5 - Kümelenme ile İlgili Literatür Taraması: Türkiye'deki Çalışmalar... 149	
Çizelge 2.6 - Bazı Ülkelerde Kümelenmeler ve Oluşum Tarihleri.....	156
Çizelge 2.7 - Almanya'da Bölgeler İtibariyle Kümelenme Örnekleri.....	165
Çizelge 2.8 - Az Gelişmiş Bölgelerde Kümelenmeleri Desteklemek İçin Bölgesel Faaliyetler Eylemler Menüsü	179

Çizelge 3.1 - Orman Ürünleri Endüstrisi için NACE ve ISIC Ürün Kodları.....	184
Çizelge 3.2 - OÜE İşletmelerinin Firma Büyüklüğüne Bağlı Uluslararası Karşılaştırması.....	194
Çizelge 3.3 - Küresel Orman Ürünleri Piyasa Değeri.....	196
Çizelge 3.4 - Küresel Orman Ürünleri Piyasa Hacmi	197
Çizelge 3.5 - Küresel Orman Ürünleri Piyasa Payı.....	200
Çizelge 3.6 - Dünya Mobilya Piyasasının Zirvesindeki İlk 10 Mobilya Üreticisi...	200
Çizelge 3.7 - Ağaç İşleme Makineleri, Ormancılık Ve Ahşap Ürünleri Endüstrisi Konusunda Dünyanın Önde Gelen Uluslararası Fuarları.....	203
Çizelge 3.8 - Ağaç İşleme Makineleri, Ormancılık Ve Ahşap Ürünleri Endüstrisi Konusunda Yurt-İçi Fuarlar	205
Çizelge 3.9 - OGM'nin Temel Faaliyetleri (2007)	212
Çizelge 3.10 - OGM'nin Gelecek Yönelimli Politika ve Beklentileri	213
Çizelge 3.11 - Türkiye'de Ormanların Mevcut üretim Durumu ve Arz-Talep Dengesi (2005 Rakamlarıyla).....	214
Çizelge 3.12 - Türkiye'deki Ormanların Mevcut Durumu ve Arz-Talep Dengesi..	216
Çizelge 3.13 - Türkiye'de Yuvarlak Odun Arz Kaynağına Göre Tüketim Durumu, (1000 m3).....	217
Çizelge 3.14 - Toplam Endüstriyel Odun ve Yakacak Odun Arz Talep Karşılaştırması.....	217
Çizelge 3.15 - Türkiye'de Orman Ürünleri Talep Durumu (Bin m ³ /Yıl-%)	218
Çizelge 3.16 - Türkiye'de İlk 500'e Giren Orman Ürünleri Endüstri İşletmeleri (2006-2007).....	220
Çizelge 3.17 - Sektörel Amaçlı Faliyet Gösteren Ulusal Sivil Toplum Kuruluşlarından Bazıları	222
Çizelge 3.18 - Ağaç Ve Ağaç Mantarı Ürünleri İmalatı (Mobilya Hariç); Saz, Saman Ve Benzeri Malzemelerden, Örülerek Yapılan Eşyaların İmalatı	225

Çizelge 3.19 - Orman Ürünleri Sanayi Sektörünün SWOT Analizi	226
Çizelge 3.20 - Mobilya Sanayi SWOT Analizi	232
Çizelge 4.1 - Bölge İlleri GSYİH'sinin Büyüme Hızları	250
Çizelge 4.2 - EDAM Raporu Endeksleri	251
Çizelge 4.3 - Isparta İlinde Öne Çıkan Sanayi Sektörleri	255
Çizelge 4.4 - Sektörel Büyüklükler	257
Çizelge 4.5 - 2008 Yılında İstihdamı Artıran ve Azaltan İşyerleri	262
Çizelge 4.6 - OÜE Isparta-Türkiye Karşılaştırması	264
Çizelge 4.7 - Örnekleme Dahil Olan Firmaların Alt Sektörlere Göre Dağılımı	266
Çizelge 4.8 - Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Firma Sayıları	268
Çizelge 4.9 - Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinde Kullanılan Ağaç Türleri ve Oranları	269
Çizelge 4.10 - Personel Sayısına Göre En Büyük 5 Firma	272
Çizelge 4.11 - Firma Yapısı	273
Çizelge 4.12 - Firma Yaşı	274
Çizelge 4.13 - Yöneticinin Eğitim Durumu	274
Çizelge 4.14 - Firma Çalışan Sayıları (Alt sektörler itibarıyla)	276
Çizelge 4.15 - Fire Oranları (%)	280
Çizelge 4.16 - Üretim Kapasitesi	285
Çizelge 4.17 - Kereste Maliyet Unsurları (%)	291
Çizelge 4.18 - Mobilya Maliyet Unsurları (%)	291
Çizelge 4.19 - Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi SWOT Analizi	292
Çizelge 4.20 - Isparta Orman Ürünleri, Ağaç İşleri Sektörünün Stratejik Üstünlükleri	315
Çizelge 5.1 - Makine ve Ekipman Kullanımında Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma	333

Çizelge 5.2 - Hammadde Kullanımı Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma	335
Çizelge 5.3 - Yarımamül Kullanımı Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma	338
Çizelge 5.4 - Hammadde Girdileri (OİM Açısından)Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma	341
Çizelge 5.5 - Müşteri Firmalar Açısından Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma	343
Çizelge 5.6 - Müşteri Firmaların Yerleşim Yeri Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma	346
Çizelge 5.7 - Rakip Firmalar Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma	348
Çizelge 5.8 - Rakip Firmaların Yerleşim Yeri (İli) Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma	351
Çizelge 5.9 - En Fazla Ticari İlişkide Buldukları İşletmelerin Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma	353
Çizelge 5.10 - En Fazla Ticari İlişkide Buldukları İşletmelerin Yerleşim Yeri (İli) Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma	357
Çizelge 5.11 - Isparta Orman Ürünleri Kümelenmesi Haritaları Çap(Diamater) ve Yoğunluk(Density) Değerleri	358
Çizelge 5.12 - Tanımlayıcı İstatistikler	360
Çizelge 5.13 - Korelasyon Tablosu	364
Çizelge 5.14 - Anova Tablosu	367
Çizelge 5.15 - İlgili ve Destekleyici Sektörler	380

GİRİŞ

2008 yılında yaşanan küresel finansal krize rağmen küreselleşme devam etmekte ve rekabet artmaktadır. Bilgi, işbirliği, teknoloji, network gibi kavramlar çok farklı literatürlerde sıkça dile getirilmekte ve bu kavramlar rekabete giden yolda yapıtaşları olarak görülmektedir. Son yaşanan gelişmelerle birlikte kapitalizmde yenilikçiliğin (inovasyonun) konumunun merkeze yerleştiği görülmektedir. Yaşanan değişimler rekabet türlerini de dönüştürmektedir. Tüm bu gelişmelerle birlikte küreselleşme ve bölgeselleşme eğilimleri ve bölgeye olan bakış açısı değişmiş ve bunun sonucunda bölgesel kalkınma teorileri ve uygulamaları da yeniden ele alınmaya başlanmıştır. Bu süreç içerisinde rekabetçilik ile ilişkili olarak yakınlığa(proximity) ve işbirliğine(cooperation) odaklanılmaya başlamıştır.

Özellikle gelişmiş ülkelerde bilgi ve iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan değişimler üretim süreçlerini de dönüştürerek ekonomik performans üzerinde doğrudan ve dolaylı bir takım etkiler yaratmaktadır. Yeni ekonomi olarak adlandırılan bu olgu ekonominin mikro ve makro düzeydeki pek çok kavramının giderek farklılaşmasına yol açmaktadır. Yeni ekonominin doğasını hız ve bilgiye kolay ulaşım oluşturmaktadır.

Yeni ekonominin yarattığı en önemli değişimlerden birisi de ortaklaşa rekabet kavramıdır. Günümüz koşullarında müşteri-işletme-tedarikçi-kullanıcı-üniversite arasında sürekli ve gelişen işbirliği zorunlu hale gelmekte ve bu işbirlikleri sürekli artmaktadır. Serbest piyasa ekonomisi ortamında ve sanayi ekonomisinde tekil maksimizasyon geçerli iken artık bunun yerini bilişim ekonomisindeki network, güven ve paylaşma almaktadır. Adam Smith'in "görünmez el"i "ortaklaşa akıl"la yer değiştirmekte, toplumsal refah bireysel hareketlerle değil, ortaklaşa eylemlerle yükseltilebilir görüşü hem daha fazla desteklenmekte hem de uygulama alanı bulmaktadır. Kapitalizmin ve teknolojik gelişmelerin dünyayı eşanlı olarak şekillendirmesi olgusu bu sürece kurumsal aktörleri de dahil etmektedir.

Küreselleşme süreci ile devletin değişen rolüne ilişkin olarak gittikçe önemi artan yerelleşme eğilimi ile yeni kalkınma arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Özellikle son yirmi yıldan bu yana dünya ekonomi coğrafyasında küreselleşme ile

yaşanan uluslararası (küresel) üretim ve işbölümündeki gelişmeler bölgesel çalışmalara olan ilgiyi artırmıştır. Paul Krugman “Space: The Final Frontier” isimli makalesinde ekonomik coğrafyayı iktisadın unuttuğu ve ihmal ettiği bir alan olarak tanımlamaktadır.¹ Kentleşme ve bölgesel gelişme süreçlerinin ekonomik büyüme ve toplumsal gelişmenin zaman ve mekan açısından analizinde oynadığı rol sebebiyle sanayi ve teknoloji politikaları bölgesel/yerel gelişme stratejilerine dayandırılmakta ve coğrafya yeniden gelişme iktisadına kazandırılmaktadır.²

Teknoloji ve üretim sistemlerindeki gelişmeler bölge ve yerel ekonomilerin önemini yükseltmektedir. Bu bağlamda ortaya çıkan yeni teorilerde rekabet, yenilik, yenilik sistemleri, öğrenme, sanayi odakları, inovasyon gibi kavramlar ön plana çıkmaya başlamıştır. Yaşanan tüm bu ekonomik ve sosyal değişimlerle birlikte mekâna bakış açısı da değişmekte ve bu çerçevede, firmaların içinde buldukları rekabet ortamı da mekanın yeniden organize edilmesine neden olmaktadır. Bu durum sermayenin yeniden üretimini sağlayan süreçlerdeki yeni yapılanma ile örtüşen bir ortam oluşmuştur. Dolayısıyla mekanda yaşanan değişim ve dönüşümler, üretim süreçlerindeki gelişmelerle açıklanmaya başlanmış ve sanayi sektöründe Fordist (kitlese) üretim biçiminden, Post-fordist (esnek) üretim biçimlerine geçilmesiyle, firmalar arasında kümelenme eğilimleri başlamıştır.

Ekonomik kalkınmayı mekânla ilişkilendirerek açıklayan teorik rota, yalın bir şekilde ifade edilecek olursa, sanayi bölgeleri – teknokentler - yenilikçi çevre - öğrenen bölgeler çizgisinde sergilediği gelişme sonucunda birçok model ve politika önerisi üretmiştir. Mekanla ilişkilendirilen bu modeller genel bir tanımlama ile “mekansal inovasyon modelleri” olarak adlandırılmaktadır.

“Mekansal İnovasyon Modelleri” kavramı, yerel kurumsal dinamiklerin önemli rol oynadığı ve buna vurgu yapılan tüm bölgesel yenilik modellerini ifade etmek için kullanılan bir kavramdır. Geleneksel mekansal yenilik modellerinin ilk dalgası; Fransız GREMI grubu tarafından ortaya atılan “yenilikçi çevre” (*milieu innovateur – innovative milieux*) kavramı ve “endüstriyel bölge” (*industrial district*)

¹ KRUGMAN, P., “Space: The Final Frontier, Journal Of Economic Perspectives”, Vol. 12, No. 2, 1998, ss. 161-174.

² ESER, U. ve S. KÖSE, ‘Endüstriyel Yerelleşme ve Yoğunlaşma Açısından Türkiye Sanayii: İl İmalat Sanayilerinin Analizi’, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, Cilt/Sayı: 60-2, s. 98.

kavramı olarak görülmektedir. Ayrıca; kümelenmeler (*clusters*), yeni sanayi odakları (*new industrial spaces*) ve öğrenen bölge (*learning region*) kavramları da Mekansal İnovasyon Modeli olarak değerlendirilmektedir.³

Yerele-mekana vurgu yapan bu modellerin odak noktasını yakınlık, inovasyon, işbirliği, karşılıklı güven gibi bir dizi kavram oluşturmaktadır. Bilgiye dayalı ekonomi (knowledge-based economy) olarak adlandırılan, sanayi ötesi toplum da denilen bu yeni ekonomik düzende kalkınmanın temel unsuru olarak “inovasyon” yer almaktadır. Dolayısıyla, mekan-bölge-bölgesel kalkınma teorileri ile inovasyon teorilerinin ilişkisi kurulmaktadır.

Bu bağlamda eski rekabet türleri giderek geçerliliğini yitirmekte, işbirliği ve rekabet ve/veya işbirliği içinde rekabet hem sektör hem de bölgelerde el ele gitmektedir. Nitekim Michael Porter’ın kavramsallaştırdığı kümelenme yaklaşımında da rekabetçi avantaj sağlamanın kaynağı birbiriyle rekabet eden fakat aynı zamanda işbirliği yapan karşılıklı ilişkili firmaların, uzmanlaşmış tedarikçilerin, hizmet üreticilerinin, ilişkili endüstrilerdeki firmaların, ilişkili kurumların coğrafi yoğunlaşmasına bağlanmaktadır.

Bu aşamada kümelenmeler rekabet bağlamında neden önemlidir sorusu akla gelmektedir. Porter bu soruyu şu şekilde cevaplamaktadır:⁴ Modern rekabet, girdilere erişilmeye veya bireysel girişimlerin ölçeğine değil, üretkenliğe bağlıdır. Üretkenlik firmaların *nasıl* rekabet ettiklerine bağlıdır, rekabet ettikleri belirli alanlara değil. Firmalar karmaşık metotlar, ileri teknolojiler kullanır ve benzeri olmayan ürünler ve hizmetler sunarlarsa herhangi bir sektörde – ayakkabı, tarım veya yarı-iletkenler – oldukça üretken olabilir ve rekabetçi avantaj sağlayabilirler.

Kümelenmeler ve networkler firmaların sistemleştirilemeyen bilgiyi birbirleri arasında değiştirmesine imkan sağlamaktadır. Bilginin bu tür taktikleri ve biçimleri hızla değişen küresel ve ekonomik çevrede gittikçe daha fazla önem kazanmaktadır. Rekabetçi avantajın bir diğer kaynağı da güvene dayalı işbirliği, ailesel bağlar ve gelenekler olarak, örneğin Üçüncü İtalya’daki endüstriyel bölgeler olarak tanımlanan

³ MOULAERT, F. ve Farid SEKIA, “Territorial Innovation Models: A Critical Survey”, *Regional Studies*, Vol. 37: 3, 2003, ss. 289-302, s. 291.

⁴ PORTER, Michael E., “Clusters and The New Economics of Competition”, *Harvard Business Review*, Kasım-Aralık 1998, ss. 77-90, s.80.

biçimidir. Rekabetçi avantajın temel kaynaklarından birisi, ilişkili ve destekleyici endüstrilerin ekonominin rekabetçi avantajını artırma yeteneğini sağlayacak şekilde var olmasıdır. Kümelenmeler içinde, “bütün parçaların toplamından fazladır” ve “sosyal sermaye” kümelenmeyi birbirine bağlayan önemli bir yapıştırıcı görevi görmektedir. Kümelenmeler verimliliği, inovasyonu ve rekabeti çeşitli yollarla yükseltirler. Örneğin paylaşılan kaynakların maliyeti düşer, uzmanlaşmış yeteneklere, deneyime ve katma değerli ürünlere sahip olmak kritik kütle yaratır ve kümelenmeler; rekabetçilik için gerekli olan eğitilmiş işgücü, AR-GE kapasitesi, altyapı ve güven, işbirliği, koordinasyon ve sinerji gibi ekonomik temelleri geliştirir.⁵

Bölgeye ve bölgesel kalkınmaya olan ilgi sadece iktisat disiplininin 1990’larda yükselen ilgi sahası değildir. Coğrafya, kamu yönetimi, sosyoloji, siyaset bilimi, şehir ve bölge planlama gibi farklı disiplinler de bu sürece dahil olmaktadır. Örneğin Putnam,⁶ sosyal sermaye kavramını Kuzey İtalya bazında inceleyerek bölgesel kalkınmada sosyal sermaye kavramının önemini tartışmaktadır. Benzer şekilde yönetim kavramı da bölgesel bazda incelenmeye başlamıştır. Porter, işletme kökenli olmasına rağmen bölgesel kalkınma alanında kümelenme yaklaşımının gurularından biri haline gelmiştir. Uzmanlaşmış aktivitenin belirli bölgelerde (yerlerde) yoğunlaşmasının birçok farklı şekli vardır: Üçüncü İtalya olarak da isimlendirilen ‘endüstriyel yoğunlaşmalar’ bu tartışmaya dikkat çeken ilk oluşumlardan birisidir. Kaliforniya’daki yoğunlaşmaya (Silikon Vadisi), Allen Scott ‘yeni sanayi odaklarının’ yükselişi olarak dikkat çekmektedir.⁷ Diğer araştırmacılar yerel üretim sistemleri üzerinde durmayı tercih etmektedir. Başka araştırmacılar ise ‘yerel ileri teknoloji çevresi’, ‘yerel ve bölgesel inovasyon sistemleri’ veya ‘öğrenen

⁵ SINGH, I., “Natural Resource Based Clusters In The New Economy: Theory and Reality”, Prepared for the 4. Annual International Conference of The Competitiveness Institute, Tucson, Arizona, October 2001, s. 7,8.

⁶ PUTNAM, Robert D., “Bowling Alone: America’s Declining Social Capital”, Journal of Democracy, 6:1, Ocak 1995, ss. 65-78, s.65,66.

⁷ SCOTT, Allen J., “Flexible Production Systems and Regional Development: The Rise of New Industrial Spaces in North America and Western Europe”, Reading Economic Geography, (Editörler: Trevor J. Barnes, Jamie Peck, Eric Sheppard, Adam Tickell), Blackwell Publishing, 2004, s. 125.

bölgeler' olarak yüksek teknolojlili aktivitenin belirli bölgelerde odaklanmasını tanımlamaktadır.⁸

Dünyada yaşanan gelişmeler (küreselleşme, yeni ekonomi) ve teoride yaşanan dönüşümler karşısında, bölgeye bakış açısı ve bölgesel kalkınma konusu da değişime uğramaktadır. Bilginin artan önemi, inovasyona dayalı politikalar sonucunda, geleneksel bölgesel kalkınma anlayışı ve araçları yerini, yeni bölgesel kalkınma anlayışına ve bu yaklaşımda öğrenme-işbirliği-bilgi-inovasyona ağırlık veren politikalara ve araçlara bırakmaktadır. Teoride yaşanan değişimlere paralel olarak Avrupa Birliği(AB) ve Amerika Birleşik Devletleri(ABD)'de bölgesel bazlı kalkınmanın ön plana çıktığı görülmektedir. Örneğin AB'nin bütçesinin üçte ikiden fazlasını bölgesel kalkınmaya ayırdığı görülmektedir. Bu bölgesel kalkınmaya yönelme sadece bölgesel dengesizlikleri gidermek için değil, aynı zamanda rekabet gücünü artırmak için de önemsenmektedir. Dolayısıyla ulusal ekonomilerin gelişmesi bölgelerin rekabet gücü ile ilişkilendirilmek ve yöne odaklanılmaktadır. Dünya genelinde kümelenme oluşumlarına bakıldığında, en başarılı kümelenme örneklerinin ABD'de bilgi teknolojileri alanında Silikon Vadisi, finansal hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmaların kümelenmesi ile oluşan İngiltere-Londra ve ABD-Wall Street finans kümelenmesi olduğu söylenmektedir. Bunlara ilaveten, Hollywood'da medya kümelenmesi, Las Vegas'ta turizm (ve onun bir alt dalı olarak eğlence-kumar) kümelenmesi de başarılı kümelenmelerdendir.⁹ Yine ABD'de Detroit otomotiv sektöründe, İngiltere Coventry şehri otomotiv sektöründe, Fransa-Paris turizm sektöründe, Japonya elektronik eşyada, İsveç finans sektöründe, Norveç deniz taşımacılığında,¹⁰ Kuzey İtalya tekstil, deri ürünleri ve moda alanında, Güney Almanya otomotivde, Hindistan-Bangalor yazılım alanında başarılı kümelenmelere örnek oluşturmaktadır.¹¹ Yenilikçi kümelenmeler olarak Finlandiya'da, İrlanda'da ve

⁸ ASHEIM, B., P. COOKE ve R. MARTIN, 'The Rise of the Cluster Concept in Regional Analysis and Policy: A Critical Assessment', Clusters and Regional Development, Edited by Bjorn ASHEIM, Philip COOKE ve Ron Martin, Routledge Taylor&Francis Group, USA, 2006, s. 4.

⁹ <<http://www.egelif.com/index.php?option=content&task=view&id=2595&Itemid=78>>

¹⁰ BULU, M., ERASLAN, İ. H. ve Ö. ŞAHİN, Elmas(Diamond) Modeli İle Ankara Bilişim Kümelenmesi Rekabet Analizi, 3. Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Osman Gazi Üniversitesi, 25-26 Kasım 2004, Eskişehir, ss.143-153, s. 146,147.

¹¹ TEPAV, Türkiye'nin Rekabet Gücü için Sanayi Politikası Çerçevesi, IX. Kalkınma Planı Sanayi Politikası Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, Haziran 2007, Ankara, TEPAV, s.82.

Danimarka’da bilgi ve iletişim teknolojileri kümelenmeleri, olgun kümelenmeler olarak da Norveç’te tarım-gıda üretimi kümelenmesi, Danimarka, Hollanda ve İsviçre’de inşaat sektörü kümelenmeleri örnek gösterilmektedir.¹²

Kümelenme politikaları AB’de de geniş bir uygulama alanında yer almaktadır. 31 Avrupa ülkesinde yapılan bir araştırmada, bu ülkelerin 21’inde ulusal kümelenme politikalarının olduğu ve bunların altında yer alan kümelenme politikaları aracılığıyla kümelenme geliştirme uygulamaları yürütüldüğü belirlenmiştir. Aynı araştırmada, kümelenme politikasının uygulamaya ilişkin programlarının üçte ikisinden fazlasında finansal kaynak olarak ulusal fonların kullanıldığı da belirlenmiştir. Çalışmada, söz konusu politika alanlarına ilişkin önlemlerin birbirlerini bütünleyecek şekilde, uyumlu ve eşgüdüm içerisinde uygulanması gerektiği ve bu nedenle uygulamadan sorumlu merkezi ve yerel kuruluşlar arasında başarılı yönetim uygulamasının kaçınılmaz ve gerekli olduğu da ifade edilmektedir.¹³

Türkiye de tüm bu gelişmelerden etkilenmektedir. AB’ye sunulan ön ulusal kalkınma planı bölgesel rekabet gücünü ön ulusal kalkınmanın dört ana ekseninden biri olarak benimsemiştir. Türkiye’nin Doğu, Güneydoğu ve Karadeniz bölgelerinde AB fonlarına dayalı çeşitli bölgesel kalkınma programları yürütülmüştür. Son olarak Kalkınma Ajansları ile ilgili yasa 2006 yılında çıkarılmış ve 2009 yılının Temmuz ayında 26 bölgede Kalkınma Ajansları kurulması ile süreç tamamlanmıştır. Bunlara ek olarak T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Merkezi Finans ve İhale Birimi (MFİB) tarafından Türkiye’de Kümelenme Politikaları Geliştirmeye Yönelik Teknik Destek ile ilgili bir ihale gerçekleştirilmiştir. AB destekli bu projenin sonuçları da ihaleyi alan konsorsiyum tarafından yayınlanmaya başlanmıştır.¹⁴ Proje; kurumsal kapasite geliştirme, politika geliştirme ve kümelenme haritalaması ve analizi olmak üzere üç temel bileşenden oluşmaktadır. Üçüncü bileşen olan kümelenme haritalaması ve analizi kapsamında iş kümelenmeleri belirlenerek analiz edilmiş ve

¹² OECD, Innovative Clusters: National Innovation Systems, OECD, 2001, s.1,2.

¹³ <<http://ref.advancity.net/newsletters/2008/06/1.html>>

¹⁴ <[http://www.mfib.gov.tr/tender.php?lng=tr&action=tender_search&status\[\]=closed&type\[\]=services&lspace=5](http://www.mfib.gov.tr/tender.php?lng=tr&action=tender_search&status[]=closed&type[]=services&lspace=5)> (16.09.2009)

küme geliştirme yol haritaları hazırlanmıştır.¹⁵

Çalışmanın Konusu, Gerekçesi ve Önemi

Üniversitelerin yerel ve bölgesel çalışmalar yapması toplumsal gelişme için önemlidir. Isparta ekonomisi TR61 Kalkınma Ajansının kurulması ile birlikte bölgesel politika ölçeği haline gelmiştir. 2007-2013 yıllarını kapsayan dönem için uygulamaya koyulan Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda ise; teoride yer alan yeni bölgesel kalkınma araçlarına sıkça vurgu yapıldığı görülmektedir. Planda, kümelenmelere de vurgu yapılmıştır.¹⁶ Kümelenmeler bölgesel kalkınmada önerilen model haline dönüşmüş durumdadır. Isparta İli Orman Ürünleri Endüstrisi DPT'nin hazırladığı "İllerde öne Çıkan Sanayi Sektörleri" raporunda ildeki ilk üç sektörden biri olarak belirtilmiştir. Sektörün hem il içinde ön plana çıktığı hem de il içindeki sektörel payının sektörün ülke içindeki payından oldukça yüksek olduğu görülmektedir.¹⁷

Çalışmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Yapılan bu çalışmanın çıktılarının teoriye bir katkı yapması ve gerçekleştirilen araştırmanın Isparta İlinin ve bölgenin kalkınma çabalarına ve Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesine katkı sağlaması amaçlanmaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde küreselleşmenin şekillendirdiği yeni ekonomi ve bilginin doğasındaki dönüşüm, küreselleşme yerelleşme paradoksu ve yine özellikle son yıllarda önem kazanan küyerelleşme olguları incelenecektir. Yine birinci bölümün içinde bu konularla bağlantılı olarak genel olarak bölgesel politika tasarımıyla yaşanan değişimler değerlendirilecektir. Bu bağlamda mekansal modeller ve yeni bölge tipolojisi incelenecektir. Ardından teoride yaşanan bu dönüşüme uyum sağlama konusunda Türkiye'de yaşanan gelişmeler ve bölgesel politikalarla ilgili yasal/kurumsal düzenlemelere yer verilecektir.

¹⁵ <<http://www.clusterturkey.com>> (16.09.2009)

¹⁶ DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), Ankara, s. 91-94.

¹⁷ DPT, İllerde Öne Çıkan Sanayi Sektörleri, a.g.e., s. 259.

Çalışmanın ikinci bölümünde, son zamanlarda oldukça ilgi gören “kümelenme” kavramının teorik temelleri incelenecek ve kümelenme ile ilgili Dünya’daki ve Türkiye’deki uygulamalara yer verilecektir. Böylelikle tezin uygulama ölçeğini oluşturan Isparta İli Orman Ürünleri Endüstrisi kapsamında yapılacak kümelenme analizine temel oluşturulması sağlanmış olacaktır.

Çalışmada üçüncü olarak Orman Ürünleri Endüstrisinin mevcut durumu ulusal ve küresel ölçek bir arada düşünülerek incelenecek ve endüstrideki ulusal/küresel eğilimler genel hatları ile değerlendirilecektir. Dördüncü bölümde ise hem Isparta ekonomisinin genel özellikleri hem de ilde yer alan Orman Ürünleri Endüstrisi ayrıntılı olarak araştırılacak ve değerlendirilecektir. İldeki Orman Ürünleri Endüstrisinin değerlendirilmesinde mevcut verilerden, sektör işletmelerine uygulanan sektör anketi çalışması¹⁸ ve mülakat bulgularından yararlanılacaktır. Böylelikle tezin uygulama ölçeğini oluşturan Isparta İli Orman Ürünleri Endüstrisi kapsamında yapılacak analize temel oluşturulması sağlanacaktır.

Beşinci olarak da Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi, stratejik ilişkileri ve rekabet gücü incelenecektir. Bu bölümde gerçekleştirilecek araştırma için sektördeki firmalara kümelenme anketi uygulanacaktır. Bu inceleme için Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Kümelenmesinin Pajek programı kullanılarak network analizleri yapılacak ve kümelenme haritaları çizilecektir. Daha sonra kümelenmenin aktörleri arasındaki analizler kapsamında kümelenme üyelerinin merkezilikleri, bağlantı düzeyleri ve rekabetçi avantajı arasındaki ilişki araştırılacaktır. Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesinin profilinin ortaya çıkarılması için istatistiksel analiz uygulanacaktır. Son olarak da Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Kümelenmesine Michael Porter’ın “Karo” modeli uygulanacak ve iş kümelenmesi analizi yapılacaktır. İş kümelenmesi analizi ile de kümelenmenin rekabetçi avantajları ve dezavantajları belirlenerek kümelenmenin geliştirilmesi için neler yapılabileceği, eksikliklerinin neler olduğu ve nasıl giderileceği belirlenecektir. Sonuç ve değerlendirme bölümü ile tez tamamlanacaktır.

¹⁸ Sektör Anketi, Isparta Ticaret ve Sanayi Odası’nın yapmış olduğu sektör araştırması çerçevesinde elde edilmiştir. Tezin yazarı aynı zamanda bu çalışmada da görev almıştır.

Çalışmanın Varsayımları ve Kısıtları

Bir kümelenme haritalandırdıktan sonra farklı analizler yapmak mümkündür. Bu çalışmadaki amaç, Isparta orman ürünleri endüstrisi kümelenmesinin network analizlerini yapmak, bağlantılarını ortaya çıkarmak ve kümelenme haritalarını çizmektir. Dolayısıyla kümelenmeyi onun kendine ait özellikleri ile ilgili olarak analiz etmektir. Hertog, Leyten, Limpens ve Whalley¹⁹, kümelenme üyeleri arasındaki bağlantılar için üç bileşen tanımlamıştır. Bunlar; tedarikçi bağlantıları, müşteri bağlantıları ve bilgi üreten aktörlerin bağlantılarıdır. Kilkenny ve Nalbarte, ABD'nin bir şehrinde sosyal network analizi yapmak için parayı, bilgiyi ve destek bileşenleri kullanmıştır.²⁰ Alex Hoen 2001 yılındaki çalışmasında ilişkileri iki açıdan tanımlamıştır; üretim ve yenilik çabası bağlantıları. Bu çalışmada Kilkenny ve Nalbarte'in çalışmasındaki bağlantı tanımına benzer bir bağlantı tanımlaması tercih edilmiştir. Bağlantı tanımlamasında ticari ilişki (ciro seviyesi) kullanılmıştır. Veri bulunabilirliği bu yöntemin tercih edilmesinde dikkate alınmıştır.

Bir kümelenme incelenirken çok sayıda ilişkilerin incelenebilmesi mümkündür. Ancak her bir ilişki başlı başına ayrı bir çalışma veya tez konusu oluşturabilecek hacme sahiptir. Dolayısıyla ortaya çıkan kümelenme ilişkilerini modellerken bazı kısıt ve varsayımlar oluşturulmuştur. Bunlar:

- İlk varsayım, kümelenme üyelerinin arasındaki bağlantılar hakkındadır. Ticari ilişki (ciro seviyesi veya başka bir deyişle para akımları ilişkisi) hakkındaki bağlantıların, bir kümelenmenin haritasını çıkarırken bazı etkileri olduğunu kabul edilmiştir.
- İkinci varsayım, firmanın boyutunu ölçme hakkında yapılmıştır. Bir firmanın boyutunu ölçmek için çalışan sayısı ve ciro değişkenlerini kullanılmıştır.

¹⁹ HERTOOG, Pim Den, LEYTEN, J., LIMPENS, I. ve J. WHALLEY, "Approaches to Cluster Analysis and Its Rationale As A Basis of Policy", RISE Work Programme Report, 1999, s. 21.

²⁰ KILKENNY, Maureen ve Laura NALBARTE, Keystone Sector Identification: A Graph Theory-Social Network Analysis Approach, Web Book of Regional Science, West Virginia: Regional Research Institute, s.25, <<http://www.rri.wvu.edu/WebBook/Kilkenny/editedkeystone.htm>> (04.08.2009)

Minguzzi ve Passaro²¹, firma boyutunu ölçmek için firmanın toplam cirosunu ve çalışan sayısını kullanmıştır. Gelir ve çalışan sayısı firmanın boyutunun göstergeleri olarak kabul edildiği için çalışmada kullanılmıştır. Firmanın cirosu ve çalışan sayısı firmanın piyasa ile ilişki şiddeti kapasitesinin belirleyicileri olarak kabul edilmektedir. Bu değişkenler bu çalışmanın için de uygundur ve kullanılacaktır.

- Üçüncü olarak kümelenme üyesinin boyutu, kümelenme bölgesi içindeki aktif olan üyeler olarak alınmıştır. Eğer bu üyelerin diğer yerlerde-bölgelerde bayileri varsa bunlar çalışmaya dahil edilmemiştir.
- Dördüncü varsayım, firmanın rekabetçi avantajını ölçme konusunda yapılmıştır. Bir firmanın rekabetçi gücünün göstergeleri olarak firmanın boyutu ve yaşı kabul edilmiştir. Eğer bir firmanın rekabetçi avantajı varsa o firma uzun yaşacaktır. Dolayısıyla o firmanın yaşlı olması beklenir. Benzer şekilde eğer firmanın daha fazla kaynağı kullanma potansiyeli varsa firma boyutu daha büyük olacaktır. Bu durum firmaya olan güvenin bir göstergesidir. Aynı zamanda bu durum firmanın rekabetçi gücünün bir işareti olarak kabul edilmiştir.

²¹ MINGUZZI, A. ve R. PASSARO, The Network of Relationships Between The Economic Environment and The Entrepreneurial Culture In Small Firms, Journal of Business Venturing, Vol. 16, 2000, ss.181-207, s.194.

BİRİNCİ BÖLÜM

KÜRESELLEŞMENİN YEREL EKONOMİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Küreselleşme olarak tanımlanan ve 1970'lerin sonundan itibaren ivme kazanan süreç gerçekte kapitalizmin başlangıcından beri geliştirilen temel bir dinamiktir. Çalışmanın bu bölümünde küreselleşmenin şekillendirdiği yeni ekonomi ve bilginin doğasındaki dönüşüm, küreselleşme yerelleşme paradoksu ve yine özellikle son yıllarda önem kazanan küyerelleşme olguları incelenecektir. Bu bağlamda, bölgesel politika tasarımında yaşanan dönüşümler incelenecek ve yeni bölge tipolojisi ile mekansal modeller değerlendirilecektir. Ardından, bölgesel politika araçlarında yaşanan değişimlere uyum sağlama konusunda Türkiye’de yapılan çalışmalara ve yasal-kurumsal düzenlemelere değinilecektir.

1.1. Küreselleşme ile Değişen Ekonomi Paradigması

Küreselleşme bilgi ve teknoloji alanında yaşanan hızlı gelişmelerle özellikle 1980’lı yıllardan itibaren kapitalizmin ve teknolojik gelişmelerin dünyayı eşanlı olarak şekillendirmesi olgusunu başlatmıştır. Bu sürece kurumsal aktörler de dahil olmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerde bilgi ve iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan değişimler üretim süreçlerini de dönüştürerek ekonomik performans üzerinde doğrudan ve dolaylı bir takım etkiler yaratmaktadır. Yeni ekonomi olarak adlandırılan bu olgu ekonominin mikro ve makro düzeydeki pek çok kavramının giderek farklılaşmasına neden olmaktadır. Çünkü bu kapsamdaki küreselleşme yerel ve bölgesel ekonomileri derinden etkileyerek konvansiyonel Keynesyen anlayıştaki “ölü bölgeler”den “aktif bölgeler”e dönüştürmüştür. Bu nedenle küreselleşmenin doğurduğu yeni ekonomi açısından bölgelere yaklaşmak ve incelemek büyük önem arz etmektedir.

1.1.1. Küreselleşme ve Yeni Ekonomi

Günümüzde en önemli üretim faktörü olarak görülen bilgi ve teknolojiye, iktisat literatüründe verilen önem farklı dönemlerde farklı olmuştur. Alfred Marshall “İktisadın İlkeleri” (*Principles of Economics*) adlı kitabında bilgiyi en önemli üretim faktörü olarak ifade etmektedir.²² Bununla birlikte, klasik ve neoklasik iktisatta bilgiye ve teknolojiye verilen önemin, bugün olduğundan çok daha az olduğu da bir gerçektir. Örneğin; Klasik İktisat, teknoloji konusunda, sınırlı sermaye birikimi, ölçüğe göre azalan getiri ve teknolojinin değişmezliği varsayımlarını kabul ederken²³, teknolojik gelişmeyi üretim fonksiyonunun dışarıya doğru kayması olarak tanımlayan Neoklasik iktisatta da teknoloji olgusu, nasıl ortaya çıktığı açıklanmayan, adeta gökten indirilmiş “dışsal” bir değişken²⁴ olarak ele alınmaktadır. Uzun dönemli büyümenin kaynağı “teknolojik gelişme” olarak görülmekle birlikte, bu gelişmenin bir “yan ürün” olarak kendiliğinden ortaya çıkacağı ifade edilmektedir.²⁵ Solow, bunun farkına varıp, ekonomik büyümenin kaynağının teknolojik ilerleme olduğunu ifade etmekle birlikte²⁶, büyümenin açıklanamayan kısmını teknolojiye atfetmiş ve bunu da bir “artık” (Solow Artığı) olarak nitelendirmiştir. Kısacası, neoklasik iktisatta teknolojinin büyümedeki rolü fark edilmekle birlikte, teknoloji kolaylıkla anlaşılabilir, kolaylıkla alınıp-satılabilen, firmalar-ülkeler arasında transferinde bir sorunla karşılaşmayan ve üretilmesi için bir çaba sarf edilmesi gerekmeyen basit bir olgu olarak görülmüştür.²⁷

Teknoloji olgusu, makro ve mikro iktisat analizinde sıklıkla yer almasına rağmen ortodoks iktisat teorisinde ekonomi dışı fenomen olarak görülmüş ve son

²² AKGÜNGÖR, S. ve P. FALCIOĞLU, “Türkiye İmalat Sanayinde Bölgesel Uzmanlaşma ve Sanayi Kümeleri”, Pamukkale Üniversitesi Kentsel ve Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu (KEAS), 2005, Denizli, s. 2.

²³ ÇİFTÇİ, H., “Türkiye’nin Bilim ve Teknoloji Stratejisi”, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 13 Sayı: 1, 2004, s. 62.

²⁴ ANSAL, Hacer, “Geçmiş ve Gelecekte Ekonomik Gelişimde Teknolojinin Rolü”, Teknoloji içinde, Türkiye Mühendis ve Mimar Odaları Birliği 50. Yılı Yayınları, İstanbul 2004, s. 39.

²⁵ ALBENİ, M. ve Murat KARAÖZ, “Ekonomik Kalkınma ve Modern Yenilik Teorisi”, Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Dergisi, Y.2003, C.8, S.3, ss.27-48, s. 33.

²⁶ SOLOW, Robert M., “Investment and Technical Progress”, Readings in the Modern Theory of Economic Growth içinde, Joseph E. Stiglitz, Hirofumi Uzawa (der.), The MIT Press, Cambridge and London, 1969, s. 156.

²⁷ OĞUZTÜRK, Bekir Sami, “Yenilik Kavramı ve Teorik Temelleri”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 8 Sayı: 2, 2003, s. 260.

yıllara kadar Ortodoks teorisinin merkezinde yer alan üretim faktörlerine karşı, özellikle de sermayeye karşı üstünlüğünü sağlayamamıştır. II. Dünya savaşı sonrasında bütün dünyada hız kazanan kalkınma anlayışı iktisat politikalarının temel ilkesi olarak; ağır sanayi için sermayeyi, verimlilik için ise ekonomiden bağımsız ilerleyen teknolojik ve bilimsel gelişmeyi belirlemiştir. Bu çerçevede, gelişmekte olan ülkeler sermaye miti üzerine yoğunlaşmış, gelişmiş ülkeler ise hem sermaye hem de teknoloji üzerine yoğunlaşmayı başarmıştır. 1980'lere gelindiğinde “içsel büyüme modelleri” teknolojiyi iktisat teorisinin bağımlı bir değişkeni konumuna getirmiştir. Teknolojik gelişme, araştırma-geliştirme (AR-GE) ve bilgiye gereken önemi veren ise “içsel büyüme modelleri” ve “evrimci iktisat” olmuştur.

Dünyanın önde gelen iktisatçılarından ve MIT’de ekonomi ve yönetim profesörü olan Lester Thurow’a göre gelecekte sanayi tamamen bilgi ve teknoloji ile şekillenecek ve zenginliğin yeni ölçütü bilgi ve teknoloji olacaktır. Thurow, “Servet Yaratmak” adlı kitabında, “insanlık, gelmiş geçmiş en büyük teknolojik dönemi yaşamaktadır” demektedir²⁸ ve günümüzde üçüncü bir sanayi devrimi başladığını ve mikroelektronik, bilgisayarlar, telekomünikasyon, tasarım malzemeleri, robotlar ve biyoteknolojinin, yaşamın tüm yönlerini, ne yaptığımızı ve nasıl yaptığımızı etkilediğini ifade etmektedir. İçsel büyüme modelleri, Thurow’un da belirttiği teknoloji ve bilgiye gereken önemin verilmesini sağlamıştır.

Paul Romer’ın 1986 yılında yazdığı “Artan Getiriler ve Uzun Dönemli Büyüme”²⁹ adlı makalesi ile teorik temelli ortaya atılan ve izleyen yıllarda önemli bir yankı uyandıran içsel büyüme modelleri, temelde Solow’un “artığı”nın açıklanmasına yönelmiştir.³⁰ İçsel büyüme modelleri ile birlikte standart iktisat varsayımları ciddi bir sarsılma yaşamıştır. Neoklasik iktisadın bazı temel varsayımları -örneğin ölçeğe göre sabit getiri ve yakınsama (*convergence*) varsayımları- terk edilmiştir. Bilgi ve teknolojinin pozitif dışsallıklar yarattığı ve ekonomide ölçeğe göre artan getirilerin ortaya çıkmasını sağladığı kabul edilmiştir.

²⁸ THUROW, Lester C., Servet Yaratmak (Building Wealth), Çeviri: Gülden ŞEN, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 2001, s. 10.

²⁹ ROMER, P.M., “Increasing Returns and Long-Run Growth”, The Journal of Political Economy, Vol. 94, No. 5. (Oct. 1986), 1002-1037.

³⁰ KAR, M. ve A. HÜSEYİN, “Türkiye’de Beşeri Sermaye ve Ekonomik Büyüme: Nedensellik Testi (Neo-Klasik Büyüme Teorisi)”, <http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=234> (09.02.2009)

Bir başka deyişle, bilginin, kullanımı arttıkça veriminin de arttığı, diğer üretim faktörlerinin aksine paylaşıldıkça arttığı kabul edilmiştir.³¹ Firma ölçeği genişledikçe “sabit” olacağı varsayılan verim, teknolojinin kümülatif etkisi nedeniyle ölçek genişledikçe “artan” bir fonksiyon halini almıştır. Bununla birlikte; içsel büyüme modelleri teknolojik bilgi üretimi konusunda şu hususlar üzerinde de durmaktadır:³²

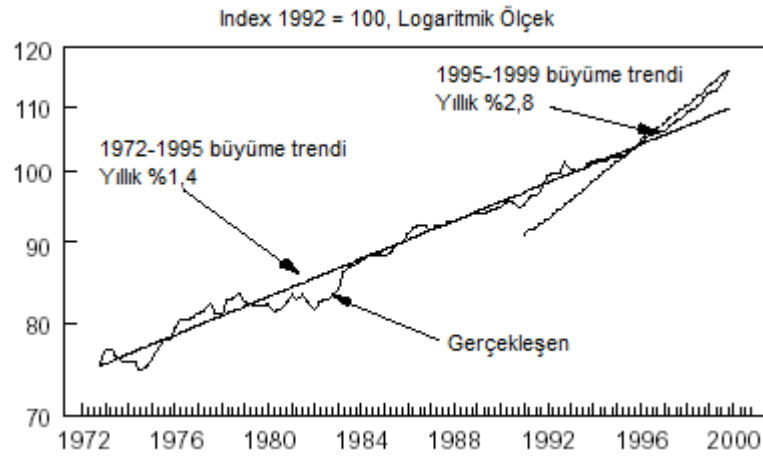
- Bilgi, kısmen veya bazen tamamen bir kamusal mal niteliğindedir. Bir başka deyişle; bilginin kullanımında kimsenin dışlanamaması ve birbirine rakip olmama durumları söz konusudur.
- Teknolojik gelişme sonucunda ortaya çıkan bilgiden diğer ekonomik birimlerin ne ölçüde faydalandıkları; yani dışsallıkların ve taşmaların derecesi hayati öneme sahiptir.
- Eğer dışsallık söz konusuysa, bilgi üretimine özel kesimin yanaşmayacağı ve piyasanın aksayacağı da bir gerçektir. Bu nedenle kamu politikaları büyük önem taşımaktadır.
- Teknolojik gelişme ile fiziki ve beşeri sermaye yatırımları arasında bir ilişki bulunmaktadır.

Diğer taraftan sermayenin tam hareketlilik altında getirisi yüksek olan alanlara gideceği ve dolayısıyla sermayenin getirisinin (verimliliğinin) uzun dönemde dünya ölçeğinde eşitleneceğini varsayan “yakınsama” varsayımı ise, sermayenin, getirisi yüksek olan az gelişmiş ülkelere değil gelişmiş ülkelere akması ve gelişmiş ülkelerde hızlı bir biçimde birikmesiyle sarsılmıştır. Sonuçta bir üretim faktörü olan sermaye teknoloji ile bütünleşerek getirisini sürekli yükseltmeyi başarmaktadır. Bu noktada “yeni dış ticaret teorisi” ve “yeni büyüme teorisi” gelişmiş ülkelerin kendi aralarında yoğunlaşan ticareti ve sürekli ekonomik büyümeyi açıklamıştır. 1990’larda Amerikan ekonomisinin yakaladığı uzun dönemli yükselen konjonktürün nedeni olarak teknoloji gösterilmiştir. Özellikle yüksek büyüme ve verimlilik oranları ile bu performansın enflasyon üzerinde olumsuz etki

³¹ <<http://members.lycos.co.uk/economyclub/contents.php?id=13>> (09.02.2009)

³² KİBRİTÇİOĞLU, Aykut, “İktisadi Büyümenin Belirleyicileri ve Yeni Büyüme Modellerinde Beşeri Sermayenin Yeri”, Ankara Üniversitesi Siyasal Fakülteler Dergisi, Cilt: 53, No: 1-4, 1998, s. 216.

yaratmaması, mevcut ekonomik yaklaşımların değiştiği yeni bir döneme girildiğinin temel göstergeleri olarak kabul edilmiştir.³³ Ortodoks iktisadın azalan verimler kanunu veya faktörler arası ikame gibi kavramları bu yüksek performansı açıklamakta yetersiz kalmıştır. ABD Ticaret Bakanlığı'nın verilerine göre 1990'larda yaşanan ekonomik büyümeye en fazla katkısı %25'lik payla teknoloji endüstrisi yapmış ve çok fazla sayıda yeni iş alanı yaratmıştır. 1973-1995 arasında %1,4 olan yıllık üretkenlik artış hızı, 1995-1999 arasında 2 katına çıkarak yıllık %2,8 seviyesine ulaşmıştır.³⁴



Şekil 1.1 - ABD'de Üretkenlik Artışı (1972-2000)

Kaynak: US. Department of Commerce, "Digital Economy 2000", June 2000, s.1.

Bu yükselişin nedenleri daha önceki konjonktürel hareketlerden farklı olduğu için geleneksel yaklaşımlar bu konuyu açıklamakta yetersiz ve etkisiz kalmış, bu gelişmede teknolojinin üstlendiği rol doğrudan doğruya bilgisayarlaşma ile ilişkilendirilmiş ve bunun sonucunda da "yeni ekonomi" kavramı ortaya çıkmıştır. Yeni Ekonomi, böylesi bir sürecin tüm itici güçlerini arkasına almış olan ABD'de 1990'ların ikinci yarısından itibaren gündeme gelen bir olgudur.³⁵

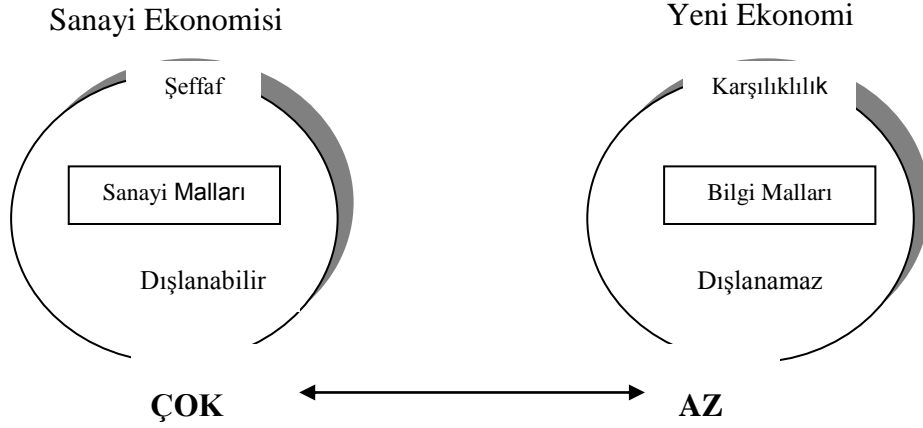
³³ DEMİRÖZ, Ali, Yeni Ekonomide Rekabet Kuralları, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Rekabet Kurumu Yayın No: 106, Ankara-2003, s. 1.

³⁴ U.S. DEPARTMENT OF COMMERCE, "Digital Economy 2000", June 2000, s. 1.

³⁵ DUMAN, Y.K., "Yeni Ekonominin Makro Ekonomi Üzerindeki Etkileri", 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Osmangazi Üniversitesi İİBF, 25-26 Kasım 2004, Eskişehir, s. 333.

Ekonomide yaşanan yapısal değişim neredeyse 200 yıldır devam eden serbest rekabetçi ekonomi anlayışının yeni ekonomi tarafından sarsılmasıyla ortaya çıkmıştır ve temel nedenleri şunlardır:

- Bilgi malları geleneksel ekonominin dışlanabilirlik özelliğine sahip değildir. Dışlanabilirlik; malın sadece fiilen tasarruf eden kimse tarafından kullanılması ve başkalarının kullanımını kolayca engellemesi demektir. Bu durum özellikle fiziksel mallar için geçerlidir. Oysaki bilgi malları bu şekilde değildir ve bilgi mallarının kullanımı dışlanamaz.
- İkinci neden, -bir önceki nedene bağlı olarak- malların rekabetçi olmamasıdır. Başka bir ifadeyle bilgi mallarında olduğu gibi fiilen tasarruf hakkı dışlanabilirlik özelliğine sahip değilse sadece monopol gücü bu malların üretimini karlı hale getirir. Çünkü rekabetçi bir ortamda bir işletmenin fiziksel ve beşeri yatırımlarına yani ürettiği bilgi mallarına, yetiştirdikleri insan gücüne diğer işletmeler sifıra yakın veya düşük bir maliyetle sahip olabilmektedirler. Bu tür bir piyasada bilgi malı üretmek ve insan gücüne yatırım yapmak kârlı olmaktan çıkacaktır. Mevcut şirket birleşmeleri de bu savı doğrulamaktadır.
- Normal mallar şeffaftır yani tüketici satın alınan ürün hakkında tam bilgiye sahiptir. Diğer taraftan, bilgi malları bu niteliği taşımamaktadır. Başka bir ifadeyle sanayi mallarının özellikleri ve standartları hakkında tüketici satın alma işlemini gerçekleştirmeden önce bilgilendirilmeye çalışılmaktadır. Bilgi malları doğasının bir özelliği olarak karışık ve enformasyon yüklüdür dolayısıyla anlaşılması ve kullanılması sanayi mallarına göre daha güçtür. Yeni ekonomi bu bağlamda bir kez daha paradoksallaşmaktadır. Tüketici, internet ve onun sağladığı web sayfaları ile çeşitli siteler sayesinde ürünler hakkında bilgi bombardımanına tutulurken, başta yazılım olmak üzere çeşitli bilgi ürünlerinde şeffaflık kaybolmaktadır.



Şekil 1.2 - Bilgi Malları ve Geleneksel Mallar Arasındaki Farklılıklar

Kaynak: Murat Ali DULUPÇU, Mesut KÜÇÜKKALAY, “Yeni Ekonomi: Ekonomik Gelişmenin Devrimsel Yüzü Mü Yoksa Evrimsel-Teorik Bir Meydan Okuma Mı?”, Milliyet Gazetesi 2000 Ekonomi Anadalı İkincilik Ödülü, Eskişehir, 2001, s. 23.

Kısacası, kaynakların etkin dağılımı ve işleyişi için 3 ön koşul olan dışlanabilirlik, rekabetçilik ve şeffaflık koşulları bilgi mallarında sağlanamamaktadır. Dışlanabilirlik ve rekabetçilik; bir malın ancak bir tüketici tarafından tüketilebilmesini ve tüketilen bir malın tamamen yok olmasını ifade etmektedir. Bir başka deyişle, tüketilen mal, tekrar tüketilmek isteniyorsa, yeniden satın alınmak zorundadır. Şeffaflık kavramı ise; aktörlerin rasyonel davranabilmelerini sağlayacak gerekli bilgilere sahip olmalarını ifade etmektedir. Teknolojik yenilikler ve teknolojik bilgi ise, bahsedilen bu 3 özelliği taşımamaktadır.³⁶

Bunlara ilaveten, bilgi mallarında ölçek ekonomisi konusuna değinmek gerekmektedir. Bilgi malları – teknolojik mallar, geleneksel mallardan farklı bir maliyet yapısına sahiptir. Geleneksel mallarda, ölçeğe göre azalan getiri durumları geçerli iken ve üretim arttıkça maliyet de artarken, teknoloji mallarında bu durum farklı olmaktadır. Teknolojik mallarda, bilginin ilk kez üretilmesi yüksek maliyet gerektirmektedir. Ancak bu bilgi bir kez elde edildikten ve üretildikten sonra tekrar çoğaltılma maliyeti çok düşük olmaktadır. Örneğin; bir bilgisayar yazılımı için

³⁶ TAYMAZ, Erol, Ulusal Yenilik Sistemi, Türkiye İmalat Sanayinde Teknolojik Değişim ve Yenilik Süreçleri, TÜBİTAK / TTGV / DİE, Ankara, 2001, s. 6.

başlangıçta milyonlarca dolar harcamak gerekebilmektedir, ancak program bir kez elde edildikten sonra bunun seri üretime geçirilmesi ve tekrar çoğaltılması durumunda maliyet neredeyse sıfır olmaktadır.³⁷

Yeni ekonominin bu üç temel nedeninin birlikte görülebileceği örnek Microsoft firması ve ürünleridir. Ürünler piyasaya çıkınca yazılımların özellikleri rakip işletmeler tarafından paylaşmakta ve bu yazılımlar diğer işletmelerin verimliliğine olumlu katkıda bulunmaktadır. Buna ek olarak bir yazılımın çok sayıda kopyası yapılabilir. Bu nedenle bir yazılım işletmesi monopol gücüne sahip olmadıkça piyasada var olamayacaktır. Piyasanın rekabetçi olması durumunda ise, ucuz fiyat, düşük satış hacmi ve yüksek maliyet tüm işletmeler için geçerli olacaktır. Bu şartlarda hiç bir işletme piyasada tutunamayacaktır. Ayrıca Microsoft'un sattığı yazılımların içeriği tüketici tarafından tam olarak bilinmeden satın alınmaktadır. Bunun anlamı gerçek piyasa değerinin asla bilinmeyeceği veya tüketicilerin ürüne ne kadar ödemeye razı olacaklarının asla hesaplanamayacağıdır. Ürün satın alınmadıkça gerçek değeri ölçülememektedir. Başka bir ifade ile görünmez el kırılmakta, işlevsiz hale gelmekte ve maliyet, fiyat, piyasa hacmi, ürün kalitesi, pazarlama gibi unsurlara odaklanan klasik rekabet anlayışı yerini açıklık ve sinerji alanındaki rekabete bırakılmaktadır.³⁸

Yeni ekonominin küreselleşmeye paralel oluşturduğu bu tablo teknolojik ürünlerin üretim süreçlerini de değiştirmiş, ulusal ölçek yerine yerelin ön plana çıktığı iktisat politikaları etkili olmaya başlamıştır. Bu bağlamda yeni bölgesel gelişme anlayışının doğru algılanması küreselleşme ve yeni ekonominin yorumu ile doğrudan ilişkilidir denilebilir.

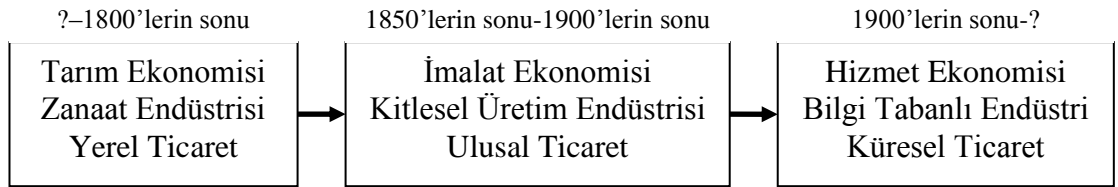
1.1.2. Yeni Ekonomide Rekabetin Değişen Doğası

Yeni ekonomi kavramının odağında küreselleşme ve giderek yaygınlaşan bilişim teknolojisinin ekonominin dönüşmesine neden olduğu düşüncesi yer almaktadır. Bu dönüşümün nedeni; yeni tekno-ekonomik paradigmanın doğuşunun

³⁷ TAYMAZ, a.g.e., s. 7-8.

³⁸ KEPENEK, Y., Ekonomik Yönleriyle Elektronik Ticaret, Teknoloji Politikaları Merkezi (TEKPOL), Mart 1999, Ankara, s.55.

temeli olan bilgi ve iletişim teknolojilerinin (BİT) ortaya çıkışı ve küreselleşme olgusudur.³⁹ Başka faktörlerin de neden olduğu belirtilere ek olarak bu iki faktör – bilişim teknolojisi ve küreselleşme ekonomiyi dönüştüren itici güçler olarak görülmektedir. Sanayileşme hareketine yön veren ve kitlesel üretimin yaygınlaşmasını sağlayan üretim faktörleri olan emek ve sermayenin yerini artık bilişim teknolojisi almıştır. Günümüzde, baş döndürücü bir hızla gelişen bilişim teknolojisi ve küreselleşme, yeni ekonomiyi şekillendirmektedir. Bilişim devrimi; Tarım Devrimi ve Sanayi Devrimi'nin ardından, dünyayı ve iş yapma biçimlerini şekillendiren üçüncü bir devrim olarak görülmektedir.⁴⁰



Şekil 1.3 - İş Yapma Biçimini Değiştiren Üç Önemli Paradigma

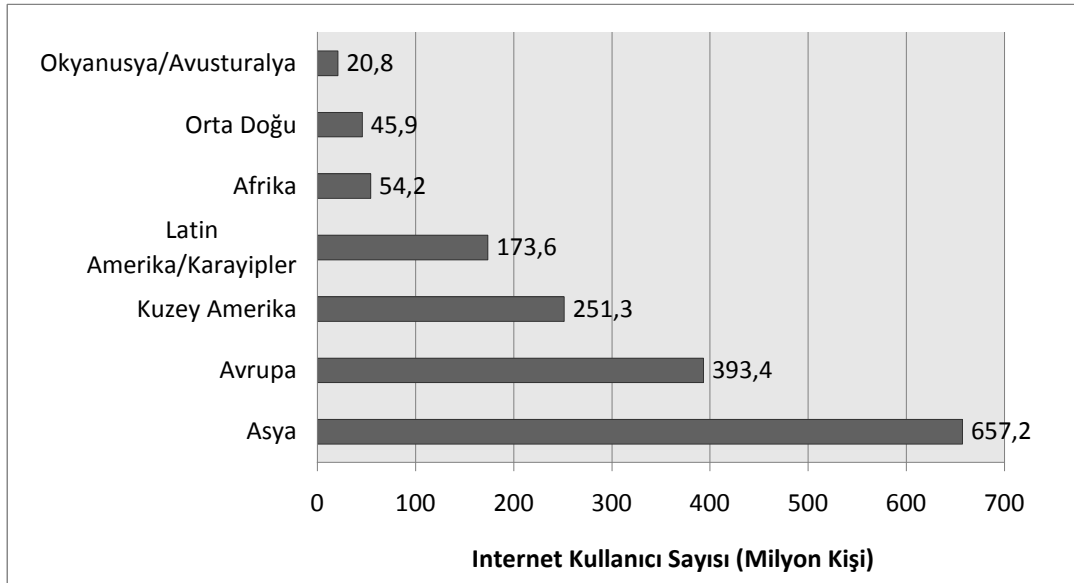
Kaynak: Kaan KURTEL, Şaban EREN, “Elektronik Ticaret İçin Strateji Geliştirmek”, s. 333.

Küreselleşme hemen hemen tüm alanlarda değişimlere neden olmakla birlikte en fazla iktisat alanında kendini hissettirmektedir. Ayrıca küreselleşme yerel olanı dışlamamakta tersine küresel teknoloji sayesinde tek bir aktör tarafından yön verilen dünya sistemi giderek çok yerelli başka bir ifadeyle birçok aktörün karşılıklı etkileşimi ile şekillenen bir sistemler panoraması görünümüne bürünmektedir. Küçük-büyük ya da zayıf-güçlü ayrımı bulanıklaşmakta, yeni ekonominin teknolojik imkanları ile büyükler küçülürken küçükler çarpıcı performanslar yaratabilmektedir. Tüm bunları gerçeğe dönüştüren faktör ise bilgidir. Örneğin Hindistan gibi gelişmekte olan bir ülke dünya yazılım piyasasında önemli bir aktör konumunda olabilmekte diğer taraftan Japonya gibi gelişmiş bir ülke aynı piyasada daha gerilerde

³⁹ PAULRE, B. “Is The New Economy A Useful Concept?”, Social Science Research Network Paper Collection, <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=244648>

⁴⁰ KURTEL, K. ve Ş. EREN, “Elektronik Ticaret İçin Strateji Geliştirmek”, Türkiye Bilişim Derneği 21. Ulusal Bilişim Kurultayı, Bildiriler Kitabı, 4-5-6 Ekim 2004, ODTÜ Kültür ve Kongre Merkezi Ankara, s. 333.

kalabilmektedir. Yeni ekonominin tüm unsurlarının bir arada görüntülediği/olgunlaştığı alan internettir.⁴¹ Ekonomi dönüşürken işçi-işveren ilişkileri de geleneksel yapıdan uzaklaşmaktadır. Bilişim teknolojilerindeki gelişmeye bağlı olarak internet kullanıcı kitlesi de hızla büyümektedir. “Internet World Stats” verilerine göre, Internet kullanıcı sayısı 2000-2008 yılları arasında %342,2 oranında artmış ve 2008 yılı itibariyle dünya genelinde 1,596 milyar kullanıcıya ulaşmıştır (2000 yılı Aralık ayı itibariyle bu rakam 361 milyon olmuştur). Bunun sadece 657,2 milyonluk kısmı Asya’da yer almaktadır. Bugün Avrupa’da 393,4 milyon kişi, Kuzey Amerika’da 251,3 milyon kişi, Latin Amerika ve Karayipler’de 173,6 milyon kişi, Afrika’da 54,2 milyon kişi, Orta Doğu’da 45,9 milyon kişi ve Okyanusya/Avustralya’da da 20,8 milyon kişi Internet erişimine sahiptir.⁴²



Şekil 1.4 - Dünya’da İnternet Kullanıcılarının Dağılımı

Kaynak: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (Rakamlar 31.03.2009 tarihine aittir.)

⁴¹ DULUPÇU, M.A. ve M. KÜÇÜKKALAY, "Yeni Ekonomi: Ekonomik Gelişimin Devrimsel Yüzü Mü Yoksa Evrimsel-Teorik Bir Meydan Okuma Mı?", Milliyet Gazetesi 2000 Ekonomi Anadolı İkincilik Ödülü, Eskişehir, 2001, s.4,9.

⁴² <<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>>

İnternet kullanıcı sayısındaki bu hızlı artışa paralel olarak, hem mal ve hizmet üreten kamu ve özel işletmeler hem de sosyal ve kültürel kurumlar ile her türden kuruluş arasında internet üzerinden iş yapma biçimleri (e-business) geliştirilmiştir. İnternet aracılığıyla vergi ödeme, görüş bildirme, basını izleme, dünyanın farklı bölgelerindeki sitelere birkaç dakikada ulaşarak bilgiye ulaşma gibi faaliyetlerin hızı artmış ve yapılabirlik süresi kısalmıştır. Tüm bunlara ek olarak e-ticaret kavramı gelişmiştir.⁴³ İngiltere’de 2007 yılı itibariyle firmaların internet aracılığıyla yaptıkları satıştan elde ettikleri gelir 163 milyar Sterlin olurken⁴⁴, ABD’de e-ticaret aracılığıyla yapılan satışların değeri 3,3 trilyon doları aşmıştır.⁴⁵ Dünya genelinde ise bu rakam, daha 2003 yılında bile 4 trilyon dolar sınırına dayanmıştır.⁴⁶ E-ticaret; internet benzeri açık, mülkiyet dışı tutanakları kullanan ve standartları belirli ağlar üzerinden gerçekleştirilen ekonomik işlemlerin tamamı olarak tanımlanmaktadır.⁴⁷

E-ticaret, zengin bir ürün yelpazesi içermekte ve tüketici, işletme ve kamu kuruluşları arasında bir ticaret matriksinin kurulmasını sağlamaktadır. Bu nedenle eski ekonomide (geleneksel ekonomide) çok az rastlanan bir ticaret potansiyelini de açığa çıkarmaktadır. Ayrıca bu şekilde oluşan ağ (*network*), karşılıklı etkileşimi ve bağımlılığı artırmaktadır. Ağ etkisi belirli işletme veya sektörlerdeki değişimleri hızlı bir biçimde diğer işletmelere ve sektörlerle aktarmaktadır.

Yeni ekonomi, ekonominin reel ve finansal alanlarını birbirine yakınlaştırmıştır. Reel ekonomiye göre çok daha büyük ve spekülatif olduğu kabul edilen finansal ekonomi e-ticaretin şekil verdiği reel ekonominin sınırlarını aşarak e-finans ortamında çok daha fazla akışkan hale gelmiştir. Yeni ekonomi sayesinde finansal piyasalar, daha dinamik bir yapıya kavuşmuşlardır. Teknolojik yenilikler, yüksek hızlı elektronik işlem sistemleri ve elektronik iletişim ağları sayesinde yatırımcılar artık herhangi bir aracıya ihtiyaç duymaksızın işlem yapabilir hale

⁴³ DULUPÇU, M.A. ve M. KÜÇÜKKALAY, a.g.e., s. 9,13.

⁴⁴ OFFICE FOR NATIONAL STATISTICS, News Release, 21 November 2008, s. 1. <<http://www.statistics.gov.uk/pdffdir/ecomnr1108.pdf>>

⁴⁵ US DEPARTMENT OF COMMERCE, Economics and Statistics Administration, US Census Bureau E-Stats, May 28, 2009, s. 2. <<http://www.census.gov/eos/www/2007/2007reportfinal.pdf>>

⁴⁶ <<http://www.translate-to-success.com/international-online-spending.html>>

⁴⁷ OECD, The Economic And Social Impacts Of Electronic Commerce, Priliminary Findings And Research Agenda, 1998, Paris, s.2.

gelmişlerdir.⁴⁸ Ayrıca, yeni ekonomide yeni gelişen veya yükselen piyasalar (*emerging markets*), cazibe merkezleri haline gelerek finansal ve reel ekonominin eşgüdümünün sağlanabileceğini göstermiştir.⁴⁹

İnternet ve uydu teknolojileri bilginin yaratılma sürecini ve aktarım mekanizmalarını kolaylaştırmakta ve hızlandırmaktadır. Sanayi ekonomisi malların üretim ve dağıtımını üzerine yoğunlaşırken onun yerini alan bilişim ekonomisi bilgi ve düşüncelerin yaratımını sürecine odaklanmaktadır.⁵⁰ İnternet ekonomisi (dijital ekonomi) pazar olarak giderek büyümekte ve büyürken de bu sektörde yenilik yatırımları ve iş gücünün niteliği sürekli artmaktadır.⁵¹ Kısacası yeni ekonominin doğasını hız ve bilgiye kolay ulaşım oluşturmaktadır. Ayrıca iş gücünün iş değiştirme oranı yükselmektedir. Bu, yeni yaratılan ve yok olan iş alanlarının çoğaldığı anlamına gelmektedir. Bu değişim yeni ekonomiyi oluşturan teknolojiye ek olarak küreselleşmenin yarattığı rekabetçi baskıya karşılık verebilmek için bir zorunluluktur. Bu ortamda iş gücü yeni potansiyelleri değerlendirebilmek için ve kendine yatırım yapmak ve niteliğini yükseltmek zorundadır.⁵² Bu durum hayat boyu öğrenme ve sürekli eğitim kavramlarını ön plana çıkarmıştır. Daha önce harcama kalemleri olarak görülen yetenek, beceri ve deneyimin artırılması artık yatırımın bir parçası olarak kabul edilmektedir.

Yeni ekonomi, rekabet konusunda da dönüşümlere neden olmaktadır. Yeni ekonomide, rekabet biçim değiştirmekte ve ortaklaşa rekabet kavramı ortaya çıkmaktadır. Günümüz koşullarında, aktörler (müşteri-işletme-tedarikçi-kullanıcı-üniversite) arasında sürekli ve gelişen işbirliği zorunlu hale gelmekte ve giderek artmaktadır. Serbest piyasa ekonomisi ortamında ve sanayi ekonomisinde tekil maksimizasyon geçerli iken artık bunun yerini bilişim ekonomisindeki networkleşme, güven ve paylaşma almaktadır. Toplumsal refah bireysel hareketlerle

⁴⁸ KAYALI, M.M., “Yeni Ekonomi ve Finansal Piyasalar Üzerindeki Etkileri”, 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Osmangazi Üniversitesi İİBF, 25-26 Kasım 2004, Eskişehir, s. 613.

⁴⁹ DULUPÇU, M.A. ve M. KÜÇÜKKALAY, a.g.e., s.14,17.

⁵⁰ TYSON, J.L., “Direct Link To The New Economy”, Christian Science Monitor, 01 March 1999, Vol. 91, Issue 64, s.13.

⁵¹ WAGNER, C.G., “Digital Engine Powers New Economy”, Futurist, April 1999, Vol.33, Issue 4, s. 20.

⁵² BURGE, F., “Loyalty And The New Economy”, Electronic Engineering Times, 12 March 1999, Issue 1056, s. 110.

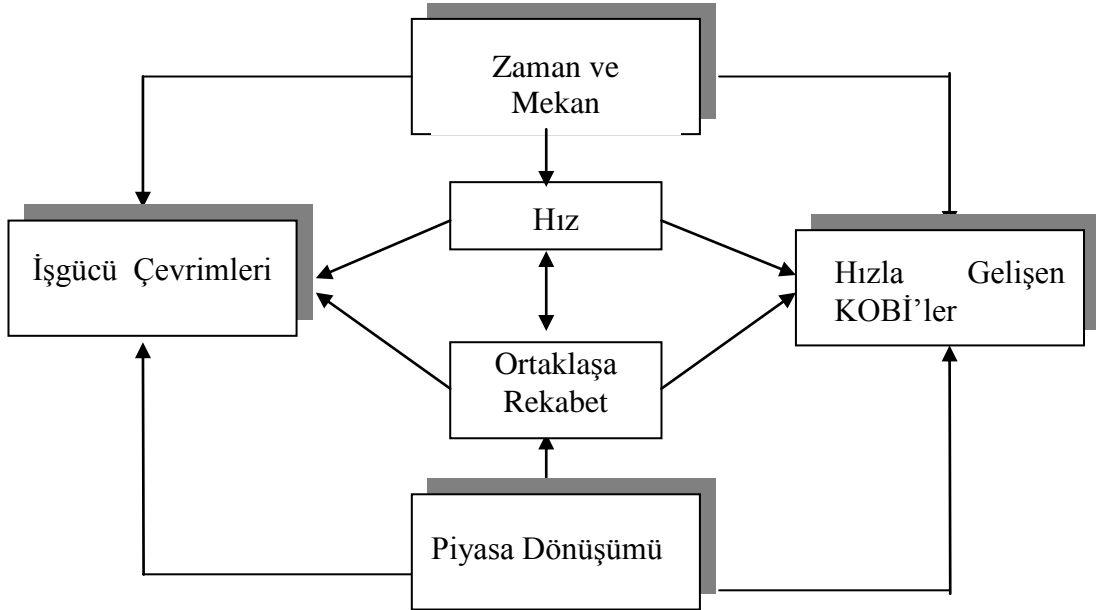
değil ortaklaşa eylemlerle yükseltilebilir görüşü daha fazla desteklenmekte ve uygulama alanı bulmaktadır. Bunun sonucu olarak; Adam Smith'in "görünmez el"i "ortaklaşa akıl"la yer değiştirmektedir. Örneğin teknoparklardan araştırma merkezlerine kadar yayılan geniş bir spekturumda toplumun farklı kesimleri bir araya gelmekte, ortak değer ve projeler üretmektedir. Eski ekonomi ortamında rekabet etmek zorunda olan işletmeler yeni ekonomi ortamında giderek daha fazla oranda birleşme, ortak girişim ve devralma yolları ile bütünleşmekte ve bu bütünleşmenin yarattığı sinerjiden yararlanabilmektedir. Bu durumun rekabeti ortadan kaldırıp tekelci yapıları beslemesi beklenirken aksine ortaklaşa rekabet özellikle teknoloji yoğun alanlarda ortaya çıkmakta ve işletmeler kendi coğrafyalarında ve buldukları segmentlerde rekabetlerini sürdürebilmektedir. Örneğin Daimler-Chrysler birleşmesi sonucunda ortak teknoloji yatırımı yapılarak mevcut segmente ek olarak yeni segmentler yaratılmış ve rekabetin şiddeti artırılmıştır. Ayrıca kamu kuruluşları ve sivil toplum örgütleri özel ve kamusal karar alma mekanizmalarına işletmelerle birlikte dahil olabilmektedir.⁵³

Yeni ekonominin bir diğer özelliği işletmeler alanındadır. Sanayi devriminde yükselen işletmeler ilk olma ve sermaye büyüklüğüne dayalı üstünlükleri ile hızlı bir şekilde büyümüşür. Oysaki yeni ekonomide ABD'de gazelles (*ceylanlar*)⁵⁴ adı verilen ve 4 yıl arka arkaya %20 net yıllık büyüme sağlayan işletmeler, özellikle hizmet sektörüne yatırım yapmış ve büyük firmaların öngöremedikleri veya çekindikleri alanlara yatırım yapmış, pazar yaratmış ve daha sonra bu pazarı büyütmeyi başarmıştır.⁵⁵

⁵³ DULUPÇU, M.A. ve M. KÜÇÜKKALAY, a.g.e., s.19,20.

⁵⁴ Gazelles (Ceylanlar) kelimesi, David Birch tarafından hızlı büyüyen küçük firmaları tanımlamak için kullanılmıştır. David Birch bunun yanında, "elephants" (filler) ve "mice" (fareler) şeklinde 2 firma ayrımı daha yapmaktadır. Ayrıntılı bilgi için bakınız: *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research*, Ed. Hans Landström, Springer US, 2005, s. 170.

⁵⁵ DULUPÇU, M.A. ve M. KÜÇÜKKALAY, a.g.e., s.21.



Şekil 1.5 - Yeni Ekonominin Dönüştürücü Etkileri: Zaman ve Mekan Dönüşümü

Kaynak: Murat Ali DULUPÇU, Mesut KÜÇÜKKALAY, “Yeni Ekonomi: Ekonomik Gelişimin Devrimsel Yüzü Mü Yoksa Evrimsel-Teorik Bir Meydan Okuma Mı?”, s. 21.

Sonuç olarak yeni ekonomi geleneksel ekonominin işleyişine farklı bir perspektif kazandırmanın ötesine geçerek doğasının barındırdığı özellikleri nedeniyle tamamen yeni bir işleyiş sistemi sunmaktadır.

1.1.3. Bilgi Ekonomisi ve Bilginin Doğasındaki Değişim

Günümüzde, üretim faktörlerinin hareketliliği eskisine göre çok daha fazla artmıştır. Malların ve hizmetlerin hareketliliğine ek olarak, kişilerin ve sermayenin hareketliliğinin de artması, bilginin hareketliliğini de beraberinde getirmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmelere ek olarak, özellikle kişilerin hareketliliği, bilgi transferine yeni bir boyut kazandırmıştır. Bilginin hareketliliği konusunda üç önemli olgu göze çarpmaktadır. *Öncelikle*; ekonomik faaliyetlerde bilginin sistematik olarak hareketlilik kazandığına şahit olmaktayız. *İkinci olarak*; firma ve sektörlerin yapabileceklerinin sınırları netleşmektedir. Bir başka deyişle, her sektör veya firma tek başına üretim ve değer zincirinde gerekli olan bilgiye sahip olamaz. Bilgi artık çok farklı uzmanlıklar gerektirdiğinden mekan, insan ve ağlarda yayılmış/dağılmış durumdadır. *Üçüncüsü*; hareketlilik, bilginin ötesinde, yetenekli işgücünde, finansal sermaye, müşteriler, üreticiler kısacası bilgi üretici-kullanıcı-taşıyıcılarında da artmış

ve artmaya devam edecektir. ‘Hyper-mobilité’ ekonomik hayatımızda artık anlam kazanmıştır.⁵⁶

Yenilikçilik ve rekabet gücü kazanılması açısından, yetenekli işgücünün - üniversite ile sanayi arasındaki, sanayi ile üniversite arasındaki ve firmalar arasındaki- hareketliliği büyük önem taşımaktadır. İnsanların hareketi ve onlarla birlikte taşınan / transfer edilen kapalı bilgi, önemli bir bilgi kaynağını oluşturmaktadır. Bireysel etkileşimler, gerek formal gerekse informal olsun, kamu ve özel sektör arasındaki bilgi transferinde önemli bir kanal teşkil etmektedir. Lorenzen; kapalı bilgi transferi için en iyi mekanizmanın personel hareketi ve informal personel ilişkileri olduğunu ifade etmektedir.⁵⁷ Bu nedenle; personel hareketi ve personel arası ilişkiler, inovasyon sistemlerinde oldukça önemlidir.

Personel hareketleri, önemli bir bilgi akım mekanizması olmakla birlikte, bu hareketlerin izlenmesi ve ölçülmesi de oldukça zor olmaktadır. Çünkü bu etkileşim türünün etkin bir şekilde ölçülmesi, her şeyden önce iyi bir emek piyasası verisinin varlığını gerektirmektedir. Personel hareketlerini izlemek için kullanılan en yaygın yöntem, endüstriyel sektörler arasında ve sanayi-üniversite/araştırma enstitüleri arasında deneyim seviyesine göre kategorilendirilmiş personelin hareketlerinin takip edilmesi amacıyla işgücü piyasası istatistiklerinin kullanılmasıdır. Bu konuda en başarılı ülkeler Norveç ve İsveç’tir. Örneğin; Norveç’te, araştırma enstitülerinde çalışmaya başlayan ve araştırma enstitülerinden ayrılan araştırmacıların sayılarının toplandığı bir veri tabanı yer almaktadır.⁵⁸ 1992 yılı verilerine göre bu araştırmacıların hareketi aşağıdaki Çizelge 1.1’de sunulmaktadır.⁵⁹

⁵⁶ DULUPÇU, M. A. ve O. SUNGUR, “Dünyada Değişen Kalkınma Ajansları Anlayışı ve Türkiye’deki Tartışmalar: Gecikmiş Bir Uygulama Nasıl Etkinleştirilebilir?”, Yerel Siyaset Dergisi, Yıl: 2 Sayı: 16, Nisan 2007, ss. 12-17, s. 13.

⁵⁷ LORENZEN, M., “Communicating Trust in Industrial Districts”, Paper presented in the Erasmus Intensive Seminar, Turin, 1996.

⁵⁸ OECD, National Innovation Systems, s. 19.

⁵⁹ SUNGUR, O., Bölgesel Ölçekte İnovasyon: NUTS 2 TR61 Düzeyi KOBİ’leri ile Yerel Paydaşlar Arasındaki Bilgi Dinamikleri ve Ağbağları Üzerine Bir İnceleme, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2007, s 105.

Çizelge 1.1 - Personel Mobilitesi (Norveç Örneği)

	Araştırma enstitülerine	Araştırma enstitülerinden
Yüksek öğrenim adayları	173	-
Yüksek öğrenim araştırmacıları	104	83
Diğer araştırma enstitüleri	41	29
Yurtdışı	20	19
Kamu sektörü	49	33
Özel sektör	71	95

Kaynak: OECD, National Innovation Systems, Paris, 1997, s. 19.

Bilginin doğasındaki bu değişim, artan hareketlilik ve inovasyonda kapalı bilginin önemi, işbirliğini gerekli kılmaktadır. Bu durumda, kapalı ve içe dönük bir bölgesel kalkınma yerine içeriden ve dışarıdan her türlü bilgiye (müşteri, reklam, medya, pazar, yazılım, üretim, girdi vb.) ulaşıp bunu kullanma kapasitesine sahip bir bölgesel kalkınma söz konusu olmaktadır. Bu ise aktörler arasında karşılıklı güven ve sosyal sermaye gerektirmektedir. Sosyal sermaye kavramı; Fransız Sosyolog Piere Bourdieu tarafından geliştirilmiş ve bu kavram James Coleman'ın "Foundations of Social Theory"⁶⁰ adlı eserinde genişletilerek ekonomik gelişme sorunu ile ilişkilendirilmiştir. Sosyal sermaye; belli bir bağlamdaki eylemleri kolaylaştıran sosyal etkileşimler, sosyal bağlar, güven ilişkileri, değer sistemleri gibi farklı toplumsal alanları kapsayacak şekilde tanımlanmaktadır.⁶¹ Bir diğer tanımda sosyal sermaye; organizasyon açısından, sosyal ve kültürel ilişkiler yoluyla elde edilen kaynaklar anlamını taşımaktadır.⁶²

Ekonomik gelişmede insan sermayesinin yanı sıra kültüre özgü olan sosyal sermayenin niteliği belirleyici olmaktadır.⁶³ Pek çok yazar sosyal sermayenin ekonomik dinamizm ve bölgesel kalkınma, kolektif faaliyet ve demokratik

⁶⁰ COLEMAN, J. S., Foundations of Social Theory, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.

⁶¹ ANDERSON, A. S. JACK, "The Articulation of Entrepreneurial Social Capital:Content and Process", Entrepreneurship and Regional Development, Cilt 14, Sayı 3, 2002, ss.193-210, s. 193-194.

⁶² TRIGILIA, C., "Social Capital and Local Development", European Journal of Social Theory, Cilt 4, Sayı 4, 2001, ss.427-442, s. 429.

⁶³ YETİM, N., "Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği", Ege Akademik Bakış, Cilt: 2 Sayı: 2, Temmuz 2002, ss. 79-92, s. 80.

yönetimlerle pozitif yönde ilişki içinde olduğunu tartışmıştır. Sosyal sermaye, ekonomik anlamda önemli çıktılar sağlayabilecek dışsallıkların kaynağı niteliğindedir. İlk olarak; sosyal sermaye, kolektif faaliyetleri güçlendirir, birlikte faaliyet gösterme arzusu ve gönüllülüğü verir. Böylece bireyler çok yönlü olarak birbirlerini destekleyecek şekilde faaliyet gösterebilirler. Sosyal faktörlerin bu bileşik etkileri neticesinde sosyal sermaye birikimi kurumlara farklı amaçları gerçekleştirme yeteneği kazandırır. İkinci olarak; sosyal sermaye, beşeri ve entellektüel sermayenin yayılmasında bir katalizör görevi görür. Beşeri sermaye birikiminin etkin ve başarılı şekilde uygulanabilmesi için bilgi ve yeniliklerin akademik çevreden endüstriyel çevreye ya da politika çevresine transferi gerekir. Genel davranışlar ve işbirliği temeline dayalı farklı sosyal ağların oluşumu ve sürekliliği, bilgi ve yeniliklerin transferi ve yayılımında bir ön koşul niteliğindedir. Ayrıca sosyal sermaye, bilginin elde edilmesi ve yayılması konusunda ortaya çıkabilecek riskleri, maliyetleri ve belirsizlikleri azaltabilir.⁶⁴

Sosyal sermayenin ekonomik kalkınma üzerindeki etkilerini açıklamada üzerinde durulan olgulardan birisi güvendir. Sosyal araştırmacılar, farklı sosyal ve politik çevrede örnekleri görülen çeşitli düzeydeki işbirliği faaliyetlerini değerlendirirken güven olgusunu oldukça sık kullanırlar. Sosyal sermaye ile güven arasındaki ilişkiler çok yönlü ve karşılıklıdır, iki olgu da birbirini destekleyici bir özellik sergiler. Güven unsuru, sosyal sermaye literatüründe kesinlikle ihmal edilmemelidir.⁶⁵ Fukuyama'ya göre güven; kolektif değerler, sosyal ağlar ve kültürel gelenekler gibi sosyal sermaye türlerinin oluşumu için bir ön koşul, onları etkileyen önemli bir unsurdur.⁶⁶

Bununla birlikte burada önemle vurgulanması gereken konu, sosyal sermayenin tek başına kalkınma ve büyümeyi sağlayamayacağıdır. Ekonomik yönden gelişmemiş, kaynaklarını etkin kullanamayan az gelişmiş bir ekonomide sosyal sermayeye ağırlık verilerek sosyal ve ekonomik kalkınmanın beklenmesi çok doğru olmayacaktır. Çünkü sosyal sermaye birikimini oluşturan unsurlar fiziki ve

⁶⁴ ADAM, F., B. RONCEVIC, "Social Capital: Recent Debates, and Research Trends", Social Science Information, SAGE Publications, Cilt 42, Sayı 2, 2003, ss.155-183, s. 175-176.

⁶⁵ ÇETİN, M., "Endüstriyel Bölgelerde Sosyal Sermaye ve Güven: Üçüncü İtalya Örneği", Ege Akademik Bakış, Cilt: 6 Sayı: 1, Ocak 2006, ss. 74-86, s. 74-75.

⁶⁶ FUKUYAMA, F., Trust: Social Virtues and the Creation of Prosperity, NY: Free Press, 1995, s. 26.

insani sermayenin miktar ve niteliğinin artırılmasına yardımcı olan faktörlerdir. Bu noktada sosyal sermayenin çıktılarının önemli olduğu anlaşılmaktadır. Çünkü bir toplumun sahip olduğu sosyal sermaye miktarı gerek fiziki ve gerekse insani sermaye birikimi için gerekli olan ve toplumla ilgili eldeki mevcut kullanılabilir malzemeyi ortaya çıkarması açısından çok önemlidir. Toplumun bu yolla öne çıkmasıyla ulaşılmak istenilen ekonomik gelişme ile bilgi teknolojilerinin dağıtılması, farklı toplumsal katmanlarca kullanılması ve nihayet bu teknolojilerin en azından bir kısmını üreten hale getirilmesi açısından bu bilgiler çok önemli olmaktadır.⁶⁷

Son analizde bilgi, insandan topluma uzanan hatta networklerde de yer alabilen geniş bir bakış açısı ile değerlendirilmektedir. Bu husus tezin ileriki kısımlarında değinileceği üzere bölgesel kalkınmanın ve bölgesel rekabet gücünün ana unsurlarından birini oluşturmaktadır.

1.1.4. Değişen Paradigmalar Karşısında Geleneksel Sektör ve Az Gelişmiş Bölgeleri Yeniden Düşünmek

Günümüzde neo-liberal iktisat politikalarının baskın hale gelmesiyle bölgesel ve yerel ekonomilere olan kaynak transferi azalmış dolayısıyla ekonomik temeli zayıf bölge ve kentler bir anlamda kendi kaderleriyle baş başa kalmıştır. Yerel ekonomilere olan ilgi iki farklı açıdan artmıştır. Birincisi; başarılı bölgelerin başarı faktörlerinin araştırılması ve bu durumdan diğer bölgeler için dersler çıkarılmasıdır. Bu noktadan hareketle, başarılı bölgelerin taklit edilebilecek ve taklit edilemeyecek özelliklerinin analizi yapılarak yeni kavram ve teoriler oluşmuştur. İkincisi ise; başarılı ekonomiler karşısında göreceli olarak geri kalan yerel ekonomilerin neler yapabilecekleri veya ne yapması gerektiği hakkında teori ve uygulamaların oluşturduğu araştırmalardır. Kısaca Yerel ve Bölgesel Ekonomik Gelişme olarak adlandırılan bu teori, yerel, ulusal ve ulus üstü politika yapıcılarının gündemindeki önemini her geçen gün artırmaktadır. İçeriğinde özellikle 1990 sonrasında bir dönüşüm gerçekleşmiştir. Yerel düzeyde herhangi bir mekanın ekonomik refah seviyesinin tanımlanması, küresel pazardaki yerel ekonomilere ve rakiplere göre

⁶⁷ ALTAY, A., "Bir Kamu Malı Olarak Sosyal Sermaye ve Yoksulluk İlişkisi, Ege Akademik Bakış, Cilt: 7 Sayı: 1, Ocak 2007, ss. 337-362, s. 340.

konumlandırılması üzerine kurulmaktadır. Bununla birlikte yerel ekonomiler kendilerine has özellikleri keşfederek üretim faktörlerinin bu doğrultuda kullanılmasına giderek daha fazla odaklanmaktadır.⁶⁸

Çizelge 1.2 - Yerel Ekonomik Gelişmenin Evrimi

ODAK	ARAÇLAR
1960-1980 <ul style="list-style-type: none"> Bölgeye doğrudan yabancı sermayenin çekilmesi İmalat sanayinin yerel dışından bölgeye çekilmesi Fiziksel altyapının kamu sektörü tarafından sağlanması 	<ul style="list-style-type: none"> İmalat yatırımcıları için düşük faizli krediler, hibeler, vergi muafiyetleri Sübvansiyon edilen fiziksel altyapı yatırımları Üretim maliyetlerinin girdi destekleri ile düşürülmesi
1980-1990'ların Ortası <ul style="list-style-type: none"> Yerel işletmelerin desteklenmesi Yabancı yatırıma olan ilginin devamı, bununla birlikte yabancı sermayenin belirli sektör ve bölgelere yönelik kamu teşvikleri ile özendirilmesi 	<ul style="list-style-type: none"> İşletmelere doğrudan destek sağlanması İşletme kuluçkaları ve siteleri KOBİ'lere yönelik danışmanlık ve eğitim Teknik destek Başlangıç ve çekirdek sermaye destekleri Fiziksel ve sosyal altyapı yatırımları
1990'ların Sonundan İtibaren <ul style="list-style-type: none"> Genel iş ortamının iyileştirilmesi Yumuşak (soft) altyapı yatırımlarının artması (örneğin eğitim ve yasal düzenleme) Kamu ve özel sektör ortaklığının özendirilmesi (PPP) Kamu mallarının üretiminde özel sektörün desteklenmesi Potansiyel yatırımcılar için güvenli ortamın sağlanması ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesi Özel olarak seçilmiş yabancı sermaye ile bölge dışı sermayenin yöreye kazandırılmasının amaçlanması ve yerel karşılaştırmalı üstünlüğün oluşturulması 	<ul style="list-style-type: none"> Kolaylaştırıcı yerel iş ve yatırım çevresi için bütüncül stratejinin oluşturulması Yerel işletmelerin büyümesinin tetiklenmesine odaklanması Topluluklar arası işbirliği ve network oluşturulması İşbirlikçi ve dayanışmacı iş/işletme ilişkilerinin geliştirilmesi İşgücünün geliştirilmesi ve yumuşak (soft) altyapının sunulması Yaşam kalitesinin gelişmesine yönelik girişimlerin desteklenmesi İmalat dışında hizmet sektörünün de desteklenmesi Ekonomik açıdan bağlantılı kümelenmelerin kolaylaştırılması

Kaynak: Murat Ali DULUPÇU ve Hüseyin ÖZGÜR, "Yerel Ekonomik Gelişmede Yerel Yönetimlerin Rolü", s. 2, 3.

Yerel ve bölgesel ekonomik gelişmenin, gelişmiş ülkeleri takip ederek gelişmekte olan ülkelerde de popülerlik kazanmasının üç ana nedeni bulunmaktadır. *İlk olarak*; küreselleşme ile birlikte ulus devletler yerinden yönetim (*decentralization*) politikalarını uygulama çalışmalarına ağırlık vermeye başlamıştır.

⁶⁸ DULUPÇU, M.A. ve H. ÖZGÜR, "Yerel Ekonomik Gelişmede Yerel Yönetimlerin Rolü", s.2.

Dolayısıyla ekonomik gelişmenin gerçekleştirilmesine dair sorumluluk ya yerel yönetimlerle paylaşılmakta ya da il ve yerel yönetimlere devredilmektedir. Bu gelişme, kamu yönetimindeki değişimin ve politika alanının yeniden tanımlanmasının bir yansımasıdır. Yönetimsel alanda yaşanan bu değişimde, Jessop'un vurguladığı gibi, ulus devletin alta doğru yerele kaymasının etkisi çok fazladır. Post-Fordist süreçte bilgi ekonomisine dayanan üretim biçimi yerel faktörlere dayanmaktadır. Bu durum da ekonomik gelişmenin merkezine yereli yerleştirmektedir. Yönetişim için yerel ve bölgesel düzeyin daha uygun bir alan olarak kabul edilmesiyle birlikte sivil sorumluluk, farkındalık, yerel bilinç, şeffaflık, katılımcılık, hesap verilebilirlik gibi kavramlar önem kazanmaktadır.

İkincisi; gelişmekte olan ülkelerin birçoğunda değişik nedenlerle merkezi hükümet seviyesinde kamu hizmetleri sunumunda ve yönetim konusunda kısıtlarla yüz yüze kalmasıdır. Yerel yönetimler ve yereldeki ana aktörler kamusal hizmet ve görev tanımlarına ekonomik gelişmeyi de ilave etmekte ve hatta ekonomik gelişmeyi temel faaliyet alanı olarak görmeye başlamaktadır. Yerel ve bölgesel ekonomik gelişme küreselleşme karşısında rekabet gücü kazanarak yeni yatırım alanları geliştirmek ve ekonomideki değişime uyum sağlamayı amaçlayan yerel ekonomiler ve yerel halkın çabalarının bir yansımasıdır.

Son olarak; ekonominin doğasında yaşanan değişim yerel ve bölgesel ekonomik gelişmeyi popülerleştiren bir diğer etkidir. Bilgi ekonomisinin yaygınlaşmasıyla sermayenin hareketliliği artmış ve yerel ekonomilerin artık sadece sağladıkları fiziksel olanaklarla değil, kurumsal yapı ve becerileri ile cazibe merkezleri oluşturma çabaları artmıştır. Ekonomik faaliyetlerdeki giderek artan iç içe geçmişlik ve karmaşıklık karşısında yerel ekonomiler bu değişime uyum sağlama ve eklemlenme yeteneklerini artırmayı hedeflemektedir. Bunu başarmanın bir aracı olarak da yabancı sermaye yatırımlarını görmektedir. Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını çekebilmek için cazibe merkezleri oluşturabilmek yerel yönetimler için önemlidir. Geleneksel üretim teknolojileri bilgi temelli ekonomiye geçişle birlikte yetersiz kalmaktadır. Bu iki unsur, yerel ekonomileri rekabet üstünlüğü sağlayacakları yeni alanlar bulmaya zorlamakta, bunu başarabilmek için de yerel yönetimler tarafından farklılık yaratan ekonomik stratejiler tasarlanmaktadır. OECD gibi gelişmiş ülkelerdeki geleneksel yerel ve bölgesel ekonomik gelişme

uygulamaları incelendiğinde faaliyetlerin üç alanda yoğunlaştığı ortaya çıkmaktadır. Bunlar; Organize Sanayi Bölgesi (OSB) türünden sanayi alanlarının belirlenmesi, dışarıdan yatırımcıların bölgeye çekilmesi ve iş dünyası ile yerel yönetimler arasındaki iletişim sorunlarının çözülmesi ve (varsa) sürtüşmelerin giderilmesidir. Bu perspektifte yerel yönetimler girişimciliğin teşviki, iş ve teknoloji kuluçkaları ve kümelenmenin özendirilmesi gibi bir takım araçları kullanmaya başlamıştır ve giderek yerel rekabetçi üstünlüğün yaratılması yerel ve bölgesel ekonomik gelişme çalışmalarında temel unsur olarak yer almaya başlamıştır.⁶⁹

Yerel ve bölgesel ekonomik gelişme programları günümüzde sadece gelişmiş ülkelerde değil dünyanın çeşitli ülkelerinde uygulamaya konulmaktadır. Yerel ekonomik gelişme; yerel yönetimler ve yerel ortaklarının (örneğin diğer kamu kurumları, işletmeler, STK'lar gibi) daha nitelikli bir iş ortamı yaratmasıdır. İş ortamının iyileştirilmesi, doğrudan üretim faktörleri üzerinde etkili olan (hard) politika araçları ile sağlanabileceği gibi kurumsal iyileşmenin temel alındığı (soft) politikalarla da sağlanabilir. Küresel ekonomide yerelin farklılaşması, ekonomik gelişmenin dayandığı faktörlerin fiziksel (hard) olduğu kadar kurumsal (soft) nitelik arz ettiğinin farkına varılmasıyla giderek önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, yönetişimin ve kurumsal iyileşmenin temel alındığı politikalar giderek daha fazla kabul görmektedir. Özellikle kamu-özel sektör ortaklığının yoğun olarak bulunduğu yerel ve bölgesel ekonomik gelişme faaliyetleri artmaktadır. Bu faaliyetlerin amacı özel sektörün sürdürülebilir ve rekabetçi bir yapıya kavuşturulması ve özel sektörün itici güç olduğu bir ekonomik gelişmenin sağlanmasıdır. Bu sayede özel sektörün öncülük etmesiyle ekonomik büyüme ve istihdam artışının sağlanması, dolayısıyla da toplumun bütün kesimlerinin refah artışından yararlanması amaçlanmaktadır. Yerel ve bölgesel ekonomik gelişmenin diğer bölgesel politika yöntemlerinden ve araçlarından ana farklılığı; özel sektörü temel alan bir yaklaşım olmasıdır.

Yerel ve bölgesel ekonomik gelişmeye yönelik araçlar temel olarak üç grupta incelenebilir:⁷⁰

⁶⁹ DULUPÇU, M.A. ve H. ÖZGÜR, a.g.e., s.4-5.

⁷⁰ DULUPÇU, M.A. ve H. ÖZGÜR, a.g.e., s.10-11.

Birincisi; yatırımların yerel ekonomiye yönlendirilmesidir. Bu faaliyetler yabancı sermayeyi ve bölge dışındaki ulusal sermayeyi yerel ekonomiye kazandırmaya odaklanmaktadır.

İkincisi; yerleşim faktörlerinin iyileştirilmesine yönelik araçlardır ve bu araçlar bir yörenin daha nitelikli ve daha kolay iş hayatına ev sahipliği yapmasını belirleyen unsurları oluşturmaktadır. Örneğin, pazara ve girdilere yakınlık, ulaşım altyapısı, iletişim altyapısı, işgücünün niteliği, işgücünün maliyeti, geleneksel finansal araçlar, üretim ve ticaret sitelerinin niteliği, enerji ve çevre maliyetleri, vergi ve teşvikler gibi unsurlar bölgenin daha nitelikli olmasını etkileyen unsurlardır.

Üçüncüsü; yumuşak (soft) veya diğer bir deyişle görünmez yerel ve bölgesel ekonomik gelişme araçlarıdır. Günümüzde yumuşak yerel ve bölgesel ekonomik gelişme araçlarının önemi; fiziksel araçların yerel ekonomilerde birbirine yakın seviyeye gelmesiyle birlikte giderek artmaktadır. Bir diğer ifadeyle, fiziksel araçlara ek olarak yumuşak araçların niteliği yerel ekonomik gelişmenin gerçekleştirilmesinde ön plana çıkmaktadır. Bu gruptaki araçlara örnek olarak; yeni finansal araçlar, çeşitli girişimcilik programları, kümelenme, iş kuluçkaları, organize sanayi bölgeleri, sosyal sermaye, kalkınma ajansları, mevcut işletmeleri muhafaza etme programları, girişim sermayesi, bilimsel ve teknolojik altyapı verilebilir.

Yerel ve Bölgesel Ekonomik Gelişmenin başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesinde, yerel yönetimlerinin rolü büyük önem arz etmektedir. Yerel yönetimlere, öncelikle fiziksel mekan planlamasında ve bu sayede yerel ekonomik hayatın canlandırılmasında görev düşmektedir. Bunu gerçekleştirmede genellikle sanayi bölgeleri aracı kullanılmaktadır. Yatırım ikliminin iyileşmesi, sanayi alanlarının pozitif içsel ve dışsal ekonomi yaratacak biçimde tasarlanmasına bağlı olmaktadır. Günümüzde yerel yönetimlerin imalat veya ticaret için sadece mekan yaratmaları ve altyapı hizmetleri sunmaları yeterli değildir. Örneğin kümelenme oluşturulması ve arz zincirinin tamamlanması gibi konularda yerel yönetimlere fiziksel planlamanın ilerisinde görevler düşmektedir. Bu noktada, yerel ve bölgesel ekonomik gelişme stratejisine ve planlamasına bağlı olarak hangi sektörlere öncülük verileceği belirlenmeli ve uygun yatırım türleri ve sektörleri bölgeye çekmek için girişimde bulunulmalıdır. Örneğin, tanıtım faaliyetleri ve düşük maliyetli arazi

temini gibi araçlar kullanılabilir. Ayrıca, sadece dışarıdan gelen yatırımcılara değil yerel girişimliğe de önem verilmelidir. Bu konuda yatırım ortamının iyileştirilmesi, ruhsat alma ve buna benzer işlemlerin kolaylaştırılması, işletmeler için eğitim ve danışmanlık hizmetleri sağlanması, mekansal olarak iş hayatının gelişiminin planlanması ve kolaylaştırılması gibi faaliyetler gerçekleştirilebilir. Bu uygulamalar ile yerel girişimciler üzerinde yaratılacak olumlu atmosfer yerel ve bölgesel ekonomik gelişmenin somut sonuçlara ulaşmasına hız kazandıracaktır.

Çizelge 1.3 - Yerel ve Bölgesel Ekonomik Gelişme ve Farklı Yatırımcı Türlerinin Teşviki

Dışarıdan Yatırımcının Cezp Edilmesi	Yerel Firmaların Güçlendirilmesi	Yeni Başlayan Firmaların Teşvik Edilmesi
İmaj oluşturan teknikler	Sanayi ve ticaret bölgeleri	Girişimcilik eğitimi
Yatırım üreten teknikler	İş bağları (Networks)	İş kuluçkaları
Yatırımlara destek veren hizmetler	İşletme koçluğu ve mentörlük ⁷¹	İşletme koçluğu, iş melekleri
Yatırım teşvikleri	Hedeflenen yeteneklerin geliştirilmesi	Taşeronluk ve spin-off teşviki
	Yerel fuarlar	

Kaynak: Murat Ali DULUPÇU ve Hüseyin ÖZGÜR, “Yerel Ekonomik Gelişmede Yerel Yönetimlerin Rolü”, s.11.

Yerel düzeyde mekansal olarak iş hayatının planlanmasında (iş dünyasının ve istihdamın gelişmesinde) etkili olan bir diğer faktör de finansal olanaklardır. Finansal teşvik için kullanılacak araçlardan bazıları şunlardır.⁷²

Yerel yönetimler baskı grubu oluşturarak merkezi hükümetten vergi veya teşvik avantajı elde etmek için çabalayabilirler. Fakat bu teşviklerin derinleşmiş bir finansal piyasa ile desteklenmesi gerekmektedir. Çünkü bu tarz teşviklerin genelde sürekliliği ve maliyet düşürücü avantajı yoktur.

⁷¹ Mentorluk yaklaşımları, yönetici yetiştirme, takım kurma ve yeni gelenlerin yeteneklerini geliştirmek amacı ile kullanılmaktadır. İşletme koçluğu ve mentorluk, işletmenin amaçlarını gerçekleştirmesi için insan kaynaklarını desteklemekte ve işletmenin insan kaynaklarının verimliliğini artırmaktadır. (Daha fazla bilgi için bakınız: Nezihe Yaşar PALANDÖK, Kariyer Yönetimi Araçları Olarak Mentorluk ve Koçluk, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İnsan Kaynakları ve Kariyer Danışmanlığı Anabilim Dalı Tezsiz Yüksek Lisans Programı Dönem Projesi, Ankara 2004, s.18).

⁷² DULUPÇU, M.A. ve H. ÖZGÜR, a.g.e., s.12.

Yerel yönetimler yenilik içeren faaliyetlere doğrudan ortak olabilirler veya yerel risk-girişim sermayesi oluşumlarına katkıda bulunabilirler.

Yerel yönetimler, bankaların yerelde şube açmalarını kolaylaştırmada rol oynayabilirler.

Yerel yönetimler yerele prestij, istihdam ve girişimcilik temeli sağlayacak ekonomik faaliyetlere ortak olabilirler. İşletme kuluçkaları ve teknopark işletilmesi buna örnek olarak verilebilir. Bu iki örnek, yerel yönetimlerin ekonomik öncülüğü ve ortaklığı ile kurulabilmektedir.

Ayrıca yerel yönetimlerin sağladıkları kamusal hizmetlerin kalitesi yerel gelişmede belirleyici rol oynamaktadır. Yerel ekonomiyi cazip kılmak için nitelikli ve modern bir altyapı şarttır.

1.1.5. Yeni Paradigmaların Pratiğe Yansımaları: Bölgesel Politikalardaki Yeni Açılımlar

Farklı disiplinlerin kesişim alanı olan bölgesel çalışmalarla ilgili olarak son on yılda yapılan çalışmaların büyük bir bölümünde bölgelerin artan önemi veya bölgelerin yeniden dirilişi vurgulanmaktadır. Bölgelerin “rönesansı” olarak adlandırılacak bu gelişme, farklı perspektiflerden de güç alarak baskınlaşmasını devam ettirmekte ve politikalar ve uygulamalar üzerinde de giderek etkili olmaya başlamaktadır. Teoride yeni ekonomik coğrafya, yenilik sistemleri, sosyal sermaye gibi yaklaşımlarla, uygulamada da başta AB politikaları ve bölgesel inovasyon stratejileri, bölge merkezli analizlerle ön plana çıkmaktadır.⁷³

Bölge ve bölgesel kalkınma konusundaki tartışmalar, bölgesel politikalarda ve uygulamalarda da kendisini göstermiştir. Bunun bir örneği; Avrupa Birliği'nin “Avrupa 2000” ve “Avrupa 2000+” dokümanlarında açıkça görülmektedir. Bu dokümanlarda bölgesel hedefler şu şekilde ifade edilmektedir:⁷⁴

⁷³ DULUPÇU, M. A., “Bölgesel Politikalar Kopyalanabilir mi? Bölgeselleştirme (Yönetim) Karşısında (Yeni) Bölge(sel)çilik (Yönetişim), Bölgesel Kalkınma ve Yönetişim Sempozyumu, 7-8 Eylül 2006, Ankara, ODTÜ-TEPAV, s.2.

⁷⁴ DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2000, s. 20.

- Sosyal, ekonomik ve mekansal bütünleşme, kültürel çeşitliliğin korunması,
- Çevrenin korunması (bununla ilgili arazi kullanımı ve kent-kır planlaması norm ve standartlarının geliştirilmesi), kentlerde çevre kalitesinin ve yaşam standardının korunması,
- Bölgelerin seçilmiş yerinden yönetime sahip olması,
- Avrupa'nın küresel ölçekte yarışabilen iş alanına dönüştürülmesi,
- Uzun dönemde taşımacılık, telekomünikasyon ve enerjide Trans-Avrupa ağı kurularak birliğin çevre bölgelerinin merkez bölgelerine (Güney İngiltere, Benelux, Batı Almanya ve Kuzey-doğu Fransa) bağlanması,
- Bütünleşik bir sosyo-ekonomik ve coğrafya bilgi sisteminin kurulması (veritabanında bütünleşme)
- Avrupa kentler sisteminin geliştirilmesi,
- Kentsel yoğunluk bölgelerinde, orta büyüklükte kentlerin birbiriyle işlevsel bağımlı güçlendirerek gelişme aksları/alanları yaratılması
- Alt-bölge problem ve potansiyellerine ağırlık verilmesi (böylece hem kamu harcamalarının hedefe daha etkin ulaşması, hem de yerel girişimcinin daha fazla katılımının teşvikinin sağlanması)

Geleneksel bölgesel kalkınma yaklaşımının, kamunun altyapı yatırımlarını yapması ve devlet destekleri gibi geleneksel araçlarla sınırlı kalması ve “yenilikçilik”, “aşağıdan-yukarıya yapılanma”, “uzlaşım” gibi çağdaş kavramları içermemesi nedenleriyle bölgesel kalkınmada farklı yaklaşımları gündeme getirmiştir. Bu nedenle de, bölgesel inovasyon sistemleri ve bölgesel inovasyon stratejileri gibi uygulamalar gündeme gelmiştir. Bölgesel inovasyon sistemleri kavramından hareketle yapılan ve bugüne kadar gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, Avrupa Birliği'nin bu alanda önemli girişimler başlattığı ve uyguladığı görülmektedir. Özellikle 1990'ların ortalarından itibaren geliştirilen ve uygulamaya konan bölgesel inovasyon stratejileri en önemli uygulamalardır. Avrupa Birliği, Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu (ERDF) 10. Maddesi çerçevesinde, 1994

yılından beri, 6 ve 13 numaralı Genel Müdürlükler⁷⁵ sorumluluğunda olmak üzere Bölgesel İnovasyon Stratejileri yürütmektedir.⁷⁶ Bölgesel inovasyon stratejileri, bölgeye özel şartların dikkate alınmasıyla bölgenin inovasyon potansiyelini harekete geçirmek ve buna bağlı rekabet gücünü artırmak için izlenecek yolu ortaya koymaktadır. Bu stratejilerin ana amaçlarını dört başlık altında toplamak mümkündür.⁷⁷

- Bölgesel yönetimlerin politika gündemlerinde önceliği inovasyona vermelerini ve bölgelerde inovasyon kültürünün geliştirilmesini sağlamak,
- Özel sektörün inovasyon faaliyetlerini artırmak,
- Araştırma ve teknoloji geliştirme faaliyetlerinin iş dünyasının ihtiyaçlarına göre şekillenmesini ve inovasyon için gereken bilginin akışını sağlayacak kamu-üniversite-özel sektör işbirliklerini ve ağlarını geliştirmek,
- İnovasyon için ayrılan kısıtlı kamu ve özel sektör kaynaklarının daha etkin kullanımını ve daha büyük etki yaratmasını sağlamak.

2000–2002 yılları arasında Avrupa bölgelerinin neredeyse beşte biri, RIS/RIS+ stratejisi geliştirmek için Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu (ERDF)’ndan finansman desteği almıştır. Bu finansmanların toplam değeri 500.000 €’yu bulmuştur. Sadece 2001 yılında 103 bölge, bölgesel program yürütmüştür. Bu 103 programın 81’i ERDF’den eş-finansman almaya hak kazanmıştır. Bu programların toplam değeri yaklaşık 393 milyon € olup, bunun yaklaşık 206 milyon €’luk kısmı ERDF tarafından finanse edilmiştir. 1994 yılından bu yana bölgesel inovasyon stratejisi uygulayan Avrupa bölgelerinin sayısı 120’yi aşmıştır.⁷⁸

Ocak 2001’de Avrupa Komisyonu, “Yeni Ekonomideki Bölgeler: ERDF 2000–2006 Döneminde Yenilikçi Önlemler İçin Rehber” başlıklı bir tebliğ

⁷⁵ DG VI: Directorate General for Agricultural and Rural Development, DG XIII: Directorate General Information Society and Media

⁷⁶ DURGUT M. ve M. AKYOS, Bölgesel İnovasyon Sistemleri ve Teknoloji Öngörüsü, Teknoloji Öngörüsü ve Stratejik Kalkınma Planlama Toplantısı, 24-26 Mayıs 2001, Sabancı Üniversitesi, s. 14.

⁷⁷ ELÇİ, Ş., İ. KARATAYLI ve S. KARAATA, Bölgesel İnovasyon Merkezleri: Türkiye İçin Bir Model Önerisi, TÜSİAD Yayın No. TÜSİAD-T/2008-12/477, Aralık 2008, s. 48-49.

⁷⁸ <http://www.innovating-regions.org/network/whoswho/projects_extended.cfm?sub_id=43&project_id=1> (25.08.2009)

yayınlamıştır.⁷⁹ Teknoloji, inovasyon, rekabet gücü, bilişim ve iletişim teknolojileri gibi yenilikçi önlemleri içeren bu tebliğde, Lizbon 2000 hedeflerinin gerçekleştirilmesi konusunda, bölgesel inovasyon programları ile ilgili 3 ana tema belirlenmiştir. Bunlar;⁸⁰

- Tema 1: Bilgi ve Teknolojik İnovasyona Dayalı Bölgesel Ekonomiler: Üniversiteler ve teknoloji merkezleri ile ortaklaşa KOBİ inovasyon projeleri, kümelenme (cluster) ve networkler, firma danışma hizmetleri, yeni teknoloji firmaları yaratılması ve kuluçkalıklar, araştırma, teknoloji geliştirme ve inovasyon altyapısı gibi konulardaki eylem ve projeleri kapsamaktadır.
- Tema 2: e-Avrupa Bölgeleri: Bölgesel Gelişmenin Hizmetinde Bilgi Toplumu: KOBİ'lere yönelik hizmetler ve uygulamalar, bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) yardımıyla KOBİ'ler için yeni iş süreçleri, mekansal kalkınma için gelişmiş BİT uygulamalarının test edilmesi ve diğer bilgi toplumu projelerini kapsamaktadır.
- Tema 3: Bölgesel Kimlik ve Sürdürülebilir Kalkınma: Ekolojik turizm, kültürel miras ve turizm, çevresel teknolojiler, geri dönüşüm, enerji uygulamaları ve yönetimi, taşıma uygulamaları gibi konulardaki eylemleri kapsamaktadır.

AB'nde, RIS ve RIS+ projelerine ek olarak; Bölgesel Teknoloji Planları (RTP) ve Bölgesel İnovasyon ve Teknoloji Transfer Girişimleri (RITTS) gibi uygulamalar da bulunmaktadır.

AB'nde yukarıda bahsedilen bölgesel inovasyon stratejileri ve teknoloji-inovasyona yönelik diğer politikalara ek olarak, Bölgesel Kalkınma Ajansları'nın da, teoride dönüşümlerin yaşandığı 1970'li ve 1980'li yıllardan sonra yaygın olarak kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Örneğin; Avrupa Kalkınma Ajansları Birliği (EURADA)'ne üye Bölgesel Kalkınma Ajansları'nın kuruluş tarihlerine bakıldığında bu durum açıkça görülmektedir.

⁷⁹ COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, Communication From The Commission: The Regions In The New Economy: Guidelines For Innovative Measures Under The ERDF In The Period 2000-2006, COM (2001) 60 Final, Brussels, 31.01.2001,.

⁸⁰ EUROPEAN COMMISSION DG REGIONAL POLICY, Regional Innovation Strategies under the European Regional Development Fund Innovative Actions 2000-2002, 2002, s. 15.

Çizelge 1.4 - Avrupa Birliği'nde Yıllara Göre BKA Kurulan Ülkeler

Yıllar	BKA Kurulan Ülkeler
1950 öncesi ve 1950'ler	Avusturya, Belçika, Fransa, İrlanda
1960'lar ve 1970'ler	Almanya, İngiltere, İtalya, Hollanda
1980'ler	Yunanistan, İspanya, Finlandiya, Danimarka
1990'lar	Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Estonya, Macaristan, Litvanya, Polonya, Portekiz, Slovakya, İsveç, Ukrayna

Kaynak: Serap KAYASÜ, Melih PINARCIOĞLU, Suna Senem YAŞAR ve Sencer DERE, Yerel/Bölgesel Ekonomik Kalkınma ve Rekabet Gücünün Arttırılması: Bölgesel Kalkınma Ajansları, İstanbul Ticaret Odası Yayını No: 2003-8, Ocak 2003, s. 7

Batı Avrupa ülkelerinde 1950'li yıllardan önce kurulmaya başlayan ve 1970'li yıllarda yaygınlaşmaya başlayan BKA'lar, AB'ye katılım sürecinin etkisiyle, 1990'lı yıllardan itibaren Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde de kurulmaya başlamıştır.⁸¹

1.1.6. Küreselleşme-Yerelleşme Paradoksu ve Küyerelleşme

Küreselleşme süreci ile birlikte “yeni ekonomi” olarak ortaya çıkan yeni ekonomik düzende, serbest piyasa ekonomisinin uluslararası niteliği de şekillenmeye başlamış ve artık serbest piyasa ekonomisinden uluslararası düzeyde söz edilmeye başlanmıştır bunun yanında, küreselleşme ile birlikte doğmuş olan bu yeni ekonomik anlayış, birçok ülkenin uluslararası ticarete açılarak hızla kalkınmasını sağlamıştır.⁸²

Ancak, bütün bu gelişmeler yaşanırken, küreselleşme olgusu hızla bütün dünyayı sararken, ister istemez kendi karşıtını da yaratmaya başlamıştır. Bu karşıtılık, büyük ölçüde, küreselleşme süreci ile birlikte dünyadaki yeni değişim dinamikleri çerçevesinde devletin değişen rolüne ilişkin olarak şekillenmeye başlamıştır. Küreselleşme sürecinde ulus devletin ne olacağı sorusu sorulmaya başlanmıştır.

⁸¹ KAYASÜ, S., M. PINARCIOĞLU, S. S. YAŞAR, S. DERE, Yerel/Bölgesel Ekonomik Kalkınma ve Rekabet Gücünün Arttırılması: Bölgesel Kalkınma Ajansları, İstanbul Ticaret Odası Yayını No: 2003-8, Ocak 2003, s. 37

⁸² STIGLITZ, J.E., Küreselleşme-Büyük Hayal Kırıklığı (Çev:Arzu TAŞÇIOĞLU-Deniz VURAL), Plan B Yayıncılık, İstanbul, 2002, s. 26.

Küreselleşme, devlet anlayışında bir değişim meydana getirmiş ve bu değişimin sonucunda da –aslında ilk bakışta tamamen tezat olarak görülen-⁸³ “bölgelleşme” ve “yerelleşme” kavramlarını doğurmuştur.

1.1.6.1. Küreselleşme, Bölgeselleşme, Yerelleşme ve Bir Sentez: “Küyerelleşme”

Bölgelleşme akımı ile birlikte, dünyada çeşitli ülkeler, başta iktisadi olmak üzere çeşitli alanlarda birbirleriyle ittifak yapma içerisine girmektedirler. Ekonomik alanda, ülkeler arasında bölgesel entegrasyon hareketleri her geçen gün daha da önem kazanmaktadır. Bugün, 3 farklı kıtada bölgesel ticaret blokları oluşmuş durumdadır. Avrupa’da Avrupa Birliği, Amerika’da NAFTA, Asya’da ise APEC, bu entegrasyonları teşkil etmektedir. Bir bakıma, bir taraftan küreselleşme süreci ile birlikte sınırlar kalkarken, diğer taraftan bölgelleşme süreci ile dünya coğrafyasında “kutuplaşmalar” (*polarization*) oluşmaktadır.⁸⁴

Tüm bu gelişmeler karşısında, ulus devletler yeni bir yapılanma içerine girerek, bir yandan bazı yetkilerini bütünleşme yoluyla ulus-üstü birliklere (AB örneğinde olduğu gibi) terk ederken, diğer yandan da bu yetki devri ulus-altı yönetimlere doğru da kaydırılmaktadır. Kısacası, küreselleşme, bir yanda bölgelleşme ve bağımlılığa ivme kazandırmakta, diğer yandan da “yerelleşme”yi içermektedir.⁸⁵

Yirminci yüzyılın sonundan bu yana tüm dünyada yaşanmaya başlanan hızlı küreselleşme süreci bir taraftan ulaşım ve iletişim alanında yaşanan gelişmelerle bilginin hızla yayılma olgusunu gerçekleştirirken diğer taraftan yönetim alanında merkeziyetçi yapılardan uzaklaşmayı ve yerelleşmeyi zorunlu kılan sonuçları beraberinde getirmektedir. Küreselleşme iktisadi sistemleri, geleneksel yönetim anlayışlarını, uluslar arası yapılanmaları ve bunların işleyişlerini hızlı bir şekilde değiştirmektedir. Sanayi toplumu ve anlayışındaki değişim ve dönüşümle paralel bir

⁸³ AKTAN, C.C., “Globalleşme, Bölgeselleşme ve Yerelleşme”, Dış Ticaret Dergisi, Yıl: 3 Sayı: 10, Temmuz 1998, ss. 1-5, s. 3.

⁸⁴ AKTAN, C.C., a.g.e., s. 3.

⁸⁵ KESER, H., “Avrupa Bütünleşme Sürecinde Yerel Yönetimler”, Yerel Yönetimler Kongresi: Düünden Bugüne Yerel Yönetimlerde Yeniden Yapılanma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Biga-Çanakkale, 2004, ss. 117-125, s. 120.

çizgide ortaya çıkan bugün yaşamakta olduğumuz bilgi toplumu süreci içinde katılımcı yerinden yönetim anlayışı ve kentsel aktörlerin yükselen değerler olarak giderek önem kazanmalarına yol açmaktadır.⁸⁶

Son zamanlarda, küreselleşme ve yerelleşme kelimelerinin birleştirilmesiyle yeni bir kavram ortaya çıkmıştır. İngilizce “globalization” ve “localization” kelimelerinin birleştirilmesiyle “glocalization” olarak ifade edilen ve Türkçe’de de benzer şekilde “küyerelleşme” olarak ifade edilen bu kavram, son zamanlarda giderek daha fazla kullanılmaya ve önem kazanmaya başlamıştır. Küyerelleşme; uluslar arası ilişkilerde küresel gerçeklerden hareket ederek küresel düşünmek, dünya ekonomisi ile bütünleşmek, dışa açılmak, ülke içinde ekonomi ve siyaseti merkezi yönetim aracılığıyla yönlendirmek yerine yerel yönetimleri daha fazla güçlendirmek (desantralizasyonu) olarak tanımlanmaktadır.⁸⁷

1.1.6.2. Küreselleşme Sürecinde Bölgenin Üretim Sistemindeki Yeri

Küreselleşme süreci ile devletin değişen rolüne ilişkin olarak gittikçe önemi artan yerelleşme eğilimi ile yeni kalkınma arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Özellikle son yirmi yıldan bu yana dünya ekonomi coğrafyasında küreselleşme ile yaşanan uluslararası (küresel) üretim ve işbölümündeki gelişmeler bölgesel çalışmalara olan ilgiyi artırmıştır. Kentleşme ve bölgesel gelişme süreçlerinin ekonomik büyüme ve toplumsal gelişmenin zaman ve mekan açısından analizinde oynadığı rol sebebiyle sanayi ve teknoloji politikaları bölgesel/yerel gelişme stratejilerine dayandırılmakta ve coğrafya yeniden gelişme iktisadına kazandırılmaktadır.⁸⁸ Bu süreçte yerel yönetimlerin, diğer yerel yönetimlerle uluslararası karşılaştırmalı üstünlüklerini de kullanarak rekabet kapasitelerine özel bir önem verilmiştir. Böylece, yerel yönetimlerin yerel kaynakları da harekete

⁸⁶ ÖKMEN, M., ‘Kentsel Alanda Aktörler Arası İşbirliği ve Kalkınma Çabaları: Salihli Örneği’, Dönüşen Kentler ve Değişen Yerel Yönetimler, Editörler: Fatma Neval GENÇ, Abdullah YILMAZ, Hüseyin ÖZGÜR, Gazi Kitabevi, Nisan 2008 Ankara, s. 4,5.

⁸⁷ <<http://www.genbilim.com/content/view/1663/86/>> (16.07.2009)

⁸⁸ ESER U. ve S. KÖSE, a.g.e., s. 98.

geçirmesi yerelleşme eğilimlerini arttırabilecektir.⁸⁹ Dünyada demokrasinin yaygınlaştırılması ve toplumsal gelişmenin dengeli ve hızlı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için yerel yönetimlerin güçlendirilmesi ve geliştirilmesi ortak bir anlayış haline gelmiştir.⁹⁰

Kentsel ekonomilerin ve bölgesel iktisadın yeniden önem kazanmasının en önemli nedeni dünya ekonomisinde özellikle üretim sistemleri ve iş örgütlenmesinde meydana gelen değişimlerdir. Kitlesele üretimden esnek üretim sistemlerine doğru yaşanan bu dönüşüm ‘esnek üretim temelinde sanayileşmeyi’ yaratarak bölgesel ve yerel dinamiklerin önemini arttırmıştır. Küresele değişim en fazla sanayi mekanlarında ve bölgesel ekonomilerde gözlenmektedir. Küresele rekabet ortamında firmalar teknolojik yenilikleri sürekli izleyebilmek, ürün ve teknoloji geliştirmek için gereken kaynakların tümüne sahip değildir. Dolayısıyla coğrafi olarak ortak bir mekanı paylaşma ihtiyacı ve aynı sanayi kolunda çalışan firmalar arasında işbirliği oluşturma gerekliliği giderek fazlalaşmaktadır. Ulusal düzeyde rekabetçi bir sanayi yapısının oluşturulmasında birbirleriyle yoğun ilişkide bulunan firmaların yatay uzmanlaşma ve örgütlenmeye dayalı networkler (ağlar) kurarak belirli mekanlarda odaklanmaları ve kümelenmeleri önemli rol oynamaktadır.

Coğrafi olarak aynı bölgede bulunan ve birbiriyle yoğun ilişki içinde olan sanayiler anlamına gelen sanayi kümelerini ve endüstriyel bölgeleri, ekonomik coğrafya literatüründeki bazı çalışmalar geleneksel Fordist seri üretim sisteminden Post-Fordist esnek üretim sistemine geçiş olarak görürken, bu merkezleri yeni tekno-mekansal sistemin neden olduğu eşitsiz üretim ve uluslararası işbölümü sürecinde ulusal yenilikçi kapasitenin artırılması ve bölgesel yenilik stratejilerine dayalı bölgesel planlama ve gelişme stratejileri içinde tasarlayan çalışmalar da bulunmaktadır.⁹¹

⁸⁹ SİVEREKİLİ DEMİRCAN, E., “Yeni Ekonomik Düzendeki Küreselleşme Yerelleşme Bağlamında Belediyelerde Yeni Mali Yönetim Anlayışı”, Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi, Sayı: 29, Temmuz-Aralık 2007, ss. 135-159, s. 140.

⁹⁰ DULUPÇU, M.A. ve F. ÇANKAYA ÖZMEN, “Küreselleşme Sürecinde Yerelin Dönüşümü: Bölgesel Kalkınma Ajansları-Yönetişim Temelli Bir Model Önerisi”, Yerel Yönetimler Kongresi: Dünyadan Bugüne Yerel Yönetimlerde Yeniden Yapılanma, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Biga-Çanakkale, 2004, ss. 147-158, s. 147.

⁹¹ ESER U. ve S. KÖSE, a.g.e., s. 100.

Son yirmi yıldır ekonomik coğrafyada iktisatta ve işletme çalışmalarında endüstriyel yerleşim konusunda gerçek bir ilgi akımı vardır. Bu çalışmalarda birçok endüstrinin belirli yerlerde (bölgelerde) uzmanlaşmış yoğunlaşmalar oluşturduğu gözlemlenmiştir. Endüstriyel yerleşim tabii ki yeni değildir. Endüstriyel yerleşim İngiltere’de, Amerika’da ve daha birçok yerdeki 19. yüzyıl endüstrileşmesinin anahtar karakteristik özelliğidir. Fakat 20. yüzyılda bundan biraz daha fazlası gerçekleşmiştir. Şöyle ki; endüstriyel yapıdaki temel değişimlerin de bir yansıması olarak, kitle üretim metotlarının yükselmesi ve büyük firmaların üstünlüğünün oluşmasıyla birlikte, önceden oluşmuş birçok aktivitenin yerleşmiş yoğunlaşmaları düşüşe geçmiştir. Daha da ilginç, *coğrafi olarak daha yayılmış üretim biçimi* ekonomik büyümenin ana temeli haline gelmiştir ki bu olgu Fordizm’den Post-Fordizm’e geçiş olarak da bilinmektedir. Buna ek olarak bazı yazarlar, 1980’lerin başından itibaren, ekonominin küresel hale gelmesi, bilgi ve teknoloji tarafından yönlendirilmesi hareketinin ivme kazanmasıyla, işletme performansı ve başarısı için yerin (işletmenin nerede yerleştiğinin) ve mekansal yakınlığının önemini azaldığını ifade etmektedirler. Fakat gerçek tam tersi yöndedir: küreselleşme ve teknolojik değişim, örgütlerin (organizasyonların-işletmelerin) iktisadi hayatında yerleşim yerinin önemini azaltacağına artırmıştır.⁹²

Küresel rekabet, karşılaştırmalı üstünlükler temelinde yerel ve bölgesel uzmanlaşma sürecini de ön plana çıkarmaktadır. Belirli sektörlerde uzmanlaşan bölgeler(yörelere) ve kentler hem dünya ekonomisi hem de ülke ekonomisi içinde karşılaştırmalı üstünlükler elde etmektedir. Elde ettikleri bu karşılaştırmalı üstünlükler sayesinde ülke ortalamasından daha fazla büyüme ve gelişme şansı yakalayan bu bölgeler ve kentler, ülkenin ekonomik büyümesine, refah ve istikrarını artırmasına daha fazla katkı sağlamaktadır. Günümüzün küreselleşen dünyasında ülkelerarası rekabetin artık kentler ve bölgeler arası rekabete dönüştüğü gözlenmektedir.⁹³

Ekonomik yerelleştirmenin, politik ve ekonomik çevrelerde en kabul gören tanımı Michal Porter tarafından ‘endüstri veya işletme kümelenmeleri’ kavramı olarak yapılan tanımdır. Porter’a göre: kümelenmeler her gelişmiş ekonominin göze

⁹² ASHEIM, B., P. COOKE ve R. MARTIN, a.g.e., s. 1.

⁹³ ÖKMEN, M., a.g.e., s. 4,5.

çarpan önemli bir özelliğidir ve kümelenme oluşumu ekonomik büyümenin gerekli bir bileşenidir. Kümelenmeler ekonomiler ve ekonomik büyüme hakkında düşünmek için yeni bir yol önermektedir.

Yine son yirmi yıldır birçok gözlemciye göre uzmanlaşan endüstriyel yığınlaşmaların üretim sistemlerinin yeni ve sınırlı (belirli) yerlerde ortaya çıkması ve oluşması bölgelerin ve şehirlerin ekonomik büyümenin ve yönetişimin çağdaş yerler olarak yeniden önem kazanmasını kanıtlamıştır. Bu durum Michael Porter tarafından şu şekilde ifade edilmektedir: ‘Hızlı ulaşım, yüksek hızlı iletişim ve ulaşılabilir piyasalara sahip olan küresel bir ekonomide, yerleşim yerinin öneminin azalması beklenebilir fakat tam tersi doğrudur. Küresel bir ekonomide sürdürülebilir rekabetçi avantajlar sıklıkla yoğun şekilde belirli bölgelerle sınırlıdır, yüksek uzmanlaşmış yeteneklerin, bilginin, kurumların, rakiplerin, ilişkili-bağlantılı işletmelerin ve sofistike müşterilerin yoğunlaşması sayesinde ortaya çıkmaktadır.’⁹⁴

Aynı zamanda bazı gözlemcilere göre artan küresel bütünleşme, azalan ulaşım maliyetleri ve azalan ticari engellerin benzer firmaların yerel dışsal ölçek ekonomilerinden yararlanmak için diğer benzer firmalarla yığınlaşmasına izin vererek, bölgesel ve yerel uzmanlaşmanın ağırlık kazanmasına öncülük etmektedir. Bu yerel dışsal ölçek ekonomileri, yerel dışsal inovasyonu ve verimlilik artışını yükseltmektedir. Buna benzer sebeplerden dolayı akademik çevrelerde ‘yerelleşen dünya ekonomisi’ hakkında konuşmak ve ‘bölgesel ekonomilerin küresel bir mozağının’ ön plana çıkartılması moda olmuştur. Ayrıca Post-Fordist ekonomiler ‘öğrenen ekonomiler’ olarak da tanımlanmaktadır. Çünkü inovasyon, sosyal ve bölgesel olarak gömülüdür ve karşılıklı öğrenen süreçler yerel endüstriyel yığınlaşmaların önemini artırmaktadır ve bu durum bilgi temelli inovasyon firmalarının teşvik edilmesi için en iyi ortamı oluşturmaktadır.

Özelleşmiş aktivitenin belirli bölgelerde (yerlerde) yoğunlaşmasının birçok farklı şekli vardır: Üçüncü İtalya (*Third Italy*) olarak da isimlendirilen ‘endüstriyel yoğunlaşmalar’ bu tartışmaya dikkat çeken ilk oluşumlardan birisidir. Allen Scott; Kaliforniya’daki yoğunlaşmaya (Silikon Vadisine), ‘yeni endüstriyel alanlar’ın

⁹⁴ ASHEIM, B., P. COOKE ve R. MARTIN, a.g.e., s. 1,2.

yükselişi olarak dikkat çekmektedir.⁹⁵ Diğerleri yerel üretim sistemleri üzerine konuşmayı tercih etmektedir. Diğer bazı araştırmacılar ise ‘yerel ileri teknoloji çevresi’, ‘yerel ve bölgesel inovasyon sistemleri’ veya ‘öğrenen bölgeler’ olarak yüksek teknolojili aktivitenin belirli bölgelerde odaklanmasını tanımlamaktadır.⁹⁶

Porter kümelenme çalışmasını yayınlamış ve birçokları tarafından takip edilmiştir. Porter’ın amacı bir kümelenme teorisi üretmek değil, küresel bir ekonomi içeriğinde ulusal, kamusal, bölgesel ve yerel rekabetçilik sağlamaktır. Ulusal avantajları anlamak ekonominin içinde gizlidir. Kavramlar, bilgiler izole endüstrilerin içinde ortaya çıkmaz tersine dikey ve yatay ilişkilerle birbirine bağlanmış endüstri kümelenmeleri içinde ortaya çıkar. Bilgi ekonomisi kümelenmelerin bir karışımını barındırır ki bu karışım ekonominin gelişmesini yansıtan rekabetçi avantajın veya dezavantajın kaynağıdır ve yaratıcısıdır.⁹⁷

Özetlemek gerekirse; küreselleşme süreci ile yerel aktörler dünya piyasaları ile doğrudan etkileşim içine girmiştir. Dolayısıyla yerel ekonomilerin önemi giderek artmaktadır. Bu süreçte yaşanan artan rekabet olgusu değişen koşullara uyum yeteneği yüksek ve esnek yapılarıyla KOBİ’leri, yeni sanayi odaklarını, küçük ve orta boy kentleri ön plana çıkarmıştır. Bu süreçle paralel olarak yerel kurumların, organizasyon yapılarının ve dayanışmanın önemi artmakta ve küreselleşmenin yerel ekonomilerin önemini azaltması beklenirken ironik olarak yerelleşme olgusu küreselleşmenin bir gereği şeklinde ortaya çıkmaktadır. Buna ek olarak dünya ekonomisinde yaşanan bir diğer gelişme küresel rekabet sürecinin karşılaştırmalı üstünlükler temelinde, yerel uzmanlaşma sürecine ivme kazandırmasıdır. Belirli sektörlerde uzmanlaşan yöreler; yerel girişimcilik, yerel kaynaklar, bilgi ve beceri stoku ve diğer yerel potansiyellere de bağlı olarak karşılaştırmalı üstünlük ve rekabet avantajı elde edebilmektedir. Bu yeni ortamın iyi anlaşılması ve bu ortamdan maksimum seviyede yararlanılması için sektörel ve bölgesel düzeyde kapsamlı analizlerin yapılması gerekmektedir. Bütün yörelerin-bölgelerin kendilerine has avantajları ve potansiyelleri vardır. Bu potansiyellerin yöresel düzeyde katılımcı bir

⁹⁵ SCOTT, A.J., a.g.e., s. 125.

⁹⁶ ASHEIM, B., P. COOKE ve R. MARTIN, a.g.e., s. 4.

⁹⁷ MASKELL, P. ve L. KEBIR, ‘What Qualifies As A Cluster Theory?’, Clusters and Regional Development, Edited by Bjorn ASHEIM, Philip COOKE ve Ron Martin, Routledge Taylor&Francis Group, USA, 2006, s. 35.

anlayış çerçevesinde geleceğe yönelik perspektifler ile birleşmesi, sahiplenme oluşturulması ve ulusal seviyede çeşitli mekanizmalar ile de desteklenerek harekete geçirilmesi şarttır.⁹⁸

1.2. Bölgesel Politikadaki ve Modellerdeki Değişim

Küreselleşme ve yerelleşme dinamiklerinin etkisiyle ekonomik, toplumsal ve siyasal yapılanmalar büyük bir dönüşüm içine girmiştir. Yaşanan bu dönüşümün boyutlarını açıklamada dört farklı söylem ön plana çıkmaktadır. Bunlar; sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş, fordist üretim sisteminden post-fordist üretim sistemine geçiş, ulus-devletlerin dünyasından küresel dünyaya geçiş ve modernist düşünceden post modernist düşünceye geçiştir. Tüm bu yaşanan dönüşümler bölgesel politikalara olan yaklaşımları da önemli ölçüde etkilemiştir. Bu çerçevede bölgesel gelişmenin kavramlaştırılması ve bölgesel politikaların uygulanmasına yönelik tüm alanlarda önemli temel değişimler yaşanmaktadır. Bu değişim bölgesel gelişmenin teorik temellerinin yeniden yorumlanmasına neden olmuş ve kalkınma ekonomisini açıklayan yeni faktörlerle başlayıp, bölgesel politika araçları, amaçları ve yöntemlerinde değişimlerle devam etmektedir. Çalışmanın bu bölümünde genel olarak bölgesel politika tasarımında yaşanan değişimler incelenecektir. Bu bağlamda mekansal modeller ve yeni bölge tipolojisi ele alınacaktır. Ardından teoride yaşanan bu dönüşüme uyum sağlama konusunda Türkiye’de yaşanan gelişmeler ve bölgesel politikalarla ilgili yasal/kurumsal düzenlemelere yer verilecektir.

1.2.1. Bölgesel Politika Tasarımında Değişim: Amaç, Araç ve Yöntemler

Dünyada yaşanan gelişmeler (küreselleşme, yeni ekonomi) ve teoride yaşanan dönüşümler karşısında, bölgeye bakış açısı ve bölgesel kalkınma konusu da bir değişime uğramaktadır. Bilginin artan önemi, inovasyona dayalı politikalar sonucunda, geleneksel bölgesel kalkınma anlayışı ve araçları yerini, yeni bölgesel kalkınma anlayışına ve bu yaklaşımda öğrenme-işbirliği-bilgi-inovasyona ağırlık veren politikalara ve araçlara bırakmaktadır.

⁹⁸ ELVAN, L., N. SORGUÇ, L.B. KAZANCIK ve A. ÖZTÜRK, ‘Bölgesel Gelişme ve Sektör-Bölge Yığınlaşmaları’, Devlet Planlama Teşkilatı, Haziran 2005, s. 1.

Bu kısımda, kalkınma, bölgesel kalkınma ve bölgesel politikalarda yaşanan değişimlere değinilecektir.

1.2.1.1. Kalkınma ve Bölgesel Kalkınma

Dünyada, ülkeler arasında gelişmişlik farklılığı olduğu gibi, bir ülkenin bölgeleri arasında da bölgesel gelişmişlik farklılıkları ortaya çıkabilmektedir. Ülkedeki her bölgenin aynı düzeyde gelişmesi mümkün olmamakta, bazı bölgeler cazibe merkezi haline gelerek diğer bölgelerden daha hızlı gelişirken, bazı bölgelerde ise geri kalma durumu ortaya çıkabilmektedir. Ülkede doğal bir merkez etrafında yoğunlaşan ekonomik ve sosyal faaliyetler, bazı bölgelerin geri kalmasında ve bölgesel dengesizliklerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Bölgelerarası kalkınmışlık farklılığı kavramı, az gelişmiş bölgelerin gelişmiş bölgelere sosyal refah açısından yaklaştırılması, yani farklılıkların giderilmesi politikasını da doğal olarak beraberinde getirmiştir. Bu gelişmeler “bölge” ve “kalkınma” kavramlarının bir bütün olarak ele alınmasına yol açmış ve planlama ve bölgesel kalkınma çabalarında alternatif politika arayışlarını gündeme getirmiştir.⁹⁹

Günümüzde hem gelişmiş ülkeler hem de gelişmekte olan ülkeler bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarını azaltmak için yoğun çabalar harcamaktadır. Bunu yaparken bir taraftan küresel dünyaya eklenmeye diğer taraftan da kendi içinde ekonomik bütünleşmeyi sağlamayı hedeflemektedir. Hemen her ülkede devlet, bölgesel dengesizlikleri gidermek için politika üretmekte ve çözüm aramaktadır. Her ülke, bölgesel gelişme farklılıklarını azaltmak için kendi ekonomik ve toplumsal yapısına uygun politikaları uygulamakta veya uygulamaya çalışmakta ve yine bu amaca uygun uygulama araçlarını kullanmaktadır.

Bölgesel kalkınma kavramı 2. Dünya Savaşı'ndan sonra iktisat literatürüne girmiştir. Böylelikle iktisadi ve sosyal kalkınma sorunu mekansal bir boyut kazanmıştır. Bölgesel kalkınma; ülke bütününde yer alan bölgelerin çevre bölgeler ve dünya ile karşılıklı etkileşimi ile şekillenen bölge vizyonunu göz önünde bulunduran,

⁹⁹ ARSLAN, K., “Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Etkin Bir Araç: Bölgesel Planlama ve Bölgesel Kalkınma Ajansları”, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl:4 Sayı:7 Bahar 2005/1 s.275-294, s. 276.

katılımcılık ve sürdürülebilirliği temel ilke kabul eden, bölge refahının yükseltilmesini ekonomik ve toplumsal potansiyellerin harekete geçirilmesi aracılığıyla amaçlayan bir çalışmalar bütünüdür.¹⁰⁰

Bölgesel planlama, ülke içerisinde kaynakların dengeli dağılması nedeniyle ortaya çıkan problemleri alanların ekonomik, toplumsal ve fiziksel olarak bütünleştirilmesinde yararlanan bir araç olmaktadır. Bölge planlamasının asıl amacı, bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesidir. Bölge planı ve stratejileri, ülke stratejileri çerçevesinde ulusal önceliklerin ve politikaların, yerel ölçekteki gereksinimlere yanıt verecek biçimde, yereldeki fiziksel ifadesini somutlaştıran önemli bir ara yüzdür. Geçmiş uygulamalar bölge planlamasının ulusal ve yerel hedeflere ulaşmada vazgeçilmez bir araç olduğunu göstermektedir.¹⁰¹

1.2.1.1.1. Bölge Kavramı ve Çeşitleri

İktisadi açıdan bölgenin; ülke kadar geniş olmayan, ancak kent kadar da küçük olmayan bir alan parçası olması uygun görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında, “bölge” kavramı ve bölgenin tanımlanması konusunda açık bir tanımlama ve görüş birliği bulunmamaktadır. “Bölge” kavramı, kullanıldığı anlama göre değişebilmektedir. Örneğin; Avrupa Birliği’nde bölge kavramı planlama açısından kent ve metropol alandan, kırsal bölgeye kadar çok geniş bir yelpazede farklı boyutlarda yer almaktadır. Bu bölgelerin bir kısmı ekonomik, sosyal ve kültürel bakımdan homojen mekan parçası görünümünde iken diğer bir kısmı işlevsel açıdan bütünlük gösteren birimler görünümündedir.

Kullanılan kriterlere göre farklı bölge tanımlamaları ve sınıflandırmaları yapmak mümkündür. Örneğin; bu ayrımlardan birisi homojen bölge – polarize bölge ve – plan bölge ayrımıdır. Homojen bölge; birbirine bitişik, kendi aralarında mümkün olduğu kadar yakın benzerlikler gösteren komşu alanlar grubu olarak tanımlanmaktadır. Polarize bölge; bir yerleşim merkezinin, kendisinden daha küçük bir veya birkaç yerleşim merkezini etki alanına alması sonucunda oluşmuş bir

¹⁰⁰ ILDIRAR, M., Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri, Nobel Yayın Dağıtım, Ekim 2004, Ankara, s. 16.

¹⁰¹ DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2000, s. 10.

bölgedir. Son olarak; plan bölge ise; bölge planlarının uygulandığı alan olarak tanımlanmaktadır.¹⁰²

Bölge tanımlamasında bir diğer ayırım; coğrafi, kültürel, etnik kentsel ve yönetsel kriterlere göre yapılan ayırımdır. Buna göre bölge kavramı; homojenlik faktörünü temel alarak şu kriterlere göre tanımlanabilmektedir:¹⁰³

- **Coğrafi bölgeler:** Kıyı bölgeleri, kömür madeni bölgeleri, dağlık bölgeler vb.
- **Kültürel bölgeler:** Etnik çoğunluk, dil, din vb. kriterlere göre ayrılan bölgeler
- **Tarihsel bölgeler:** Tarihteki ortak kökenler, örneğin “eski” sınırlar
- **Yerleşim ve yoğunluk bakımından bölgeler:** Nüfus yoğunluğu yüksek bölgeler-nüfus yoğunluğu düşük bölgeler, merkezi bölgeler-çevre bölgeler vb.

Bölge kavramı, ortak çıkarlar ve yeni ekonomik yapılanmalar faktörlerine göre tanımlanırsa şu şekilde gruplandırılabilir:

- Belirli sektörlerin hakim olduğu bölgeler (tarım bölgeleri, turizm bölgeleri, sanayi bölgeleri vb.)
- Bir komşu devletle sınırı olan ve bu ülkenin ekonomik faaliyetlerinden etkilenen bölgeler
- Uzun mesafeli trafik akışı açısından transit bölgeler
- Ortak bir yerleşim alanının ekonomik yapısından etkilenen bölgeler (Akdeniz ülkeleri, Baltık ülkeleri vb.)

DPT 8. BYKP Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu’nda bölge ayırımı ise şu şekilde yapılmıştır.¹⁰⁴

- **Az gelişmiş bölgeler:** Zorlukları olan tarımsal, az gelişmiş ve izole bölgelerdir.

¹⁰² DİNLER, Z., Bölgesel İktisat, Ekin Kitabevi, 7. Baskı, 2005, s. 75-85.

¹⁰³ ILDIRAR, M., a.g.e., s. 7, 9.

¹⁰⁴ DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2000, s. 9.

- **Gerilemekte olan bölgeler:** Zorlukları olan büyük kent çeperleri ve fazla kalabalık bölgeler bu tip sorunlu bölgeler arasında yer alırlar ve sorunları dünya ekonomik konjonktüründe büyük önem kazanmıştır.
- **Sorunlu endüstriyel bölgeler:** En önemli sorunları artan işsizlik, işletme/üretim teknolojilerinde eskimişlik, fiziksel çevrede nitelik kaybıdır. Yenileme çabaları yetersiz ve eksiktir.
- **Büyümenin "baskısı" altında olan bölgeler:** Bu bölgelerde başlıca sorunlar, konut, sosyal altyapıda eksiklik, ulaşım, çevre kirliliği (hava, su, gürültü, vb.) ve tıkanıklıktır.
- **Acil müdahale bölgeleri:** Afet görmüş bölgeler, terör bölgeleri, büyük ve kapsamlı projelerin etkisi altındaki bölgelerdir (GAP bölgesi gibi).
- **Risk bölgeleri:** Doğal risk (deprem, taşkın, erozyon, vb.) bölgeleri ve yapay risk (enerji istasyonları, zararlı kimyasal üretimi, vb.) alanlarıdır.
- **Hassas bölgeler:** Ekolojik yönden duyarlı alanlar ve havzalar, doğal ve kültürel değerler açısından zengin olan bölgelerdir.
- **Özel statülü bölgeler:** Serbest şehir, sınır ticaret bölgeleri, vb. yasa ile özel uluslararası statü kazanmış bölgelerdir.

1.2.1.1.2. Bölgesel Kalkınmada Amaçlar ve Araçlar

Bölgesel kalkınma kuramında, bölgelerin kalkınmasında rol oynayan etkenler ve bunların birbirleri ile olan etkileşim süreci iki açıdan değerlendirilmektedir. Birinci yaklaşımda – bölge içi yaklaşım – bir bölgenin kendi içerisindeki oluşumu ve nedeni açıklanmaktadır. İkincisi yaklaşımda ise; ekonomik gelişmenin mekan içerisindeki yayılımına odaklanılmaktadır. İkinci yaklaşım, bölgeler arası dengesizliklerin oluşumunu açıklamada da kullanılmaktadır.

Bölgesel kalkınma politikasının ilkeleri genel olarak üç gruba ayrılmaktadır. Bunlar; (i) sosyal karlılık ilkesi, (ii) kalkınma kutbu ilkesi ve (iii) halkın katılımı ilkesidir. Bölgesel kalkınma politikasının amaçları da; büyüme, istikrar ve dengeleme olmak üzere üçe ayrılabilir. Büyüme amacı; genel ekonominin daha hızlı

büyüyebilmesi için bölgelerde büyüme için ön koşulların yaratılmasını ifade etmektedir. İstikrar amacı; ekonomide istihdam ve gelirin mümkün olduğu kadar istikrarlı gelişmesini sağlamak için bölgesel kuruluş yeri ve üretim yapısının, konjonktürel ve yapısal dalgalanmalara bağlı olarak düşmesinin önlenmesini ifade etmektedir. Dengeleme amacı ise; ekonomik kaynakların bölgeler arasında dengeli ve göreceli olarak eşit dağılımının sağlanmasını ifade etmektedir.¹⁰⁵ 1970’li yıllara dek çeşitli ülkelerin benimsedikleri bölge planlama yaklaşımları ülkelerin sosyo-ekonomik, siyasi ve kültürel yapılarına göre çeşitlenmekle birlikte, hemen hepsinde görülen ortak amaçlar; “kaynakların optimum kullanımı, ekonomik yararın olabildiğince artırılması ve yararın bölgeler arasında dengeli dağılımı” olmuştur. Bunlara 1980’li yıllardan bu yana “sürdürülebilirlik/çevrenin ve yaşam kalitesinin korunması” da eklenmiştir.¹⁰⁶

Genel olarak bölgesel kalkınma politikasının araçları; bölgesel planlama, kamu yatırımlarının gerçekleştirilmesi, yönetsel örgütün bölgesel kalkınma sorunlarına uyumunu sağlamak, mali ve vergisel teşvikler, girişimciliğin desteklenmesi ve diğer araçlar olarak ele alınabilir.¹⁰⁷ Diğer araçlar; ülkelerin kendi sosyo-ekonomik koşullarına uygun bölgelerine özgü geliştirdikleri araçları ifade etmektedir. Örneğin Tek Köy-Tek Ürün uygulaması ilk defa 1979 yılında Japonya’nın Oita bölgesinde kırsal kalkınmayı sağlamak amacıyla başlatılmıştır. Bu model bölgenin uzmanlaştığı bir konuda ürün yetiştirilmesini ayrıca ürün kalitesinin ve çeşitliğinin artırılmasını hedeflemiştir. Bu uygulama Oita bölgesinde başarılı olmuştur. Bu modelde yerel potansiyel ve dinamikler harekete geçirilmesi hedeflenmiştir. Buna ek olarak her bölgenin rekabet edebilecek bir potansiyelinin olduğu vurgulanmış ve bölgelerin küresel düşünüp yerel hareket edebileceği belirtilmiştir. Bu bağlamda bölgede kendine güven, yaratıcılık ve insan kaynaklarını geliştirme faktörlerinin geliştirilmesinin bölgesel kalkınmanın sağlanması için temel itici güç olduğunun altı çizilmiştir.

¹⁰⁵ ILDIRAR, M., a.g.e., s. 20.

¹⁰⁶ AKKAHVE, D., “Bölgesel Gelişme Planlarının Yönetişim Açısından Değerlendirilmesi”, Çevrimiçi: <http://www.sabanciuniv.edu/ipm/tr/ArastirmaAlanlari/documents/DenizAkkahve.pdf> (Erişim: 08.08.2009)

¹⁰⁷ ILDIRAR, M., a.g.e., s. 20, 21.

Farklı gelişme yaklaşımlarının oluşmasında her bölgenin değişik imkanlara ve niteliklere sahip olması yer almaktadır. Ayrıca bölgesel gelişme yaklaşımlarında bölgeye has özel unsurlara ek olarak bölge dışı birçok unsurun etkileşimi de önemli olmaktadır. Dolayısıyla yerel ekonomik yapının geliştirilerek, gelir ve istihdamın artırılmasına yönelik diğer bazı araçlar ve örgütsel yapılar da gelişmektedir. Bunlardan araçlardan bazıları şu şekilde sıralanabilir:

- **Bölge İçi Sektörel Sanayi Ağı:** belirli bir bölgede ve belirli bir alanda uzmanlaşmış sanayi kümelenmelerinin, rekabet güçlerini artırmak amacıyla ileri teknoloji kullanmaları ve bölge içi, ulusal ve uluslar arası ölçekte ilişki içinde oldukları firma ve organizasyonlar ile iletişimde bulunmalarını sağlayan yapı olarak tanımlanmaktadır.
- **Organize Sanayi Bölgeleri (OSB):** OSB'ler imalat sanayi türlerinin belirli bir plan içinde yerleştirilmeleri ve ihtiyaca göre belirlenecek sosyal tesisler ve teknoparklar ile donatılıp planlı bir biçimde ve belirli sistemler dahilinde sanayi için tahsis edilmesiyle oluşturulan işletilen mal ve hizmet üretim bölgeleri olarak tanımlanmaktadır. OSB'lerin genel amaçları; sanayinin uygun görülen alanlarda yapılanmasını sağlamak, kentleşmeyi yönlendirmek, çevre sorunlarını önlemek ve bilgi ve bilişim teknolojilerinden yararlanmaktır.
- **Küçük Sanayi Siteleri:** Benzer iş kollarında faaliyet gösteren küçük işletmeleri aynı yerde toplayan sitelerdir. Küçük sanayi siteleri kurulmasındaki genel amaçlar şunlardır: küçük işletmelere çağdaş ve düzenli işyerleri sağlamak, küçük işletmelerin çalışma koşullarını iyileştirmek ve aralarında dayanışma ve organizasyonu geliştirmek, ihtiyaçlarının daha ekonomik ve daha kolay karşılanabilmesini ve işyerlerine yeni teknolojilerin dahil edilmesini sağlamak, ana sanayi-yan sanayi ilişkilerinin geliştirilmesini sağlamaktır.¹⁰⁸
- **Teknoparklar-Bilim Parkları:** Bünyesinde bilgiye ve ileri teknolojiye dayalı sanayi firmalarının kurulup, gelişmesini teşvik etmek üzere tasarlanmış birimlerdir. Bu birimlerin amacı ekonomik kalkınmayı teşvik etmek,

¹⁰⁸ ILDIRAR, M., a.g.e., s. 43, 44.

buldukları kentlerin ya da bölgelerin rekabet edebilirliklerini yükseltmektir. Bunu yaparken bir veya birden fazla üniversite veya araştırma merkezi ile birlikte hareket ederler. Teknoparklar içlerinde yer alan kiracı firmalara teknoloji transferi ve iş idaresi konularında destek sağlarlar.

- **Girişimciler İçin Tek Durak Ofisi (TDO):** TDO'lar kendi işlerini kurmak isteyen girişimcilerin gerekli idari işlemlerin tümünü tek elden yürütebilecekleri birimlerdir. TDO'leri çok geniş bir yelpazede girişimcilere hizmet sunmaktadır. Örneğin bu yelpaze iş kurmak için doldurulması gereken formlardan, finansal yardım seçeneklerine kadar uzanabilmektedir. TDO'lar temel olarak şu faaliyetleri yürütmektedir: (i) halkla ilişkiler ve iletişim, (ii) bölgeye yatırım yapmak isteyen girişimcilerin ruhsat ve izin işlemlerini tek elden yürütmek, (iii) diğer bölgesel kalkınma partnerleriyle ilişki kurmak, (iv) Yerel ve bölgesel ekonomik aktörlere yeni fırsatlar sağlaması için kalkınma ajanslarının uluslararası networklerin iletişimini kurmak.¹⁰⁹

Günümüzde KOBİ ve yerel girişimciliğe dayanan ve yerel potansiyeli harekete geçirerek yerel gelişim sağlamaya çalışan, yabancı sermaye yatırımlarını çekmeyi ve dünya ekonomisinde üstünlük elde etmeyi hedefleyen ve merkezi politikalardan ziyade özel sektör ve yerel girişimciyi esas alan bir bölgesel kalkınma anlayışına işaret edilmektedir. Bugün küresel rekabet süreci, yerel ve bölgesel potansiyeli ortaya koyarak karşılaştırmalı üstünlükler elde etme temelinde, yerel ve bölgesel uzmanlaşmaya dayanan ve ülkeler düzeyindeki rekabetin giderek bölgelerarası düzeye indiği bir çizgide seyretmektedir. Bu süreçte bilgi ekonomileri ekseninde şekillenen yeni rekabet ortamında var olabilmenin ön koşulu olarak rekabet gücü gösterilmektedir ve bölge bu süreçte temel aktör olarak ortaya çıkmaktadır.¹¹⁰

Yeni nesil bölgesel politika anlayışı rekabetçi üstünlüğün temelini; yerleşen bilgi, network ve kurumsal diyalogların inşası ile sosyal sermaye üzerine kurmaktadır. Bir önceki nesil bölgesel politikalar (diğer bir deyişle Keynesyen bölgesel politikalar) ağırlıklı olarak altyapı yatırımları, teşvikleri ve organize sanayi

¹⁰⁹ ÖZEN, P., Bölge Kalkınma Ajansları, TEPAV-EPRI, Mayıs 2005, s.8.

¹¹⁰ ÖZER, Y. E., "Küresel Rekabet-Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Türkiye", Review of Social, Economic and Business Studies, Vol: 9/10, 2007, 389-408, s. 393.

bölgeleri araçlarını kullanmıştır. Geleneksel bölgesel teşvik yöntemlerini değişime zorlayan unsurlardan birisi ürünlerde post-fordizmle yaşanan hızlı değişimin bu yöntemlerle takip edilmesinin güçleşmesidir. Dolayısıyla yeni bölgesel politika araçları sadece firmalar arasındaki işbirliği ile değil aynı zamanda firmalar ile yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları(STK), ve diğer bölgesel kuruluşlar arasındaki ilişki, ağyapı, inovasyon üçgeni üzerine inşa edilen işbirliği ile şekillenmektedir.¹¹¹

¹¹¹ DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Bölgesel Gelişmede Temel Araçlar Ve Koordinasyon Alt Komisyonu Raporu, Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara, 2008, s. 16, 17.

Çizelge 1.5 - Geleneksel ve Yeni Ekonomide Bölgesel Gelişme Araçları

Genel Kavramlar	Geleneksel Ekonomi	Yeni Ekonomi
Temel Altyapı	Enerji, su, yol, demiryolu, liman, havaalanı	Telekomünikasyon, çok-işlevli platformlar, geniş bant internet
Yerel Altyapı	Endüstriyel parklar, İş kuluçkaları, Teknoparklar	Lojistik alanlar, İnternet kuluçkaları, En iyi uygulamaların gelişmesi için sanal ağlar
İnsan Kaynakları	Eğitim ve öğrenim, Engelli insanların adaptasyonu, Mesleki eğitim	Bilgi, Sürekli öğrenme, Ticaret gereklerinin önceden tesbiti
İşletme Destek Politikası	Sübvansiyon, vergi indirim, Özel destekler(danışma servisleri), Denetim, danışmanlık hizmetleri	Finansal mühendislik, Ortaklaşa destek, Uzman desteği/özel destekler
Potansiyel Bölge Yatırım Çekiciliği	İş yaratma, Değişken yatırım araştırmaları, Rekabet avantajları	İçgirişimcilik, İşletmeler arası işbirliği, Kümelenme
Kamu Yönetiminin Rolü	İş desteği Yerel kaynakların fiyatlandırılması Kamu hizmeti Değerlendirme Öncelikler Tanıma Anlaşmalar sağlama	Ortaklık, yönetim, bölgesel araştırmalar, Teknolojik izleme, ekonomik istihbarat, sürdürülebilir kalkınma, Kamu-özel kesim ortaklıkları, Örnek edinme, Kamu harcamalarının fayda/maliyet oranı, Entegrasyon stratejileri, Yenilikçilik

Kaynak: Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Bölgesel Gelişmede Temel Araçlar Ve Koordinasyon Alt Komisyonu Raporu, Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara, 2008, s. 17.

Bölgesel gelişme araçları genel olarak dört farklı kategoride incelenmektedir. Bunlar; kurumsal, ekonomik, kültürel ve sosyal ağ nitelikli araçlardır. Kurumsal nitelikli bölgesel gelişme araçları; Bölgesel Kalkınma Ajansları, Yatırım Destek Ofisleri, Bölgesel Kalkınma Planları ve Operasyonel Programlar ile SWOT (Güçlü Yönler-Zayıf Yönler-Fırsatlar-Tehditler) Analizidir.

Ekonomik nitelikli bölgesel gelişme araçları; Organize Sanayi Bölgeler / Sanayi Parkları, Bölgesel Yardım Uygulamaları, Girişim Sermayesi ve Müşterek Bölgesel Kalkınma Uygulamaları'ndan oluşmaktadır.

Kültürel nitelikli bölgesel gelişme araçları olarak, konferans/sergi/ fuar merkezleri, rekreasyon/eğlence parkları, alternatif turizm, bölgesel doğa parkları ve kültür merkezleri sayılabilir.

Sosyal nitelikli bölgesel gelişme araçları; sistem temelli araçlar, işbirliği temelli araçlar ve girişimcilik temelli araçlar olmak üzere üç alt gruba ayrılmaktadır. Sistem temelli araçlar: Bölgesel inovasyon sistemi ve bölgesel inovasyon stratejileri bu kategoride yer almaktadır. İşbirliği temelli araçlar: İş/İnovasyon/Teknoloji Merkezleri, İnovasyon Aktarım Merkezi, İş/İşletmeKümeleri/Kümelenmeleri, Kamu-Özel Sektör Ortaklığı (Girişimleri), Aracı (Katalizör) Kurumlar, Ticari Birlikler ve Bölge-İçi Sektörel Sanayi Ağları'ndan oluşmaktadır. Girişimcilik temelli araçlar: Girişimcilik Temelliler; Teknoparklar/Teknokentler, İş/İşletme Kuluçkaları, Türev İşletmeler, İş Tohumlama/Çekirdek Sermaye Merkezleri, İş/İşletme Melekleri ve Girişimciliğin Geliştirilmesi Programları'ndan oluşmaktadır.¹¹²

1.2.1.2. Bölgesel Kalkınmada Yeni Yönelimler

Küreselleşmenin sürecinin üretim biçimlerinde oluşturduğu değişime paralel olarak bölgesel kalkınmada dönüşmektedir. Bölgenin ve mekanın önemi giderek artmakta ve ağırlıklı olarak bölge odaklı analizler ön plana çıkmaktadır.

1.2.1.2.1. Bölgesel Kalkınmanın Küreselleşme Karşısında Değişen Doğası

Günümüzde hızla yaşanan ekonomik ve sosyal değişimlerle birlikte mekâna bakış açısı da değişmiş, buna yönelik farklı söylemler ortaya çıkmaya başlamıştır. Mekana müdahale biçimleri de değişmeye başlamış, planlama yoğun tartışmaların olduğu ve değişim gösteren bir alan olmaya başlamıştır. Ayrıca firmaların içinde yer aldıkları rekabet ortamı da mekanın yeniden organize edilmesine neden olmuş ve sermayenin yeniden üretimini sağlayan süreçlerdeki yeni yapılanma ile örtüşen bir ortam oluşmuştur. Böylece mekandaki değişim ve dönüşümler, üretim süreçlerindeki gelişmelerle açıklanmaya başlanmıştır. Bu süreç içerisinde bölge kavramının da içeriğinin değişmesi ile birlikte bölgesel kalkınma politikalarında da bir değişim gözlenmiş ve kalkınmanın önemli bir unsuru olan sanayi yatırımları da yeniden

¹¹² DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), a.g.e., s. 18, 25, 28, 29, 42.

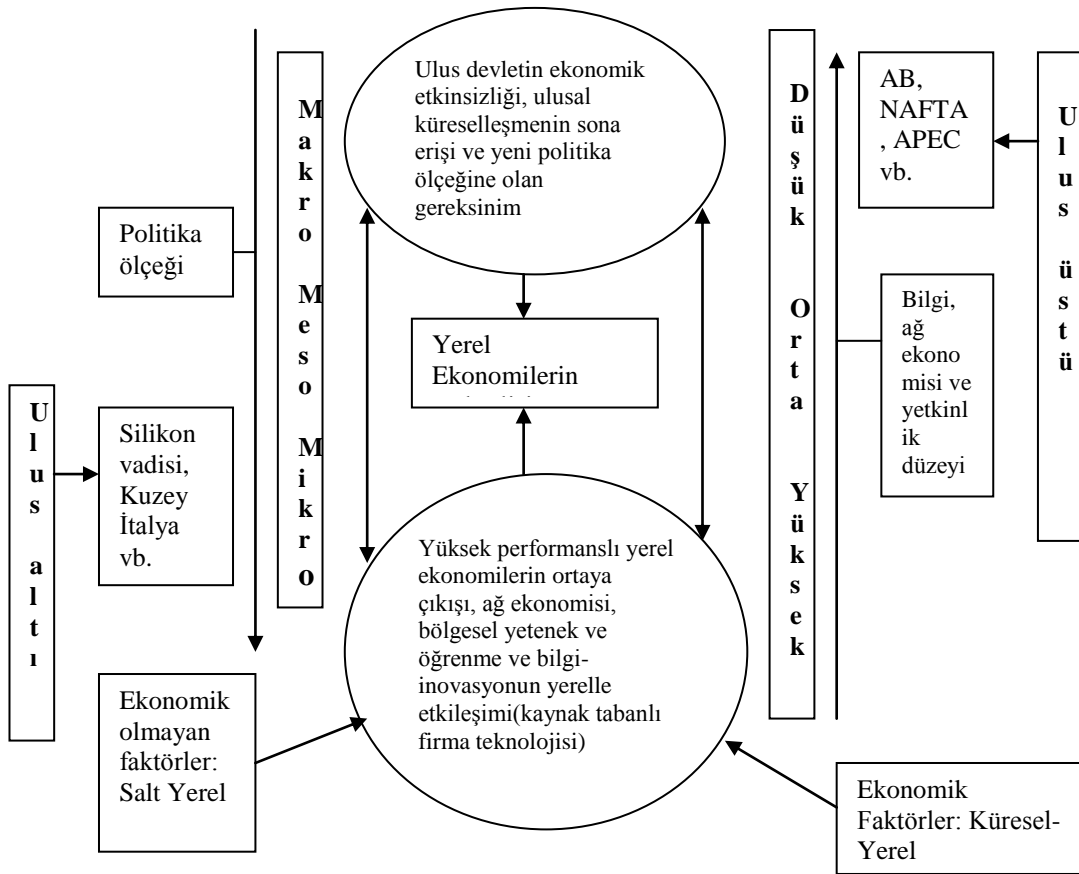
tanımlanmaya başlanmıştır. Rekabet, yenilik, yenilik sistemleri, öğrenme, kümelenme, sanayi odakları, buluşçuluk gibi kavramlar ön plana çıkmıştır.¹¹³

Bu gelişmeler ile birlikte, son yıllarda bölge üzerine yapılan çalışmalar da farklı disiplinlerden beslenerek giderek canlanmakta ve bölgeyi temel alan teori, politika ve uygulamalar artmaktadır. Bunun en önemli nedenlerinin başında Avrupa Birliği gibi karar alıcıların politika tasarımı ve uygulama ölçeği olarak bölgeyi tercih etmesi gelmektedir. Türkiye’de bölgesel politikalar daha çok bölgesel dengesizlik üzerine odaklanmıştır.

Bölgeyi merkez alan çalışmaların görece üstünlüğü refah artırma arayışlarına bölge seviyesindeki başarılı çözümlere dayanmaktadır. Bölge odaklı analizler teoride yenilik sistemleri, sosyal sermaye, yeni ekonomik coğrafya gibi yaklaşımlarla ve uygulamada Avrupa Birliği politikaları (Lizbon Stratejisi ve Bölgesel İnovasyon Stratejileri) ile önemini artırmaktadır. Özellikle 1990’lardan itibaren bölgesel kalkınma literatürünün bölgesel politika tasarımına etkilerinden en önemlilerinden birisi; üretim sistemlerindeki değişimi yeniden tanımlaması ve bu değişimde bölgenin rolünü meydana çıkarmak olmuştur. Üretim sistemlerinin değişimi, tüm düzeylerde (bölgenin kendi içindeki politika üretimi, ulusal yönetimin bölgeye bakışı ve ulus üstü yapılanmaların bölge üzerindeki etkisi düzeylerinde) hareket noktası olarak kabul edilmektedir.¹¹⁴ Belli bölgelerdeki büyük ekonomik yoğunlaşma, kapitalizm açısından bu bölgeler için daha öngörülebilir üretim ilişkileri yaratmaktadır.

¹¹³ KARATAŞ, N., “Firma Kümeleşme Eğilimleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma: İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi Örneği”, Planlama Dergisi, 2006/3, ss. 47-57, s. 47.

¹¹⁴ DULUPÇU, M.A., a.g.e., s.1,5.



Şekil 1.6 - Bölgesel Kalkınma Anlayışının Değişimi: Taban ve Tavan Etkileşimi

Kaynak: Murat Ali DULUPÇU, Bölgesel Politikalar Kopyalanabilir Mi? Bölgeselleş(tir)me (Yönetim) Karşısında (Yeni) Bölge(sel)cilik (Yönetişim), s. 6.

Ayrıca bölgesel kalkınmanın küreselleşme karşısında değişen doğası sonucunda yerel ekonomik gelişme araçları içinde yumuşak (soft) veya görünmez olarak adlandırılan araçlar giderek önem kazanmaktadır. Soft yerel ekonomik gelişme araçlarına örnek olarak; kümelenme, iş kuluçkaları, OSB (organize sanayi bölgeleri), sosyal sermaye ve kalkınma ajansları gösterilebilir.¹¹⁵

1.2.1.2.2. Bölgesel Kalkınma Anlayışında Değişim

Yerel ekonomilerin küresel üretim ve tüketim ağlarına katılımı ekonomik çevreyi yeniden şekillendirdiği gibi, sosyo-ekonomik değişim süreci hızlandığından bazı bölgeler ve bireyler ulusal ve küresel piyasalar içindeki pozisyonlarını gözden

¹¹⁵ DULUPÇU, M. A. ve H. ÖZGÜR, “Yerel Ekonomik Gelişimde Yerel Yönetimlerin Rolü”, Avrupa Perspektifinde Yerel Yönetimler, Alfa, İstanbul, 2006 s.11.

geçirmektedir. Aslında, küreselleşmenin etkileriyle birlikte geleneksel yukarıdan-aşağıya kalkınma politikalarının başarısız olması ve yerelleşme akımı, yerel kalkınma yaklaşımının gelişmesinde önemli role sahip olmuştur.¹¹⁶

1970’li yıllar, dünya ekonomisinde yaşanan kriz ve sonrasındaki gelişmelere paralel olarak, bölgesel kalkınma teorisi ve uygulaması açısından da önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu dönemde, yaşanan ekonomik bunalımın aşılması, üretim, birikim ve bunlara yönelik düzenlemelere ilişkin yeni bir politik ve ekonomik düzeni zorunlu kılmıştır. Bu süreçte küreselleşmenin de hız kazanmasıyla bölgesel planlama ve gelişme konusunda yerel dinamiklere odaklı kalkınma modelleri önem kazanmaktadır. Bu görüş paralelinde temel kavramların bölgesel ve yöresel niteliklere göre irdelenmesi gerektiği görüşü baskınlık kazanmıştır. Kısacası bölgesel politika araçları ve sektör kabullerinde önemli değişimler yaşanmaktadır.¹¹⁷

Geleneksel bölge kavramı, post-fordist üretime geçiş, post modernizm, bilginin artan değeri, küreselleşme ve bölgeselleşme olgusunun ön plana çıkması gibi ekonomik, teknolojik, sosyal ve politik değişimlerin etkisi ile tartışılır bir konuma gelmiştir. Küresel-yerel diyalektiği içinde, “bölge” yeniden tartışılmaya başlanmış ve bölgenin değişen anlamı ile birlikte, bölgesel kalkınma konusunda da dönüşüm yaşanmaya başlamıştır. “Bölge” kavramının içeriğinin değişmesiyle birlikte, bölgesel kalkınma teorilerinde de bir dönüşüm yaşanmaktadır. Bu dönüşümle birlikte, bölgesel kalkınma yeni alanlara yönelmektedir. Bölgesel kalkınma anlayışında, hem amaçlar hem de yönelişler açısından önemli değişiklikler yaşanmaktadır. Bu değişim Çizelge 1.6’da sunulmaktadır:

¹¹⁶ ÇETİN, M., “Yerel Kalkınma Ajansları”, Ege Akademik Bakış, Cilt: 6, Sayı: 2, Temmuz 2006, ss. 127-139, s. 127.

¹¹⁷ ILDIRAR, M., a.g.e., s. 109-110.

Çizelge 1.6 - Bölgesel Kalkınma Anlayışında Değişim

Dönem	Bölgesel Kalkınma Anlayışının İçeriği
1950'li yıllar	Altyapı yatırımları büyümenin ön koşulu olarak görülmektedir
1960'lı yıllar	Dışa dönük ekonomik faaliyetlerin çekiciliği Kalkınma kutupları ve ihracat sektörünün ön plana çıkarılması
1970'li yıllar	İçsel kalkınma; KOBİ'ler ve yerel yetkinlikler
1980'li yıllar	Yenilik, teknolojik yayılma, yenilikçi çevre(innovative milieu)
1990'lı yıllar	Bilgiye dayalı kalkınma anlayışı: yerel kültür, beşeri sermaye ve bilgi gibi soyut faktörlerin ön plana çıkarılması
2000'li yıllar	Kolektif öğrenme, ilişkisel sermaye, karşılıklı bağımlılık ve internet çalışması(internet working)

Kaynak: Mustafa ILDIRAR, Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri, Nobel Yayın Dağıtım, Ekim 2004, Ankara, s. 110.

Geleneksel anlayışta bölge; yan yana gelmiş yerel birimlerin mekansal bütünlüğü ile oluşan, ulus devletinin denetiminde sınırları çizilmiş ve ulus devlet dışına kapalı bir birim olarak görülmektedir. Küreselleşmenin etkisiyle şekillenen yeni bölge anlayışı ise bölgeyi; ilişki ağı ile belirlenen, mekansal süreklilik şartı olmayan yerellerin oluşturduğu ve uluslar arası ilişkilere doğrudan açılan sınırları değişken bir birim olarak ele almaktadır.¹¹⁸ Bu noktada bölgenin sahip olduğu ilişkiler ağı sınırları değişken bir birim olarak değerlendirilmektedir. Bu ağın niteliği ve boyutu bölgenin yani yerelin gelişmişliğini belirlemektedir. Dolayısıyla ekonomik kalkınmanın ve bölgesel kalkınmanın itici gücü olarak yerel dinamikler ön plana çıkmaktadır. Kısacası mekan, kalkınmanın önemli bir bileşeni olarak görülmektedir.

Bu perspektif içerisinde “bölge”, yeni birikim rejimi ile mekansal dönüşümün en uygun ölçeği olarak giderek ön plana çıkmakta ve önemini artırmaktadır. Gelişmiş ülkeler bölgeyi rekabet gücü ve zenginlik yaratmanın temel unsuru olarak değerlendirirken, gelişmekte olan ülkeler, bu yeni politika uygulama ölçeğine karşı genelde reaktif veya savunmacı yaklaşmaktadır. Bu “yeni bölgeselcilik” akımı, bölgeleri sadece refah ve öğrenme yaratan alanlar olarak değerlendirmemektedir. Yeni bölgeselcilik akımı, bu alanları Neo-Klasik iktisattan ve geleneksel Keynesyen

¹¹⁸ DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2000, s. 7.

önlemlerden daha fazlasını içererek, sosyo-kültürel ve kurumsal çerçeveleri de dikkate alarak değerlendirmektedir. Bu perspektifte yeni bölgeselcilik, belirli bölgelerin başarı faktörlerini incelemekte ve üretim faktörlerinin hareketliliğinin arttığı bir dönemde, söz konusu bölgelerin diğerlerinden nasıl daha üstün bir performans sergilediği üzerinde durmaktadır. Bunun temel nedeni ise üretim faktörlerine ve piyasalara dayanan geleneksel yaklaşımların, bu bölgelerin başarı performanslarını açıklamakta yetersiz kalmasıdır. Bu bölgelerin başarısının sadece ekonomik niteliklerinden değil, çok çeşitli faktörlerin birleşiminin bir sonucu olarak ortaya çıktığı görülmektedir.¹¹⁹

Yukarıda bahsedilen dönüşümler doğrultusunda; geleneksel bölgesel kalkınma anlayışı ile yeni bölgesel kalkınma anlayışı arasındaki farklılıklar aşağıda Çizelge 1.7. yardımıyla sunulmaktadır. Buna göre; ilk farklılık, bölgesel kalkınmanın doğasında ortaya çıkmaktadır. Geleneksel bölgesel kalkınma anlayışının temel hedefi “bölgesel gelişme” iken bu anlayış yeni bölgesel kalkınmada yerini “bölgesel yeniliğe” bırakmaktadır. Bir diğer önemli farklılık ise; temel mekanizmada göze çarpmaktadır. Geleneksel bölgesel kalkınmada temel kaynak olarak “bölgesel arası yeniden dağıtım” kullanılırken, yeni bölgesel kalkınma anlayışı öncelikli olarak “yerel ve bölgesel kaynakların harekete geçirilmesi”ne odaklanmaktadır. Yerel farkındalık ile şekillenen bu yaklaşım, oldukça önem arz etmekte ve geleneksel bölgesel kalkınma ile yeni bölgesel kalkınma anlayışları arasındaki önemli bir farklılık olmaktadır. Bunun dışında, yeni bölgesel kalkınma anlayışının, bilgiye ve bilgi üretimine yönelik kaynaklara ve yenilikçiliği vurgu yaptığı da bir diğer fark olarak belirtilebilir.

¹¹⁹ OKÇU, M., DULUPÇU, M.A. ve H. GÜL, “Türkiye’de Bölgeselleşme mi Bölgeselcilik mi? Ayrımlar ve Açılımlar”, KEAS’05: Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu - II,13-16 Haziran 2005, Denizli, s.2-4.

Çizelge 1.7 - Geleneksel ve Yeni Bölgesel Kalkınma Anlayışı

	Geleneksel	Yeni
Temel strateji	Bölgesel gelişme	Bölgesel yenilik
Örgütsel yapı	Merkezi, devlet destekli	Merkezi değil, bölgesel topluluk ön planda
Temel mekanizma	Bölgeler arası yeniden dağıtım	Öncelikle yerel ve bölgesel kaynakların harekete geçirilmesi
Önemli yönelmeler	Sermaye ve doğal kaynaklar	Bilgi ve bilgi üretimine yönelik kaynaklar
Dinamikler	Önceden belirlenmiş ve planlanmış bir dizi büyüme merkezi Metropoller	Yerel kaynağın kendiliğinden hareketliliği Orta boy kent ağları ve çok odaklı mekansal yapı

Kaynak: DPT, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2000, s. 22.

Özellikle 1970’li yıllardan itibaren merkezi hükümetler aktif bölgesel politika uygulamalarını bırakmaya başlamıştır ve bu durum geleneksel bölgesel ve ekonomik kalkınma anlayışının değişimini doğurmuştur. Yeni kalkınma anlayışında yerel ekonomik birimlerin belirleyici rolü giderek artmaktadır. Dolayısıyla yerel ve bölgesel otoritelerin politikaların belirlenmesindeki rolü ağırlık kazanmaktadır. Kalkınma şekli aşağıdan-yukarıya biçimde gerçekleşmeye başlamıştır. Aşağıdan-yukarıya başlayan kalkınma süreci büyüme dinamikleri açısından değerlendirildiğinde; tarihsel rastlantısallıklar veya başlangıç avantajları gibi sebeplerle başlayan ve dinamik dışsal ekonomilerin etkisiyle veya dinamik sosyo-kültürel çevre etkileriyle kalkınmanın gerçekleştirilmesidir. Bununla birlikte, yeni bölgesel kalkınma yaklaşımı girişimcilik ve KOBİ’lerin yeniden keşfi ekseninde şekillenmektedir. Bu yaklaşımda kalkınma için itici gücün teknoloji olduğu düşüncesi baskındır. Dolayısıyla yüksek teknolojik bölgeler ve teknoparklar oluşturmaya yönelik politikalarda büyük artış vardır. Bu yeni yaklaşımın gelişiminde son yıllarda hız kazanan bilgi iletişimi alanındaki gelişmeler önemli rol oynamıştır.

Bölgesel kalkınma anlayışındaki bu değişim ile birlikte, altyapı yatırımlarında da bir paradigma değişimi yaşanmaktadır. Günümüzde, kamu harcamalarının planlanması ve yürütülmesinin, yerel yönetimlere devri ile birlikte altyapı planlamasında da önemli değişimler gözlenmektedir. Geleneksel yaklaşımda ve modern yaklaşımda altyapı yatırımlarına ilişkin farklılıklar aşağıda Çizelge 1.8 yardımıyla sunulmaktadır.

Çizelge 1.8 - Altyapı Yatırımlarında Eski ve Yeni Paradigmalar

Geleneksel Paradigma	Modern Paradigma
Düzenleyici planlama, doğrudan merkezi yönetim	Gösterici planlama, regülasyon, kamu ve özel yönetim
Teşvik edilmiş talebe bağlı	Gerçek ve potansiyel
Kamusal sektör kaynaklı	Kamusal ve özel sektör kaynaklı
Sürdürülebilir talebe bağlı	Bağlantılı projeler ve projeler arasında sinerji
Ekonomik kalkınmaya yönelik	Sürdürülebilir kalkınmaya yönelik
Toplum üzerine dayatılmış kararlar	Kararlarda toplumsal katılım mekanizması

Kaynak: Mustafa ILDIRAR, Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri, Nobel Yayın Dağıtım, Ekim 2004, Ankara, s. 28.

1.2.1.2.3. Bölgesel Politika Açısından Yönetim ve Yönetişim

Yönetişim; genel olarak hiyerarşik olmayan, örgütler arası devlet ve devlet dışı aktörlerin kamusal alana giren konularda birlikte yön verme eylemleri anlamına gelmektedir. Buna ek olarak yönetişim; norm ve düzen sistemleri ile ortaklaşa eylemlerin sosyal koordinasyonu ve ortak meselelerin çok yolla ve birden fazla aktör tarafından yönetilmesi olarak da tanımlanmaktadır.¹²⁰ Bir başka tanımda ise yönetişim; “bir toplumsal-politik sistemdeki ilgili bütün aktörlerin oluşturduğu yapıya da düzen” olarak tanımlanmaktadır.¹²¹ Bir diğer tanımda yönetişim bir süreç olarak ele alınmakta ve “birbirine bağlı olan pozisyonların ve karşıt çıkarları olan aktörlerin oluşturduğu, farklı ağsal yapıları koordine eden bir süreç” olarak

¹²⁰ DULUPÇU, M. A., a.g.e., s.9.

¹²¹ BOZKURT, Ö., T. ERGUN ve S. SEZEN, Kamu Yönetimi Sözlüğü, TODAİE Yay., Ankara, 1998, s. 274.

tanımlanmaktadır.¹²² Bu tanımda da vurgulandığı gibi, yönetim; çatışan ve karşıt çıkarları olan aktörlerin bulunmasını gerektirmektedir. Yönetimin etkin olabilmesi için çatışan ve farklı çıkarların barındırılması ve işbirlikçi eyleme dönüştürülmesi gereklidir. Bu noktada sosyal sermaye yönetimin nesnesi konuma gelmektedir. Ayrıca, hükümetler bu sürecin temel kurumsallaşmış aktörleridir ve işlenebilir bilgi ile kamusal ve özel kurumların yönetim yeteneklerini politika yapımının yetkinliğinin bulunması belirlemektedir.

Genel olarak yönetim kavramı; kamu kuruluşları ve özel sektör arasında gelişen yönetim tarzlarını ifade etmekte ve yönetimin, daha iyi yönetebilmek amacıyla yeniden yapılandırılmasına vurguda bulunmaktadır.¹²³

Yönetim kavramında, toplumdaki aktörler ortak olarak görülmekte ve bu süreç, ekonomik, siyasal ve toplumsal kesimlerden aktörlerin etkileşimi ile ortaya çıkan bir süreç olarak görülmektedir.¹²⁴ Bir diğer ifadeyle yönetim kavramı; kamu kesimi, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarını içine alan karmaşık bir sistem ve bu aktörlerin birbirleriyle karşılıklı etkileşimlerini ve ilişkilerini ifade eden bir kavram olmaktadır. Yönetimde, merkezi ve yerel yönetim kuruluşlarına ilaveten, sivil toplum kuruluşları, özel girişimciler ve kar amacı gütmeyen kuruluşları kapsayan bir aktör yelpazesi yer almaktadır.¹²⁵

Yönetim kavramı, yukardan aşağı tek yanlı bir yönetim tarzı yerine hep birlikte yönetmeyi öngören bir sistemi önermektedir. Katılımcılık dolayısıyla sivil toplum kuruluşlarının ve özel kesimin de yönetime, karar almadan denetime kadar her aşamada katılması, kavramın temelini oluşturmaktadır.¹²⁶

Bu açıklamalardan da anlaşıldığı üzere, yönetim ve yönetim kavramları oldukça farklı şeyleri ifade etmektedir. Yönetim kavramı, merkezîyetçilik yerine adem-i merkezîyetçiliği (bir başka ifadeyle yerelliği), üniter yapı yerine federalizmi,

¹²² COPE, S., F. LEISHMAN ve P. STORIE, "Globalization, New Public Management And The Enabling State", International Journal Of Public Sector Management, 10(6), 1997. ss. 444-460, s. 447.

¹²³ STOKER, G., "Governance As Theory: Five Positions", International Sociel Science Journal, 50(1), 1998, ss. 17-29, s. 17-18.

¹²⁴ TEKELİ, İ., "Yönetim Kavramı Yanısıra Yönetim Kavramının Gelişmesinin Nedenleri Üzerine", Sosyal Demokrat Değişim, Sayı 3, 1996, ss. 45-54, s. 52-53.

¹²⁵ ERYILMAZ, B., Kamu Yönetimi, İstanbul, 2000, s. 28.

¹²⁶ YILMAZ, O., Kamu Yönetimi Reformu, Ankara:DPT Yay, 2001, s. 7.

katı bürokrasi yerine katılımcılığı, hiyerarşi yerine de hesap verebilirliği ve sorumluluğu getirmektedir. Bu bakımdan, 20. Yüzyılın yönetim anlayışının yerine gelen yönetişim anlayışının, mevcut anlayışı oldukça kapsamlı bir şekilde değiştirdiği söylenebilir.¹²⁷

Yönetim ile yönetişim kavramları arasındaki bu farklılık, bölgesel kalkınma politikalarında da ortaya çıkmaktadır. Yönetime dayalı bölgesel politika ile yönetişime dayalı bölgesel kalkınma politika arasındaki temel farklılıklar, aşağıda Çizelge 1.9 yardımıyla sunulmaktadır.

Çizelge 1.9 - Bölgesel Politika Açısından Yönetim ve Yönetişim

BÖLGESEL POLİTİKA (YÖNETİM)	BÖLGESEL KALKINMA POLİTİKASI (YÖNETİŞİM)
Yönetim	Yönetişim
Merkezi	Desantralize
Hiyerarşik	Çok düzeyli
Tepeden kalkınma (Standardizasyon)	Tabandan kalkınma (Farklılaşma)
Elit projeler	Katılımcı proje
Bölgeler ülkeye bağlı	Ülke bölgelere bağlı
İdari bölgeler	Aktif bölgeler
Geri kalmış bölgeler	Tüm bölgeler
Farklılıkların dengelenmesi	Büyüme
Fiziksel, teknik, finansal altyapı	Yumuşak altyapı
Kamusal önlemler	Ortaklık (Kamu-Özel)
Seçici yardımlar	Bölgeselleşmiş ekonomi politikası
Kısa dönem	Uzun dönem (Sürdürülebilirlik)

Kaynak: Murat Ali DULUPÇU, “Bölgesel Politikalar Kopyalanabilir mi? Bölgeselleş(tir)me (Yönetim) Karşısında (Yeni) Bölge(sel)cilik (Yönetişim), s.10.

Yönetişimin işlerlik kazanması network, pazarlık, çıkar koalisyollarının politika yapımında kullanılması ile mümkün olmaktadır. Kısacası yönetişimde baskın aktör bulunmamaktadır. Baskın aktörler yerine politika platformunda farklı

¹²⁷ ÖZER, M. A., “Yönetişim Üzerine Notlar”, Sayıştay Dergisi, Sayı 63, 2006, ss. 59-89, s. 63.

kurumların birlikteliği söz konusudur. Bu noktada sosyal sermaye, köprü kuran bir faktör olarak yönetişimin ana unsuru olarak önemli bir yer tutmaktadır. Küresel ekonomi ortamında rekabetin giderek artmasına paralel olarak devlet tek başına farklılaşan bölgesel sorunlara standart çözümler üretmekte zorlanmaktadır. Bu nedenle sadece kamu sektörünün değil tüm bölgesel paydaşların bölgeyi birlikte yönlendirmeleri anlayışı ön plana çıkmaktadır. Bölgenin sosyal sermayesinin geliştirilmesi, kalkınma ve büyüme için demokratik bir temel oluşturulması, bölgenin kaynaklarının daha etkin kullanılması ve sonuç olarak güçlü bölge yaratmak temel amaç olmaktadır.¹²⁸

1.2.2. Mekansal Modeller ve Yeni Bölge Tipolojisi

Ekonomik kalkınmayı mekânla ilişkilendirerek açıklayan teorik rota, yalın bir şekilde ifade edilecek olursa, sanayi bölgeleri – teknokentler - yenilikçi çevre - öğrenen bölgeler çizgisinde sergilediği gelişme sonucunda birçok model ve politika önerisi üretmiştir. Mekanla ilişkilendirilen bu modellere genel bir tanımlama ile “mekansal inovasyon modelleri” denmektedir.

“Mekansal İnovasyon Modelleri” kavramı, yerel kurumsal dinamiklerin önemli rol oynadığı ve buna vurgu yapılan tüm bölgesel yenilik modellerini ifade etmek için kullanılan bir kavramdır. Bu noktada, Fransız GREMI grubu tarafından ortaya atılan “yenilikçi çevre” (*milieu innovateur – innovative milieux*) kavramı ve “endüstriyel bölge” (*industrial district*) kavramı, geleneksel mekansal yenilik modellerinin ilk dalgası olarak kabul edilmektedir. Buna ek olarak; kümelenmeler (*clusters*), yeni sanayi odakları (*new industrial spaces*) ve öğrenen bölge (*learning region*) kavramları da Mekansal İnovasyon Modeli olarak değerlendirilmektedir.

Yerele-mekana vurgu yapan bu modellerin odak noktasında yakınlık, inovasyon, işbirliği, karşılıklı güven gibi bir dizi kavram yer almaktadır. Bilgiye dayalı ekonomi (knowledge-based economy) olarak adlandırılan, sanayi ötesi toplum da denilen bu yeni ekonomik düzende kalkınmanın temel unsuru olarak “inovasyon”

¹²⁸ DULUPÇU, M. A., a.g.e., s.10.

gösterilmektedir. Bu nedenle de, mekan-bölge-bölgesel kalkınma teorileri ile inovasyon teorilerinin ilişkisi kurulmaktadır.

Yenilik üzerine yapılan bir önceki nesil teorik çalışmalarda, yenilik süreci araştırma ile başlayan, geliştirme ile devam eden ve yeni bir ürün ile son bulan basit ve doğrusal bir süreç olarak ele alınmaktaydı. Bu türden bir yaklaşımda doğal olarak AR-GE, yenilikçi olmanın ve yeni ürün geliştirmenin temel kaynağı olarak görülmekteydi. Ancak, son zamanlardaki yeni nesil çalışmalarda; AR-GE harcamaları, AR-GE personeli ve araştırmacı sayısı gibi geleneksel girdi temelli göstergelerin firmaların yenilikçi performansını açıklama konusunda yetersiz kaldığı göze çarpmaktadır. Bir önceki nesil yaklaşımlarda, özellikle söz konusu girdiler açısından sınırlı kaynaklara sahip olan KOBİ'lerin yenilikçi performansının açıklanmasında salt girdi odaklı göstergelere bakılması gerçeği anlamlı bir şekilde yansıtmamaktaydı. Kaldı ki, AR-GE açısından zayıf performans sergileyen KOBİ'ler, bu kaynaklara sahip büyük işletmelerden daha iyi bir yenilikçi performans sergileyebilmektedirler. Bu durum, KOBİ'lerin dâhil oldukları "yenilikçi çevre" ve bu çevrede yer alan aktörlerle olan ilişkileri ile açıklanabilmektedir. Dolayısıyla, bu tip firmalarda, AR-GE'nin yanı sıra, üniversiteler, araştırma kuruluşları gibi bilim sektörü ile olan sıkı ilişkiler ve işbirliği ve bu sayede ortaya çıkan artan öğrenme ve bilgi (özellikle de "kapalı bilgi" ve kompozit bilgi) yayılımı, yenilikçi performansın temel kaynağı olarak görülmektedir.¹²⁹

İnovasyon süreci, bir önceki nesil teorik çalışmalarda belirtildiğinin aksine, yalnızca AR-GE ile ortaya çıkan basit ve doğrusal bir süreç değildir. Örneğin; Mytelka ve Farinelli; yeniliğin, temel araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin ötesinde çok daha karmaşık bir süreç olduğunu ifade etmektedirler.¹³⁰ Yeni nesil teorilerde inovasyon süreci; doğrusal olmayan, birikimli, aşamaları arasında sürekli bir etkileşim ve geri-beslemeler olan evrimci bir süreç olarak görülmektedir. Özellikle yenilik sürecinin aşamaları arasında geri beslemeler, firma içinde ve firmaların dahil

¹²⁹ DULUPÇU, M. A., SUNGUR, O. ve O. DEMİREL, "Bölgesel Kalkınmada Bilgi Ağbağları ve Yenilikçi İşbirliği: Antalya, Isparta ve Burdur İllerindeki (İBBS Düzey 2 TR61) Yenilikçi Firmalar Üzerine Bir Araştırma", 12. Ulusal Bölge Bilimi / Bölge Planlama Kongresi, İstanbul Teknik Üniversitesi, 25-26 Ekim 2007, İstanbul, ss. 355-366.

¹³⁰ MYTELKA, L. Ve F. FARINELLI, Local Clusters, Innovation Systems and Sustained Competitiveness, UNU INTECH Discussion Paper Series, 2000, s. 8.

oldukları networkler arasında ortaya çıkan yeniliğe dayalı işbirlikleri, yenilik sürecinde merkezi bir role sahip olmaktadır.¹³¹ Yenilik sürecinin aşamaları arasındaki etkileşimlere ve geri beslemelere vurgu yapan “Entegre Model”; üretim, AR-GE, pazarlama, insan kaynakları ve finansman gibi bir firmadaki tüm departmanlar arasındaki etkileşim ve işbirliğinin inovasyon sürecinde önemli olduğunu vurgulamaktadır. Bu modele göre; firma içinde gerçekleştirilen faaliyetler arasındaki etkileşim ve geri besleme süreçleri, başarılı yeniliğin temel kaynağı olarak görülmektedir.¹³² Entegre model dışında, firma dışı kaynaklara ve şebekeleşmeye vurgu yapan “Şebeke Modeli” de, yeniliklerin ve bilgilerin, mekanlar arasında transfer edilebildiği varsayımı üzerine kurulmakta ve yenilik yapan firmaların başka firmalarla birlikte çalışmalarının önemine değinmektedir.¹³³ Modele göre bir firma, başka firmalarla işbirliği yaptığı durumda, yenilik konusunda daha başarılı ve daha üretken olabilmektedir. Bir başka deyişle, firmaların yeni ürünler / süreçler yaratma konusunda potansiyel partnerlere sahip olmaları gerekmektedir.¹³⁴ Mekansal inovasyon modelleri olarak adlandırılan modellerde bu tip ilişkilerin, network, kurumsal bağlar gibi ilişkiyel varlıkların iktisadileştirilmesi ve geleneksel üretim faktörleri dışındaki değerlerin yeniliğin oluşmasına yönlendirilmesi amaçlanmaktadır.¹³⁵ Aşağıda, mekansal inovasyon modelleri ana hatlarıyla ele alınmaktadır:

1.2.2.1. Yenilikçi Çevre

İnovasyonu bölge ve mekânla ilişkilendiren öncü çalışma 1986 yılında GREMI okulu tarafından yapılmıştır.¹³⁶ Yenilikçi çevre teorisinde yerel çevre veya ortam yenilikçi özelliklere sahip olan bir birim olarak kabul edilir ve analizlere de

¹³¹ FISHER, M., “The Innovation Process and Network Activities of Manufacturing Firms”, Innovation, Networks and Localities içinde, M. FISHER, L. SUAREZ-VILLA ve M. STEINER (der.), Springer, Berlin, 1999, s. 14.

¹³² LEVIN, R. C., W. M. COHEN ve D. C. MOWERY, “R&D Appropriability, Opportunity and Market Structure: New Evidence on Some Schumpeterian Hypotheses”, American Economic Review, Vol: 75 No: 2, 1985, ss. 20-30, s.20.

¹³³ COHEN W. M. ve D. A. LEVINTHAL, “Innovation and Learning: The Two Faces of R&D”, Economic Journal, No: 99, 1989, ss. 569-596, s. 569, 570.

¹³⁴ ALBENİ, M. ve M. KARAÖZ, a.g.e., s. 37-38.

¹³⁵ MOULAERT, F. ve Farid SEKIA, a.g.e. s. 291.

¹³⁶ MOULAERT, F. ve Farid SEKIA, a.g.e. s. 292.

dahil edilir. Bu teoride özellikle vurgulanan nokta firmalar arasındaki karmaşık networklerdir. Storper bu yaklaşıma; yenilikçi bir çevrede ticari olmayan karşılıklı bağımlılığın aktif olduğunu vurgulayarak katkıda bulunmuştur. Yenilikçi çevre teorisi; çevrenin inovasyonu beslemesi veya kolaylaştırması yeteneğine odaklanır ve bağlantılar dikey olmaktan çok yatay özellik taşımaktadır.¹³⁷

Yenilikçi çevre teorisi, firmayı, izole edilmiş tek başına hareket eden bir yenilikçi aktör olarak değil, çevresindeki yenilikçi kapasitesinin bir parçası olarak kabul etmektedir. Yenilikçi çevre üzerine yapılan teorik ve ampirik çalışmalarda, firmalar ve onların çevreleri arasındaki ilişkiler analiz edilmeye ve onları karakterize eden organizasyon biçimleri ortaya koyulmaya çalışılmaktadır.

Yenilikçi çevre teorisinde firma için 3 ana fonksiyonel alan arasında ayırım yapılmıştır. Bunlar; üretim alanı, piyasa alanı ve destek alanıdır. Firmayı, yüz yüze geldiği belirsizliğe karşı güçlendiren alan olarak özellikle destek alanı tanımlanmakta ve destek alanının önemine vurgu yapılmaktadır. Yenilikçi çevre teorisinde destek alanı üç tip ilişki çevresinde oluşmaktadır:

- Firma, firmanın ortakları, tedarikçileri ve müşterileri arasındaki stratejik ilişkiler çevresinde
- Üretim faktörlerinin organize edilmesinde dikkat edilen vasıflı veya ayrıcalıklı ilişkiler çevresinde
- Bölgesel çevreye ait olan aktörler ile stratejik ilişkiler çevresinde

Açıktır ki destek mekânı yenilikçi çevre teorisini klasik arz-talep zincirinin dışına taşımaktadır. Kısacası hem tedarik zincirindeki birimler, hem üretimin organizasyonundaki kaynaklar, hem de mekândaki aktörler arasındaki stratejik ilişkiler destek mekânının üç ana ilişki biçimi oluşturmaktadır.¹³⁸ Mekândaki

¹³⁷ GARNSEY, E. ve H. L. SMITH, Proximity and Complexity in the Emergence of High Technology Industry: The Oxbridge Comparison, *Geoforum*, Vol. 29, No. 4, ss. 433-450, 1998, s. 434.

¹³⁸ CAMAGNI, R., The Concept of Innovative Milieu and its Relevance for Public Policies in European Lagging Regions, *Papers In Regional Science*, Vol. 74, Issue: 4, 1995, ss. 317-340, s. 320.

destekleyici ilişki biçimleri inovasyonu doğuran ana unsurdur ve dolayısıyla bu yapı bölgesel kalkınma ana rotasını oluşturmaktadır.¹³⁹

Yenilikçi çevre teorisi, “öğrenme” süreci üzerinde de durmaktadır. Buna göre; çevrenin farklı üyelerinin yenilikçi kapasitesi, öğrenme kapasitesine bağlıdır. Öğrenme; onların çevrelerinde olan değişimleri kavramalarını mümkün kılar ve onlara davranışlarını gereğince uyarlamaları konusunda yardım eder. Bu açıdan bu teori, günümüzde kurulmuş olan “öğrenen bölgeler” teorisi ile oldukça yakınsandır.

1.2.2.2. Endüstriyel Bölge

1977 yılında Bagnasco, inovasyonu Marshall’ın öncülüğünü yaptığı endüstri bölgeleri kapsamında değerlendirerek sektörel veya bölgesel ölçekte KOBİ’lerin yenilikçi kapasitesini bölgesel kalkınmanın kaynağı olarak değerlendirmiştir.¹⁴⁰

Endüstriyel Bölge genellikle coğrafi olarak sınırlandırılmış (yerelleştirilmiş) bir üretim sistemi olarak tanımlanmaktadır. Bu sistem; üretimin farklı aşamalarında ve bir endüstriyel sektörün dağıtım döngüsünün farklı aşamalarında, bir baskın aktivitede veya sınırlı birkaç aktivitede uzmanlaşan küçük ölçekli firmalara dayanmaktadır. Bu firmalar arasında güçlü yerel iş bölümü bulunmaktadır.

Firmalar arasında ve firmalar ile yerel topluluk arasında piyasanın içinde ve dışında çoklu ilişkiler söz konusudur. Firmalar ve yerel topluluk arasındaki ilişki güven ve karşılıklılık ilkesi üzerine kuruludur. Organizasyonun bu hibrid biçimi rekabeti ve işbirliğini, formal ve informal kurumsal ilişkileri birleştirmektedir. Ayrıca bu hibrid biçim bir bölgenin başarısında yaşamsal öneme sahip olan sosyo-ekonomik ve tarihsel faktörlerin rolünün önemi kavranmadan anlaşılabilir değildir.

Bir çok küçük firma arasında tamamlayıcı aktivitelerin koordinasyonu ile dağıtım ve üretim sistemleri içindeki uzmanlaşan ve özelleşen roller ile daha fazla bilgi edinmeyi sağlamaktadır.¹⁴¹ Endüstriyel bölge modelinde karşılıklı bağımlılık, tedarik zincirindeki firmalar arasındaki işlemlerin ve sektörel olarak uzmanlaşmış

¹³⁹ BARRO, R. J. ve S. MARTIN, Convergence, Journal of Political Economy, Cilt: 100, 1992, s. 223-251, s. 230

¹⁴⁰ MOULAERT, F. ve Farid SEKIA, a.g.e. s. 291.

¹⁴¹ MOULAERT, F. ve Farid SEKIA, a.g.e. s. 291, 292.

alanlardaki tedarik ve personel alımı alanlarındaki diğer bağlantıların bir biçimi şeklini almaktadır.¹⁴²

Endüstriyel bölgeler modelinde firmalar arası ilişkiler çok yönlü networkler ile sağlanır. Bu nedenle bu modelde yakın ilişkiler ön plandadır ve yeniliklerin temelinde bu ilişkilerin yer aldığı kabul edilir. Bu ilişkiler firmalara hem kendi ihtiyaçlarını karşılama imkanı sunmakta hem de esneklik ve uyum yeteneği kazandırmaktadır. Kısacası endüstriyel bölge bağlanımında değerlendirildiğinde üretim sistemi; firmalar ve kurumlar gibi tüm yerel aktörler arasında fikir birliği, sıkı ve ileri düzeyde ilişkiler/bağlantılar ve bu ilişkileri geliştirme yeteneğini ön plana çıkarmakta ve firmalara esneklik ve uyum yeteneği kazandırmaktadır. Bu modelin bölgesel kalkınmanın önemli bir unsuru olarak işlev gördüğü kabul edilmektedir.¹⁴³

Endüstriyel bölgede, bir yanda rekabet ve formal ilişkiler yer alırken diğer yanda işbirliği ve informal ilişkiler yer almaktadır.¹⁴⁴ _Güven, mümkün olmayan işlemlerin gerçekleşmesine bu bölgelerde yardımcı olmaktadır. Ancak bu durum mekânsal yeniliğin ve rekabet gücünün kopyalanabilir olduğu anlamına gelmemektedir. Ne var ki endüstriyel bölgeler adından dolayı Perroux'un kalkınma kutbu ve ortodoks yerleşim teorilerinin mirası üzerine konarak teoride yer edinmiştir.

Birçok açıdan endüstriyel bölgeler, yenilikçi çevre ile oldukça benzerdir. BECCATINI 1981 yılındaki çalışmasında endüstriyel bölgelerden “yaratıcı çevre” (*creative milieu*) olarak söz etmektedir. Benzer şekilde BRUSCO, 1982 yılındaki çalışmasında endüstriyel bölgelerin özelliklerini nitelendirmiştir. BRUSCO'nun belirttiği özellikler aynı zamanda yenilikçi çevreye özgü olan özelliklerdir. Bunlar özellikle firmanın destek alanını beslemekte ve güçlendirmektedir. Endüstriyel bölgeler ve yenilikçi çevre teorileri; yerel sosyo-ekonomik toplumun rolüne, fonksiyonel olarak uzmanlaşan aktörler arasındaki birbirini tamamlayıcılığa ve işbirliğine dayanması noktalarında birbirini andırmaktadır. Fakat endüstriyel bölge literatürü güven ve fırsatlardan yararlanma ilişkilerini analiz ederken bir adım daha ileriye gitmiştir. Ayrıca endüstriyel bölgede, kültürün rolü değişimin bir aracı olarak

¹⁴² GARNSEY, E. ve H. L. SMITH, a.g.e., s. 434.

¹⁴³ ÇETİN, M., Endojen Bölgesel Kalkınmaya Farklı Bir Bakış, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 24, Ocak-Haziran 2005, ss.1-14, s. 5.

¹⁴⁴ OTTATI, G. D., “Trust, Interlinking Transactions and Credit In The Industrial District”, Cambridge Journal Economics, Cilt: 18, 1994, ss.529-546, s. 531.

kabul edilmekte ve topluluk etkileşimlerinin normları bağlamında doğru davranmayan aktörler cezalandırılmaktadır.¹⁴⁵

1.2.2.3. Yeni Sanayi Odakları

Storper ve Scott yeni sanayi odakları kavramını 1988 yılındaki çalışmasında ortaya atmıştır.¹⁴⁶ Bu çalışma endüstriyel bölgeler üzerindeki literatürden; esnek üretim sistemleri, sosyal düzenleme ve yerel topluluk dinamikleri gibi anlayışları birleştirerek bir sentez oluşturmuştur. Bu yaklaşım endüstriyel bölgeler, esnek üretim sistemleri ve yerel yığınlaşmaları bütünleştirerek, teknoloji-yerellik-post-fordizm üçlüsü üzerine bölgesel kalkınma dinamiklerini oluşturmaktadır.

Storper ve Scott 1988 yılındaki çalışmalarında özellikle esnek üretim sistemlerinin bir süreçten ve/veya bir ürün düzeninden diğerine gecikmeden geçme yeteneğine vurgu yapmıştır. Yazarlar ayrıca verimlilik derecesine hiçbir güçlü zararlı etki vermeden çıktı miktarını kısa dönemde hızlı bir biçimde azaltma veya yükseltme ayarlamalarını gerçekleştirme yeteneğine sahip üretim biçimleri tarafından şekillendirilmiş esnek üretim sistemlerini tanımlamıştır. Buna ek olarak esnek üretim sisteminin verimliliğini seçilmiş üreticiler kümesinin yerel yığınlaşması ile ilişkilendirmiştir.

Storper ve Scott, endüstriyel bölgelere ve diğer aktivite mekanlarına atıfta bulunarak, esnek üretim sistemini Fordist kurumların mirası tarafından yakılmamış yerlerde oluştuğunu gözlemlemiştir. Bu bağlamda yeni sanayi odakları, yığınlaşmış üretim sistemlerinden daha fazlasını içermektedir. Aynı zamanda yeni sanayi odakları; firma içi işlemlerin koordinasyonu ve girişimsel aktivitenin dinamikleri, yerel emek piyasalarının organizasyonu ve çalışanların sosyal yeniden üretimi, topluluk oluşumunun dinamikleri ve sosyal yeniden üretme konularında bir sosyal düzenleme sistemi oluşturmaktadır.¹⁴⁷

¹⁴⁵ MOULAERT, F. ve Farid SEKIA, a.g.e. s. 292.

¹⁴⁶ STORPER, M. ve A. J. SCOTT, The Geographical Foundations and Social Regulation of Flexible Production Complexes, in WOLCH J. and DEAR M. (Eds) The Power of Geography , Allen & Unwin, London, 1988, ss. 21-40.

¹⁴⁷ MOULAERT, F. ve Farid SEKIA, a.g.e. s. 292.

1.2.2.4. Öğrenen Bölge

Öğrenen bölge kavramı, bölgesel inovasyon modeli üzerindeki tartışmanın orta derece bir bileşimi olarak değerlendirilmekte ve inovasyonu etkileşimli bir süreç olarak kabul eden bu model, sosyal ve kurumsal unsurları bir bakıma bilgi ekonomisi ile bütünleştirmektedir.

Model; inovasyon sistemleri literatürünü, kurumsal-evrimsel ekonomiyi, öğrenme süreçlerini ve bölgesel kurumsal dinamikleri bünyesinde barındırmakta ve zengin kavramsal çerçevesini bölgesel kalkınma ile ilişkilendirmektedir. Morgan, 1997 yılındaki çalışmasında, öğrenen bölge mantığının mükemmel bir özetini yapmıştır. Bu makalenin amacının; Avrupa'daki bölgesel kalkınma problemleri için network veya ilişki paradigmasının inovasyon ve sosyal sermayenin karşılıklı etkileşimi anlayışlarını birleştirmek olduğunu belirtmiştir.¹⁴⁸ Morgan ilk olarak evrimsel ekonomi içinde iki temel bilginin açıklamasına dikkat çekmiş ve bunu iki temel önerme yaparak gerçekleştirmiştir. Önergeler şunlardır: a. İnovasyon karşılıklı etkileşimli bir süreçtir, b. İnovasyon bir takım kurumsal rutinler ve sosyal teamüller tarafından şekillendirilir. Bu önermeler bir arada kapitalizmin doğasının öğrenen bir ekonomi olduğu hakkında çok ilgi çekici ve önemli bir tartışmayı harekete geçirmeye yardım etmiştir.¹⁴⁹

Tüm bu gelişmeler çerçevesinde ağ yapı yada bilişimsel paradigma olarak isimlendirilen yeni bölgesel paradigma ortaya çıkmaktadır. Ağ yapı paradigmasına göre ekonomik gelişme ve yenilik için gereken organizasyon şekli sadece pazarlar ve hiyerarşiler ile kısıtlı değildir bunlara ek olarak etkileşerek öğrenme ve sosyal sermaye gereklidir. Sosyal sermaye; ağ yapı, norm ve güven gibi karşılıklı yarar sağlayan işbirliği ve koordinasyonu kolaylaştıran sosyal organizasyon olarak nitelendirilmektedir. Bu bağlamda ayrıca piyasa ekonomilerinin öğrenen ekonomi doğasına odaklanılmaktadır. Ağ yapı paradigması yaklaşımında bölge; öğrenme ve bilgi üretiminin odak noktası olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla bölgeler

¹⁴⁸ MORGAN, K., The Learning Region: Institutions, Innovation and Regional Renewal, Regional Studies, 31: 5, 1997,ss. 491–503, s.491.

¹⁴⁹ MOULAERT, F. ve Farid SEKIA, a.g.e. s. 292, 293.

“öğrenen bölgeler” olarak tanımlanmaktadır. *Öğrenen bölge*, yenilik ve ekonomik büyümenin çok önemli bir kaynağı olarak kabul edilmektedir.¹⁵⁰

Çizelge 1.10 - Kitle Üretim Sistemleri ve Öğrenen Ekonomiler

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

Kaynak: Mustafa ILDIRAR, Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri, Nobel Yayın Dağıtım, Ekim 2004, Ankara, s. 114.

1.2.2.5. Bölgesel Yenilik Sistemleri

Bölgesel İnovasyon Sistemi; “ortaklaşa öğrenmeyi ve sürekli yeniliği teşvik eden ve firmalar arası yakın iletişim, sosyo-kültürel yapı ve kurumsal çevrenin oluşturduğu bir bütündür”.¹⁵¹ Daha geniş bir tanıma göre bölgesel inovasyon sistemi; firmaların, kurum/kuruluşların ve hükümetlerin, ortaklaşa ya da bireysel olarak, bölgesel düzeyde inovasyonun desteklenmesinde nasıl katkıda bulduklarını açıklamaya yönelik bir kavramdır. Bu tip bir inovasyon ağı, firmalar, araştırma ve teknoloji ajansları, inovasyon destek kuruluşları, risk sermayesi şirketleri ve yerel/merkezi hükümet kurumlarından oluşmaktadır. Bu kurumlar arasındaki

¹⁵⁰ ILDIRAR, M., a.g.e., s. 112, 113.

¹⁵¹ JAIN, A., The Regional Innovation Sysmtes in the City of Casey: Prospective Evaluation, Deakin University School of Accounting, Economics and Finance Working Paper No: 2005-22, 2005, s. 3.

bağlantılar, bilginin rekabetçi üstünlüğe dönüştürülmesi açısından oldukça önemlidir.¹⁵²

Bu model sistemin aktörleri arasında kolektif öğrenmeyi ve işbirlikçi ilişkileri besleyerek bölgesel kalkınmaya katkı yapmaktadır. Evrimci iktisadın etkisi altında gelişen bu teorik model, inovasyonu bölgedeki birimlerin etkileşimine ve bunun sinerjik çıktılarına dayandırmakta, böylelikle doğrusal inovasyon modellerini sorgulamaktadır. Yenilik kavramına sistem olgusunun dâhil edilmesinde Lundvall'ın "Ulusal Yenilik Sistemi" adlı yapıtının öncü rolü bulunmaktadır.¹⁵³ Teknolojik değişimi doğuran ve besleyen sürecin birçok farklı kurum ve konular arasında karşılıklı etkileşimi içeren karmaşık bir ağ niteliği sergilemesi, yeniliğin sistem yaklaşımı ile analizini gerektirmektedir. Bu bağlamda bölgesel yenilik sistemi, bilginin türetildiği, kullanıldığı ve yayıldığı etkileşimli ortamı ifade etmektedir.¹⁵⁴

Bölgesel inovasyon sistemleri teorisi; ortaklaşa öğrenmenin rolü üzerinde durmaktadır. Bir başka ifadeyle, sistemin üyeleri arasındaki derin işbirliği ilişkileri üzerine odaklanmaktadır. Buna göre; inovasyon, sadece araştırma faaliyetinin bir sonucu değil, aynı zamanda yaratıcı bir süreçtir. İnovasyon, şu özellikleri bünyesinde barındırmaktadır: (i) Sürecin aktörleri arasındaki karşılıklı etkileşim (geri-besleme üzerine kuruludur), (ii) Yenilikçi sürecin kümülatif bakış açısı ve artan ölçüde dönüşmesi, (iii) "problem çözme" oryantasyonu.

Bölgesel İnovasyon Sisteminin başarısı, çok çeşitli faktörlere bağlı olmakla birlikte, tüm başarılı örneklerin (Baden-Württemberg, Emilia-Romanga, Silicon Valley gibi) sergiledikleri birtakım ortak özellikler bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir:¹⁵⁵

¹⁵² COOKE, P., S. ROPER ve P. WYLIE, Developing a Regional Innovation Strategy for Northern Ireland, A Statement by the Economic Council on Research, Northern Ireland Economic Council Occasional Paper No: 14, September 2001, s. 3.

¹⁵³ LUNDVALL, B. A., National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning, Printer, London, 1992.

¹⁵⁴ DOLOREUX, D., "What We Should Know About Regional Systems of Innovation?", Technology in Society, Vol. 24, Issue: 3, 2002, s. 243-263, s. 246.

¹⁵⁵ COOKE, P., S. ROPER, P. WYLIE, a.g.e., s. 7-9.

- Firmalar arasında yoğun işbirliği (Yenilikçi aktörler arasındaki ortaklık ve etkileşim, bölgesel inovasyon sisteminin başarısını etkileyen unsurların başında gelmektedir.)
- Yüksek kalifiye işgücü
- Destekleyici kurumların yoğun altyapısı
- Yenilikçi bölgesel kültür
- Aktivist bölgesel hükümetler
- Bununla birlikte, başarılı sistemler, inovasyon ile ilgili olarak güçlü bir bölgesel yönetim gösterme eğilimindedirler.

Bahsedilen bu modellerin; inovasyon dinamiklerinin ana unsurları, kurumların rolü, bölgesel kalkınma, kültür unsuru ve aktörler arasındaki ilişki türleri bakımından gösterdikleri temel özellikleri, modeller arasında karşılaştırma yapmayı kolaylaştırmak amacıyla aşağıda Çizelge 1.11 yardımıyla sunulmaktadır.

Çizelge 1.11 - Mekansal Yenilik Modellerinin Temel Özellikleri

İnovasyonun Özellikleri	Yenilikçi Çevre	Endüstriyel Bölge	Bölgesel İnovasyon Sistemleri	Yeni Sanayi Odakları	Öğrenen Bölge
Çekirdek İnovasyon Dinamiklerinin Ana Unsurları	Firmaların aynı çevredeki diğer aktörlerle ilişkileri yoluyla yenilik yapma kapasitesi	Aktörlerin inovasyonu ortak değerler sistemi içinde uygulama kapasitesi	İnovasyon araştırma ve geliştirmenin karşılıklı etkileşimli, kümülatif ve özel bir sürecidir.	AR-GE'nin ve onun uygulamasının bir sonucudur ve yeni üretim metotlarının uygulanması (örneğin JIT)	Bölgesel inovasyon sistemleri gibi fakat teknolojinin ve kurumların birbirine bağlı evrimleşmesi vurgulanır.
Kurumların Rolü	Araştırma sürecinde kurumların çok önemli rolü var (Üniversiteler, firmalar, kamu kurumları vs.)	Kurumlar, inovasyon ve kalkınmayı besleyen sosyal düzenlemeyi sağlar.	Yeni sanayi odaklarında olduğu gibi tanımlamalar yazarlar arasında farklılık göstermektedir fakat hepsi kurumların hem örgütün içinde hem de dışında davranış düzenlemelerine öncüllük ettiğine katılmaktadır.	Firmalar arası işlemlerin koordinasyonun da ve girişimsel aktivitenin dinamikleri konusunda sosyal düzenlemeler	Bölgesel inovasyon sistemleri gibi fakat kurumların rolü üzerine daha güçlü odaklanma vardır.
Bölgesel Kalkınma	Bölgesel görüş yenilikçi çevre ve aktörlerin bir atmosfer içinde yenilik yapma kapasitesi üzerine kuruludur.	Bölgesel görüş mekansal birlik (dayanışma) ve bölgenin esnekliği üzerine kuruludur. Bu esneklik inovasyonun bir parçasıdır.	Bölge, karşılıklı etkileşimli öğrenmenin ve yönlendirici düzenlemenin bir sistemi olarak görülür.	Sosyal düzenleme ve yığınlaşmış üretim sistemleri arasında karşılıklı etkileşim	Çift dinamik: teknolojik ve tekno-örgütsel dinamikler; sosyo-ekonomik ve kurumsal dinamikler
Kültür	Güven ve karşılıklı ilişkiler kültürü	Endüstriyel bölge aktörleri arasında paylaşılan değerler: güven ve karşılıklılık	Öğrenmenin kaynağı karşılıklı etkileşimdir.	Network ve sosyal karşılıklı etkileşim kültürü	Yeni sanayi odaklarındaki gibi fakat ekonomik ve sosyo-kültürel hayat arasındaki karşılıklı etkileşime daha güçlü odaklanma
Aktörler Arasındaki İlişki Tipleri	Destek alanının rolü: firmalar arasında, firmalarla firmanın ortakları, tedarikçiler ve müşterileri arasında stratejik ilişkiler	Network sosyal bir düzenleme örneğidir ve disiplinin kaynağıdır. Network hem rekabetin hem de işbirliğinin birlikte var olmasını olanaklı kılar.	Network, karşılıklı etkileşimli öğrenmenin bir örgütsel biçimidir.	Firmalar arası işlemler	Aktörlerin networkü
Çevre ile İlişki Tipleri	Aktörlerin, davranışlarını çevrelerinde olan değişimlere uyarlama kapasitesi. Çok "yoğun" ilişkiler: destek alanının üçüncü boyutu.	Çevre ile ilişkiler bazı kısıtlamaları ve yeni fikirleri kabul ettirir; çevredeki değişimlere tepki vermek gerekir; "yoğun" ilişkiler, çevrenin sınırlı mekansal görüşü.	İçerideki özel ilişkiler ve çevrenin kısıtlamaları arasında denge vardır, "yoğun" ilişkiler	Topluluk düzenlemesinin ve sosyal yeniden üretimin dinamikleri	Bölgesel inovasyon sistemleri gibi

Kaynak: Frank MOULAERT ve Farid SEKIA, "Territorial Innovation Models: A Critical Survey", Regional Studies, Vol. 37.3, pp.289-302, 2003, s. 294.

Yukarıda bahsedilen bütün bu modeller, günümüzde çok boyutlu-çok düzlemlili ilişkilerle ifade edilmektedir. Örtük/Kapalı bilgi yaklaşımı mekansal yakınlığın önemini vurgulasa da, sadece bölge içine odaklanarak bu kavramları anlamlandırmak artık yeterli olmamaktadır. Birlikte veya ortaklaşa öğrenme, network bütünleşmesi ile anlam kazanmakta ve değer yaratmaktadır.¹⁵⁶ En önemli ekonomik kaynaklar arasında üretimin bölgesel örgütlenmesi, network ve emek piyasası özellikleri gösterilmektedir. İnovasyona dayalı bölgesel kalkınma modellerinde öncelikle sorgulanması gereken alanlar kentlerin (illerin) networklere ulaşmaları ve yerel emek piyasalarının gelişmişliğidir. (Türkiye açısından genellikle bu alanda destekleyici kuruluşlar merkezde yoğunlaşmakta ve merkezdeki bilgi ve etkinliklere yerel girişimcilerin ulaşma olanakları oldukça sınırlı kalmaktadır. Bu hususu doğrulayan bir örnek; Türkiye'deki patent aktivitelerinin mekansal dağılımıdır.)

1.2.3. Türkiye'de Bölgesel Politika ve Küreselleşmenin Etkileri

Küreselleşme süreci ile yaşanan üretim biçimlerindeki değişim ve teknolojik gelişmeler bölgesel kalkınma politikalarını da beraberinde değiştirmektedir. Bu süreçte Türkiye'deki bölgesel politikalarda da bir takım değişimler yaşanmaktadır. Bu değişimler özellikle 1980'den sonra uygulamaya konulan Beş Yıllık Kalkınma Planlarında gözlenmektedir. Dolayısıyla çalışmanın bu kısmında Türkiye'de uygulanan Beş Yıllık kalkınma Planları incelenecek ve bölgesel politikaların amaç ve araçlarında yaşanan dönüşüm ortaya konulacaktır. Böylelikle teoride yaşanan gelişmelerin Türkiye'deki bölgesel politikalara ne ölçüde yansıdığı değerlendirilecektir.

1.2.3.1. Türkiye'de Bölgesel Politikaların Gelişimi

Türkiye'de bölgeler arası gelişmişlik farklarının başlaması, 17. yüzyıla dayanmaktadır. 17. yüzyıldan itibaren gelişmiş ülkelerin hammadde sağlamaya

¹⁵⁶ DULUPÇU, M. A., a.g.e., s.7.

yönelik kısmi ticari entegrasyon faaliyetleri ile birlikte ekonomik gelişmeler bazı Batı ve Güney illerinde odaklanmış ve bunun sonucunda Doğu, Güneydoğu, Karadeniz ve İç Anadolu bölgeleri aleyhine farklılıklar belirginleşmeye başlamıştır. Daha sonra, Cumhuriyet dönemi ile birlikte, Doğu bölgeleri bu kez de sosyo-politik nedenlerden dolayı gelişme eksenlerinin dışında kalmıştır.¹⁵⁷

Bölgesel dengesizlikler, uzun yıllardır kalkınma politikaların belirleyici rol oynamaktadır. Diğer bölgelere oranlar, milli gelirden aldıkları pay, istihdam oranı, eğitim düzeyi, sağlık harcamaları gibi pek çok ekonomik ve sosyal gösterge açısından gelişmiş olan Batı Karadeniz, Orta Anadolu, Akdeniz, Batı Anadolu, Marmara ve Ege Bölgeleri, 2001 yılı GSYİH'sının yaklaşık %85'ini oluşturmaktadır. Doğu Karadeniz, Güneydoğu Anadolu, Ortadoğu Anadolu, Kuzeydoğu Anadolu Bölgeleri ise, söz konusu göstergeler açısından ülke ortalamasının oldukça altına yer almaktadır. Bölgeler arasındaki bu büyük dengesizlikleri gidermek amacıyla Türkiye'de, planlı kalkınma dönemine geçildikten sonra yüksek bedelli projeler hazırlanmaya başlamıştır.¹⁵⁸

Türkiye'de bölgesel politikalar tarihsel süreç içerisinde üç ayrı dönemde ele alınabilir. Birinci dönem; Cumhuriyet'in kuruluşundan, 1963 yılına kadar olan dönemdir. planlı kalkınma döneminin başlatıldığı 1963 yılına kadar devam eden bu ilk dönemde, bölgesel planlamaya fazla önem verilmemiş, bölgesel planlama bir kalkınma aracından çok, bir inşa aracı olarak görülmüştür. Planlama ve onun temel amacı, bir fiziksel yerleşim planının kurulması olarak tanımlanmış, bunun sonucunda sanayi ve hizmet sektörünün ülkenin batı kesimlerinde yer alan bir kaç şehirde yoğunlaşmasına neden olmuştur.

1963 yılında planlı kalkınma dönemi ile, bölgesel kalkınma konusunda da ikinci bir döneme geçilmiştir. İkinci dönem; planlı kalkınmanın başlangıcı ile, Türkiye'ye adaylık statüsünün verildiği 1999 Helsinki Zirvesi'ne kadar olan dönemi kapsamaktadır. Bu dönemde; planlı dönem ile birlikte, bölgesel planlama anlayışı da değişmeye başlamış, bölgesel planlama bir öncelik haline gelmiştir. Nitekim bu husus, beş yıllık kalkınma planlarında da görülmektedir. Planlı dönem ile birlikte,

¹⁵⁷ ARSLAN, K., a.g.e., s. 288.

¹⁵⁸ TUTAR, F. ve M. DEMİRAL, "Yerel Ekonomilerin Yerel Aktörleri: Bölgesel Kalkınma Ajansları", Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Nisan 2007, 2(1), ss. 65-83, s. 65.

fiziksel, sosyal ve ekonomik boyutların ele alındığı entegre planlar uygulamaya koyulmuştur.¹⁵⁹

Bölgesel kalkınma konusunda üçüncü dönem; 1999 Helsinki Zirvesi'nden bu yana devam eden süreci kapsamaktadır. Türkiye'ye adaylık statüsünün verilmesiyle, müktesebatın üstlenilmesine yönelik olarak pek çok yasal ve kurumsal düzenlemeler uygulamaya koyulmuştur. Bu alanlardan birisi de bölgesel politikalar. Türkiye, mevcut bölgesel politikalarını AB bölgesel politikaları ile uyumlaştırmak için çeşitli düzenlemeler yapmıştır.

Türkiye'de, 1960'lı yıllardan bu yana, dengeli bir bölgesel kalkınma politikası uygulanmaktadır. Uygulanan bölgesel kalkınma politikalarının başlıca araçları; Beş Yıllık Kalkınma Planları, Entegre Bölgesel Kalkınma Planları, Kırsal Kalkınma Projeleri, Yatırım Teşvikleri, Kalkınmada Öncelikli Yörelere, Organize Sanayi Bölgeleri ve Küçük Sanayi Siteleri olarak sıralanabilir. Bu araçlar içerisinde en yaygın kullanılan araç, sektörlere ve yörelere göre farklılaştırılmış teşvik sistemi uygulamasıdır. Teşvik sistemi, illerin gelişmişlik düzeylerine göre farklı oranlarda uygulanmaktadır. Teşvikler dışında yaygın olarak kullanılan bir diğer araç da kamu yatırımlarıdır. Kamu hizmetlerine ve altyapıya yapılan yatırımların, ekonomik kalkınma açısından etkin bir araç olduğu söylenebilir. Ancak son zamanlarda, kamu yatırımlarının hem azaldığı hem de etkinliğini kaybettiği görülmektedir. Bu nedenle de, başlangıçta etkin bir araç olarak kullanılan bu uygulamanın, bölgesel kalkınmada bir araç olarak kullanılmasından vazgeçilmiş ve sanayileşmede öncülük, özel yatırımlara verilmiştir.¹⁶⁰ AB adaylık sürecinin başlamasıyla birlikte, yapılan düzenlemeler doğrultusunda bu araçlara Bölgesel Kalkınma Ajansları da eklenmiştir.

Son yıllarda, Türkiye ekonomisi yapısal dönüşüm ve uluslararası piyasalara entegre olma bakımından büyük ilerlemeler kaydetmiş olmasına rağmen, bölgeler arası gelişmişlik farklılıkları devam etmektedir. Türkiye'de uzun dönem ekonomik büyüme performansı, bölgeler arası gelişmişlik farklılıklarının giderilmesinde beklenen olumlu etkiyi yaratamamıştır. Türkiye'de; gelirin yanı sıra nüfus yapısı, fiziki ve sosyal altyapı, girişimcilik, insan kaynakları, eğitim düzeyi, sağlık

¹⁵⁹ ATLAN, R., Türkiye'nin Bölgesel Kalkınma Yaklaşımı, Stratejik Boyut, 2007, s. 1. <http://www.stratejikboyut.com/article_detail.php?id=64> (05.08.2009)

¹⁶⁰ ARSLAN, K., a.g.e., s. 291.

hizmetlerine erişim, çevre kalitesi, istihdam, kadının rolü gibi konularda bölgeler arasında dengesizlikler mevcuttur. Süreç içerisinde, bölgeler arası gelişmişlik farklılıklarının giderilmesi amacıyla yönelik bazı politikalar oluşturulup, birtakım araçlar kullanılsa da istenilen hedeflere ulaşılamamış, bölgeler arası dengesizlikler varlığını sürdürmüştür. 1990'lı yıllarda hızlanan küreselleşme süreci, yerel ve bölgesel dinamikleri de etkilemiş ve bölge anlayışında değişimleri beraberinde getirmiştir. Günümüzde bölge kavramının değişen anlamı ve artan önemi tartışılmaya başlanmıştır. Ayrıca yerel, ulusal ve küresel olmak üzere tüm düzeylerde artan çevre sorunları, katılımcı ve dengeli bir kalkınma anlayışının önemini artırmıştır. Bu kapsamda “sürdürülebilirlik” kavramı bölgesel stratejilerin belirlenmesinde bir başka önemli boyut olarak yerini almıştır.¹⁶¹

1.2.3.2. Türkiye’de Kalkınma Planlarında Bölgesel Politikalar

Türkiye’de beş yıllık kalkınma planlarında bölgesel boyut her zaman ön planda olmuştur. Bölgesel gelişme konusunda, kalkınma planlarında dört temel araçtan yararlandığı görülmektedir. Bunlardan birincisi; kalkınma planlarının hedef ve stratejileri çerçevesinde sektörel önceliklerin ve mekansal boyutların bütünleştirilmesine yönelik olarak, bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak amacıyla hazırlanan bölge planlarıdır. İkincisi; Kalkınmada Öncelikli Yörelere uygulamasıdır. Üçüncü araç, il gelişme planlarıdır. Dördüncü araç ise; ulusal kalkınma için hazırlanan çeşitli politikaların bölgesel etkileridir. Bir diğer ifadeyle, ulusal kalkınma planlarının “bölgesel boyutu” biçiminde adlandırılabilir.(Örneğin; sanayi politikasının OSB aracı, KOBİ politikasının finansal destek araçları, tarım politikasının da kırsal kalkınma projeleri gibi araçlar)¹⁶²

1963-1967 yılları arasında uygulamaya koyulan Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (BYKP)’nda, bölge planlamasının “kalkınmanın bölgeler arası dengesizlikleri önleyici bir yönde olmasını, aşırı şehirleşme ve nüfus problemlerinin çözülmesini, kamu hizmetlerinin gelir dağılımını düzeltici bir şekilde dağıtılmasını, potansiyel

¹⁶¹ DPT, Türkiye Cumhuriyeti Ön Ulusal Kalkınma Planı (2004-2006), Ankara, Aralık-2003, s. 126.

¹⁶² DULUPÇU, M. A., a.g.e., s. 2.

kaynakları olan firelerin düzenli bir şekilde gelişmesini sağlayacağı” belirtilmiş ve bölge politikasının ana hedefleri şu şekilde belirlenmiştir.¹⁶³

Nüfusu, kaynaklar ve iktisadi çalışmalarla orantılı olarak dağıtarak daha dengeli bir gelir dağılışı sağlamak üzere yatırımların yapılmasında ve coğrafi dağılımında bölgeler arası dengeli bir kalkınmanın esaslarını göz önünde bulundurmak;

En yüksek iktisadi ve sosyal üretkenliğin elde edileceği büyüme noktalarına kaynakların öncelikle ve geniş ölçüde ayrılması yoluyla genel verimlilik derecesini yükseltmek;

Bölgelerarası dengesizlikleri gidermek ve geri kalmış bölgelerin daha hızlı kalkınmalarını sağlamak

Bu plan döneminde; bölge planlama konusunun hem dünyada hem de Türkiye’de oldukça yeni bir konu olduğu, bu nedenle de öncelikle teorik çerçevenin geliştirilmesi ve birkaç bölgede deneme çalışmalarından yararlanmaya başlanıldığı ifade edilmiştir. Buna ilaveten, çeşitli bölgelerin iktisadi ve sosyal durumlarını gösteren veriler yardımıyla indeksleme çalışmalarının yapıldığı belirtilmiştir. Yapılan diğer çalışmalar ise şu şekilde sıralanmıştır.¹⁶⁴

Bölgelerde yapılan çalışmalara, geri kalmış bir bölge olarak büyük bir öncelikle ele alınan Doğu ve Güneydoğu Anadolu’da başlanmıştır.

Antalya Bölgesi bir potansiyel gelişme bölgesi olarak ele alınmıştır.

Doğu Marmara Bölgesi Plânlaması çalışmaları daha çok İstanbul büyükşehir bölgesinin iktisadi ve sosyal meselelerine çözüm yolu bulmak, yani gelişme merkezleri tespit ederek aşırı şehirleşme ve merkezleşmenin yükünü hafifletmek amacını gütmektedir.

Zonguldak, büyük bir sanayi tasarısının gerçekleştirildiği bir bölge özelliğinden ötürü ele alınmıştır. Büyük çapta yatırım tasarılarının ortaya çıkaracağı meseleler bugünden tedbir alınmasını gerektirmektedir. Ereğli’de kurulacak ikinci demir ve çelik sanayiinin yaratacağı meseleler de bölge açısından incelenmektedir.

¹⁶³ DPT, Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967), Ocak 1963, Ankara, s. 471.

¹⁶⁴ DPT, Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967), Ocak 1963, Ankara, s. 475-476.

İkinci BYKP’nda ise; şehirleşme konusuna önem verildiği görülmektedir. Bu plan döneminde, özellikle hızla artan şehir nüfusu ve bunun yaratacağı sorunlara değinilmiş ve bu nedenle dengeli şehirleşme konusuna odaklanılmıştır. Planın temel ilkeleri şunlardır:¹⁶⁵

Bölgelerarası dengeli gelişmeyi gerçekleştirmek için hizmet yatırımları bu hizmetlerden yeterli ölçüde yararlanamayan kitlelere yöneltilerek bu yatırımların bölgelerarası dengeli dağılımı sağlanacaktır. Yatırımlar bu bölgelerde büyüme potansiyeli yüksek stratejik şehirleşme merkezlerinde yoğunlaştırılarak kendi kendine gelişme gücü kazanan ve çevresini etkileyen gelişme noktaları elde edilecektir.

İktisadi faaliyetleri az gelişmiş bölgelere yöneltmek için kamu yatırımlarında birden fazla kuruluş yeri üzerinde durulacaktır.

Şehirleşme desteklenecek ve şehirleşmeden ekonomiyi itici bir güç ve bir gelişme aracı olarak yararlanılacaktır.

Dengeli şehirleşmeyi, iktisadi ve sosyal gelişmeyi sağlayacak bir yerleşme düzenini, işgücü verimini, ekonomik ve sosyal yapının gereklerini göz önünde tutarak gerçekleştirmek amaç olacaktır.

Sanayileşme, tarımda modernleşme ve şehirleşme, gelişme olayının birbirinden ayrı düşünülemez üç unsurdur. Bu unsurlar politika kararlarında birlikte ele alınacaktır.

Çeşitli nedenlerle ve şekillerde göç edenlerin genel yerleşme politikasına ve şehirleşme ilkelerine uygun şekilde ve daha önceki çevrelerinin özellikle göz önünde tutularak iskan sağlanacaktır.

İkinci Beş Yıllık Plan döneminde alınacak iktisadi ve sosyal kararlar dengeli gelişme ve şehirleşmeyi gerçekleştireci yönde olacaktır.

İkinci BYKP’nda ayrıca, Birinci BYKP döneminde başlatılan ve Marmara’da, Zonguldak’ta, Keban’a uygulanan pilot projeler ve denemelerin, Türkiye şartlarına uygun ve kalkınma anlayışıyla tutarlı bir bölge planlama politikasının geliştirilmesine yardımcı olduğu da belirtilmiştir. Bu çalışmaların,

¹⁶⁵ DPT, İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972), Ankara, 1968, s. 263-268.

bölgelerin daha iyi tanınmasını sağladığı, sonraki yıllarda kullanılacak bölge planlama metotlarının geliştirildiği ve bölge planlama için ihtiyaç duyulan yetişmiş insan gücünün elde edildiği ifade edilmiştir.¹⁶⁶

Üçüncü BYKP, Kalkınmada Öncelikli Yörelere uygulamasının hayata geçirilmesi bakımından bir dönüm noktası olarak görülebilir. İlk kez bu plan döneminde bu bölgeler ile ilgili çalışmalarda bulunmak üzere Devlet Planlama Merkez Teşkilatı içerisinde gerekli örgütlenmeye gidilmiş ve “Kalkınmada Öncelikli Yörelere” konusu ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Bu yörelere uzun dönemli kalkınmasının sağlanması için planda yer alan ilkeler ve tedbirler şu şekilde özetlenebilir:¹⁶⁷

Yörelere gelişme potansiyeli bulunan doğal ve beşeri kaynakları saptanacak, bu yörelere gelişmişlik seviyelerini yansıtan sosyo-ekonomik bütünleşme göstergelerine dayalı endekslerin sonuçlarına göre yörelere gelişmişlik sıralaması yapılacak ve bu iller yıllık programlarda yayınlanacaktır.

Kalkınmada öncelikli yörelere, aşamalı programlara dayalı, birbirini tamamlayan tedbirlerle kalkındırılacaktır.

Kalkınma süreci, “sanayii yurt sathına yayma” çalışmaları ile başlatılacak ve bu çalışmalar ile Yeni Stratejide belirlenen ilke çerçevesinde sanayinin kalkınmada öncelikli yörelere götürülmesine önem verilecektir;

Milli plan politika ve tedbirlerinin kalkınmada öncelikli yörelere özgü, özellikle iktisadi ve sosyal bütünleşmeye dönük sorunların çözümüne yeterli olmadığı durumlarda, milli plan ilkelerinin bütünlüğünü ve tutarlılığını bozmayacak biçimde ve milli plan politikalarını tamamlayıcı nitelikte ek politika ve tedbirler yıllık programlarla geliştirilecektir.

1979-1983 yıllarını kapsayan Dördüncü BYKP’nda, Kalkınmada Öncelikli Yörelere uygulamasına devam edilmiştir. Bu planda ayrıca, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesi için çok amaçlı bir gelişme projesinin (GAP) uygulamaya koyulacağı belirtilmiştir. Planda dikkat çeken bir diğer husus da, mekansal

¹⁶⁶ DPT, İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972), Ankara, 1968, s. 272.

¹⁶⁷ DPT, Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977), Ankara, s. 947-949.

örgütlenmenin amaçlanması ve hizmetler, altyapı ve sanayinin ülke mekânında dağılım politikalarının saptanışı, bu tesislerin yer seçimi kararlarının alınışı ve mahalli yatırım girişimlerinin özendirilmesinin mekan bazında değerlendirileceğinin belirtilmesidir.¹⁶⁸

Beşinci BYKP'nda, Üçüncü ve Dördüncü Planlarda uygulanan Kalkınmada Öncelikli Yörelere uygulamasına devam edildiği ve bunlara ilişkin esasların büyük ölçüde korunduğu görülmektedir. Bu hususta, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinin öncelikli olduğu yine göze çarpmaktadır. Planda, Kalkınmada Öncelikli Yörelere ile ilgili temel ilkeler şu şekilde belirtilmiştir.¹⁶⁹

Kalkınmada Öncelikli Yörelere kalkındırılması ve böylece bu bölgeler ile diğer bölgeler arasındaki gelişmişlik farkının zaman içinde azaltılarak giderilmesi temel hedeftir.

Kalkınmada Öncelikli Yörelere planlanacak olan sanayiler, önemli ölçüde, mevcut ve potansiyel kaynakları harekete geçirecek ve söz konusu bölgelerin gelişmesinde itici güç olabilecek sektörlerde gerçekleştirilecektir.

Büyük ölçekli yatırımların yanı sıra küçük ölçekli ve emek yoğun sanayi projeleri de teşvik edilecektir.

Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinde, özellikle Ortadoğu pazarına yönelik, taşıma maliyetlerine duyarlı mal üreten işletmelerin (hafif yapı elemanları, hayvancılığa dayalı mamuller vb.) kurulmaları sağlanacak ve teşvik edilecektir.

Kalkınmada öncelikli Yöreleredeki çok ortaklı şirketler ve mahallî idare ve İDT iştiraklerinin olduğu yatırımlara Kalkınmada öncelikle Yörelere için tahsis edilen fonlardan destek sağlanmasına devam edilecektir.

Teşvik tedbirleri, sektörler ve öncelikli il grupları itibariyle, farklı nispet ve kapsamda uygulanacaktır.

Bunların dışında, bölge planlama uygulamasına geçilmesi, az gelişmiş bölgelerde imalat sanayine işletme kredisi, vergi-resim-harç istisnası uygulaması, bölge merkezlerinde proje ofisleri kurulması, altyapı ve sosyal hizmet yatırımları

¹⁶⁸ DPT, Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983), Ankara, Nisan 1979, s 292-293.

¹⁶⁹ DPT, Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989), Ankara, s. 163-164.

yapacak olan yatırımcılara vergi kolaylıkları sağlanması gibi politikalar, planda yer alan diğer önemli hususlardır.

1990-1994 yılları için hazırlanan Altıncı BYKP’nda diğer planlardan farklı olarak; “bölge planlama” kavramının terk edildiği ve bunun yerine “bölgesel gelişme” kavramının kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Planda, kalkınmanın bölgeler arasında dengeli olması, bölgesel çalışmaların refah artırıcı ve yaygınlaştırıcı yönde uygulanmasının temel ilke olduğu ifade edilmektedir. Bu planda ayrıca, diğer planlardan farklı olarak, Avrupa Topluluğu’nun bölgesel politikalarında gözetilen amaçların ve uygulamaların örnek alınacağı belirtilmektedir.¹⁷⁰ Planda, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri başta olmak üzere, Kalkınmada Öncelikli Yörelere uygulamasına ve Organize Sanayi Bölgelerinin kurulmasına devam edilmesi ilkeleri benimsenmiştir. Bu planda ayrıca, Kalkınmada Öncelikli Yörelere daha ayrıntılı çalışmalar yapabilmek amacıyla “bölge” ve “alt bölge” bazında planlar yapılacağı belirtilmiştir.

Yedinci BYKP’nda (1996-2000); kalkınma planları ve kalkınmada öncelikli yörelere uygulamalarının başarılı olmalarına rağmen, bölgeler arası dengesizliklerin sorun olmaya devam ettiği ifadesi yer almaktadır. Planda, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesi yine üzerinde durulan bir konu olmaktadır. Bölgenin geri kalmasının nedeni olarak; özellikle bazı illerde görülen terör olaylarının azalmasına rağmen, toplumsal huzursuzluğa yol açtığı, yeni yatırımları engellediği ve mevcut tesislerin de işletilmesini güçleştirdiği ifade edilmektedir. Buna ilaveten, nitelikli işgücü ve sermaye yetersizliği, pazarlama güçlükleri ve özellikle Irak pazarının kapalı oluşu gibi nedenlerle girişimcilerin yatırım arzusunun azalmasına ve mevcut tesislerin de düşük kapasiteyle kullanılmasına neden olması da bölgedeki diğer sorunlar olarak sıralanmaktadır.¹⁷¹

Yedinci BYKP’nda ilk kez “sürdürülebilir kalkınma” ifadesi yer almış ve sürdürülebilir kalkınmanın, ulusal bütünlüğü arttırmak amacıyla, bölgeler arası

¹⁷⁰ DPT, Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), Ankara, s. 318.

¹⁷¹ DPT, Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000), Ankara, s. 170.

gelişmişlik farklarını azaltıcı yönde kullanılacağı belirtilmiştir. Planda öne çıkan bazı ilkeler ve politikalar şunlardır:¹⁷²

Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri öncelikli olmak üzere, ülkenin göreceli olarak geri kalmış yöreleri için, kaynakları ve gelişme potansiyelleri göz önünde bulundurularak bölgesel gelişme projeleri hazırlanacaktır.

Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri için Onarım Projesi hazırlanacak ve bu kapsamda istihdam sorununun çözümünde başta gelen konut ve hayvancılık sektörleri ile ilgili hızla gerçekleştirilebilir nitelikteki projeler hazırlanarak uygulamaya konulacaktır.

Bölgesel gelişme çalışmaları ve fiziki planlar, çevresel etkenleri ve ekolojik dengelerin korunmasını da amaçlayan sürdürülebilir kalkınma anlayışı içerisinde hazırlanacaktır.

Bölgesel gelişmeyi hızlandırmak amacıyla, tarım ürünlerini işlenmemiş olarak bölge dışına göndermek yerine, bunları bölgede işleyecek ve katma değer yaratacak olan tesislerin kurulması desteklenecek ve kırsal sanayilerin kurulmasına önem verilecektir.

Çok amaçlı bir bölgesel kalkınma projesi olarak yürütülen Güneydoğu Anadolu Projesi çalışmalarına ve uygulamalarına terminine uygun olarak hızla devam edilecektir.

Zonguldak-Bartın Bölgesel Gelişme Projesi çalışmaları hızla tamamlanarak plan döneminde uygulanmasına geçilecektir.

Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerine öncelik vermek üzere, Kalkınmada Öncelikli Yörelerde Girişimciliği Destekleme Projeleri uygulayacaktır.

Sekizinci BYKP'nda (2001-2005), önemli bir gelişme olarak; Güneydoğu Anadolu Projesi'ne ilaveten, Doğu Anadolu Projesi başta olmak üzere başka bölgesel gelişme projelerine de başlanacağı ifadesi yer almaktadır. Ayrıca, Yeni Sanayi

¹⁷² DPT, Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000), Ankara, s. 174-178.

Odakları konusunda birtakım ilkeler yer almaktadır. Sekizinci BYKP'nın öne çıkan amaçları ve uygulanacak politikalar şu şekilde özetlenebilir:¹⁷³

Yeni sanayi odaklarının oluşturulmasında ve sektörel uzmanlaşma sürecinin hızlandırılmasında; eğitim ve danışmanlık hizmetlerine, AR-GE ve teknoloji desteğine, işbirliği ve ortaklıklar oluşturulmasına, girişimciliğin geliştirilmesine ve kurumsallaşmanın, uzmanlaşmanın hızlandırılmasına yönelik sınai destek faaliyetlerine ağırlık verilecek ve bu hizmetleri verecek destek birimleri, kurumsal ve finansal açıdan güçlendirilecektir.

Yeni sanayi odaklarının oluşmasında önemli bir işlev gören ve altyapısı hazır olarak girişimcilere sunulan Organize Sanayi Bölgeleri ve Küçük Sanayi Sitesi uygulamalarına ilave olarak, orta boy işletmelerin yaygınlaştırılması için örnek Sanayi Siteleri uygulaması başlatılacaktır.

GAP'ın 2010 yılına kadar tamamlanabilmesi için çalışmalar hızlandırılacaktır.

Doğu Anadolu Projesi (DAP), belirlenen ilkeler ve stratejiler doğrultusunda 8. BYKP döneminde uygulamaya koyulacaktır.

2007-2013 yıllarını kapsayan dönem için uygulamaya koyulan Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda ise; teoride yer alan yeni bölgesel kalkınma araçlarına sıkça vurgu yapıldığı görülmektedir. Planda, yenilik, AR-GE, girişimcilik, yeni sanayi odakları, kümelenmeler, network, üniversite-sanayi işbirliği ve girişim sermayesi gibi pek çok araçtan bahsedilmektedir. Planda, bölgesel gelişme konusundaki amaçlar ve uygulanacak politikalar, dört ayrı eksenle ele alınmaktadır. Bunlar; (i) bölgesel gelişme politikalarının merkezi düzeyde etkinleştirilmesi, (ii) yerel dinamiklere ve içsel potansiyele dayalı gelişmenin sağlanması, (iii) yerel düzeyde kurumsal kapasitenin artırılması ve (iv) kırsal kesimde kalkınmanın sağlanmasıdır. Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda bölgesel gelişme konusundaki temel ilkeler ve araçlar şunlardır:¹⁷⁴

¹⁷³ DPT, Uzun Vadeli Strateji ve Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005), Ankara, s. 59-70.

¹⁷⁴ DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), Ankara, s. 91-94.

- Planların birbiriyle uyumu sağlanacaktır. Fiziksel planlar da dahil olmak üzere, yerindenlik ilkesi esas alınarak, planların yönetimi ve denetimi için bütüncül bir sistem oluşturulacaktır.
- Bölgesel gelişme açısından ulusal düzeyde eşgüdümü sağlamak ve hazırlanacak alt ölçekli plan ve stratejilere genel bir çerçeve oluşturmak üzere ulusal düzeyde bölgesel gelişme stratejisi hazırlanacaktır.
- Başta az gelişmiş bölgelerde olmak üzere, büyüme ve çevrelerine hizmet verme potansiyeli yüksek cazibe merkezleri belirlenerek; öncelikle bu merkezlerin ulaşılabilirliği iyileştirilecek, fiziki ve sosyal altyapısı güçlendirilecektir.
- Girişim sermayesi, mikro-kredi uygulamaları ve farklılaştırılmış girdi maliyetlendirmesi gibi, yatırım, üretim ve istihdamı özendirici yeni araçlar geliştirilecektir.
- *Bölgelerde; yenilikçi, rekabet edebilir, dinamik ve yüksek katma değer yaratabilen öncü sektörler seçilecek ve desteklenecektir.*
- Kamu kurum ve kuruluşları, özel sektör, üniversiteler ve STK'ların işbirliğiyle girişimciliği geliştirmeye yönelik özel eğitim programları desteklenecektir.
- Üniversite-sanayi işbirliğine ve yerel uzmanlaşmaya dayalı üretimi desteklemek üzere uygun bölgelerde sektörel organize sanayi bölgeleri uygulaması yapılacaktır.
- *Sürükleyici sektörler liderliğinde ve güçlendirilmiş sosyal ağ yapısı içinde kümelenmelerin desteklenmesi sağlanacaktır.*

Son olarak, kalkınma planlarında bölgesel politikalar açısından temel ilkeler, yaklaşımlar ve politikalar, hedefler ve araçlar aşağıda Çizelge 1.12'de özet olarak sunulmaktadır.

Çizelge 1.12 - Beş Yıllık Kalkınma Planlarında Bölgesel Politikalar

Plan	İlkeler	Yaklaşımlar ve Politikalar	Hedefler	Araçlar
1. Plan (1963-1967)	-İktisadi kalkınmanın bölgesel yansımaları -Bölgesel iktisadi bütünleşme	-Bölgesel planlama -Büyüme noktaları (Doğu Marmara, Çukurova, Antalya, Zonguldak)	-Dengeli kentleşme -Bölgelerarası denge (kamu hizmetlerinde ve gelir dağılımında) - Yatırım etkinliği	-Mali teşvikler -Az gelişmiş bölgelerde yatırımlara dayanarak ölçüt alternatifleri oluşturma
2. Plan (1968-1972)	-Hızlı kentleşmeden doğan nüfus yoğunluğu sorunları	-Bölgesel ve vilayet bazında planlama -İndirekt bölgesel planlama	-Dengeli bölgelerarası kalkınma -Sosyal adalet bağlamında bölgeler arasında dengeli paylaşım - Yatırım etkinliği	-Vergi indirimlerinin uygulanması -Özel yatırımları destekleyecek mali teşvikler -Pilot projeler -Keban
3. Plan (1973-1977)	-Bölgesel gelişmedeki farklılıkların elimine edilmesi -Az gelişmiş bölgelerin kalkındırılması	-Sektörel ve vilayet bazında planlama	İkinci planın aynısı	-Mali teşvikler -KÖY ve Az gelişmiş bölgeler için sanayileşme programları -Yerel kaynakların envanteri -İl bazında planlama -Sektörel planlama -Paket projeler
4. Plan (1979-1983)	-Bölgesel sorunları çözümü için bütün olanakların harekete geçirilmesi	-Sektörlerarası ve bölgelerarası bağların kuvvetlendirilmesi	-Coğrafi yerleşimlerinden dolayı geri kalmış bölgelerin kalkındırılması -Bölgesel ve sektörel karşılıklı bağımlılık -Mekansal organizasyon	-Yatırımlar için faiz indirimleri -Çeşitli mali yardımlar -Çeşitli sektörleri ve bölgeleri etkileyecek bütün önlemlerin yıllık yayımlanması -Paket projeler -Bölgesel ve vilayet bazında yatırımlar -Çukurova Kentsel Gelişme Projesi -GAP (DPT-JICA)

5. Plan (1985-1989)	-Kalkınmanın ivmelen-dirilmesi ve az gelişmiş bölgelerde ve sektörel potansiyeli olan bölgelerde kaynak kullanımının etkinleştirilmesi	-Projelerin bölgesel etkilerini içeren çalışmaların dahil olduğu direkt bölgesel planlama (16 adet fonksiyonel bölge öngörüsü)	-Sosyal adalet sistemine dayanarak bölgesel düzeyde dengeli kalkınma	-Potansiyel kaynakları belirleyecek bölgesel gelişme tablolarının çizilmesi -Tablolara uygun olarak yatırımların seçilmesi -Sektörlerin ve bölgelerin öncelikleri doğrultusunda sanayi projelerinin desteklenmesi için alt yapı yatırımlarının geliştirilmesine yönelik önlemlerin alınması -Kalkınmada öncelikli bölgelere yatırım için finansal yardımlar
6. Plan (1990-1994)	-Uygulama için sosyal, idari, hukuki ve mali yönlerin bütünlüğe ele alınması -Uluslar arası standartla uyumlu envanter (özellikle AB)	-Bölge ve alt bölge bazında planlama	-Bölgesel düzeyde dengeli kalkınma -Göç için kent ve köy arasında ara kademe oluşturulması	-KÖY'e yönelik kamusal kaynak tahsisi ve devlet öncülüğü -KÖY'e yönelik özel sektör teşviği ve bunun için özel bir fon oluşturulması -Organize sanayi bölgeleri
7. Plan (1996-2000)	-Sektörel ve mekansal analizlerin bütünlüğe getirilmesi; -Kentler arasında uzmanlaşma -Kent planlaması -Bölgesel dengesizliğin giderilmesi -rekabet faktörleri son sıralarda olsa da plana giriyor	-Bölgesel ve alt-bölgesel projeler -Farklı bölgesel niteliklerin harekete geçirilmesi -Sürdürülebilir kalkınma	-Göç ve nüfus hareketlerinin rasyonalizasyonu -Metropol sorunlarının ayrı bir kategoride ele alınması ve konut sorununun çözümü	-KÖY uygulamasının sürdürülmesi -Doğu ve güneydoğu için acil destek programı -GAP -Hukuki düzenlemeler -Konut projeleri -Kalkınmada öncelikli bölgelere yatırım için finansal yardımlar ve KOBİ'lere destekler -ZBK -Yeşilirmak Havzası -DOKAP, DAP
8. Plan (2001-2005)	-Katılımcı planlama -Sürdürülebilirlik -Kaynak kullanımında rasyonellik -AB bölgesel gelişme politikaları ile uyum	-Stratejik perspektifte bölgesel planlama -"Clustering" -İl gelişim planları	-Küreselleşmeye paralel rekabet gücü -Yerel girişimcilik ve yerel kaynaklarının mobilizasyonu -Bölgesel dengesizlik	-KOBİ destekleri -AB fonları -İlk bölgesel planlar -İnsan sermayesi

Kaynak: Murat OKÇU, Murat Ali DULUPÇU, Hüseyin GÜL, "Türkiye'de Bölgeselleşme mi Bölgeselcilik mi? Ayrımlar ve Açılımlar", KEAS'05: Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu - II, 13-16 Haziran 2005, Denizli, s.9.

1.2.3.3. Küreselleşmenin Bölgesel Politikalar Üzerindeki Etkileri

Günümüzde küresel eğilimlere bağlı olarak bölgesel politikalar bilgiye dayalı ekonomide rekabetçilik ve üstünlüklerin keşfine dayanmaya başlamıştır. Türkiye’de ise ağırlıklı olarak bölgesel dengesizlik üzerine kurulan bölgesel politikaların günümüz küresel eğilimlerine uyarak bilgiye dayalı ekonomide rekabetçilik ve üstünlüklerin keşfine dayanması beklenirken, Türkiye’deki bölgeselleşme süreci daha çok ulus üstüleşmenin bir yansıması olarak kendisini göstermektedir.¹⁷⁵ Küreselleşme kapsamında değişen bölgesel üretim sistemleri ve politikalar, bölgeyi ekonominin ve ekonomik kalkınmanın odak noktası olarak kabul eden yaklaşımlara ivme kazandırmıştır. Bölgesel kalkınma teorisinde yaşanan dönüşüm, politika tasarımlarına ve uygulamalarına da etki etmiştir. Türkiye’nin bölgesel politikaları da, sadece iç toplumsal ve ekonomik gelişmelerden değil, aynı zamanda Avrupa ülkelerindeki deneyimlerden ve bölgesel gelişme paradigmasında yaşanan dönüşümlerden de etkilenmiştir.¹⁷⁶ Bu bağlamda, Türkiye de, yeni teori öbeklerini - başta AB olmak üzere- çeşitli ülke deneyimlerinden takip ederek -biraz gecikerek de olsa- uygulamaya koymaktadır. Bölgesel kalkınma anlayışında yaşanan dönüşümler ve AB’ye uyum süreci, Türkiye’nin bölge planlaması yaklaşımında da önemli değişimlere neden olmuştur. Örneğin; son dönemlerde DPT koordinasyonu ile hazırlanan bölgesel gelişme planlarında ve AB ile finansman anlaşmaları yapılmış olan bölgesel gelişme programlarında katılımcı yaklaşımın tüm unsurları gözlenmektedir. Buna ilaveten, planların hazırlık aşamasında görülen bu katılımcı anlayışın, planların uygulanma sürecine de yansıtılmasına çalışılmaktadır. Planlama çalışmalarının tümünde, kamu ve özel sektörün ekonomik imkanlarının, plan stratejileri doğrultusunda harekete geçirilmesi ve kalkınma sürecinde kamuoyunun desteğinin ve katılımının da sağlanması hedeflenmektedir.¹⁷⁷

Tarihsel süreç içerisinde bakıldığında, Türkiye’de 1980’li yıllarda başlayan liberalizasyon süreci ile birlikte bölgelerin bir dizi kritik sonuçlara maruz kaldığı görülmektedir. Öncelikle; bölgesel dengesizliklerin merkezden yönetilmesine

¹⁷⁵ DULUPÇU, M. A., a.g.e., s.1.

¹⁷⁶ GÖYMEN, K., “Türkiye’de Bölgesel Politikaların Evrimi ve Bölgesel Kalkınma Ajansları”, Yerel Kalkınma İçin Ortaklıklar içinde, İstanbul Politikalar Merkezi Yayını, 2005, s. 35.

¹⁷⁷ AKKAHVE, D., a.g.e.

dayanan ve türdeş desteklere dayanan politikaların sürdürülebilirliğinin sağlanması ve kalıcı etkiler yaratması mümkün olamamıştır. Üçüncü BYKP döneminden beri uygulanmakta olan teşviklerin geri kalmış bölgelerde, üretim rejimlerinin dışa açık olmadığı bir dönemde, ekonomik faaliyetlerin yoğunlaşmasını ve sürdürülebilirlik sağlama hedefleri gerçekleşmemiştir. Liberalleşme süreci üretim güçleri ve tüketicilerin yaşam kalitesi beklentilerindeki artışı körüklediği ve seçici olmayan teşvikler bütünleşik bir çerçevede ele alınmadığı için, arzu edilen gelişmeler yine sağlanamamıştır. İkinci olarak; DPT'nin liberalleşme ile birlikte planlamadaki ve bölgesel politikadaki rol ve etkinliğinin değişmesi, bazı bölgelerin pasifleşmesine bazı bölgelerin de aktifleşmesine neden olmuştur. Bunun sonucunda da bazı bölgeler için daha da kötüleşen sonuçlar ortaya çıkmıştır. Bir bakıma, bölgesel kalkınma ve politika açısından Türkiye, liberalizmi öğrenme / eklemlenme sürecinden geçmiş ve bu geçiş döneminin sıkıntılarını yaşamıştır. Üçüncü olarak; ekonomik istikrarın sağlanmasının, ekonomi yönetiminin temel odağı olması nedeniyle ekonomik büyüme ve makro ekonomi ilişkisi ön plana çıkmış, bu süreçte de mikro ve mezo düzey kalkınma politikaları geri planda kalmıştır.¹⁷⁸

Türkiye'nin bölgesel politika dönüşümünde 2000'li yıllar ilk adım olarak kabul edilmektedir. Teoride ve politikada yaşanan dönüşümlerin Türkiye'deki bölgesel politikalar üzerindeki etkisi, 2007 yılında uygulamaya koyulan Dokuzuncu Kalkınma Planı'ndan görülebilmektedir. 2000'li yıllardan itibaren AB ile üyelik öncesi uyum sürecinin başlatılması ile birlikte Türkiye, her alanda olduğu gibi, bölgesel politikalar alanında da bir dizi yükümlülük altına girmiş ve gerekli hukuki-kurumsal düzenlemeleri uygulamaya koymuştur. Bu uygulamaların başında; İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) gelmektedir. 28.08.2002 tarihli ve 2002/4720 sayılı kararname ile, bölgesel istatistiklerin toplanması, geliştirilmesi, bölgelerin sosyo-ekonomik analizlerinin yapılması, bölgesel politikaların çerçevesinin belirlenmesi ve Avrupa Birliği Bölgesel İstatistik Sistemi'ne uygun karşılaştırılabilir istatistiki veri toplanması amacıyla ülke genelinde İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması tanımlanmıştır. Buna göre,¹⁷⁹

¹⁷⁸ DULUPÇU, M. A., a.g.e., s. 2.

¹⁷⁹ T.C. BAŞBAKANLIK, 2002/4720 Sayılı Karar, T.C. Resmi Gazete, Tarih: 22.09.2002, Sayı: 24884.

- İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırmasında iller "Düzey 3" olarak tanımlanmış; ekonomik, sosyal ve coğrafi yönden benzerlik gösteren komşu iller ise bölgesel kalkınma planları ve nüfus büyüklükleri ile dikkate alınarak "Düzey 1" ve "Düzey 2" olarak gruplandırılmak suretiyle hiyerarşik İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması yapılmıştır.
- "Düzey 3" kapsamındaki İstatistiki Bölge Birimleri 81 adet olup il düzeyindedir. Her il bir İstatistiki Bölge Birimini tanımlamaktadır.
- "Düzey 2" İstatistiki Bölge Birimleri, "Düzey 3" kapsamındaki komşu illerin gruplandırılması sonucu tanımlanmış olup, 26 adettir.
- "Düzey 1" İstatistiki Bölge Birimleri ise "Düzey 2" İstatistiki Bölge Birimlerinin gruplandırılması sonucu tanımlanmış olup, 12 adettir.



Şekil 1.7 - İBBS Düzey-1 Bölgeleri

Kaynak: DPT, <http://www.dpt.gov.tr/bgyu/biid/ibbs.html>



Şekil 1.8 - İBBS Düzey-2 Bölgeleri

Kaynak: DPT, <http://www.dpt.gov.tr/bgyu/biid/ibbs.html>

26 Düzey-2 bölgesi ve bu bölgeleri oluşturan iller, aşağıda Çizelge 1.13 yardımıyla sunulmaktadır.

Çizelge 1.13 - İBBS Düzey-2 Bölgeleri

TR10: İstanbul	TR71: Aksaray, Kırıkkale, Kırşehir, Niğde, Nevşehir
TR21: Edirne, Kırklareli, Tekirdağ	TR72: Kayseri, Sivas, Yozgat
TR22: Balıkesir, Çanakkale	TR81: Bartın, Karabük, Zonguldak
TR31: İzmir	TR82: Çankırı, Kastamonu, Sinop
TR32: Aydın, Denizli, Muğla	TR83: Amasya, Çorum, Samsun, Tokat
TR33: Afyon, Kütahya, Manisa, Uşak	TR90: Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Trabzon
TR41: Bilecik, Bursa, Eskişehir	TRA1: Bayburt, Erzincan, Erzurum
TR42: Bolu, Düzce, Kocaeli, Sakarya, Yalova	TRA2: Ağrı, Ardahan, Iğdır, Kars
TR51: Ankara	TRB1: Bingöl, Elazığ, Malatya, Tunceli
TR52: Karaman, Konya	TRB2: Bitlis, Hakkari, Muş, Van
TR61: Antalya, Burdur, Isparta	TRC1: Adıyaman, Gaziantep, Kilis
TR62: Adana, Mersin	TRC2: Diyarbakır, Şanlıurfa
TR63: Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye	TRC3: Batman, Mardin, Şırnak, Siirt

Kaynak: DPT, <http://www.dpt.gov.tr/bgyu/biid/ibbs.html>

AB ile uyum süreci kapsamında, İBBS uygulamasına ek olarak, planlama anlamında, 2001 yılında Ulusal Program ve 2003 yılında Ön Ulusal Kalkınma Planı (ÖÜKP) dokümanları hazırlanmıştır. Bu planlama dokümanlarının kapsamının

modern bir politika aracı niteliğinde olduğu ve stratejilerin Türkiye'nin orta ve uzun vadeli planlama kurgularına uygun olarak ulusal rekabet edebilirliği ve büyümeyi ön plana aldığı görülmektedir. Bunun yanı sıra, 26 İBBS-2 bölgesinin öncelikli olarak seçilerek bölgesel denklik politikalarının da stratejilerden birini oluşturduğu görülmektedir.¹⁸⁰

Bunların dışında, son dönemde Teknoloji Geliştirme Bölgeleri, Endüstri Bölgeleri ve Bölgesel Kalkınma Ajansları gibi daha modern araçların bölgesel kalkınma politikalarında görülmeye başladığı söylenebilir. Bu uygulamalardan ilki, 6 Temmuz 2001 tarih ve 24454 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren 4691 sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu'dur. Kanunun birinci maddesinde, uygulamanın amacı açık bir şekilde ortaya koyulmaktadır. Buna göre; 2001 yılından beri ülkemizde uygulanmakta olan Teknoloji Geliştirme Bölgeleri'nin amacı; *“...üniversiteler, araştırma kurum ve kuruluşları ile üretim sektörlerinin işbirliği sağlanarak, ülke sanayiinin uluslararası rekabet edebilir ve ihracata yönelik bir yapıya kavuşturulması maksadıyla teknolojik bilgi üretmek, üründe ve üretim yöntemlerinde yenilik geliştirmek, ürün kalitesini veya standardını yükseltmek, verimliliği artırmak, üretim maliyetlerini düşürmek, teknolojik bilgiyi ticarileştirmek, teknoloji yoğun üretim ve girişimciliği desteklemek, küçük ve orta ölçekli işletmelerin yeni ve ileri teknolojilere uyumunu sağlamak, Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulunun kararları da dikkate alınarak teknoloji yoğun alanlarda yatırım olanakları yaratmak, araştırmacı ve vasıflı kişilere iş imkânı yaratmak, teknoloji transferine yardımcı olmak ve yüksek/ileri teknoloji sağlayacak yabancı sermayenin ülkeye girişini hızlandıracak teknolojik alt yapıyı sağlamaktır.”*¹⁸¹

Teknoloji Geliştirme Bölgeleri'nin ardından uygulamaya koyulan bir diğer araç da, Endüstri Bölgeleri uygulamasıdır. 19 Ocak 2002 tarih ve 24645 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan 4737 sayılı Endüstri Bölgeleri Kanunu ile, *“...ülke ekonomisinin gelişmesini ve teknoloji transferini sağlamak, üretim ve istihdamı*

¹⁸⁰ ARSLAN, K., a.g.e., s. 288-289.

¹⁸¹ T.C. BAŞBAKANLIK, 4691 Sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu, T.C. Resmi Gazete, Tarih: 06.07.2001, Sayı: 24454.

arttırmak, yatırımları teşvik etmek ve yabancı sermaye girişini arttırmak amacıyla...”¹⁸², belirlenen yerlerde Endüstri Bölgeleri kurulması kararlaştırılmıştır.

Son olarak, 2006 yılında kabul edilen 5449 sayılı Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun ile, dünyada uzun yıllardan beri uygulanmakta olan Bölgesel Kalkınma Ajansları uygulaması da, Türkiye’de hayata geçirilmiştir. Bu uygulama ile birlikte, Kalkınma Ajanslarının görevi; “...*kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliğini geliştirmek, kaynakların yerinde ve etkin kullanımını sağlamak ve yerel potansiyeli harekete geçirmek suretiyle, ulusal kalkınma plânı ve programlarda öngörülen ilke ve politikalarla uyumlu olarak bölgesel gelişmeyi hızlandırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak, bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak...*”¹⁸³ olarak belirlenen Bölgesel Kalkınma Ajansları ilk olarak İzmir ve Çukurova’da kurulmuştur. Kalkınma Ajansları’nın, İBBS Düzey-2 itibarıyla 26 bölgede kurulması planlanmaktadır.

Ancak, uygulamaya koyulan bu modern yaklaşımlara rağmen, istenen uygulama yapılarının kurulması ve ihtiyaçlara uygun nitelikte beşeri sermayenin sağlanması konusunda Türkiye’nin önemli darboğazları olduğu görülmektedir. Mevcut durumda DPT, belirlenen her bir İBBS-2 bölgesi (26 bölge) bazında strateji belirleme, formüle etme, uygulama, izleme ve uygulama sonrası bulguları değerlendirme görevlerinin tümünü üstlenmiş durumdadır. Böyle bir yapının, sınırlı ölçülerde sağlanan fonlarla yürütülebilmesi mümkündür. Ancak, önemli bir sorun olarak; özellikle uygulama alanında yetkilerin, merkezi birimlerin yerel temsilcilerine ve yerel oluşumlara devredilememesi, Türkiye’nin gelecek dönemlere yönelik ihtiyaçlarına paralel bir fon hacmi massedebilme kapasitesini ve deneyiminin oluşmasını geciktirmektedir.¹⁸⁴

Buna ilaveten, karar alıcıların, tepeden inmece bir bölgeselleşme ile aşağıdan yukarıya uzanan bir bölgeselcilik arasında kalmamaları için, oldukça geniş bir

¹⁸² T.C. BAŞBAKANLIK, 4737 Sayılı Endüstri Bölgeleri Kanunu, T.C. Resmi Gazete, Tarih: 19.01.2002, Sayı: 24645

¹⁸³ T.C. BAŞBAKANLIK, 5449 Sayılı Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun, T.C. Resmi Gazete, Tarih: 08.02.2006, Sayı: 26074.

¹⁸⁴ BİLEN, G., “Avrupa Birliği’nde Bölgesel Politikalar ve Türkiye’nin Uyumu”, Dünya Gazetesi, 2005, s. 8.

coğrafyada farklı bölgesel karakteristiklere sahip olan Türkiye'nin, bölgesel kalkınma dinamiklerini daha özgün bir bakış açısından değerlendirmesi ve bölgesel farkındalığın nasıl yaratılabileceği üzerinde durmaları gerekmektedir. Bu süreç de, bölgesel kalkınma teorilerinin yeniden yorumlanmasını gerektirmektedir.¹⁸⁵

¹⁸⁵ DULUPÇU, M. A., a.g.e., s. 1.

İKİNCİ BÖLÜM

BÖLGESEL KALKINMA MODELİ OLARAK TEORİ VE UYGULAMADA KÜMELENME

Çalışmanın bir önceki bölümünde de bahsedildiği gibi, küreselleşme ve bölgeselleşme eğilimleri ile birlikte bölgeye olan bakış açısı değişmiş ve bunun sonucunda bölgesel kalkınma teorileri ve uygulamaları da yeniden ele alınmaya başlanmıştır. Bu süreç içerisinde rekabetçilik ile ilişkili olarak yakınlığa (proximity) ve işbirliğine (cooperation) odaklanma artmıştır. Buna ek olarak yeni teorilerde rekabet, yenilik, yenilik sistemleri, öğrenme, sanayi odakları gibi kavramlar ön plana çıkmaya başlamıştır. Yaşanan ekonomik ve sosyal değişimlerle paralel olarak mekâna bakış açısı da değişmiş, buna yönelik farklı söylemler ortaya çıkmaya başlamıştır. Mekana müdahale biçimleri değişmeye başlamış, planlama, yoğun tartışmaların olduğu ve değişim gösteren bir alan olmaya başlamıştır. Ayrıca firmaların içinde buldukları rekabet ortamı da mekanın yeniden organize edilmesine neden olmuştur. Dolayısıyla sermayenin yeniden üretimini sağlayan süreçlerdeki yeni yapılanma ile örtüşen bir ortam oluşmuştur. Böylelikle mekandaki değişim ve dönüşümler, üretim süreçlerindeki gelişmelerle ilişkilendirilerek açıklanmaya başlanmış ve sanayi sektöründe esnek üretim biçimlerinin gelişmesiyle birlikte, firmalar arasında kümelenme eğilimleri artmıştır. Firmalar arasında kümelenme eğilimlerinin artmasındaki en önemli unsurlar öğrenme süreci ve maliyet avantajıdır.

Çalışmanın bu bölümünde, son zamanlarda oldukça ilgi gören “kümelenme” kavramının teorik temelleri ele alınmakta ve kümelenme ile ilgili Dünya’daki ve Türkiye’deki uygulamalara yer verilmektedir. Böylelikle tezin uygulama ölçeğini oluşturan Isparta İli Orman Ürünleri Endüstrisi kapsamında yapılacak analize temel oluşturulması sağlanmış olacaktır.

2.1. Kümelenme Kavramının Ortaya Çıkışı ve Tanımı

Kümelenme yaklaşımının son yıllarda giderek önem kazanmasının temelinde rekabetçi avantaja dayanması bulunmaktadır. Kümelenme yaklaşımı ile ilgili yapılan tanımlamalarda da bu hususa vurgu yapıldığı görülmektedir. Temeli Marshall'ın endüstriyel bölgeler kavramına dayanan kümelenme kavramı zaman içerisinde pek çok araştırmacı (özellikle Porter) tarafından geliştirilmiş ve konuya ilişkin farklı tanımlamalar yapılmıştır. Bu bağlamda, bu kısımda, kümelenme kavramının ortaya çıkışı süreci ve kavrama ilişkin tanımlamalara yer verilecektir.

2.1.1. Kavramın Ortaya Çıkışı

Sektörel, yerel ve bölgesel rekabet gücünü yükselten ve bölgesel (ve aynı zamanda ulusal) bir kalkınma modeli olarak da görülen kümelenme yaklaşımı son dönemlerde gittikçe önem kazanmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerde son derece yaygın bir yayılım alanı bulan bu yaklaşım gelişmekte olan ülkelerin bazılarında da uygulanmaya başlamıştır.¹⁸⁶

Küresel ekonomide yer seçiminin önemi, sanayi birimlerinin bir araya gelmesiyle oluşan avantajlarla giderek önem kazanmaktadır. Endüstriyel kümelenmenin oluşumunu açıklamaya ve analiz etmeye yönelik araştırma çabalarında 1970, 1980 ve 1990'lar boyunca yoğun bir artış gerçekleşmiştir. Marshall ile başlayan endüstri bölgelerine ilgi, 1980'lerde yoğun "post-fordizm" tartışmasının uyanışını takip ederek oldukça artmış ve 1990'ların başlarından bu yana bu alanda Porter'ın müdahalelerini takip ederek kümelenme dinamiklerinde bir yenilenme yaşanmıştır. Kümelenme olgusu, son zamanlarda ön plana çıkmış olsa da, yaklaşık yüzyıl önce Alfred Marshall tarafından ele alınmıştır.¹⁸⁷ Marshall'ın bu konudan ilk defa endüstriyel yoğunlaşmalar olarak bahsettiği bilinmektedir. Marshall endüstriyel yoğunlaşmaları incelemiş ve yoğunlaşmaların bölgedeki firmalar açısından özellikle işçi bulma konusunda avantaj yarattığını belirtmiştir.¹⁸⁸ 19.

¹⁸⁶ BULU, M. ve İ. H. ERASLAN, 'Kümelenme Yaklaşımı', Çağdaş Yönetim Yaklaşımları İlkeler, Kavramlar ve Yaklaşımlar, Editor: İsmail BAKAN, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1. Baskı, Mayıs 2004, İstanbul, s. 159.

¹⁸⁷ KARATAŞ, N., Firma Kümeleşme Eğilimleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma: İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi Örneği, PLANLAMA 2006/3, ss. 47-57, s. 49.

¹⁸⁸ BULU M. ve İ. H. ERASLAN, a.g.e., s. 159.

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 Michael Porter tarafından uluslararası rekabet stratejilerinin değerlendirilmesi kapsamında yeniden gündeme getirilmiştir. Ulusal ve uluslararası rekabetçi avantaja dayanan kümelenme kavramı, özellikle 1980'lerin sonu ve 1990'ların başında gündeme gelmiş ve giderek yoğun bir ilgi görmeye başlamıştır.¹⁸⁹

Kavram, 1998 yılından itibaren dünyada hızla popüler hale gelmiş ve firmalara dışsal kaynaklar aracılığıyla rekabet avantajı kazanmaları konusunda gerekli altyapının oluşturulmasını sağlamıştır.¹⁹⁰

Aslında bölgeyi temel alan mekansal yenilik modelleri sadece kümelenme ile sınırlı değildir. Tezin birinci bölümünde açıklandığı üzere bölgesel yenilik sistemleri, GREMI'nin yenilikçi çevre yaklaşımı, Storper ile başlayan yeni endüstriyel bölgeler ve İtalyan endüstri bölgeleri kümelenme benzeri yaklaşımları içermektedir. Özet itibariyle bu yaklaşımların hepsi, kümelenme de dahil olmak üzere yakınlık(proximity) üzerine temellenmektedir. Porter ile popülerleşen kümelenme ise John Lovering'in de belirttiği gibi daha liberal bir görünüm sergilerken, diğer yaklaşımlar Düzenleme Okulu, post-fordizm gibi kapitalizmdeki değişimleri daha fazla ön plana çıkarmaktadır.

2.1.2. Kümelenmenin Tanımı

Kümelenme ile ilgili olarak yapılan çalışmalarda, ortak bazı kavramlar kullanılmakla birlikte, farklı yazarlar tarafından farklı tanımlamalar yapılmaktadır. Kümelenme kavramına ilişkin yapılan tanımlamalardan bazıları şunlardır:

Bir tanıma göre kümelenme; “birbirine katma değer sağlayan üretim zinciri ile bağlı, karşılıklı bağımlı işletmeler, bilgi üreten kurumlar, destekleyici kurumlar ve müşteriler tarafından oluşturulmuş bir ağıdır.”¹⁹¹

¹⁸⁹ KARATAŞ, N., a.g.e., s. 49.

¹⁹⁰ BULU, M., “Türk KOBİ'leri İçin Rekabet Stratejileri”, Organize Sanayi Gazetesi OSTİM, Haziran 2005, s. 10.

Başka bir tanıma göre kümelenme; “bir sanayi veya hizmet kümelenmesi, rekabet eden, birbirini tamamlayan ve birbirine bağlı olan şirketlerin ve kuruluşların bölgesel yoğunlaşmalarıdır.”¹⁹²

Sanayi bölgeleri açısından bir tanımlama yapılacak olursa, kümelenme; “ortak fırsat ve tehditlerle karşılaşan işletmelerin sektörel ve coğrafi yoğunlaşması” olarak tanımlanabilir.¹⁹³

Malmberg ve Power’a göre kümelenme; “belirli bir alandaki birbiriyle ilişkili kurumların ve birbirine bağlı şirketlerin oluşturdukları coğrafi yakınlıktır ki şirketler veya kurumlar birbirlerini tamamlar ve işbirliği yaparlar.”¹⁹⁴ Buna göre; aynı üretim veya hizmet alanında faaliyette bulunan ve birbirine rakip olan firmaların aynı kümelenme içinde yer alması söz konusudur.¹⁹⁵

Roelandt ve Hertog, OECD için hazırladıkları raporda kümelenmeyi; “birbirine güçlü bağlarla bağlı firmaların, bilgi üreten kurumların ve müşterilerin değer ekleyen tedarik zinciri şeklinde birbirlerine bağlandıkları ağ” olarak tanımlamaktadır.

Bölgesel kümelenmeler; küçük coğrafi bir alandaki aynı veya yakın endüstriyel sektörlerdeki karşılıklı birbirine bağlı firmaların yoğunluğu olarak tanımlanmıştır.¹⁹⁶ Benzer şekilde Pyke, kümelenmeleri, birbirine bağlı firma gruplarının oluşturdukları coğrafi birliktelikler olarak ifade etmektedir. Bu coğrafi birliktelikler, firmaların nihai ürünleri üretebilmek için organize olmalarından doğmaktadır.¹⁹⁷

¹⁹¹ ÇAĞLAR, E., Türkiye’de Yerelleşme ve Rekabet Gücü: Kümelenmeye Dayalı Politikalar ve Organize Sanayi Bölgeleri, Bölgesel Kalkınmada Yeni Açılımlar, TEPAV, 13 Eylül 2006, ss.305-315, s. 308.

¹⁹² BULU, M., İ. H. ERASLAN ve Ö. ŞAHİN, a.g.e., s. 143.

¹⁹³ ERDİL, E., İnovasyon, Firmalar Arası İlişkiler ve Kümelenme, Şubat 2006, <http://www.egelihracatcilar.com/Images/Menu1-Page//INOVASYON_Izmir_Sunus_00001663.ppt> (06.06.2008)

¹⁹⁴ MALMBERG, A. ve D. POWER, ‘True Clusters A Severe Case of Conceptual Headache’, Clusters and Regional Development, Edited by Bjorn ASHEIM, Philip COOKE ve Ron Martin, Routledge Taylor&Francis Group, USA, 2006, s. 55.

¹⁹⁵ ÇAĞLAR, E., a.g.e., s. 308.

¹⁹⁶ EUROPEAN COMMISSION, Regional Clusters In Europe, Observatory of European SMEs 2002, No. 3, s.14.

¹⁹⁷ BULU, M. ve İ. H. ERASLAN, a.g.e., s. 159, 160.

Porter ise kümelenmeyi; “belirli bir alandaki birbiriyle rekabet eden fakat aynı zamanda işbirliği yapan karşılıklı ilişkili firmaların, uzmanlaşmış arz edicilerin, hizmet üreticilerinin, ilişkili endüstrilerdeki firmaların, ilişkili kurumların (örneğin üniversiteler, standart kuruluşlarının ve ticaret birliklerinin-derneklerinin) coğrafi yoğunlaşması” olarak tanımlamaktadır. Porter’ın yaptığı kümelenme tanımında iki çekirdek özellik vardır. *Birincisi*; kümelenmedeki firmalar bir şekilde birbiriyle bağlantılıdır. Kümelenmeler birbirleriyle ortaklık ve tamamlayıcılık bağı ile bağlı ilişkili kurumlardan ve karşılıklı-bağlantılı firmalardan oluşmaktadır. Bu bağlantılar hem dikey (alım satım zincirleri) hem de yatay (tamamlayıcı ürünler ve servisler, benzer girdilerin kullanılması, teknolojiler ve emek gibi) bağlantıları kapsamaktadır. Buna ilaveten, bu bağlantıların birçoğu firmaların içerdiği faydaları üreten sosyal ilişkiler ve networkler içermektedir. Porter’ın kümelenme tanımındaki ikinci çekirdek özellik ise; coğrafi yakınlıktır. Kümelenmeler karşılıklı bağlı firmaların mekansal yoğun yerleşmesinden oluşmaktadır.¹⁹⁸ Bir şehrin veya bölgenin belirli bir endüstride neden başarılı olduğunun nedenlerine örnek olarak şunlar gösterilebilir; bölgede en karmaşık(sofistike) alıcıların bulunması, bölgenin taklit edilemez (kendine özgü) faktör yaratma mekanizmasına sahip olması ve iyi gelişmiş yerel tedarikçi tabanına sahip olması. Bu hususlar çalışmanın ilerleyen bölümlerinde Porter’ın “Karo” teoreminde ayrıntılı olarak ele alınacaktır.¹⁹⁹

Porter’a göre kümelenme oluşma sebebi coğrafi yakınlığın şekillendirdiği paylaşılan kültür ve düşen işlem maliyetleridir. Bu yakınlık ileri, geri ve yatay fayda akımları yaratır. AR-GE faaliyetlerinin karşılıklı değişimi ve problem çözmeye katılım daha hızlı ve daha etkin çözümler üretilmesine yol açar. Tedarikçiler de firmadan firmaya inovasyon ve bilginin iletimi için aracı olma eğilimi içindedir. Bu süreç boyunca mevcut ulusal endüstri içindeki inovasyonun ivmesi artar. Tüm bu faydalar eğer tedarikçiler firmalara yakın yerleşmişse iletişim kanallarını kısaltarak ortaya çıkar ve gelişir. Bu süreçle birlikte kümelenmeler de gelişmeye devam eder. Gelişen kümelenmeler, kümelenmeyi daha da güçlendirecek insanları ve fikirleri kendine çeker. Çünkü gelişen bir kümelenme eğitilmiş insanlara daha büyük fırsatlar

¹⁹⁸ ASHEIM, B., P. COOKE ve R. MARTIN, a.g.e., s. 2.

¹⁹⁹ PORTER, M. E., *The Competitive Advantage of Nations*, Free Press, New York, 1998, s.158.

sunar.²⁰⁰ Porter'a göre kümelenmeler içindeki grupları birbirine bağlayan “sosyal yapıştırıcı”, önemli kaynaklara ve bilgilere erişimi de kolaylaştırmaktadır.²⁰¹

2.2. Kümelenme Özellikleri ve Aşamaları

Kümelenmeler, belli özelliklere sahip oluşumlardır. Öncelikle; kümelenmeler, firmalar arasındaki sistematik ilişkiler üzerine kurulmaktadır. Bu ilişki genel veya tamamlayıcı bir ürün üretmek üzerine, üretim süreci üzerine, çekirdek teknolojiler üzerine, doğal kaynak gereksinimleri, yetenek gereksinimlerini veya dağıtım kanalları üzerine kurulu olabilmektedir. İkinci olarak; kümelenmeler, coğrafi olarak belirli bir mekanda toplanmaktadır. Bir başka ifadeyle kümelenmeler, coğrafi yakınlığa dayalı ve mekansal sınırlara sahip oluşumlardır. İnsanların istihdam için yolculuk yapmak istedikleri ve firma sahipleri ile işverenlerin-işgörenlerin toplanma/buluşma ve netwokleşme için makul gördükleri mesafe ve zaman ile bu sınırlar açıklanmaktadır. Kümelenmelerin üçüncü özelliği ise; belirli aşamalardan geçmeleri ve bir yaşam döngüsüne sahip olmalarıdır. Bu aşamalar şunlardır.²⁰²

- **Embriyonik Aşama:** Bu dönem keşiflerin, buluşların ve içsel yatırımın yapıldığı dönemdir.
- **Büyüme Aşaması:** Bu dönemde piyasalar taklitçileri ve rakipleri çekmek için ve ana firmadan ayrılan küçük firmaların oluşması için yeterince büyümüşür ve girişimciliği destekler.
- **Olgunluk Aşaması:** Hizmetler ve süreçler rutin hale gelir, daha fazla taklitçi piyasaya girer ve maliyetler rekabetçi avantajın anahtarı konumuna gelir.
- **Düşüş Aşaması:** Bu dönemde ürünler daha düşük maliyetle veya daha etkin ikamelerle yeri doldurulabilir hale gelir.

²⁰⁰ MASKELL, P. ve L. KEBIR, a.g.e., s. 35, 36.

²⁰¹ MERCAN, B., N. S. HALICI ve N. BALTACI, ‘Küresel ve Bölgesel Rekabet Avantajı Sağlayıcısı Olarak Sanayi Odaklarının(Clusters) Oluşumu ve Gelişimi, 3. Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Osman Gazi Üniversitesi, 25-26 Kasım 2004, Eskişehir, ss. 167-176, s. 172.

²⁰² ROSENFELD, S. A., Creating Smart Systems A Guide To Cluster Strategies in Less Favoured Regions, European Union-Regional Innovation Strategies, April 2002, ss.1-35, s.6.

Kümelenmelerin bir diğer özelliği; dışsallıklar yaratmalarıdır. Kümelenmeler, daha düşük maliyetli arz ediciler ve tamamlayıcılar yaratan daha geniş bir havuz oluşturmakta, buna ilaveten, daha uzmanlaşmış ve tatmin edici hizmetler, daha eğitilmiş işgücü ve potansiyel partnerler sağlamaktadır. Ayrıca kümelenmeler, teknolojilerin ve piyasaların kapalı (örtük) bilgisine ulaşmayı kolaylaştırmakta, networkleşmeler için fırsatlar yaratmakta ve karları-ihtiyaçları bir araya getirmektedir.

Kümelenmelerin sinerji yaratan en önemli özelliği ise; “cevap verme” yeteneğidir. Başka bir deyişle, kümelenme içerisinde yer alan firmaların piyasalardaki değişime zamanında cevap verme ve uyum sağlama becerisi, kümelenmelerin bir diğer özelliğidir. Yeni bölgesel gelişim modelinde ‘yerel yenilikçi ortam’ özellikle bu cevap verebilme yeteneğine odaklanmaktadır. Mekanın yakınlığı, sinerji, kişisel ilişkiler ve networkler yerel yenilikçi ortamın temel özellikleridir.

Son olarak; kümelenmeler, ilişkiler ağı olarak tanımlanmaktadır. Belirli bir bölgedeki çalışanların ve kurumların misyonlarını nasıl tanımladığı, önceliklerini nasıl oluşturdukları, kendi bölgelerinin kaynaklarını nasıl kullandıkları onların ilişkilerini şekillendirmektedir.²⁰³

2.3. Kümelenme Tipleri

Kümelenme ile ilgili olarak genel kabul görmüş bir sınıflandırma bulunmamaktadır. Çeşitli yazarlar tarafından yapılmış farklı kümelenme türleri bulunmaktadır.

Kümelenmeler genelde şu şekilde sınıflandırılmaktadır:²⁰⁴

- **Dikey Kümelenmeler:** İşletme gruplarında ve değer zincirinde, alıcıların ve araçların birbirleriyle ilişkileri sürekli, yoğundur ve sağlamdır.

²⁰³ ROSENFELD, S. A., a.g.e., s. 6.

²⁰⁴ MERCAN, B., N. S. HALICI ve N. BALTACI, a.g.e., s. 173.

- **Yatay kümelenmeler:** Yakın sektörlerin ürünlerin tamamlayıcılık ya da ikame ilişkileri nedeniyle ağ dışsallıkları oluşturması ve tek bir sektörün işletmelerinin birbirine bağlanması ile oluşan işletme gruplarıdır.
- **Kompleks Kümelenmeler:** İşletme grupların aynı zamanda hem yatay hem dikey olarak birbirleri ile bağlantılı ilişkilerinden oluşmaktadır.
- **Kapsayıcı Kümelenmeler:** Kompleks kümelenmelerin sanayi ve hizmetleri bunlara ek olarak hem özel altyapıyı hem de önemli toplumsal aktörleri ve kamuyu kapsadığı ilişkilerden oluşmaktadır.

Bununla birlikte, farklı kümelenme sınıflandırmaları da mevcuttur. Örneğin; Markusen'e göre üç tip kümelenme vardır. Birinci tip kümelenmede, kümelenme bir bölgedeki bir veya birkaç firmanın etrafında bir veya birden fazla endüstri şeklinde gelişmiştir. İkinci tip kümelenme ise uluslar arası firmaların fabrikalarının yoğunlaştığı bölgelerdir. Bu bölgelerde yüksek teknolojiye veya düşük işgücü maliyetlerine dayalı üretim gerçekleştirilmektedir. Üçüncü tip kümelenme ise devlet merkezli bölgelerde oluşan kümelenmelerdir. Başkent, askeri üsler veya araştırma merkezleri ya da kamu şirketleri etrafına oluşan kümelenmeler, üçüncü tip kümelenmeye örnek olarak verilebilir.

Roelandt, Hertog, Sinderen ve Vollard ise kümelenmeleri; mikro (firma düzeyi), mezo (endüstri düzeyi) ve makro düzey (ulusal düzey) olmak üzere üçe ayırmaktadır. Ele alınan düzeylere göre kümelenmenin yapısı ve kümelenme analizinin odağı aşağıdaki Çizelge 2.1 yardımıyla sunulmaktadır.²⁰⁵

²⁰⁵ BULU, M. ve İ. H. ERASLAN, a.g.e., s. 161.

Çizelge 2.1 - Mikro-Mezo-Makro Düzeyde Kümelenmeler

Analiz Düzeyi	Kümelenme Yapısı	Analiz Odağı
Ulusal Düzey (Makro)	Ekonomik yapının içindeki endüstri grupları	<ul style="list-style-type: none">• Ulusal ekonominin özelleşmiş yapıları• Ulusal kümelenmelerde ürün ve süreçler için yenilikçilik ve geliştirme ihtiyacı
Dal ve Endüstri Seviyesi (Mezo)	Benzeri son ürün veya ürünler için oluşan endüstri içi ve endüstriler arası tedarik zinciri	<ul style="list-style-type: none">• Endüstrilerin SWOT ve kıyaslama analizi• Yenilik ihtiyacının keşfedilmesi
Firma Seviyesi (Mikro)	Bir yada birkaç firma etrafında özelleşen tedarikçiler	<ul style="list-style-type: none">• Stratejik iş geliştirilmesi• Tedarik zinciri analizi ve yönetimi• Ortak yenilik projelerinin geliştirilmesi

Kaynak: Melih BULU ve İ. Hakkı ERASLAN, 'Kümelenme Yaklaşımı', Çağdaş Yönetim Yaklaşımları İlkeler Kavramlar ve Yaklaşımlar, Edior: İsmail SAĞLAM, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., Mayıs 2004, İstanbul, s. 162.

Mikro düzeydeki kümelenmeler, farklı tedarikçilerin oluşturdukları ağlardır. Bir veya birkaç ana oyuncu çevresindeki tedarikçilerin oluşturdukları ağ ile oluşurlar. Bu seviyede tedarik zincirinin içindeki eksik oyuncular veya eksik bağlantılar analiz yapılarak bulunabilir. Mezo seviye birbiriyle girdi çıktı ilişkisi olan mikro kümelenmelerin bir araya gelmesinden meydana gelmektedir. Makro seviyede ise ulusal düzeyde birbirini destekleyen endüstriler makro kümelenmeler olarak tanımlanmaktadır.²⁰⁶

Michael J. Enright ise kümelenmeleri, gelişme aşamalarına göre şu şekilde sınıflandırmaktadır.²⁰⁷

- **İşleyen Kümeler:** Kritik kitleye ulaşmış sayıda işletmeler, yerel bilgi, uzmanlık, personel ve kaynakları kendi avantajlarına uygun kullanarak kümelenme dışındaki işletmelerle rekabet ederler.

²⁰⁶ BULU, M. ve İ. H. ERASLAN, a.g.e., s. 162.

²⁰⁷ ENRIGHT, M. J., "The Globalization of Competition and the Localization of Competitive Advantage: Policies toward Regional Clustering", Paper Presented at the Workshop on the Globalization of Multinational Enterprise Activity and Economic Development University of Strathclyde Glasgow, Scotland, May 15-16, 1998, s. 20-21.

- **Gizli Kümelenmeler:** İşletme sayısı kritik kitleye ulaşmıştır fakat işletmelerin arasında coğrafi yakınlıktan faydalanmayı sağlayan ilişki ağı ve bilgi akışı yoktur.
- **Potansiyel Kümeler:** Başarılı kümelenme oluşturmak için gereken niteliklerin bazılarını sahiptirler fakat yeterli değildir.
- **Zorlama kümelenmeler:** Bu kümelenmeler hükümetin desteğine sahiptir fakat organik gelişme için gerekli olan kritik kitle ve olumlu koşullara sahip değildir. Örneğin hükümet programlarında yazılı olan elektronik ve biyoteknoloji kümelerinin büyük kısmı bu tanıma girmektedir.

Bir diğer kümelenme sınıflandırmasına göre ise kümelenmeler; (i) Marshall Tipi Endüstri Bölgeleri, (ii) İtalyan Tipi Kümelenme, (iii) Göbek ve Ok Modeli Kümelenmeler, (iv) Uydu Sanayi Bölgeleri (Kümelenmeleri) ve (v) Devlet Ağırlıklı Kümelenme Tipi-Bölgeler olmak üzere beşe ayrılmaktadır. Bu küme tipleri ve temel özellikleri Çizelge 2.2’de yer almaktadır.

Çizelge 2.2 - Kümelenme Tipleri ve Özellikleri

Marshall Tipi Endüstri Bölgeleri
<ul style="list-style-type: none"> • Bu kümelenme bir çok küçük işletmeden oluşur. Kümelenmenin yapısında küçük ölçekli ve yerel firmalar hakimdir. • Dış bağlantılar minimum düzeydedir ve kümenin yönetim organı lider olarak tüm oyuncular arasında güçlü bir eşgüdüm sağlar. • Ölçek ekonomileri göreceli olarak düşüktür. • Alıcılar ve tedarikçiler arasında sağlam kümelenme içi ticaret vardır. • Anahtar yatırım kararları yerel olarak alınır. (Bu işletmeler yatırım ve üretim kararlarını kendi içlerinde alırlar). • Yerel alıcılar ve satıcılar(arz ediciler) arasında uzun dönemli kontrat ve anlaşmalar vardır. • Kümelenmenin dışındaki firmalarla düşük seviyede işbirliği ve bağlantı vardır. • Emek piyasası kümelenmenin içine yöneliktir ve yüksek derecede esneklik. • Çalışanlar firmaya değil kümelenmeye-bölgeye kendini adanmıştır. • Yüksek oranda emek iç-göçü vardır, dışarıya ise emek göçü oranı düşüktür. • Taklit edilemez yerel kültürel kimliğin ve bağın gelişimi mevcuttur. • Uzmanlaşmış finans kaynaklarına, teknik uzmanlığa, işletme hizmetlerine kümelenme içinde (bölge içinde) ulaşmak mümkündür. • Kümelenme içinde (bölge içinde) “hoşgörü sermayesi-patient capital” bulunması söz konusudur. • Kümelenmenin ekonomisinde çalkantı ve karışıklık olmasına rağmen büyüme ve istihdam için uzun-dönemli olumlu beklentiler hakimdir.
İtalyan Tipi Kümelenme (yukarıdaki maddelere ek olarak)
<ul style="list-style-type: none"> • Müşteriler ve tedarikçiler arasında yüksek oranda ve sıklıkta personel değişimi söz konusudur. • Rakip firmalar arasında piyasada riski paylaşmak, istikrarı sağlamak ve inovasyonu paylaşmak için yüksek derecede işbirliği vardır.

- Dizayn ve inovasyon alanında istihdam edilen çalışanların payları orantısızdır.
- Kümelenme içinde riski azaltmak için paylaşılan altyapıyı-örneğin yönetimi, eğitimi, pazarlamayı, teknik ve finansal yardımı- sağlayan güçlü ticaret birlikleri mevcuttur.

Göbek ve Ok Modeli Kümelenmeler (Bölgeler)

- Kümelenmede tedarikçiler tarafından çevrelenen ve dikey olarak bütünleşmiş bir veya birkaç büyük firma baskındır. Merkezde büyük firmalar yer alır. Merkezdeki firmanın veya firmaların çevresinde tedarikçiler ve benzeri kurumlar bulunur. Bu yapı şekil olarak tekerleğin göbeğine ve oklarına benzediği için bu isim verilmiştir.
- Çekirdek firmalar yerel olarak gömülü değildir. Bu firmaların bölgenin dışındaki tedarikçilerle ve rakiplerle de büyük ve önemli temel bağları vardır.
- Ölçek ekonomileri göreceli olarak yüksektir.
- Üçüncü kuşağı yaşayan firmalar dışında genelde firmaların düşük ciro oranları vardır.
- Baskın firmalar ve tedarikçiler arasında sağlam ve önemli kümelenme-içi ticaret vardır.
- Önemli yatırım kararları yerel olarak alınır fakat küresel olarak genişler, yayılır.
- Baskın firmalar ve tedarikçiler arasında uzun dönemli kontrat ve anlaşmalar vardır.
- Kümelenmenin dışındaki firmalarla hem yerel hem de dışsal olarak yüksek derecede işbirliği ve bağlantılar vardır.
- Müşteriler ve tedarikçiler arasında orta seviyede ve sıklıkta personel değişimi mevcuttur.
- Büyük rakip işletmeler arasında riski paylaşma, piyasada istikrarı sağlama, ve inovasyonu paylaşma konusunda düşük derecede işbirliği vardır.
- Emek piyasası kümelenmenin içine yöneliktir ve daha az esnektir.
- Mavi-yakalı işçilerin orantısız paylarda dağılımı söz konusudur.
- İşçiler ilk olarak büyük firmalara daha sonra kümelenmeye üçüncü olarak da küçük firmalara kendini adar.
- Kümelenme içinde yüksek oranda emek iç-göçü, düşük oranda emek dış-göçü vardır.
- Taklit edilemez yerel kültürel kimlik ve bağların gelişimi söz konusudur.
- Büyük firmaların hakim olduğu uzmanlaşmış finans kaynakları, teknik uzmanlık ve işletme hizmetleri vardır.
- Kümelenme içinde büyük firmalar haricinde az miktarda “hoşgörü sermayesi” vardır.
- Risk paylaşımı ve istikrarı sağlamaya yönelik paylaşılan altyapıyı-örneğin yönetim, eğitim, pazarlama, teknik ve finansal yardım gibi- sağlayan ticaret örgütlerinin eksikliği söz konusudur.
- Yereldeki çekirdek endüstrileri düzenlemede ve teşvik etmede yerel yönetimlerin güçlü rolleri bulunur.
- Altyapının sağlanmasında yüksek seviyede kamuya bağlılık söz konusudur.
- Endüstri ve baskın firmaların stratejileri üzerine şekillenen uzun dönemli büyüme beklentileri vardır.

Uydu Sanayi Bölgeleri (Kümelenmeleri)

- Merkezi başka yerde olan büyük işletmelerin şubelerinin kümelenme içinde baskınlığı söz konusudur. Bu kümelenme dinamiği dışarıdan kontrol edilir.
- Ölçek ekonomileri orta seviyeden yükseğe doğru değişir.
- Kümelenmedeki firmaların genelde düşük ve orta seviyede arasında değişen ciro oranları vardır.
- Önemli yatırım kararları dışsal olarak alınır.
- Yerel tedarikçilerle uzun dönemli anlaşma yapma eksikliği söz konusudur.
- Dışsal firmalarla özellikle de ana firmayla yüksek seviyede işbirliği ve bağlantılar vardır.
- Müşteriler ve tedarikçiler arasında yüksek oranda tekrar eden personel değişimi söz konusudur ve bu değişim dışsaldır yerel değildir.
- Rakip firmalar arasında riski paylaşma, piyasada istikrarı sağlama ve inovasyonu paylaşma konusunda düşük derecede işbirliği vardır.
- Emek piyasası kümelenme dışına yöneliktir, içte ise dikey olarak bütünleşmiş firmalara yöneliktir.
- İşçiler kümelenmeye değil firmaya kendini adamıştır.
- Hem içeriye hem de dışarıya yönetim, uzmanlık, teknik hizmetler seviyesinde yüksek oranda emek göçü vardır. Mavi yakalı işçilerde ise düşük iç ve dış göç vardır.
- Taklit edilemez yerel kültürel kimlik ve bağların gelişimi zayıftır.
- Temel finans kaynakları, teknik uzmanlık, işletme hizmetleri kaynakları dışsal olarak sağlanır. (dışarıdaki bir firmadan veya dışsal borçlanma ile sağlanır).

- Kümelenme içinde “hoşgörü sermayesi” yoktur.
- Risk paylaşımı ve piyasada istikrarı sağlamaya yönelik ticaret örgütleri yoktur.
- Yerel yönetimlerin genel işletme teşviklerini, altyapıyı, vergi kolaylıklarını sağlama konusunda güçlü rolleri vardır.
- Büyüme, benzer yapısal platformların başka bir yerde kurulması ile orta-dönemli teçhizatların ve aktivitelerin başka bir alana kayması tehlikesi altındadır.

Devlet Ağırlıklı Kümelenme Tipi-Bölgeler

- Kamu ve benzeri kar amacı gütmeyen kuruluşların etrafında yerleşmiş diğer işletmeler ve kurumlardan meydana gelir. Örneğin askeri üs ve üniversitelerin etrafında toplanan yerel ekonomik birimler gibi. Söz konusu kurumlar tedarikçiler ve müşteriler tarafından çevrelenmiştir.
- Ölçek ekonomileri kamu aktivitelerinin olduğu sektörlerde göreceli olarak yüksektir.
- Yerel işletmelerin düşük ciro oranları vardır.
- Baskın kurumlar-enstitüler ve tedarikçiler arasında önemli derecede ticaret vardır fakat diğerleri arasında yoktur.
- Önemli yatırım kararları yönetimin değişik seviyelerinde hem içsel hem de dışsal olarak alınır.
- Baskın kurumlar, tedarikçiler ve müşteriler arasında kısa dönemli kontrat ve anlaşmalar vardır.
- Dışarıdaki firmalarla yüksek derecede işbirliği ve bağlantı vardır. (özellikle dışarıdan yönetilen tedarikçi organizasyonlar ile).
- Müşteriler ve tedarikçiler arasında orta seviyede ve sıklıkta personel değişimi söz konusudur.
- Yerel özel sektör firmaları arasında riski paylaşma, piyasayı dengeleme ve inovasyonu paylaşma konusunda düşük seviyede işbirliği vardır.
- Emek piyasası içseldir.
- Profesyonel-uzman çalışanlar ve büro çalışanları arasında orantısız dağılım vardır.
- Çalışanlar büyük enstitüsel firmalara kendini adamıştır, çalışanlar için daha sonra kümelenme en sonda da küçük firmalar gelir.
- Yüksek oranda emek iç-göçü, düşük oranda emek dış-göçü vardır.(bu durum çalışanlar hükümet tarafından geri çekilmedikçe veya firma kapatılmadığı sürece böyledir).
- Taklit edilemez yerel kültürel kimlik ve bağların gelişimi söz konusudur.
- Finans, teknik uzmanlık ve işletme hizmetleri için uzmanlaşmış kaynakları yoktur.
- Kümelenme içinde “hoşgörü sermayesi” yoktur.
- Kamu-sektörünün müşterileri hakkında bilgi paylaşımı için ticaret kurumları zayıftır.
- Yerel yönetimin çekirdek aktiviteleri düzenlemede ve teşvik etmede düşük seviyede rolü vardır.
- Altyapıyı sağlamada yüksek seviyede kamu katılımı ve ilgisi mevcuttur.
- Uzun dönemli büyüme beklentileri merkezi hükümetin imkanlarına ve beklentilerine bağlı olarak şekillenir.

Kaynak: Ann Markusen., “Sticky Places in Slippery Space: A Typology of Industrial Districts”, Economic Geography, Temmuz 1996, Vol: 72, No:3, s. 298, 299.

2.4. Kümelenme Yaklaşımının Temelleri

Kümelenme yaklaşımı, küresel değer zincirinde yerel işletmelerin nasıl konumlandırılmaları gerektiğine, üniversiteler ve araştırma merkezleri gibi kurumların rekabet gücüne nasıl katkıda bulunacağına, hükümetin işletmelerin performansını nasıl artırabileceğine dair yeni bir analiz çerçevesi sunmaktadır. Bu bağlamda değer zinciri adı verilen süreçteki her oyuncunun (girdi sağlayıcılar, üretim, pazarlama, araştırma geliştirme, finansman, altyapı hizmetleri vb.) verimliliğinin ve üretkenliğinin en son ürünün rekabet gücünü doğrudan etkilediğini belirtmektedir. Kümelenme yaklaşımı, hem işletmeler arasındaki bağlantılara hem de

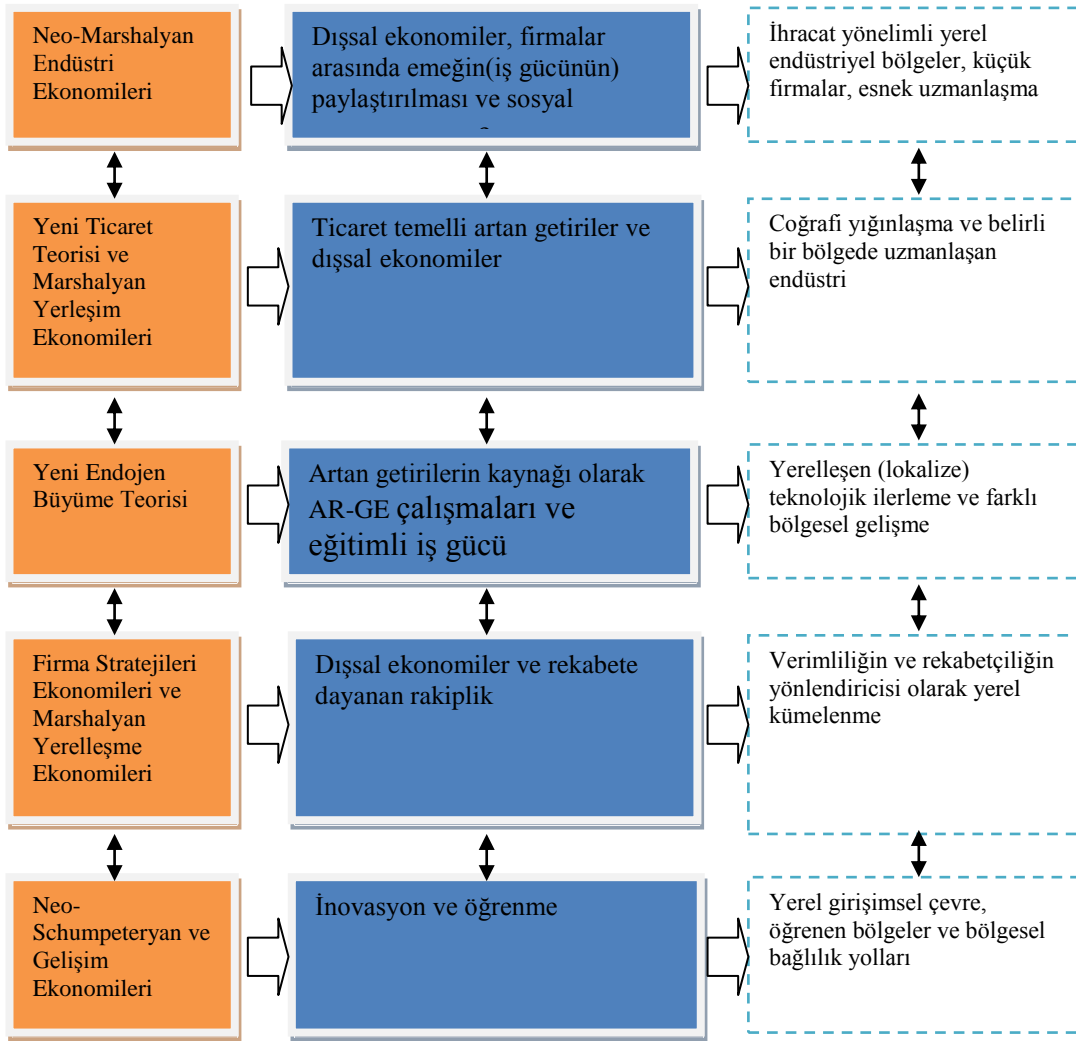
birden fazla yatay politika alanına odaklanmaktadır. Dolayısıyla son yıllarda birçok ülkede ulusal ve yerel kalkınma planları kümelenmeleri güçlendirmeye yönelik olarak tasarlanmaktadır.²⁰⁸

Özellikle son on yıldır ‘kümelenme modeli’ yaklaşımı yerel, bölgesel ve ulusal ölçekte büyüme, inovasyon ve rekabetçilik yaratmak için bir araç ve bir kalkınma modeli olarak görülmektedir.²⁰⁹

Sistemik olarak incelendiğinde iktisat teorisi bağlamında en az beş perspektifin kümelenme teorisini içerdiği fakat hepsinin farklı teorik temellere ve farklı terminolojilere sahip olduğu görülmektedir. Bu beş perspektifin odak noktası; firma dışsalılıklarını veya getirileri yükseltmenin bir kaynağı olarak yerelleşmenin rolüne önem vermeleridir. Aşağıda bu beş perspektif ve aralarındaki ilişkiler açıklanmaktadır:

²⁰⁸ ÇAĞLAR, E., a.g.e., s. 308.

²⁰⁹ ASHEIM, B., P. COOKE ve R. MARTIN, Clusters and Regional Development, Routledge Taylor&Francis Group, USA, 2006, s. Preface(önsöz) xvii.



Şekil 2.1 - Artan Getiriler ve Ekonomik Yerelleşme: Beş Teorik Perspektifin Karşılaştırılması

Kaynak: Bjorn ASHEIM, Philip COOKE ve Ron Martin, 'The Rise of the Cluster Concept in Regional Analysis and Policy: A Critical Assessment', Clusters and Regional Development, Edited by Bjorn ASHEIM, Philip COOKE ve Ron Martin, Routledge Taylor&Francis Group, USA, 2006, s. 5.

Kümelenme analizinin temel amacı incelenen kümelenmenin veya kümelenmelerin içinde bulunduğu durumu belirlemektir. Kümelenme analizleri kümelenmenin geliştirilmesi üzerine yapılacak çalışmalara ışık tutmayı amaçlamaktadır. Kümelenme analizlerinde en çok Girdi/Çıktı (Input/Output) analizi ve Örnek Olay analizi (Case Study) yöntemleri kullanılmaktadır.²¹⁰

²¹⁰ BULU, M. ve İ. H. ERASLAN, a.g.e., s. 164.

Çizelge 2.3 - Örnek Olay Analizi ve Girdi/Çıktı Analizi Yöntemlerinin Karşılaştırılması

Özellikler	Örnek Olay Analizi	Girdi/Çıktı Analizi
Ölçek	Mikro, Mezo, Makro	Mezo
Kümelenmenin Sınırının Belirlenmesi	Uzman görüşü	SITC kodlarına göre
Uygulama Seviyesi	Bölgesel ve yerel uygulama mümkün	Bölgesel ve yerel uygulama alanı mümkün değil
Bağların Tanımlanması	Uzman görüşü	Varsayılan katsayılar ile
Yeniden Üretilirlik	Hayır	Evet

Kaynak: Melih BULU ve İ. Hakkı ERASLAN, 'Kümelenme Yaklaşımı', Editor: İsmail BAKAN, Çağdaş Yönetim Yaklaşımları İlkeler, Kavramlar ve Yaklaşımlar, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1. Baskı, Mayıs 2004, İstanbul, s. 164.

2.5. Kümelenmenin Elemanları

Kümelenmeler, birbirlerine göre farklılık gösterebilmektedir. Ancak pek çok kümelenme, birtakım ortak elemanlara-unsurlara sahiptir.

2.5.1. Kümelenmeleri Oluşturan Aktörler

Kümelenmeleri çoğu, ürün ve hizmet üreticilerini, uzmanlaşmış girdi-parça-makine-sermaye sağlayıcılarını, finansman kuruluşlarını, müşterileri, yardımcı ürün üreticilerini, uzmanlaşmış altyapı sağlayıcılarını, eğitim-bilgi-araştırma ve teknik destek sağlayıcı kuruluşları ve standart koruyucu kurumları kapsamaktadır. Buna ilaveten, ticari veya sektörel birlikler de kümelenmelerin elemanları arasında yer almaktadır.²¹¹

Kümelenmeler, rekabet için önemli olan bir takım bağlantılı sanayileri ve bazı birimleri içermektedir. Örneğin; özel girdilerin tedarikçilerini (parça, makine ve hizmet gibi) ve özel altyapı hizmeti sunan firmaları kapsamaktadır. Kümelenmeler müşterilere ve tamamlayıcı ürün üretenlere ve ustalık, teknoloji veya genel girdiler ile ilgili sanayilere doğru yayılan geniş bir yelpaze oluşturmaktadır. Ayrıca bir çok kümelenmeye üniversiteler, beyin takımı, araştırma kurumları, standart koyucu

²¹¹ BULU, M., a.g.e., s. 10.

kurumlar, mesleki eğitim sunan kuruluşlar ve sendikalar, özel öğretim, eğitim, bilgi, araştırma ve teknik destek sağlayan kamu kurumları ve diğer kurumlar da dahildir. Bu tip kümelenmelerin en iyi örneklerden birisi California şarap kümelenmesidir. California'daki bu kümelenme, 680 ticari şaraphaneden ve binlerce bağımsız üzüm üreticisinden oluşmaktadır. Buna ek olarak hem şarap yapımını hem de üzüm yetiştiriciliğini destekleyen geniş çaplı tamamlayıcı sanayileri de içermektedir. Bu geniş çaplı tamamlayıcı sanayi; aşı, sulama ve hasat teçhizatı, fiçi ve etiketler, uzman halkla ilişkiler ve tanıtım şirketleri ve tüketici ile ticari kitleyi hedefleyen çok sayıda şarap reklamı yapan şirketten oluşmaktadır. Ayrıca Davis'teki California Üniversitesi, uluslararası üne sahip bağcılık ve şarapçılık programı eğitimi vermektedir. Şarap Enstitüsü ve California Senatosu'ndaki özel komiteler ve yerel kurumların her biri şarapla ilgili ev sahipliği yapmaktadır. Bu kümelenmenin ziraat, gıda ve restoran ve şarap turizmi ile bağlantılı diğer California kümelenmeleri ile bağlantıları ise zayıftır.²¹²

Bir diğer kümelenme örneği, ayakkabı parçaları, makine, kalıp, tasarım hizmetleri ve tabaklanmış derinin özel tedarikçileri olan Ferragamo ve Gucci gibi tanınmış ayakkabı firmalarını da kapsayan İtalyan deri modası kümelenmesidir. Farklı türdeki deri ürünleri birbiriyle bağlantılı birçok sanayiden oluşmaktadır. Söz konusu deri ürünler yaygın girdiler ve teknolojiler tarafından bağlantılıdır ve farklı türde deri ayakkabı üreten firmalar da birbirleri ile örtüşen kanal ve teknolojileri kullanmaktadır. Bu sanayiler, ortak pazarlama araçları kullanarak ve benzer imajlarla hemen hemen aynı müşteri kitlesini hedeflemektedir. İtalyan deri modası kümelenmesinin üstün rekabet gücü kısmen katılımcı İtalyan işletmelerinin kullandıkları çok sayıda bağlantılar ve sinerji sayesinde ortaya çıkmaktadır.²¹³

2.5.2. Kümelenmelerin Unsurları

Michael Porter 1990 yılında yayınlanan "Ulusların Rekabetçi Üstünlüğü(Competitive Advantage of Nations)" adlı kitabında kümelenme kavramını irdelemiş ve küme elemanlarını açıklayan "Ulusal Üstünlük Karosu" kavramını

²¹² PORTER, M. E., "Clusters and The New Economics of Competition", s.78,79.

²¹³ MERCAN, B., N. S. HALICI ve N. BALTACI, a.g.e., s. 169,170.

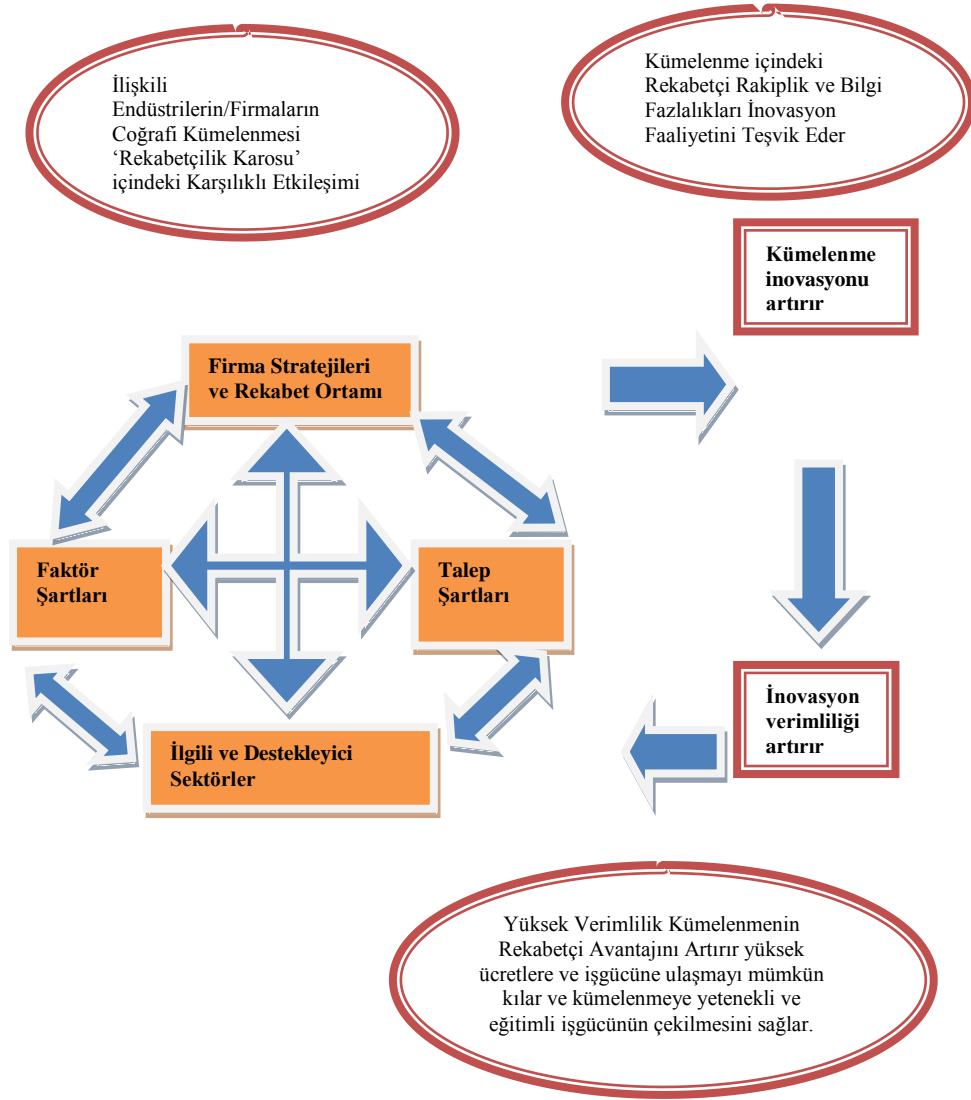
geliştirmiştir. Porter, işletmelerin rekabet gücü ve bunu yaratan faktörlerin analiz edilmesine odaklanmıştır. Porter'a göre bir ülkenin rekabet gücünün temelini dört ana özellik oluşturmaktadır. Bunlar; (i) Faktör şartları, (ii) Talep şartları, (iii) Firma stratejileri ve rekabet ortamı ve (iv) İlgili ve destekleyici sektörlerdir. Bu özellikler ayrı ayrı veya bir sistem olarak ulusal üstünlük karosunu, yani her ülkenin kendi sektörleri için kurduğu ve işlettiği oyun alanını oluşturmaktadır.²¹⁴ Yukarıda bahsedilen aktörlerin tümü, dar tanımlanmış bir sektörde birden fazla alanda faaliyet göstermekte ve kümelenmenin dört temel unsurunu oluşturmaktadır. Kümelenmenin başarılı bir şekilde işlemesi bu dört temel unsurun her birinin kendi içindeki ve birbirleri arasındaki bağlantılarla doğrudan ilgili olmaktadır.²¹⁵ Bu unsurlar daha ayrıntılı olarak açıklanacak olursa;

- **Faktör şartları:** Ülkenin vasıflı işçilik veya altyapı gibi, belirli bir sektörde rekabet edebilmesi için gereken üretim faktörlerinin durumudur. (Özelleşmiş girdiler, işgücünün niteliği, sermaye, fiziki altyapı, bilgi altyapısı, bilim-teknoloji altyapısı, tedarikçiler, ara mallar, hammaddeler v.s.). Ülkeler kendi girdileri olan kaynaklar ve teknolojileri kendileri yaratabilir. Çünkü bölgesel girdi dezavantajları işletmeleri yenilik yapmaya zorlar ve bu durum ulusal karşılaştırmalı üstünlük oluşturmalarını sağlar.
- **Talep şartları:** Sektörün ürettiği ürün veya hizmet için talep durumudur. Örneğin daha nitelikli ürünler ve çözümler talep eden müşteriler, tüketici haklarını koruyan düzenlemeler, başka yerlerdeki müşterilerin taleplerini önceden talep edebilen müşteri yapısı gibi. İç pazarın talebinin fazla olması rekabet avantajı meydana getirir. Değişimleri yakından takip eden pazar bölgesel işletmeleri küresel değişimleri izlemeye zorlar.
- **Firma stratejileri ve rekabet ortamı:** Firmaların nasıl yaratıldığını, örgütlendiğini ve yönetildiğini belirleyen koşullar ile yurt içi rekabetin yapısıdır. İlgili alanlarda yerel tedarikçilerin ve rakip şirketlerin etkin varlığı, birbirinden izole endüstriler yerine birbiri ile güçlü bağlantıları olan firmalar bunlara örnektir. Bölgesel şartlar işletmelerin stratejilerini etkiler ve belirler.

²¹⁴ WOODWARD, D., "Porter's Cluster Strategy Versus Industrial Targeting", Based a Presentation at the ICIT Workshop, Orlando, Florida December 3, 2004, s. 9.

²¹⁵ ÇAĞLAR, E., a.g.e., s. 308.

- **İlgili ve destekleyici sektörler:** Uluslar arası rekabet gücüne sahip yan sanayilerin ve ilgili sektörlerin varlığı veya yokluğu durumudur. Önemli ortak faaliyetleri, teknolojileri, dağıtım kanallarını, müşteri ilişkilerini kullanan endüstriler/sektörler olabilir.



Şekil 2.2 - Porter'ın Kümenleme Modeli

Kaynak: Bjorn ASHEIM, Philip COOKE ve Ron Martin, 'The Rise of the Cluster Concept in Regional Analysis and Policy: A Critical Assessment', Clusters and Regional Development, Edited by Bjorn ASHEIM, Philip COOKE ve Ron Martin, Routledge Taylor&Francis Group, USA, 2006, s. 10.

Bu karo modelinin her noktası ve bir sistem olarak tamamı uluslararası rekabet başarısını yakalamak için gerekli olan unsurları etkilemektedir. Bu unsurlar;

kaynaklar ve beceriler, işletmelerin fırsatları görmesini ve keşfetmesini sağlayan bilgi, firmaların kaynaklarını ve becerilerini/yeteneklerini konuşturduğu yön, işletme sahiplerinin, çalışanlarının ve yöneticilerinin hedefleri ve işletmelerin üzerindeki yenilik(inovasyon) ve yatırım yapma baskısıdır.

Uluslararası başarılı endüstrilerdeki firmaların coğrafi yoğunlaşmaları genelde “karo” modelindeki bireysel faktörlerin özelliklerinin etkisi ile ortaya çıkmakta ve bu endüstrilerin bir ulus içinde karşılıklı güçlendirilmeleri coğrafi yakınlık ile sağlanmaktadır. Dolayısıyla Porter’a göre kümelenmeler; fonksiyonel olarak ilişkili endüstrilerdir. Porter, coğrafi yoğunlaşmanın kümelenmenin tanımının bir kısmını oluşturduğunu vurgulamaktadır.²¹⁶ Porter, kümelenmeleri; coğrafi açıdan birbirine yakın, birbiriyle ilişkili firmaların, yan sanayi ve hizmet tedarikçilerinin, komşu sektörlerin ve kurumların (üniversiteler, kalkınma ajansları, odalar, sektör dernekleri gibi) rekabet içinde işbirliği yapması olarak nitelendirmiştir. Daha önce de vurgulandığı gibi kümelenmelerde hem yatay hem de dikey ilişkiler bir arada bulunmaktadır. Ürünleri, teknolojileri veya girdileri nedeniyle benzerlik taşıyan sektörlerdeki imalatçıların yanında üretim şirketleri, araştırma ve eğitim kurumları, devlet organları ve diğer kuruluşları da içinde barındırmaktadır.²¹⁷

Bu modelde kamunun üzerine düşen görevler şunlardır:²¹⁸

- İşletmeleri, performanslarını yükseltmek için desteklemek, teşvik etmek ve cesaretlendirmek. Bu amaca yönelik olarak gelişmiş standartlar belirlemek
- Talep edilecek ürün ve hizmetleri önceden belirleyip modellemek
- Özelleştirilmiş girdi üretimi üzerine yoğunlaşmak
- Bölgesel rekabeti engelleyecek tekelleşmeleri engellemek.

Son on yıldan bu yana Michael Porter’ın geliştirdiği bu model; girişim, innovasyon ve endüstriyel uzmanlaşmanın bölgesel ve yerel yığılması alanında yapılan birçok çalışma üzerinde önemli derecede etkili olmuş ve kullanılmıştır. Porter’ın çalışmaları, pek çok ülkedeki kümelenmeyi kapsamış ve bu çalışma

²¹⁶ MALMBERG, A. ve D. POWER, a.g.e., s. 54.

²¹⁷ PORTER, M. E., The Economic Performance of Regions, Regional Studies, Vol. 37, Issue 6&7, pp. 549-578, August/October 2003, s. 562.

²¹⁸ BULU, M., İ. H. ERASLAN ve Ö. ŞAHİN, a.g.e., s. 147.

coğrafyacılar, bölgesel iktisatçılar, bölgesel uzmanlar ve planlayıcılar tarafından büyük bir gel-git dalgası yaratarak takip edilmiştir.²¹⁹

Porter kendi kümelenme kavramını “rekabetçilik” bileşenleri üzerine bir kemer oluşturacak şekilde odaklamış ve geliştirmiştir. Porter’ın temel amacını firmalara, şehirlere, bölgelere ve uluslara dünya üzerinde nasıl hareket edeceklerine yönelik bilgi vermek oluşturmaktadır. Bu bağlamda inovasyonu arttırıcı politik koşullar için bir önkoşul oluşturmuştur. Porter, endüstriyel kümelenmelerin motivasyon, informal öğrenme ve örtük bilgi gibi yerel nitelikte küçük ve sürekli yeniliklerin kaynağı olan, daha sonra da birikimsel etkileri nedeniyle içsel teknolojik gelişmeleri yaratan unsurları da beraberinde getireceğini özellikle vurgulamıştır.²²⁰

2.6. Kümelenmenin Temel Avantajları

Kümelenmelerin, kümelenme üyelerine sağladığı bir takım avantajlar bulunmaktadır. Bu avantajlar arasında en önemlileri olarak inovasyon ve rekabet gücü avantajları sayılmaktadır.

2.6.1. Kümelenme ve İnovasyon İlişkisi

Kümelenmeler, kümelenmeye dahil olan firmalara pek çok avantaj sağlamaktadır. Herhangi bir kümelenmeye dahil olan firmaların, kümelenmeye dahil olmayan firmalara kıyasla daha rekabetçi, yenilikçi ve daha başarılı oldukları görülmektedir. Kümelenmelerin yarattığı avantajlar şu şekilde sıralanabilir:²²¹

- Kümelenmeler, firmaların pazar alanından daha büyük oranda pay almasını sağlar.
- Kümelenmeler, kaynakları birleştirerek ve paylaşarak maliyet-etkinliği oluşturur.

²¹⁹ ASHEIM, B., P. COOKE ve R. MARTIN, Clusters and Regional Development, Routledge Taylor&Francis Group, USA, 2006, s. Preface(önsöz) xvii.

²²⁰ KARATAŞ, N., Firma Kümeleşme Eğilimleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma:İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi Örneği, PLANLAMA 2006/3, ss. 47-57, s. 49.

²²¹ KARATAŞ, N., a.g.e., s. 49.

- Kümelenmeler, uygun iş (ticari) kalkınma stratejilerinin paylaşımını yaratır.
- Kümelenmeler, pazar bilgisinin ve fikirlerinin paylaşılması ortamını yaratır ve ortak öğrenme için uygun çevreyi sağlar.
- Kümelenmeler ve kümelenmedeki firmalar, pazar güçlüğü koşullarına daha düşük oranda maruz kalır.
- Kümelenmeler, diğer firmaların uzmanlıklarından yararlanma yeteneği kazandırır.
- Kümelenmeler, inovasyon oranlarında artış yaratır.
- Kümelenmeler, ortak problemlere ortak çözümler getirmeyi sağlar.
- Kümelenmeler, rekabetçilik için engelleri kaldırmada rol oynar.

Ayrıca kümelenmeler, ekonomik aktivitelere odaklanma konusunda ve gelişim için hazırlanmış giriş sanayilerine fayda sağlamada yardımcı olur. Kümelenmeler, deneyimlerin paylaşılmasına ve daha deneyimli firmaların deneyimlerinden yararlanılmasına yardımcı olur. Kümelenme sayesinde firmalar üretkenliğini arttırarak, verimliliğini yükselterek ve yeni ürünlerin oluşturulmasını sağlayarak yenilikçi faaliyetlerinin oranını yükseltirler. Bu sayede de firmalar rekabetçi üstünlük kazanırlar. Kümelenmeler, girdilere sahip olma, bilgi ve teknolojiye ulaşmada firmalara avantaj yaratır. Kümelenmeler, deneyimli/uzmanlaşmış işgücü havuzu oluşmasını sağlayarak, firmaların deneyimli personel ihtiyacını daha kısa sürede karşılamalarını mümkün hale getirir. Böylece, firmaların personel alımında işlem maliyetleri de düşmüş olur. Kümelenme sayesinde firmalar, uzak mesafeden kaynak sağlamak yerine, kümelenme içerisindeki yerel tedarikçilerle işbirliği yapmak suretiyle işlem maliyetlerini de düşürme olanağına kavuşurlar. Tedarikçilerle işbirliğinin yanı sıra kümelenmeler; firmalar, eğitim-bilim kurumları, sivil toplum kuruluşları arasında da işbirliğinin ortaya çıkmasını kolaylaştırır.²²²

Verimlilik ve yenilikçilik rekabet gücünün temel unsurlarını oluşturmaktadır ve bu iki unsuru etkileyecek yeni politika araçları olarak da kümelenme ve değer

²²² BULU, M., a.g.e., s. 10.

zinciri yaklaşımları ön plana çıkmaktadır. İşletmelerin rekabet gücü hem makroekonomik politikalara (kur, faiz vb.) hem de mikro ekonomik önlemlere (maliyetlerin düşürülmesi, yatırım ortamının iyileştirilmesi vb.) bağlı olmaktadır. Dolayısıyla kümelenme yaklaşımı mikro seviyede olduğu için rekabet gücü açısından büyük öneme sahiptir.²²³

Bir kümelenmenin üyesi olmanın işletmelere sağladığı sayısız avantajlar bulunmaktadır. İşletmeler kümelenmelere üye olarak girdilere sahip olmada, bilgiye, teknolojiye ve gerekli kurumlara ulaşmada, ilgili firmaları koordine etmede ve gelişimi ölçmede ve teşvik etmede daha verimli çalışırlar. Gelişmiş kümelenmeler içindeki firmalar uzmanlaşmış ve deneyimli bir çalışan havuzu içinde bulunurlar. Bu firmaların çalışan işe almadaki arama ve işlem maliyetleri azalır ve aynı zamanda süre kısalmır.²²⁴ Kümelenmeler geliştirmek kümelenmeyi daha ileriye götürecek insanları ve fikirleri çeker. Büyüyen kümelenmeler eğitilmiş insanları, nitelikli işgücünü daha büyük fırsatlar sunarak kendine çeker.²²⁵

İyi işleyen ve gelişmiş bir kümelenme diğer önemli girdilerin sağlanmasında da kolaylıklar yaratır. Bu tarz bir kümelenme derin ve özelleşmiş bir tedarikçi tabanına sahip olur ve firmalar açısından yerel tedarikçileri kullanmak işlem maliyetlerini azaltır. Dolayısıyla stok ihtiyacı minimum olacak, ithalat ve gecikme maliyetleri ortadan kalkacaktır. Aynı zamanda yakınlık iletişimi geliştirecektir. İletişim geliştikçe tedarikçiler için satış sonrası hizmetleri sağlamak kolaylaşacaktır. Ayrıca kümelenme içinde pazar, teknik ve rekabet bilgilerinin tamamı birikir ve üyeler bu bilgileri kullanmak istediklerinde rahatça bilgilere ulaşır ve kullanabilir. Bunlara ek olarak kişisel ilişkiler ve topluluk bağları karşılıklı güven oluşturur ve bu durum bilgi akışını hızlandırır. Bilgi daha akışkan hale gelir. Kısacası kümelenme üyeleri arasındaki bağlar, parçaların toplamından daha fazladır ve kümelenmeler sinerji yaratırlar. Kümelenmenin bir diğer özelliği olan kümelenme üyelerinin karşılıklı bağımlı olmaları, birinin göstereceği başarılı performansın diğerlerini de iyi yönde etkilemesi sonucunu doğurur.

²²³ TEPAV, a.g.e., s.81.

²²⁴ BULU, M., İ. H. ERASLAN ve Ö. ŞAHİN, a.g.e., s. 146,147.

²²⁵ MASKELL P. ve L. KEBİR, a.g.e., s. 36.

Hükümet veya diğer kamu kuruluşları tarafından gerçekleştirilen eğitim programları veya altyapı yatırımları, firmaların performanslarını artıracaktır. İşe alınan çalışanların yerel programlarda eğitilmeleri eğitim maliyetlerini düşürür. Özel sektördeki firmaların eğitim programları, altyapı, kalite merkezleri, test laboratuvarları gibi yapmış oldukları yatırımlar kümelenme içindeki diğer firmaların performansını artıracaktır.

Bir diğer avantaj da yerel rekabetin kümelenme üyelerini motive etmesidir. Benzer firmalara yakın olmak firmalar üzerinde bir baskı oluşturacaktır. Bu baskı rekabetçi olmayan veya doğrudan rekabet etmeyen firmalar arasında olmayan rekabetçi bir baskı meydana getirecektir.

Kümelenme içindeki firmalar toplum içinde iyi gözle bakılmak arzusu ve gurur duymak isteği yaşarlar. Dolayısıyla firmalarda, diğer firmaları yarışta geride bırakmak isteği oluşur. Ayrıca kümelenmeler firma performansının değerlendirilmesini kolaylaştırır ve firmalar kendi tedarikçilerinin maliyetleri konusunda ayrıntılı bilgiye sahip olurlar. Kümelenme içindeki firmalar diğer yerel firmalarla maliyetlerini ve çalışanlarının performansını karşılaştırabilir. Kümelenmeler sadece üretkenliği geliştirmekle kalmaz aynı zamanda firmaların inovasyon yeteneklerinin gelişmesine de yardımcı olur.

Kümelenme içindeki diğer firmalarla ve kurumlarla olan ilişkiler teknolojik gelişmeyi, parça ve makinelere ulaşmayı, hizmet ve pazar gibi konuları firmaların erken öğrenmelerine yardım eder. Bu öğrenme genelde yüz yüze temas ve ziyaretler aracılığı ile oluşur. Ayrıca kümelenmeler firmalara hızlı hareket etmeye yarayan esneklik yeteneğini ve kapasiteyi sağlarlar. Kümelenme içindeki firmalar inovatif faaliyetlerinde kullanacağı kaynaklara hızlı bir biçimde ulaşabilirler. Bunun yanında yerel tedarikçiler ve ortaklar yenilik sürecine dahil olabilirler. Bu durum müşterilerin gereksinimlerinin daha iyi karşılanmasına neden olur. Kümelenmeye dahil olmayan bir firma ise uzaktaki tedarikçiler ve organizasyonlarla ile koordine edeceği faaliyetlerde önemli zorluklar ile yüz yüze gelecektir.

Kısacası yeni işletmelerin birbirlerinden uzak ve yeni yerleşim yerleri yerine mevcut kümelenmeler içinde kurulmaları daha rasyonel bir karardır. Kümelenmeler içinde yeni ve özelleşmiş tedarikçilerin sayısı hızlı bir biçimde yükselir. Müşteri

tabanının yoğunlaşması firmalar açısından riskleri minimuma indirir ve firmalar pazar fırsatlarını daha rahat ve hızlı görebileceklerdir. Kümelenmelerin ilgili endüstrileri de kapsamaması durumunda, tedarikçilere de büyüyen fırsatlar sunulur. Buna ek olarak kümelenmeler yeni iş biçimlerine kaynaklık eder. Bunun temel nedeni kümelenmenin içindeki girişimcilerin ürün ve hizmetlerde ortaya çıkan boşlukları daha hızlı ve daha kolay belirleyebilmesidir. Kümelenmeler içinde sektöre giriş problemleri diğer yerlere göre daha azdır. Kümelenme yerleşiminde yeni firmalar için gerekli olan varlıklar, beceriler, girdiler, personel hazır halde bulunur. Dahası kümelenmeye alışkın olan finansal kurumlar ve yatırımcılar daha az risk alırlar ve kümelenmenin kendisi önemli bir iç pazar meydana getirir. Dolayısıyla girişimciler zaten kurulu halde bulunan ilişkilerden kolayca faydalanabilirler. Bu faktörlerin tümü kümelenme içinde bir araya gelerek firmaların başarısız olmasına yol açan riskleri azaltır. Kümelenme içinde pozitif bir geri besleme döngüsü de bulunur. Sonuç olarak kümelenmeler, üyelerinin hepsine fayda sağlayan kaynak havuzlarının gelişmesini sağlar.²²⁶

2.6.2. Kümelenme ve Rekabet Gücü İlişkisi

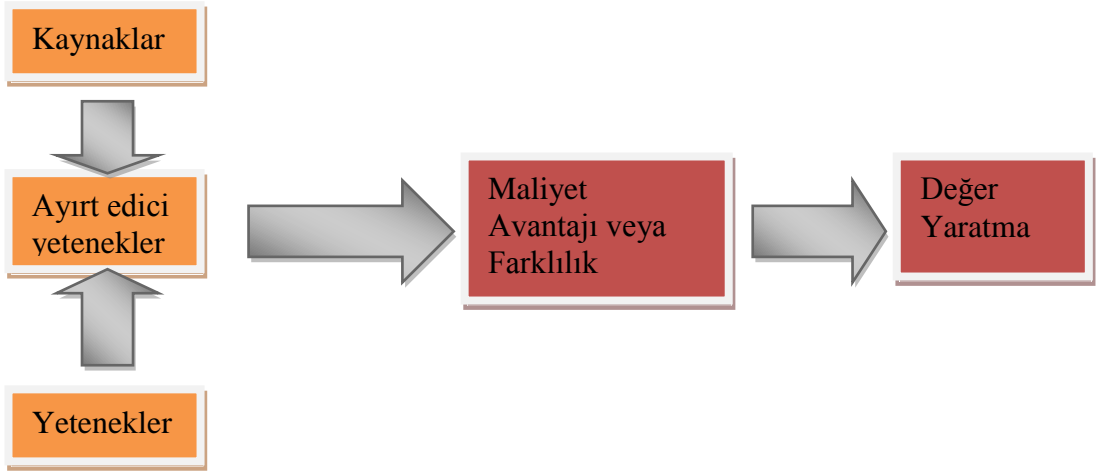
Birçok iş geliştirme stratejisinin amacı sürdürülebilir rekabetçi avantajı sağlamaktır. Bir işletme faaliyet gösterdiği sektörün ortalamasından daha fazla kar elde etmeyi sürdürürse, o işletme rakiplerine karşı rekabet avantajına sahip olmaktadır. Rekabet avantajı, bir işletmenin müşterileri için üstün değerler ve kendisi için üstün kar yaratmasını sağlayan faktördür. Rekabetçi avantaj, maliyet avantajı ve farklılık avantajı olarak iki şekilde gerçekleşebilir:

- **Maliyet Avantajı:** Bir işletme, rakiplerinin sahip olduğu faydaları daha düşük maliyetle sunabildiğinde maliyet avantajı ortaya çıkar.
- **Farklılık Avantajı:** Bir işletme, rekabet ettiği ürünlerin sahip olmadığı faydalar sunabildiğinde ise farklılık avantajını elde etmiş olur.

Maliyet ve farklılık avantajları, aynı zamanda pozisyon avantajları olarak da nitelendirilmektedir ve işletmelerin maliyet veya farklılık açısından bir lider olarak

²²⁶ BULU, M., İ. H. ERASLAN ve Ö. ŞAHİN, a.g.e., s. 146,147.

sektördeki yerini tanımlamaktadır. Rekabet avantajı yaklaşımında başka bir boyut ise kaynak temelli yaklaşımdır. Kaynak temelli yaklaşıma göre; bir işletme rekabet avantajı yaratmak için kaynaklarından ve yeteneklerinden faydalanmaktadır. Aşağıdaki model, Porter tarafından kaynak temelli ve pozisyon temelli yaklaşımları birleştirerek rekabet avantajı kavramını modellemektedir.²²⁷



Şekil 2.3 - Rekabet Avantajı Modeli

Kaynak: Melih BULU, İ. Hakkı ERASLAN ve Özlem ŞAHİN, Elmas(Diamond) Modeli İle Ankara Bilişim Kümelenmesi Rekabet Analizi, 3. Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Osman Gazi Üniversitesi, 25-26 Kasım 2004, Eskişehir, ss.143-153, s. 145.

Kaynak temelli yaklaşıma göre, rekabet avantajı geliştirmek için rakiplerden daha üstün kaynaklara ve yeteneklere sahip olmak gerekmektedir. Bu üstünlük olmazsa işletmelerin yaptıkları, kolaylıkla rakipleri tarafından taklit edilebilir ve elde edilen rekabet avantajı ortadan kalkar.

Kaynaklar; maliyet ve farklılık avantajı sağlamaya uygun ve çok az rakibin ulaşabileceği işletmenin kendine has özellikleridir. (Örneğin, patent, marka, bilgi birikimi, düzenlenmiş müşteri ilişkisi, işletmenin tanınmışlığı, marka değeri vb.)

Yetenekler; işletmenin kaynaklarından verimli biçimde faydalanmaktır. Yeteneklere örnek olarak bir ürünü rakiplerinden önce pazara getirebilmek verilebilir. Bu yetenekler örtük bilgidir. Başka bir deyişle işletmenin rutinlerinin

²²⁷ BULU, M., İ. H. ERASLAN ve Ö. ŞAHİN, a.g.e., s. 145.

içinde gizli olan ve üretim prosedürleri kadar kolayca yazıya dökülemeyen bilgidir. Dolayısıyla rakipler tarafından elde edilmesi ve taklit edilmesi zordur.²²⁸ Örtük bilgi ve bilgi transferi, endüstri kümelenmelerinin küresel rekabetçiliğine öncüllük eden anahtar belirleyici faktörlerdir.²²⁹

İşletmenin ayırt edici yeterliliklerini kaynakları ve yetenekleri birlikte oluşturmaktadır. Bu özellikler maliyet veya farklılık avantajı yaratabilmek için inovasyonun, verimliliğinin, kalite ve müşteri sorumluluğunun oluşmasını mümkün hale getirirler.²³⁰

Bu aşamada kümelenmeler rekabet bağlamında neden önemlidir sorusu akla gelmektedir. Porter bu soruyu şu şekilde cevaplamaktadır:²³¹

Modern rekabet, girdilere erişilmeye veya bireysel girişimlerin ölçeğine değil, üretkenliğe bağlıdır. Üretkenlik firmaların *nasıl* rekabet ettiklerine bağlıdır, rekabet ettikleri belirli alanlara değil. Firmalar karmaşık metotlar, ileri teknolojiler kullanır ve benzeri olmayan ürünler ve hizmetler sunarlarsa herhangi bir sektörde – ayakkabı, tarım veya yarı-iletkenler – oldukça üretken olabilirler. Tüm sektörler ileri teknoloji kullanabilir; tüm sektörler bilgi yoğun olabilir.

Öte yandan, firmaların belirli bir mekanda rekabet etmek için kullandıkları karmaşıklık derecesi, yerel iş çevresinin kalitesinden güçlü derecede etkilenir.²³² Firmalar, örneğin yüksek kalitede ulaştırma altyapısı olmadan ileri lojistik teknikleri uygulayamazlar. Yine, iyi eğitilmiş çalışanlar olmadan da karmaşık hizmetler sektöründe etkin olarak rekabet edemezler. İşletmeler, ağır bürokratik yapı veya uyuşmazlıkları hızlı ve adil biçimde çözmekte başarılı olamayan bir adalet sistemi altında etkin olarak işleyemezler. İş çevresinin örneğin yasal sistem veya kurumlar vergisi sistemi gibi bazı yönleri tüm sektörleri etkiler. Fakat gelişmiş ekonomilerde iş

²²⁸ BULU, M., İ. H. ERASLAN ve Ö. ŞAHİN, a.g.e., s.145.

²²⁹ DAYASINDHU, N., “Embeddedness, Knowledge Transfer, Industry Clusters and Global Competitiveness: A Case Study of The Indian Software Industry”, *Technovation* 22, 2002, ss. 551-560, s.551.

²³⁰ BULU, M., İ. H. ERASLAN ve Ö. ŞAHİN, a.g.e., s. 145.

²³¹ PORTER, M. E., “Clusters and The New Economics of Competition”, s.80.

²³² Kümelenme, karonun modelinin işteki dışavurumudur. Yakınlık – firmaların, müşterilerin ve tedarikçilerin yardımcı olacak şekilde yerleşmesi (co-location) – inovasyon yapmak ve geliştirmek için olan tüm baskıları artırır. Karo modeli bu unsurların dinamik, teşvik edici ve yoğun bir rekabetçi iş çevresi üretmek için nasıl bir araya geldiklerini açıklamaktadır. (Bknz: Michael E. PORTER, “Clusters and The New Economics of Competition”, s.90).

çevresinin daha belirleyici yönleri sıklıkla kümelenmeye özel olanlardır; bunlar rekabet için bazı en önemli mikro-ekonomik temelleri oluşturmaktadır.

Kümelenmeler rekabeti üç ana yol aracılığı ile etkiler: ilki, bölgede kurulmuş firmaların üretkenliğini artırarak; ikincisi, gelecek üretkenlik artışını güçlendirecek olan inovasyonun yönünü ve hızını saptayarak; üçüncüsü, kümelenmeyi genişletecek ve güçlendirecek olan yeni işlerin açılmasını sağlayarak. Bir kümelenme her bir üyesinin *sanki* daha geniş bir ölçüğe sahipmiş gibi veya *sanki* resmi olarak diğerleri ile birleşmiş gibi – esnekliğini feda etme durumunda bırakmayarak – fayda elde etmelerini sağlar.²³³

Teorik ve ampirik kanıtlar yakın çevrede(mesafede) çalışmanın rekabetçiliği beslediğini ileri sürmektedir. Kümelenmeler ve networkler firmaların sistemleştirilemeyen bilgiyi birbirleri arasında değiştirmesine olanak sağlar. Bilginin bu tür taktikleri ve biçimleri hızla değişen küresel ve ekonomik çevrede gittikçe daha fazla öneme sahip olmaktadır. Rekabetçi avantajın bir diğer kaynağı da güvene dayalı işbirliği, ailesel bağlar ve gelenekler biçimde örneğin Üçüncü İtalya'daki endüstriyel bölgeler olarak tanımlanan biçimdir. Rekabetçi avantajın temel kaynaklarından birisi, ilişkili ve destekleyici endüstrilerin ekonominin rekabetçi avantajını yükseltme yeteneğini sağlayacak şekilde var olmasıdır. Kümelenmeler içinde, “bütün parçaların toplamından fazladır” ve “sosyal sermaye” kümelenmeyi birbirine bağlayan önemli bir yapıştırıcıdır. Kümelenmeler verimliliği, inovasyonu ve rekabeti çeşitli yollarla artırır. Örneğin paylaşılan kaynakların maliyeti düşer, uzmanlaşmış yeteneklere, deneyime ve katma değerli ürünlere sahip olmak kritik kütleyi yaratır. Kümelenmeler, rekabetçilik için gerekli olan eğitilmiş işgücü, AR-GE kapasitesi, altyapı ve yaratılan varlıklar(create assets) (örneğin güven, işbirliği, koordinasyon ve sinerji) gibi ekonomik temelleri geliştirir. Kümelenme yaklaşımı kullanarak sektörlerin gelişimi sürdürülebilir rekabetçi avantaj yaratan bir karşılaştırmalı avantaj sağlar.²³⁴ Porter, hükümetlerin rekabetçi endüstriyel

²³³ PORTER, M. E., “Clusters and The New Economics of Competition”, s.80.

²³⁴ SINGH, I., a.g.e., s. 7,8.

kümelenmelerin gelişimini destekleme ve kolaylaştırma konusunda rol oynayabileceklerini belirtmiştir.²³⁵

Kümelenme yaklaşımı, işletmelerin rekabet gücünü birbirinden ayrı izole oyuncular olarak değil, birbirleriyle bağlantılı olan aktörler yaratarak güçlendirmektedir. Bu yaklaşım değer zinciri analizleri ile desteklenerek kümelenmedeki maliyet yüksekliğinin hangi aşamalardan, hangi aktörlerin (oyuncuların) verimsizliğinden ve hangi yanlış politikalardan kaynaklandığı gibi soruları cevaplayıp, kümelenmedeki aktörlerin kapasitelerini ve performanslarını yükseltecek tedbirler alabilmekte, politikalar uygulayabilmektedir.²³⁶

Kümelenmeler rekabeti genel olarak dört şekilde etkilemektedir.²³⁷

- Kümelenmeler, kümelenme içindeki firmaların üretkenliğini artırır.
- Kümelenmeler, firmaların verimliliklerini yükseltir ve yeni ürünlerin oluşmasını sağlayan inovasyonu yönlendirir.
- Kümelenme kendisini genişleten ve güçlendiren yeni iş alanlarının ortaya çıkmasını destekler.
- Kümelenmeler, o kümelenmenin üyesi olan firmalara kendi esnekliklerini kaybetmeden büyük ölçekli veya diğer firmalarla resmi bağlantılara sahip firmalarmış gibi davranmalarına olanak tanıyarak fayda elde etmelerini sağlarlar.

2.7. Kümelenmenin Başarı Faktörleri ve Olası Problemler

Kümelenmeler bazen kendiliğinden ortaya çıkabilmekte, bazen de bir politika aracı olarak bilinçli bir şekilde kümelenme oluşumları desteklenmektedir. Gerek kendiliğinden gelişen kümelenmeler, gerekse politika aracı olarak geliştirilen kümelenmeler olsun, herhangi bir kümelenmenin ayakta kalabilmesi, birtakım başarı faktörlerine bağlı olmaktadır. Kümelenmelerden beklenen faydaların elde

²³⁵ KAYA, A., Regional Specialization and Location of Industrial Activity In Turkey, Ege University Working Papers in Economics 2006, Working Paper No.06/06, Paper Prepared for Regional Studies Association International Conference, 8-9 June 2006, Leuven, Belgium, s.3.

²³⁶ ÇAĞLAR, E., a.g.e., s. 308.

²³⁷ BULU, M., İ. H. ERASLAN ve Ö. ŞAHİN, a.g.e., s. 145,146.

edilebilmesi için bu başarı faktörlerinin bilinmesi ve buna ilaveten, ortaya çıkabilecek olası problemlerin de ortaya koyularak yönetilmesi önem arz etmektedir.

2.7.1. Kümelenmenin Başarı Unsurları

Bölgesel bir ekonomide bir kümelenmenin başarılı olup olmayacağıının ölçütleri şunlardır.²³⁸

- **Coğrafi Kapsam:** Kümelenmeyi oluşturan işletmelerin, müşterilerin, tedarikçilerin, destek hizmetlerinin ve kurumların yayılma alanını ifade etmektedir.
- **Yoğunluk:** Küme içindeki işletmelerin sayısı ve ekonomik ağırlığı
- **Genişlik:** Yatay ilişkili (ortak bir teknolojiyi paylaşan/kullanan), müşteri yapısı benzer olan veya dağıtım kanalları ortak işletmelerin çeşitlilik derecesini ifade etmektedir. Bu ilişki dar (sadece birkaç sektör ve tedarikçiden oluşan) veya geniş (çok çeşitli aktörler arasında) olabilir.
- **Derinlik:** Dikey ilişkili işletmelerin çeşitlilik derecesidir. Komple tedarik zincirinden oluşan kümelenmeler “derin” kümelenmeler olarak nitelendirilirken, girdilerin, malzemelerin, donanımların ve teknolojinin küme dışından tedarik edilmesi durumunda ise “sığ” kümelenmelerden söz edilmektedir.
- **Faaliyetlerin Boyutu:** Katma değer zincirindeki faaliyetlerin sayısı ve yapısıdır. Strateji belirleme, ürün ve hizmet geliştirme, pazarlama gibi önemli etkinlikler kümelenme içinde yürütülüyorsa o kümelenme faaliyet zengini olarak nitelendirilir.
- **Büyüme Potansiyeli:** Kümelenmenin ürettiği ürüne veya hizmete olan taleptir. Burada sözü edilen ürün yeni olabileceği gibi olgun veya modası geçmiş de olabilir.

²³⁸ENRIGHT, M. J., a.g.e., s. 17,18.

- **İnovasyon Kapasitesi:** İnovasyon ileri veya geri teknolojiden farklı bir kavramdır ve burada yüksek inovatif veya düşük inovatif faaliyetler nitelendirilir.
- **Örgütlenme:** Kümelenme içindeki ilişkilerin yapısı ve iktidarın (gücün) dağılımıdır.
- **Koordinasyon:** İşletmeler arasındaki ilişkilerin hiyerarşik yapısıdır.

Başarılı bir kümelenmede benzer ve ilişkili ekonomik aktivitenin mekansal bir yoğunlaşması olmalı, bu aktiviteler yerel işbirliği ve rekabetle oluşan ilişkilerle birbirine bağlanmış olmalı, kümelenme üyeleri arasında kendinin farkında olma olgusu olmalı ve bu üyeler bazı politika faaliyetlerine katılmalıdır. Başarılı bir kümelenme organizasyonu için yapılması gerekenler; güçlü endüstri liderliğini desteklemek, yönetim ve organize etme aktivitelerini desteklemek, ihtiyaç duyulan hizmetleri sağlamak, ortaklaşa projeleri desteklemek ve network kurmayı kolaylaştırmaktır. Başarılı bir kümelenme organizasyonu için yapılmaması gerekenler ise şu şekilde sıralanabilir: kümelenme üyelerine klüp benzeri ayrıcalık sağlamak, var olan endüstri birlikleri ile yarışmak, başarıyı finansman (fon bulma) açısından ölçmek, kamu sektörünün baskın olması ve bir endüstri kümesinin çok geniş olmasıdır.²³⁹

2.7.2. Kümelenmelerde Ortaya Çıkabilecek Olası Problemler

Kümelenmelerde bazı problemlerin ortaya çıkması yalnızca başarısız kümelenmelere özgü bir durum değildir. Yüksek başarılı kümelenmeler de politika problemleri konusunda başarısız kümelenmelerden farklı fakat eşit derecede önemli sorunlar üretebilirler. Hızlı büyüyen bir kümelenme yerel ekonomi açısından bir takım şiddetli gerginlikler oluşturabilir. Örneğin; yüksek arsa fiyatlarına, çalışan ücretlerine ve barınma maliyetlerine neden olabilir. Ayrıca, yerel ulaşım ve kamusal altyapı üzerinde bir baskı oluşabilir. Yerel firmaların ihtiyaçları nedeniyle aralarındaki gerilim artabilir ve yerel planyacılar daha geniş zorunluluklar ile yüz yüze gelebilir. Bazı çalışmalar, başarılı kümelenmelerin, farklı çalışan grupları

²³⁹ ZHIHUA ZENG, D., "Cluster Policies: Why, What, and How?", World Bank, December 2008, s.11.

arasında kendi sosyal eşitsizlik problemlerini üretebildiğini göstermektedir. Bunun nedeni; yerel işgücünün bütün bölümlerinin, kümelenmenin büyümesinden yeterince yararlanamaması ve firmalardaki çalışanlar için çalışma koşullarının uygun-elverişli olmamasıdır.²⁴⁰

Farklı kümelenme tiplerinin, farklı yapısal, örgütsel, kültürel ve sosyal özellikleri vardır. Bu nedenle de her bir kümelenmenin, dışarıdan gelen değişikliklerle ve ‘şoklarla’ başa çıkma ve tepki verme konusundaki kapasitesi de farklı olmaktadır. Dolayısıyla, kümelenme yaklaşımının, avantajları olduğu gibi, birtakım sınırlandırmaları (dezavantajları) da olabilmektedir.²⁴¹

2.8. Kümelenmeye Dayalı Politika Tasarımı ve Bölgesel Kalkınma

Kümelenmeler genellikle kendiliğinden gelişen oluşumlardır fakat son zamanlarda kümelenme oluşturma ve geliştirme programları uygulanmakta ve bu programları destekleyici teşvikler sağlanmaktadır. Günümüzde özellikle AB’de kümelenme geliştirme çalışmaları gerçekleştirilmekte ve bunun oluşumu için büyük oranda destek verilmektedir.²⁴²

Mevcut kümelenmelere uygulanacak politikalar veya yeni kümelenmeler oluşturma konusunda farklı yaklaşımlar vardır. OECD ülkelerinde yapılan bir araştırma sonucunda kümelenme politikasının dört ayrı modeli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunlar:²⁴³

- **Ulusal Üstünlük Modeli:** Bu modelde politikaların hedefi ulusal seviyedeki kümelenmelerdir ve ulusal kümelenmelere odaklanılmaktadır.
- **KOBİ Network Modeli:** Politikaların odak noktası yerel KOBİ networkleridir.

²⁴⁰ ASHEIM, B., P. COOKE ve R. MARTIN, a.g.e., s. 22.

²⁴¹ ASHEIM, B., P. COOKE ve R. MARTIN, a.g.e., s. 24.

²⁴² KARATAŞ, N., Firma Kümeleşme Eğilimleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma:İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi Örneği, PLANLAMA 2006/3, ss. 47-57, s. 50.

²⁴³ VIITAMO, E., “Cluster Analysis and the Forest Sector”, International Institute for Applied Systems Analysis Interim Report IR-01-016, 30 March 2001, ss.1-38, s.19-20.

- **Bölgesel Küme Geliştirme Modeli:** Bu modelde geniş tabanlı kümelenmeleri desteklemek amacıyla çeşitli politikalardan (politika araçlarından) yararlanılmaktadır.
- **Araştırma Sanayi İlişkileri Modeli:** Bu modelde ise politikaların hedefi üniversite-sanayi işbirliğini geliştirmektir.

Bu dört modelin her birinin hedefleri farklı olmasına rağmen ortak politikaları paylaşmaktadırlar. *Birincisi;* tüm modellerde kümelenme politikaları tek tek işletmeleri değil kümelenmenin tamamını ve tüm networkleri desteklemeye yöneliktir. (Bu networkler; sektör gruplarına ek olarak büyük işletmeleri, KOBİ'leri, araştırma kurumlarını, kamu kurumlarını ve üniversiteleri birbirine bağlayan sektör içi değer zincirleridir.) Kümelenmeye yönelik kamu politikaları kümelenme içindeki belirli işletmeleri desteklemeye yönelik değil, kümelenmenin tamamını büyütme amaçlayan gelişim politikalarını içermektedir. Bu amaç doğrultusunda, örneğin; özel altyapı oluşturmak, ihracat pazarlaması ve markalaşma programları geliştirmek, işletmeler arasında ve işletme ve üniversiteler arasında işbirliğini teşvik etmek gibi politikalar uygulanmaktadır. *İkincisi;* kümelenme politikaları sadece seçilmiş olan kümelenmelerle ilgilidir. Böylelikle kaynakların bölgedeki o kaynaklardan en çok yararlanabilecek sektörlerde (kümelenmelerde) toplanması sağlanmaktadır. Yerel ekonominin ihtiyaçlarının tamamının karşılanmaya çalışılması yerine gelişme potansiyeli olan birkaç sektörün büyütülmesi ve desteklenmesi hedeflenmektedir. Temel amaç, sektörel değer zincirini güçlendirmek ve bir dizi çarpım etkisiyle geliri, istihdamı, araştırma ve ürün performansını yükseltecek bir ekonomik büyümeyi bu değer zincirinin çevresinde geliştirmektir. *Üçüncüsü;* tüm kümelenme politikaları küme içi öğrenmeyi ve inovasyonu geliştirmeyi hedeflemektedir. Tüm bölgenin inovasyon gücünü geliştirmeye yönelik değil, belirli sektörlerinkini geliştirmeye yönelik politikalar uygulanmaktadır.

Kümelenmeye dayalı politikaların özellikleri şunlardır: ²⁴⁴

- Kümelenme politikaları sanayi politikalarını ve bu konuda geliştirilecek faaliyetleri yeniden düzenler.

²⁴⁴ ÇAĞLAR, E., a.g.e., s. 310.

- Özel sektörün, devletin, sivil toplum kuruluşlarının ve üniversitelerin sanayinin rekabet gücü alanındaki rollerini yeniden şekillendirir ve farkındalık yaratır.
- Özel sektör ve kamu arasında etkili ve yapıcı bir iletişim oluşmasını sağlar.
- Farklı ölçek büyüklüğündeki işletmeleri bir araya getirir.
- Sadece genel sorunlara yönelik çözümler değil aynı zamanda rekabet gücünün önündeki engelleri kaldıracak çözümler de oluşturur.
- Kümelenme politikaları sadece sorunlara değil fırsatlara da odaklanır.

Kümelenme politikaları genelde kamu sektörü tarafından başlatılsa da süreç boyunca özel sektörün de katılımı ve önemli rol oynaması söz konusudur. Örneğin kümelenme elemanları başlangıçtaki strateji belirleme döneminde kümelenme politikasının stratejik yönünü ve hedeflerini belirlemeye katkıda bulunmakta, kümelenme projelerini finanse etmekte ve kümelenme politikalarının uygulanmasını sağlamaktadırlar.²⁴⁵

Kümelenmeye yönelik sanayi politikaları daha önce uygulanan politikalara göre birçok avantaja sahiptir. Daha önceki deneyimler, makro politikaların rekabet avantajı yaratmak için fazla genel kaldığını, mikro düzeydeki müdahalelerin ise genelde etkisiz kaldığını ve kaynak israfına neden olduğunu ortaya koymuştur. Kümelenme politikaları ise mikro ve makro politikaların arasında mezo seviyede bulunmaktadır.

Bununla birlikte, kümelenme politikalarının da başarılı olabilmesi için dikkat edilmesi gereken bazı hususlar vardır. Herşeyden önce; kamunun kümelenme politikaları, makroekonomik politikalara ek olarak rekabet gücünü yükseltecek, rekabetçi avantaj sağlayacak, mikro seviyeye inebilen ve etkili olan, bunu yaparken de kaynakları israf etmeyen politikalar olmalıdır. Genel olarak kamunun politikaları kümelenmeleri desteklemeli, kümelenmenin ihtiyaçlarına cevap verebilmeli, fırsatları görmelerine ve kullanmalarına olanak sağlayacak biçimde tasarlanmalıdır. Ayrıca kamu politikaları sadece gelişmiş kümelenmeleri değil tüm kümelenmeleri kapsayacak şekilde oluşturulmalı ve tüm kümelenmelere odaklanmalıdır. Sanayi

²⁴⁵ ENRIGHT, M. J., a.g.e., s. 9.

politikaları, yeni kümelenmeler yaratmak için değil mevcut veya oluşmakta olan kümelenmeleri güçlendirmeye yönelik tasarlanmalıdır. Yeni kümelenmeler oluşturabilmek için yabancı yatırımların çekilmesi bir seçenek oluşturabilir. Ülkeye doğrudan yabancı sermaye yapan yabancı işletmelerin yerel ekonomiyle bağlantılarını güçlendirecek düzenlemeler yapılmalıdır. Kısaca, devletin kümelenme politikaları ve bu konudaki rolü kolaylaştırıcı ve katılımcı olmalıdır. Birçok ülke örneğine bakıldığında kümelenme girişimlerinde başarının özel sektör ve kamu sektörü ortaklığı ile oluştuğu gözlenmiştir. Son olarak; kümelenme ile ilgili olarak her ülkeye uyan standart bir politika olmadığı da unutulmamalıdır. Başarılı örneklerin incelenmesi, benzer uygulamaların yürürlüğe konulması faydalı olabilmekle birlikte, her ülke kendi sanayisinin mevcut durumunu, risklerini ve fırsatlarını analiz ederek kendi kümelenmelerini ve kümelenme politikalarını oluşturmalıdır.²⁴⁶

Porter'in kümelenme yaklaşımında güçlü ve sürekli bir kamunun bulunması ve müdahalesi gereklidir. İkinci olarak kamusal politika yapıcılara atfedilen optimal rol *talep etmektir*. Otoriteler, çoğu zaman bu durum firmalar tarafından sancılı olsa ve memnuniyetsizlikle karşılanırsa da, firmaların performansını artıracak girişimleri ilerletmek ve teşvik etmek konusunda katalizör ve değiştirici olmalıdır.²⁴⁷

2.9. Kümelenme Literatürü

Kümelenme özellikle son elli yıldır ilgi çekici bir konu haline gelmiştir. Porter'in kümelenme çalışması yayınlandıktan sonra birçok araştırmacı tarafından takip edilmiştir. Günümüzde kümelenme hakkında bilimsel dergilerin hemen hemen her sayısında birçok bilimsel makale yayınlanmaktadır.²⁴⁸

²⁴⁶ ÇAĞLAR, E., a.g.e., s. 310, 311.

²⁴⁷ MASKELL, P. ve L. KEBİR, a.g.e., s. 39.

²⁴⁸ MASKELL, P. ve L. KEBİR, a.g.e., s. 30.

Çizelge 2.4 - 1953-2004 Yılları Arasındaki Kümelenme Yayınları

Veri tabanında geçen terim	1950'ler	1960'lar	1970'ler	1980'ler	1990'lar	2000'ler
Kümelenme(ler)/Firmaların Kümelenmesi	0	0	0	0	9	15
Yığınlaşma	2	4	23	45	305	380
a. Coğrafi Yığınlaşmalar	0	0	0	0	4	7
b. Mekansal Yığınlaşmalar	0	0	0	3	17	23
Coğrafi Yoğunlaşmalar	0	0	1	4	71	50
Mekansal Yoğunlaşmalar	0	0	3	0	32	51
Yerel veya yerleşen endüstriler veya firmalar	0	0	0	0	5	7
Büyüme kutbu	1	1	3	4	12	5
İnovasyon çevresi(ortamı)	1	2	2	5	126	95
Endüstriyel yakınlaşmalar	1	2	2	5	126	95

Makale sayısı; 'kümelenme' terimi ile sosyal bilimler alanında yayınlanan bilimsel makaleler, kümelenmenin benzerleri veya başlık, özet veya anahtar kelimelerinde kümelenme kavramı geçen makaleleri kapsamaktadır.

Kaynak: Peter MASKELL ve Leila KEBIR, 'What Qualifies As A Cluster Theory?', Clusters and Regional Development, Edited by Bjorn ASHEIM, Philip COOKE ve Ron Martin, Routledge Taylor&Francis Group, USA, 2006, s. 32.

Bu kısımda, kümelenme ve benzeri konularda yapılmış belli başlı çalışmalar ve bu çalışmaların bulgularına yer verilmektedir. Öncelikle kümelenme konusunda yabancı literatüre değinilmektedir. Ardından, Türkiye'de kümelenme konusunda yapılan çalışmalar ve çalışmaların sonuçları, ayrı bir başlıkta ele alınmaktadır.

2.9.1. Kümelenme ile İlgili Literatür Taraması: Uluslararası Çalışmalar

Kümelenme ile ilgili ilk çalışmanın Marshall'a ait olduğu daha önce de belirtilmişti. Marshall, İktisadın İlkeleri adlı kitabında kümelenmelerden "endüstriyel yoğunlaşmalar" olarak bahsetmektedir. Marshall, endüstriyel yoğunlaşmaları incelemiş ve yoğunlaşmaların bölgedeki firmalar açısından özellikle işçi bulma konusunda avantaj yarattığını belirtmiştir.²⁴⁹

²⁴⁹ MARSHALL, A., Principles of Economics, Mcmillan, London, 1890'dan aktaran: Bjorn ASHEIM, Philip COOKE ve Ron Martin, The Rise of the Cluster Concept In Regional Analysis and Policy A Critical Assessment, Clusters and Regional Development, Routledge Taylor&Francis Group, USA, 2006, s. 5.

Michael E. Porter, 1990 yılında yayınlanan ‘Ulusların Rekabet Üstünlüğü’ adlı çalışmasında kümelenme kavramını irdelemiş ve küme elemanlarını açıklayan ‘Ulusal Üstünlük Karosu’ kavramını geliştirmiştir. Porter işletmelerin rekabet gücü ve bunu yaratan faktörlerin analiz edilmesine odaklanmıştır. Porter’a göre; uluslararası başarılı endüstrilerdeki firmaların coğrafi yoğunlaşmaları genelde karo modelindeki bireysel faktörlerin özelliklerinin etkisi ile ortaya çıkar ve bu endüstrilerin bir ulus içinde karşılıklı güçlendirilmeleri coğrafi yakınlık ile sağlanır. Dolayısıyla Porter’a göre kümelenmeler fonksiyonel olarak ilişkili endüstrilerdir. Porter coğrafi yoğunlaşmanın kümelenmenin tanımının bir kısmını oluşturduğunu vurgulamıştır.²⁵⁰

Porter, 1998 yılındaki çalışmasında ise kümelenmeleri ve yeni ekonomide rekabeti incelemiştir. Porter’a göre; teoride, daha açık küresel piyasaların, daha hızlı ulaşım ve iletişimin rekabette yerleşimin (yerin) rolünü azalması beklenmekteydi. Ancak paradoksal olarak küresel bir ekonomide devam eden rekabetçi avantajlar artan şekilde uzaktaki rakiplerin ulaşamayacağı yerel faktörlere örneğin bilgi, ilişkiler ve motivasyona bağlı olarak oluşmaktadır. Porter’a göre kümelenmeler eşsiz değildir fakat tipiktir. Buradaki paradoks, küresel ekonomide rekabetçi avantajı sürdürmek giderek artan oranda yerel faktörlere (bilgi, ilişkiler ve motivasyon gibi) bağlanmaktadır. Bunlar uzaktaki rakiplerin yakalayamayacağı özelliklerdir. Küresel bir ekonomide yerleşim paradoksunu çözmek; firmaların sürdürülebilir rekabetçi avantajı nasıl yarattıkları hakkında birkaç anahtar anlayışı ortaya çıkarmıştır. Bunlardan birisi “firmanın içinde ne olduğu”nu anlamaktır. Bu önemlidir fakat kümelenmeler, firmaların dışındaki yakın iş çevresinin de sürdürülebilir rekabetçi avantaj elde etmede hayati bir rol oynadığını ortaya çıkarmıştır. Yenilik ve rekabetçi başarının bir çok alanda coğrafi olarak yoğunlaşması dikkat çekici bir kanıt oluşturmaktadır. Örneğin, eğlence dünyası Hollywood’da, finans Wall-Street’te yoğunlaşmıştır. Kümelenmeler yerleşme hakkında düşünmek için yeni bir yol sunmakta, firmaların nasıl yapılacağı, üniversiteler gibi enstitülerin nasıl rekabetçi başarı yaratacağı ve yönetimlerin nasıl ekonomik kalkınma ve refah yaratacağı

²⁵⁰ PORTER, M. E., “Competitive Advantage of Nations”, Harvard Business Review, March-April 1990, ss. 73-79.

konularındaki bir çok geleneksel bakış meydan okumaktadır. Sonuç olarak kümelenmeler rekabet için kritik öneme sahiptir.²⁵¹

2003 yılındaki çalışmasında ise Porter, bölgesel ekonomik performans hakkındaki temel unsurlar incelenmiştir. Porter, ABD ekonomisinde 1990-2000 dönemi için kümelenmelerin rolünü ve bölgesel ekonomilerin bileşimini değerlendirmiştir. Ekonomik aktivitenin coğrafi dağılımını temel alarak, ABD endüstrilerini ticari, yerel ve kaynak-bağımlı olarak sınıflandırmıştır. Ticari endüstrilerin kümelenmeleri, ABD’de bölgeler boyunca eş-yerleşim örnekleri kullanılarak tanımlanmıştır. Çalışmadan ortaya çıkan sonuçlara göre; bölgesel ekonomilerin performansı, dönemler içinde ücret, ücretlerin büyümesi, işgücü büyüme oranları ve patent oranlarına bağlı olarak önemli derecede değişmektedir. Ticari endüstriler, toplam işgücünün sadece üçte birini istihdam etmektedir fakat daha yüksek ücret sağlamakta, daha yüksek inovasyon oranlarına sahip olmakta ve yerel ücretleri daha fazla etkilemektedir. Kümelenmelerin karışımı bölgeden bölgeye önemli ölçüde farklılaşmaktadır. Sonuç olarak bölgesel ekonomilerin performansı önemli ölçüde yerel kümelenmelerin gücünden, inovasyonun canlılığından ve çokluğundan etkilenmektedir. Bölgesel ücret farklılıkları, kümelenme içindeki bölgelerin sahip olduğu pozisyonun göreceli performansı tarafından belirlenmektedir.

Porter’in kümelenme çalışmalarından sonra örnek olay çalışması (*case study*) yöntemi kümelenme analizlerinde tüm dünyada geniş ölçekte kullanılmaya başlanmıştır. Fakat Porter ve Marshall’ın yaklaşımlarından farklı bağımsız çalışmalar da gerçekleştirilmiştir.²⁵²

Mukundan SRINIVASAN ve Young B. MOON tarafından yapılan bir çalışmada, stok kontrolü için tedarik zinciri ağları alanı araştırılmıştır. Tedarik zinciri ağları alanında stok kontrolünü desteklemek için karşılaştırmalı bir kümelenme metodolojisi geliştirilmiştir. Tedarik zinciri performansı üzerinde önemli etkisi olan tüm ürün özellikleri hesaba katılmıştır. Networklerdeki düğümler(node), kümelenme için karmaşıklığın düşürülmesi amacıyla alt-düğümlere ayrılmıştır. Benzer

²⁵¹ PORTER, M. E., “Clusters and the New Economics of Competition”, ss. 77-90.

²⁵² BULU, M. ve İ. H. ERASLAN, a.g.e., s. 160, 161.

maddelerin kümelenmesini tanımlamak için Callinski ve Harabasz endeksi ve ortalama bağlantı kümelenme algoritması kullanılmıştır. Çalışma sonucunda karar verme sürecinde kümelenmiş maddelerin (parçaların) kullanılmasının tercih edilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Gruplanmış maddelerin kullanılması, yönetimde etkin metotların kullanılmasını sağlamakta, sistem performansını kontrol etmekte ve grup indirimleri gibi maliyet avantajları sağlamaktadır. Tedarik zinciri networkleri alanında benzer maddelerin kümelenmesi için karşılaştırmalı bir metodoloji sunulmuştur. Benzer maddelerin kümelenmesinin kullanılması gerektiği sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmaya göre yığınlaşmış kısımların kümelenmiş biçiminin kullanılması ile parçaların(öğelerin) sayısında %50 azalma sağlanmıştır.²⁵³

Ann MARKUSEN, 1996 yılındaki çalışmasında kümelenme tiplerini ve özelliklerini incelemiştir. Markusen'e göre beş tip kümelenme vardır. Bunlar: (i) Marshall Tipi Endüstri Bölgeleri, (ii) İtalyan Tipi Kümelenme, (iii) Göbek ve Ok Modeli Kümelenmeler, (iv) Uydu Sanayi Bölgeleri (Kümelenmeleri) ve (v) Devlet Ağırlıklı Kümelenmelerdir.²⁵⁴

Antonio MINGUZZI ve Renato PASSARO, küçük firmalarda ilişki ağları, ekonomik çevre ve girişimci kültürü alanında çalışmışlardır. Girişimci kültürü ve firmaların ekonomik çevresiyle karşılıklı etkileşimleri arasındaki var olan ilişkiler analiz edilmiştir. Girişimsel kültürdeki değişime açıklığın önemi vurgulanmıştır. Minguzzi ve Passaro'nun çalışmasına göre firma ve pazar arasında firma dışı en önemli faktör; ilişki ağlarıdır. Küçük firmaların kültürel gelişim sürecinin onların ekonomik çevreyle kurdukları ilişki tipi tarafından güçlü bir şekilde etkileneceğini belirtmişlerdir. Genelde küçük ve orta ölçekli firmalarda girişimcilerin değişime karşı direndikleri ve firmanın rekabetçiliğini sınırladıklarını vurgulamışlardır. Sonuç olarak "öğrenen girişimciler" büyük oranda son müşteriye(nihai tüketiciye) hizmet eden endüstrilerin üyesi olurken, "sınırlanmış girişimciler" ihracat için ikame mallar üzerine uzmanlaşma eğilimindedir.²⁵⁵

²⁵³ SRINIVASAN M. ve Y. B. MOON, "A Comprehensive Clustering Algorithm for Strategic Analysis of Supply Chain Networks", Computers&Industrial Engineering, Vol. 36, Issue 3, July 1999, ss.615-633.

²⁵⁴ MARKUSEN, A., "Sticky Places in Slippery Space: A Typology of Industrial Districts", Economic Geography, July 1996, Vol: 72, No:3, s. 298, 299.

²⁵⁵ MINGUZZI, A. ve R. PASSARO, a.g.e., ss. 181-207.

Walter W. POWELL, yüksek teknolojilerde, bölgesel ekonomilerde ve biçimsel olarak dikey bütünleşmiş alanlarda network yapılarını incelemiş ve bu alanlardaki network yapılarından örnekler vermiştir. Ayrıca network yapılarını artıracak koşulların değerlendirmesini yapmış ve networklerin ayırt edici özelliklerini belirtmiştir. Powell, çalışmasında, networklerin piyasa ve hiyerarşik yönetim yapılarına tezat oluşturduğunu, firmaların izole bir şekilde yaşayamayacağını aksine diğer firmalarla iletişim ve işbirliği içinde olması gerektiğini belirtmiştir.²⁵⁶

Andrea LARSON, network oluşturma sürecini ele almış ve firmalar arasındaki network yapısının dikey entegrasyonu yatırım yapmadan sağladığını ve bu durumun da firma açısından rekabet avantajı yarattığı sonucuna ulaşmıştır.²⁵⁷

Esben ANDERSEN ve Morris TEUBAL, İleri teknoloji kümelenmelerinin yapılanmasını araştırmış ve çalışma sonucunda ileri teknoloji kümelenmelerinin dinamik analizleri inovasyon sistemlerinin kavramsal çerçevesi ile birleştirilmiştir. Analizler içinde politikanın önemi açıkça ortaya çıkmıştır.²⁵⁸

Pim den HERTOOG ve Erik BROUWER, yenilikçi kümelenmeler üzerine yaptıkları çalışmada, Hollanda inşaat kümelenmesini incelenmişlerdir. Analiz mega kümelenme seviyesi ile kısıtlanmıştır. İnşaat kümelenmesinin inovasyon dinamikleri ve inovasyon tarzı tarif edilmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre; olgun bir kümelenme olarak inşaat kümelenmesi, geleneksel beceriler, endüstriyel teknolojiler ve işlerin yapılış biçimi üzerine formal olmayan bir kültürün bileşiminden oluşmaktadır. Bazı durumlarda oldukça yenilikçi tarafları içermekle birlikte Hollanda inşaat kümelenmesi geleneksel, informal ağların ve ilişkilerin önemli olduğu ve bilgi yönetimi uygulamalarının daha fazla gelişmeye ihtiyaç duyduğu proje temelli bir kümelenmedir.²⁵⁹

²⁵⁶ POWELL, W.W., "Neither Market Nor Hierarchy: Network Forms of Organizations", 1990, Research in Organizational Behavior, Vol.12, ss. 295-336.

²⁵⁷ LARSON, A., "Network Dyads in Entrepreneurial Settings: A Study of the Governance of Exchange Relationships", 1992, Administrative Science Quarterly, 37, ss. 76-104.

²⁵⁸ ANDERSEN, E. ve M. TEUBAL, "High Tech Cluster Creation and Cluster Re-Configuration A System and A Policy Perspective", Supplementary paper presented at the DRUID conference June 1999.

²⁵⁹ HERTOOG, P. ve E. BROUWER, "Innovation in the Dutch Construction Cluster", Innovative Clusters: National Innovation Systems, OECD,2001, ss. 203-229.

Jack KLEINHENZ tarafından 2000 yılında yapılan çalışmada, bölgenin en rekabetçi endüstri kümelenmelerini ve bölgenin ekonomisini yönlendiren endüstrileri tanımlamak için Northeast Ohio kümelenme projesi ele alınmıştır. Çalışmanın amaçları şunlardır: bölgenin ekonomik kalkınması için endüstri kümelenmelerinin öneminin anlaşılması, bu kümelenmelerin nasıl performans gösterdiğinin değerlendirilmesi, oluşmakta olan kümelenmelerin tanımlanması, bölgesel stratejiler geliştirerek mevcut güçlü kümelenmelerin desteklenmesi ve oluşmakta olan kümelenmelerin dünya çapında rekabet edebilir konuma gelmesi için desteklenmesi. Araştırmanın sonucuna göre metal işleri, plastik ürünler, kimyasallar, motor makineleri ve parçaları ve sigorta ekonomik aktivitenin rekabetçi kümelenmeleri olarak ortaya çıkarılmıştır. Bio-medikal ve enstrümanları ve kontrol endüstrileri dünya çapında rekabetçi avantaja sahip olabilecek gelişmekte olan kümelenmeler olarak tanımlanmıştır.²⁶⁰

Ludo PEETERS ve Marc TIRI, Belçika/Flanders'daki kümelenmelerin Girdi/Çıktı metodu ile tanımlanması üzerine çalışmalar gerçekleştirmiştir. Çalışmanın bulgularına göre Flanders ve İsviçre arasında yapısal benzerlikler olduğu ortaya koyulmuş, ancak bazı önemli farklılıklar da bulunduğu belirtilmiştir. Sonuç olarak her ülke kendi kıstaslarına ve kendi kümelenme birikimine sahiptir ve her tanımlanmış kümelenmenin kendine ait farklı özellikleri olduğu ekonomide ayırıcı bir rol oynadığı ifade edilmiştir.²⁶¹

Wim MEEUSEN ve Michel DUMONT tarafından, Belçikalı firmalar ve Belçikalı diğer bilgi altyapısını oluşturan aktörler (araştırma kurumları, üniversiteler ve hükümet ajansları) arasındaki AR-GE çalışmaları araştırılmıştır. Çalışma sonucunda, Belçika'daki firmalar, araştırma kurumları ve üniversitelerin AR-GE işbirliği networklerinin “grafik teorisi analizleri” ile ön sonuçları sunulmuştur.

²⁶⁰ KLEINHENZ, J., “An Introduction to The Northeast Ohio Clusters Project”, Economic Development Quarterly, Vol. 14, No.1, February 2000, ss.63-64.

²⁶¹ PEETERS L. ve M. TIRI, “Identification of Techno-economic Clusters Using Input-Output Data: Application to Flanders and Switzerland”, Innovative Clusters: Drivers of national Innovation Systems, OECD, 2001.

Belçikalı firmaların, ve Belçikalı diğer bilgi altyapısını oluşturan aktörler arasındaki AR-GE anlaşmaları “güçlü” ve “zayıf” olarak sınıflandırılmıştır.²⁶²

Theo J. ROELANDT ve Pim den HERTOOG, kümelenme yaklaşımı ile ilgili olarak OECD tarafından yayınlanan çalışmada hazırladıkları makalede, bilgi temelli ekonomileri ve öğrenen ekonomileri anlayabilmek için teknik değişimi ve inovasyonu anlamak gerektiğini vurgulamışlardır. Bu çalışmada inovasyon sistemi yaklaşımı, ulus devletler yerine üretim ağlarına ve değer zincirine odaklanan bir yaklaşım olarak sunulmuştur. Roelandt ve Hertog inovasyon üzerindeki kümelenme perspektifini değerlendirmiş ve kümelenmeyi; birbirine güçlü bağlarla bağlı firmaların, bilgi üreten kurumların ve müşterilerin değer ekleyen tedarik zinciri şeklinde birbirlerine bağlandıkları ağ olarak tanımlamıştır.²⁶³

Esa VIITOMA, ormancılık sektöründe kümelenme yaklaşımını analiz etmiş ve Avrupa Birliği'nin gelecekteki genişlemesinin etkilerini de hesaba katarak Avrupa Birliği seviyesinde orman endüstrilerinin rekabetçiliğini artırmak için kümelenme yaklaşımının nasıl kullanılabileceği tanımlamıştır. Ana akım Finlandiya kümelenme çalışmalarına benzer şekilde, bu çalışmadaki kalitatif örnek olay çalışması Porter'ın karo modelinin Finlandiya'ya ithal edilmesinin gelişimi hakkında daha derin bilgi sağlamıştır.²⁶⁴

Patrick VOCK, İsviçre inşaat kümelenmesini incelemiştir. Çalışmada, inşaat işini ve ilgili faaliyetlerini, dinamikler ve inovasyona odaklanan bir değer zinciri (kümelenme) yaklaşımı kullanarak nitelendirmiştir. İnşaat kümelenmesi, durgunluktan ve fiyat rekabetinden kaynaklanan ağır bir yükün altındaki yerleşik işletmelerden oluşmaktadır. İşletme davranışı ve pazar ayrışması gelenekseldir ve talep kriterlerine yetersiz yer bırakmaktadır.²⁶⁵

²⁶² MEEUSEN, W. ve M. DUMONT, “The Network of Subsidized and Spontaneous R&D Co-Operation Between Belgian and Foreign Firms, Research Institutes and Universities: A Graph-Theoretical Approach”, CESIT Discussion Paper No 97/08, November 1998.

²⁶³ ROELANDT T. J. ve P. HERTOOG, “Cluster Analysis and Cluster-Based Policy Making In OECD Countries: An Introduction to the Theme”, Boosting Innovation: The Cluster Approach, 1999, OECD, ss.10-26.

²⁶⁴ VIITOMA, E., “Cluster Analysis and the Forest Sector-Where Are We Now?”, International Institute for Applied Systems Analysis, Interim Report, IR-10-016, 30 March 2001.

²⁶⁵ VOCK, P., “An Anatomy of the Swiss Construction Cluster”, Innovative Clusters: Drivers of National Innovation Systems, OECD, 2001, ss. 229-247.

Douglas WEBSTER ve Larissa MULLER, Dünya Bankası desteği ile yerel kalkınmada rekabet analizi üzerine çalışmıştır. Bu çalışma kentsel bölgelerin rekabetçiliğini değerlendirmek için kullanılan teknikleri ve yaklaşımları incelemiştir. Gelişmekte olan ülkelerin bölgelerine bu tekniklerin uygunluğu değerlendirilmiştir. Merkez aşamada SWOT analizini ve Benchmarking(kıyaslama) yöntemlerini desteklemiştir. Bu çalışma metropoliten bölgesinde rekabetçilik değerlendirmesine yarayan “mekansal bölge” yaklaşımına dayanmaktadır. Çalışma sonucunda, kentsel rekabetçiliğin temelini oluşturan faktörler olarak özellikle insan kaynaklarının ve kurumsal/kültürel çevrenin önemi ortaya çıkarılmıştır. Çalışmaya göre genişletilmiş kent bölgesi, kent-çevresi(peri-urban) alanları da içermelidir. Çünkü gelişmekte olan şehirlerin alt-bölgeleri çok fazla bir biçimde mekansal olarak uzmanlaşmıştır ve eğer çevresel alanlar içerilmezse üretim hemen hemen eşitlik denkleminde ayrılacaktır. Sonuç olarak üretken şehir, yerleşik kişilerin büyük bir kısmına kaliteli hayat(hayat kalitesi) sunarak başarılı olmaktadır, ekonomik açıdan başarısız şehirlerin yoksulluğu azaltma ve engelleme konusunda etkisiz-beceriksiz olduğu kanıtlanmıştır.²⁶⁶

Michael J. ENRIGHT, çalışmasında, dünya çapında küreselleşme-yerelleşme bağlantı noktası ile ilgilenen bölgeler ve ülkelerde ortaya çıkan kümelenme temelli stratejilerin benzerliklerini ve farklılıklarını tanımlamayı amaçlamıştır. Endüstrilerin ve şirketlerin küreselleşme eğilimi doğrultusunda (ulus-altı) bölgelerin öneminin ve ayırt edici özelliklerinin azalması izlenimi ortaya çıkarken, tam tersi yönde kimi endüstrilerin ve ekonomik faaliyetlerin yerelleşmesi eğilimi de eş zamanlı olarak ortaya çıkmaktadır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre; yerel ekonominin ve toplumun özgün doğasına uygun hale getirilmiş farklı programlar için bir temel oluşturmak yerine bölgesel kümelenmenin odağı farklı yerlerdeki aynı endüstrilerde aynı politikaların takip edilmesi ile sonuçlanmaktadır ve bu önemli bir tehlikedir. Kümelenme gelişim programlarının yerel ekonomiye ve sosyal gerçekliğe uygun olması sağlanmalıdır. Bunun için yerel kümelenmeler tüm boyutları ile dikkatli bir şekilde tanımlanmalı, nitelendirilmeli ve ihtiyaçların tanımı açık olmalıdır. Programlar açık bir biçimde özel piyasa başarısızlıklarını hedef almalıdır. Kısacası

²⁶⁶ WEBSTER, D. ve L. MULLER, “Urban Competitiveness Assessment In Developing Country Urban Regions: The Road Forward”, Paper prepared for Urban Group, INFUD The World Bank, Washington D.C., July 17, 2000.

kümelenme gelişim programları küreselleşen-yerelleşen bir dünyada politika yapımcılar için kendi ekonomilerinin potansiyelini maksimize etmek için kullanışlı bir araçtır.²⁶⁷

Edward J. FESER ve Edward M. BERGMAN, ulusal endüstriler-arası bağlantılar hakkındaki elde edilebilir bilgileri kullanarak ulus-altı bölgelerdeki potansiyel kümelenmeleri tanımlamıştır. Özellikle ABD'deki 23 üretim kümelenmesi türetilmiş ve bu kümelenmeler ABD'deki üretim sektörünün açıklayıcı analizleri için kalıplar olarak kullanılmıştır. Kalıp kümelenmeler genişletilmiş üretim zinciri içindeki uzmanlaşmaları ve boşlukları belirlemeye yardım etmiştir. Dolayısıyla yerel kümelenme özellikleri hakkındaki daha kapsamlı incelemeler için kullanışlı bir ilk basamak oluşturmuştur. Bu çalışmada oluşturulan kümelenme kalıpları Kuzey Carolina üretim sektörünün verilerine uygulanmıştır ve bu süreç makine üretiminin detaylı incelenmesi ile gösterilmiştir. Teknolojik kümelenmeler hakkında ulusal bir küme kalıbı(şablonu) ve kıyaslaması geliştirilmiştir. Bu kalıplar kümesi daha detaylı sektörlerin altında yatan stratejik olarak önemli işbirliklerini sunmuştur.²⁶⁸

Jarmo ERONEN, 1999 yılındaki çalışmasında Rusya'nın orman ürünleri endüstrisi kümelenmesi incelenmiştir. Sovyet ekonomisinde kümelenmeye denk gelen şey endüstriyel komplekslerdir. Bu endüstriyel kompleksler, rakiplik elemanı olmadan bağlantılar ve yığılaşma etkileri ile dışsal ekonomiler yaratırlar. Orman endüstrisi kompleksi buna tipik bir örnektir. Orman endüstrisi kompleksi tomrukçuğu ve ağaç işlemeyi desteklerken mühendislik endüstrilerini de desteklemektedir. Büyük bölümü Rusya Federasyonu'nda yerleşmiş olan bu kompleks, Sovyet Birliği'nin ve Sosyalist ülkelerin ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik çalışmaktadır. Rusya orman ürünleri kompleksi, dünya çapında sadece yuvarlak odun ve birkaç tane yarı-işlenmiş ürün alanında rekabetçidir, teknolojide rekabetçi değildir. 1991 yılında Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği dağılmış ve Rusya'da piyasa reformları başlamıştır. Odun-temelli ürünler için geleneksel piyasalar çökmüş, çıktı ve yatırım çok büyük oranda düşmüştür. Piyasa ekonomisine geçiş Rusya'da rekabetçi bir orman ürünleri endüstri kümelenmesi geliştirmek için uygun bir çevre

²⁶⁷ ENRIGHT, M. J., a.g.e.

²⁶⁸ FESER E. J. ve E. M. BERGMAN, "National Industry Cluster Templates: A Framework for Applied Regional Cluster Analysis", *Regional Studies*, Vol.34;1, 2000, ss. 1-19.

yaratmamıştır. İhracatta yuvarlak odun ve biçilmiş kereste hakimdir. Yerel kağıt teknolojisi temeli ise batılı şirketlerle işbirliği anlamında sürdürülmektedir.²⁶⁹

Gary ANDERSON, Endüstri kümelenmelerini ve bu kümelenmelerin iktisadi kalkınmaya etkilerini araştırmıştır. Endüstri kümelenmeleri endüstri hedefleme çabalarını geliştirme anlamında tavsiye edilmektedir. Çünkü bu endüstri kümelenmeleri özel endüstri sektörleri arasında ekonomik ilişkileri ele geçirmektedir ve iktisadi kalkınma stratejilerini tanımlamak için bir araçlar kümesi sağlamaktadır. Çalışmadan ortaya çıkan sonuca göre; endüstri kümelenmesi, başarılı olması beklenen, ümit vaat eden sektörlerin ve özel avantajların tanımlanması sayesinde kısa dönemli endüstri çekiciliği geliştirebilir. Buna ek olarak endüstri kümelenmesi bölgesel ekonomilerin mevcut durumunu sürdürme, büyütme ve geliştirme için orta dönemli stratejilerin tanımlanmasında ve sürdürülebilir bölgesel büyümenin uzun dönemli stratejilerinin organize edilmesinde kullanışlı bir araçtır.²⁷⁰

Khalid NADVI ve Gerhard HALDER tarafından yapılan çalışmada, küresel cerrahi malzemeler endüstrisi örneği, Almanya ve Pakistan’da bu endüstriye öncülük eden kümelenmeler arasındaki farklılıkları ve bağlantıları analiz etmek için kullanılmıştır. Küresel standartlar, düşük maliyet rekabeti ve tıbbi teknolojideki gelişmeler, tüm kümelenmeler için meydan okumaları artırmıştır. Bu çalışmada bu meydan okumalara verilen tepkiler araştırılmıştır. Sonuç olarak bu çalışmada her bir kümelenmede farklılık gösteren üretim bağlantıları ve bilgi arasındaki farklılık ayırt edilmiştir.²⁷¹

Anke MATUSCHEWSKI, bilişim ekonomilerinin bölgesel kümelenmesindeki nedenleri ve yönlendirici güçleri incelemiştir. Diğer ülkelerde de olduğu gibi Almanya’da da bilişim ekonomisine ait girişimler birkaç bölgede yoğunlaşma eğilimi içindedir. Bu çalışma üç Alman Bilişim kümelenmesi üzerine yapılmıştır. Bunlar; Hamburg, Dresden ve Karlsruhe teknoloji bölgesidir. Analizler,

²⁶⁹ ERONEN, J., “Cluster Analysis and Russian Forest Industry Complex”, Helsinki,ETLA The Research Institute of the Finnish Economy, 1999, 16 p, Keskusteluaiheita, Discussion Papers, ISSN 0781-6847, No.682.

²⁷⁰ ANDERSON, G., “Industry Clustering For Economic Development”, Economic Development Review, 07423713, Spring 1994, Vol. 12, Issue 2.

²⁷¹ NADVI, K. ve G. HALDER, “Local Clusters In Global Value Chains: Exploring Dynamic Linkages Between Germany and Pakistan”, Entrepreneurship & Regioanl Development, 17, September 2005, ss. 339-363.

keşif amaçlı, kantitatif ve kalitatif ampirik metotların bir karışımını kullanan “aktör-yönelimli” yaklaşım kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, bilişim ekonomileri içindeki bölgesel kümelenmeler için farklı teorik yaklaşımların uygunluğunu sorgulanmıştır. Sonuç olarak bölgesel kümelenmelerin; özel bölgesel kalkınma politikalarını şekillendiren sektörel ve bölgesel faktörlere dayandığını kanıtlamıştır.²⁷²

Network teorisinin öncülerinden Ron A. BOSCHMA ve Anne J. TER WAL, İtalya’da Barletta bölgesinde ayakkabı sektöründe endüstriyel bölgeleri incelemiştir. Bu çalışma yerel bilgi networkünün tamamen zayıf olduğunu ve yerel firmalar arasında eşit olmayan bir biçimde dağıldığını kanıtlamıştır. Bir firmanın yerel networkteki güçlü pozisyonu, o firmanın inovasyon performansını yükseltmesine hizmet eder ve onların yerel dışı firmalarla olan bağlantısını kurar. Dolayısıyla hem yerel hem de yerel olmayan şekilde bağlanmak (ilişkide olmak) şu probleme yol açar; yerelle birlikte olmak kesinlikle yeterli değildir. Yüksek şekilde öğrenici bir kapasiteye sahip olmak, yerel olmayan ilişkiler ve firmaların inovasyon performansları sayesinde sadece dolaylı olarak yükseltebilir.²⁷³

Thomas BRENNER, çalışmasında, Almanya’daki yerel endüstriyel kümelenmelerin tanımlanmasını yapmakta ve bu kümelenmelere uygulanabilecek bir metot sunmaktadır. Bu metot Almanya’daki tüm üç basamaklı üretim endüstrilerine uygulanmıştır. Analiz sonuçları iki şekilde kullanılmıştır; ilk olarak bu sonuçlar hangi endüstrilerin kümelendiği hangilerinin kümelendiği hakkında bilgi sağlamıştır. İkinci olarak 2001 yılında Almanya’da mevcut bulunan yerel kümelenmelerin mekana ait dağılımı, Almanya’da yapılan diğer bir araştırmanın ışığında değerlendirilmiştir.²⁷⁴

Dong-Won SOHN ve Martin KENNEDY, Kore’deki kümelenmelerde üniversitelerin rolünü incelemişlerdir. Çalışmada yazarlar, üniversitelerin ekonomik kalkınmaya en önemli katkısının araştırma sonuçlarını açıklamak ve aktarmak değil,

²⁷² MATUSCHEWSKI, A., “Policy Debates Regional Cluster of the Information Economy in Germany”, *Regional Studies*, Vol. 40, 3, May 2006, ss. 409-422.

²⁷³ BOSCHMA, R. A. ve A. J. TER WAL, “Knowledge Networks and Innovative Performance in an Industrial District: The Case of a Footwear District in the South of Italy”, *Industry and Innovation*, Vol. 14, No. 2, May 2007, ss. 177-199.

²⁷⁴ BRENNER, T., “Identification of Local Industrial Clusters in Germany”, *Regional Studies*, Vol. 40, 9, December 2006, ss. 991-1004.

daha dolaylı olan yüksek kaliteli mezunlar hazırlaması olduğunu vurgulamaktadır. Birçok politika yapıcı güçlü üniversite-endüstri ilişkisinin ve ileri teknoloji kümelenmelerinin kalkınma için anahtar olduğuna inanmaktadır. Çalışmanın bulgularına göre araştırma kurumlarının rolü, girişimsel bir odağa dönüştürülebilir fakat daha önemlisi mezunların eğitime yoğunlaşma stratejisi önemli bir başarı sağlayacaktır. Kore üniversitelerinin ve araştırma enstitülerinin, sadece Daeduck'taki hükümet araştırma enstitüsünden ayrılarak kurulan bir kümelenme haricinde, kümelenme yaratımına katkısının çok az olduğu sonucuna ulaşılmıştır.²⁷⁵

Vitalija KARDOKAITE, 2008 yılında yaptığı bir çalışmada, işletme kümelenmelerinin geliştirilmesi üzerinde durmuştur. Çalışmanın amacı, endüstri kümelenmeleri üzerindeki araştırmaların birçoğunu bağlı bir modelde bir araya getirmektir. Bu model bir bölgede kümelenme yaratmanın nedenlerini tanımlamaktadır. Bazı endüstrilerin neden diğerlerinden daha fazla kümelenme yaratmaya uygun olduğunun açıklanması hedeflenmiştir. İşletme kümelenmelerinin yaratılması ve büyümesinin farklı boyutları analiz edilmiştir(dikey, yatay, kurumsal, güç ilişkileri vb. gibi). Bu bölümlenmeler boyunca farklı gruplamalar onların gelişim aşaması ve büyüme potansiyeline göre tanımlanmıştır. Bir kümelenmenin oluşumunda ve büyümesinde değişiklik başlatan değişim mekanizmaları açıklanmıştır. Çalışmanın bulgularına göre bir kümelenmedeki firmalar o kümelenmenin üyeleri olmasına rağmen her birinin kendi amaçları ve hedefleri vardır. Farklı amaçlar, örneğin rekabet, rakiplik, yeni bilgi kazanma isteği gibi, firmayı kümelenmeye yönlendirmekte ve dahil etmektedir. Kümelenme içindeki rakiplik yerel ve bölgesel işbirliği ve firmalar arasında öğrenme ile hafifletilebilir. Fakat bazı durumlarda rakiplik kümelenmenin ve bölgesel ekonominin gelişimini durdurabilir. Bu duruma da aynı kümelenme içinde bile olsa rakip firmaların piyasa payını kazanma ihtiyacını güçlendirmeleri, işgücünü çekme çabaları ve rakiplerini güçsüzleştirme faaliyetleri neden olabilir. Yüksek oranda bütünleşme bir kümelenmedeki birçok kaynağın etkili kullanımını sınırlar ve yetersiz ekonomik

²⁷⁵ SOHN D. W. ve M. KENNEDY, "Universities, Clusters and Innovation Systems: The Case of Seoul, Korea", World Development, Vol. 35, No. 6, 2007, ss. 991-1004,

büyümeye neden olabilir. Bu faktörler kümelenmenin bitmesi ile de sonuçlanabilir.²⁷⁶

Zuhui HUANG, Xiaobo ZHANG ve Yunwei ZHU tarafından yapılan bir çalışmada, Çin'in Wenzhou bölgesindeki ayakkabı sektöründe kümelenme oluşumu incelenmiştir. Çalışmada, değişik ölçekli 140 ayakkabı firmasına bir anket uygulanmış ve bu bilgiler bu bölgede görülen dramatik kırsal endüstriyel büyümenin arkasındaki yönlendirici güçleri incelemek için kullanılmıştır. Çalışmanın bulguları, kümelenmenin üretim sürecinde emeğin uzmanlaşması ile derinleştiğini göstermektedir. Bu durum küçük girişimci firmalar için üretimin dar bir aşamasına odaklanarak endüstriye girişi mümkün kılmaktadır. Dolayısıyla Wenzhou, kümelenmenin, tecrübesiz kırsal endüstrilerin, endüstrileşmenin yeni başlayan aşamalarında büyüme kısıtlarından olan sermaye ve teknoloji eksikliğinin üstesinden gelmesinde nasıl önemli bir rol oynadığını kanıtlamaktadır.²⁷⁷

Robert J. KAUFFMAN ve Ajay KUMAR, Hindistan'da bilgi teknolojileri sektöründe kümelenme konusunu ele almışlardır. Çalışmada yöntem olarak; Hindistan'daki bilgi-teknolojilerinin büyümesini açıklamak için bir yığınlaşma perspektifi kullanılmıştır. Bu çalışmada dört özel bilişim teknolojisi endüstrisinin (bilgisayar ve ekipman üretimi, yarı-iletken ve diğer elektronik malzemelerin üretimi, yazılım programı ve bilişim-teknolojilerinin seçilir kılınmış hizmetleri) büyüme modelleri araştırılmıştır. Hindistan'da Bangalore ve Hyderabad'daki bilişim-teknolojileri yığınlaşmaları hakkındaki analizler, ölçek, kapsam ve birleştirilmiş ölçek ve kapsam dışsallıklarının varlığının bilişim teknolojisi endüstrisinin büyümesinde önemli bir rol oynadığını kanıtlamıştır. Çalışma ayrıca bilişim-teknolojileri endüstrilerinin büyümesinin ulusal kalkınma üzerinde ikinci ve üçüncü derecede etkiye sahip olduğunu göstermektedir.²⁷⁸

²⁷⁶ KARDOKAITE, V., "Tendencies of Business Cluster Development", Economics & Management, 2008, ss. . 623-629.

²⁷⁷ HUANG, Z., X. ZHANG ve Y. ZHU, "The Role of Clustering In Rural Industrialization: A Case Study of The Footwear Industry In Wenzhou", China Economic Review, Volume 19, Issue 3, September 2008, ss. 409-420.

²⁷⁸ KAUFFMAN, R. J. ve A. KUMAR, "Mapping the Multi-Tiered Impacts On The Growth of IT Industries In India: A Combined Scale-and-Scope Externalities Perspective", Information Technology for Deveopment, 2008, Vol. 14, issue 3, ss. 225-252.

Andres RODRIGUEZ-CLARE, kümelenme ve rekabetçi üstünlük ilişkisini teorik çerçevede ele almış ve Marshallyan dışsallıklara dayanan standart argümana değinmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre güçlü kümelenme olasılıkları olarak gösterilen gelişmiş sektörlerdeki kümelenmeleri teşvik etmek için rekabeti bozan fiyatlar yerine, ülkeler mevcut sektörlerdeki kümelenmeleri teşvik etmeye odaklanmalıdır.²⁷⁹

Kamarulzaman Ab. AZIZ ve Mariati NORHASHIM de, teorik olarak hazırladıkları çalışmada, kümelenme temelli politika tasarımı konusunu ele almışlardır. Çalışmanın amacı, kümelenme performansını yönlendiren anahtar kümelenme dinamiklerini anlamak için daha bütünsel bir çerçeve çizerek bunu önermek ve kanıtlamaktır. Yazarlara göre; bir kümelenmeye sahip olmak son amaç değildir. Asıl amaç, bir kümelenme yoluyla sürdürülebilir ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı sağlamaktır. Böyle bir ihtiyaç kümelenmenin yaşam döngüsünün ve bir kümelenmenin performansını etkileyen dinamiklerin iyi bir şekilde anlaşılması ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır. Bu ihtiyaç bu çalışmada sunulan bütünsel model (kümelenme yaşam döngüsü ve kümelenme performansı piramidi) tarafından karşılanabilir.²⁸⁰

Eiji YAMAMURA ve Inyong SHIN, Tokyo bölgesindeki kümelenmeyi ele aldıkları çalışmada, 1960-2000 dönemindeki montaj endüstrisi sayım verileri kullanılarak, inovasyonun ve taklidin nasıl uzun dönemli yarı-sözleşme networklerini (ağlarını) ve yığılaşma ekonomilerinin işletimini meydana getirdiği hakkındaki bilgiyi genişletmeye çalışmıştır. Bu durumun verimliliğin ilerlemesinde bir etkisi olduğu öne sürülmüştür. Bu amaçla bir veri zarflama analizi inovasyon ve taklit içindeki verimliliği ayırtırmak için kullanılmıştır. Çalışmadan elde edilen temel bulgulara göre inovasyon zaman geçtikçe çekirdek bölgeden kıyılara doğru belirgin bir biçimde meydana gelme eğilimi içindedir ve etkinlik derecesi isteyerek bu

²⁷⁹ RODRIGUEZ-CLARE, A., "Clusters and Comparative Advantage: Implications for Industrial Policy", *Journal of Development Economics*, Vol.82, 2007, ss. 43-57.

²⁸⁰ AZIZ, K. ve M. NORHASHIM, "Cluster-Based Policy Making: Assessing Performance and Sustaining Competitiveness", *Review of Policy Research*, Volume 25, Number 4, 2008, ss. 349-373.

bölgeler içinde artmaktadır ki bu bölgeler göreceli olarak küçük kuruluşlar tarafından işbölümünün gelişmiş olduğu yerlerdir.²⁸¹

Canfei HE, Yehua Dennis WEI ve Xiuzhen Xie, 1980-2003 periyodunda Çin'deki endüstriyel dağılımı incelemiştir. Çalışmaya göre Çin endüstrilerinin yoğunlaşmasında önemli sektörel ve geçici çeşitlilikler bulunmuştur. En az korunan endüstriler artan bir şekilde yoğunlaşmıştır. En fazla küreselleşen endüstriler ise kıyı bölgesinde kümelenmiştir. Analizler; korumacılık endüstriyel uzmanlaşmaya engel olurken küreselleşmenin ve içsel ölçek ekonomilerinin coğrafi yoğunlaşmaya katkısı olduğunu göstermektedir. Endüstriler karşılaştırmalı avantajları temel alarak yerleşmeyi tercih ederken, dışsal ölçek ekonomileri endüstriyel yoğunlaşmayı beslemektedir.²⁸²

Ron A. BOSCHMA, “Üçüncü İtalya” örneğini ele almış ve sosyal sermaye ile bölgesel gelişme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmanın üç temel amacı vardır: Birincisi endüstrileşmenin sosyal sermayenin değişik kaynakları ile farklı seviyelerde örneğin aile, topluluk ve bölgesel seviyelerde eş zamanlı olarak nasıl ilişkili-bağlantılı olduğunu açıklamaktır. Sosyal sermayenin bu farklı biçimleri, bölgesel gelişme için güven kavramı ile bağlantılıdır. Sosyal sermaye bir insanın diğerine güvenmesine imkan tanır ve bu durum ekonomik faaliyetleri yerel networkler içinde koordine eder ve bu durum da ekonomik performans ile sonuçlanır. İkinci olarak ampirik analizler doğrudan sosyal sermayeyi endüstriyel gelişim ile bağlamaktadır ve yaşamsal öneme sahip bir rol oynamasını beklemektedir. Bu çalışmanın ampirik analizleri İtalya'daki sosyal sermayeyi doğrudan ekonomik büyüme ile ilişkilendirmektedir. Üçüncüsü de ampirik çalışmalar literatüründeki boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Bu çalışmada sosyal sermayeyi makro-bölgesel seviyede ölçmek için çaba harcanmıştır. Dolayısıyla Üçüncü İtalya bölgesi geçirdiği gelişim aşamaları boyunca belirli sosyo-kültürel özellikleri ile tek bir bölge olarak incelenmiştir, Birinci İtalya (Kuzey-Batı'daki

²⁸¹ YAMAMURA, E. ve I. SHIN, “Dynamics of Agglomeration Economies and Regional Industrial Structure: The Case of The Assembly Industry of The Greater Tokyo Region, 1960-2000”, Structural Change and Economic Dynamics, Vol.18, 2007, ss. 483-499.

²⁸² HE, C., Y. D. WEI ve X. XIE, “Globalization, Institutional Change and Industrial Location: Economic Transition and Industrial Concentration in China”, Regional Studies, August 2008, Vol.42, Issue 7, ss. 923-945.

endüstriyel merkez) ile ve İkinci İtalya(Gelişmemiş Güney İtalya) ile karşılaştırılmıştır. Çalışma, sosyal sermaye ve ekonomik performans arasında pozitif ve statik bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur. Sosyal sermaye ve ekonomik büyüme arasında iki taraflı bir ilişki söz konusudur. Sosyal sermaye düzeyinin çok az ya da çok yüksek olması sosyal sermayenin ekonomik performans üzerindeki pozitif etkisinin tersine dönmesine neden olabilir. Sonuç olarak sosyal sermayenin başarılı olduğu alanlardan alınması ya da temin edilmesi zordur.²⁸³

Öğrenen bölge, kümelenme, bölgesel yenilik sistemi çalışmaları ile ünlü Philip COOKE, 2002 yılında yaptığı çalışmada, biyo-teknoloji sektörü kümelenmesini incelemiştir. Çalışma, sektörel inovasyon sistemlerinin yerel bölgesel seviyede çalıştığını gösteren bir yol tanımlamış, buna Cambridge'den, Massachusetts'den ve İngiltere Cambridge'den örnekler vermiştir. Bölgesel firmaların ve organizasyonların inovasyon desteği için finansal desteğe-fonlara ulaşabilme ve bu fonları kullanabilme yeteneği, bölgesel inovasyonun gelişimi için yaşamsal öneme sahiptir. Bölgesel inovasyon sektörleri tekil sektörlerden veya kümelenmelerden daha geniştir. Bunlardan bazıları büyüme performansları veya potansiyelleri nedeniyle politika desteğini alan stratejik önceliklere sahip olabilmektedir. Geçmişte rekabetçi olmayan sektörlerle kamu desteği-politika desteği verilirken günümüzde tam tersidir.²⁸⁴

Son olarak; Robert C. KLOOSTERMAN ve Ron A. BOSCHMA, teorik olarak ele aldıkları çalışmalarında, 20. yüzyılın başından itibaren üretim sistemlerinde yaşanan değişimleri günümüze kadar değerlendirmiş ve günümüzde öne çıkan kümelenme yaklaşımını incelemiştirlerdir. Buna göre; ekonomik aktivitenin mekansal kümelenmesi, devam eden rekabetçilik ortamında, gelişmiş ekonomilerde yaşamının standartlarını devam ettirmek için çok önemli köşe taşlarıdır ve küresel yarışta geri kalmamaya yardım eder. Başarılı işletme sistemleri aktif devletleri-sınıfları-yönetimleri içerir. Devlet bunu yaparken sadece mülkiyet haklarının

²⁸³ BOSCHMA, R. A., "Social Capital and Regional Development: An Empirical Analysis of The Third Italy", R.A. Boschma and R.C. Kloosterman(eds.), Learning from Clusters: A Critical Assessment from An Economic-Geographical Perspective, 2005 Springer, Printed in Netherlands, ss. 139-168.

²⁸⁴ COOKE, P., "Regional Innovation Systems: General Findings and Some New Evidence from Biotechnology Clusters", Journal of Technology Transfer, Vol. 27, 2002, ss. 133-145.

savunucusu olarak değil eğitimle emeğin kalitesini artıran politikaları başlatan taraf ve bir işletme sistemindeki farklı bileşenler arasındaki bağlantıları güçlendirme amacına sahip politikaları uygulayan taraftır. Katı politika uygulamaları özel işletme sistemleri içinde güçlü bir biçimde şarta bağlıdır ve bir işletme sistemini bunları yerleştirmek zor olabilir. Firmalar-arasındaki işbirliği ve beraber çalışma şekilleri rekabetçi ortamda gerekli elemanlardır. Kümelenmelerden öğrenilecek şey şudur: gerçek yaşam ekonomileri neo-liberal çizgiden kesinlikle farklı yollarla başarılı faaliyet gösterebilirler.²⁸⁵

Görüldüğü gibi, kümelenme ile ilgili oldukça zengin bir literatür bulunmaktadır. Özellikle son yıllarda, kümelenme ile ilgili çalışmalarda oldukça büyük bir artış görülmektedir. Kümelenme yaklaşımı, pek çok akademisyen tarafından ilgi görmekte ve literatür her geçen gün daha da zenginleşmektedir.

Türkiye’de de son zamanlarda kümelenme kavramına olan ilginin arttığı görülmektedir. Kümelenme konusu ile ilgili olarak Türkiye’de yapılan çalışmalar, ayrı bir başlık olarak bir sonraki bölümde ele alınmaktadır.

2.9.2. Kümelenme ile İlgili Literatür Taraması: Türkiye’deki Çalışmalar

Türkiye’de kümelenme ile ilgili çalışmaların 2000’li yıllardan itibaren başladığı görülmektedir. Türkiye’de kümelenme ile ilgili çalışmalara Sedef AKGÜNGÖR, Neşe KUMRAL, Ayda ERAYDIN, Bilge KÖROĞLU ARMATLI, Özlem ÖZ, Aykut LENGER, Pınar FALCIOĞLU, Birol MERCAN, Esen ÇAĞLAR, Melih BULU ve İ. Hakkı ERASLAN gibi akademisyenler öncülük etmektedir. Yapılan literatür taraması sonucunda kümelenme yaklaşımı ile ilgili ulaşılabilen yayınların büyük bir kısmı adı geçen yazarlara aittir. Yazarların, çeşitli yıllarda kümelenme ile ilgili yapmış oldukları çalışmalar ve bu çalışmalarda incelenen konular ve ortaya koyulan bulgular aşağıda Çizelge 2.5’te özetlenmektedir.

²⁸⁵ KLOOSTERMAN R. C. ve R. A. BOSCHMA, “Further Learning From Clusters”, R.A. Boschma and R.C. Kloosterman (eds.), Learning from Clusters: A Critical Assessment from An Economic-Geographical Perspective, 2005 Springer, Printed in Netherlands, ss. 391-405.

Çizelge 2.5 - Kümelenme ile İlgili Literatür Taraması: Türkiye’deki Çalışmalar

Yıl	Yazar	Yöntem ve Bulgular	Sonuçlar
1999	Özlem Öz ²⁸⁶	Bu çalışma, Türkiye endüstrisinin rekabetçi yapısını ve Türkiye ekonomisinin birkaç anahtar sektörünün temel rekabetçi avantaj kaynaklarını araştırmıştır.	Porter’ın “Karo” modeli özellikle gelişmekte olan ülkelere uyarlanırken daha fazla araştırma gerektirmektedir çünkü Porter çerçevesini temel olarak seçilmiş gelişmiş ülkelerin endüstrilerinin örnek çalışmaları etrafında oluşturmuştur.
2001	Neşe Kumral, Sedef Akgüngör, Aykut Lenger ²⁸⁷	Bir bölgedeki endüstri kümelenmeleri inovasyon temelli bir ekonomi için önemli bir temel oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı, endüstri arasındaki satma ve satın alma ilişkilerini değerlendirerek Türk endüstri kümelenmelerini keşfetmektir. 1990 yılı Türkiye girdi-çıkı tablosu, 60 üretim endüstrisinin satın alma ve satma örnekleri arasındaki benzerlikleri tanımlamak için kullanılmıştır.	Faktör analizlerinin prensip bileşenleri 12 farklı endüstri kümelenmesinin varlığını açığa çıkarmıştır. En büyük kümelenme, petrol kümelenmesidir, bunu taşıt, yiyecek(gıda) ve tarımsal kümelenmeler takip etmektedir. Tanımlanan kümelenmeler içindeki firmalar, teknik bilginin paylaşılması için ve biçimsel ve biçimsel olmayan etkileşimlerle bilgi transferi için bir potansiyel oluşturmaktadır.
2001	Özlem Öz ²⁸⁸	Michael Porter’ın “Karo” modelinin çerçevesi rekabetçi avantajın kaynakları üzerine var olan bilgiye göreceli bir katkı yapmış ve bu çerçeve Türkiye inşaat endüstrisine uygulanmıştır. Türk inşaat firmalarının uluslar arası piyasalardaki başarısı, emek maliyeti avantajları ve bir çok gelişen piyasaya kültürel ve coğrafi yakınlığına bağlanmaktadır. Oysa Türk inşaat firmalarının avantajları bu “faktör koşulları” ve “şans” olayları ile sınırlanamaz.	Türk inşaat firmalarının başarısının altında, emek maliyeti avantajı ve gelişen piyasalara kültürel ve coğrafi yakınlık avantajına ek olarak başka önemli avantajlar vardır. Örneğin, dinamik bir iç piyasanın varlığı, girişimsel değişkenlerin varlığı ve yoğun yerel rekabetten kaynaklanan baskılar gibi. Analizler aynı zamanda Türk inşaat firmalarının karşılaştığı problem alanlarını da göstermiştir. Bunlar, yönetimden kaynaklanan problemler, finansal zorluklar ve Türk mühendislik dizaynının ve danışmanlık hizmeti endüstrisinin uluslar arası zayıf pozisyonundan kaynaklanan

²⁸⁶ ÖZ, Ö., The Competitive Advantage of Nations; The Case of Turkey, Ashgate Publishing, 1999.

²⁸⁷ Kumral, N., S. AKGÜNGÖR ve A. LENGGER, “National Industry Clusters: The Case of Turkey”, Paper prepared for Regional Transitions: European Regions and the Challenges of Development, Integration and Enlargement, Presentation at the Regional Studies Association.

²⁸⁸ ÖZ, Ö., “Sources Of Competitive Advantage of Turkish Construction Companies in International Markets”, Construction Management and Economics, Volume 19, Number 2, Routledge Taylor&Francis Group, USA, 2001, ss. 135-144.

<p>2002 Özlem Öz ²⁸⁹</p>	<p>Bu çalışma Porter'ın "Karo" modelini Türkiye'ye uyarlamayı amaçlamıştır. Karo modeli uluslar arası rekabetçi avantajın kaynağını tanımlamaya çalışmaktadır. Temel amaç bu çerçeveye bir katkı yapabilmektedir. Bu katkı rekabetçi avantajın kaynaklarının daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Ayrıca Türkiye endüstrisinin rekabetçi yapısına ışık tutmayı amaçlamıştır.</p>	<p>problemlerdir.</p> <p>Bulgular genelde Porter'ı destekleyici yöndedir, bunun anlamı Porter'ın Karo modelinin çerçevesinin gelişmekte olan bir ülkenin ortamına da uyarlanabileceği ve olumlu sonuç vereceğidir. Analizler sonucunda Türkiye'deki hem cam hem de metal endüstrileri yerel rakipleri olmadan da rekabetçidir, bu endüstrilerde ölçek ekonomileri önemlidir ve rekabet küresel bir ölçekte vardır. Porter'ın karo modeli ile açıklanamayan endüstrilerin birisi yassı-çelik endüstrisidir. Bu sektör, sermaye yoğun, küresel ölçekte rekabetin olduğu ve hükümet katılımının doğrudan ve yüksek derecede olduğu bir sektördür. Türk otomobil endüstrisi de Porter'ın Karo modelini desteklemektedir ve göreceli olarak rekabetçi olmayan bir endüstride dezavantajların kaynaklarını açıklamakta bu modelin başarılı olduğunu göstermiştir.</p>
<p>2002 Sedef Akgüngör, R. Funda Barbaros ve Neşe Kumral ²⁹⁰</p>	<p>Türkiye'nin domates, üzüm ve turunçgil meyvelerinin AB piyasasında endüstri ihraç ürünleri şeklinde işlenmesinde Türkiye'nin rekabetçi avantajını araştırmaktır. Bu ürünler Türkiye'nin toplam meyve ve sebze ihracatı içinde en fazla paya sahip olan ürünlerdir. İhracat benzerlik endeksi Yunanistan, İspanya ve Portekiz'in Türkiye'nin rakipleri olduğunu göstermektedir.</p>	<p>Karşılaştırmalı üstünlük endeksi ve karşılaştırmalı ihracat performans endeksi Türkiye'nin rekabetçi gücünün üzüm ihracatında İspanya ve Portekiz'den daha yüksek olduğunu, turunçgil meyveleri ihracatında da Yunanistan ve Portekiz'den daha yüksek olduğunu göstermektedir. İşlenmiş domates ihracatı için rekabet düzeyi hakkında bir sonuç bulunamamıştır. Ekonomik ithalat talep modeli Türkiye'nin AB'deki işlenmiş domates ve üzüm piyasalarını karşılaştırmalı ihracat fiyatlarının rekabetçi gücünü belirlemede önemli olduğunu göstermektedir.</p>

²⁸⁹ ÖZ, Ö. "Assessing Porter's Framework for National Advantage: The Case of Turkey", Journal of Business Research, 2002, Vol.55, Issue 6, ss. 509-515.

²⁹⁰ AKGÜNGÖR, S., R. F. BARBAROS ve N. KUMRAL, "Competitiveness of the Turkish Fruit and Vegetable Processing Industry in the European Union Market", Russian and East European Finance and Trade, Vol. 38, No. 3, May-June 2002, ss. 34-53.

2003 Sedef Akgüngör, Neşe Kumral, Aykut Lenger ²⁹¹	Bu makale Türkiye'deki endüstri kümelenmelerini, endüstri-içi satma ve satın alma ilişkilerini inceleyerek tanımlamayı amaçlamıştır. Türkiye'nin 1990 yılı girdi-çıkıtları verileri satma ve satın alma örnekleri arasındaki benzerlikleri tanımlanmak için kullanılmış ve bunlar arasındaki bağıntılı ilişkileri açıklamak için bir matriks türetilmiştir. Bu çalışma aynı zamanda yerel örnekleri analiz etmek için tanımlanmış ulusal kümelenmeleri bir şablon gibi kullanarak bölgesel uzmanlaşmaları araştırmıştır.	Temel bileşen faktör analizleri 6 tane tanımlanabilir endüstri kümelenmesinin varlığını göstermiştir. Tanımlanan kümelenmeler içindeki firmalar, biçimsel ve biçimsel olmayan etkileşimlerle teknik bilgi paylaşımı ve bilgi transferi konusunda bir potansiyel sağlamaktadır.
2003 Sedef Akgüngör ²⁹²	Bu çalışma her bir kümelenmenin odağında, bölgenin en büyük rekabetçi avantaja sahip olduğu bir veya daha fazla yönlendirici endüstrinin bulunduğu varsayımına odaklanmıştır. Ulusal kümelenme kalıplarının bölgesel dağılımını araştırmış ve en önemli bölgesel kümelenmeleri tanımlamayı hedeflemiştir. Ayrıca her bölgenin en önemli kümelenmelerini ve onların yönlendirici endüstrilerini tanımlamayı amaçlamıştır. Ulusal kümelenme kalıplarının temelleri Türkiye'nin 1996 yılı verileri, girdi/çıkıtları metodu kullanılarak daha önce tanımlanmıştır. Bu çalışma her bir en önemli kümelenmenin yönlendirici endüstrisini 4 basamaklı olarak tanımlamıştır. Bölgesel işgücünün en az % 0.2'sine tekabül eden ve ulusal ortalamadan en az % 25 daha yoğun olan 4 basamaklı yönlendirici endüstrilerin oluşturduğu en önemli kümelenmeleri incelemiştir.	Türkiye'nin 7 coğrafi bölgesinde göreceli yoğunlaşması ulusal ortalamadan yüksek olan en önemli endüstri kümelenmelerini ortaya çıkarmıştır. Bulgular, Türkiye'nin her bir coğrafi bölgesinin en az bir kümelenme alanında uzmanlaştığını ispatlamaktadır. Ayrıca genellikle bu tür kümelenmelerin bölgedeki toplam istihdam içindeki payının %50'den daha fazla olduğu bulunmuştur. Tanımlanan en önemli kümelenmelerin bir veya iki tane yönlendirici endüstrisi bulunmuştur. En önemli kümelenmelerin mekana ait dağılımı ve onların yönlendirici endüstrileri, her bir bölgenin kalkınma öncelikleri ile ilgili eşsiz özellikleri olduğunu göstermiştir.
2004 Birol Mercan, Nadide Sevil Halıcı ve Nuri Baltacı ²⁹³	Çalışmanın konusu sanayi odalarını tanımlamak ve bölgelerin nasıl bir sanayi ve cazibe merkezi haline gelebileceğinin yollarını araştırmaktır.	Bir kümelenme bir firmaya daha geniş bir ölçeğe sahipmiş gibi veya diğer firmalarla biçimsel bir birleşme yapmadan da birleşmiş gibi fayda elde etmesini sağlar. Bunu yaparken de firma esnekliğinden bir şey kaybetmez. Rekabet avantajı yaratma kısa dönemli değil uzun dönemli olmalıdır. Bunun

²⁹¹ AKGÜNGÖR, S., N. KUMRAL ve A. LENGER, "National Industry Clusters and Regional Specialization in Turkey", European Planning Studies, 2003, Vol.11, Issue 6, ss. 647-669.

²⁹² AKGÜNGÖR, S., "Exploring Regional Specializations in Turkey's Manufacturing Industry", Paper Prepared for Presentation at the Regional Studies Association International Conference, Pisa, Italy, April 12-15, 2003.

²⁹³ MERCAN, B., N. S. HALICI ve N. BALTACI, a.g.e., s. 167-176.

		için bölgede faktör yönlendirici, yatırım yönlendirici ve yenilik yönlendirici kaynaklar göz önüne alınmalıdır.
2004 Melih Bulu ve İ. Hakkı Eraslan ²⁹⁴	Sektörel, bölgesel ve yerel rekabet gücünü yükselten ve kalkınma modeli olarak da görülen kümelenme yaklaşımı incelenmiştir.	Özellikle son on yıldan bu yana ön plana çıkan kümelenme yaklaşımı, devletlerin kalkınma girişimlerinde ana yaklaşımı oluşturur hale gelmektedir. Ayrıca yatırımcılar için yatırıma ve yatırım yerine karar verirken önemli bir kriter konumunu kazanmıştır. Küresel rekabette firmalar artık rakip firmaları analiz ederken onların içinde yer aldığı kümelenme ile birlikte bu analizi yapmak zorundadır. Günümüzde rekabet kümelenmelerin arasında gerçekleşmektedir.
2005 Ayda Eraydın, Bilge Köroğlu Armatlı ²⁹⁵	Bu çalışma, inovasyon ve networklerin(ağ kurmanın) yeni nesil endüstriyel kümelenmelerin rekabetçilik kapasitesini teşvik eden iki anahtar unsur olduğunu öne sürmektedir. Bu 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 önemini 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 kanıtlanmıştır.
2005 Sedef Akgüngör ve Pınar Falcioğlu ²⁹⁶	Bu çalışmadaki amaç zamanla değişen uzmanlaşma ve yoğunlaşma örneklerini araştırarak Türkiye üretim endüstrisindeki endüstriyel yığılma üzerindeki çalışmaların bulgularını tamamlamaktır. 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 hedeflemiştir. Endüstriyel yoğunlaşma ve bölgesel uzmanlaşma NUTS-2 bölgeleri için 1992-2001 yılları arası dönemde 2 basamaklı kodlar	Bu 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

²⁹⁴ BULU, M. ve İ. H. ERASLAN, a.g.e., s. 159-170.

²⁹⁵ ERAYDIN, A. ve B. KÖROĞLU ARMATLI, "Innovation, Networking and The New Industrial Clusters: The Characteristics of Networks and Local Innovation Capabilities In The Turkish Industrial Clusters", Entrepreneurship & Regional Development, 2005, Vol.17, Issue 4, ss. 237-266.

²⁹⁶ AKGÜNGÖR, S. ve P. FALCIOĞLU, "European Integration and Regional Specialization Patterns In Turkey's Manufacturing Industry", Discussion Paper Series, No. 05/01, October 2005.

	<p>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 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.</p>	<p>Türkiye üretim endüstrisinin 1992-2003 yılları arasında endüstriyel yoğunlaşmasında artış olduğuna dair kanıt bulunamamıştır fakat Türkiye üretim endüstrisinin bölgesel uzmanlaşma yönünde bir eğilimi vardır. Bulgular; mekansal kümelenme için tedarikçilere yakın olmanın önemli olduğunu göstermektedir. Mekansal yakınlık, networklerin önemini desteklemekte ve ekonomik aktivitenin mekansal kümelenmesi için firmalar arası bağlantıları teşvik etmektedir.</p>
<p>2005 Hatice Karaçay Çakmak ve Lütfi Erden²⁹⁷</p>	<p>Türkiye’de son yıllarda Denizli ve Gaziantep vb. örneklerle yerel kalkınma ve yeni sanayi odakları tartışılmaya başlanmıştır. Bu çalışma Türkiye’de yeni sanayi odaklarının varlığını sorgulayarak sanayinin yeni mekan arayışları olgusunu incelemiştir. Yeni sanayi odakları olarak değerlendirilen Denizli ve Gaziantep illerini de kapsayan toplam 17 ilin; imalat sanayi üretim ve istihdam bileşim payları cinsinden gelişim trendi, bunalım koşullarına uyumu, dışa açılma süreciyle birlikte verimlilik artışları ve teknolojik dönüşüm süreci uygulamalı analiz altında incelenmiş ve iki il örneği temelinde sanayinin yeni mekan arayışı olgusunun ve yerel kalkınma yaklaşımının Türkiye için geçerliliği değerlendirilmiştir.</p>	<p>Denizli ve Gaziantep gelişme odaklarının diğer illere göre büyük bir performans göstererek dinamik bir yapı sergiledikleri ve geleneksel sanayi kökenli yeni sanayi odakları olarak kendilerini ispatladıkları görülmektedir. Bu iki odağın hızlı gelişim süreci, ileri teknolojiye, verimlilik artışına dayanan yüksek rekabet gücüne, yörenin kendi özgün niteliklerini gösteren ürün farklılaştırmasına, karşılaştırmalı üstünlüğü koruyacak öğrenme ve geliştirme sürecine dayanmadığı bulunmuştur. Dolayısıyla bu iki odak taklit ve öncüyü takip etme türü bir üretim örgütlenmesinden, yörelerin donanım ve kendine özgü özelliklerine bağlı olarak, standart bir üründe uzmanlaşma sürecinde veya ürün çeşitlenmesi sürecinde önemli gelişim sağlayacak üretim örgütlenmesi ve tekniklerini kullanmalıdır.</p>
<p>2006 Esen Çağlar²⁹⁸</p>	<p>Bu çalışma Türkiye’deki yerelleşme</p>	<p>Sonuç olarak Türk özel</p>

²⁹⁷ KARAÇAY ÇAKMAK H. ve L. ERDEN, “Yeni Sanayi Odakları ve Sanayinin Yeni Mekan Arayışları: Denizli ve Gaziantep Örneği”, C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt 6, Sayı 1, 2005, ss. 111-129.

²⁹⁸ ÇAĞLAR, E., a.g.e., s. 305-315.

		tartışmalarını rekabet gücü perspektifinden değerlendirerek kümelenme ve organize sanayi bölgelerini araştırmıştır.	sektörünün rekabet gücünün geliştirilmesinde kümelenmeye dayalı sanayi politikaları ve yerel yatırım ortamlarının iyileştirilmesinin büyük önemi vardır.
2007	Ayda Eraydın, Bilge Köroğlu Armatli ²⁹⁹	Çalışmanın amacı, endüstriyel firmalar ve kümelenmelerin iktisadi rekabetçiliği ve inovasyon performansı açısından farklı tipteki küresel hizmetlerin önemini belirlemektir. 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.
2008	Pınar Falcioğlu, Sedef Akgüngör ³⁰⁰	Türkiye’de ekonomik aktivitenin coğrafi dağılımı üzerine daha önce yapılan çalışmalar, firmaların birkaç tane gelişmekte olan bölgenin yanında genelde büyük metropoliten bölgelerde yerleştiğini kanıtlamaktadır. Bu çalışmanın amacı Türkiye’nin üretim endüstrisinin bölgesel ve endüstriyel yoğunlaşması hakkındaki çalışmaların bulgularını Türkiye’de bölgesel uzmanlaşma ve endüstriyel yoğunlaşma kalıplarının 1980-2000 yılları arasındaki değişimini ortaya çıkararak tamamlamaktır. Yöntem olarak bölgesel uzmanlaşma ve endüstriyel yoğunlaşma, 1980-2000 yılları arasındaki dönem için	Çalışmanın temel bulgusu, Türkiye’de 1980-2000 dönemi boyunca Türkiye’nin bölgelerinin daha uzmanlaşmış hale geldiği ve endüstrinin daha yoğunlaşmış hale geldiğidir. Bölgesel uzmanlaşma ve endüstriyel yoğunlaşma ortalama değerlerindeki artışlar, Krugman tarafından geliştirilen öngörülerini desteklemektedir. Krugman’ın öngörüsü şudur: ekonomik bütünleşme ile birlikte bölgeler daha uzmanlaşmış hale gelecek ve endüstriler daha yoğunlaşacaktır. Çalışmanın

²⁹⁹ ERAYDIN, A. ve B. KÖROĞLU ARMATLI, “Increasing Role of Services in Competitive Power and Innovativeness of Firms and Industrial Clusters”, European Planning Studies, 2007, Vol.15, Issue 7, ss. 905-925.

³⁰⁰ FALCIOĞLU, P. ve S. AKGÜNGÖR, “Regional Specialization and Industrial Concentration Patterns in the Turkish Manufacturing Industry: An assessment for the 1980-2000 Period” , European Planning Studies, 2008, Vol. 16, Issue 2, ss. 303-323.

Türkiye'nin NUTS-2 bölgelerinde 4 basamaklı kodlar kullanılarak GINI endeksi ile ölçülmüştür. Bir panel regresyon modeli kullanılmıştır. Bulguları, endüstriyel yoğunlaşmanın yönlendirici gücü olarak firmaların ölçek ekonomisi olan bölgelerde kümelenme eğiliminde olduğunu kanıtlamıştır.

2.10. Kümelenme Çalışmaları: Dünya'dan Bazı Örnekler

Dünyada kümelenme oluşumları uzun yıllardan beri görülmektedir. Örneğin İtalya'da 1600'lerde, Massachusetts'te 1750-1800'li yıllarda oluşmaya başlamış kümelenmeler mevcuttur. Benzer şekilde, İtalya, Finlandiya, İskoçya gibi ülkelerde de 1900-1950'li yıllara dayanan kümelenmeler görülmektedir. Aşağıda Çizelge 2.6'da yıllar itibariyle çeşitli bölgelerde oluşan kümelenmelere yer verilmektedir.

Çizelge 2.6 - Bazı Ülkelerde Kümelenmeler ve Oluşum Tarihleri

Bölge	Sektör	Yıl	Kaynaklık Teşkil eden Faktörler	Cezbedici Faktörler	Büyüme
Aalborg, Danimarka	Mobil İletişim	1948	SP Radyo	Denizcilik Endüstrisi	Ana şirketten ayrılarak kurulan yeni küçük işletmeler, teknoloji, üniversite bağlantıları
Dalton, GA	Halıcılık	1918	Elsanatı halıları	Şans eseri(Serendipity)	Otomasyon, yan ürün rakipleri
Castel Goffredo, İtalya	Dokuma (çorap, iç çamaşırı)	1923	Noemi'de yerleşen tesisler	Piyasalar	Tesisler kapandı, çalışanlar ekipmanı satın aldı.
Ibi, İspanya	Oyuncak	1915	Paya Hermanos S.C.V.L.	Yerleşim yeri	Farklı ürünlerin yan ürünleri
Los Angeles	'Oyuncak Şehri'	1968	Göçmen Toptancılar	Dağıtım merkezleri, düşük maliyet	Yeni göçmen girişimcileri çekmek, dizayn kolejlere
North Central Massachusetts	Plastik	1760	Noyes, deniz kabuğu tarağı üretimi	Şans eseri (Serendipity)	Girişimsel çıraklar, selülozdan yapılan plastik maddeler, yeni ürünler
San Diego	Biyoteknoloji, ilaç	1950	Scripps, Scripps Enstitüsü, UCSD, Hybritech	Deniz kuvvetleri temelli	Yeni ürünlerin yan ürünleri, girişimci sermayesi
Saussoulo, İtalya	Seramik tuğlalar	1600	Rubbiani	Kil	İnovasyonlar, rakipler, katma değer zincirleri
İskoçya	Elektronikler	1940	İngiliz askeri elektronikleri	Hücumdan izolasyon	İçsel yatırım, hükümet AR-GE'si
Lahti, Finlandiya	Mobilya	1918	Asko Mobilya Oy(1981), &Isku Oy(1928)	Huş ağacı, yetenekler, el sanatı eğitimi, ulaşım	Uzmanlaşma, modernizasyon*
Tupelo, MI	Mobilya	1948	Futorian'da yerleşen tesisler	Emek, Kereste	Girişimci çalışanlar, arz edicilerin iyileştirilmesi*
Springfield, MA	Metal	1816	Springfield Silah Deposu	Su Gücü, lojistiklerin kolaylaştırılması	Yeni üretim metodları

Kaynak: Stuart A. ROSENFELD, 'Creating Smart Systems A Guide to Cluster Strategies in Less Favoured Regions', European Union-Regional Innovation Strategies, April 2002, s. 12.

Kümelenmeler genellikle kendiliğinden ortaya çıkarken, bazı kümelenmeler ise devlet desteği ve kümelenme politikaları çerçevesinde oluşturulmaktadır. Örnek olarak; gelişmiş ülkelerden özellikle İtalya, Almanya, ABD ve Japonya kalkınma için kümelenme politikaları geliştirmekte ve uygulamaktadır. Bunun yanında gelişmekte olan ülkeler de kümelenme konusunda politikalar uygulamaya koymaktadır. Her ülkenin kümelenme konusunda uyguladığı politikaların hedefleri birbirinden farklı olmakla birlikte, birtakım ortak hedefler de bulunmaktadır. Ülkeler itibariyle kümelenme politikalarının hedefleri şu şekilde özetlenebilir:³⁰¹

- İşletmelerin yeni teknolojiler geliştirmesini desteklemek (ABD, AB)
- Endüstrinin rekabet gücünü yükseltmek (Hindistan, Meksika, Yeni Zelanda, İtalya)
- İhracat kalitesini yükseltmek (Hindistan, Meksika)
- Yabancı sermayeyi çekmek (Çek Cumhuriyeti)
- Yeni pazarlara girmek (Hindistan, Meksika, İtalya)
- İşsizliği azaltmak (İtalya, İngiltere)
- İhracat potansiyelini geliştirmek (Hindistan)
- Eğitim, teknoloji ve istikrarlı büyüme (İrlanda)

Dünya genelinde kümelenme oluşumlarına bakıldığında, en başarılı kümelenme örneklerinin ABD’de bilgi teknolojileri alanında Silikon Vadisi, finansal hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmaların kümelenmesi ile oluşan İngiltere-Londra ve ABD-Wall Street finans kümelenmesi olduğu söylenebilir. Bunlara ilaveten, Hollywood’da medya kümelenmesi, Las Vegas’ta turizm (ve onun bir alt dalı olarak eğlence-kumar) kümelenmesi de başarılı kümelenmelerdendir.³⁰² Yine ABD’de Detroit otomotiv sektöründe, İngiltere Convery şehri otomotiv sektöründe, Fransa-Paris turizm sektöründe, Japonya elektronik eşyada, İsveç finans sektöründe,

³⁰¹ <<http://www.egelif.com/index.php?option=content&task=view&id=2595&Itemid=78>>
(12.02.2009)

³⁰² <<http://www.egelif.com/index.php?option=content&task=view&id=2595&Itemid=78>>
(12.02.2009)

Norveç deniz taşımacılığında,³⁰³ Kuzey İtalya tekstil, deri ürünleri ve moda alanında, Güney Almanya otomotivde, Hindistan-Bangalor yazılım alanında başarılı kümelenmelere örnek teşkil etmektedir.³⁰⁴ Yenilikçi kümelenmeler olarak Finlandiya'da, İrlanda'da ve Danimarka'da bilgi ve iletişim teknolojileri kümelenmeleri, olgun kümelenmeler olarak da Norveç'te tarım-gıda üretimi kümelenmesi, Danimarka, Hollanda ve İsviçre'de inşaat sektörü kümelenmeleri sayılabilir.³⁰⁵

Kümelenme politikaları Avrupa Birliği'nde de geniş bir uygulama alanı bulmaktadır. 31 Avrupa ülkesinde yapılan bir araştırmada, bu ülkelerin 21'inde ulusal kümelenme politikalarının olduğu ve bunların altında yer alan kümelenme politikaları aracılığıyla küme geliştirme uygulamaları yürütüldüğü belirlenmiştir. Aynı araştırmada, kümelenme politikasının uygulamaya ilişkin programlarının üçte ikisinden fazlasında finansal kaynak olarak ulusal fonların kullanıldığı da belirlenmiştir. Çalışmada, söz konusu politika alanlarına ilişkin tedbirlerin birbirlerini bütünlenecek şekilde, uyumlu ve eşgüdüm içerisinde uygulanması gerektiği ve bu nedenle uygulamadan sorumlu merkezi ve yerel kuruluşlar arasında başarılı yönetim uygulamasının kaçınılmaz olduğu da ifade edilmektedir.³⁰⁶

OECD'nin yaptığı bir araştırmaya göre Slovenya'da sanayi yoğunlaşmalarının haritası çıkarılmış ve bölgelerdeki önemli kümelenmeler belirlenmiştir. Yine benzer bir şekilde Slovakya kümelenme araştırmasında uzun süreli endüstriyel yapıların dağılmasının Slovakya'da yeni sanayi kümelenmelerinin ortaya çıkmasında oynadığı rol ve bu durumun yeni bölgesel sanayi kümelenmeleri ile dış yatırımlar arasında mevcut bir bağlantı olup olmadığını değerlendirilmiştir. Daha sonra seçilen dört kümelenme (otomotiv, elektronik, kimya ve giyim) üzerinde işletmelerin kendi ulusal ve bölgesel ekonomilerinde yerleşme ve kümelenme faaliyetlerini ortaya koymak amacıyla ayrıntılı araştırmalar yapılmıştır. Araştırmada ayrıca Macaristan'da farklı ekonomi branşlarında faaliyet gösteren ve devlet tarafından desteklenen kümelenmelere ait veriler sunulmuş, ülkenin kümelenme

³⁰³ BULU, M., İ. H. ERASLAN ve Ö. ŞAHİN, a.g.e., s. 146,147.

³⁰⁴ TEPAV, a.g.e., s.82.

³⁰⁵ OECD, a.g.e., s.1,2.

³⁰⁶ <<http://ref.advancity.net/newsletters/2008/06/1.html>> (23.12.2009)

haritası çıkarılmıştır. Macaristan'da kümelenme gelişimini sağlayan itici gücün doğrudan yabancı yatırımlar ve uluslar arası rekabet baskısı olduğu belirlenmiştir. Macaristan'ın mevcut kümelenme politikaları incelenmiş ve çeşitli bölgelerdeki ekonomik kalkınmaya bir araç olarak kümelenme kavramından yararlanılması gerektiği önemle vurgulanmıştır. Çek Cumhuriyeti'nin kümelenmeleri tanımlanmış ve üretim sanayilerinde bölgesel yoğunlaşmalar belirlenmiştir. Aynı zamanda Çek Cumhuriyeti'nin kamu politikası dahilinde KOBİ'leri, işletme kümelenmeleri ve ağları güçlendirme konusunda teşvik ederek büyütme işlemi konusundaki politikaları belirtilmiştir.³⁰⁷

Çalışmanın bir sonraki bölümünde, bazı ülkelerden başarılı kümelenme örneklerine yer verilmektedir.

2.10.1. Fransa

2000'li yılların başında küresel ekonomideki değişimler ve bu değişimlerin Fransız ekonomisine etkilerine yönelik olarak, Fransa endüstriyel rekabete ve özellikle de AR-GE ve inovasyona odaklanmış geniş kapsamlı bir endüstriyel strateji geliştirmiştir. Stratejinin uygulanması görevini Fransız hükümetinin 13 Aralık 2002'de aldığı karara uygun olarak, Bakanlıklararası Bölgesel Planlama ve Geliştirme Komitesi (CIADT) üstlenmiştir. CIADT, 2004 yılında rekabetçi sanayi kümelenmelerini teşvik etmek için uygulanacak mekanizmaları tanımlamıştır. CIADT tarafından yapılan tanıma göre Fransa'da rekabetçi sanayi kümelenmeleri; işletmeler, yükseköğretim merkezleri, araştırma üniteleri gibi kurumlar ile, ortaklıklar, AR-GE projeleri ve uluslararası görüş-ışbirliği gibi unsurların bir araya gelmesi ile oluşmaktadır.

Fransa'da sanayi kümelenmelerinin oluşumunu sağlamak ve mevcut sanayi kümelenmelerini güçlendirmek için bazı teşvikler sağlanmaktadır. Örneğin; 2006-2008 yıllarını kapsayan 3 yıllık dönem için, rekabetçi sanayi kümelenmelerinin gelişmesini sağlamak amacıyla 1,5 milyar € kaynak ayrılmıştır. Buna ilaveten, bakanlıkların yatırım bütçelerinin %25-30'u inovasyon projelerine tahsis

³⁰⁷ KOSGEB, İşletme Kümelenmeleri Orta ve Doğu Avrupa'da İşletmelerin Desteklenmesi, OECD,- ISBN-978-975-7608-99-8, KOSGEB 2007, s. 51, 75, 141, 167.

edilmektedir. AR-GE projelerine katılan ya da herhangi bir AR-GE projesi yürüten işletmelerin kurumsal vergisinden muaf olması ve daha düşük sosyal güvenlik ödemeleri yapması sağlanmaktadır. Ayrıca Fransız İnovasyon Girişimi (OSEO-ANVAR) ve Fransız garanti fonları da kümelenme ile ilgili girişimlere fon tahsisinde bulunmaktadır.

CIADT, rekabetçi sanayi kümelenmelerinin belirlenen kriterler çerçevesinde kurulması amacıyla, ülkedeki uzmanlığın yoğunlaştığı sektörler başta olmak üzere, mevcut ve gelişme potansiyeli taşıyan sektörlerde kümelenme projelerinin desteklenmesi için yoğun çalışmalar yürütmektedir. Kümelenme oluşumu için CIADT'ye yapılan proje başvurularında bazı kriterler aranmaktadır. Öncelikli olarak, özel sektör-kamu sektörü ortaklıklarının kurulması, üniversite, araştırma merkezi, finans kuruluşları ve bölgesel yönetimlerin de kümelenme çalışmalarına katılması gerekmektedir. Ayrıca şu hususlar da dikkate alınmaktadır:

- Bölgenin kalkınma stratejisiyle uyumlu bir ekonomik gelişme stratejisinin uygulanması,
- Projelerin gerçekleştirilmesi için geniş ortaklıkların oluşturulması,
- Yüksek büyüme potansiyeline sahip pazarlara yönelik teknolojilere odaklanılması,
- Uluslararası bilinirlik için yeterli düzeyde kritik kütleyle erişilmesi.

Projelerin incelenmesi aşamasında da bazı unsurlara dikkat edilmektedir. Başvurusu yapılan kümelenme projelerinde ana şartların sağlanıp sağlanmadığına ilişkin olarak aşağıdaki konulara bakılmaktadır:

- Kümelenmenin ekonomik gelişme stratejisini belirleyen yerel ekonomik yapı, uluslararası rekabete kıyasla daha dinamik ve etkin olmalıdır. Kümelenme stratejisi tüm bölge için planlanan büyük çaptaki ekonomik gelişmeyle uyumlu olmak zorundadır.
- Sanayi kümelenmesi endüstriyel ve/veya teknolojik açıdan uluslararası düzeyde kayda değer bir nitelik taşımalıdır. Önerilen projeler kendi sektörlerinde küresel anlamda rekabetçi olma potansiyeli taşımalıdır.

- Projenin ortaklık yapısı ve yönetim modeli çok önemlidir. İşletmeler, üniversiteler ve diğer kurumlar arasındaki AR-GE ortaklıklarının kalitesi ve etkinliği yüksek olmalıdır.
- Proje, AR-GE sinerjisi yaratmalı ve böylelikle sermayeye yeni değerler kazandırarak ekonomiye katkıda bulunmalıdır. Nihai amaç, ürünlerin ve hizmetlerin uluslararası pazarda rekabetçiliğini artırmak ve bununla beraber nitelikli işgücü yaratmaktır.³⁰⁸

Ülkedeki en başarılı kümelenme örnekleri aşağıda ele alınmaktadır:

Minalogic Kümelenmesi

Minalogic kümelenmesi, Fransa'daki en başarılı kümelenmelerden birisidir. Minalogic kümelenmesi 103 firma, 15 araştırma merkezi ve üniversite, 15 yerel hükümet kuruluşu, 9 ekonomik kalkınma organizasyonu ve 3 özel yatırımcı şirket olmak üzere toplam 145 üyeden oluşmaktadır.³⁰⁹ Minalogic örneği, kümelenmelerde arzu edilen ortaklık yapısına güzel bir örnek teşkil etmektedir. Minalogic kümelenmesinde, birbirine rakip olan kuruluşların "işbirlikçi rekabet" yaklaşımı doğrultusunda hareket ettikleri ve ortak çıkarlar için bir araya geldikleri görülmektedir. Minalogic kümelenmesinde yer alan paydaşlardan bazıları aşağıda Şekil 2.4'te yer almaktadır:

³⁰⁸ ELÇİ, Ş., İ. KARATAYLI ve S. KARAATA, a.g.e., s. 81-85.

³⁰⁹ <<http://www.minalogic.com/en/index.htm>> (03.09.2009)



Şekil 2.4 - Fransa Kümelenme Örneği

Kaynak: <http://www.minalogic.com/en/membres.htm>, Erişim Tarihi: 03.09.2009

Céréales Valeé Kümelenmesi

Céréales Valeé kümelenmesi, Fransa'nın Auvergne bölgesinde, ülkenin en büyük tohum firmalarından biri olan Limagrain ile Fransa Ulusal Tarımsal Araştırma Enstitüsü (INRA)'nın uzun süreli işbirliği temeli üzerine oluşturulmuştur. Céréales Valeé kümelenmesi, 12 büyük firma, 9 KOBİ, 4 araştırma merkezi, 10 eğitim merkezi ve 13 ilişkili kuruluştan oluşmaktadır.

Kümelenme ile yeni tür ve daha özellikli ürünlerin üretilmesi; gıda ve gıda dışı sektörlerin talepleri doğrultusunda en uygun maliyetlerde çözümler üretilmesi; doğal kaynakların yönetimi ve tarımın çevre üzerindeki etkisinin optimize edilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda, Auvergne bölgesindeki sektörel paydaşların ortak projeler geliştirmeleri; yatırımlar yapmaları ve araştırmacı, teknisyen ve çiftçilerin eğitilmesi üzerinde çalışılmaktadır. Blaise Pascal ve Auvergne Üniversiteleri ile sıkı

işbirliğine gidilmesi; biyoloji ve araştırma alanlarında 2 yıllık mesleki eğitim programları, master ve doktora programlarının geliştirilmesi; aynı zamanda, Auvergne Bölgesindeki mühendislik fakülteleri arasında bir ağ oluşturulması yolunda adımlar atılmaktadır.

Kümelenme içerisinde tarımsal ürünlere ilişkin olarak; Geleceğin Bitkileri, İnsan Gıdaları için Katkı Maddeleri, Hayvan Beslenmesi için Katkı Maddeleri, Gıda Dışı Kullanım için Tarımsal Ürünler ve İşlenmiş Ürünler başlıkları altında çeşitli projeler yürütülmektedir.³¹⁰

Valorial Kümelenmesi

Valorial kümelenmesi, Fransa'nın Bretagne Bölgesi'nde yer almaktadır. Bu kümelenme, bölgenin rekabet gücünün artırılması amacıyla gıda sanayi için ortaklaşa proje gerçekleştirmek için sanayi kuruluşları ve eğitim birimlerinin bir araya gelmeleriyle oluşmuş bir kümelenmedir. Valorial kümelenmesi 210 paydaştan oluşmaktadır. Bu üyelerin 140'ı firma, 40'ı araştırma merkezi ve üniversite, 28'i diğer ilişkili kuruluşlardır. Valorial kümelenmesi, proje sayısı ve proje bütçesi bakımından Fransa'nın en büyük 3 kümelenmesinden birini teşkil etmektedir.³¹¹

Valorial kümelenmesi, 4 sektörel 4 yatay olmak üzere toplam 8 alanda faaliyet göstermektedir. Sektörel alanlar; süt ve süt ürünleri, yumurta ve yumurta ürünleri, et teknolojisi ve sebze sektörleridir. Yatay alanlar ise; gıda mikrobiyolojisi, işlevsel gıda maddeleri, beslenme ve sağlık ile endüstriyel işleme ve paketlenmeden oluşmaktadır.³¹²

Kümelenmenin stratejik hedefleri şu şekilde belirlenmiştir:

- Ulusal ve uluslararası piyasalara adapte olacak yeni gıda maddeleri tasarlamak
- Yeni teknoloji ve yeni paketlenme imkanları ile daha kolay kullanılabilir gıda ürünleri tasarlamak ve geliştirmek

³¹⁰ <<http://www.invest-in-france.org/international/en/cereales-vallee-cluster.html>> (05.09.2009)

³¹¹ <<http://www.invest-in-france.org/international/en/valorial-cluster.html>> (05.09.2009)

³¹² <<http://www.rennes-atalante.fr/en/3-secteurs/3-c-agroalimentaire/Valorial.asp>> (05.09.2009)

- Tüketicilerin farklı talepleri ve ihtiyaçları için yeni ürünler geliştirmek
- Tüketici ve dağıtım ağı arasında bir “müşteri ilişkileri” ağı geliştirerek tüketicilerin yeni ürünler ve yeni ambalajlar konusundaki taleplerinin daha etkin anlaşılmasını sağlamak

2.10.2. Almanya

Almanya’da inovasyon kümelenmeleri Fraunhofer-Gesellschaft’ın liderliğinde kurulmaktadır. 1949 yılında kurulan Fraunhofer, bugün itibariyle 57 enstitü, 80’den fazla araştırma ünitesi ile Almanya’nın 40 farklı bölgesinde faaliyet göstermektedir. Yıllık 1,4 milyar € araştırma bütçesi ile Fraunhofer, Avrupa’nın en büyük uygulamalı araştırmalar merkezi konumundadır. Kurumun ayrıca ABD, Asya ve Orta Doğu’da da araştırma merkezleri ve temsilcilikleri bulunmaktadır.³¹³

Almanya’da İnovasyon kümeleri, inovasyon sürecinin başarısında geliştirme ve üretim arasında etkin bir işbirliğinin şart olduğu gerçeğinden hareketle kurulmaya başlanmıştır. Bu doğrultuda, Federal Eğitim ve Araştırma Bakanlığı’nın desteğiyle, yüksek inovasyon potansiyeli taşıyan teknolojik alanlarda, firmalar ve araştırma enstitüleri bir araya getirilerek inovasyon kümelenmeleri kurulmaktadır. Federal hükümet ve eyalet hükümetleri tarafından imzalanan “Araştırma ve İnovasyon Paketi” kapsamında 2004 ve 2005 yıllarında uygulamaya konan kararların bir sonucu olarak, Fraunhofer bölgesel kümelenmelerin sponsorluğu konusunda yetkilendirilmiştir.³¹⁴

İnovasyon kümelenmelerinin finansmanı, sanayi, devlet ve Fraunhofer tarafından sağlanmaktadır. Bu kapsamda, iş dünyası, bilim, eğitim, hükümet ve sivil toplumdaki ilgili tüm kesimler tarafından oluşturulan kümelenmeler ve kuruldukları bölgeler şunlardır:

³¹³ <<http://www.fraunhofer.de/en/about-fraunhofer>> (05.09.2009)

³¹⁴ ELÇİ, Ş., İ. KARATALI ve S. KARAATA, a.g.e., s. 89.

Çizelge 2.7 - Almanya'da Bölgeler İtibariyle Kümelenme Örnekleri

Bölge	Sektör
Saarbrücken	Otomotiv
Kaiserslautern	Dijital Ticari Araç Teknolojisi
Stuttgart	Dijital Üretim
Freiburg	Geleceğin Güvenlik Teknolojileri
Chemnitz	Mekatronik Makine Sistemleri
Dresden	Üretim için Nano
Jena	Optik Teknolojiler
Erlangen	Kişisel Sağlık
Leipzig	Polimer Teknoloji
Karlsruhe	Hibrid Hafif Yapı Teknolojileri
Magdeburg	Sanal Geliştirme, Mühendislik ve Eğitim

Kaynak: Şirin ELÇİ, İhsan KARATALI ve Selçuk KARAATA, Bölgesel İnovasyon Merkezleri: Türkiye İçin Bir Model Önerisi, TÜSİAD, Yayın No. TÜSİAD-T/2008-12/477, Aralık 2008, s. 93.

Karlsruhe Kümelenmesi

Karlsruhe kümelenmesi, hibrid hafif yapı teknolojileri (Technologies for Hybrid Lightweight Construction – kısa adıyla KITE hyLITE) üzerine kurulmuş bir kümelenmedir. Karlsruhe kümelenmesi, Fraunhofer tarafından yürütülen bir girişimdir. Kümelenmeye, Fraunhofer enstitülerinden Kimya Teknolojileri (ICT), Malzeme Mekaniği (IWM) ile Yapısal Sağlamlık ve Sistem Güvenliği (LBF) Enstitüleri katılmakta ve Karlsruhe Üniversitesi, Karlsruhe Teknoloji Enstitüsü (KIT) ve Otomotiv Araştırmaları Merkezi (CART) ile işbirliği yürütülmektedir.³¹⁵ Otomotiv firmaları olarak da DaimlerChrysler AG, Audi AG, Porsche AG ile Güney Almanya otomotiv yan sanayi firmaları yer almaktadır.

Kümelenmede, fiber-kompozit malzemeler alanında araştırmaları gerçekleştirmek ve araştırma sonuçlarını hibrid hafif yapı uygulamalarına aktarmak amacıyla faaliyetler yürütülmektedir. Ana çalışmalar; malzeme geliştirme, imalat teknolojileri, fonksiyonel hafif tasarım çözümlerini gerçekleştirme yöntemleri ve bu

³¹⁵ <http://www.research-in-germany.de/coremedia/generator/dachportal/en/06_Regions_20in_20Focus/Indien/KT-Profile/KITe_20hyLITE/KITe_20hyLITE.html> (05.09.2009)

çözümleri otomotiv sektörü için ekonomik olarak uygulanabilir endüstriyel üretim süreçlerine aktarma çalışmalarıdır.³¹⁶

2.10.3. Brezilya

Brezilya’da bölgesel inovasyon, tamamen endüstriyel kümelerle sınırlıdır. Bu kümelenmeler, özellikle dış pazarlarla ilişki içerisindeki kümelenmelerdir. Brezilya’daki başarılı kümelenmelere örnek olarak, Santa Catarina’da yer alan kümelenmeler gösterilebilir.

Brezilya’da kümelenme çalışmaları 1997 yılından sonra başlatılmıştır. 1997 yılında tekstil ve konfeksiyon sektöründe faaliyet gösteren pek çok firmanın yoğun bir rekabetçi baskı ve büyük çaplı kayıplarla karşı karşıya kalması sonucunda, ülkede Ulusal Sanayi Federasyonu tarafından firmaların inovasyon yeteneğini arttırmak amacıyla danışmanlık almaya karar verilmiştir. Yapılan çalışmalar sonucunda, Brezilya’da sektörün en başarılı firmaları olarak kabul edilen 7 firmanın performansının, Avrupa’nın geri kalmış firmalarının bile gerisinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunun nedeni olarak da; sistematik inovasyona alışık olmayan firmaların, ortaklaşa çalışma yerine bireysel çalışmayı tercih etmeleri gösterilmiştir.

Tüm bu gelişmeler karşısında Brezilya’da tekstil sektöründe bölgesel inovasyon ve kümelenme çalışmaları başlatılmıştır. Çalışmalar, bölgesel sanayi federasyonu tarafından başlatılmıştır. Tekstil sektörüne ilaveten, elektro-mekanik sektöründe de kümelenme faaliyetlerine başlanmış ve Santa Catarina bölgesindeki kümelenme, pilot çalışma olarak seçilmiştir. Bununla birlikte, Santa Catarina bölgesi seramik konusunda da uzmanlaşmıştır.

Santa Catarina Kümelenmesi

Santa Catarina bölgesindeki en önemli kümelenme, seramik kümelenmesi olarak görülmektedir. Bölgede 3 büyük seramik üreticisi, 10 küçük ve orta boy işletme ve 7 sırlama (seramik patlatma) firması bulunmaktadır.³¹⁷

³¹⁶ <<http://www.fraunhofer.de/en/institutes-research-establishments/innovation-clusters/hybrid-lightweight-construction.jsp>> (05.09.2009)

Santa Catarina bölgesinde kümelenme çalışmaları doğrultusunda yerel sanayi ve ticaret odası ile federal bir teknik enstitü arasında küme tarafından ihtiyaç duyulan alanlarda eğitimler sağlamak üzere bir altyapı oluşturulması konusunda anlaşma yapılmıştır. Ayrıca, inovasyon kapasitesinin artırılabilmesi amacıyla, İspanya’da Valencia Bölgesel Yönetimi’nce kurulan inovasyon merkezi tarzı bir yapılanma modeliyle Bölgesel Sanayi Federasyonu ve Santa Catarina Üniversitesi arasında imzalanan bir anlaşma ile Seramik Teknolojileri Merkezi kurulmuştur. Üniversite, başlangıçta test ve sertifikasyon hizmetlerinin yürütülebilmesi, sonrasında ise tamamen teknoloji geliştirmeye odaklanmak üzere, bir laboratuvarını merkez faaliyetlerinde kullanılmak üzere tahsis etmiştir.

Santa Catarina bölgesinde üç ayrı sektörel kümelenme için gerçekleştirilen çalışmalar, aşağıdan yukarıya bir yapılanmayı işaret etmektedir. Her üç yapılanmada da ulusal veya bölgesel kamu kurumlarının bir katkısı bulunmamaktadır. Seramik ve elektro-mekanik kümelenmelerinin problemlerinin çözümünde devlet üniversiteleri ile işbirliği yapılmışsa da, hareketin başlatılması ve insiyatif özel sektör temsilcisi kurumlar tarafından yürütülmüştür. Söz konusu çalışmalar ile Santa Catarina bölgesinde tam anlamıyla etkin çalışan bir bölgesel inovasyon sistemi kurulduğu söylenemese bile, ortak inovasyon yapmaya yönelik bir bilinç kazanıldığı görülmektedir.³¹⁸

2.11. Türkiye’de Kümelenme Çalışmaları

Türkiye’de kümelenme yaklaşımı ile ilgili çalışmaların, dünya ile karşılaştırıldığında henüz başlangıç aşamasında olduğu görülmektedir. Yapılan faaliyetler de genel olarak kümelenme konusunda farkındalık yaratma, kamuoyu oluşturma, çeşitli platformlar kurma yoluyla kümelenme yaklaşımının yaygınlaşmasını sağlama yönünde faaliyetleri kapsamaktadır. Bununla birlikte, son zamanlarda Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı’nın Türkiye’de varolan

³¹⁷ MEYER-STAMER, J., C. MAGGI ve S. SEIBEL, “Upgrading in the Tile Industry of Italy, Spain and Brazil: Insights from Cluster and Value Chain Analysis, Local Enterprises in the Global Economy, Issues of Governance and Upgrading içinde, Editör: Hubert Schmitz, Edward Elgar Publishing, UK, 2004, ss. 174-199, s. 191.

³¹⁸ ELÇİ, Ş., İ. KARATALI ve S. KARAATA, a.g.e., s. 93.

kümelenmelerin araştırılmasına ve teknik destek sağlanmasına ve yeni kümelenmeler oluşturulmasına yönelik önemli faaliyetleri bulunmaktadır. Aşağıda bu faaliyetler genel hatlarıyla ele alınacaktır.

2.11.1. Kümelenme ile İlgili Faaliyetler

Türkiye’de kümelenme ile ilgili faaliyetler 1999 yılında başlatılmıştır. Kümelenme yaklaşımının Türkiye’de uygulanmasına yönelik olarak ilk faaliyet; kümelenme yaklaşımını geliştiren Michael Porter’ın ekibi liderliğinde başlatılan Türkiye’nin Rekabet Avantajı (*Competitive Advantage of Turkey – CAT*) platformudur. Özel sektörün de desteğiyle başlatılan bu projeye, zaman içerisinde çeşitli devlet kurumları, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşları da katılmıştır. Platform kapsamında, Türkiye’nin rekabet üstünlüğü olan sektörler belirlenmiş ve bu sektörlerden seçilen adaylara profesyonel sektör liderleri atanarak çalışmalara başlanmıştır. Platforma olan desteğin hem kamu hem de özel sektörde giderek artmasıyla birlikte, platformun kurumsallaştırılması fikri ortaya çıkmış ve 2004 yılında Ulusal Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) kurulmuştur. URAK, kamu sektörü, özel sektör ve üniversitelerden katılımcıların yer aldığı geniş bir ekip ile Türkiye’de kümelenme çalışmaları ile ilgili faaliyetlerine devam etmektedir.³¹⁹

CAT platformu kapsamında kümelenme çalışmalarına yönelik olarak yapılan faaliyetler şu şekilde özetlenmektedir:

- İş dünyasının (Koç Holding), devlet kuruluşlarının (Devlet Planlama Teşkilatı, Hazine Müsteşarlığı, Sanayi Bakanlığı), üniversitelerin (ODTÜ, Sabancı, Koç, Boğaziçi ve Yeditepe), Bankaların (Garanti Bankası), mesleki kurumların (TÜSİAD, KOSGEB) ve medyanın (Dünya Gazetesi) desteği kazanıldı.
- Türkiye’nin rekabet üstünlüğü kazanabileceği sektörler belirlendi ve analizi tamamlandı. Bu alanlarda kümelenme çalışmalarına başlandı.
- Türkiye’nin ulusal ekonomik performansı ve iş ortamı analizi tamamlandı.

³¹⁹ BULU, M., a.g.e., s. 10.

- 2001 yılında Sultanahmet pilot çalışması başarı ile sonuçlandırılmıştır.
- Kümelenme konusunda master ve doktora tezleri yazılmaya başlandı, dergilere makaleler hazırlandı, TV programları yapıldı.
- Türkiye’de bağımsız kurumsallaşmaya gidilmesine karar verildi ve CAT projesi adı altında başlatılan çalışmaların URAK(Ulusal Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği) adı ile kurumsallaşmasına karar verildi ve URAK kuruldu.
- Ekim 2003’te KOSGEB, DPT, Hazine Müsteşarlığı ile ortak Bartın yerel kalkınma projesi başlatıldı.
- İstanbul kümelenme envanter çalışmasına başlandı.
- GAP GİDEM, 2004 yılı Avrupa Birliği Komisyonunca fonlanan ‘Kümelenme Metodolojisi’ projesi ile Adıyaman Tekstil Hazır Giyim, Şanlıurfa Organik Tarım, Diyarbakır Mermer Sektörü ile ilgili çalışmalar başladı.³²⁰ Adıyaman Tekstil ve Hazır Giyim kümelenmesi projesi kapsamında, Kümelenme programının etkisini belirlemek amacı ile GAP GİDEM’in yaptığı çalışma sonucunda 2004 yılından itibaren Adıyaman ilinde tekstil ve konfeksiyon sektöründe, 36 adet yeni yatırım gerçekleştiği ve istihdama 4650 işçi ile katkı sağlandığı belirlenmiştir.³²¹

CAT platformuna ek olarak, Dış Ticaret Müsteşarlığı da “Türkiye’de Kümelenme Politikalarının Geliştirilmesi” adı altında bir proje yürütmektedir. Türkiye için kümelenme politikasının geliştirilmesi projesi, DTM’nin yararlanıcı kuruluş olduğu, AB tarafından finanse edilen bir projedir. Proje kapsamında hazırlanan dokümanda projenin amacı; ekonomik, sosyal ve çevre kalkındırma boyutlarıyla sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamak üzere kapsamlı bir kümelenme politikasının oluşturulması şeklinde ifade edilmektedir. Proje kapsamında gerçekleştirilen faaliyetler şunlardır:³²²

³²⁰ BULU, M., Kümelenme Yaklaşımı, Ulusal Rekabet Araştırmaları Kurumu, Koç Üniversitesi 17 Mart 2004, <http://www.urak.org/haberler/itkib_bulu_rekabettekumelenme.htm> (06.04.2008)

³²¹ <<http://www.clusterturkey.com/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFAAAF6AA849816B2EF4E35FDD7960B0895>> (18.02.2009)

³²² DTM, Türkiye’de Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi, s. 2.

- Eğitim ve farkındalık yaratılması yoluyla kapasite oluşturma
- Türkiye çapında kümelenmelerin haritalanması – mevcut kümelenmelerin keşfedilmesi
- Kümelenme analizi ve kümelenme yol haritalarının oluşturulması
- Kümelenme politikasına temel teşkil edecek teknik dokümanın hazırlanması

Proje kapsamında, projeye olan desteği arttırmak ve farkındalık yaratmak amacıyla 3-4 Aralık 2008 tarihleri arasında İstanbul’da “Üçüncü Uluslararası Kümelenme Konferansı” düzenlenmiştir.³²³

Dış Ticaret Müsteşarlığı, bu proje ile birlikte kümelenmelerin, milli gelir ve kişi başına yıllık gelirin yanı sıra, Türkiye’nin rekabet gücünü de arttıracığına inanmaktadır.³²⁴

T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Merkezi Finans ve İhale Birimi (MFİB) tarafından, 12.02.2007 tarihinde gerçekleştirilen EUROPEAID/122687/D/SER/TR no’lu ve 6.000.000 € bütçeli “Türkiye’de Kümelenme Politikaları Geliştirmeye Yönelik Teknik Destek” isimli hizmet alım ihalesini, Türkiye’den Ada Mühendislik ve Yazılım Hizmetleri Tic. Ltd. Şti. kazanmıştır.³²⁵ “Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi”, AB tarafından finanse edilen bir teknik destek projesidir ve kümelenme konusunda bir “Strateji Belgesi” geliştirmek suretiyle ulusal kümelenme politikasının hazırlanmasına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından uluslar arası bir konsorsiyumun teknik desteği ile yürütülen projenin sözleşme makamı Merkezi Finans ve İhale Birimi’dir. Proje temel olarak üç bileşenden oluşmaktadır. Bu bileşenler; kurumsal kapasite geliştirme, politika geliştirme ve kümelenme haritalaması ve analizidir. Üçüncü bileşen olan kümelenme haritalaması ve analizi kapsamında iş kümelenmeleri belirlenerek analiz edilmiş ve

³²³ <<http://www.clusteringconference.com/html/TR/index.html>> (24.02.2009)

³²⁴ <<http://www.clusterturkey.com/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EFA35405BFDD9C147A>> (18.02.2009)

³²⁵ <[http://www.mfib.gov.tr/tender.php?lng=tr&action=tender_search&status\[\]=closed&type\[\]=service&lspage=5](http://www.mfib.gov.tr/tender.php?lng=tr&action=tender_search&status[]=closed&type[]=service&lspage=5)> (16.09.2009)

küme geliştirme yol haritaları hazırlanmıştır.³²⁶

TÜSİAD, TÜSİAD-Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu (REF), REF'in koordinasyonunda kurulan "Ulusal İnovasyon Girişimi (UİG)" ve 6 bölgesel federasyon ile 3 sektörel federasyon tarafından kurulan "Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu (TÜRKONFED)" tarafından bölgesel kalkınmanın sağlanmasında önemli bir rol oynayan bölgelerde rekabetçiliğin artırılması amacıyla Bölgesel İnovasyon Merkezlerinin oluşturulması konusunda kapsamlı bir çalışma başlatmışlardır. Bu projenin amacı, AR-GE'ye dayalı inovasyonun ve rekabetçi kümelenmelerin önemini göz önüne alarak Türkiye'nin küresel ekonomideki rekabet gücünü artırmaktır. Türkiye'de bölgesel inovasyon merkezlerinin kurulması konusunda yerel paydaşların, uluslararası modeller ışığında, harekete geçirilmesi ve ilk adım olarak 20 tane Bölgesel İnovasyon Merkezi'nin kurulmasının sağlanması amaçlanmıştır. Bu merkezlerin ayrıca, inovasyona dayalı kalkınma ve büyüme ilkeleri çerçevesinde, Türkiye'deki bölgesel farklılıkların azaltılmasında da etkili olması hedeflenmektedir. Proje 15 Kasım 2007'de başlatılmış, şimdiye kadar 8 bölgede 20 İnovasyon Merkezi'nde 8 atölye çalışması tamamlanmıştır ve sektörler belirlenmiştir. İnovasyon merkezleri için çeşitli ülke modellerini, 8 bölgesel atölye çalışma sonuçlarını ve Türkiye için bölgesel inovasyon merkez modelini kapsayan Bölgesel İnovasyon Merkezi Raporu sonuçlandırılmış ve Ocak 2009'da sunulmuştur.³²⁷

DPT'nin 2008 yılı için açıkladığı kamu yatırımları programında Bölgesel gelişme stratejileri ekseninde Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın sorumluluğunda ve DPT, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, KOSGEB, TÜBİTAK, İŞKUR, TOBB, TÜİK ve diğer Sivil Toplum Kuruluşlarının işbirliği ile az gelişmiş bölgelerden başlamak üzere kümelerin geliştirilmesi yönünde çalışmalar yapılması kararlaştırılmıştır. Halihazırda kümelenme eğilimi gösteren bölge ve sektörler başta olmak üzere kümelenmeyi destekleyici faaliyetler uygulamaya konulacağı açıklanmıştır.³²⁸

³²⁶ <<http://www.clusterturkey.com>> (16.09.2009)

³²⁷ AYDIN, C., Bölgesel İnovasyon Merkezleri Projesi: Türkiye İçin Bir Model, Türk Girişimci ve İş Dünyası Konfederasyonu, İstanbul, <<http://www.tkdinovasyon.org.tr/?p=21>> (16.09.2009)

³²⁸ <http://www.dpt.gov.tr/kamuyat/2008_prog.../SANAYI_VE_TIC_BAK.xls> (16.09.2009)

Devlet Planlama Teşkilatı, gerek Sanayi Politikası Özel İhtisas Komisyonu raporu (2006) gerekse Dokuzuncu Kalkınma Planı kapsamında kümelenmeye dayalı sanayi politikalarını önümüzdeki dönemde benimseyeceğinin sinyallerini vermiştir. Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda kümelenme ile ilgili olarak şu maddeler yer almaktadır:³²⁹

- İşletmelerin ortak AR-GE, ortak tedarik ve pazarlama faaliyetlerine önem verilecektir. İşletmelerin fiziki altyapı ihtiyaçları karşılanacak, ağ oluşturma ve kümelenme girişimleri desteklenecektir. İşletmelerin belirlenmiş sanayi bölgelerinde kurulması ve mevcutların bu alanlara taşınması özendirilecektir. [Madde 541]
- Ekonominin ara eleman ihtiyacını karşılamak için mesleki eğitim faaliyetlerinin kümeleşme ortamı oluşturan OSB'lerde ilgili hizmet kurumları ve özel sektörle etkili işbirliği içinde yaygınlaşmasını sağlayan mekanizmalar güçlendirilecektir. [Madde 575]
- Sürükleyici sektörler liderliğinde ve güçlendirilmiş sosyal ağ yapısı içinde kümelenmelerin desteklenmesi sağlanacaktır. Bu çerçevede; yerel kümelenme alanlarını destekleyici, kümedeki aktörler arasında işbirliğini artırıcı ve kümenin dünya piyasaları ile entegrasyonunu sağlamaya yönelik mekanizmaların oluşumu özendirilecektir. [Madde 669]

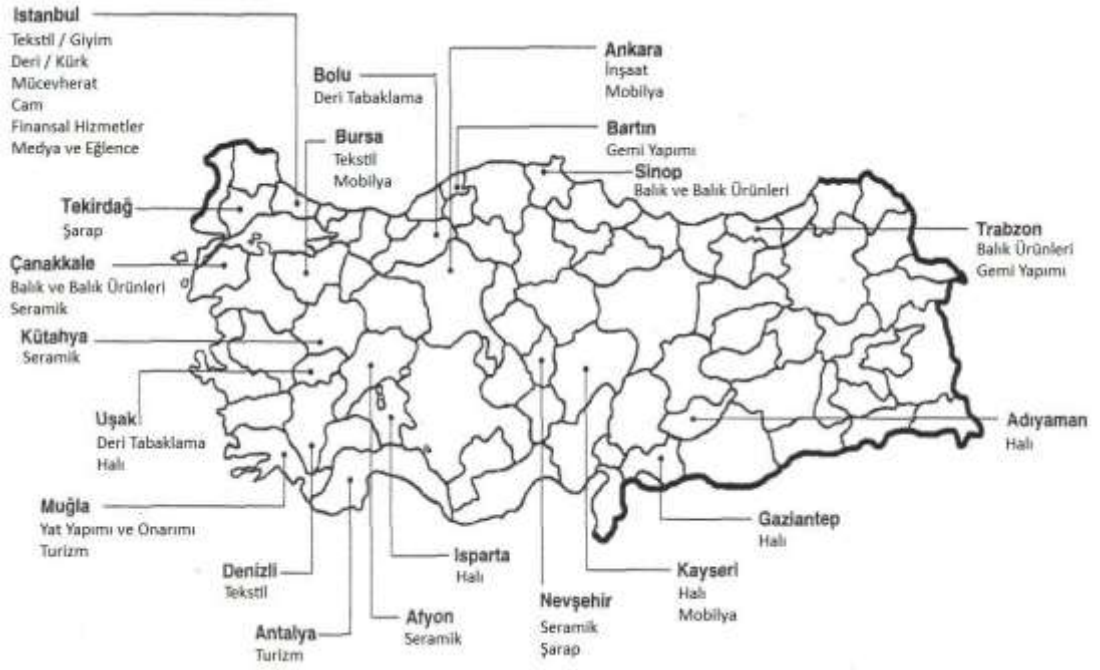
Yukarıda bahsedilen çalışmalar dışında, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından da “Sanayi Bilgi Sistemi Projesi” adı altında bir proje yürütülmektedir. Bu proje de, Türkiye'deki kümelenmelerin rekabet gücüne dair sürekli olarak bilgi üretilmesine ve politika geliştirilmesine hizmet etme potansiyeline sahip olması nedeniyle önem arz etmektedir. Ulusal düzeydeki bu girişimlere ek olarak, yerel düzeyde daha dar kapsamlı bir dizi kümelenme çalışması da yürütülmektedir. Adıyaman'da tekstil, Şanlıurfa'da organik tarım, İstanbul'da da “Giyimkent” ve “Tekstilkent” kümelenme projeleri bunlara örnek olarak verilebilir.³³⁰

³²⁹ DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), Ankara, s. 81, 84, 93.

³³⁰ <<http://www.tepav.org.tr/blog/?p=81>> (18.02.2009)

2.11.2. Türkiye’de Sektörel Kümelenmeler

Türkiye’de kümelenme çalışmalarında turizm, tekstil, bilişim, gıda, otomotiv, finans ve inşaat sektörlerinin ön plana çıktığı görülmektedir.³³¹ Türkiye’deki başarılı kümelenmelere Gaziantep’te tekstil ve hazır giyim kümelenmesi, Kayseri’de mobilya kümelenmesi, Antalya’da turizm kümelenmesi, Bursa’da otomotiv kümelenmesi, Gebze’de kimya kümelenmesi ve Hereke’de halıcılık kümelenmesi örnek olarak gösterilebilir.³³²



Şekil 2.5 - Türkiye’de İller İtibariyle Sektörel Kümelenmeler

Kaynak: Özlem ÖZ, Clusters And Competitive Advantage The Turkish Experience, Palgrave Macmillan, 2004, s. 53.

Buna göre; İstanbul’da tekstil/giyim, deri/kürk, mücevherat, cam, finansal hizmetler ile medya ve eğlence kümelenmeleri görülmektedir. Tekstil kümelenmesinin görüldüğü diğer iller ise Bursa ve Denizli’dir. Bursa’da tekstil kümelenmesine ek olarak mobilya kümelenmesi de mevcuttur. Bolu’da ve Uşak’ta

³³¹ <http://www.ostimkumelenme.org/index.php?option=com_content&view=article&id=6ien-populer-kalkinma-modeli-kumelenme> (16.02.2009)

³³² TEPAV, a.g.e., s.82.

deri tabaklama kümelenmeleri mevcuttur. Buna ilaveten, Ankara’da inşaat ve mobilya, Bartın’da gemi yapımı, Sinop’ta balık ve balık ürünleri, Trabzon’da balık ürünleri ve gemi yapımı, Adıyaman, Isparta ve Gaziantep’te halı, Kayseri’de halı ve mobilya, Nevşehir’de seramik ve şarap, Afyon’da seramik, Antalya’da turizm, Muğla’da yat yapımı-onarımı ve turizm, Kütahya’da seramik, Çanakkale’de balık-balık ürünleri ve seramik ve Tekirdağ’da da şarap kümelenmeleri görülmektedir.³³³

2.12. Kümelenme Teorisine Getirilen Eleştiriler

Kümelenme yaklaşımı son yıllarda çok fazla ilgi görmesine rağmen bazı eleştirilere de maruz kalmaktadır. Kümelenme yaklaşımına getirilen eleştirilerden birisi, coğrafi olarak yoğunlaşma kümelenmeler için tam olarak doğru değildir görüşüdür. Örneğin dinamik ve inovasyonlu firmaların, ilaç firmaları gibi, en iyi teknik ve bilimsel partnerleri nerede yerleşirse yerleşsin yerleşim yerinden bağımsız olarak onları arayacakları ve bulacakları görüşü öne sürülmektedir. Diğer bir deyişle ‘kümelenme kartını’ dar olarak tanımlanan bölgelerle sınırlamak yerine, bunları “karo” modelindeki yakınlık ve bölgesel (sınırlı) mekan içinde rekabetçiliğine öncülük eden mekanizmalar olarak yerleştirmeyi uygun bulmaktadırlar.³³⁴

Diğer bir eleştiri de kümelenme modeli tanımlanırken inovasyonun bu modele eklenmeme ve modelin bir takım eksiklikleri olduğudur. Bir çok kümelenme araştırmasında şöyle bir model bulunmaktadır; rekabetçilik başarısı karşılıklı etkileşimi, yığınlaşmayı ve politika kurumlarını içeren bir fonksiyon olarak tanımlanmaktadır. (Rekabetçilik Başarısı = f(karşılıklı etkileşim, yığınlaşma, politika kurumları)). Bu formül birçok problem içermektedir şöyle ki “Bu formüldeki tüm faktörlerin olduğu bir durumda halen hiç inovasyon olmaması veya daha uzun süren rekabetçi avantaj için çekirdek bir ürünün olmaması mümkün müdür?” sorusu yöneltilmektedir.³³⁵

Ayrıca kümelenme hareketi bölgesel rekabetçilik geliştirmek için bir araç olarak görülmekten ziyade endüstriyel kümelenmeler içinde inovasyon ve bilgi

³³³ ÖZ, Ö., Clusters And Competitive Advantage The Turkish Experience, Palgrave Macmillan, 2004, s. 53.

³³⁴ MALMBERG, A. ve D. POWER, a.g.e., s. 55.

³³⁵ MALMBERG, A. ve D. POWER, a.g.e., s. 58.

yaratmanın temel dinamiklerini analiz etmek için kavramsal bir nitelik olarak görülmektedir eleştirisi yapılmaktadır.³³⁶

Kümelenme içinde bilgi nasıl oluşturulur konusuna yapılan eleştiriler de bulunmaktadır. Kümelenme içinde bilginin oluşumunu açıklamak için üç tane hipotez vardır. a. kümelenme içinde bilgi yerel firmalar arasındaki işbirlikçi karşılıklı etkileşimlerle yaratılır. b. kümelenme içinde bilgi, artan rekabet ve yoğunlaşan rakiplik nedeniyle artar. c. kümelenme içinde bilgi, bireylerin yerel hareketliliğinden ve sosyalliğinden ortaya çıkan taşmalar sayesinde yaratılır.³³⁷

Kümelenmeler üzerine olan ampirik literatürün sistematik bir incelenmesinden sonra ampirik çalışmaların şu üç hipoteze dayandığı bulunmuştur:³³⁸

- Kümelenme içinde bilgi nadiren yerel-organizasyonel(örgütsel) karşılıklı işbirliği etkileşimi doğrultusunda yaratılır.
- Kümelenme içinde bilgi belki artan rekabet ve yoğun rakiplik ile yaratılır fakat bu kesin değildir.
- Kümelenme içinde bilgi, bireylerin sosyalliği ve emek hareketliliğinin yayılma etkisini takip ederek oluşur.

Kısacası kümelenme yaklaşımı her ne kadar çeşitli eleştirilere maruz kalsa da giderek önemini, özellikle bölgesel kalkınma konusunda bir araç olarak kullanım alanını artırmaktadır.

2.13. Kümelenmelerin Az Gelişmiş Bölgelerde Karşılaştığı Engeller

Kökenleri geçmişe dayanan birçok yatırım eksikliği, az gelişmiş bölgelerdeki kümelenmeleri yeni bir rekabetçi avantaj kazanma veya var olan rekabetçi avantajları devam ettirme konusunda sınırlamaktadır. Az gelişmiş bölgelerin bir çoğu zayıf altyapıya sahiptir, sermayeye, teknolojiye, inovasyona ulaşmada eksiklik yaşamaktadır, bölgesel dar görüşlülük ve izolasyon söz konusudur, düşük eğitimli

³³⁶ MALMBERG, A. ve D. POWER, a.g.e., s. 59.

³³⁷ MALMBERG, A. ve D. POWER, a.g.e., s. 60.

³³⁸ MALMBERG, A. ve D. POWER, a.g.e., s. 61.

veya düşük yetenekli işgücü vardır, yetenek eksikliği vardır ve olgunluk aşamasını aşmış veya hiyerarjik endüstri yapısı vardır. Sosyal dışlama, büyük ve izole edilmiş ayrıcalıksız ve eğitimsiz popülasyonların olduğu bölgelerde ortaya çıkmaktadır. Teknolojik eksiklik teknoloji kaynaklarına ve şirketlerle kendini kıyaslamaya zayıf ulaşılabilen bölgelerde ortaya çıkmaktadır. Ekonomik dışlama bölgelerin ve piyasaların kıyaslanmasında zayıf bağlantılara sahip olmanın bir sonucudur.³³⁹

• *Fiziksel altyapıdaki eksiklikler*: altyapı eksiklikleri bölgeler için sermaye yatırımını engelleyen düzensiz bir oyun alanı yaratmaktadır. Ürünlerin ve insanların ulaşımının maliyetli olduğu bölgeler ve daha az gidilen bölgeler iyileşme yaşama konusunda bir çok problemle karşılaşmaktadır. Müşteriler için varış yerinin (destinasyonun) ve lojistiğin zamanla öneminin artmasıyla ulaşım zayıflığı daha önemli bir engel haline gelmiştir.

• *Sermayeye ulaşmada başarısızlık (zayıflık)*: Kümelenmeler yerel şirketlerin ve çalışanların girişimsel çabaları ve inovasyonları ile yaşayabilir veya sona erebilir. Yeni fikirlerin geliştirilmesi ve ticarileştirilmesi kaynak ve sermaye gerektirir. Fakat sermaye genelde olgunlaştırmak için Yeni Ekonomi şirketlerini tercih etmektedir, çok uzak bölgelerdeki inovasyon merkezlerini ve teknoloji şirketlerini gözlemek ve destek sağlamak zor olduğu için daha az tercih etmektedir. Bir çok ülkedeki banka birleşmeleri, yerel topluluklardan sağlanan sermaye kaynakları konusunda yardımcı olmaktadır. Bazı kümelenmeler, özellikle daha küçük topluluklardakiler, onların işlerini anlayan ve ekonomiyi yapılandırmak için yatırım yapmaya istekli olan yerel sermaye kaynaklarını bulabilirler. Örneğin İtalya Castle Goffredo'daki kırsal işbirliği bankası, çorap teknoloji merkezinin masrafını ödemeyi taahhüt etmiş, kümelenme çalışmalarını finanse etmiş ve firmalara kredi vermiştir.

• *Zayıf teknolojik kurumsal yapılar*: Kümelenmeler, bölgesel kurumları teknolojikteki gelişmeler konusunda, ekonomik inceleme (tarama), brokerlik (komisyonculuk) ve kendi endüstrilerindeki tüm aşamalardaki eğitim ve yetiştirme konusunda yardım ve bilgi almada kullanırlar. Genelde her bölgenin eğitim ve yetiştirme konusunda kurumsal bir altyapısı ve bazı hizmetleri vardır fakat çok azının açık bir ekonomik gelişme odağı vardır. Ne de onların hedef

³³⁹ ROSENFELD, S. A., a.g.e. s. 9,10.

kümelenmeler için kaynakları ve uzmanlıkları vardır. Bölgelerin çok azı diğer şirketleri, kaynakları ve yetenekleri çekmek için üstünlük merkezi haline gelmeyi başarabilir. Teknoloji altyapısı, kümelenme temelli ekonomiler kurmak için bir harçtır(sıvadır) ve onun yokluğu büyüyen kümelenmeler için bir handikaptır.

•*Bölgesel dar görüşlülük ve kilitleme*: sosyal sermaye, bir kümelenmede bilgiyi ulaştırır ve aktaran araçtır. Rekabetçilik ise daha büyük mesafelerden fikirleri ve yeni bilgiyi ithal etme yeteneğine büyük ölçüde bağlıdır. En başarılı kümelenmeler küresel networklerin bir parçası olan ve küresel piyasa fırsatlarına açık olan lider firmaları içerir. Ayrıca başarılı kümelenmeler, uluslar arası profesyonel birlikler ve networkler içinde aktif olan kişileri(insanları) çalıştırır. Böyle firmalar düzenli olarak, her hangi bir yerdeki en iyi uygulamalarla kendilerini karşılaştırır. Fakir ve uzak bölgeler bu tür kıyaslama uygulamalarına, inovasyona ve piyasalara ulaşma konusunda sınırlıdır. Daha geniş, yaygın ulaşım olmadan şirketler sadece kendi bölgesel sınırları içinde öğrenmeyle sınırlıdır ve her hangi bir rekabetçi avantaj çeşidi başarıma(kazanma)ları zordur.

•*Yetenekleri ve fırsatları elde etmede eksiklik*: Şirketler, topluluklar için yerleşirken ve genişlerken, düşük yetenek seviyelerine ve çalışanların ihtiyaçları ile uyumsuz olan eğitim programlarına dikkat etmezler. Yetenekler, Jane Jacobs'a göre; başarılı ekonomilerin gen havuzunda bulunurlar. Biçimsel(resmi) eğitim programları bir çok sektörde artmaktadır. Sıkı(tight) emek piyasalarının olduğu durumda firmalar deneyimsiz ve tanıdık olmayan yerel işçilere çalışma şansı vermek yerine işçileri ithal etmeye çalışırlar. Bu tutumları en düşük seviyede yetenek gerektiren pozisyonlar dışındaki tüm pozisyonlar için aynıdır. Eğitim programlarının çalışanların ihtiyaçlarına uyumlu olmasına dikkat edilmemesi ve firmaların işçi ithal etmesi karşılıklı olarak birbirini besler. Deneyim ve yetenek kazanmak için hiçbir fırsatın olmaması nedeniyle işgücü, firma açısından bir varlık olarak değil bir engel-sorumluluk olarak kalır.

•*Kümelenme hiyerarşileri*: ekipman- makine şubelerini çeken veya birkaç şirketin baskın olduğu bölgelerde küçük şirketlerin hepsi kümelenmenin tüm faydalarından yararlanamaz(bir kısmından yararlanır bir kısmından yararlanamaz). Birçok büyük giyim firmasının daha alt seviyedeki tedarikçileri küçüktür,

sendikasıdır ve genelde düşük ücretlerle genç kadınları çalıştırırlar ve eğitime çok az yatırım yaparlar. Buna ek olarak birçok büyük üretici coğrafi yakınlığa daha az önem vermekte ve internet açık artırmalarını en düşük maliyetli arz edicileri-tedarikçileri bulmak için kullanmaktadır.

Az gelişmiş bölgelerde kümelenmeleri desteklemek için bölgesel faaliyetler olarak ise şunlar sıralanabilir:

Az gelişmiş bölgelerin tüm kümelenmelerin ihtiyaçlarını karşılamak için uygulayabilecekleri basit bir reçete yoktur fakat içinden seçim yapabilecekleri bir eylemler menüsü bulunmaktadır. Bölgelerin seçimi coğrafyayı, bölgelerin hangi kalkınma aşamasında olduklarını, kaynak kısıtlarını, özel sosyal ihtiyaçları, kümelenme önceliklerini, piyasa aksaklıklarını ve yerel tercihleri kapsayan bir takım faktörlere göre şekillenecektir. Bu menüde tüm sektörlerde ve tüm yerlerde ekonomik gelişmeyi desteklemek için belirli temel faktörlerin olduğu vurgulanmaktadır. Örneğin tüm firmalar ve onların çalışanları, sağlam temel eğitim, iyi ulaşım, altyapı, sorumluca fiyatlandırılmış kamu hizmetleri, bir takım barınma olanakları, alışveriş, güvenli bir çevre ve kültürel ve eğlenceli hoş yerler isterler. Bunlar bir bütün olarak hayat kalitesine katkıda bulunur.³⁴⁰ Çizelge 2.8'deki başlıklardan her birinin bir veya daha fazla alanda başarılı olduğu kanıtlanmıştır.

³⁴⁰ ROSENFELD, S. A., a.g.e., s. 14.

Çizelge 2.8 - Az Gelişmiş Bölgelerde Kümelenmeleri Desteklemek İçin Bölgesel Faaliyetler Eylemler Menüsü

A. Bölgesel Ekonomileri Anlamak Ve Kıyaslamak İçin Aktiviteler
<ul style="list-style-type: none">• Kümelenmeleri tanımlayın• Sistematik ilişkileri modelleyin ve haritasını çıkartın• Rakiplere karşı kıyaslama yapın
B. Bağlılık İçin Aktiviteler
<ul style="list-style-type: none">• Kümelenme ilişkileri yaratan ve oluşturan tatmin edilmemiş ihtiyaçları tanımlayın• İletişim kanallarını biçimlendirin• Firmalar arasında işbirliğini besleyin
C. Hizmetleri Teslim Etmek Ve Dağıtmak İçin Aktiviteler
<ul style="list-style-type: none">• Kümelenme tarafından bilginin yayılmasını ve organize olmasını sağlayın• Tek-durak kümelenme merkezleri kurun• Çapraz kümelenme takımı şubeleri oluşturun• Yönetim için kümelenme branşları yaratın• Dışsal bağlantıları kolaylaştırın
D. Uzmanlaşmış İşgücü İçin Aktiviteler
<ul style="list-style-type: none">• İnsanları istihdam için yeterli hale getirin, değerlendirin• Öğrenme içeriği olarak kümelenmeleri kullanın• Kümelenme yetenek geliştirme merkezleri kurun• Eğitim kurumları ve kümelenmeler arasında ortaklıklar kurun• Bölgesel yetenek birliklerini destekleyin• Bölge içi kümelenme birlikleri yaratın
E. Girişimcilik Ve Yeteneği Teşvik Etmek İçin Faaliyetler
<ul style="list-style-type: none">• İnovasyona ve yeni kurulan işletmelere yatırım yapın• Kümelenme temelli iş-kuluçka merkezlerini destekleyin• Girişimcilerin networklerini teşvik edin• Yenilik networkleri• Kümelenme temelli teknoloji merkezleri kurun
F. Bir Bölgeyi Marka Haline Getirmek Ve Pazarlamak İçin Faaliyetler
<ul style="list-style-type: none">• İçsel yatırıma odaklanın• Kümelenmeleri destekleyin• Dışsal networkleri şekillendirin• Marka bölgeler için fırsatları araştırın
G. Kaynakları Ve Yatırımları Dağıtmak İçin Faaliyetler
<ul style="list-style-type: none">• Sadece çoklu-firmalı projelere teşvik verin• Kümelenmedeki AR-GE'ye yatırım yapın• Kritik temel faktörleri fonlayın

Kaynak: Stuart A. ROSENFELD, "Creating Smart Systems A Guide to Cluster Strategies in Less Favoured Regions", European Union-Regional Innovation Strategies", April 2002, ss.5-35, s. 15.

Gelişmekte olan bir ekonominin karşılaştığı temel zorluk izole firmalardan birbiriyle karşılıklı ilişkili firmalardan oluşan kümelenmelere geçişi başarmak ve kümelenmelerin içindeki faaliyetlerin niteliğini ve katma değerini artırmaktır. Ayrıca kümelenmeler coğrafi alanlarla sınırlı oldukları için yerel karar alma kapasitesinin geliştirilmesi önemli bir koşuldur. Yerel kalkınma ajanslarının temel faaliyetlerinden biri kümelenmeler ve değer zinciri analizleri üzerine girişimler gerçekleştirmek olmalıdır. Bu girişimler yerel kalkınma ajanslarının koordinatörlüğünde özel sektöre ağırlık verilerek gerçekleştirilmelidir. Son olarak kümelenmeye dayalı bir girişim başlatılırken unutulmaması gereken nokta, kümelenme yaklaşımının her sorunun çözümü olmadığıdır. Kümelenme yaklaşımı gelişmektedir ve bu konudaki tartışmalar devam etmektedir.³⁴¹ Kümelenmelerin tam olarak nasıl tanımlanması gerektiği, tam olarak hangi politikaların başarıya götüreceği konuları halen tartışılmaktadır. Fakat dünyadaki başarılı kümelenme örnekleri göz önüne alındığında örneğin ABD’de Detroit ve İngiltere’de Coventry şehirlerindeki otomotiv kümelenmesi, İtalya’da Milan şehri çevresindeki deri ürünleri kümelenmesi, Fransa’da Paris şehrindeki turizm kümelenmesi, Norveç’teki deniz taşımacılığı kümelenmesi ve ABD’de Kaliforniya’daki Silikon Vadi’sindeki bilişim sektörü kümelenmesi gibi, kümelenme yaklaşımının genel olarak etkin olduğu görüşü ağırlık kazanmaktadır.³⁴²

³⁴¹ ÇAĞLAR, E., a.g.e., s. 311.

³⁴² BULU, M., İ. H. ERASLAN ve Ö. ŞAHİN, a.g.e., s. 143.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ORMAN ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ: ULUSAL VE KÜRESEL EĞİLİMLER

Ormanlar içerdikleri kaynaklarla ve ilişki içerisinde oldukları sektörler ile ülkelerin refahı üzerinde doğrudan etkiye sahip olan doğal alanlardır. Bu yüzden bu doğal alanların nasıl yönetileceği, korunacağı ve üretim sürecine dâhil edilecekleri gibi konular, ulusal ve küresel ortamda sürekli tartışma konusu olmaktadır. Küreselleşmenin etkileri ile mal ve girdi piyasalarında mobilitenin hızla arttığı bu dönemde, orman ürünleri endüstrisinin yan sanayilerle birlikte hacminin giderek büyüdüğü gözlenmektedir. Nitekim çalışmada endüstrinin mevcut durumu ulusal ve küresel ölçek bir arada düşünülerek incelenmektedir.

Bu bölümde orman ürünleri endüstrisinin mevcut durumu ulusal ve küresel ölçekte incelenecek ve endüstrideki ulusal/küresel eğilimler genel hatları ile değerlendirilecektir. Bu bölümdeki amaç orman ürünleri endüstrisinin mevcut durum içindeki konumunun ve gelecek eğilimlerinin ortaya konmasıdır.

3.1. Orman Ürünleri Endüstrisi

Orman ürünleri endüstrisi, hammaddeye yani ormanlara yakın olarak kurulduğu için üretim sürecinin en başından en son halkasına kadar ekonomik değer yaratabilen bir sektördür. Endüstri aynı zamanda içerdiği çok sayıda alt sektör ile küçük ve orta boy işletmeler için de çalışmaya uygun bir alan oluşturmaktadır. Dolayısıyla gerek ekonomik olarak geride olan bölgelere istihdam olanağı yaratılması, gerekse Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin ekonomisi için lokomotif görevi gören küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ) için uygun ve elverişli bir çalışma alanı olması, sektörün önemini artırmaktadır. Sektörün ekonomik işleyişini ve piyasa değerini doğru yorumlayabilmek için, bu alt bölümde öncelikle sektörün tanımı, üretim süreci ve değer zinciri incelenecektir.

Orman ürünleri endüstrisini incelemeye başlarken ilk olarak sektörün tanımlanması, ikinci olarak sektördeki ürün deseni ve sınıflandırması incelenecektir. Bu şekilde sektörün ürün çeşitliliği açısından yorumlanmasına temel oluşturulacaktır. Orman ürünleri endüstrisinin pazarında son yıllarda benzer ve alternatif ürünlerin (laminant parke gibi) pazar payının artmasına bağlı olarak bir daralma yaşanmaktadır. Bu problemin aşılması için sektörün ürün çeşitliliğinin artırılması büyük öneme sahiptir. Bu sayede sektör alternatif ürünlerin oluşturduğu rekabete karşılık verebilecektir.

3.1.1. Sektörün Tanımı

Orman ürünleri endüstrisi, yukarıda değinildiği gibi ürettiği odun kökenli orman ürünleri ile birçok sanayi koluna hammadde sağlayan bir endüstridir. Bu özelliği ile orman ürünleri endüstrisi birçok sanayiye beslemekte ve böylece katma değer yaratarak istihdam artışında önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle orman ürünleri endüstrisi, endüstri ekonomisi biliminde “Ana Birinci Sektörler” içerisinde yer almaktadır.³⁴³

Orman ürünleri endüstrisi, genel olarak yuvarlak odunların bünyesini bozmadan işleyen ve dayanıklılığını yükselten fabrika ve tesisler, yuvarlak odunları ince levhalar halinde biçmek, kesmek, soymak ve yongalamak yoluyla materyal sağlayan, bu materyalleri birleştirerek odunun çalışmasını azaltan fabrika ve tesisler, odunun yapısını mekanik, fiziksel ve kimyasal yollarla değiştiren fabrika ve tesisler, işlenmiş materyali kullanarak çeşitli eşya üreten fabrika ve tesisler ile yan ürünleri işleyen fabrika ve tesislerin tümü olarak tanımlanmaktadır.³⁴⁴

3.1.2. Ürün Deseni ve Sınıflandırması

Orman ürünleri endüstrisinde yer alan ürünlerin uluslararası kabul görmüş standart kodlar ile sınıflandırılması, dış ticaret ve özellikle karşılaştırmalı

³⁴³ GAVCAR, E., A. AYTEKİN ve S. ŞEN, Türkiye’de Orman Ürünleri Endüstrisinin Hammadde Kaynakları ve Karşılaştığı Problemler, Journal of Agricultural Forestry, Vol.23, 1999, s.243.

³⁴⁴ ERASLAN, İ., Orman Ürünleri Endüstrisi’nin Tanımı, Önemi, Türkiye’deki Gelişimi, Sınıflandırılması ve Entegrasyonu, İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi, İ.Ü. Yayın no: 2334, İstanbul, 1977, s.3.

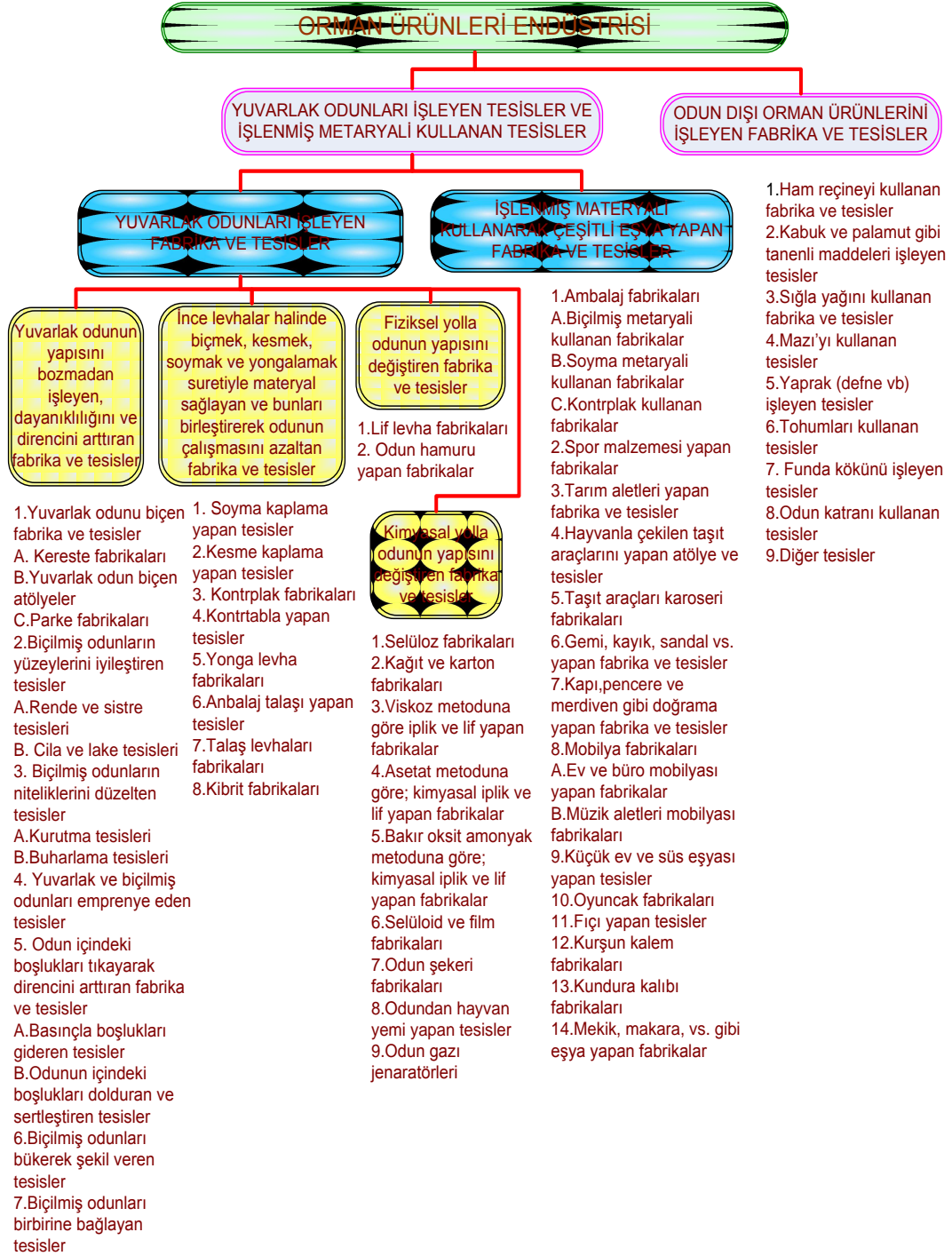
istatistiklerin belirlenmesi konusunda son derece önem taşımaktadır. Bu çerçevede orman ürünleri endüstrisindeki tüm sektörler için iki temel kodlama sistemi bulunmaktadır:

- **NACE** (Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflandırılması): Ekonomik faaliyet alanlarına göre ekonomi istatistikleri alanında (örneğin; üretim, istihdam, ulusal hesaplar ve diğer istatistiksel alanlarda) yer alan ve geniş bir alana yayılmış bulunan istatistiksel verilerin derlenmesi ve sunumu için temel bir çerçeve oluşturur.
- **ISIC** (Tüm ekonomik faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflandırılması): NACE kodları, ISIC kodlarından türetilmiştir ve ISIC ve NACE en üst seviyede tamamen aynı yapıya sahipken, alt seviyelerde NACE daha fazla ayrıntıya sahiptir. Orman ürünleri endüstrisi için NACE ve ISIC ürün kodları en güncel haliyle Çizelge 3.1’de verilmiştir.

Çizelge 3.1 - Orman Ürünleri Endüstrisi için NACE ve ISIC Ürün Kodları

Nace Ürün Kodları	ISIC Rev.3 Ürün Kodları
16.Ağaç Ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç): saz saman vb. malzemelerden	2010.0.01 Düz kereste
16.1. Ağaçların biçilmesi ve planyalanması	2010.0.02 Parke üretimi
16.10.Ağaçların biçilmesi ve planyalanması	202100513 ve 202100518, Kaplama üretimi
16.10.01.Ağaçların biçimlendirilmesi. Planyalandırılması ve şekillendirilmesi.	202100103, 202100105, 202100221, 202100231, 202100235, 202100251 ve 202100255 Kontrplak üretimi
16.10.02.Biçimlendirilmiş ahşap döşemelerin imalatı.	2021.0 Levha İmalatı; Kontrplak, Yongalevha, Diğer Pano ve Levhaların İmalatı.
16.10.03.Ağaç yünü, ağaç unu, ağaç talaşı, ağaç yonga ve kırıntılarının imalatı	2021.0.01 Kontrplak (sadece geniş yapraklı ağaçlardan elde edilen).
16.10.04.Ağacın koruyucu kimyasal maddeler veya diğer maddeler vasıtasıyla emprenye edilmesi veya kimyasal işlemlere tabi tutulması	2021.0.03 Yongalevha ve Benzeri Levhalar İle Diğer Lignoselülozik Maddelerden üretilen Benzeri Levhalar.
16.10.99.Diğer ağaçların biçilmesi ve planyalanması (Kavakçılık ve kavak keresteciliği dahil).	2021.0.03.33 Odundan yongalevha ve benzeri levhalar (işlenmemiş veya sadece zımparalanmış).
16.2.Ağaç, mantar, kumaş ve örgü malzeme imalatı.	2021.0.03.35 Odundan yongalevha ve benzeri levhalar (yüzeyi yüksek basınçla lamine edilmiş dekoratif levha veya emprenye edilmiş kağıtla kaplanmış olanlar).
16.21.Ahşap plaka ve levha imalatı.	2021.0.03.37 Odundan yongalevha ve benzeri levhalar (yüzeyi melamin emdirilmiş kağıtla kaplanmış olanlar).
16.21.01.Kaplama imalatı. Kontrplak yapmak yada diğer amaçlarla kullanmak için yeterince ince olan kaplama levhalarının imalatı.	2021.0.03.39 Odundan yongalevha ve benzeri levhalar (diğerleri).
16.11.02.Kontrplak kaplanmış pano ve benzer tabakaları preslenmiş tahta mukavvalar ve levhalar imalatı.	2021.0.03.50 Diğer odunsu maddelerden yongalevha ve benzeri levhalar.
16.11.03.Kontrplak yerine çatı kaplamasında kullanılan yönlendirilmiş levhaların (OSB) ve diğer özel levhaların imalatı	2021.0.04 Odundan veya Diğer Odunsu Maddelerden Liflevhalar.
16.11.04.Kapı panelleri yapmak için üretilen MDF'den ve sıkıştırılmış liflerden yapılan diğer levhaların imalatı	2021.0.04.13 Yoğunluğu 0,8 gr/cm ³ ü geçen liflevhalar (mekanik olarak işlenmemiş veya yüzeyi kaplanmamış olanlar).
16.11.05.Sıkıştırılarak yoğunluğu artırılmış ahşap plaka ve levhaların imalatı.	2021.0.04.15 (B.y.s) yoğunluğu 0,8 gr/cm ³ ü geçen liflevhalar.
16.11.06.Lamine edilmiş plaka ve levhaların imalatı.	2021.0.04.33 Yoğunluğu 0,5 gr/cm ³ ü geçen fakat 0,8 gr/cm ³ ü geçmeyen liflevhalar (mekanik olarak işlenmemiş veya yüzeyi kaplanmamış olanlar).
16.22.Birleştirilmiş parke döşemelerin imalatı.	2021.0.04.35 B.y.s. yoğunluğu 0,5 gr/cm ³ ü geçen fakat 0,8 gr/cm ³ ü geçmeyen liflevhalar.
16.22.00.Birleştirilmiş parke döşemelerin imalatı	2021.0.04.53 Yoğunluğu 0,35 gr/cm ³ ü geçen fakat 0,5 gr/cm ³ ü geçmeyen liflevhalar (mekanik olarak işlenmemiş veya yüzeyi kaplanmamış olanlar).
16.23.Diğer bina doğramacılığı ve marangozluk ürünleri imalatı.	2021.0.04.55 B.y.s. yoğunluğu 0,35 gr/cm ³ 'ü geçen fakat 0,5 gr/cm ³ ü geçmeyen liflevhalar.
16.23.01.Temel olarak inşaat sanayiinde kullanılması amaçlanan ahşap malzeme imalatı.	2021.0.04.73 Yoğunluğu 0,35 gr/cm ³ 'ü geçmeyen liflevhalar (mekanik olarak işlenmemiş veya yüzeyi kaplanmamış olanlar)
16.23.02.Prefabrik binalar veya odun esaslı yapı malzemeleri imalatı	2021.0.04.75 B.y.s. yoğunluğu 0,35 gr/cm ³ ü geçmeyen liflevhalar.
16.23.03.Taşınabilir ahşap ev imalatı.	2022 İnşaat Kerestesi ve Doğrama İmalatı.
16.23.99.Diğer bina doğramacılığı ve marangozluk ürünlerinin imalatı.	2023 Ağaçtan Yapılan Ambalaj Malzemeleri İmalatı.
16.24. Ahşap konteynir imalatı	2029 Diğer Ağaç Ürünleri İmalatı; Hasır ve Buna Benzer, Örülerek Yapılan Maddelerin İmalat
16.29.Diğer Ağaç Ürünleri imalatı mantar, saz, saman ve benzeri malzemelerden yapılmış ürünlerin imalatı.	3611-3614 Mobilya imalatı.
16.29.01.Tahtadan ayakkabı parçaları imalatı.	
16.29.99. Diğer Ağaç Ürünleri imalatı mantar, saz, saman ve benzeri malzemelerden yapılmış ürünlerin imalatı.	

Kaynak: Türkiye Sicil Gazatesi, 2008, Sayı:6976; DPT, "İllerde Öne Çıkan Sanayi Sektörleri", Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, Ağustos 2006, Yayın No: DPT:2693, s. 259, [http://www.dpt.gov.tr/bgyu/illerdesanayi/Isparta.pdf], [Erişim: 11.05.2008]



1. Ham reçineyi kullanan fabrika ve tesisler
2. Kabuk ve palamut gibi tanenli maddeleri işleyen tesisler
3. Sığıla yağını kullanan fabrika ve tesisler
4. Mazi'yı kullanan tesisler
5. Yaprak (defne vb) işleyen tesisler
6. Tohumları kullanan tesisler
7. Funda kökünü işleyen tesisler
8. Odun katranı kullanan tesisler
9. Diğer tesisler

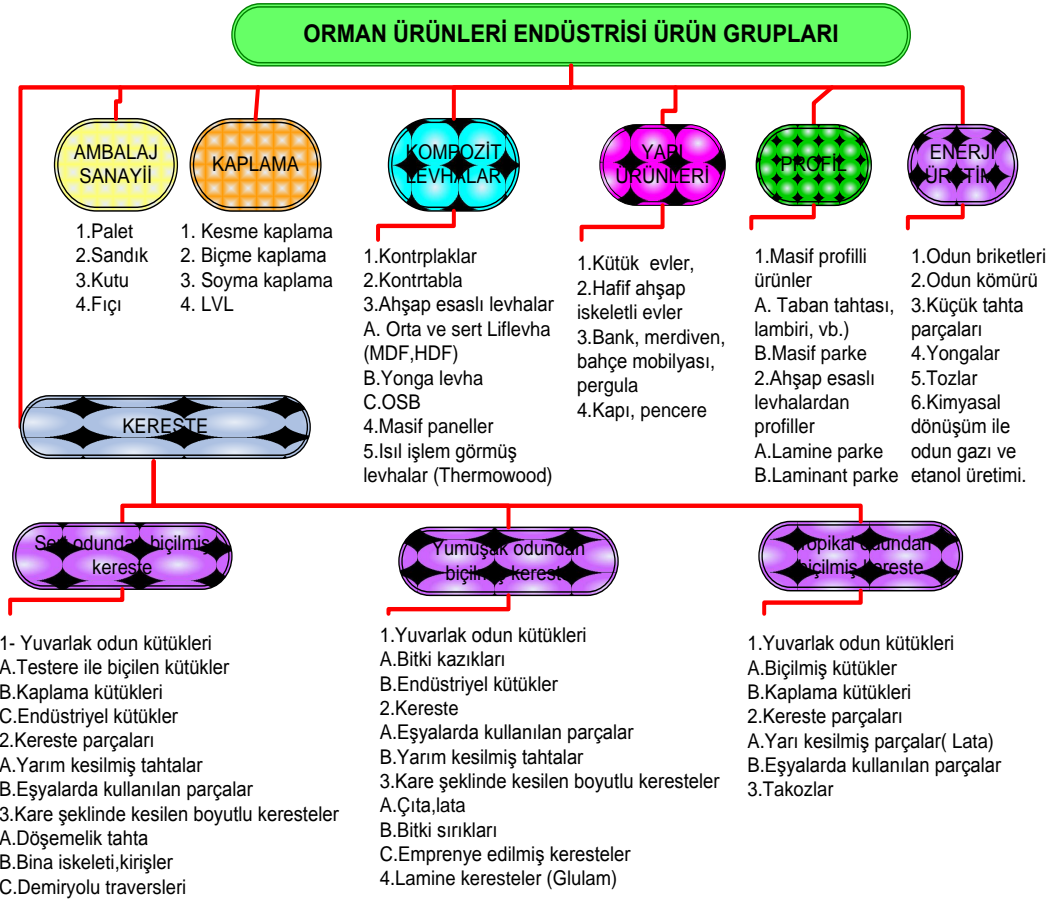
1. Ambalaj fabrikaları
 - A. Biçilmiş metaryali kullanan fabrikalar
 - B. Soyma metaryali kullanan fabrikalar
 - C. Kontrplak kullanan fabrikalar
2. Spor malzemesi yapan fabrikalar
3. Tarım aletleri yapan fabrika ve tesisler
4. Hayvanla çekilen taşıt araçlarını yapan atölye ve tesisler
5. Taşıt araçları karoseri fabrikaları
6. Gemi, kayık, sandal vs. yapan fabrika ve tesisler
7. Kapı, pencere ve merdiven gibi doğrama yapan fabrika ve tesisler
8. Mobilya fabrikaları
 - A. Ev ve büro mobilyası yapan fabrikalar
 - B. Müzik aletleri mobilyası fabrikaları
 9. Küçük ev ve süs eşyası yapan tesisler
 10. Oyuncak fabrikaları
 11. Fıçı yapan tesisler
 12. Kurşun kalem fabrikaları
 13. Kundura kalıbı fabrikaları
 14. Mekik, makara, vs. gibi eşya yapan fabrikalar

Şekil 3.1 - Orman Ürünleri Endüstrisinin Sınıflandırılması

Kaynak: ERASLAN, a.g.e., s.51.

Orman ürünleri endüstrisinde üretilen ürünlerin, ürün gruplarına, üretim süreçlerine ve işlenen ağaç türüne göre birden fazla sınıflandırması yapılabilmektedir. Orman ürünleri endüstrisine ait sınıflandırma Eraslan (1977)

temel alınarak ve üzerinde bazı güncellemeler yapılarak Şekil 3.1’de yer almaktadır.³⁴⁵ Orman ürünleri endüstrisinin ürün gruplarına göre sınıflandırması ise Şekil 3.2.’de görülmektedir.



Şekil 3.2 - Uluslararası Ticarete Konu Olan Odun Esaslı Ürünler

Kaynak: <<http://www.fordaq.com>>; <<http://www.woodbusinessportal.com>>

Şekil 3.2’deki uluslararası ticarete konu olan ürün grupları, firmadan firmaya internet üzerinden satış yapan uluslararası işletmeler temel alınarak meydana getirilmiştir.

³⁴⁵ ERASLAN, İ., a.g.e., s. 51.

3.1.3. Isparta Bağlamında Üretim Teknolojisi

Günümüzde orman ürünlerinde çok çeşitli üretim teknolojileri uygulanmaktadır. Her bir üretim sürecini ele almak bu tezin sınırlarını aşacaktır. Bu nedenle Isparta'da orman ürünleri endüstrisinin yoğunlaştığı alanlara odaklanmak gerekmektedir. Isparta ilindeki ağırlıklı üretim yapısına bakıldığında, Türkiye'deki yaygın yapıya benzer olarak firmaların özellikle kereste ve yonga levha üretim teknolojilerinde odaklandığı görülmektedir. Alt başlıkta öncelikle bu üretim teknolojilerine ait sürecin nasıl işlediği anlatılacaktır. Daha sonra her iki alt sektörde değer zincirleri incelenecektir. Değer zincirinde yer alan ürünlerin üretim sürecinin hangi noktasında yer aldığı, alt ve yan sektörlerin orman ürünleri endüstrisi içindeki konumunu da belirlemektedir. Üretim süreci ve teknolojisi bir sonraki bölümde incelenecek Isparta orman ürünleri endüstrisine uygun olarak bu bölümde ele alınmıştır.

3.1.3.1. Üretim Teknolojisi ve Süreçleri

Kereste üretim süreci işleyişe şu şekilde özetlenebilir: ilk olarak orman işletme depolarından, özel ağaçlandırma sahalarından ya da ithalat ile satın alınan tomruklar fabrika tomruk sahasında depolanır. Depolanan tomruklar müşteri siparişleri baz alınarak seçilir ve tomruk rampasına getirilir. Daha sonra tomruklar arabalı şerit testere ile yan alma ve biçme işlemlerine tabi tutulur. Uygun kalınlığa gelen keresteler arzu edilen boylara getirilmek için boy kesme daire testerelerinde işlenir. Bu işlemden sonra kurutulmak üzere ya doğal kurutma istifine ya da kurutma fırınında teknik kurutma istifine getirilir ve kurutma işlemi uygulanır. Uygun rutubete kadar kurutulan keresteler yine müşteri siparişi baz alınarak planyada ya da profil makinesinde işlenir ve inşaatlık kereste, lambiri, taban tahtası olarak satışa sunulur.³⁴⁶

³⁴⁶ ITSO, Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Sektörünün Araştırılması, Isparta, 2008, s. 11.

Yonga levha, odun hammaddesinden elde edilen odun artıkları, yonga ve küçük parçacıkların sentetik reçine tutkalları veya uygun bir yapıştırıcı ile ısı ve basınç altında yapıştırılması ve biçimlendirilmesi ile elde edilen geniş ve büyük yüzeyli ahşap levhalardır.³⁴⁷ Yonga Levha üretiminde hammadde olarak; çam, gürgen, köknar ve diğer ağaçların dalları, yardımcı madde olarak da üra, formaldehit reçinesi ve sertleştiriciler kullanılmaktadır. Yonga levha üretiminde iki tür üretim metodu kullanılmaktadır.³⁴⁸

- Düz Presleme Metodu
 - Katkılı presleme metodu
 - Kontinü presleme metodu
- Tazyikli İhraç Metodu
 - Dikey presleme metodu
 - Yatay presleme metodu.

Düz presleme metodu ile üretilen yonga levhaların eğilme momentleri fazladır. Dolayısıyla yonga levha üretiminde tazyikli ihraç metodu daha çok tercih edilmektedir. Yonga levha üretim metodlarından tazyikli ihraç metodu, yatırım maliyetinin düşük olması, piyasada bu tip ürünlerin daha çok kullanılması ve hammadde temin imkânlarına uyması açısından avantaja sahiptir.³⁴⁹

Yonga levha üretim süreci şu şekilde özetlenebilir: Üretim sürecinde ilk olarak yonga levha üretiminde değerlendirilmek üzere odun, odun artıkları ve odun benzeri ürünler hammadde depolarında depolanır ve kaliteli yongaların elde edilmesi amacıyla bu hammaddeler % 30-60 rutubete oranına kadar kurutulma işlemine tabi tutulur. Kurutulan hammadde, yongalanmak için yongalayıcı değirmenlere getirilir ve yongalama işlemi tamamlandıktan sonra üst ve alt tabakalarda kullanılmak üzere küçük ve büyük boyutlarda iki yonga boyutuna ayrılarak gruplandırılır. Yongalar iki

³⁴⁷ÖZDAMAR İ.H., “Orman Ürünleri Endüstrisinde İstatistiksel Kalite Kontrol: Yonga Levha Üretiminde Bir Çalışma”, Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Seri:A, Sayı:1, Yıl:2007, ss. 79-91, s. 81, 82.

³⁴⁸KÜÇÜKYAVUZ, O., Yonga Levha Üretim Tesisi Sanayi Profili, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Araştırma ve Geliştirme Müdürlüğü, Ankara, 1996, s.5

³⁴⁹KÜÇÜKYAVUZ, O., Yonga Levha Üretim Tesisi Sanayi Profili, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Araştırma ve Geliştirme Müdürlüğü, Ankara, 1996, s.5.

sınıfa ayrıldıktan sonra iki farklı tutkallama silosuna alınır ve % 10-12 oranında tutkal püskürterek tutkallanır ve orta tabakada kalın yongalar, dış tabakalarda ince yongalar kullanılarak 3 tabakalı taslak levha meydana getirilir. Oluşturulan taslak levha sıcak preste basınca tabi tutularak sıkıştırılır ve presten çıkan levhalar sıcaklığı ve rutubeti ayarlamak için klimatize odalarına yerleştirilir. Daha sonra levhalar müşteri isteklerine ve standartlara uygun olarak boyutlandırılır ve paketlenerek piyasaya sunulur.³⁵⁰

3.1.3.2. Değer Zinciri

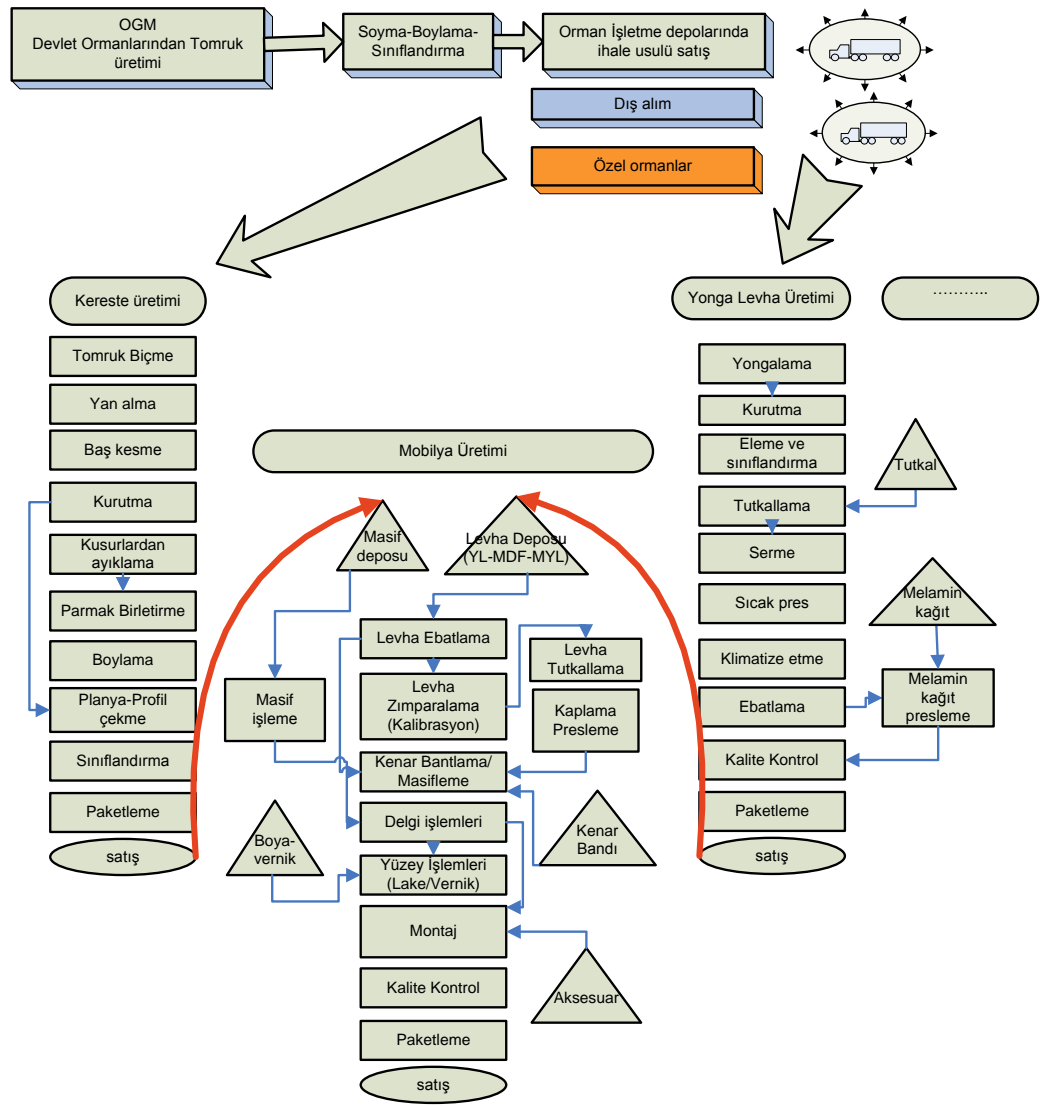
Bir ürünün girdilerinden son kullanıcı ile buluşmasına kadar geçen süreç değer zinciri olarak tanımlanmaktadır. Değer zinciri süreci; karmaşık bir üretim ve hizmetler zincirini kapsar ve tedarikçiler, üretim, pazarlama, araştırma geliştirme, finansman, altyapı hizmetleri gibi aktörleri içinde barındırır. Bu süreç içindeki her aktörün verimliliğinin ve üretkenliğinin son ürünün rekabet gücü üzerinde doğrudan ve güçlü bir etkisi bulunmaktadır. Kümelenme yaklaşımı içinde değer zinciri önemli bir yere sahiptir.³⁵¹

Orman ürünleri endüstrisi açısından değerlendirildiğinde; kereste üretim sürecinin daha basit bir değer zincirine sahip olduğu, yonga levha üretim sürecinin göreceli olarak daha karmaşık bir değer zincirine sahip olduğu, mobilya üretim sürecinin ise diğer birçok sektörden de hammadde-yardımcı malzeme tedarik etmesi nedeniyle daha karmaşık bir değer zincirine sahip olduğu görülmektedir. Mobilya sektörü, ürün grupları ve kullandığı hammaddelerin çok çeşitli olması nedeniyle farklı iş süreçlerine sahip bir sektördür. Şekil 3.3.'te sadece masif ve yonga levha hammaddesi kullanarak panel mobilya üretimini içeren bir iş süreci ve değer zinciri gösterilmektedir.³⁵²

³⁵⁰ ITSO, Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Sektörünün Araştırılması, Isparta, 2008, s. 12.

³⁵¹ ÇAĞLAR, E., a.g.e., s.308.

³⁵² Farklı tip mobilya üretimleri süreçlerinin değer zincirlerine çeşitli literatürden ulaşılabilir. Bkz. KURTOĞLU, 1993; PRAK ve MYERS, 1981; ALTINBAŞAK ve UYSAL, 1997, MALKOÇOĞLU, 1992.



Şekil 3.3 - Kereste, Mobilya ve Yonga Levha Üretiminde Değer Zinciri

Kaynak: ITSO, Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Sektörünün Araştırılması, Isparta, 2008, s. 13.

3.1.4. Orman Ürünleri Endüstrisinin Tarihsel Olarak Gelişimi

Orman ürünlerinin tarihsel gelişimi incelendiğinde ormanlardan elde edilen malların ve ormanların ürettiği hizmetlerin insan yaşamındaki yerinin uzun bir geçmişe sahip olduğu görülmektedir. Ahşap; değirmen çarkından sala, kömürden

kağıda kadar uzanan geniş kullanım alanıyla, medeniyetin gelişiminde önemli bir rol üstlenmiştir.³⁵³

Odunun işlenmesine dair ilk belirtiler, eski Mısır'daki mezarların duvarlarına oyulmuş resimlerden anlaşıldığına göre, M.Ö. 1500-1350 yıllarına kadar uzanan bir geçmişe sahiptir. Ormanlardan elde edilen tomrukların ilk işlenmesi, el testeresi kullanımı ile sağlanmış, sonraları ise iki kişi tarafından kullanılan ve bir çerçeveye geçirilmiş el hızarları geliştirilmiş ve kullanılmıştır. Tomrukların hareketli kuvvetten yararlanılarak biçilmesine ise 14.yy.'da başlanmış ve ilk defa 1575 yılında testereli su hızarları kurulmuştur.

Orman ürünleri endüstrisinin gelişiminde en büyük etken, sanayi devrimidir. Sanayi devrimi ile birlikte rüzgar, su, hayvan ve insan gücünün yerini buhar gücü almış, üretim sistemleri ve iş süreçlerinin dayandığı teknolojik tabanlı değişimler belirleyici konuma gelmiştir. 19. yy sonlarına doğru gelişen orman ürünleri endüstrisinde, üretim teknolojilerinde özellikle bıçkı sanayinde Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra; diğer kollarda ise İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra hızlı bir gelişme gözlenmektedir. Ancak, tarihsel gelişim süreci içerisinde incelendiğinde, çeşitli sanayi kollarında görülen ilerlemeye karşın orman ürünleri endüstrisinin aynı gelişmeleri sergileyemediği söylenebilmektedir.

Orman ürünlerinden faydalanma, gelişen teknoloji ile birlikte çok yönlülük kazanmış ve her geçen gün değişik ürünlerle günlük yaşamızda yerini almaya başlamıştır. Odun hammaddesinden çimentolu ve alçılı yonga levha, odun gazı ve tutkal gibi ürünler elde edilebilmekte ve orman ürünleri endüstrisi her geçen gün gelişmektedir. Bu bağlamda orman ürünleri endüstrisi gelişen yapısı ile dünya ticareti içinde demir-çelik, tekstil ve kimyevi maddelerden sonra önemli bir yer edinmiştir. Günümüzde orman ürünleri endüstrisi imalat sanayi içinde iki alt sektör olarak yer almaktadır. Bu iki alt sektörden birincisi ara mal üreten sanayiler sınıfına giren ağaç ve mantar ürünler, ikincisi ise tüketim malı üreten sanayiler sınıfına giren mobilya sanayidir.³⁵⁴

³⁵³ İLTER, E. ve K. OK, Orman Ürünlerinde Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi, Ankara, 2004, s. 57.

³⁵⁴ TMMOB, ORÜS ve Özelleştirme, Sektörel Rapor Dizisi:5, Ankara, 1994, s.7.

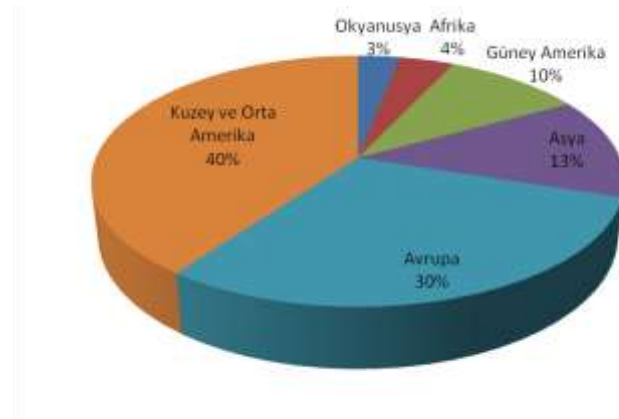
Orman ürünleri talebini ve arzını inceleyen çalışmalar 19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyıl başına kadar uzanmaktadır. İlk dönemlerde orman ürünleri piyasaları ile ilgili çalışmalar özellikle ABD’de 20. yüzyılın ilk yarısından itibaren yapılan “açıklık analizi(gap analysis)” türü çalışmalardır. Açıklık analizinde bir tarata nüfus ve gelir artışına paralel olarak artış gösteren odun talebi diğer tarafta ise tarıma dönüştürülecek azalan orman arazileri ve odun arzı bulunmaktadır. Açıklık analizlerinden sonra ekonomik teoriye paralel analizler ise II. Dünya savaşı’ndan sonra ve özellikle 1950’lilerden itibaren görülmeye başlamıştır. Ormancılıktaki odun arz ve talebini temel alan bu çalışmalar grafiksel analiz içeriği göstermiştir. Bu analizler yuvarlak odun ve dikili ağaç gibi odun esaslı birincil orman ürünlerini incelemesinin yanında kereste, lif ve yonga levha ve kağıt gibi orman endüstrisi ürünlerini de incelemiştir. 1970’li yıllardan itibaren ise grafiksel içerikte olan basit modellerden sonra teoriye daha uygun ve ekonometrik yönü gelişmiş analizler yapılmaya başlanmıştır. Bu modellerin başlıcaları; McKillop (1967), Leuscher (1973), Robinson (1974) ve Buongiorno (1977, 1978) modellerdir. 1980’li yıllardan itibaren ise Kuzey Amerika’ya özgü ve küresel kullanıma açık olan diğer bir ifadeyle kurumsallaşmış orman ürünleri pazar modelleri kurulmaya başlamıştır. Bu modellerden bazıları sadece Kuzey Amerika’ya özgü niteliklere sahip olmasına karşın bazıları ise her hangi bir ülkeye uyarlanabilecek özelliktedir. Bu modellerin çeşitli uyarlamaları 1990’lı yıllarda İskandinav ülkelerinde uyarlanmıştır. Belli başlı kurumsal orman ürünleri modelleri; TAMM, NAPAP, CINTRAFOR CGTM, GFPM ve TSM’dir.³⁵⁵

3.2. Dünyada Orman Ürünleri Sektöründeki Durum ve Küresel Eğilimler

Arz orman ürünlerinin sürdürülebilirliği için öncelikli olarak belirleyicidir. Dünyadaki durum arz cephesinden incelendiğinde Avrupa, Kuzey Amerika, Ukrayna, Beyaz Rusya ve Kazakistan’da odun üretiminin en üst düzeyde olduğu görülmektedir. (Bkz. Şekil 3.4.) Dünya genelinde enerji kaynağı olarak oduna talep artmakta ve yenilenebilir enerji kaynağı kullanımı Avrupa Birliği ülkelerinde

³⁵⁵ KAYACAN, B. ve A. ÖZTÜRK, Dünyada Orman Ürünleri Piyasa Modelleri: Gelişim Süreci Ve Türkiye İçin Yönelimler, II. Ormancılıkta Sosyo-Ekonomik Sorunlar Kongresi,19-21 Şubat 2009, Isparta, ss.152-165, s. 152-156.

desteklenmektedir. Bunlara ek olarak her geçen gün briket ve pellet gibi odunun işlenmesi ile biokütle enerji ticaretinin hacmi yükselmektedir.³⁵⁶



Şekil 3.4 - Dünyada Endüstriyel Odun Üretimi

Kaynak: DATAMONITOR, Global Forest Products, Industry Profile, Datamonitor, Nisan 2008, s. 9.

Dünya genelinde orman ürünleri piyasasını yönlendiren en büyük oyuncu konumunda Çin bulunmaktadır. Çin orman ürünleri piyasasında en büyük ihracatçı ve Amerika Birleşik Devletleri'nden sonra ikinci en büyük ithalatçı ülke konumundadır. Ayrıca Çin odun ithalatının %70'i Rusya Federasyonu'ndan yapmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri, mobilya ithalatının %40'ını Çin'den gerçekleştirmektedir.³⁵⁷ Dünyada endüstriyel odun üretimi incelendiğinde, üretim sıralamasında %40 ile Kuzey ve Orta Amerika'nın birinci sırada olduğu görülmektedir. Kuzey ve Orta Amerika'dan sonra üretim sıralamasında sırasıyla %30 ile Avrupa, %13 ile Asya, %10 ile Güney Amerika, %4 ile Afrika ve %3 ile Okyanusya yer almaktadır.

İşletme ölçeği yönünden incelendiğinde ise dünya orman ürünleri endüstrisi (OÜE) işletmelerinin büyük kısmının KOBİ niteliğindeki işletmelerin oluşturduğu görülmektedir. 1990'lı yıllarda yapılmış bir çalışmada, ülkelere göre orman ürünleri endüstrisi işletmelerinin büyüklükleri karşılaştırmalı olarak Çizelge 3.2'de yer almaktadır.³⁵⁸

³⁵⁶ KAPLAN E., Dünya Orman Varlığı ve Odun Tüketimi, <www.ahsaponline.net> (13.04.2008)

³⁵⁷ <<http://www.ahsaponline.net/dergi/34/odalarbirligi.htm>> (14.05.2009)

³⁵⁸ KAPLINSKY R., O. MEMEDOVİC, M. MORRIS ve J. READMAN, “ The Global Wood Furniture Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries The case of South Africa”, UNIDO, Vienna, 2003.

Çizelge 3.2 - OÜE İşletmelerinin Firma Büyüklüğüne Bağlı Uluslararası Karşılaştırması

Ülke	Yıl	Çalışan Sayısına Göre Yüzde İşletme Sayısı		
		<20	20-99	100+
İsveç	1992	92.5	6.2	1.1
Almanya	1987	89.3	-	10.6
Meksika	1987	86.9	11.2	1.9
Kore	1988	77.0	20.5	2.4
İtalya	1986	75.1	18.0	6.8
Brezilya	1985	71.6	23.4	1.1
ABD	1990	70.7	23.9.	9.7
Güney Afrika	1993	67.6	26.0	6.3

Kaynak: KAPLINSKY, Raphael; Olga MEMEDOVIC, Mike MORRIS ve Jeff READMAN, The Global Wood Furniture Value Chain, What Prospects for Upgrading by Developing Countries The Case of South Africa, United Nations Industrial Development Organization, Vienna, 2003, s. 16.

3.2.1. Küresel Orman Ürünleri Endüstrisi: Endüstri Profili

Bir endüstrinin profilini ortaya koyabilmek için ‘piyasa değeri’, ‘piyasa hacmi’, ‘küresel orman ürünlerinin ürün çeşitlerine göre bölümlenmesi’, ‘küresel orman ürünlerinin bölgelere göre pazar payları’ ve ‘küresel orman ürünleri piyasasında en fazla piyasa payına sahip ilk üç firma’ gibi değişkenlerin tespit edilmesi gerekmektedir. Orman ürünleri endüstrisi için bu anlamda tespit edilen bazı önemli özellikler şu şekildedir:

- Piyasa Değeri: Küresel orman ürünleri piyasası 2007 yılında %10,1 oranında büyümüş ve piyasa 228 milyar Dolarlık değere ulaşmıştır.
- Piyasa Değeri Öngörüsü: 2007 yılından 2012 yılına kadar olan dönemde küresel orman ürünleri piyasasında %50,8’lik bir artış yaşanması ve piyasasının 348 milyar Dolara değere ulaşması öngörülmektedir.
- Piyasa Hacmi: Küresel orman ürünleri piyasası 2007 yılında %3,9 oranında büyümüş ve hacim olarak 1.4 milyar metrekübe ulaşmıştır.

- Piyasa Hacmi Öngörüsü: 2007 yılından itibaren küresel orman ürünleri piyasasının %12,7'lik büyüme sağlaması ve hacim olarak 1,6 milyar metreküpe ulaşması öngörülmektedir.
- Küresel Orman Ürünlerinin, Ürün Çeşitlerine Göre Piyasa Bölümlemesi: Piyasa üretiminin en büyük bölümünü endüstriyel yuvarlak odun biçimindeki üretim oluşturmaktadır ve toplam piyasa hacminin % 37,6'sına sahiptir.
- Küresel Orman Ürünlerinin Bölgelere Göre Pazar Payları: Amerika bölgesindeki (Kuzey, Orta ve Güney Amerika) en büyük orman ürünleri piyasasının toplam satışlarda %58,4'lik paya sahip olduğu belirtilmiştir.
- Piyasa Payı: Orman ürünleri piyasasında en büyük paya sahip olan, en büyük firma Weyerhaeuser firmasıdır ve küresel piyasa değerinin % 3,5'ini oluşturmaktadır.³⁵⁹

Şimdi bu bilgiler ışığında endüstri profili alt başlıklar halinde incelenecek ve ayrıntılandırılacaktır.

3.2.1.1. Piyasa Tanımlaması

Küresel orman ürünleri piyasası; yonga ve parçacıklarını, biçilmiş keresteyi, yakacak odunu, odun artıklarını, endüstriyel yuvarlak odunu ve ahşap esaslı levhaları kapsayan bir yapıdadır. Bu piyasa kâğıt ve kâğıt hamurunu ürünlerini kapsamamaktadır. Piyasanın hacmi, piyasanın üretim değerini belirtmekte ve bu değere milyon metreküp olarak gösterilmektedir. (yakacak odun haricinde).³⁶⁰

Küresel orman ürünleri piyasası 2007 yılında 228 milyar dolarlık toplam gelir oluşturmuş ve 2003 ve 2007 yılları arasındaki dönemde küresel orman ürünleri piyasasında yıllık % 9,1'lik bir bileşik büyüme oranı yaşanmıştır. Piyasa üretim

³⁵⁹ DATAMONITOR, Global Forest Products, Industry Profile, Datamonitor, Nisan 2008, s. 7, 8.

³⁶⁰ Piyasa değeri üreticilerin satış değeri üzerinden hesaplanır ve döviz kuru değişiklikleri sorunu 2007 yılının sabit yıllık ortalama döviz kuru oranları kullanılarak aşılmıştır. Bu raporda Amerika Bölgesi; Brezilya, Kanada, Meksika ve ABD'yi kapsar. Avrupa Bölgesi; Belçika, Danimarka, Fransa, Almanya, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Hollanda, İtalya, Norveç, Polonya, Rusya, İspanya, İsveç ve İngiltere'yi kapsar. Asya-Pasifik Bölgesi; Çin, Japonya, Hindistan, Singapur, Güney Kore ve Tayvan'ı kapsar. Küresel ölçek ise yukarıda bahsedilen Amerika Bölgesini, Avrupa Bölgesini ve Asya-Pasifik Bölgesini kapsar.

hacmi 2003-2007 yılları arasında % 3 bileşik yıllık büyüme oranı ile büyümüş ve 1.4 milyar metreküpe yükselmiştir. Piyasa performansı öngörüsüne göre bileşik yıllık ortalama büyüme oranının 2007-2012 arasındaki beş yıllık dönemde % 8,6 olması ve piyasa değerinin 2012 yılı sonunda 343,8 milyar dolara ulaşması öngörülmektedir. Küresel orman ürünleri piyasası 2006 yılında % 1,3 oranında büyümüş, 2007 yılında ise % 10,1'lik yıllık büyüme gerçekleştirmiştir. Küresel orman ürünleri piyasasında 2007 yılı için en kazançlı olanı endüstriyel yuvarlak odun satışlarıdır ve 85,8 milyar dolarlık toplam gelir yaratarak piyasanın toplam değerinin % 37,6'sını meydana getirmiştir. Biçilmiş kereste satışları ise 2007 yılında 70,9 milyar dolarlık gelir oluşturarak piyasanın toplam gelirinin % 31,1'ini meydana getirmiştir.³⁶¹

3.2.1.2. Piyasa Değeri

Küresel orman ürünleri piyasası 2007 yılında % 10,1 büyüme ile 228 milyar dolarlık değere ulaşmıştır. Piyasanın bileşik yıllık büyüme oranı 2003 - 2007 yılları arasında % 9,1 olarak gerçekleşmiştir.(Bkz. Çizelge 3.3)

Çizelge 3.3 - Küresel Orman Ürünleri Piyasa Değeri

Yıllar	Piyasa Değeri (Milyar Dolar)	Büyüme (%)
2003	161,2	
2004	199,7	23,90
2005	204,3	2,30
2006	207,0	1,30
2007	228,0	10,1
2003-2007 Arası Bileşik Yıllık Büyüme Oranı		9,1

Kaynak: DATAMONITOR, Global Forest Products, Industry Profile, Datamonitor, Nisan 2008, s. 10.

³⁶¹ DATAMONITOR, a.g.e., s. 7, 8

3.2.1.3. Piyasa Hacmi

Küresel orman ürünleri piyasası hacmi 2007 yılında % 3,9 oranında büyüme yaşamış ve hacim olarak 1.4 milyar metrekübe ulaşmıştır. Piyasa hacminin 2003-2007 arasındaki periyotta bileşik yıllık büyüme oranı % 3 olarak gerçekleşmiştir. (Bkz. Çizelge 3.4)

Çizelge 3.4 - Küresel Orman Ürünleri Piyasa Hacmi

Yıllar	Piyasa Hacmi (Milyar Metreküp)	Büyüme (%)
2003	1,3	
2004	1,4	6,70
2005	1,4	2,70
2006	1,4	-1,00
2007	1,4	3,90
2003-2007 Arası Bileşik Yıllık Büyüme Oranı		3,0

Kaynak: DATAMONITOR, Global Forest Products, Industry Profile, Datamonitor, Nisan 2008, s. 11.

3.2.2. Pazar Trendleri ve Üretim Teknolojisindeki Gelişim

Dünyada birçok ülkede orman kaynaklarının her geçen gün azalması mevcut kaynakların en verimli şekilde kullanılmasının önemini artırmaktadır. Bu bağlamda odun dışı lif kaynaklarına yönelme yaşanmakta veya mevcut ürünler kusurlarından arındırılarak kompozit kereste-paneller üretme metodları araştırılmaktadır.

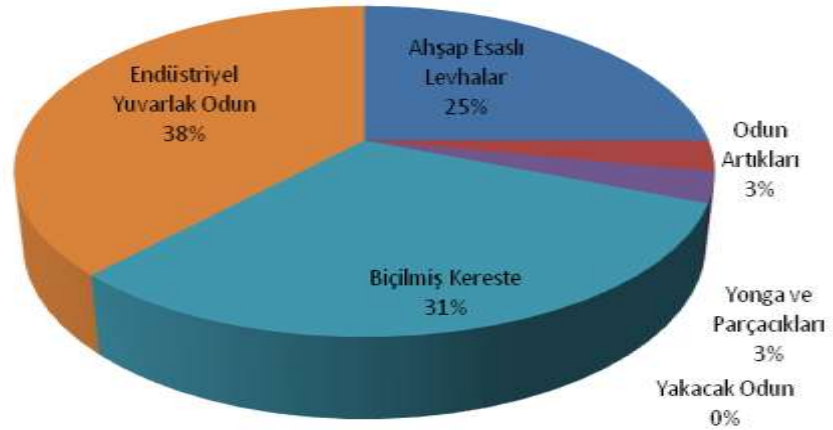
Günümüzde üretimi ve dolayısıyla piyasayı yönlendiren en önemli faktör konumundaki müşteri talepleri daha fazla dikkate alınmakta ve müşterilerin isteklerine uygun birtakım ürünler geliştirilmektedir. Bu çerçevede mevcut üretim süreçlerinin daha az artık verecek şekilde yeniden tasarlanmaları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu kapsamda tomruktan kereste üretimi ve masif kaplama üretiminde, lazer ile kesim, su jeti ile kesim gibi sofistike teknolojiler kullanılmaya başlanmıştır.

Üretim süreçlerinde yaşanan dönüşümlerle ve ilerlemeyle paralel bir şekilde orman ürünleri endüstrisinde de her geçen gün daha ileri teknoloji kullanımı artmaktadır. Orman ürünleri endüstrisindeki rekabet seviyesinin temel belirleyici faktörleri olarak; esnek imalat sistemlerinin, zeki üretim tekniklerinin ve online kalite

kontrol tekniklerinin ahşap malzeme işleyen makine teknolojilerinde kullanılması gösterilmektedir. Orman ürünleri endüstrisindeki sektörel gelişim bilişim teknolojilerindeki gelişimden de doğrudan etkilenmekte ve lojistik, tedarik ve taşıma gibi alanlarda dönüşümler yaşanmaktadır. Tüm bu gelişmelerin sonucu olarak orman ürünleri sektörü, işgücü yoğun sektör konumundan teknoloji yoğun sektör konumuna doğru bir geçiş yaşamaktadır.³⁶²

3.2.3. Ürün Çeşitlerine Göre Piyasa Bölümlemesi

Küresel orman ürünleri piyasasının en fazla paya endüstriyel yuvarlak odun üretimi sahiptir ve bu ürün toplam piyasa hacminin % 37,6'sını oluşturmaktadır. İkinci sırada biçilmiş kereste yer almakta ve piyasa hacminin %31,1'ini oluşturmaktadır. (Bkz. Şekil 3.5)



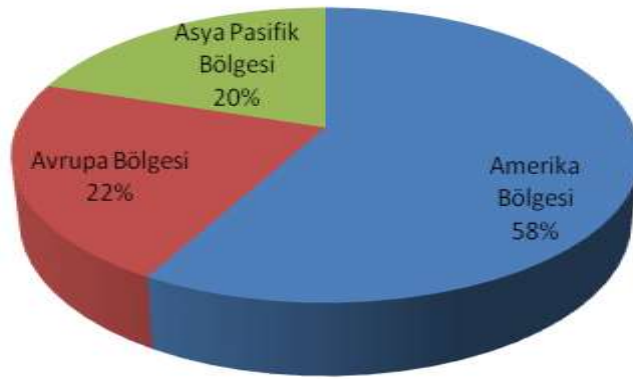
Şekil 3.5 - Küresel Orman Ürünleri Çeşitlerine Göre Piyasa Bölümlemesi (2007 Yılı Değerleriyle)

Kaynak: DATAMONITOR, Global Forest Products, Industry Profile, Datamonitor, Nisan 2008, s. 12.

³⁶² ITSO, a.g.e., s. 21.

3.2.4. Küresel Orman Ürünlerinin Bölgelere Göre Pazar Payları

Küresel orman ürünlerinin bölgelere göre pazar payları incelendiğinde üretimin büyük ölçüde Amerika ve Avrupa ana bölgelerinde gerçekleştiği görülmektedir. Orman ürünlerinin en büyük piyasası olan Amerika bölgesi, toplam satışların % 58,4'ünü oluşturmaktadır. İkinci sırada küresel piyasa değerinin % 21,5'ini oluşturarak Avrupa bölgesi yer almaktadır. (Bkz. Şekil 3.6)



Şekil 3.6 - Küresel Orman Ürünlerinin Bölgelere Göre Pazar Payları

Kaynak: DATAMONITOR, Global Forest Products, Industry Profile, Datamonitor, Nisan 2008, s. 13.

3.2.5. Küresel Orman Ürünleri Piyasasındaki En Büyük Firmalar ve Pazarın Belirleyicileri

Küresel orman ürünleri, piyasa payı açısından değerlendirildiğinde endüstrideki en büyük firma Weyerhaeuser firmasıdır ve küresel piyasa değerinin % 3,5'ini oluşturmaktadır. Çizelge 3.5'te görüldüğü gibi ikinci sırada Stora Enso firması yer almakta ve toplam satışların % 1'ini gerçekleştirmektedir.

Çizelge 3.5 - Küresel Orman Ürünleri Piyasa Payı

Firma	2007 Payı (%)
Weyerhaeuser	% 3,50
Stora Enso	% 1,00
UPM-Kymmene	%0,60
Diğer	%94,90
Toplam	% 100,0

Kaynak: DATAMONITOR, Global Forest Products, Industry Profile, Datamonitor, Nisan 2008, s. 13.

Dünya mobilya piyasasında zirvesindeki ilk on firma aşağıda Çizelge 3.6'da gösterilmektedir. Bu firmalar mobilya piyasasındaki en büyük üreticiler ve piyasanın yönlendiricisi olan güçlü aktörler konumundadır.

Çizelge 3.6 - Dünya Mobilya Piyasasının Zirvesindeki İlk 10 Mobilya Üreticisi

Firma ismi	2006-2007'deki satışlar (\$ milyon)	2006-2007'deki değişiklik %	2007 yılı Toplam Geliri (Milyon \$)
Ashley Furniture Home Stores	2.475-2.080	% 19,0	2.500,0\$
IKEA	1.790-1.560	% 14,7	2.900,0\$
Room To Go	1.740-1.760	% - 1,1	-
Williams – Sonoma	1.450-1.355	% 8,6	3.944,9\$
Berkshire Hathaway furniture division	1.316,9-1.321,2	% -0,3	2.224,8\$
American Signature	1.130-1.065,1	% 6,1	1.169,0\$
Ethan Allen	1.107,2-1.198,1	% - 7,6	1.169,6 \$
Pier 1 imports	1.083,8-1.132,9	% - 4,3	1.373,6\$
La-Z-Boy Furniture Galleries	924,3-1.021,1	% - 9,5	
Raymour and Flanigan	881,8-780,6	% 13,0	901,7\$

Kaynak: Furniture /Today, 2008.

Ikea, ev mobilyaları üreten bir firmadır ve İsveç kökenlidir. Ikea firması, mobilya mağazaları grubu içinde hızla büyüyen firma profili çizmektedir. Ikea satışlarındaki büyümeler ve devam eden genişlemesi nedeniyle En Hızlı Büyüyen

100 Üretici (Top 100) listesinde en hızlı büyüyen mobilya üreticisi olarak yer almaktadır.³⁶³

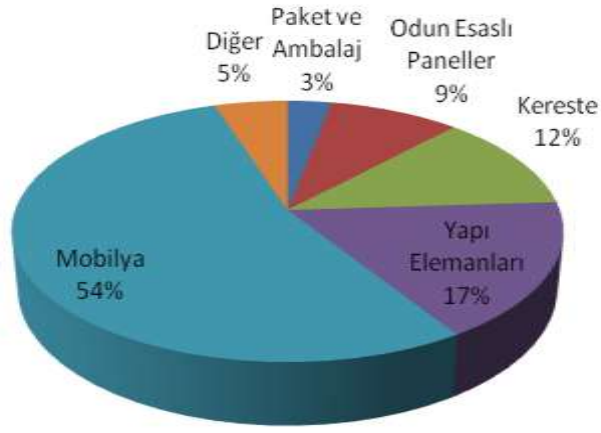
3.2.6. AB Ülkelerinde Orman Ürünleri Endüstrisi

Avrupa, orman alanının toplam kara alanına oranının en yüksek olduğu coğrafi bölgedir ve bu oran yaklaşık % 46'dır. Avrupa'nın ormanlık alanı ise yaklaşık 1 milyar hektar ve üretim yapmaya elverişli orman alanı toplam 696 milyon hektardır. AB-15 ülkelerinin orman varlığı alan ve servet olarak giderek artmaktadır. Avrupa'da 2003 yılı verilerine göre yuvarlak odun üretim miktarı 643 milyon m³, tüketim miktarı 637 milyon m³'dür. Genelde Orta ve Doğu Avrupa ülkeleri, başta Rusya Federasyonu olmak üzere yuvarlak odun ihracatçısı konumundadır. AB-15 ülkeleri ise genelde yuvarlak odun ithalatçısı konumundadır. AB-15 ülkelerindeki yuvarlak odun üretiminin % 88'ini endüstriyel odun oluşturmaktadır. AB-15 ülkeleri dışındaki Avrupa ülkelerinde bu oran yaklaşık % 75'dir ve göreceli olarak daha düşüktür fakat yine de dünya genelinde endüstriyel odunun payına oranla (% 47) daha yüksektir. Batı Avrupa ülkelerinde endüstriyel odun üretim miktarının yüksek olmasının nedenleri kısaca şunlardır; orman ürünleri endüstrisinin gelişmiş bir yapıya sahip olması ve bu nedenle yuvarlak odunun sanayide değerlendirilme imkânı yüksek olması, yakacak odun üretiminin ekonomik olmayışı ve yüksek hayat standartları ile tercihlerin diğer enerji kaynaklarından lehine olmasıdır.³⁶⁴

AB 15 içinde imalat sanayi sektöründeki katma değerın yaklaşık % 2'lik kısmı orman ürünleri endüstrisi tarafından yaratılmaktadır. Avustralya, Finlandiya, Portekiz, İsveç'te en önemli üç sektörden birini orman ürünleri endüstrisi oluşturmaktadır. 2003 yılında AB 15 içinde orman ürünleri endüstrisinin toplam iş hacmi 147 milyon Euro olarak gerçekleşmiştir. Şekil 3.7'de AB 15'teki orman ürünleri endüstrisi değerleri verilmektedir.

³⁶³ ENGEL C., Special Report: Fastest-Growing Top 100 Stores "Ikea leads pack in '07 growth", FURNITURE|TODAY JUNE 9, 2008.

³⁶⁴ KÖK, G., Dünyada ve Türkiye'de Orman Ürünleri Arz Talep İlişkileri, II. Ormancılıkta Sosyo-Ekonomik Sorunlar Kongresi, 19-21 Şubat 2009, Isparta, ss.349-360, s. 353.



Şekil 3.7 - AB 15'teki Orman Ürünleri Endüstrisi Değerleri

Kaynak: CEI-BOIS: The Woodworking Industry, European Wood Factsheets, [<http://www.cei-bois.org/>] [erişim: 29.07.2008]

AB ülkelerinde 2003 yılı verilerine göre yaklaşık 20 milyon kişi orman ürünleri endüstrisinde çalışmaktadır. AB ülkelerinde orman ürünleri endüstri işletmelerinin profili incelendiğinde; birkaç grup dışında büyük çoğunluğu kereste fabrikalarının, panel ve parke sektöründe faaliyet gösteren küçük ve orta ölçekli işletmelerin oluşturduğu görülmektedir. Panel endüstrisi gibi diğer alt sektörlerle bütünleşme fırsatı olan firmalar kümelenme, mega siteler oluşturma gibi ilgili endüstriler ve imalat süreçleri oluşturarak dikey ve yatay bütünleşme ile büyüme çabası içindedir. AB ülkelerinin gerçekleştirdiği mobilya dış ticareti yaklaşık olarak dünya dış ticaretinin yarısını meydana getirmektedir. Avrupalı üretici beş büyük ülke, dünya üretiminin yaklaşık % 30'unu gerçekleştirmektedir. Bununla birlikte AB'nin mobilya ihracatı % 20'lik bir artışla 2000 yılından 2003 yılına kadar olan dönem sonunda 13 milyon Euro'nun üzerinde gerçekleşmiştir. Avrupa orman ürünleri endüstrisi, bölgede üretilen panellerin ve özellikle sert odun kerestesinin kullanıcısı durumundadır. AB'deki orman ürünleri endüstrisinin gelişimi mobilya sektörü ile doğrudan bağlantılıdır ve bu gelişim birbirine paralel olarak gerçekleşmektedir. AB mobilya sektöründe faaliyette bulunan 56.000 işletmede toplam 870.000 kişi istihdam edilmektedir.³⁶⁵




³⁶⁵ CEI-BOIS, The Woodworking Industry, European Wood Factsheets, <<http://www.cei-bois.org/>> (29.08.2009)

3.2.7. Fuar ve Benzeri Organizasyonlar

Orman ürünleri endüstrisinin gelişimi açısından gerek yurt içinde gerekse yurt dışında sektöre yönelik gelişmelerin sergilendiği fuar ve benzeri organizasyonlar büyük öneme sahiptir. Örneğin, 2009 yılı mayıs ayında gerçekleşen LIGNA 2009 fuarının “Ağaçtan daha fazlasını yaratmak-verimli kaynak kullanımı teknolojileri” şeklinde belirlenen sloganı; orman ürünleri endüstrisinde fuarların öneminin bir göstergesidir.³⁶⁶

Fuarlar aynı zamanda kümelenme ve değer zinciri açısından önem taşımaktadır. Farklı ülkelerde farklı kuruluşlar tarafından organize edilen ağaç işleme makineleri, ormancılık ve ahşap ürünleri endüstrisi konusunda dünyanın önde gelen fuarları Çizelge 3.7’de yer almaktadır.

Çizelge 3.7 - Ağaç İşleme Makineleri, Ormancılık Ve Ahşap Ürünleri Endüstrisi Konusunda Dünyanın Önde Gelen Uluslararası Fuarları

	FUAR ADI	ÜLKE /ŞEHİR	SEKTÖRLER	ÜRÜN GRUPLARI	PERİOD
	LIGNA, Uluslararası Ağaç İşleme Fuarı	ALMANYA/ Hannover	Ağaç İşleme Teknolojisi Orman Ürünleri	Ormancılık, orman işletme tekniği, kereste üretme tekniği, masif ağaç işleme, ağaç malzemesi ve mobilya üretimi, mobilya sanayi, marangozluk	2 YILDA BİR
	WOODEXPO, Uluslararası Ağaç, Kereste, Kağıt Hamuru Yapımını Makineleri, Ekipman Materyalleri Fuarı	RUSYA /Moskova	Ahşap İşleme ve Mobilya Üretimi	Ahşap, Kereste, Ağaç İşleme Makineleri, Kağıt İşleme Makineleri ve Materyalleri, Kağıtlar, Kağıt Hamurları	YILDA BİR
	INTERZUM, Uluslararası Ağaç İşleme ve Mobilyacılık Fuarı	RUSYA /Moskova	Ahşap İşleme ve Mobilya Üretimi, Ürünler, Modeller	Ağaç İşleme Makineleri, Teknolojiler, Zımparalama Teknikleri, Aletler, Ağaç Ürünler, Ahşap Malzemeler, Modeller, Mobilya Çeşitleri	YILDA BİR
	DEREVOB RABOTKA	RUSYA/ Ekaterinburg	Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman		YILDA BİR

³⁶⁶ <http://www.ligna.de/homepage_e> (10.05.2009)

			Ürünleri		
	LIGNUMEXPO	SLOVAKYA /Nitra	Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri, Yapı Malzemeleri, Teknolojileri, İş Makineleri		YILDA BİR
	WMF China/FumiwoodChina	ÇİN HALK CUMHURİYETİ/Pekin	Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri		2 YILDA BİR
	WOOD WORLD Uluslararası Ağaç İşleme Makineleri Fuarı	MISIR/Kahire	Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri		YILDA BİR
	CARREFOUR INTERNATIONAL DU BOIS	FRANSA /Nantes	Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri		2 YILDA BİR
	WOODMAC China Ormancılık ve Ahşap İşleme Teknolojileri Fuarı	ÇİN HALK CUMHURİYETİ/Shanghai	Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri		YILDA BİR
	ZOW Germany Mobilya Endüstrisi, İç Tasarım, Aksesuar ve Ekipmanları Fuarı Formun Üstü Formun Altı	ALMANYA	Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri		YILDA BİR
	VIETNAM WOOD Vietnam Uluslararası ağaç İşçiliği Endüstrisi Fuarı	VIETNAM/ Ho Chi Minh City	Ağaç İşçiliği Endüstrisi, Mobilya		YILDA BİR

Kaynak: <<http://fairs2go.com>>, <www.fuarplus.com> internet adreslerinden elde edilen bilgilerle düzenlenmiştir.

Bu fuarlarda genel olarak; ormancılık, orman işletme tekniği, kereste üretme tekniği, masif ağaç işleme, ağaç malzemesi ve mobilya üretimi, mobilya sanayi, marangozluk, doğramacılık zanaatı, dülgerlik, malzeme, aksesuar ve hizmetleri gibi unsurları içermektedir. Bu bağlamda dünyanın farklı ülkelerinde gerçekleştirilen bu

fuvarlar, kaynakların verimli kullanımına odaklanan bir yapı ve yenilikçi üretim anlayışlarını sergilemekte ve sektördeki gelişmelerin takip edilmesini sağlamaktadır.

Orman ürünleri endüstrisi alanında yurt içinde düzenlenen fuvarlar ise Çizelge 3.8’de yer almaktadır.

Çizelge 3.8 - Ağaç İşleme Makineleri, Ormanlık Ve Ahşap Ürünleri Endüstrisi Konusunda Yurt-İçi Fuarlar

FUAR ADI	ŞEHİR	SEKTÖRLER	ÜRÜN GRUPLARI	PERİOD
KONYA AĞAÇ İŞLEME MAKİNESİ FUARI Konya Ağaç İşleme Makineleri, Kesici Takımlar, El Aletleri Fuarı	KONYA	Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri	Ağaç İşleme Makineleri, Kesici Takımlar, El Aletleri	YILDA BİR
KONYA İNTERMOB Mobilya Yan Sanayi, Orman Ürünleri ve Ahşap Teknolojisi Fuarı	KONYA	Mobilya, İç Dekorasyon, Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri	Mobilya Aksesuarları Parke Laminant Mdf, Suntalam, Kereste Ve Tomruk Ahşap Kapı Ve Pencere	YILDA BİR
MOYAF Mobilya Yan Sanayi Fuarı	BURSA	Mobilya, İç Dekorasyon, Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri	Ağaç İşleme ve Mobilya Makinaları, Mobilya Aksesuarları, Döşemelik Deeri ve Kumaş, Her Türlü Yonga Levha, Ahşap Kapı Pencere, Kimyasallar, Boya, Vernik, Cila, Tutkal, Nalburiye, Ray,	YILDA BİR
AĞAÇ İŞLEME MAKİNELERİ FUARI Ağaç İşleme Makineleri, Kesici Takımlar, El Aletleri Fuarı	İSTANBUL	Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri	Bahçe Mobilyaları, Peyzaj Tasarımı, Bahçe Mimarisi, Bahçe Ekipman, Havuz Ve Bitkiler	YILDA BİR
INTERMOB Uluslararası Mobilya Yan Sanayii ve Aksesuarları Fuarı	İSTANBUL	Mobilya, İç Dekorasyon, Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri	Mobilya, İç Dekorasyon, Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri	YILDA BİR
Z-TEC Mobilya İmalatı ve Ağaç İşleme	İSTANBUL	Mobilya, İç Dekorasyon, Ağaç İşleme	Mobilya, İç Dekorasyon, Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri	YILDA BİR

Makinaları Fuarı		Teknolojisi, Orman Ürünleri		
ZOW İstanbul Mobilya Endustrisi, İç Tasarım, ve Aksesuar ve Ekipmanları Fuarı	İSTANBUL	Mobilya, İç Dekorasyon, Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri	Kimyasal Ürünler, Mobilya Sistemleri, Kumaş Ve Deriler, Bağlantı Elemanları, İç Dekorasyon, Yüzeyler, Malzemeler, Yarımamül Ürünler	YILDA BİR
KARMAK Karadeniz Makina,Endüstri Ve Otomasyon Fuarı	TRABZON	Metal İşleme, Kaynak, Üretim Teknolojisi, Metalurji, Dökümcülük, Demir Dışı Madenler, Yüzey İşleme, Malzeme Taşıma, Lojistik, Elektrik ve Elektronik, Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri	Metal İşleme, Kaynak, Üretim Teknolojisi, Metalurji, Dökümcülük, Demir Dışı Madenler, Yüzey İşleme, Malzeme Taşıma, Lojistik, Elektrik ve Elektronik, Ağaç İşleme Teknolojisi, Orman Ürünleri	YILDA BİR

Kaynak:<<http://fairs2go.com>>, <www.fuarplus.com> internet adreslerinden elde edilen bilgilerle düzenlenmiştir.

3.2.8. Orman Ürünleri Endüstrisinde Yapısal Değişimler: Şirket Birleşmeleri

Orman ürünleri endüstrisi işletmeleri, orman ürünleri endüstrisindeki değişimlere paralel olarak dönüşüm yaşamaktadır. Daha öncede bahsedildiği gibi orman ürünleri endüstrisi uzun bir geçmişe sahiptir. dolayısıyla bu endüstride yer alan işletmeler de geçmişten günümüze değişen üretim biçimlerine ve piyasa şartlarına bağlı olarak biçim değiştirmektedir. Önceleri yerel ölçekte faaliyette bulunan ve yerel kaynakları kullanan, yine yerel ölçekteki pazarlara mal ve hizmet sağlayan küçük aile şirketleri yapısı zaman içinde yerini dev şirketlere ve şirket birleşmelerine bırakmaktadır. Endüstride küçük ve orta ölçekli işletmeler halen ağırlığını kouruken, şirket birleşmeleri de giderek artmakta ve büyük ölçekli işletme sayısı yükselmektedir.

Orman ürünleri endüstrisindeki yapısal değişim, yaklaşık elli yıl önce odun hammaddesini belirli sayıdaki mal hatları için işleyen yerel işletmelerin, yatay ve dikey bütünleşmeye yönelmeleriyle başlamıştır. Yatay bütünleşme aynı düzeyde üretim yapan farklı kuruluşların birleşmesini ifade ederken, dikey bütünleşme

herhangi bir mal üretimiyle ilgili bir işletmenin üretim için ihtiyaç duyduğu hammaddenin üretimini veya ürettiği ürünlerin çeşitliliğini arttırarak, yeni tesisler kurarak büyümesini içermektedir. Örneğin ABD'nin orman endüstrisinin en büyük firmalarından biri olan Weyerhaeuser firması 17 kereste fabrikasını, Georgia-Pacific ise yarım düzineden fazla kontrplak fabrikasını kendi bünyelerinde birleştirerek bir işletme haline getirmiştir.³⁶⁷

Orman ürünleri endüstrisinde parçalı yapının firma ve fiyat istikrarının sağlanmasını zorlaştırması, firmaları bütünleşme ve tam birleşme (merger) hareketlerine doğru yönlendirmektedir. Bu bütünleşme ve birleşme hareketleri kağıt, kereste, levha ürünleri üretimi gibi orman ürünleri endüstrisinin farklı alanlarında ve farklı ölçeklerde gerçekleşebilmektedir. Orman ürünleri endüstrisinde gelecek dönemlerde daha az sayıda fakat daha yüksek seviyede bütünleşmiş küresel firmaların oluşma eğiliminin artması ve rekabeti bu firmaların yönlendireceği öngörülmektedir.³⁶⁸

3.2.9. Sektörün Kısıt ve Tehditleri

Endüstrinin ulusal ve küresel anlamda eğilimini belirleyebilmek için öncelikle gelecekteki performansını olumsuz yönde etkileyebilecek unsurların belirlenmesi önemlidir. Olası tehditlere ek aolarak endüstrinin rakipleri karşısında daha az verimli olduğu noktaların da ortaya çıkarılması gerekmektedir. Orman ürünleri endüstrisinde yaşanan temel sorunlar; üretim sorunları, üretim artığı sorunları, kullanım sorunları olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır.

Orman ürünlerinde özellikle kereste üretiminde en önemli sorun randımandır.³⁶⁹ Kullanılan hammaddenin kalitesine (tomruğa), üretim teknolojisinin yeterliliğine, tesislerin kapasitesine ve hatta personelin eğitimine kadar randımanı etkileyen çok

³⁶⁷ İLTER, E. ve K. OK, a.g.e., s. 47.

³⁶⁸ İLTER, E. ve K. OK, a.g.e., s. 48.

³⁶⁹ Randıman, kereste hacminin üretimde kullanılan tomruk hacmine oranının yüzde olarak ifade edilmesi şeklinde tanımlanmaktadır. (Bkz: Ramazan ÖZEN, "Ülkemizdeki Kereste Üretim ve Kullanımındaki Önemli Sorunlar", Odun Kükenli ürün Sanayi ve Sorunları Semineri, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları :302, Ankara, 1984, ss.141-152, s. 142.

sayıda faktör bulunmaktadır.³⁷⁰ Dolayısıyla üretimden alınan randıman ve üretim artışı üreticiler açısından büyük öneme sahiptir. Bununla birlikte ağaç malzemenin özellikleri hakkında bu malzemeyi üreten, ticaretini tapan ve kullanan kişiler yeterince bilgiye sahip olmadıkları için, malzeme biyotik ve abiyotik zararlılara karşı gerekli koruyucu önlemlerden yoksun kalmakta ve dayanma süreleri (kullanımda yaşanan bilgi eksikliğinden dolayı) kısalmaktadır.³⁷¹

Mevcut ürünler, yeni ürünler ve ikame ürünler arasında rekabetin giderek şiddetlenmesi; yeni ürün ihtiyaçlarının farklı pazar bölümleri ve sınıfları yaratması ve yaratılan bu farklılaşmanın var olan fiziksel dağıtım sistemini değişikliğe zorlaması gibi nedenler orman ürünleri endüstrisi işletmelerinin pazarlama anlayış ve yöntemlerinin değişimini zorunlu hale getirmektedir. Bu açıdan orman ürünleri endüstrisi işletmelerinde, iç ve dış rekabet koşullarını göz önünde bulunduran, tüketiciye (müşteriye) dönük, günümüz pazarlama anlayışının hakim olacağı uygulamalara yer verilmesi gerekmektedir. Bununla bağlantılı olarak pazara dönük ürün, fiyatlandırma, dağıtım ve tutundurma faaliyetlerinin uygulanması gerekmektedir.³⁷²

2008 yılında yaşanan küresel finansal kriz ve bununla bağlantılı olarak inşaat sektöründe yaşanan yavaşlama; orman ürünleri sektörü pazarlarında da zayıflamaya neden olmaktadır. Ancak, kriz dönemlerinde kaynak verimliliğine sahip üretim tekniklerine yatırım yapan firmalar, kriz sonrası büyüme aşamasına rekabet avantajı ile geçebilmekte ve krizden güçlenerek çıkmaktadır.

Orman ürünleri endüstrisinin yapısal sorunları ise şöyle özetlenebilir:³⁷³

- Sanayinin bölgesel dağılımı dengesizlik göstermektedir. 1981 yılında yapılan belirlemelere göre kereste işletmelerinin %31'i, ambalaj işletmelerinin %19,7'si, kontraplak işletmelerinin %96'sı ve kaplama işletmelerinin %77'si Marmara ve Batı Karadeniz bölgelerinde bulunmaktadır.

³⁷⁰ ÖZEN, R., "Ülkemizdeki Kereste Üretim ve Kullanımındaki Önemli Sorunlar", Odun Kükenli ürün Sanayi ve Sorunları Semineri, Milli Produktivite Merkezi Yayınları :302, Ankara, 1984, ss.141-152, s. 142, 143.

³⁷¹ ÖZEN, R., a.g.e., s.148.

³⁷² ÖNCE, G., "Orman Ürünleri Endüstri İşletmelerimizde Pazarlama Anlayışının Geliştirilmesi ve Önemi", Karadeniz Teknik Üniversitesi Orman Fakültesi, I. Ulusal Orman Ürünleri Endüstri Kongresi, 22-25 Eylül, Trabzon, 1992, ss. 39-44, s. 42

³⁷³ TMMOB, a.g.e., s.8.

- Üretimin standartlara uygunluğu rastlantısal olmakla birlikte üretilen ürünün kalite düzeyi düşük olarak değerlendirilmektedir.
- Gerek işletme sahiplerinin gerekse de çalışanların eğitim düzeyi genelde düşüktür.
- İşçi ücretleri oldukça düşük seviyededir ve sendikalı işçi sayısı yok denecek kadar azdır.
- Orman ürünleri işletmelerinin % 98'i 10 veya daha az işçi çalıştıran işletmelerdir.

3.3. Türkiye’de Orman Ürünleri Endüstrisi Sektörünün Yapısal Durumu

Yukarıda orman ürünleri sektörünün dünyadaki yeri ve özellikleri incelenmiş olup, bu alt bölümde Türkiye’de sektörün tarihsel olarak hangi yollardan geçtiği üzerinde durulacaktır. Ardından sektörün arz ve talep yapısı değerlendirilerek, sektörde önemli bir oyuncu olan Orman Genel Müdürlüğü’nün yapısı incelenecek ve son olarak da kalkınma planları ve AB müktesebatı ışığında sektörün içinde bulunduğu mevcut durum analiz edilecektir.

3.3.1. Türkiye’de Orman Ürünleri Endüstrisinin Önemi

Orman ürünleri endüstrisinde yaşanan gelişmelere bağlı olarak orman ürünlerinin çeşitliliği de artmaktadır. Türkiye’de de tüm dünyadaki endüstrileşme çabalarına paralel olarak orman ürünleri endüstrisinde girişim ve gelişimler yaşanmaktadır. Orman ürünleri endüstrisine konu olan yuvarlak odunların hacim ve ağırlığına kıyasla değerleri düşük ve kullanım alanları da sınırlıdır. Dolayısıyla yuvarlak odunun endüstrinin çeşitli kollarında işlenmesi ve yeni ürünler haline gelmesiyle hem kullanım değerleri hem de fiyatları artmakta ve piyasasının ihtiyaçları daha etkin biçimde karşılanmaktadır.

Orman ürünleri endüstrisinin gelişimi, orman ürünlerine olan talep artışlarını, orman ürünleri için yeni pazarların yaratılmasını, satış kolaylıklarını, orman ürünleri

işletmelerinin mali gücünün artmasını da beraberinde getirmiştir. Tüm bunların sonuçları olarak da ormanların rasyonel bir şekilde işletilmesi olanaklı hale gelmiştir.³⁷⁴

3.3.2. Türkiye’de Orman Ürünleri Endüstrisi’nin Tarihsel Gelişimi

Orman ürünleri endüstrisi, ülkemizde 1870’li yıllarda bir sanayi yapılanması içerisinde yer almaya başlamıştır.³⁷⁵ İlk kereste Fabrikası 1892 yılında İstanbul’da kurulmuş ve 1938 yılına gelindiğinde ise bu rakam 33’e ulaşmış ve 1963 yılında planlı kalkınma dönemlerinin başlaması ile endüstri hızlı bir gelişim sürecine girmiştir.³⁷⁶

1970 yılında Orman Bakanlığı’na bağlı katma bütçeli bir kuruluş olan Orman Ürünleri Sanayi Kurumu (ORÜS)’ün kurulması orman ürünleri endüstrisinin gelişim sürecinde için önemli bir adım olmuştur. Yine bu gelişim süreci içerisinde, ORÜS’ün 1983 yılında İktisadi Devlet Teşekkülü özelliğine kavuşturulması, 1992 yılında özelleştirme kapsamına girmesi ve 1996-2000 yılları arasında özelleştirilmesi, orman ürünleri endüstrisinde kamu kesimi payının azaldığını, göstermektedir. Bu açıdan orman ürünleri endüstrisinde özel sektörün hakim olduğu bir yapılanmaya geçilmesi büyük önem taşımaktadır.

Ülkemizde 1936 yılında Türkiye Selüloz ve Kâğıt Fabrikaları İşletmesi (SEKA)³⁷⁷ adıyla kurulan İktisadi Devlet Teşekkülü, orman ürünleri sanayi sektörü içinde özellikle kağıt hamuru ve kağıt sanayi alt sektörü açısından önemli bir öncü rol üstlenerek kağıt sanayinin Türkiye’deki gelişimini şekillendirmiştir.³⁷⁸

Özetle, Türkiye’de orman ürünleri endüstrisi kapsamında öncelikle bıçkı sanayinde başlayan gelişme 20. yy.’ın ikinci yarısından itibaren diğer kollarda da görülmeye başlamış ve özellikle 1963’te planlı döneme geçişle birlikte, orman ürünleri endüstrisinde (sorunları da beraberinde taşıyan) hızlı bir gelişme süreci

³⁷⁴ ERASLAN, İ., a.g.e., s.4.

³⁷⁵ AKYÜZ, K. C., Avrupa Birliği Sürecinde Türkiye Orman Ürünleri Sanayinin Rekabet Düzeyi, ZKÜ Bartın Orman Fakültesi Dergisi, Cilt:8, Sayı:9, 2006, s. 85. s.83-94

³⁷⁶ TMMOB, a.g.e., s.8.

³⁷⁷ 1998 yılında özelleştirme kapsamına alınan bu kuruluş 2000-2004 yılları arasında İzmit ve Silifke tesisleri haricinde özelleştirilmiş ve özel sektörün önemli bir ağırlığa sahip olduğu bir konum edinmiştir.

³⁷⁸ AKYÜZ, K. C., a.g.e., s. 85.

yaşanmıştır.³⁷⁹ Türkiye’de orman ürünleri endüstrisinde son yıllarda (hammadde temini, üretim, tüketim ve ticaret açısından) yaşanan gelişmeler, arz ve talep açısından değerlendirme bölümünde ele alınacaktır.

3.3.3. Türkiye’de Orman Ürünleri Endüstrisinin Durumu

Türkiye’de ormancılık sektörü ilk olarak 1969 yılında Bakanlık olarak devlet öncülüğünde düzenlemiştir. 2003 yılında ise Çevre ve Orman Bakanlığı adı ile bu günkü kuruluş yapısı oluşturulmuştur. Çevre ve Orman Bakanlığı’nın taşra teşkilat yapısı şu şekildedir: Bakanlığa doğrudan bağlı olan 81 ilde Çevre ve Orman İl Müdürlükleri ve bunlara bağlı mühendislikler (501 adet) ve 11 Ormancılık Araştırma Müdürlüğü, bakanlığın bağlı kuruluşu olan Orman Genel Müdürlüğüne bağlı 27 adet Orman Bölge Müdürlüğü ve orman bölge müdürlüklerine bağlı 217 adet Orman İşletme Müdürlüğü, ve 1310 adet İşletme Şeflikleridir.³⁸⁰

3.3.3.1. Türkiye’de Orman Ürünleri Endüstrisinin Arz ve Talep Açısından Değerlendirilmesi

Orman ürünleri sektöründe ana arz edici aktör Orman Genel Müdürlüğü(OGM)’dür. OGM’nin orman ürünlerinden faydalanma konusundaki temel politikası şu şekildedir; mümkün olan en yüksek kantite ve kalitede odun üretiminin sürdürülebilir olarak gerçekleştirilmesi, toplumun odun ve odun dışı orman ürünleri ihtiyaç ve taleplerinin optimum şekilde karşılanması, odun ve odun dışı orman ürünlerinde standardizasyon ve sertifikalandırma yapılması, orman ürünleri sektörünü ticaretinin disipline edilmesi, hammadde yerine mamul madde olarak ihracatını teşvik edici tedbirlerin gerçekleştirilmesidir.

Bu çerçevede OGM’nin temel görevleri şu şekilde özetlenmektedir: ormanları, devamlılığını sağlayacak biçimde, teknik ve ekonomik gereklere göre yönetmek ve işletmek, asli ve tali orman ürünlerinin; üretim, taşıma, depolama, iş ve işlemlerini yapmak ve yaptırmak, bu ürünleri yurt içinde ve dışında pazarlamak,

³⁷⁹ TMMOB, a.g.e., s.8.

³⁸⁰ DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı Ormancılık Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Yayın No: DPT:2712-ÖİK: 665, Ankara, 2007, s.4.

ormancılık hizmetleri ile ilgili gerekli araç ve gereçleri temin ve tedarik etmektir. OGM'nin temel görevlerini gerçekleştiren birimler ise şunlardır: İşletme Pazarlama, Orman Koruma, Kadastro ve Mülkiyet, Amenajman, Silvikültür, İnşaat ve İkmal, Eğitim, İdari ve Mali İşler, Personel, Strateji Geliştirme, Teftiş Kurulu, Hukuk, Savunma, İç Denetim, Taşra birimleridir. Bu bağlamda OGM'nin temel faaliyetleri 2007 yılı rakamları ile Çizelge 3.9'da verilmektedir.

Çizelge 3.9 - OGM'nin Temel Faaliyetleri (2007)

FAALİYET ADI	BİRİM	MİKTAR
Orman Amenajman Planlaması Yapılan Alan	Hektar	1,007,351.00
Kesilen Ağaç Miktarı	m ³	24,665.00
Gençleştirme	Hektar	29,541.00
Bakım	Hektar	304,239.00
Ormanların Rehabilitesi	Hektar	298,318.00
Asli Orman Ürünlerinin Üretim Miktarı		0.00
Tomruk	m ³	3,732.00
Tel Direk	m ³	77.00
Maden Direk	m ³	522.00
Sanayi Odunu	m ³	734.00
Kağıtlık Odun	m ³	1,703.00
Lif Yonga Odunu	m ³	3,265.00
Sırık	m ³	20.00
Endüstriyel Odun Toplamı	m ³	10,053.00
Yakacak Odun	STER	6,834.00
Asli Orman Ürünlerinin Ortalama Satış Fiyatları		0.00
Tomruk	TL/m ³	156.00
Tel Direk	TL/m ³	181.00
Maden Direk	TL/m ³	119.00
Sanayi Odunu	TL/m ³	109.00
Kağıtlık Odun	TL/m ³	90.00
Lif Yonga Odunu	TL/m ³	62.00
Sırık	TL/m ³	87.00
Endüstriyel odun ortalama satış fiyatı	TL/m ³	0.00
Yakacak Odun Ortalama Satış Fiyatı	TL/STER	36.00
Orman Tali Ürünlerinin Üretim Miktarı		0.00
Kekik	KG.	3,863,150.00
Fıstık Çamı Kozalağı	KG.	3,772,362.00
Sığıla Yağı	KG.	0.00
Defne Yaprağı	KG.	11,685,929.00
Çıralı Çam Kök Odunu	KG.	89,000.00

Kaynak: OGM, <http://www.ogm.gov.tr/istatistikler/istatistik.aspx>, (Erişim tarihi: 19.08.2008).

2007-2013 dönemi için Dokuzuncu Kalkınma Planı çerçevesinde belirlenen OGM'nin gelecek yönelimli politikaları ve beklentileri kısaca Çizelge 3.10'da özetlenmiştir.

Çizelge 3.10 - OGM'nin Gelecek Yönelimli Politika ve Beklentileri

POLİTİKALAR	BEKLENTİLER
<ul style="list-style-type: none"> • Orman ürünlerinden faydalanma ile ilgili temel politika; üretim amacıyla işletilen ormanların bu günkü ve gelecekteki artım ve gelişme potansiyeli riske edilmeden, bu ormanların sürdürülebilir orman işletmeciliği ilkeleri doğrultusunda işletilmesiyle toplum ve sanayinin hammadde talebinin kalite ve miktar olarak en iyi şekilde karşılanmasıdır. • Yangına hassas bölgelerde Orman Yangınları Yönetim Sistemi oluşturulması, • Araç gereç ve yetişmiş personel tedarikinin sağlanması, • “Biyolojik Çeşitlilik İzleme Sistemi ve Veritabanı” oluşturulması, • Modelleme ve simülasyonla planlama geliştirilmesi ve Küresel Konum Belirleme Sistemi (GPS), Uzaktan Algılama (RS) ve Coğrafi Bilgi Sistemi (GIS)' nin kullanımını yaygınlaştırılması, • Özel ağaçlandırma alanlarının artırılması, • Üniversiteler ile mevcut işbirliğinin geliştirilmesi, gen koruma ormanlarının yönetimine ilişkin kılavuz geliştirilmesi ve uygulamalara başlanması, • Erozyonla mücadele çalışmalarının tamamlanması, • Milli parklar ve diğer statülerdeki korunan alanların, öngörülen plan ve programlar ile projeler doğrultusunda korunmasına ve geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi, • Ormancılıkla ilgili küresel süreçlerin içinde yer alınması ve bu süreçlerin sonuçlarının değerlendirilerek uygulanması, • Ormanlar ve ormanlık hizmetleri ile ilgili yapılacak yasal, kurumsal ve finansal düzenlemelerde AB normları, küresel süreçler ve ülkemizin temel kalkınma stratejilerinin esas alınması, • Orman ürün ve hizmet maliyetlerinin azaltılması için araştırma ve geliştirme çalışmaları ile eğitim çalışmalarına önem verilmesi bununla birlikte iç ve dış piyasaların takibi konusunda kapasite artırılması planlanmaktadır. 	<ul style="list-style-type: none"> • Orman Genel Müdürlüğüne üretilen endüstriyel odun üretiminde lif-yonga odun talebine bağlı olarak artış olabileceği ve yakacak odunda düşüş trendinin devam edeceği beklenmektedir. • Orman kaynakları yönetimine ve ürünlerin sertifikalandırılmasına yönelik çalışmaların başlatılması beklenmektedir. • Orman alanlarının bir kısmının önümüzdeki yıllarda koruma ve üretim dışı faydalanma statülerine aktarılması sonucu üretim amaçlı işletilen doğal orman alanlarının azalacağı, buna rağmen OGM tarafından gerçekleştirilen toplam endüstriyel odun miktarında az bir miktarda artış olacağı, bu artışın ağırlıklı olarak genç ormanlarda ve daha entansif silvikültürel uygulamalar ile ince boyutlu odun üretiminde gerçekleşeceği beklenmektedir. • Orman Genel Müdürlüğü'nün kurumsal yapısı ve üretim-pazarlama uygulamalarında, serbest piyasa ekonomisi şartları altında rekabet edebilmesini temin edecek bazı köklü değişikliklerin ve gelişmelerin gerçekleşmesi gerektiği, bu sayede odun üretim maliyetlerinde önemli azalmalarının uzun dönemlerde de olsa sağlanabileceği tahmin edilmektedir. • Ülkemizde fert başına ve toplam kâğıt tüketiminde önemli artışların gerçekleştiği, ancak özelleşme sürecinde olan ve odun kullanan kâğıt sanayi kuruluşlarımızın uluslararası rekabet dezavantajları nedeniyle önemli kapasite artımına gitmeyeceği, buna karşılık kâğıt ve lif-yonga levha sanayimizde teknolojik gelişmeler kaydedileceği ve rekabet gücünün kısmen gelişeceği ancak üretim ve talep miktarlarında çok büyük artışlar olmayacağı beklenmektedir.

Kaynak: DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı 2007-2013; “Ormanlık Özel İhtisas Komisyon Raporu”, Ankara, 2007, s. 59-72.

Türkiye'deki ormanların toplam alanı 21,2 milyon hektardır ve ormanların korunması, geliştirilmesi, çok yönlü faydaları için sürdürülebilir yönetim ilkeleri çerçevesinde işletilmesi orman işletmeciliğinin temel görevini oluşturmaktadır. Orman işletmeciliğinin amacı toplumun bugün ve gelecekteki orman ürün talebini en yüksek miktar ve en iyi kalitede karşılamaktır.³⁸¹

Türkiye'de odun hammaddesi ana arz kaynakları şunlardır: devlet ormanları, özel ormanlar, özel kesime ait arazilerde grup, küme ve sıra halinde yetişmiş ağaç ve ağaççıklardan yapılan tapulu kesimler, özel sektöre ait hızlı gelişen tür ağaçlandırmalar, diğer ağaç türleri ağaçlandırmaları ve ithalattır.³⁸² Türkiye'deki ormanların büyük bölümü neredeyse tamamına yakını (yaklaşık %99,9'u) devlet ormanı statüsündedir.³⁸³ Türkiye'deki ormanların arz-talep durumu Çizelge 3.11'de gösterilmektedir.

Çizelge 3.11 - Türkiye'de Ormanların Mevcut üretim Durumu ve Arz-Talep Dengesi (2005 Rakamlarıyla)

ARZ	TALEP
OGM Yıllık Toplam Odun Üretimi 13-14 Milyon m ³	Yıllık Odun Tüketimi Toplam 22 Milyon m ³
OGM'nin Yıllık Endüstriyel Odun Üretimi: 7,5-8 Milyon m ³	Yıllık Endüstriyel Odun Tüketimi: 13 Milyon m ³
Özel Sektör Endüstriyel Odun Üretimi 3-3,5 Milyon m ³	Yıllık Yakacak Odun Tüketimi: 9 Milyon m ³
İthalat (Yuvarlak Odun Olarak) 2-2,5 Milyon m ³	

Kaynak: DPT, Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Ormanlık Özel İhtisas Komisyon Raporu, Ocak 2006, Ankara, s.9,10,13.

Türkiye'de orman ürünleri arz-talep durumu incelendiğinde başlıca arz kaynağının devlet ormanları ve özel sektör kavakçılığı olduğu görülmektedir. Yılda ortalama 13-14m³ odun üretiminin 7,5-8 milyon m³'ü endüstriyel odun

³⁸¹ KÖK, G., a.g.e., s. 353.

³⁸² DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı Ormanlık Özel İhtisas Komisyon Raporu, a.g.e., s.9, 10.

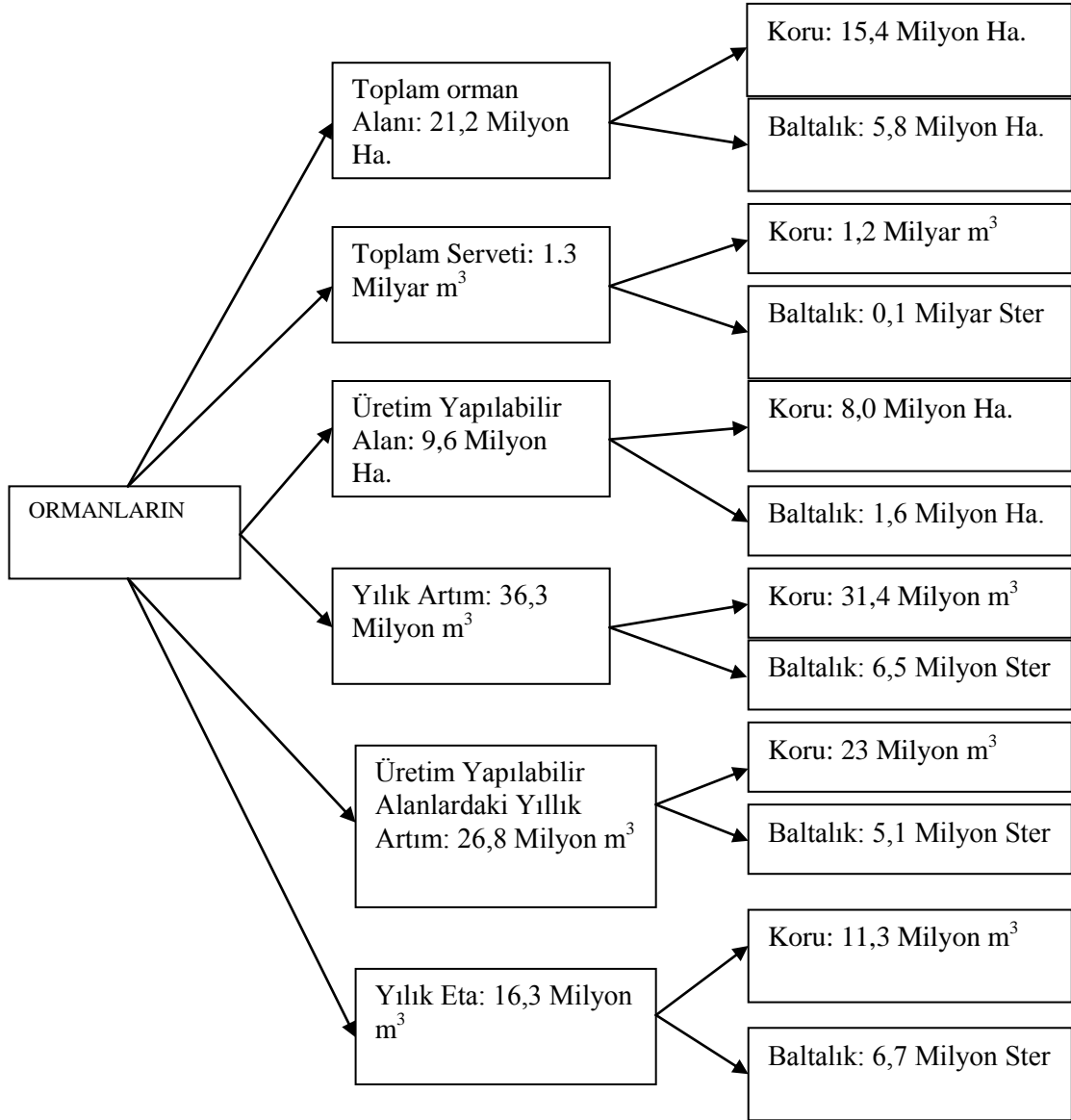
³⁸³ DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı Ormanlık Özel İhtisas Komisyon Raporu, a.g.e., s.9, 10.s.5.

biçimidedir.³⁸⁴ Türkiye’de yıllık ortalama 22 milyon m³ yuvarlak odun tüketilmekte ve bu tüketimin yaklaşık % 75’i devlet ormanlarından karşılanmaktadır. Tüketimin geriye kalan kısmı, özel ormanlardan, 3 hektardan daha küçük olan orman sayılmayan yerlerden yapılan tapulu kesimlerden, tarım alanlarında bulunan kavak, okaliptüs gibi hızlı gelişen tür plantasyonlarından yapılan üretimden ve ithalatla yapılarak karşılanmaktadır. Endüstriyel odunun % 61’ini Orman Genel Müdürlüğü arz etmekte, %27’sini özel sektör arz etmekte, % 12’si ise ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Türkiye orman ürünleri genel imalat sanayi içinde üretim değerleri açısından % 4’lük bir paya sahiptir ve 33 sanayi dalı içinde üretim değeri açısından 8. sıradadır. Türkiye genelindeki orman ürünleri endüstrisinde faaliyet gösteren işletmelerin % 98’i küçük ölçekli (10 ve daha az kişi çalıştıran) işletmelerdir.³⁸⁵ Türkiye’deki ormanların mevcut durumu, arz ve talep dengesi Çizelge 3.12’de verilmektedir. Ayrıca yine Türkiye’deki yuvarlak odun arz ve talep durumu, endüstriyel odun ve yakacak odun arz ve talep durumu ve karşılaştırması sırasıyla Çizelge 3.13 ve Çizelge 3.14’te yer almaktadır.

³⁸⁴ DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı Ormanlık Özel İhtisas Komisyon Raporu, a.g.e., s.9, 10.s.9, 10.

³⁸⁵ KURTOĞLU, A., K. Hüseyin, KOÇ, E. S. ERDİNLER ve S. D. SOFUOĞLU, Türkiye’de Orman Ürünleri Endüstrisinin Yapısal ve Eğitsel Sorunları, II. Ormanlıkta Sosyo-Ekonomik Sorunlar Kongresi, 19-21 Şubat 2009, SDÜ, Isparta, ss. 176-195, s. 176

Çizelge 3.12 - Türkiye'deki Ormanların Mevcut Durumu ve Arz-Talep Dengesi



Kaynak: KAPLAN E., Türkiye'de Orman Ürünleri Talebi ile Arz Kaynaklarının Değerlendirilmesi ve Endüstriyel Plantasyonların Yeri, İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Ormanlarımızın 150. Yılı Sempozyumu, Orman Kaynaklarının İşlevleri Kapsamında Darboğazlar, Çözüm Önerileri ve Öncelikler, 17-19 Ekim 2007, İstanbul, ss. 1-16, s.5.

Çizelge 3.13 - Türkiye’de Yuvarlak Odun Arz Kaynağına Göre Tüketim Durumu, (1000 m3)

NEVİİ - YERİ		Y I L L A R						
		2000 Yılı Öncesi Ortalama	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Endüstriyel Odun (000 m ³)	OGM	7190	6778	7950	7420	8196	8200	9299
	Özel Sektör	2166	3300	3300	3300	3300	3300	3300
	İthalat	698	930	1200	1060	1750	2285	2255
	Toplam Tüketim	10054	11008	12450	11780	13246	13785	14854
Yakacak Odun (000 Ster)	OGM	13858	7549	7500	7457	7500	7600	7004
	Özel Sektör	1695	1935	1950	1965	1980	2000	2100
	İthalat	-	184	386	517	471	500	437
	Kayıt Dışı	11935	6950	6600	6200	5800	5400	5000
Toplam Tüketim	27489	16618	16436	16139	15751	15500	14541	
Genel Toplam (000 m ³)	OGM	11584	12440	13575	13013	13821	13900	14552
	Özel Sektör	3437	4751	4762	4773	4785	4800	4875
	İthalat	698	1068	1490	1448	2103	2660	2582
	Kayıt Dışı	8951	5213	4950	4650	4350	4050	3750
TOPLAM	30670	23472	24777	23884	25059	25410	25759	

Kaynak: KÖK, Gökhan, Dünyada ve Türkiye’de Orman Ürünleri Arz Talep İlişkileri, II. Ormanlıkta Sosyo-Ekonomik Sorunlar Kongresi,19-21 Şubat 2009, Isparta, ss.349-360, s.358.

Çizelge 3.14 - Toplam Endüstriyel Odun ve Yakacak Odun Arz Talep Karşılaştırması

Yıllar	ENDÜSTRİYEL ODUN			YAKACAK ODUN		
	Arz(m3)	Talep(m3)	Fark(m3)	Arz(ster)	Talep(ster)	Fark(ster)
1990	10.093.511	13.112.492	-3.018.981	17.808.336	27.912.790	-10.104.454
1991	10.763.762	13.505.454	-2.741.692	18.423.135	27.485.381	-9.062.246
1992	10.570.590	13.927.888	-3.357.298	17.842.607	26.953.548	-9.110.941
1993	11.017.543	14.361.819	-3.344.276	18.964.762	26.469.640	-7.504.878
1994	11.280.675	14.811.327	-3.530.652	18.714.328	25.997.500	-7.283.172
1995	11.656.325	15.289.796	-3.633.471	19.339.426	25.546.568	-6.207.142
1996	11.923.215	15.777.182	-3.853.967	19.371.284	25.116.203	-5.744.919
1997	12.169.663	16.286.419	-4.116.756	19.333.694	24.707.625	-5.373.931
1998	12.487.174	16.701.222	-4.214.048	19.985.352	24.290.257	-4.304.905
1999	12.908.661	17.178.086	-4.269.425	20.091.552	23.866.103	-3.774.551
2000	13.109.311	17.665.362	-4.556.051	19.486.957	23.604.127	-4.117.170
2001	13.280.840	18.163.346	-4.882.506	19.901.373	23.235.104	-3.333.731
2002	13.554.930	18.672.411	-5.117.481	20.645.067	23.111.217	-2.466.150
2003	15.007.804	19.190.896	-4.183.092	21.230.155	22.809.796	-1.579.641
2004	15.129.445	19.725.163	-4.595.718	19.913.736	22.484.644	-2.570.908
2005	15.513.543	20.269.606	-4.756.063	21.629.255	22.173.536	-544.281
2006	15.758.609	20.826.611	-5.068.002	22.064.325	21.846.489	217.836
2007	15.978.248	21.396.575	-5.418.327	23.625.989	21.544.534	2.081.455
2008	16.185.249	21.979.920	-5.794.671	23.242.034	21.250.962	1.991.072
2009	16.343.766	22.577.074	-6.233.308	23.205.390	20.969.569	2.235.821
2010	16.542.425	23.188.449	-6.646.024	22.626.873	20.688.504	1.938.369

Kaynak: KÖK, Gökhan, Dünyada ve Türkiye’de Orman Ürünleri Arz Talep İlişkileri, II. Ormanlıkta Sosyo-Ekonomik Sorunlar Kongresi,19-21 Şubat 2009, Isparta, ss.349-360, s.358.

Türkiye'nin yıllık odun tüketimi, OGM'nin verilerine göre 23-24 milyon m³ düzeyinde gerçekleşmektedir. OGM'nin yıllık odun üretimi ise 13-14 milyon m³ olmakta ve bu üretim miktarı endüstriyel odun talebinin % 61'ini karşılamaktadır.³⁸⁶ OGM'nin yıllık üretiminin 8.5-9.0 milyon m³'ü endüstriyel odun biçiminde, üretimin geriye kalan 4.5-5.0 milyon m³'ü ise yakacak odun biçiminde kullanılmaktadır. Özel sektörün yıllık odun üretimi 3-3.5 milyon m³ olarak (özellikle kavak gibi hızlı yetişen türlerden sağlanarak) gerçekleşmekte ve yuvarlak odun ithalatı da yıllık 2-2,5 milyon m³ civarında olmaktadır.

Orman ürünleri piyasanın talep açısından incelendiğinde çalışmalarda; Türkiye'de orman ürünü işleyen tesislerin hammadde işleme kapasitesinin yaklaşık 25 milyon m³ olduğu fakat talebe bağlı olarak bugün için mevcut kapasitenin % 55'inin kullanılabildiği ve işlenen hammadde miktarının yaklaşık 14 milyon m³ olduğu belirtilmiştir.³⁸⁷

Çizelge 3.15 - Türkiye'de Orman Ürünleri Talep Durumu (Bin m³/Yıl-%)

NEV'İİ	Mevcut Hammadde İşleme Kapasitesi	İşlenen Hammadde Miktarı	Kapasite Kullanım Oranı (%)	Hammadde Temin Yeri					
				OGM		Özel Sektör		İthalat	
				m ³	%	m ³	%	m ³	%
Kereste	14.899	7.702	51	5.104	66	1.307	17	1.291	17
Kaplama	248	118	48	17	14	4	3	98	83
Kontrplak	338	135	40	23	17	61	45	51	38
Yonga-Levha	4.691	2.210	47	1.480	67	654	30	76	3
Lif-Levha	2.428	2.428	100	730	30	1.062	44	636	26
Parke ve Diğer Döşeme	1.270	529	42	423	80	17	3	89	17
Odun Hamuru	1.754	1.098	62	485	44	232	21	381	35
TOPLAM	25.628	14.221	55	8.262	58	3.337	24	2.622	18

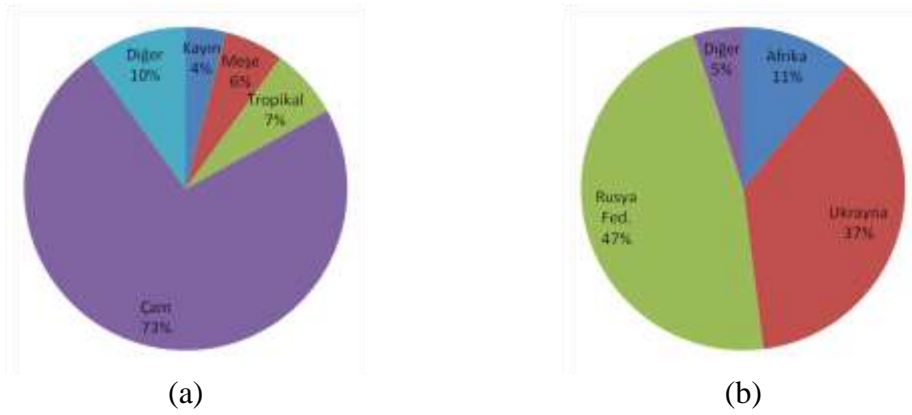
Kaynak: KAPLAN E., Dünya Orman Varlığı ve Odun Tüketimi, (www.ahsaponline.net) [Erişim: 13.04.2009]

³⁸⁶ KURTOĞLU, A., K. Hüseyin, KOÇ, E. S. ERDİNLER ve S. D. SOFUOĞLU, a.g.e., s. 176

³⁸⁷ KAPLAN E., a.g.e..

Türkiye’de endüstriyel odun talebinin 13-14 milyon m³ olması, diğer taraftan ülke içindeki endüstriyel odun arzının 11-12 milyon m³ civarında olması nedeniyle oluşan arz açığı, ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Endüstriyel odun talebinin % 61’i OGM tarafından devlet ormanlarından, % 24’ü özel sektör üretiminden karşılanmakta, endüstriyel odun talebinin geriye kalan % 15’lik bölümü ise ithalat yoluyla karşılanmaktadır. İthal edilen ağaç türlerinde ise ağırlığın iğne yapraklı ağaç türlerinde (çam) olduğu görülmektedir.

İthalatta iğne yapraklı türlerin ağırlıkta olduğu, görülmektedir (Şekil 3.8a). Odun hammaddesi ithalatının büyük bölümü eski Sovyetler Birliği bölgesi ülkelerinden özellikle Rusya Federasyonu ve Ukrayna’dan gerçekleştirilmektedir. (Şekil 3.8b).



Şekil 3.8 - Ağaç Türlerine (a) ve Ülkelere (b) Göre İthalat Durumu

Kaynak: KAPLAN E., Dünya Orman Varlığı ve Odun Tüketimi, (www.ahsaponline.net) [Erişim: 13.04.2009]

3.3.3.2. Türkiye Orman Ürünleri Endüstrisindeki Diğer Aktörler

İstanbul Sanayi Odası tarafından belirlenen Türkiye’nin en büyük 500 kuruluşu içinde yer alan orman ürünleri endüstrisi işletmeleri, Çizelge 3.16’da gösterilmektedir.

**Çizelge 3.16 - Türkiye’de İlk 500’e Giren Orman Ürünleri Endüstri İşletmeleri
(2006-2007)**

İlk 500 de sırası		Firma	Sektör	Bağlı Olduğu Oda	Üretimden Satışlar Net (TL)
2007	2006				
69	87	Yıldız Entegre Ağaç San. Ve Tic. A.Ş.	Orm. Ürn. End.	Kocaeli	557.829.694
79	101	Kastamonu Entegre Ağaç San. Ve Tic. A.Ş.	Orm. Ürn. End.	İstanbul	512.910.185
132	150	Starwood Orman Ürünleri Sanayi A.Ş.	Orm. Ürn. End.	İnegöl	338.525.479
182	222	Yıldız Sunta Mdf Orman Ürünleri Sanayi Tesisleri İth. İhr. Ve Tic. A.Ş.	Orm. Ürn. End.	Kocaeli	257.347.337
227	224	Çamsan Ağaç San. Ve Tic. A.Ş.	Orm. Ürn. End.	Ordu	207.951.115
400	420	Agt Ağaç San. Tic. A.Ş.	Orm. Ürn. End.	Antalya	119.444.485
474	0	Sfc Entegre Orman Ürünleri San. Ve Tic. A.Ş.	Orm. Ürn. End.	İstanbul	101.527.602
486	0	Tever Mdf Levha San. Ve Tic. A.Ş.	Orm. Ürn. End.	İstanbul	99.314.360
119	115	Boytaş Mobilya San. Ve Tic. A.Ş.	Mobilya San.	Kayseri	367.710.158
230	231	İstikbal Mobilya San. Ve Tic. A.Ş.	Mobilya San.	Kayseri	205.351.453
436	368	Yataş Yatak Ve Yorgan San. Tic. A.Ş.	Mobilya San.	Kayseri	109.245.328
173	203	Tire Kutsan Oluklu Mukavva Kutu Ve Kağıt Sanayii A.Ş.	Kağıt Karton San.	Tire	265.811.018
198	173	İpek Kağıt San. Ve Tic. A.Ş.	Kağıt Karton San.	İstanbul	239.290.771
202	187	Olmuksa Int. Paper-Sabancı Ambalaj San. ve Tic. A.Ş.	Kağıt Karton San.	İstanbul	230.611.253
228	270	Astel Kağıtçılık San. Ve Tic. A.Ş.	Kağıt Karton San.	İstanbul	207.469.952
374	334	Kartonsan Karton San. Ve Tic. A.Ş.	Kağıt Karton San.	İstanbul	126.612.566
417	293	Kombassan Kağıt Matbaa Gıda Ve Tekstil San. Tic. A.Ş.	Kağıt Karton San.	Konya	114.374.493
444	376	Dentaş Ambalaj Ve Kağıt Sanayi A.Ş.	Kağıt Karton San.	Denizli	108.251.724
466	457	Ve-Ge Hassas Kağıt Ve Yapıştırıcı Bant San. Ve Tic. A.Ş.	Kağıt Karton San.	İstanbul	102.927.864
488	0	Oyka Kağıt Ambalaj San. Ve Tic. A.Ş.	Kağıt Karton San.	Adana	99.223.835

Kaynak: İstanbul Sanayi Odası,
<http://www.iso.org.tr/tr/web/besyuzbuyuk/gecmisyillar/500buyukgecmisyillar.htm>.

Mobilya sektörünün, Türkiye ihracatı içindeki payı 2007 yılında % 0,96 olarak gerçekleşmiştir ve 2007 verilerine göre AB ülkelerinin mobilya ihracatı içindeki payı % 50,8dir. Kısacası Türkiye mobilya ihracatının büyük bölümünü AB ülkelerine yapmaktadır. Mobilya ihracatı ülkeler bazında incelendiğinde en fazla ihracatın Almanya'ya yapıldığı görülmektedir. Türkiye, 2007 yılında Almanya'ya 134 milyon Dolarlık mobilya ihraç etmiştir. Türkiye'nin mobilya ihracatında önemli paya sahip diğer ülkeler ise Irak, Fransa, İran, Yunanistan, Hollanda, İngiltere, Romanya, Rusya ve Azerbaycan'dır.

Türkiye'nin mobilya ithalatı incelendiğinde ithalat yapılan ülkeler içinde AB ülkeleri %57'lik pay ile ilk sırada yer aldığı görülmektedir. AB ülkeleri içinde ilk sırada İtalya, ikinci sırada ise Almanya bulunmaktadır. Ancak 2006 yılı verilerine göre Çin, İtalya ve Almanya'yı geçerek ülke bazında en fazla mobilya ithalatı yapılan ülke konumuna gelmiştir. 2007 yılı verilerine göre mobilya ithalatı yapılan ülkeler sırasıyla; Çin, İtalya, Almanya, Fransa, Polonya, İspanya, Endonezya, İngiltere ve Güney Afrika Cumhuriyeti olarak belirtilmiştir.³⁸⁸

İhracatın istenen seviyeye ulaşamamasının nedenleri arasında sektörün iç piyasaya yönelik yapılanması, modern ve tasarım odaklı üretimin yeterince kullanılmaması, finansman sorunları ve dış pazarlar konusunda bilgi eksikliği bulunmaktadır.³⁸⁹ Bu eksikliklerin giderilmesi ve sektörel gelişimin sağlanması için akademik ve ticari çalışmalar sürmektedir. Bu kapsamda faaliyette bulunan birlik ve organizasyonlardan bazıları Çizelge 3.17'de yer almaktadır.

³⁸⁸ YENİÇERİ, B., Mobilya sektör raporu, Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 2008, <www.igeme.gov.tr>

³⁸⁹ YENİÇERİ, B., a.g.e..

Çizelge 3.17 - Sektörel Amaçlı Faliyet Gösteren Ulusal Sivil Toplum

Kuruluşlarından Bazıları

Kurumun Logosu ve Adı	Adresi	İletişim
 Türkiye Orman Ürünleri İthalatçıları ve Sanayicileri Derneği	Organize Sanayi Bölgesi İkitelli Keresteciler Sitesi 26.Sk N:30 İstanbul	tel: 0212 670 32 55 http://www.torid.org
 Ulusal Ahşap Birliği	Miralay Şefikbey Sk. 13/2 Gümüşsuyu-Taksim 34437 İstanbul	tel:0212 2924380 faks:0212 2499850 http://www.ahsap.org
 MOBSAD Mobilya Sanayi İş Adamları Derneği	Kavacık Mahallesi Ekinciler Caddesi Ertürk Sokak Başar Plaza No: 4 Kat:3 34810 Beykoz İstanbul	tel: 0216 680 27 70 faks: 0216 680 27 71 http://www.mobsad.com
 MOSDER Mobilya Sanayicileri Derneği	İdım A2 Blok Kat : 9 No : 299 Pk : 34149 Yeşilköy / İstanbul	tel:0212 465 69 17 – 18 faks: 0212 465 69 32 http://www.mosder.org.tr
 Ahşap Mutfak ve Banyo Mobilyası Sanayici ve İthalatçıları Derneği	Beşiktaş / İstanbul	tel: 0212 2723506 faks: 0212 2723186 http://www.muder.org
 Yonga Levha Sanayicileri Derneği	Meşrutiyet Cd Aslıhan A Blok N:18/7 Galatasaray- Beyoğlu 34435 İstanbul	tel: 0212.2925834 faks: 0212.2496215
 PARSİAD Parke Sektörü Sanayici ve İşadamları Derneği	Halaskargazi Cad. Ebekızı Sok. Sosko İş Merkezi A Blok Kat:10 Osmanbey-Şişli/İstanbul	tel: 0212 296 33 04 (10 hat) faks: 0212 232 58 71 http://www.parsiad.org
Ağaç Mamülleri ve Orman Ürünleri İhracatçıları Birliği	İstanbul İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği Çobançeşme Mevkii, Sanayi Caddesi, Dış Ticaret Kompleksi, C Blok Yenibosna 34520/ İstanbul	tel: 0212. 454.05.00 faks: 0212. 454.05.01-02 http://www.iib.org.tr
Ahşap Emprenye Sanayicileri Birliği Derneği	Ovacık Çıkmazı Sk. Gayret Sitesi A-2 Blok D.15 Gayrettepe - Şişli - İstanbul	tel: 0212-288 14 79 faks: 0212-275 56 57

Kaynak: ITSO, a.g.e., s. 24.

3.3.4. Politika ve Plan Dokümanları Açısından Değerlendirme

Türkiye’de Orman Ürünleri Sektörüne ile ilişkili kalkınma planlarında yer alan değerlendirmeler bu kısımda incelenmektedir.

3.3.4.1. Kalkınma Planları Açısından Değerlendirme

Devlet Planlama Teşkilatı'nın (DPT) Ağustos 2006 tarihinde yayımladığı 'İllerde Öne Çıkan Sanayi Sektörleri'³⁹⁰ raporuna göre Isparta ilinde 'ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı', 'tekstil ürünleri imalatı' ve 'metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı' sektörleri ön plana çıkmaktadır. Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı sektörü, TÜİK 2002 Genel Sanayi İşyerleri Sayımı (GSİS) il içi yüzde ve yoğunlaşma, özel sektör işgücü verimliliği ve ihracat göstergelerinde öne çıkmıştır. GSİS verilerine göre sektör, hem il içinde öne çıkmakta hem de sektörün il içindeki sektörel payı ülke içindeki payından oldukça yüksek bulunmaktadır. Sektörü ön plana çıkmasına neden olan önemli alt sektörler ise 'inşaat kerestesi ve doğrama imalatı', 'ağacın hazırlanması, planyalanması ve emprenye edilmesi' sektörleridir.

Devlet Planlama Teşkilatı'nın Haziran 2005 tarihinde yayınladığı 'Bölgesel Gelişme ve Sektör-Bölge Yığınlaşmaları'³⁹¹ çalışmasına göre sanayi sektörü 26 düzey 2 bölgesinde 22 alt sektörün yapı analizi gerçekleştirilmiştir. Birinci aşamada 26 bölgede istihdamın 23 alt sektörde coğrafi yığınlaşmaları belirlenerek bölgelerin analizi yapılmıştır. İkinci aşamada 26 bölgenin işyeri ve çalışan sayısına göre uzmanlık ve çeşitlilik düzeyleri Herfindahl endeksi kullanılarak analiz edilmiştir. Üçüncü aşamada 23 alt sektörün Herfindahl endeksleri bulunarak Türkiye genelinde sektörlerin yoğunlaşma oranları incelenmiştir. Dördüncü aşamada 23 alt sektörün düzey 2 bölgeler bazında yığınlaşma katsayıları ve yığınlaşma oranları hesaplanarak hangi sektörün hangi bölgede yığınlaştığı ortaya konulmuştur. Beşinci ve son aşamada sektörlerin bölge içindeki yığınlaşmaları analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre sektörel bazda bölgelerin coğrafi yığınlaşmaları incelendiğinde Ağaç ürünleri sektörünün, kıyı bölgeleri ve Marmara bölgesinde Türkiye ortalamasının üzerinde ya da civarında yığınlaştığı, iç bölgelerde Türkiye ortalamasının altında yığınlaştığı belirtilmiştir.

Yine DPT'nin 'Bölgesel Gelişme ve Sektör-Bölge Yığınlaşmaları' raporuna göre sektörel uzmanlaşma ve çeşitlilik, istihdam ve işyeri sayısına göre Herfindahl sektörel uzmanlaşma endeksi ile hesaplanmıştır. Bu endeks 0 ve 1 arasında değer almakta ve değer arttıkça sektörel uzmanlaşma artmakta, değer azaldıkça çeşitlilik

³⁹⁰ DPT, "İllerde Öne Çıkan Sanayi Sektörleri", a.g.e., s. 259,

³⁹¹ ELVAN L., N. SORGUÇ, L. B. KAZANCIK ve A. ÖZTÜRK, a.g.e., s. 32.

artmaktadır. Rapora göre ülke genelinde Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri(mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden, örülerek yapılan eşyaların imalatının istihdam sayısına göre hesaplanan Herfindahl endeks değeri 0,0543 ve sektörün işyeri sayısına göre hesaplanan Herfindahl endeks değeri 0,0478 olarak elde edilmiştir. Bu sonuçlara göre ağaç ve ağaç mantarı ürünleri(mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden, örülerek yapılan eşyaların **imalatı sektöründe uzmanlaşma bulunmamaktadır ve Türkiye’de bölgesel çeşitliliği en yüksek olan sektör ağaç sektörüdür**. Yığınlaşma katsayıları incelendiğinde hemen hemen tüm bölgelerde katsayıların birbirine yakın değerlerde olduğu görülmektedir. Ancak yine de bir grupta yapılacak olursa, Kocaeli, Antalya, Trabzon, Kastamonu ve Balıkesir bölgelerinin birinci, Manisa, Zonguldak, Samsun, Adana, Hatay bölgesinin ikinci, Aydın, Konya, Kırıkkale, Malatya, Erzurum, Ağrı, Van, Şanlıurfa ve Mardin bölgelerinin üçüncü derecede yığınlaştığı belirtilmektedir.

Sektörel yığınlaşmaya göre mobilya imalatı; başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalatlar sektöründe Herfindahl sektörel uzmanlaşma endeksi 0,1941’dir ve sektörde nispi bir uzmanlaşma söz konusudur. Sektör, özellikle Ankara, İstanbul, Kayseri bölgelerinde yığınlaşmıştır ve bu bölgeleri Antalya ve Erzurum bölgeleri takip etmektedir. TR61 (Antalya, Burdur, Isparta) bölgesinde mobilya imalatı sektörünün yığınlaşma katsayısı ve yığınlaşma oranı sırasıyla 0,4905 ve 1,2930 olarak hesaplanmıştır. Ülke genelindeki ilk on bölge içinde TR61 bölgesi, sırasıyla TR51, TR10 ve TR72 bölgelerinden sonra mobilya imalatı; başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalatlar sektöründeki yığınlaşma katsayısı ve yığınlaşma oranı açısından dördüncü sırada bulunmaktadır.³⁹²

Ağaç ve Ağaç Mantarı Ürünleri İmalatı (mobilya Hariç); Saz, Saman ve Benzeri Malzemelerden, Örülerek Yapılan Eşyaların İmalatı sektöründe Herfindahl endeksi çok düşük bir değer olan 0,0543 olarak hesaplanmıştır. Bu endeks değeri sonucuna göre Türkiye’de bölgesel çeşitliliği en yüksek olan sektör ağaç sektörüdür ve yığınlaşma katsayıları incelendiğinde hemen hemen tüm bölgelerde katsayıların birbirine yakın değerlerde olduğu ortaya çıkmaktadır. Grupta yapılacak olursa, Kocaeli, Antalya, Trabzon, Kastamonu ve Balıkesir bölgelerinin birinci derecede,

³⁹² ELVAN L., N. SORGUÇ, L. B. KAZANCIK ve A. ÖZTÜRK, a.g.e., s.32,33.

Manisa, Zonguldak, Samsun, Adana, Hatay bölgesinin ikinci derecede, Aydın, Konya, Kırıkkale, Malatya, Erzurum, Ağrı, Van, Şanlıurfa ve Mardin bölgelerinin üçüncü derecede yığılaştığı görülmektedir. Sektör, Van ve Erzurum bölgelerinde ikinci, Ağrı ve Şanlıurfa bölgelerinde üçüncü, Malatya ve Mardin bölgelerinde dördüncü sırada yığılaşmıştır ve sektör bölge ekonomileri için son derece önemli bir yere sahiptir.³⁹³

Çizelge 3.18 - Ağaç Ve Ağaç Mantarı Ürünleri İmalatı (Mobilya Hariç); Saz, Saman Ve Benzeri Malzemelerden, Örülerek Yapılan Eşyaların İmalatı

BÖLGELER	İstihdam Sayısı	İstihdam Oranı	Yığılaşma Katsayısı	Yığılaşma Oranı
TR42 (Kocaeli, Bolu, Sakarya, Yalova, Düzce)	7.464	9,62	3,9045	1,6826
TR61 (Antalya, Burdur, Isparta)	4.274	5,51	3,8369	3,2920
TR90 (Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Trabzon)	4.121	5,31	2,9974	2,2941
TR82 (Çankırı, Kastamonu, Sinop)	2.718	3,50	2,8788	5,5994
TR22 (Balıkesir, Çanakkale)	3.375	4,35	2,7463	2,7105
TR81 (Zonguldak, Bartın, Karabük)	2.612	3,37	1,9507	2,3764
TR83 (Çorum, Samsun, Amasya, Tokat)	3.175	4,09	1,8689	1,8400
TR33 (Afyon, Kütahya, Manisa, Uşak)	4.253	5,48	1,7884	1,4839
TR63 (Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye)	2.924	3,77	1,6859	1,8088
TR62 (Adana, Mersin)	3.803	4,90	1,4679	1,4273

Kaynak: ELVAN vd., 2005, s 35.

Kısaca değerlendirilecek olursa ağaç ürünleri sektöründe, ülke geneline yayılmış belirgin bir çeşitlilik bulunmaktadır. Ülke geneline yayılmış sektörlerden birisi olan ağaç ürünleri sektöründe ön plana çıkan bölge TR61(Antalya, Burdur, Isparta) dir ve TR61 bölgesini ardından Karadeniz bölgesi takip etmektedir. Orman Ürünleri Sanayi Sektörünün SWOT Analizi Çizelge 3.19’da yer almaktadır.

³⁹³ ELVAN L., N. SORGUÇ, L. B. KAZANCIK ve A. ÖZTÜRK, a.g.e., s.32,33.

Çizelge 3.19 - Orman Ürünleri Sanayi Sektörünün SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kalite Bilincinin artması 2. İhracat yapma bilincinin artması 3. İşçilik maliyetlerinin AB ülkelerine göre düşük olması 4. İşletmelerin modern teknolojiyi yakından takip etmesi 5. İşletmelerin üretim standartlarını yükseltmek için çaba harcamaları (özellikle yonga levha ve lif levha sanayi için geçerlidir.) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Üretimde, yerli hammadde temininde sıkıntı yaşanması, yasa ve yönetmeliklerle ilgili eksiklikler bulunması, eğitilmiş kalifiye personel eksikliği bulunması, ithal hammadde temininde güçlükler yaşanması, sermaye yetersizliği, kredi temini gibi finansal sorunlar bulunması, enerji yetersizliği ve kalitesi sorunları, ürün standartları bilgisinin yetersizliği, atölye tipi üretimin yaygın olması, ürünlerin nakliyesi sırasında karşılaşılan üretim sorunları. 2. AR-GE çalışmalarının yetersizliği 3. İşletmelerin uluslararası pazarlarda tanıtım eksikliği 4. Üniversite-sanayi işbirliğinin yeterli düzeyde olmaması 5. Talep yetersizliği (ikame malların kullanılması sonucu talep azalmıştır.) 6. AB standartlarının bilinmemesi. 7. AB standartlarının bilinmesine karşın yeterince uygulanmaması (özellikle yonga levha ve lif levha sanayi için geçerlidir.) 8. Ulusal ve uluslararası fuarlara katılım yetersizliği (Bu madde özellikle kaplama ve kontrplak sanayi için geçerlidir.) 9. Markalaşma yetersizliği (Bu madde özellikle kaplama ve kontrplak sanayi için geçerlidir.) 10. İşletmelerin kurumsallaşamaması (Bu madde özellikle Kaplama ve Kontrplak Sanayi için geçerlidir.) 11. Enerji maliyetlerinin yüksek, kalitesinin düşük olması (Bu madde özellikle kaplama ve kontrplak Sanayi için geçerlidir.) 12. Maliyet yüksekliğinden dolayı yeni teknolojinin kullanılamaması. (Bu madde özellikle kaplama ve kontrplak sanayi için geçerlidir.)
Fırsatlar	Tehditler
<ol style="list-style-type: none"> 1. AB'ye üyelik süreci 2. AB ülkelerinde işçilik maliyetlerinin yüksek olması 3. Rusya pazarı ve yakınlığı 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ekonomik belirsizlikler 2. Tüketici yatırım alanlarının faiz oranlarındaki düşüşe bağlı olarak konuta kaymasından dolayı sektör ürünlerine olan talebin düşmesi 3. Çin faktörü (Bu madde özellikle kaplama ve kontrplak sanayi için geçerlidir.)

Kaynak: ITSO, a.g.e., s. 24.

Dokuzuncu Kalkınma Planı ‘Ağaç Ürünleri ve Mobilya Sanayi’ Özel İhtisas Komisyonu Raporunda³⁹⁴ ağaç ürünleri dört alt sektör olarak incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Bu alt sektörler; kereste ve parke sanayi, yonga levha ve lif levha sanayi, kaplama ve kontrplak sanayi ve ahşap yapı sanayi sektörleridir.

a) Kereste ve Parke Sanayi:

Kereste ve parke sanayi sektöründe gelecek yıllarda mikro ölçekli, eski ve düşük kapasiteli makinelerle üretim yapan işletmelerin kapanacağı, işletme sayısında ve ortalama çalışan sayısında düşüş yaşanırken işletmelerin teknoloji düzeylerinin ve ürün kalitesinin artacağı öngörülmektedir. Sektörle ilgili diğer beklentiler şu şekildedir; toplam işletme sayısında düşüş olması, orta ölçekli ve modern teknolojiyle üretim yapan işletmelerin sayısının artması, ihracata yönelik yatırımların yükselmesi, CNC kontrollü tezgahlar, kurutma, buharlama ve emprenye tesislerine yatırım yapılmasıdır. Bu çerçevede kalkınma planlarına uygun olarak istihdamın artırılması, döviz kazandırıcı faaliyetlerin yapılması, bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesi amacıyla yeni teknoloji içeren ve işletmelerin uluslararası rekabet gücünü artıran yatırımlara Türkiye’de 1993 yılından itibaren teşvik belgesi verilmektedir. Bu doğrultuda teşvik belgesi verilen işletmelerin yatırımlarına çeşitli destekler sağlanmaktadır. Bu destekler; gümrük vergi istisnası, yatırım indirimi, makine ve teçhizat alımlarında katma değer vergisi desteği, vergi, resim ve harç istisnası, Fon’dan kredi tahsisi gibi destekleridir.

Ayrıca sektörün rekabet gücünü artıracak unsurlar olarak AR-GE faaliyetlerine daha fazla önem verilmesi, çalışan mühendis ve teknik eleman sayısının yükselmesi, girdi kalitesinin istikrara kavuşturulması, kurutma, buharlama ve emprenye işlemlerinde teknik esaslara uyulması, sertifikalı ürün kullanımının yaygınlaşması ve çevre konularına önem verilmesi ön plana çıkmaktadır. Özellikle nihai ürünün kurutulması ve emprenye edilmesi işlemlerinde hizmet verecek test ve analiz laboratuvarlarının kurulması ve ürünlerin standartlara uygunluğu konusunda sürekli bir geri besleme sağlanmasının önemi belirtilmektedir. Son olarak da sektörde

³⁹⁴ DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) Ağaç Ürünleri Ve Mobilya Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2006.

faaliyet gösteren işletmeler açısından uluslararası pazarlarda rekabet gücüne sahip olmak için bu işletmeler arasında stratejik işbirliklerinin oluşturulması gereği önemle vurgulanmaktadır. Ayrıca devletin denetleme ve destekleme görevini yapan birimleri ile sektör arasındaki işbirliği ve iletişim güçlendirilerek sinerji oluşturulması gerektiği belirtilmektedir.

b) Yonga Levha ve Lif Levha Sanayi:

Yonga levha ve lif levha sanayindeki gelişme ihtiyaçları ve uzun dönemde ulaşılmak istenen amaçlar kısaca şu şekilde sıralanmaktadır; sektörde 25-30 yıl önceki teknoloji ile kurulmuş fabrikalarda üretimin gerçekleştirilmesi maliyetler ve ürün özelliklerini olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla işletmelerin eski teknolojilerini bir an önce yenilemeleri gerekmekte ve Avrupa Birliği'ne uyum açısından teşvikler, işçi sağlığı ve iş güvenliği ile ilgili yasalarda düzenlemelerin gerçekleştirilmesi ve bunlara ek olarak standartlara uygun üretim yapılmasının denetlenmesi hedeflenmektedir. Bu bağlamda ithalata bağımlılıktan kurtularak ihracat eğiliminin artması, sektörde teknoloji ürünlerinin geliştirilmesi ve bu ürünlerin üretiminin sağlanması gerekmektedir. Sektördeki gelişme ihtiyaçlarının karşılanması, belirlenen amaçlara ulaşılması ve sektörün içinde bulunduğu durumun iyileştirilmesi için ilkelerin, politikaların ve stratejilerin belirlenmesinde sektördeki tüm aktörlerin katılımı ile ortak kararlar alınması önem taşımaktadır. Bu çerçevede sektördeki üretici firma yöneticileri, levha sanayicileri dernekleri, tüketici temsilcileri ve devlet yetkilileri ile birlikte görüşmeler yapılarak, farkındalık yaratılarak ortak kararlar alınarak çözüm üretilmesi gerekmektedir.

c) Kaplama ve Kontrplak Sanayi:

Kaplama ve kontrplak sanayinde, her iki sektörde de üretim yapan işletmelerin çoğunluğu küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmaktadır. Sektörde son yıllarda yaşanan eğilim küçük ölçekli işletmelerin azaldığı büyük ölçekli işletmelerinin sayısının arttığı yönündedir. Dolayısıyla son yıllarda küçük ve orta ölçekli işletmelerin sayısı %20 oranında azalmış ve büyük ölçekli işletme sayısında artış yaşanmıştır. Kontrplak sektöründe faaliyette bulunan büyük ölçekli firmaların

oranı kaplama sektörü ile karşılaştırıldığında daha fazladır ve kontrplak sektöründe daha organize çalışıldığı görülmektedir. Kaplama sektöründe ise son 5 yıllık dönem değerlendirildiğinde, ithalata oranla ihracat değerinin ve dış ticaret dengesinin pozitif yönde arttığı görülmektedir. Kontrplak sektöründe ise kaplama sektörünün tersi bir gelişme yaşanmış ve son 3 yılda dış ticaret dengesi negatif yönde artmıştır. Her iki sektörde de kapasite kullanım oranlarının artma eğiliminde olduğu görülmektedir. Her iki sektörde de klasik tezgahlarla üretim gerçekleştirilmekte ve ileri teknoloji kullanılmamaktadır. Her iki sektörde de üretimin büyük bölümü küçük işletmelerde ve mevsimlik işçilerle yapılmaktadır. Bu durum işletmelerin rekabet güçlerini zayıflatmaktadır. Ayrıca sektörde Türk Standartları Enstitüsü'nce (TSE) uygunluğu belgelenmiş üretim yapılmamakta ve sektörün belirli bir AR-GE çalışması bulunmamaktadır.

Dokuzuncu kalkınma planı döneminde, kaplama ve kontrplak sektörü için rekabet gücünü artıracak kaliteli ve ucuz üretimin yapılması amacıyla daha modern tesisler kurulması, eskiyen teknolojilerin yenilenmesi, firmaların revize edilerek daha modern üretim şartları oluşturulması öngörülmektedir. AB'ye katılım sürecine yönelik amaç ve politikalar açısından AB'nin sektörü doğrudan ve dolaylı olarak ilgilendiren tüm mevzuata ve yaklaşımlara kısa sürede uyum sağlamayı hedefleyen politikaların yürütülmesi gerekmektedir. Uluslararası pazarlarda rekabet gücüne sahip olmak amacıyla sektörde faaliyet gösteren işletmeler arasında stratejik işbirliği oluşturulması gerekliliği, devletin denetleme ve destekleme görevini gerçekleştiren birimleri ile sektör arasındaki işbirliği ve iletişimin güçlendirilmesi gereği, oluşacak sinerjinin ekonomik değere dönüştürülmesi gereği önemle vurgulanmaktadır. Özellikle küçük ölçekli işletmelerin bir araya gelerek ve daha büyük ölçekli firmalar oluşturarak üretim gerçekleştirmeleri ve bu oluşumların desteklenmesi hedeflenmektedir.³⁹⁵

d) Ahşap Yapı Sanayi:

Ahşap yapı sanayi sektöründe kullanılan sistemler şunlardır: ahşap karkas, ahşap yığma, panel bileşen, karma sistemlerdir. Bu sistemler çeşitli yapım teknikleri

³⁹⁵ DPT, "İllerin Performans Göstergeleri", s.87. <www.dpt.gov.tr/bgvy/igp/igp.html> (23.12.2007)

kullanılarak uygulanmaktadır. Kullanılan yapım teknikleri; ilkel yapım tekniği, geleneksel yapım tekniği ve endüstriyel yapım tekniğidir. Sektörün yapısı incelendiğinde; üretici firmaların, bayilerin, ithalatçıların ve müşterilerin heterojen bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Sektörde üretim yapan firmaların büyük bölümü doğrudan satış politikası izlemekte ve bir kısmı satış politikalarını bayilik sistemi ile destekleyerek gerçekleştirmektedir. Sektördeki işletmeler daha çok endüstriyel yapım tekniği ile ahşap yığma sistemi kullanmaktadır ve bu oran %43,3'tür. Ahşap panellerle örtülmüş çelik karkas %33,3 oranında, ahşap karkas % 18,3 oranında sektörde uygulanmaktadır.

Ahşap yapı sanayi sektöründe piyasadaki talebin karşılaması konusunda her hangi bir sorun bulunmamaktadır. Sektörde talebin artmasına yönelik beklentiler yoğunudur ve kapasite açısından değerlendirildiğinde sektörün yüksek potansiyele sahip olduğu görülmektedir. Fakat sektörde mevcut kapasitesinin tamamı kullanılmamakta ve talebe bağlı olarak çok düşük bir kapasite yüzdesiyle üretim yapılmaktadır. Sektörde ileri teknolojiler kullanılmasına bağlı olarak üretim süreci de kısılmaktadır. Sektörde çalışanların büyük kısmı küçük ölçekli firmalarda çalışmakta ve firmaların %30'u da eğitimli kalifiye eleman bulmakta sıkıntı yaşadığını belirtmektedir. Eğitimli, kalifiye eleman açığı konusunda üniversitelerle işbirliği yapılması önerilmektedir. Ayrıca sektörde AR-GE birimi bulunan firma sayısı çok azdır ve bu açıdan üniversitelerle işbirliğinin önemi daha da fazlalaşmaktadır.

Sonuç olarak ekonomik ve toplumsal boyutlarıyla önemli bir sorun oluşturan konut sektörü içinde ahşap yapı sanayi alternatif konut tipi olarak değerlendirilmektedir. Ahşap yapılara ilişkin sorunların çözümlenebilmesi amacıyla yapının üretimi ile ilgili süreçler bir bütün içerisinde ele alınması, altyapı ve arsa temininden, finansmana, üretim teknolojisinden, üretim sonrası kullanım şekillerine kadar tüm süreçler programlı ve kontrollü bir şekilde yürütülmesi gerekmektedir. Kısacası ahşap yapılara yönelik yapılacak düzenleme ve sağlanacak teşvikler geniş bir bölümü deprem riski taşıyan Türkiye açısından knut sektörü sorununa olumlu yönde çözüm üretecektir. Ahşap yapılar; mimari esneklikler, kısa sürede üretim kolaylığı, düşük enerji sarfiyatı gibi faydalar sağlamakta ve konut sektörü için alternatif bir açılım olarak kabul edilmektedir.

Dokuzuncu Kalkınma Planı ‘Ağaç Ürünleri ve Mobilya Sanayi’ Özel İhtisas Komisyonu Raporunda,³⁹⁶ mobilya sanayinin düşük teknoloji ve düşük sermaye ile emek yoğun olarak faaliyet gösteren bir sektör olduğu belirtilmektedir. Mobilya sektörün hızlı bir dönüşüm geçirerek geçmiş yıllara oranla çok daha bilgi ve sermaye yoğun bir sektör olma yolunda ilerlediği de ayrıca vurgulanmaktadır. Türkiye mobilya sanayi, büyük bölümü geleneksel yöntemlerle çalışan atölye tipi, küçük ölçekli işletmelerden oluşan bir sektördür. 1990’lı yıllardan itibaren orta ve büyük ölçekli işletmelerin de sektörde yerini almasıyla ülke imalat sanayi içinde %3’lük üretim katsayısı ile önemli bir bilgi ve sermaye ağırlıklı imalat kolu oluşturmaya başlamıştır. Avrupa Mobilya Üreticileri Federasyonu’nun (UEA, 2006) gelişmekte olan ülkelerin rekabet gücünü yükseltmeleri için tavsiyeleri ve mevcut durum analizi doğrultusunda Türkiye mobilya sektörünün SWOT analizi Çizelge 3.20’de verilmiştir.

Türkiye mobilya sanayi uluslararası pazarlarda rekabet edebilecek konuma sahiptir fakat bir takım yapısal unsurlar bu durumu sınırlamaktadır. Sektörde çoğunluğu geleneksel yöntemlerle çalışan atölye tipi, küçük ölçekli işletmelerin ağırlıkta olması ve büyük ölçekli işletmelerin son 5-10 yılda kurulmuş olması dünya pazarlarında tanınmayı engelleyen en önemli neden olarak görülmektedir. Mobilya sektöründe örgütlenme ve yönelme sorunu yaşanmaktadır. Model ülkeler olarak, İtalya, Almanya, Britanya ve Amerika Birleşik Devletleri ve devlet destekli organizasyonlara örnek olarak da Britanya ve Britanya’yı örnek alan Uzak Doğu ülkeleri örnek alınarak sektör kendini geliştirme faaliyetlerini gerçekleştirmelidir. Kısacası Türkiye mobilya sektöründe, küçük işletmelerin birleşerek güçlü işletmeler oluşturması gerekmektedir. Ayrıca sektörde kayıt dışılığın önlenmesi, dağıtım sistemlerinin gereken şekilde düzenlenmesi, KDV oranlarının rakip ülkeler düzeyine indirilmesi ve SSK yükünün hafifletilmesi önemlidir. Buna ek olarak sektöre kalifiye işgücü sağlanması, modern tasarım ve patent hakkına ilişkin çağdaş düzenlemelerin yapılması, mobilya kalite testleri ve standartlara uygunluğun sağlanması için gerekli organizasyonların ve mobilya denetiminin sağlanmasına dair düzenlemelerin yapılması gerekmektedir.

³⁹⁶ DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) Ağaç Ürünleri Ve Mobilya Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2006.

Çizelge 3.20 - Mobilya Sanayi SWOT Analizi

Güçlü Yanlar	Zayıf Yanlar
<ul style="list-style-type: none"> • Büyük ölçekli firmalar • Yüksek iş gücü potansiyeli • Malzeme/ürün çeşitliliği • Mobilya üretim ağı/potansiyeli 	<ul style="list-style-type: none"> • Aile şirketleri kırılabilirlikleri • Organizasyon • Yönlendirme/devlet desteği • Finans yetersizliği • Yatırım yetersizliği • Kalifiye eleman yetersizliği/uzmanlaşma • Mesleki eğitim yetersizliği • Yok/zayıf tasarım ve korunması • Yüksek hammadde maliyetleri • Yenilik yaklaşımı • Perakende satışlar ve satış zinciri ağı oluşmaması • Pazarlama/Pazar • Uluslararası standartlar
Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none"> • Stratejik konum ve AB aday ülke olması • Dünyada yeniden oluşum • Küreselleşme • Yeni Pazar arayışları/genişleme • Fason üretim arayışları • Avrupa'daki tüketim nüfusu • Bilgi teknolojisi ve elektronik Networks • Üretimdeki artış/genişleme • Tasarımın kullanımı ve artırılması • Markalı/kimlikli ürünler • Reklam • Etkili iletişimin oluşumu/kullanımı • Mobilya ve moda • Çevreye yapılan yatırım • Küresel mobilya tüketiminde artış tahminleri 	<ul style="list-style-type: none"> • Çok düşük maliyetler (3. Dünya) • Çin (büyük işletmeler) • Düşük standartlar, sosyal yapı • Yavaş değişim ve yenilenme • AB'ye ihracatlardaki yüksek/düşük maliyet • AB pazarındaki doyumluluk • Tasarım eksikliği(kopyalama) • Güçlü AB para birimi • Büyük ölçekli firmalar • Sert/güçlü rekabet • Ürün çeşitliliği/rekabet

Kaynak: DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) Ağaç Ürünleri Ve Mobilya Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Mobilya Alt Komisyon Raporu, 2006, s. 147.

Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi tarafından yayınlanan 'Mobilya' raporunda³⁹⁷, Türkiye'de mobilya üretiminin 6 milyar Doların üzerinde gerçekleştiği ve toplam imalat sanayi üretimi içinde mobilya sanayinin %3'lük bir paya sahip olduğu belirtilmektedir.³⁹⁸ Devlet İstatistik Kurumu 2002 Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı verilerine göre mobilya sektörü 92.567 kişiyi istihdam etmekte ve bu alanda faaliyette bulunan toplam işletme sayısı 29.346 olarak

³⁹⁷ YENİÇERİ, B., a.g.e..

³⁹⁸ <<http://www.igeme.gov.tr>> (10.06.2009)

belirlenmektedir. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği kapasite raporlarına göre 250 ve üzeri eleman çalıştıran işletme sayısı 40, 100 ve üzeri eleman çalıştıran işletme sayısı 155 olarak açıklanmıştır. Mobilya endüstrisi büyük bölümü geleneksel yöntemlerle üretim yapan küçük ölçekli işletmelerin ağırlıkta olduğu bir sektördür. Fakat sektörün bu geleneksel yapısı özellikle son 15-20 yıldır orta ve büyük ölçekli işletmelerin sayısı artmasına bağlı olarak değişmektedir. Sektörde büyük ölçekli firmaların sayısı artış eğilimi göstermektedir ve bu eğilimin gelecek yıllarda da devam etmesi beklenmektedir.³⁹⁹

Devlet Planlama Teşkilatının Dokuzuncu Kalkınma Planı ‘Ormancılık’ Özel İhtisas Komisyon Raporuna⁴⁰⁰ göre Ormancılık sektörünün GSYİH içindeki payı dikkate alınan parametrelere göre değişerek %0.5 ve %1.76 arasındaki yüzdelerle belirtilmektedir. Ormancılık sektörünün GSYİH içindeki payında görülen farklılık ormancılığın doğrudan parasal değerlerle ifade edilmeyen fakat yerel ve ülke ekonomisine önemli girdi sağlayan ürün ve hizmetlerinin çeşitliliğinden kaynaklanmaktadır. Türkiye’de ulusal girdi-çıkıtı tablolarında bulunan ‘ormancılık, tomrukçuluk ve ilgili hizmet faaliyetleri’ temel olarak odun hammaddesi (yakacak/yapacak), odun dışı tali ürünler, kavak, tohum ve fidan gibi kalemleri kapsamaktadır. Ormancılık sektörünün çıkıtılarına olan 1 TL’lik nihai talep artışı doğrudan ve dolaylı etkileşimler sonucu tüm ekonomide 0.937 TL’lik katma değer artışı yaratmaktadır. Sektörün net basit katma değer çarpanı 0.937’dir ve 48 sektör içinde 3. sırada bulunmaktadır. Ormancılık sektörü; doğrudan ve toplam geri bağlantıları oldukça zayıf, doğrudan ileri bağlantıları çok güçlü fakat toplam ileri bağlantıları orta düzeyde olan bir sektördür.

Dokuzuncu Kalkınma Planı döneminde ormancılık sektörü ile ilgili temel amaç ve politikalar; ormanların korunması, ormanların geliştirilmesi ve orman kaynaklarından faydalanma olarak toplam üç başlık olarak değerlendirilmiştir. Yine aynı planın özel ihtisas komisyonu raporuna göre temel ormancılık politikası; sürdürülebilir yönetim anlayışı çerçevesinde, ormanların ve alanlarının, bütünlüğünün, biyolojik çeşitliliğinin, sağlığının, gençleşme kapasitesinin ve verimliliğinin korunmasını ve geliştirilmesini sağlayacak çok fonksiyonlu ormancılık

³⁹⁹ YENİÇERİ, B., a.g.e..

⁴⁰⁰ DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı Ormancılık Özel İhtisas Komisyon Raporu, a.g.e.

faaliyetlerinin gerçekleştirilmesidir. Ayrıca orman teşkilatı ve diğer ilgi gruplarının katılım ve işbirliği ile yönetimi, havza bazında entegre olarak planlanması ve uygulanmasının gerçekleştirilmesi diğer önem verilen unsurlardır. Bu politikalar aynı zamanda 2005-2023 dönemini kapsayan ve ilgili tüm sektörler ve tarafların katılımıyla hazırlanmış olan Ulusal Ormancılık Programında da benimsenen temel ormancılık politikaları ile uyumludur. Bu temel politika doğrultusunda yerel düzeyde yetki ve sorumlulukların güçlendirilmesi için gerekli önem ve özen gösterilerek uygun kurumsal kapasitelerin, yasal çerçeve ve finansal mekanizmaların oluşturulmasının sağlanması öngörülmektedir. Ulusal Kalkınma Planları ve Ulusal Ormancılık Programı çerçevesinde, Ormancılık Araştırma Master Planı'nın revize edilmesi, bölge düzeyinde detaylandırılması ve uygulayıcı-araştırmacı-üniversite işbirliğini sağlayacak mekanizmaların oluşturulmasının gerekliliği ve önemi vurgulanmaktadır. Ayrıca bölge ülkeleri, uluslararası kurum ve kuruluşlar ve AB ile ilişkilerin etkin ve verimli bir biçimde yürütülmesi amaçlanmaktadır. Bunlara ek olarak AB müktesebatına uyum çalışmaları tamamlanarak ormancılık programlarına benzer programlar uygulamaya konulması hedeflenmektedir. Buna paralel olarak Türkiye'nin taraf olduğu sözleşmelerdeki yükümlülüklerin belirlenmesi ve mevzuatının uyumlaştırılması çalışmalarının sözleşmeler bazında gerçekleştirilmesi de tavsiye edilen unsurlardandır.⁴⁰¹

3.3.4.2. Strateji, Program ve Politika Açısından Değerlendirme

Devlet Planlama Teşkilatı tarafından hazırlanan Dokuzuncu Beş yıllık Kalkınma Planı Stratejik Planlama Yönetmeliği ve Orta Vadeli Program ve Sanayi Stratejisinde Orman Ürünleri Endüstrisine yönelik değerlendirmeler aşağıdaki gibidir:

- **Sanayi Stratejisi**

Devlet Planlama Teşkilatı tarafından hazırlanan Dokuzuncu Beş yıllık Kalkınma Planı Stratejik Planlama Yönetmeliği⁴⁰² ve Orta Vadeli Program⁴⁰³

⁴⁰¹ DPT, "İllerin Performans Göstergeleri", 2007, s.55, <www.dpt.gov.tr/bgyu/ipg/ipg.html> (23.12.2007)

⁴⁰² DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı Stratejisi (2007-2013), Ankara.

⁴⁰³ DPT, Orta Vadeli Program 2007-2009

açısından ormanların her türlü teknik, idari ve biyolojik önlemler alınarak en etkin şekilde korunması; çok amaçlı, verim gücü dahilinde ve çevresel değerler korunarak işletilmesi; toplum ihtiyaçları ve sağlığı, çölleşme ve küresel ısınma dikkate alınarak, ağaçlandırma, rehabilitasyon ve kent ormancılığının geliştirilmesi, ekosistem ağırlıklı eğitim ve tanıtım faaliyetlerinin yoğunlaştırılması büyük önem taşımaktadır.

Bununla birlikte yine *Devlet Planlama Teşkilatı tarafından hazırlanan Sanayi Stratejisine*⁴⁰⁴ göre; ülkemizde son yıllardaki yapılan özelleştirmeler nedeniyle kamu sektörünün imalat sanayi içindeki payı giderek küçülmektedir. Tüm sektörler arasından, gıda, çimento, demir-çelik, kağıt, elektronik, otomotiv, tekstil ve orman ürünleri sektörlerinde özelleştirme gerçekleştirilmiş ve bu sektörlerde kamu kesimi payı azalmıştır.

- **KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı**

KOBİ Stratejisi ve Eylem Planında, doğrudan orman ürünleri endüstrisini ilgilendiren bölümler bulunmamaktadır fakat sektörü dolaylı olarak ilgilendiren bazı ifadeler bulunmaktadır. Bunlar şu şekildedir:

- Mühendislik, teknoloji transferi, AR-GE, tasarım ve teknoloji ile ilgili her türlü diğer hizmet üreticilerinin kapasitelerinin artırılması hedeflenmektedir. Bu hizmetlerin alıcısı konumunda olan KOBİler ile aralarındaki ticari bağlar güçlendirilecek, piyasa oluşturmaya yönelik politikalar geliştirilerek bu etkileşimi yükseltecek aracı kuruluşların kurulmasına yönelik çalışmalar yapılması öngörülmektedir.
- Bu çerçevede, üniversite-sanayi işbirliği desteklenecek ve teşvik edilecek, KOBİler AR-GE çalışmalarına yönlendirilecek ve KOBİlerin üniversitelerle teknoparklar içinde buluşmaları gerçekleştirilecektir.
- Teknoloji Geliştirme Bölgeleri kurulması teşvik edilecek ve desteklenecektir. Bu çerçevede KOBİlerin teknik mevzuata uyumunun, CE işareti edinimlerinin, metodoloji, standardizasyon, test ve kalite sistemlerinden yararlanmalarının yaygınlaştırılması konularında, kalite bilinci oluşturulmasına ve teknoloji altyapılarının geliştirilmesine yönelik eğitim,

⁴⁰⁴ DPT, Sanayi Stratejisi, Devlet Planlama Teşkilatı, Ağustos 2003, s.5.

danışmanlık, AR-GE destekleri artırılacak ve özel kalite ve sertifikasyon sistemleri geliştirilmesine yönelik çalışmalar gerçekleştirilecektir.

- **Yerel ve bölgesel işbirliği kümelenmelerinin ve iletişim ağlarının oluşturulması teşvik edilecek, bu uygulamalara temel oluşturacak saha araştırmaları yapılacak,** işletmeler arası işbirliğinin geliştirilmesi yoluyla teknolojinin yayınıminin sağlanmasına için çaba harcanacaktır. İşletmeler arası bilgi ağları güçlendirilerek tüm işletmelerin aktif bir şekilde bu sistemlere katılması gerçekleştirilecektir.⁴⁰⁵

3.3.4.3. AB'ye Uyum ile İlgili Dokümanlar Açısından Değerlendirme

Sektörün plan ve politika dokümanları açısından Avrupa Birliğine uyumu, Katılım Ortaklığı Belgesi, Ön Ulusal Kalkınma Planı ve müzakereler bağlamında incelenmesi yararlı olacaktır. Katılım ortaklığı belgesinde daha çok makro ekonomik göstergelere paralel olarak değerlendirilen temel sektörler, Ön Ulusal Kalkınma Planı'nda daha ayrıntılı olarak incelenmiştir. Ön Ulusal Kalkınma Planında sektörler hakkında bazı tespitlere yapılmıştır. Planda orman ve ağaç ürünleri sektörüne, ormancılık ve imalat sanayi olmak üzere iki ayrı başlık ayrılmıştır. Ormancılık başlığı altında, Türkiye'de ormanların toplam araziden aldıkları paylar ve kategoriler değerlendirilmiş, biyolojik çeşitlilik üzerine inceleme yapılmıştır. İmalat sanayi başlığı altında ise tüm sektörlerle birlikte orman ve ağaç ürünleri sektörünün yaşadığı faiz oranı, kurlar, kayıt dışı ekonomi gibi temel makro ekonomik sorunlar değerlendirilmiş, mikro ölçekte ise KOBİ'ler çerçevesinde tespitler yapılmıştır. KOBİlerin kapasite geliştirme ve kırsal kalkınmadaki rolleri göz önüne alınarak, özellikle geri kalmış bölgelerde sosyo-ekonomik koşulların geliştirilmesi için küçük ve orta ölçekli desteklerin sağlanması orta vadeli plan içeriğine eklenmiştir. Türkiye'nin tarım sektöründeki ağırlığı düşünülerek, kırsal kesimde istihdam yaratıcı faaliyetler içerisinde alternatif tarımsal faaliyetler ve organik tarım, seracılık ve orman ürünleri işleme gibi gelir getirici faaliyetler sıralanmış ve bu faaliyetlerin desteklenmesi öngörülmüştür.

⁴⁰⁵ DPT, "KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı", Ocak 2004, s.47.

Ön Ulusal Kalkınma Planı'nın topluluk politikaları ile uyumu konusunda orman ve ağaç ürünleri sektörü, Ortak Tarım Politikası çerçevesinde değerlendirilmiştir. Topluluğun ortak politikaları içinde bulunan ve en büyük bütçeye sahip olan Ortak Tarım Politikası'nın kapsamı ve amaçları Avrupa Topluluğunu kuran antlaşmanın 32 ila 38'inci maddelerinde düzenlenmiş ve belirtilmiştir.⁴⁰⁶ Söz konusu politika ile ilgili, son olarak Gündem 2000 Raporu yayınlanmış, daha önce tek pazar ve mali dayanışma üzerine kurulu olan politikalarda, kırsal kalkınma öncelikli hedef olarak belirtilmektedir. Kırsal kalkınmanın temel öğeleri olarak, tarım ve ormancılık sektörlerinin güçlendirilmesi, rekabet edilebilirliğin artırılması ve çevre ve kırsal mirasın korunması önemle vurgulanmıştır. Türkiye'nin hazırladığı Sekizinci ve Dokuzuncu Kalkınma Planlarında da aynı önceliklere yer verilmiş ve ortak tarım politikaları ile uyum, müktesebat temelinde gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Ortak Tarım Politikası aynı zamanda Dünya Ticaret Örgütü anlaşmalarının getirdiği yükümlülüklerin göz ardı edilmemesi konusuna da önem vermektedir.

Tarım alanındaki AB müktesebatına uyum çerçevesinde, Ulusal Programda, ulusal kırsal kalkınma ve ormancılık stratejilerinin oluşturulması konusu 6 adet tarımsal öncelik alanından birisi olarak gösterilmiştir. 2000 yılında uygulamaya başlanan ekonomik programla birlikte, uyum çerçevesinde Dünya Bankası nezdinde girişimler gerçekleştirilmiş ve 2001 yılında Tarım Reformu Uygulama Projesi uygulanmaya başlamıştır. Ön Ulusal Kalkınma Planında, öncelikler ve tedbirler konusunda yer alan tüm bu faaliyetlere ilişkin kararların uygulanması ile birlikte, sektörde AB standartlarına yaklaşımda yaşanacağı vurgulanmıştır.

3.3.5. AB Müktesebatı ve Uyum Düzeyi

Ağaç ürünlerinin elde edilmesi doğrudan hammadde üretimine veya ithalata bağlı olarak gerçekleşmektedir. Hammadde üretimi çevre, orman, arazi konularındaki hukuki düzenlemelerine bağlı iken, ithalat ise dış ticaret düzenleme ve uygulamalarına tabi olarak gerçekleşmektedir. Dolayısıyla Türkiye ve Avrupa Birliği

⁴⁰⁶ DPT, Ön Ulusal Kalkınma Planı (2004-2006), Yüksek Planlama Kurulu, Aralık 2003, Ankara, s.135.

(AB'nin) müktesebatları ve aralarındaki uyum düzeyi incelenirken çevre, orman, arazi kullanımı ve dış ticaret politikalarının incelenmesi önem taşımaktadır.

Avrupa Birliği sorumluluk alanındaki konularla ilgili çok sayıda mevzuat hazırlamakta ve bu mevzuatları uygulamaktadır. AB'ye üye olan ülkeler veya aday ülkeler kendi ulusal mevzuatlarını AB mevzuatlarına hemen veya müzakere edilen geçiş süreci sonunda uyarlamak zorundadır. Bu durum hem yeni üye olan hem de aday ülkeler için önemli bir problem alanı yaratmaktadır. Bu problemin aşılması için AB çeşitli projelerle bu konuda yardımcı olmaya çalışmaktadır fakat en önemli görev ilgili ülkelere, bu ülkelerin ilgili sektör ve kuruluşlarına kalmaktadır.⁴⁰⁷

Türkiye, AB adayı bir ülkedir ve üyeliğe giden süreçte hukuki altyapısını AB müktesebatına uyumlaştırmaya çalışmaktadır. Dolayısıyla Türkiye'nin AB'ye uyum sürecinde makro ekonomik göstergelerin yeterliliğine ek olarak sektör ve işletmeleri yakından ilgilendiren Avrupa Birliği Mevzuatlarının incelenmesi ve gerekli uyarlamaların yapılması büyük önem taşıyan bir olgudur.

AB'de Orman ürünleri ile ilgili 25 adet mevzuat bulunmaktadır. Bu mevzuatların hepsinin tüm kapsamı ile birlikte Türkiye orman ürünlerinde hemen uygulamaya konması hem ekonomik hem de teknik anlamda mümkün olmamakla birlikte üyelik süreci açısından zorunlulu bulunmaktadır. Mevzuatlar çağdaş bir işletmecilik anlayışı bakımından da yapılması gereken uygulamaları içermekte ve bu uygulamalara yer vermektedir. Bu nedenle Türkiye orman ürünlerinin zamanı iyi kullanması ve yönetmesi; “ekonomik ve teknik geçişi uygun-yapılabilir kılacak süreci” planlaması şarttır. Bu amaçla öncelikle işletmelerin ilgili AB mevzuatını hızla tanınması ve bu kapsamda kendi yapılarını değerlendirerek uyum koşullarını belirlemesi gerekmektedir.⁴⁰⁸

Bu bağlamda öncelikle AB müktesebatının incelenmesi, daha sonra da Türkiye'nin hangi aşamada olduğunun sunumu ve planlanan uyumlaştırma çalışmalarının verilmesi konu bütünlüğü açısından yararlı olacaktır.

⁴⁰⁷ KOÇ, K.H., A. KURTOĞLU, Ö. KUŞCUOĞLU ve E. ÖZTÜRK, “Türkiye’de Orman Ürünleri Sektörünün AB’ye Üyelik Sürecinde Mevzuat Esaslı Güncel Sorunları”, II. Ormancılıkta Sosyo-Ekonomik Sorunlar Kongresi, 19-21 Şubat 2009, Isparta, s.166.

⁴⁰⁸ KOÇ, K.H., A. KURTOĞLU, Ö. KUŞCUOĞLU ve E. ÖZTÜRK, a.g.e., s.166.

Avrupa Birliği (AB) çevre politikasını öncelikle Avrupa Topluluğu (AT) Anlaşması'na dayandırmakta ve bu anlaşmada pek çok maddenin yanında özellikle 2. (çevre kalitesinin yükseltilmesi ve yüksek düzeyde koruma) ve 174. (Topluluk'un yasama kapasitesi ve Topluluk çevre politikası) maddeler temel hükümleri içermektedir. Bu temel hükümlere ek olarak pek çok yönetmelik ve yönergeler de bulunmaktadır. 1987 Tek Avrupa Senedi ile AT'nin temel yasalarına çevre konusu ve "Kirlenen öder" ilkesi eklenmiştir. 1992 Maastricht Anlaşması ile çevre konusu politika haline getirilmiş ve "sürdürülebilir kalkınma" kavramı uygulanmaya başlamıştır. Sürdürülebilir kalkınma kavramı 1997 Amsterdam Anlaşması ile AB'nin ana hedeflerinden biri konumuna gelmiştir. Bu çerçevede Çevre Eylem Programları yapılmış ve Konsey ve tüm üye ülkeler tarafında kabul edilmiştir. 2002-12 yıllarını kapsayan 6. Çevre Eylem Programı ile iklim değışikliği, doğa ve biyolojik çeşitlilik, çevre ve sağlık ile doğa kaynakları ve atık konuları öncelikli hedefler olarak belirlenmiştir. AB çevre politikasının temel ilkeleri şu şekilde sıralanabilir:

- Topluluğun temel hedefi; Kirlenen öder ilkesi
- Çevrenin korunmasının topluluğun diğer politikaları içinde bütünleştirilmesi amacına yönelik Bütünleyicilik ilkesi
- Atığın üretildiği yerin yakınında bertaraf edilmesine yönelik Kaynakta önleme ilkesi
- Zararın ortaya çıkmasından önce gerekli önlemlerin alınmasına yönelik Önleme ilkesi
- Çevre açısından olumsuz sonuç oluşturacak belli bir fiilin bilimsel kanıtı beklenmeden önlem alınması için Tedbirli olma ilkesi

Türkiye'nin AB çevre mevzuatına uyum konusundaki yükümlülükleri ile ilgili son ve önemli gelişmeler ilk olarak Kasım 2000 yılında gerçekleşmiştir. Nisan 2003'te gözden geçirilmiş Katılım Ortaklığı Belgesi'ne (KOB)⁴⁰⁹ göre Türkiye'nin AB'ye uyumla ilgili yükümlülükleri orta ve kısa vadeli olmak üzere şu şekilde sıralanabilir:

⁴⁰⁹ KOB, AB tam üyeliğinin gerçekleşebilmesi için Türkiye tarafından yerine getirilmesi gereken koşulların AB tarafından belirlendiği belgedir (Avrupa Birliği'nin Çevre Politikası, <<http://www.ikv.org.tr/pdfs/4f3a608d.pdf>>

Kısa Vadeli Yükümlülükler:

- Çevresel Etki Değerlendirilmesi (ÇED) direktifinin yürürlüğe girmesi ve bu direktifin uygulanmasının sağlanması
- Uyumlaştırma için finansman planı yapılması
- Çerçeve mevzuat, doğa koruma, su kalitesi, entegre kirlilik önleme, kontrol ve atık yönetimi konularında mevzuata yönelik müktesebatın yansıtma ve uygulama faaliyetlerinde bulunması

Orta Vadeli Yükümlülükler:

- Çevrenin korunmasını sağlamak için müktesebat yansıtmasının tamamlanarak uyumlandırılması ve kurumsal, idari ve izleme kapasitesinin bu çerçevede yükseltilmesi.

Türkiye, AB müktesebatının üstlenilebilmesi için 25 Temmuz 2003 tarihinde Ulusal Programı yapılandırmıştır. Ulusal programa göre öncelik verilecek konular şu şekilde sıralanmıştır; su kalitesinin iyileştirilmesi, atık yönetimi, hava kalitesini iyileştirme, nükleer güvenlik, genetik olarak yapısı değiştirilmiş organizmalar, çevresel gürültü yönetimi, kimyasallar yönetimi ve ÇED sürecinin güçlendirilmesi ve Stratejik Çevresel Değerlendirme (SÇD) direktifine uyum sağlanmasıdır.⁴¹⁰

Türkiye çevre ve orman konuları ile ilgili toplamda 9 kanun, 16 tebliğ, 7 bakanlar kurulu kararı, 93 yönetmelik ve 2 usul ve esas belgesi hazırlamış ve çıkarmıştır.⁴¹¹

Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanan, Türkiye'ye yönelik 2007 yılı ilerleme Raporu'nun çevre başlığı konusu altında şu unsurlabulunmaktadır:

- Yatay mevzuat konusunda kısmi bir ilerleme gerçekleştiği belirtilmektedir. Çevresel Etki Analizi Direktifinin aktarılması büyük oranda sağlanmıştır fakat halka danışma usulleri ile sınır aşan danışmalar konusunda henüz tam bir uyum gerçekleştirilememiştir. Montreal Protokolü gereğince, ozon tabakasına zarar veren maddelerin ithalatını düzenlemeye yönelik bir genelge

⁴¹⁰ <http://www.atiklarinkontrolu.com/ab_cervre_politikasi.ppt> (10.07.2009)

⁴¹¹ <<http://www.cevreorman.gov.tr>> (10.07.2009)

yayınlanmıştır. Sivil savunma konusunda ise, topluluk müktesebatı ve Marpol protokolüne şekilde acil deniz kirliliği durumunda müdahale etme ve tazminata dair bir uygulama kanunu kabul edilmiştir.

- Türkiye, BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi Sekreterliğine 1990-2004 yılları için Sera Gazı Envanterini hazırlamış ve sunmuştur. Türkiye, Kyoto Protokolünü henüz onaylamamış ve Espoo ve Aarhus Sözleşmelerine taraf olmamıştır. Dolayısıyla sera gazı emisyon izni ticaret düzenlemesi oluşturulmamış ve Emisyon Ticaret Direktifi iç hukuka henüz aktarılmamıştır.
- Çevre sorumluluğu, halkın katılımı ve halkın çevreye ilişkin bilgiye erişimi hususunda iç hukuka aktarım konusunda bir gelişme yaşanmamıştır. Stratejik Çevre Analizi Direktifi'nin aktarılması ise henüz çok erken bir aşamada bulunmaktadır.
- Hava kalitesi konusunda sınırlı ilerleme gerçekleşmiştir. Çevre korunması açısından yakıt ithalatının kontrolü ile ilgili kurallar kabul edilmiş ve izleme istasyonları şebekesi genişletilmesi sağlanmıştır. Ancak henüz hava kalitesi çerçeve müktesebatının ve ilgili direktiflerin iç hukuka aktarılmasının tamamlanması gerçekleştirilmemiştir. Kolay buharlaşan organik bileşen emisyonları, bazı sıvı yakıtlarındaki sülfür oranı ve ulusal emisyon tavanları hususunda müktesebata ait mevzuata ilişkin ilerleme yaşanmamıştır.
- Atık yönetimi konusunda müktesebata uyum hususunda bir miktar ilerleme sağlanmıştır. Kullanılmış lastiklerle ilgili bir yönetmelik ve atık madde ithalatının kontrolüne ilişkin bir genelge kabul edilmiş ve paketlemeye dair uygulama yönetmeliğinde bir değişiklik gerçekleştirilmiştir. Poliklorinli bifeniller, kullanım ömrü dolmuş araçlar ile atık elektrikli ve elektronik cihazlara ilişkin direktiflere ile ilgili ilerleme çok sınırlı oranda gerçekleşmiştir. Düzenli depolama, atık maddelerin yakılması, elektrikli ve elektronik cihazlarda belirli birtakım maddelerin kullanılmasının sınırlandırılması konularında hiçbir ilerleme yaşanmamıştır. Ayrıca Türkiye'nin ulusal atık yönetimi planı da yoktur.

- Su kalitesi konusunda hiçbir gelişmeden söz edilmemektedir. Su kalitesiyle ilgili müktesebatın bazı gerekleri Türk mevzuatınca karşılanmakta ancak Su Çerçeve Direktifi aktarılmadığı için genel uyum düzeyi düşük oranda bulunmaktadır. Sınır ötesi istişareler henüz erken bir aşamada bulunmaktadır ve henüz Su yönetimine ilişkin kurumsal çerçevenin akarsu havzası yönetimi temelinde düzenlenmesi gerçekleşmemiştir.
- Doğanın korunması konusunda sınırlı bir ilerleme yaşanmıştır. Üç doğa parkı, bir milli park ve 24 doğal hayat rehabilitasyon alanı ulusal mevzuat çerçevesinde “koruma altındaki alanlar” olarak ilan edilmiştir. Bununla birlikte, yasal uyum ve uygulama düzeyi düşük seviyededir ve yaşam alanlarının hızlı bir biçimde yitirilmesinin devam etmesi endişe verici bir gelişmedir. Doğanın korunmasına dair bir çerçeve yasa ile kuşlar ve yaşam alanları ile ilgili uygulama mevzuatının kabul edilmesi henüz gerçekleşmemiştir.
- Endüstriyel kirlenmenin kontrolü ve risk yönetimi konusunda hiçbir ilerleme yaşanmamıştır.
- Seveso Direktifi’nin bazı hususları ve Büyük Bacalı Tesisler ile atık maddelerin yakılmasına ilişkin direktifle ilgili uyum gerçekleştirilmiştir. Ancak, genel anlamda mevzuata aktarma ve uygulama düşük oranda gerçekleşmiştir. Birleştirilmiş izin sisteminin uygulamaya geçirilmesi ise henüz erken aşamada bulunmaktadır.
- Kimyasallar alanında düşük oranda gelişme bulunmaktadır. Çevrenin korunmasına ilişkin kimyasalların ithalinin kontrolüne dair bir genelge hazırlanmıştır. Genel olarak, aktarım düzeyi bu alanda düşük orandadır ve etkin uygulama için gerekli kapasite yetersiz bulunmaktadır.
- Genetik açıdan değiştirilmiş organizmalar ya da gürültü konularında bir ilerleme yaşanmamıştır. Gürültü alanında ise uyum ileri seviyede gerçekleşmiştir. Gürültü haritalarının ve eylem planlarının hazırlanması ise erken aşamada bulunmaktadır.

- İdari kapasite alanında büyük bir ilerleme yaşanmıştır. Çevre Kanunu'na yapılan değişikliklere bağlı olarak önemli sayıda uzman Çevre ve Orman Bakanlığı'nca istihdam edilmesi ve eğitilmesi gerçekleşmiştir. Çevre alanındaki projelerin desteklenmesi için Çevre ve Orman Bakanlığı bünyesinde bir Çevre Fonu oluşturulmuş ve projelerin öncelik sıralarını belirlemek için bir metodoloji uygulaması yürürlüğe konmuştur.
- Ulusal Çevre Ajansı'nın kurulması konusunda hiçbir ilerleme yaşanmamıştır. İlgili makamların arasında eşgüdümü de kapsamak üzere idari kapasitenin daha da güçlendirilmesi gerektiği belirtilmektedir. Teftiş gibi sorumlulukların açık bir şekilde tanımlanması yapılmamıştır. Çevre korunmasının diğer politika alanlarına yatay biçimde eklenmesi ve yeni yatırımların çevre müktesebatına uyumunun sağlanması henüz erken bir aşamada bulunmaktadır.

Sonuç olarak Türkiye, merkezi düzeyde idari kapasitenin artırılması konusunda önemli bir ilerleme gerçekleştirmiştir. Ancak, yatay mevzuat, hava kalitesi, kimyasallar, gürültü ve atıklara ilişkin ilerleme sınırlı düzeyde gerçekleşmiştir. Ayrıca Türkiye, endüstriyel kirlenme ve risk yönetimi alanında ilerleme göstermemiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde çevre müktesebatının aktarımının düzeyi düşük olarak gerçekleşmiştir.⁴¹²

Diğer taraftan Türkiye AB çevre mevzuatı ile uyumu sağlama amacına yönelik 2007-2013 yılları arasında hangi kanun ve yönetmelikleri çıkaracağı ile ilgili planlamasını yapmıştır.⁴¹³

Türkiye'nin AB mevzuatı ile uyum çalışmaları kanunlar çıkarılarak ve bu kanunların hayata geçirilmeye çalışılması şeklinde gerçekleşmektedir. Diğer taraftan bu girişimlerin çok zaman alacağını, ilgili mevzuatın Türkçeye çevrilmesinin bile

⁴¹² AVRUPA KOMİSYONU, Türkiye 2007 İlerleme Raporu (COM (2006) 663), Gayri Resmi Tercüme, Brüksel, 6 Kasım 2007, <www.abgs.gov.tr/files/AB_Iliskileri/AdaylikSureci/IlerlemeRaporlari/2007ilerlemeraporu_tr.pdf> (22.06.2008), s. 60-71.

⁴¹³ <http://www.euturkey.org.tr/files/Muktesebat_Uyum_Programi/27_Cevre.pdf> (15.08.2009)

yıllar alacağını, uygulama konusunda ise istisnalar yaratılacağını ve dolayısıyla da problemler oluşabileceğini düşünenler de bulunmaktadır.⁴¹⁴

Diğer bir problem de uyum için yapılması gereken harcama miktarı ve bu harcamanın finansmanı konusundadır. Yapılan tahminlere göre Türkiye'nin çevre konusunda AB müktesebatına uyumu için yaklaşık 60 milyar dolarlık finansman gerektirmektedir. Ayrıca teknik olanakların yetersizliği, nitelikli personel eksikliği, çevre bilincinin yeterince gelişmiş olmaması ve yerel yönetimlerin durumu da diğer problemler olarak gösterilmektedir.⁴¹⁵ Bunlara ek olarak uygulama ve yaptırımın bütünüyle eşit düzeyde sürdürülememesi, proje yönetimi ve iş planı yaklaşımlarının benimsenmemesi, AB mali yardımlarının sınırlı miktarda olması, AB'nin dinamik yapısı ve sürekli gelişen mevzuat alanları ve çevre mevzuatının diğer sektörler ile bütünleştirilme gerekliliği diğer problemler olarak ortaya çıkmaktadır.⁴¹⁶

⁴¹⁴ <http://www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=3653> (22.06.2008)

⁴¹⁵ DURU, B., Avrupa Birliği Çevre Politikası, s.14, <<http://acikarsiv.ankara.edu.tr/fulltext/1151.pdf>> (22.06.2008)

⁴¹⁶ TOPKAYA, B., AB Çevre Mevzuatı ile Uyum, Aday Ülkeler Açısından Önemi, <www.akdeniz.edu.tr/muhfak/cevre/english/topkaya/homepage/katiatikabileuyum.pdf> (22.06.2008)

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ISPARTA EKONOMİSİ VE ISPARTA ORMAN ÜRÜNLERİ ENDÜSTRİSİ: YEREL KALKINMADAKİ ROLÜ ve MEVCUT DURUM

Tarihsel bağlamında ele alındığında Isparta ekonomisinin farklı niteliklerinin farklı dönemlerde ön plana çıktığı görülmektedir. İlde 1960'lara kadar geleneksel üretim yapısı ağırlığını korumuştur. Türkiye'nin dışa açılma yılları olan 1980'ler, Isparta ekonomisinin de farklı sektörlerle şansını denediği yıllar olarak değerlendirilmektedir. Yirmi birinci yüzyılın ilk yıllarında ise, geleneksel üretim faaliyetlerinin önemini yitirdiği, alternatif ekonomik alanlara yönelmekte zorlanan ve küresel ekonomik sisteme bütünleşme sancıları çeken bir Isparta ekonomisi ile karşı karşıya kalınmıştır. Bölgesel kalkınma literatüründe 'içe kilitleme' (lock in) ile anlatılan bu durum, özü itibarıyla ekonomik düşünmenin yerel düzeyde benzeşmesi, herkesin birbirine bakarak tavır almasını ifade etmektedir ve bu içe dönüklük Isparta ekonomisinin kamu yatırımlarına bağımlılığı tarafından da desteklenmektedir.⁴¹⁷

Bu bölümde hem Isparta ekonomisinin genel özellikleri hem de ilde yer alan Orman Ürünleri Endüstrisi değerlendirilecektir. İldeki Orman Ürünleri Endüstrisinin değerlendirilmesinde mevcut verilerden yararlanılacağı gibi sektör işletmelerine uygulanan anket çalışması ve mülakatın da bulgularından da yararlanılacaktır.

4.1. Isparta Ekonomisinin Genel Görünümü

Belirli bir coğrafyaya ilişkin ekonomik gelişmelerin bütüncül bir şekilde değerlendirilebilmesi için o coğrafyayı oluşturan ülkeye, bölgeye veya şehre ilişkin çeşitli ekonomik, mali ve sosyal göstergelerin incelenmesi gerekmektedir. Isparta ekonomisi hakkında genel bir tablo çizebilmek için öncelikle ilin sosyo-ekonomik profilinin bilinmesi gerekmektedir. Ayrıca ekonominin daha geniş bir çerçeveden

⁴¹⁷DULUPÇU, M. A., G. ÖZDAMAR, A. SEZGİN, "Geçmişten Geleceğe Isparta Ekonomisi", içinde Geçmişten Günümüze Isparta (Editorler: Hüseyin GÜL ve Songül BOYBEYİ), Atatürk Kültür Merkezi Yayını: 330, Araştırma ve İnceleme Dizisi: 66, Ankara, 2009, ss. 115-135, s.115.

değerlendirilebilmesi amacıyla komşu ve ekonomik bağlantılı illerin sosyo-ekonomik yapılarına hakkında da bilgi verilecektir.⁴¹⁸

Isparta ili, Türkiye'nin güney kesiminde Akdeniz Bölgesinde içinde yer almaktadır. Akdeniz bölgesi içinde de özel bir yeri olan Göller Yöresi içinde bulunan Isparta ilinin nüfusu, 2000 yılı verilerine göre 513.681 kişidir. Isparta, bu nüfusuyla Türkiye'deki 81 il içinde 42. sırada yer almaktadır. Isparta ilindeki yıllık ortalama nüfus artış hızı 1990-2000 yılları arasındaki dönemde % 16,6 olarak Türkiye ortalamasına yakın bir düzeyde gerçekleşmiştir. 2000 yılı verilerine göre Isparta nüfusunun yaklaşık % 60'ı il ve ilçe şehir merkezinde, geriye kalan kısım köylerde yaşamaktadır ve şehirleşme oranı % 58,7 olarak açıklanmıştır. Isparta, 81 il içinde şehirleşme oranı bakımından 25. sırada yer alırken diğer bölge illeri olan Burdur 41., Antalya ise 42. sırada yer almaktadır. Isparta'da şehir nüfusunun yıllık artış oranı % 27'dir ve bu oran %26 olan Türkiye ortalamasının üzerindedir. İldeki köy nüfusu artış oranı % 3,4'tür ve Türkiye ortalamasının %4,2 oranının altında bulunmaktadır.⁴¹⁹

31 Aralık 2007 tarihli adrese dayalı nüfus sayımına göre ise Isparta'nın nüfusu 419.845 kişi olarak açıklanmıştır. Isparta'da nüfusun şehir merkezi ve köylere göre dağılımı şu şekildedir: nüfusun % 65'i şehir merkezlerinde, % 35'i ise köylerde yaşamaktadır.⁴²⁰ Nüfusun demografik yapısının hızlı değişiminde hayali nüfus sayımının yanı sıra kasaba ve köylerde miras yoluyla parçalanmış arazilerin, gelir dağılımının hızla azalmasının, eğitim olanaklarından yararlanma gibi nedenlerle iç ve dış göç yaşanması olgusunun belirleyici unsurlar olarak ön plana çıktığı görülmektedir. Diğer taraftan 2000 yılı sayımıyla karşılaştırıldığında 7 yılda Merkez İlçe nüfusunun % 21 oranında artış göstermesi ilçe, kasaba ve köylerden kent merkezine göç yaşandığını göstermektedir.⁴²¹

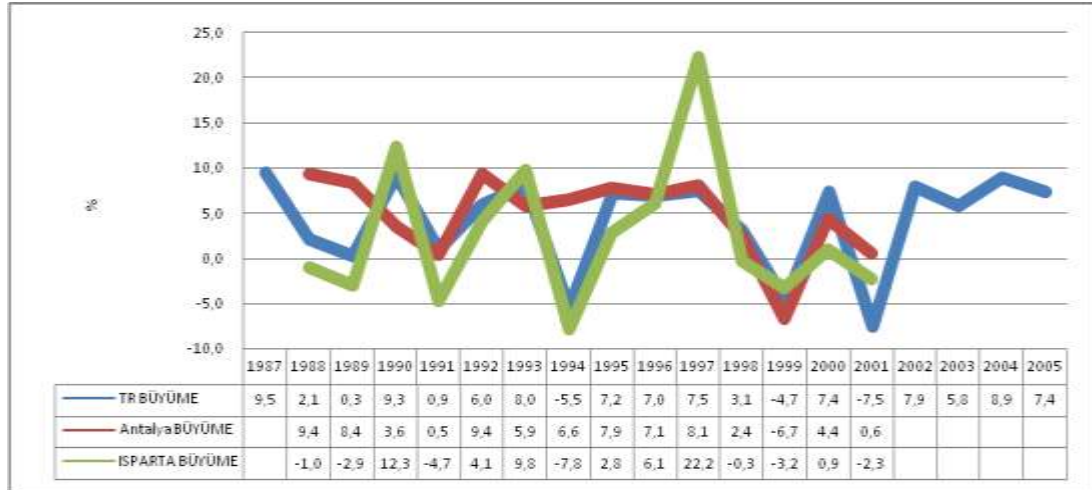
⁴¹⁸ Çalışmada sıklıkla Isparta-Burdur-Antalya illeri *birlikte* ele alınmaktadır. Baz alınan bölge, 22 Eylül 2002 tarihli ve 24884 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 2002/4720 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı kapsamında "TR61-Düzey 2 İstatistikî Bölge Birimi" olarak kodlandırılmış olan *Antalya, Isparta ve Burdur* illerini kapsamaktadır.

⁴¹⁹ KOSGEB, Bölgesel Kalkınma Araştırma Raporu, Ankara, Ocak 2006, s.16.

⁴²⁰ TÜİK, "Nüfus İstatistikleri ve Projeksiyonlar",
<http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=39&ust_id=11> (12.02.2008)

⁴²¹ DULUPÇU, M. A., G. ÖZDAMAR, A. SEZGİN, a.g.e., s. 126.

Isparta, 2001 yılı Türkiye gayri safi yurtiçi hasılası içinde % 0,5'lik (783 milyon dolar ile) bir paya sahiptir. Antalya % 2,7'lik pay ile bölgede birinci sırada, Burdur ise % 0,3 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Isparta ürettiği GSYİH ile 81 il içinde 41. sırada bulunurken, Antalya 8., Burdur ise 54 sıradadır. Yine 2001 yılı verilerine göre kişi başına düşen yurtiçi hasıla Isparta ili için 1510 dolar seviyesindedir.⁴²² Kişi başına düşen gelir seviyesinde Antalya 2193 dolarla öne plana çıkmaktadır. Batı Akdeniz bölgesi illerinin büyüme hızları karşılaştırıldığında Antalya'nın daha istikrarlı büyüme rakamlarına sahip olduğu görülmektedir. Isparta'nın 1997 yılında yaşadığı % 22,2'lik büyüme göze çarpan bir orandır.⁴²³ Bu hızlı artışın temel nedeni Isparta'ya bu yıllarda yapılan kamu yatırımlarındaki artıştır.



Şekil 4.1 - NUTS 2 TR61 İlleri Büyüme Rakamları

Kaynak: TUIK, http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=56&ust_id=16, (Erişim: 10.07.2009)

Isparta ekonomisi eski dönemlerde bez dokumacılığı ve deri işlemeciliği gibi küçük sanat dallarına bağlı bir yapı sergilerken, orta çağlarda tuz, şarap, koku ve renk veren bitki ihraç eden bir şehir konumu edinmiştir. Bölge arazisinin ve coğrafyasının, kokulu ve tıbbi bitkileri yetiştirmeye uygun olması ile ilde gülcülük başlamış ve Isparta Türkiye'nin gülyacağı ihracatı yapan bölgesi konumuna gelmiştir.

⁴²² Ulusal hesaplara yönelik il bazında en güncel veriler 2001 yılına aittir.

⁴²³ KOSGEB, a.g.e., s. 17.

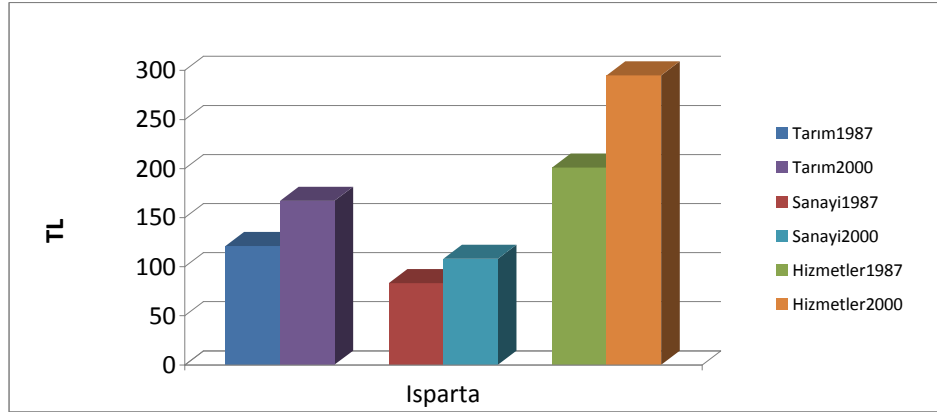
Geleneksel dokumacılık zamanla gelişmiş ve halıcılık sanayisinin temelini oluşturmuştur. Isparta'nın bölgenin en büyük halı pazarı konumuna gelmesi ilin ticari hayatına canlılık sağlamıştır.⁴²⁴ 1980'lere kadar geleneksel ürünleri olan gül ve halı ile ayakta kalan Isparta ekonomisi Türkiye'deki gelişmelere paralel olarak hizmet sektörü ağırlıklı bir büyümeye yapısına geçiş yaşamaya başlamıştır. Gayri safi yurtiçi hasılanın sektörel dağılımı incelendiğinde 1987 ve 2000 yılları arasında hizmet sektörünün ilde % 50'lik bir büyüme gerçekleştirdiği görülmektedir.⁴²⁵

2001 yılı verilerine göre Isparta GSYİH'si içerisinde tarım sektörü % 29,3 ile en fazla GSYİH oluşturan sektör konumunda iken, devlet hizmetleri % 16,7 ile ikinci, ulaştırma ve haberleşme sektörü % 14,1 ile üçüncü, ticaret % 13,1 ile dördüncü, sanayi sektörü % 12,0 ile beşinci sırada bulunmaktadır. Burada dikkat çeken nokta şudur: hizmet sektörü il bazında büyürken, tarım ve sanayi sektörlerinin paylarının gerilediği görülmektedir. 1987'de tarımın il hasılasından aldığı pay % 29,9 iken, 2001'de bu pay % 25,4'e gerilemiştir. Sanayinin il hasılasından aldığı pay 1987'de % 20,4 iken 2001'de bu pay % 13,3'e gerilemiştir.⁴²⁶ Hizmet ekonomisinin kentte tarım ve sanayiye göre daha hızlı büyümesinin nedeni yukarıda da belirtildiği gibi kamu yatırımlarında yaşanan hızlı artıştır. Nitekim 1992 yılında kentte kurulan Süleyman Demirel Üniversitesi ile birlikte artan öğrenci sayısı ve hızla gelişen eğitim-sağlık altyapısı sektörel değişimin temel faktörlerini meydana getirmektedir.

⁴²⁴ DULUPÇU, M. A., G. ÖZDAMAR, A. SEZGİN, a.g.e, s. 126.

⁴²⁵ DPT, "İllerin Performans Göstergeleri", <<http://www.dpt.gov.tr/bgyu/ıpg/ıpg.html>> (23.12.2007).

⁴²⁶ KOSGEB, a.g.e., s.18.



Şekil 4.2 - GSYİH'nin Sektörel Dağılım ve Karşılaştırması

Kaynak : KOSGEB, s.18, 2006.

Hizmet sektöründeki hızlı gelişimine rağmen ilin istihdam yapısında tarımın payı halen önemini korumaktadır. İlin ekonomisinin coğrafi yapısına bağlı olarak şekillendiği görülmektedir. 1987 ile 2001 yılları arasında Isparta'da % 3 ile hizmetler sektörü en çok büyüyen sektör konumundadır. Aynı dönemde tarım sektörü % 2,5, sanayi sektörü ise % 2,1 oranında büyüme gerçekleştirmiştir. Tarımın il ekonomisinde halen önemini koruması bölge illeri ile karşılaştıma yapıldığında daha net anlaşılmaktadır. Tarım sektörünün büyüme hızı Isparta'da % 2,5 iken, Antalya'da % 2,1, Burdur'da ise % 0 oranındadır ve Isparta bölgede tarım sektöründe en yüksek büyüme hızını yakalayan il konumundadır. Burdur'un geleneksel tarıma dayalı ekonomisi göz önüne alındığında Isparta'nın yakalamış olduğu büyüme rakamları önemlidir. Sanayi sektöründe ise Isparta, bölge ortalaması olan % 4,4 büyüme oranının altında kalmıştır. Hizmetler sektöründe bölge büyüme oranı % 3,9 iken Isparta'da hizmetler sektörünün büyüme oranı % 3'tür.⁴²⁷ (Çizelge 4.1.)

⁴²⁷ KOSGEB, a.g.e., s.18.

Çizelge 4.1 - Bölge İlleri GSYİH'sinin Büyüme Hızları

SEKTÖRLER	İBBS-2 TR-61 İlleri			TÜRKİYE TOPLAMI
	Isparta	Antalya	Burdur	
TARIM	2,5	2,1	0	1,4
SANAYİ	2,1	3,6	3,4	4,4
HİZMETLER	3	6,3	4,1	3,9
TOPLAM	2,7	5,1	2,7	3,6

Kaynak: DPT (1987-2000 Dönemi; Yıllık Ortalama; Yüzde)

Devlet Planlama Teşkilatı'nın hazırladığı bir raporda değinilen, demografik, istihdam, eğitim, sağlık ve altyapı olmak üzere sosyal; sanayi, inşaat, tarım ve mali olmak üzere ekonomik göstergelerden oluşan illerin sosyo ekonomik gelişmişlik endeksi sıralamasına göre Isparta 1996 yılında 21. sırada, 2003 yılında ise 28. sırada yer almaktadır. Isparta'nın milli gelirden aldığı pay düşünüldüğünde sosyo ekonomik açıdan daha ileride bulunduğu ve bunun temel nedenini sağlık ve eğitim alanının oluşturduğu görülmektedir. Nitekim yine aynı rapora göre 2003 yılı sağlık sektörü gelişmişlik endeksinde il Türkiye'de 4. sırada, eğitim sektörü gelişmişlik endeksinde ise 28. sırada yer almaktadır.⁴²⁸

Tüm bu sosyo ekonomik göstergelerin yanında Isparta'nın kat ettiği ekonomik gelişmenin sürdürülebilir olup olmadığı da önemlidir. Özelde ilin, genelde ise TR61 bölgesinin diğer bölgelerden daha çekici hale gelebilmesi, ancak sosyal ve fiziki çevrenin de yaşanabilir hale gelmesi ile mümkün olabilmektedir.⁴²⁹ Bölgelerin farklı boyutlardaki görece başarılarını özetleyen bir çalışma gerçekleştiren EDAM (Ekonomi ve Dış Politika Araştırmalar Merkezi) raporuna göre, 50 farklı değişkeni kullanarak altı farklı endeks ve bu endekslerden yola çıkarak iller için toplam rekabet endeksi oluşturulmuştur. Rekabet endeksi; ekonomik canlılık ve etkinlik, emek piyasası, yaratıcılık, insan sermayesi, fiziki altyapı ve sosyal sermaye alt

⁴²⁸ DPT, İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması, Tablo 6; 1996, Tablo 5, Tablo 15, Tablo 18; Yayın No: 2671, Ankara, 2003.

⁴²⁹ EDAM, a.g.e., s.8.

endekslerinin bileşiminden oluşturulmuştur. Isparta 100 üzerinden hesaplanan rekabet endeksi sıralamasında 60.8 değer ile 21. sırada yer almaktadır. Alt endekslerde Isparta'nın iller arasındaki konumu sırasıyla Çizelge 4.2'deki gösterilmektedir. Listede Isparta'nın en iyi konumda olduğu endeks *insani sermayedir* endeksidir. Eğitim ve sağlık göstergelerinin ildeki durumu düşünüldüğünde bu beklenen bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır. En kötü durumda olunan endeks ise *Ekonomik Etkinlik ve Canlılık* endeksidir ve bu endeks kişi başına GSYİH, işsizlik oranı, sektörlerin verimliliği ve yatırım oranları gibi göstergeleri içermektedir.

Çizelge 4.2 - EDAM Raporu Endeksleri

Endeks	Endeks Değeri	Sırası
Ekonomik Etkinlik ve Canlılık	45,3	37.
Emek Piyasaları	67,0	23.
İnsani Sermaye	96,9	5.
Yaratıcı Sermaye	26,6	14.
Sosyal Sermaye	54,7	29.
Fiziki Altyapı	53,2	30.
REKABET ENDEKSİ	60,8	21.

Kaynak: EDAM, 2009.

CNBC-e Business'ın Türkiye'deki tüm illerde yaşanabilirlik düzeyini belirlediği "Türkiye'nin Yaşanabilir İller Araştırması"nda Isparta yedinci sırada yer almaktadır. Isparta'yı listetede yedinci sıraya taşıyan veriler şunlar olarak özetlenebilir; kişi başına düşen GSYİH'da 42. sırada yer almasına rağmen kişi başına düşen kamu harcamasında 788 TL ile Türkiye yedincisi konumundadır. Isparta'da konut başına düşen insan sayısı 3.2'dir ve bu alanda Türkiye altıncısı konumundadır. Ayrıca araç başına düşen kişi sayısında Türkiye yedincisidir ve ilde trafik problemi bulunmamaktadır. Bunlara ek olarak Isparta eğitim verileri ile Türkiye'nin zirvesinde yer almaktadır. İlk ve orta öğretimde öğretmen ve derslik başına düşen öğrenci sayısı bakımından Türkiye'nin en iyi üçüncü ili konumunda ve üniversite öğrencisi yoğunluğunda ise Türkiye ikincisi, son olarak da doktor ve yatak başına düşen kişi

sayısında Türkiye beşincisi konumundadır. Tüm bu veriler Isparta'yı yaşanabilir iller sıralamasında yedinci sıraya taşımaktadır.⁴³⁰

Isparta'nın milli gelirden aldığı payları incelendikten sonra, değinilmesi gereken bir diğer konu da milli gelire yaptığı katkıdır. Isparta'da 1 Ocak 2008-31 Aralık 2009 tarihleri arasında toplanan genel bütçe gelir toplamı 289.079 TL tahakkuk, 231.720 TL tahsilat olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla tahakkuk eden vergi gelirlerinin % 80,16'sı tahsil edilebilmiştir. Bu tahsil edilme oranı ile Isparta Türkiye iller sıralamasında 31. sırada yer almaktadır.⁴³¹

4.1.1. Sanayi ve Ticaret

Isparta'da, biri il merkezinde diğeri Yalvaç ilçesinde olmak üzere iki adet Ticaret ve Sanayi Odası faaliyet göstermektedir. Her iki odaya kayıtlı 1.470 şahıs işletmesi, 1.678 adet şirket olmak üzere toplam 3.195 adet ticari firma faaliyette bulunmaktadır.⁴³²

İlde sanayi, tekstil-örme-konfeksiyon-deri, ahşap işleme-mobilya, gıda-içki-içecek-tütün ve metal eşya-ölçme-makine sektörlerinde yoğunlaşmıştır.⁴³³ Sanayi tesisleri ağırlıklı olarak Isparta Süleyman Demirel Organize Sanayi Bölgesi ve kent içindeki küçük sanayi sitelerinde faaliyet göstermektedir. TOBB 2005 istihdam verilerine göre ilde 236 işyerinde yaklaşık 10 bin kişi istihdam edilmektedir.⁴³⁴ Isparta ilinde işletmelerin iş kollarına göre dağılımı Şekil 4.3'te görülmektedir.

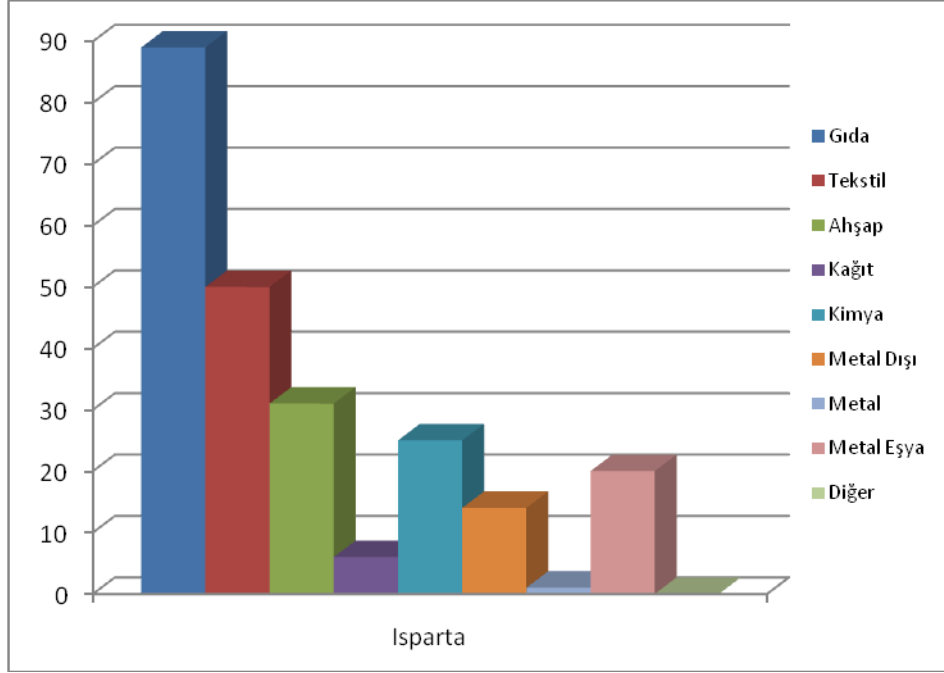
⁴³⁰ <<http://www.cnbc.com/business/0909/konuid=1.asp>> (26.09.2009)

⁴³¹ MUHASEBAT GENEL MÜDÜRLÜĞÜ, İller Bazında Kümülatif Gelir ve Giderler, <<http://www.muhasibat.gov.tr/mbulten/T7-73.xls>> (10.07.2009)

⁴³² ISPARTA VALİLİĞİ, "2003-2004 Isparta Yıllığı", <<http://www.isparta.gov.tr/index3.php?goster=2&b1=4&b2=2&b3=43>> (20.12.2007)

⁴³³ Metal eşya sektöründeki işletme sayısı bakımından diğer sektörlerle göre geride görünse de istihdam sayısı bakımından görece öndedir.

⁴³⁴ KOSGEB, a.g.e., s.37.



Şekil 4.3 - İşletmelerin İşkollarına Göre Dağılımı

Kaynak: TOBB, 2005

Süleyman Demirel Organize Sanayi Bölgesi 1998 yılında işletmeye açılmıştır ve şehir merkezine 26 km., havaalanına 4 km., demiryolu yükleme istasyonuna 600 m. mesafede bulunmaktadır.⁴³⁵ Bölgede 30 işletme üretim faaliyetinde bulunmakta, inşaat ve proje safhasındakilerle birlikte toplam 76 tesis yer almaktadır. Sanayi Bakanlığı'nın 2004 yılı verilerine göre 1.850 kişi istihdam edilmekte, 6.204 kişi istihdam edilmesi ise öngörülmektedir.⁴³⁶ 5350 ve 5084 sayılı teşvik kanunları Organize Sanayi Bölgesi'nde planlanan istihdam sayılarının sağlanmasını engellemiştir. Bunun temel nedeni bölgede bulunan birçok işletmenin söz konusu kanunlarda teşvik kapsamında bulunan en yakın il olan Afyon'a tesislerini taşınmasıdır. Bölgede faaliyette bulunan işletmeler arasında dokuma (12) ve orman (11) ürünleri işletmeleri sayıca ön plana çıkmaktadır. Bunların dışında gıda, madeni eşya, pişmiş kil ve metal sanayi tesisleri de bulunmaktadır. Bölgede kendine yetecek

⁴³⁵ DULUPÇU, M. A., G. ÖZDAMAR, A. SEZGİN, a.g.e., s. 127.

⁴³⁶ KOSGEB, a.g.e., s.52.

enerji santrali inşa etme ve bölgenin bir kısmını endüstri bölgesine dönüştürme planları da yürütülmektedir.⁴³⁷

Bunun yanında Isparta Deri Organize Sanayi Bölgesi'nin inşası 2008 yılı içerisinde tamamlanmış, Organize Çiçekçilik Sanayi Bölgesi'nin proje aşamasına geçilmiş ve Yalvaç ilçesi Organize Sanayi Bölgesi'nin kurulmasına yönelik beyanlarda bulunulmuştur.⁴³⁸

Kent merkezinde toplam 1380 işyerine sahip 2 tane küçük sanayi sitesi (Merkez Sanayi Sitesi ve Gül Sanayi Sitesi) bulunmaktadır. Bunların haricinde Keçiborlu, Eğirdir, Şarkikaraağaç ve Yalvaç Deri Küçük Sanayi Sitesi ilçelerde faaliyet göstermektedir. İl genelindeki küçük sanayi sitelerinde ağırlıklı mobilya imalatı, marangozluk ve oto tamirciliği firmaları bulunmaktadır.⁴³⁹

Devlet Planlama Teşkilatı'nın 'İllerde Öne Çıkan Sanayi Sektörleri' raporuna göre, Isparta ilinde *ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı*, tekstil ürünleri imalatı ve metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı sektörleri öne çıkan sektörler olarak belirtilmiştir. Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı sektörü; işyeri sayımı il içi yüzde ve yoğunlaşma, özel sektör işgücü verimliliği ile ihracat yoğunlaşma göstergelerinde öne çıkarak ilk sıralarda yer almaktadır. Verimlilik ve yoğunlaşma rakamları incelendiğinde, sektörün hem il içinde ön plana çıktığı, hem de il içindeki sektörel payının ülke içindeki payından oldukça yüksek olduğu belirtilmiştir. 'İnşaat kerestesi ve doğrama imalatı' ile 'ağacın hızarlanması, planyalanması ve empenye edilmesi' sektörleri, ağaç ürünleri sektörünü öne çıkaran önemli alt sektörler olarak gösterilmektedir.⁴⁴⁰ Öne çıkan sektörler ve onların alt sektörleri Çizelge 4.3'te verilmiştir. Bu tez çalışmasının şekillenmesinde DPT'nin söz konusu araştırmasının katkısı bulunmaktadır.

⁴³⁷ KOSGEB, a.g.e., s.51.

⁴³⁸ ISPARTA VALİLİĞİ, a.g.e.

⁴³⁹ İLEMOD, "Isparta İl Envanteri",

<<http://www.ilemod.gov.tr/Envanter/htm/default.asp?goid=388038&birimOID=72>> (12.01.2008)

⁴⁴⁰ DPT, İllerde Öne Çıkan Sanayi Sektörleri, Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, , Yayın No: 2693, Ankara, Ağustos 2006, s.259

Çizelge 4.3 - Isparta İlinde Öne Çıkan Sanayi Sektörleri

AĞAÇ VE AĞAÇ MANTARI ÜRÜNLERİ İMALATI (MOBİLYA HARİÇ); SAZ, SAMAN VE BENZERİ MALZEMELERDEN, ÖRÜLEREK YAPILAN EŞYALARIN İMALATI
İnşaat kerestesi ve doğrama imalatı
Ağacın hızarlanması, planyalanması ve emprenye edilmesi
Ahşap konteynir imalatı
TEKSTİL ÜRÜNLERİ İMALATI
Doğal ve sentetik pamuk elyafının hazırlanması ve eğrilmesi
Giyim eşyası dışındaki hazır tekstil ürünleri imalatı
Halı ve kilim imalatı
METALİK OLMAYAN DİĞER MİNERAL ÜRÜNLERİN İMALATI
Süsleme ve yapı taşının kesilmesi, şekil verilmesi ve kullanılabilir hale getirilmesi
Hazır beton imalatı
Fırınlanmış kilden kiremit, briket, tuğla ve inşaat malzemeleri imalatı

Kaynak: DPT, İllerde Öne Çıkan Sanayi Sektörleri, 2006, s. 260.

Tekstil ve hazır giyim sektörü, yarattığı katma değer ve ihracat gelirleri sayesinde ülkelerin ve bölgelerin ekonomik kalkınmasına önemli katkılar sağlayan sektörlerin başında bulunmaktadır. KOSGEB veri tabanına göre Isparta imalat sanayinde faaliyet gösteren toplam işletme sayısının yaklaşık olarak % 33'ü tekstil, konfeksiyon, deri sektöründe faaliyet göstermektedir. Isparta imalat sanayindeki toplam istihdamın % 40,22'si bu işletmeler tarafından sağlamaktadır. Tekstil, konfeksiyon, deri sektörü, Isparta ekonomisi içinde yüksek katma değer yaratan başlıca sektörlerden biri olarak yer almaktadır. Başta SÜMERBANK ile kurumsal yapıya sahip olan halıcılık ilin imajını oluşturan temel imalat alanlarından birini oluşturmaktadır. 2006 yılında ildeki ihracat rakamlarına bakıldığında, 60.491.886 dolar ile toplam ihracatın %50'sinden fazlası söz konusu sektör tarafından gerçekleştirilmektedir. Deri işleme alanında il merkezinde 123 tabakhane bulunmakta ve bu işletmelerde yılda 500 ton gön ve kösele, 500.000 adet küçükbaş hayvan derisi işlenmektedir. Yalvaç ilçesinde ise 62 adet deri işleme işletmesi bulunmaktadır ve bu işletmeler 4.100 ton deri işleme kapasitesine sahiptir. deri

işleme sektörü sadece Yalvaç'ta 500-600 kişiye iş imkanı sağlamaya ve istihdam yaratmaktadır.⁴⁴¹

İldeki gıda sanayisi gelişme eğilimi göstermektedir. İlde kurulu un fabrikaları, hem Isparta'nın un ihtiyacını karşılamakta hem de çevre illerin ihtiyacının karşılanmasına katkı yapmaktadır. Sudak balığı, Eğirdir Gölünden avlanmakta ve bölgeden temin edilen balık ve kerevit, il merkezi ve Eğirdir ilçesinde kurulu tesislerde işlenmektedir. Bu ürünlerin tamamı yurtdışına ihraç edilmektedir. İlde yetiştirilen yıllık yaklaşık 520 bin ton elmanın muhafaza edilmesi, işlenmesi ve ihracata yönlendirilebilmesi için Eğirdir ve Gelendost başta olmak üzere il genelinde toplam 232 bin ton depolama kapasiteli 69 adet soğuk hava deposu bulunmaktadır. Elma üretimine dayalı yan sanayiler olarak ilde meyve suyu ve konsantresi üretimi de yapılmaktadır. Eğirdir ilçesine bir elma borsası kurulmasına dair Isparta Ticaret Borsası tarafından proje yürütülmektedir ve kurulması planlanan elma borsası ile yörede yetiştirilen elmanın bir dünya markası haline gelmesi amaçlanmaktadır.⁴⁴²

Isparta ekonomisi için olan bir diğer sanayi sektörleri arasında taş ve toprağa dayalı sanayi sektörü yer almaktadır ve bu sektörün ağırlıklı olarak üretim faaliyetleri çimento, mermer işleme, barit ve pomza madeni işletmeciliği, alt ve üst yapı elemanları imalatından oluşmaktadır. Metal işleme, makine ve teçhizat sanayinde ise küçük ve orta ölçekli işletmelerde çelik hasır, tarım römorku, rotovator, kalorifer kazanı, termosifon, akaryakıt pompası, asansör imalat ve montajı ile çelik konstrüksiyon imalatı ön planda yer almaktadır.⁴⁴³

Hem geleneksel, hem de modern il ekonomisinde önemli yere sahip olan bir diğer sektör ise kozmetik sanayi sektörüdür. 1959 yılında kurulan ve 9 kooperatifte 8 bin ortağı bulunan Gülbirlik'in, sektörün gelişiminde payı büyüktür. Özellikle 2000'den sonra yeniden yapılanma sürecine giren kooperatif, Isparta kozmetik sanayine yeni bir imaj sağlamıştır. Profesyonel yönetim anlayışına geçiş, markalaşma ve kurumsallaşma yönünde önemli gelişmeler gösteren Gülbirlik, kısa bir sürede kozmetikte dünya çapında bir marka olma yolunda emin adımlarla ilerleyen Rosense markasını yaratmıştır. Rosense markası altında gülsuyundan deodoranta, losyondan

⁴⁴¹ KOSGEB, a.g.e., s.41.

⁴⁴² DULUPÇU, M. A., G. ÖZDAMAR, A. SEZGİN, a.g.e., s.127.

⁴⁴³ ISPARTA VALİLİĞİ, a.g.e.

şampuana, jöleden sabuna kadar 13 dalda 38 çeşit ürün gelişmiş ve ürünler piyasaya arz edilmiştir. 2002 yılında Gülbirlik'e ve özel sektöre ait tesislerden 9.580.000 \$ değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir.⁴⁴⁴

Isparta'da genel hatlarıyla öncü sektörlerin ciro, ihracat ve istihdama ait mevcut durumları Çizelge 4.4'te yer almaktadır.

Çizelge 4.4 - Sektörel Büyüklükler

	Gıda	Tekstil	Orman	Kağıt	Kimya	Maden	Makine	İmalat
2008 ciro (bin TL)	182.674	239.292	169.490	4.634	110.828	294.157	47.211	1.051.371
2007 ihracat (bin \$)	11.383	43.963	10.618	46	13.258	37.570	0	128.113
2008 ihracat (bin \$)	24.609	39.876	13.035	116	16.023	61.479	0	165.845
2007 istihdam	921	2899	1072	59	315	2079	440	7915
2008 istihdam	887	2373	1042	86	384	2017	442	7276
2007 firma	66	34	57	3	29	44	37	282
2008 firma	65	44	59	3	34	44	38	295

Kaynak: Isparta Valiliği, Sanayi ve İstihdam Komisyonu Raporu, 2009, s.9.

Ticari hayata il merkezinde Isparta Ticaret ve Sanayi Odası ve Yalvaç ilçesinde Yalvaç Sanayi ve Ticaret Odası tarafından yön verimekte ve bu Odalara kayıtlı 300 anonim ve 1400 limited şirket faaliyette bulunmaktadır.⁴⁴⁵ Türkiye İş Kurumu 2005 yılı kayıtlarına göre Isparta'da 132 kamu, 1.848 özel işyeri faaliyette bulunmaktadır. Isparta ekonomisinde dokuma el ve makine halıları, gülyağı ve kozmetik ürünleri, çeşitli kereste, suni tahta, ağaç kaplama, yonga levha, dipçik gibi çeşitli ahşap ürünleri, su ürünleri, çimento ürünleri, mermer ürünleri, yün ve pamuk ipleri, konfeksiyon ara mamulleri, deri-kösele ve ayakkabı ürünleri, metal işleme sanayisinde imal edilmiş mamuller ve zirai aletler, inşaat boyası malzemeleri ve mandıra ürünleri üretimi ağırlıklı olarak yer almaktadır.⁴⁴⁶ 2006 yılında 276 firma ticaret siciline tescil olurken ticareti terk eden firma sayısı 49 olarak belirtilmiştir.⁴⁴⁷

⁴⁴⁴ ITSO, Bölgesel Ve Sektörel Teşvik Kapsamında Isparta İli Üzerine Bir Değerlendirme Stratejik Ön Çerçeve Raporu, Isparta, Ekim 2007, s. 36.

⁴⁴⁵ ITSO, <http://www.itso.org/index.php?dosya=firma_liste> (20.08.2009)

⁴⁴⁶ DULUPÇU, M. A., G. ÖZDAMAR, A. SEZGİN, a.g.e., s.128,129.

⁴⁴⁷ İLEMOD, a.g.e.

4.1.2. Tarım ve Hayvancılık

Isparta ilinin toplam tarım arazisi 251.282 hektardır ve tarım alanlarının % 64'ü kuru, % 36'sı sulu tarım arazilerinden oluşmaktadır. Önemli tatlı su kaynaklarının Isparta ili sınırları içinde yer alması ve 1969 yılında Boğazova sulamasının işletmeye açılması sulama işlemlerinin hızla yaygınlaşmasında önemli rol oynamıştır. 1967 yılında 23.675 hektar olan sulu tarım arazisi miktarı bugün 89.601 hektara kadar yükselmiştir.⁴⁴⁸

İl yüzölçümünün % 28'i tarımsal alanlardan oluşmaktadır. Bu tarımsal alanın % 82,6'sı tarla ürünlerine, %2,8'i sebze üretimine ve % 14,6'sı da meyve üretimine ayrılmıştır. Elde edilen gelirden tarla ürünleri %18,9, sebze ürünleri % 12,1 ve meyve üretimi ise % 69 oranında pay almaktadır. Sonuç olarak az tarım alanı ile yüksek gelir elde edilen meyve üretimi ağırlıklı konumdadır. Bu meyvelerin başında elma, kiraz ve kayısı meyveleri yer almaktadır. Elma ihracatı 2008 yılında 2007 yılına göre 130 kat artış göstermiştir. Kiraz ihracatında 4,33 kat artış gerçekleşirken, elmada % 9 civarında düşüş yaşanmıştır. 2008 yılında elma-kiraz-kayısı toplam ihracatı 2.750 ton olarak gerçekleşmiş ve bu ihracatın değeri yaklaşık 11 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Meyvecilikte iyi durumda olan Isparta ili Türkiye'nin 2. büyük depolama kapasitesine sahip bulunmaktadır.⁴⁴⁹

Isparta ili coğrafi konumunun verdiği avantaj ile büyükbaş, küçükbaş ve kümes hayvancılığı ile tatlı su balıkçılığının yapıldığı önemli bir merkez konumuna gelmiştir. Et ve süt verimlerini artırmak için tabii ve suni tohumlama yollarıyla melezleme ve ıslah çalışmaları Süleyman Demirel Üniversitesi'nin desteği ile sürdürülmektedir. Hem küçükbaş hem de büyükbaş hayvan sayısında son yıllarda il bazında bir düşüş yaşanmıştır.⁴⁵⁰ Hayvan yetiştiriciliğinin küçük ölçekli yapılması ve girdi maliyetlerinin yüksekliği bunun başlıca nedenlerini oluşturmaktadır. Bu konuda girişimcilerin birleşerek büyük ölçekli işletmeye geçişte daha başarılı olduğu Burdur ili, yurt çapında rekabet edebilecek konuma yükselmiş ve örnek oluşturmuştur.

⁴⁴⁸ ISPARTA VALİLİĞİ, a.g.e.

⁴⁴⁹ ISPARTA VALİLİĞİ, Sanayi ve İstihdam Komisyonu Raporu, Isparta, Haziran 2009, s.9.

⁴⁵⁰ ISPARTA VALİLİĞİ, a.g.e.

Isparta ilinde bulunan tatlı su kaynaklarından, su ürünleri avcılığı ve üreticiliği de önemli geçim kaynakları yaratmaktadır. Özellikle Eğirdir gölü başta olmak üzere ilde bulunan göllerden elde edilen su ürünleri; tatlı su istakozu (kerevit), tatlı su levreği (sudak) ve sazan olarak sıralanmaktadır. Kerevitin tamamı canlı veya konserve olarak, sudak balığının ise bir bölümü fileto ve dondurulmuş gıda olarak Avrupa ülkelerine ihraç edilmekte ve ihracat geliri yaratmaktadır.⁴⁵¹

4.1.3. Ekonomik ve Mali Göstergeler

İlde tarım ve sanayi ürünlerinde nitelik olarak Türkiye ortalamasının üzerinde, Avrupa standartlarında üretim yapıldığı ve bu ürünlerin dış piyasaya sunulabildiği çeşitli araştırmalarda yer almaktadır. Aynı zamanda bu başarı, teşvik gibi maliyeti düşürücü unsurlardan yoksun kalınmasına rağmen sağlanmış bir başarıdır ve ürünler için yeni pazar oluşturma çabaları, bu başarının aktörleri olan, gerek ticaret ve sanayi odaları gerekse girişimciler tarafından da devam ettirilmektedir.⁴⁵²

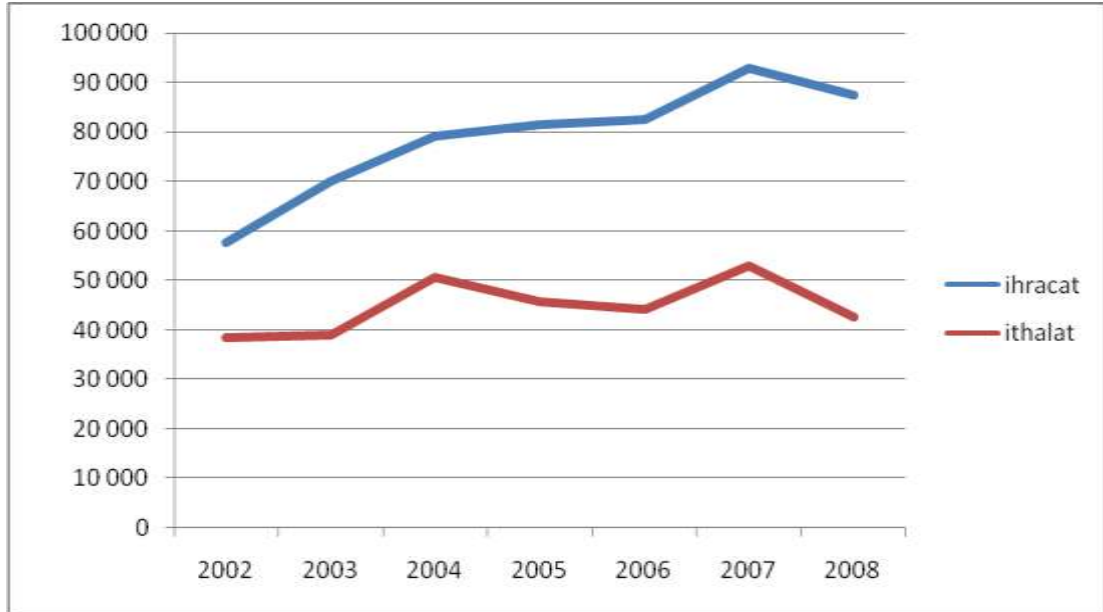
Isparta ilindeki başlıca ihracat kalemlerini su ürünleri (balık ve kerevit), meyve suyu konsantresi, salça, pamuk ve yün ipliği, trikotaj ipliği, el örgü ipliği, konfeksiyon, halı, yonga, levha, tüfek dipçığı, çimento, klinker, barit, mermer fayansı, gülyağı, gül koncreti, elma ve kiraz gibi ürünler oluşturmaktadır. Yapılan ithalatın tamamına yakını ise, imalat sektörü tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu ithalat daha çok makine ve teçhizat üretiminde ara girdi olarak kullanılan parça ve malzemelerden oluşmaktadır.⁴⁵³ Isparta Ticaret ve Sanayi Odası (ITSO) verilerine göre 2005 yılındaki başlıca ihracat kalemleri sırasıyla; el örgü-pamuk-yün ipleri (48 milyon \$), mermer (19 milyon \$), çimento-klinker (14 milyon \$), gül ürünleri (9 milyon \$), konfeksiyon (6 milyon \$), orman ürünleri (6 milyon \$), kiraz (5,7 milyon \$), elma suyu konsantresi (3,5 milyon \$), su ürünleri (3 milyon \$) yer almaktadır. DTM rakamlarına göre Isparta ilindeki ihracat ve ithalat miktarları Şekil 4.4.'te gösterilmektedir. 2001 krizinin ardından ithalata kıyasla ihracatında büyük artışlar

⁴⁵¹ ISPARTA VALİLİĞİ, a.g.e.

⁴⁵² AKŞAM GAZETESİ, "Isparta Ticarete Ortalamayı Geçti", 8 Kasım 2005, <<http://www.aksam.com.tr/haber.asp?a=11977.202&tarih=30.10.2005>> (06.11.2007)

⁴⁵³ ISPARTA VALİLİĞİ, Sanayi ve İstihdam Komisyonu Raporu, Isparta, Haziran 2009, s. 8.

gerçekleştiren Isparta, 1980 sonrası bir Türkiye klasiği olan dış ticaret açığının tersine, *dış ticaret fazlası* vermektedir ve bu önemli bir başarı unsurudur.⁴⁵⁴



Şekil 4.4 - Isparta İli İhracat ve İthalat Rakamları

Kaynak: DTM, Dış Ticaret İstatistikleri, 2009.

2000 yılı verilerine göre Isparta, kırsal nüfus başına kullanılan tarımsal kredi miktarı olan 46 TL ile Türkiye ortalamasının (138 TL) hayli altında yer almakta ve 81 il içinde 58. sırada bulunmaktadır. Fert başına sınai-ticari kredilerde de benzer şekilde 87 TL ile Türkiye ortalamasının (392 TL) gerisinde yer alırken, 81 il içinde 39. sırada bulunmaktadır. Buna karşın Isparta fert başına banka mevduatı açısından 81 il içinde 28. sırada yer almaktadır.⁴⁵⁵ Bu veriler, yatırımların kredi yerine daha çok öz kaynaklar ile finanse edildiğinin bir göstergesi olarak yorumlanmaktadır.

Isparta'da 2004 yılında 56 milyon TL değerinde 23 adet, 2005 yılında 209 milyon TL değerinde 38 adet, 2006 yılında 42 milyon TL değerinde 25 adet ve 2007 yılında da 117 milyon TL değerinde 9 adet yatırım teşviki verilmiştir. Bu teşviklerin bitkisel üretim, maden istihraç ve işleme, gıda, dokuma-giyim, orman ürünleri,

⁴⁵⁴ T.C. BAŞBAKANLIK DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI,
<<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detayrk&yayinID=1116&icerikID=1225&dil=TR>> (12.06.2009)

⁴⁵⁵ KOSGEB, a.g.e., s.61.

madeni eşya, çimento, ticaret, sağlık ve altyapı alanlarında yoğunlaştığı görülmektedir.⁴⁵⁶

Isparta'da 2006 verilerine göre kayıtlı olan toplam mevduat 993 milyon TL'dir ve bu mevduatın 501 milyon TL'lik kısmı tasarruf mevduat hesaplarında, 361 milyon TL'lik kısmı döviz tevdiat hesaplarında yer alırken, geriye kalan kısmı ise resmi ve ticari kuruluş mevduatlarından oluşturmaktadır. 2006 yılı sonu itibariyle toplam 528 milyon TL'lik kredinin 54 milyon TL'lik kısmı tarım kredilerinden, 9 milyon TL'lik kısmı mesleki kredilerden, 443 milyon TL'lik kısmı ise ihtisas dışı kredilerden oluşmaktadır. Isparta'da 2006 yılında kişi başına mevduat 1.813 TL, kişi başına kredi ise 964 TL olarak gerçekleşmiştir. Benzer ölçekteki illere göre göreceli olarak yüksek oranda olan bu veriler, Isparta'daki ticari ve ekonomik aktivitenin canlılığının ve finansman potansiyelinin yüksekliğinin bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir.⁴⁵⁷

Devletin illerden elde ettiği gelir ve illere yönelik harcama verilerine göre Isparta, 2007 yılında devlete kişi başına 706,3 TL gelir aktarmış, buna karşılık devlet Isparta'da kişi başına 1528,9 TL harcama gerçekleştirmiştir. Akdeniz bölgesinde 2007 yılı verilerine göre devletin yaptığı harcamanın rakamsal olarak en çok yöneldiği il Isparta'dır. Ayrıca devletin ile yaptığı harcamanın, ilden devlete sağlanan gelire oranı bakımından kişi başına devlet desteğinden en fazla yararlanan il konumunda da Akdeniz bölgesinde Isparta yer almaktadır. Bu oran Isparta'da 2,16 olarak gerçekleşmiştir. Kısacası Isparta'nın devlete sağladığı her 1 liralık gelire karşılık olarak devlet 2007 yılında Isparta'ya 2.16 TL harcama yapmıştır. Antalya'da bu oran 0,62, Burdur'da 1,92, Afyon'da ise 1,71 olarak belirtilmiştir.⁴⁵⁸

⁴⁵⁶ T.C. BAŞBAKANLIK HAZİNE MÜSTEŞARLIĞI, "Yatırım Teşvik İstatistikleri", <http://www.hazine.gov.tr/stat/yatirimtesvik_ist.htm> (19.01.2008)

⁴⁵⁷ TÜRKİYE BANKALAR BİRLİĞİ, "İstatistiki Raporlar", <<http://www.tbb.org.tr/net/donemsel/default.aspx?dil=TR>> (08.02.2008)

⁴⁵⁸ GÜLSES GAZETESİ, "Akdeniz'de Aslan Payı Isparta'nın", <<http://www.gulses.com>> (01.02.2008)

4.1.4. İstihdam ve İşsizlik

İŞKUR'un verilerine göre 2006 yılında Isparta'da iş arayanların sayısı 3.239, 2007 yılında 5.550, 2008 yılında 7.111 ve 2009 Nisan ayı itibariyle 8.015 kişidir. Yine son rakamlara göre iş arayanların % 89'u normal, % 9'u özürlü, % 2'si ise eski hükümlü statüsündeki kişilerden oluşmaktadır. Ayrıca iş arayanların büyük bölümü ilk ve orta öğretim mezunu kişilerden oluşmaktadır.⁴⁵⁹

Mevcut verilere göre Isparta'da bulunan ve lokomotif özelliği taşıyacak sektörlerin belirlenmesi için son yıllarda istihdamı artıran ve azaltan sektörlerin doğru tespit edilmesi gereği ön plana çıkmaktadır. İstihdamı artıran ve azaltan işyerleri incelendiğinde beklentilerin tersine sanayi sektöründe istihdam azalışının göreceli olarak az olduğu görülmektedir.(Çizelge 4.5)

Çizelge 4.5 - 2008 Yılında İstihdamı Artıran ve Azaltan İşyerleri

Sektör	İşyeri Sayısı	Önceki İstihdam	İstihdamdaki Artış	Artışın Dağılımı
Tarım	2	40	6	% 1
Hizmet	48	1237	356	% 29
Sanayi	55	2863	872	% 70
Toplam	105	4140	1234	% 100
Sektör	İşyeri Sayısı	Önceki İstihdam	İstihdamdaki Azalış	Artışın Dağılımı
Tarım	3	59	14	% 1
Hizmet	54	2441	846	% 58
Sanayi	46	2351	587	% 41
Toplam	103	4851	1447	% 100

Kaynak: Türkiye İş Kurumu, Isparta İl Müdürlüğü, Sanayi ve İstihdam Raporu Hazırlık Toplantıları, Mayıs 2009.

4.2. Isparta'da Orman Ürünleri Endüstrisi

Ekonomik kalkınma ve gelişmenin temel aktörlerini imalat sanayi içinde faaliyette bulunan işletmeler oluşturmaktadır. Ülkenin iç ve dış piyasalarda rekabet edebilir hale gelmesi bu sanayi kuruluşları tarafından yönlendirilen üretim faaliyetleri bağlı olarak gerçekleşmektedir. Dolayısıyla bu şekilde potansiyel

⁴⁵⁹ TÜRKİYE İŞ KURUMU, Isparta İl Müdürlüğü, İş gücü Piyasası Sunumu, Sanayi ve İstihdam Raporu Hazırlık Toplantıları, Isparta, 12.05.2009.

kaynakların kullanım düzeyi yükseltilmektedir. Ülkelerin sahip oldukları kaynaklar kapsamlı bir biçimde analize edilmesi ve bu kaynakların ihracat ve ithalat olguları açısından ülke ekonomisine katkı sağlayacak düzeye taşınması gerekmektedir. Türkiye imalat sanayi içinde yer alan orman ürünleri sanayi işletmeleri, işyeri sayısı açısından % 25, istihdam açısından da yaklaşık % 10'luk bir paya sahip bulunmaktadır.⁴⁶⁰

Orman ürünleri endüstrisi sektörü Isparta ekonomisinde Cumhuriyetin ilk yıllarından beri önemli bir yere sahip olmuştur. 1927 yılında Isparta'da bu sektörde irili ufaklı toplam 47 işyeri faaliyette bulunmakta ve 172 kişi istihdam edilmekteyken, 1932 yılında çıkarılan Teşviki Sanayi Kanunundan yararlanan 4 iş yerinden biri bu alandaki işletmelerden olmuştur. Isparta'da orman ürünleri ve mobilya sanayisi Türkiye genelinde yaşanan gelişmelere paralel biçimde 1970'li yıllardan sonra hızlı gelişme göstermiştir. Bölge için Orman Ürünleri Endüstrisi (OÜE), imalat sanayisi içinde işyeri sayısı ve çalışan sayısı açısından dokuma giyim eşyası ve deri sanayisinden sonra ikinci sırada yer almakta ve yöre ekonomisinin en önemli öğelerinden birini oluşturmaktadır.⁴⁶¹

Isparta ilinin % 40'luk alanının ormanlık olmasına bağlı olarak orman ürünleri sanayi yıllar itibariyle lokomotif sektörlerden biri olmuştur ve bu özelliğini halen sürdürmektedir. Merkez ilçedeki yaklaşık 295 tane işletmede genellikle inşaatlık, rabita, lambri ve doğrama imalatları gerçekleştirilmektedir. 2 ayrı firma da Melamin, Yonga Levha ile Dipçik ve kabza imalatında bulunmaktadır. 2007-2008 arasında istihdam ve firma sayısında bir değişiklik olmamış ve ihracat miktarı % 30 oranında yükselmiştir.⁴⁶²

⁴⁶⁰ ITSO, Bölgesel ve Sektörel Teşvik Kapsamında Isparta İli Üzerine Bir Değerlendirme, Stratejik Ön Çerçeve Raporu, Isparta, Ekim 2007, s. 26.

⁴⁶¹ ITSO, Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Sektörünün Araştırılması, Isparta, 2008, s. 39.

⁴⁶² ISPARTA VALİLİĞİ, Sanayi ve İstihdam Komisyonu Raporu, Isparta, Haziran 2009, s.11.

4.3. Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinin Yapısal Ögelerinin Analizi

İlde imalat sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin yaklaşık %30'u ve çalışanların da % 16,8'i bu sektörde yer almaktadır.⁴⁶³ TUIK, 2002 verilerine göre Isparta ilinde OÜE'de faaliyet gösteren işletme ve personel sayıları ve Türkiye verileri Çizelge 4.6'da yer almaktadır.

Çizelge 4.6 - OÜE Isparta-Türkiye Karşılaştırması

		Ağaç ve Mantar Ürünleri İmalatı (Mobilya Hariç)	Mobilya İmalatı, b.y.s. Diğer İmalat
İşyeri Sayısı	Türkiye	29.053	34.773
	Isparta	402	164
	%(Isparta sektör/Türkiye sektör)	1,38	0,47
	%(Isparta sektör/Isparta GİS)	20,92	8,53
Çalışan Sayısı	Türkiye	76.460	114.697
	Isparta	1.063	293
	%(Isparta sektör/Türkiye sektör)	1,39	0,26
	%(Isparta sektör/Isparta GİS)	13,17	3,63

Kaynak: TUIK, 2002 Genel İmalat Sanayi ve İşyerleri Sayım Sonuçları, http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=28&ust_id=9 (Erişim:12.09.2009)

Çizelge 4.6'daki veriler Isparta il merkezini ve ilçelerini içeren verilerdir. Isparta il merkezi sınırları içinde faaliyette bulunan OÜE işletmeleri sayısı 295 olarak belirtilmektedir.⁴⁶⁴ Yapılan çalışmada söz konusu işletmeler içinden aşağıda belirtilecek olan yöntemler kullanılarak seçim yapılmış ve seçilen firmaların ölçek yapıları, üretim teknolojileri, girdi-çıkıtı standartları, fırsatları ve sorunları gibi yapısal ögeleri ayrı ayrı analiz edilmiştir.

4.3.1. Araştırma Yöntemi

Yapılan bu çalışmada yüz yüze anket yöntemi kullanılarak sektördeki işletmelere ait mevcut yapı belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca bu işletmelerin bir

⁴⁶³ TUIK, Genel İmalat Sanayi ve İşyerleri Sayım Sonuçları, http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=28&ust_id=9 (12.09.2009)

⁴⁶⁴ITSO, a.g.e., 2008, s. 39.

kısmı ile yapılan mülakatlar araştırma bulgularının yorumlanması için çok önemli girdiler sağlamıştır. Anket yöntemi uygulanırken aşağıda dipnotta verilen hesaplama yöntemi kullanılmıştır.⁴⁶⁵ Dipnotta açıklanan yöntem ile %95 güven düzeyinde %5 örnekleme hatası kabul edilerek en az 59 işletmeye anket uygulanmasına karar verilmiş ve toplam 65 işletmeye anket uygulanmıştır. Çalışma amaçları doğrultusunda hedef kitleyi oluşturan işletmelere öncelik verecek şekilde il merkez sınırları içerisinde faaliyet gösteren, Isparta Ticaret ve Sanayi Odası, Isparta Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği ve Isparta Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü'nün veri tabanlarında kayıtlı olan firmalar arasından rassal olmayan örnekleme yöntemi kullanılarak hangi firmalara anket yapılacağı belirlenmiştir. Bu kapsamda; organize sanayi bölgelerinde (OSB) faaliyet gösteren tüm OÜE işletmeleri, orta ve büyük ölçekli tüm işletmeler ve kereste üretimi yapan tüm işletmelere anket uygulanmış, Isparta il merkezi sınırları içinde dağınık yerleşimde olanlar ile küçük sanayi sitelerinde faaliyet gösteren mobilya ve marangoz işletmelerinden rassal örnekleme yöntemi ile seçim yapılmıştır.

Anket temel olarak 13 bölümden oluşmaktadır. Anketin 3 temel bileşeni bulunmaktadır. Bunlardan ilkinin ankete katılan firmalar hakkında tanımlayıcı bilgiler oluşturmaktadır. İkincisi firmaların ortak iş yapma konusundaki algılarını ölçmeye yönelik sorular oluşturmaktadır. Anket son olarak da firmaların rakip ve müşteri gibi belirli konulardaki görüşlerini tespit etmeye çalışmaktadır. Anket formu tezin EK-1 bölümünde sunulmaktadır.

Tez çalışması kapsamında anket formları, kümelene anketi ve sektörel yapı anketi olarak iki farklı anket biçiminde hazırlanmıştır. Kümelene anketi

⁴⁶⁵ Uygulanacak anketlerde anket yapılacak işletme sayısını belirlemek için aşağıdaki formül kullanılmıştır.

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{ND^2 + Z^2 PQ} \quad n = \frac{1.96^2 \times 295 \times 0.95 \times 0.05}{295 \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.95 \times 0.05} = 58,5 = 59$$

Burada;

n= Örnek büyüklüğü

Z= Güven katsayısı (%95 için 1.96 alınmıştır)

P= Ölçmek istediğimiz özelliğin kütlede bulunma ihtimali (%95 olarak alınmıştır)

Q= 1 - P

N= Ana kütle büyüklüğü (295 olarak alınmıştır)

D= Kabul edilen örnekleme hatası (Çalışma için %5'lik örnekleme hatası öngörülmüştür)

formlarında orman ürünleri sektörüne aksesuar temini sağlayan işletmeler ile fason iş yapan döşemeciler gibi değer zincirindeki diğer aktörlere de ek olarak yer verilmiştir. Örnekleme dahil olan firmaların alt sektörlere göre dağılımı Çizelge 4.7’de yer almaktadır.

Çizelge 4.7 - Örnekleme Dahil Olan Firmaların Alt Sektörlere Göre Dağılımı

KERESTE			MOBİLYA-DOĞRAMA		
KERESTE	MASİF PANEL	DİPÇİK	SAUNA	MOBİLYA	DOĞRAMA
27	1	1	1	22	7
YONGA LEVHA		YAN SANAYİ			
		HIRDAVAT	BOYA	PRES	KOLTUK DÖŞEME
1		2	1	1	1

Anketler işletme sahipleri veya işletme yönetiminden sorumlu bir personel ile 2008 Haziran ayında farklı günlerde yüz yüze yapılmış ve her bir anket yaklaşık olarak 1,5-2 saat süresince devam etmiştir. Anketlerle birlikte bazı işletmelere sözlü mülakatlar da yapılmış ve sektörün problemlerinin daha iyi kavranması, geleceğe dönük uygulanabilir çözüm önerileri geliştirilmesi gibi alanlarda daha açıklayıcı ve kapsamlı cevaplar elde edilmiştir. Anketlerden elde edilen verilerden kapalı uçlu soruların cevabını oluşturan veriler değiştirilmeden, açık uçlu soruların ise anlamlı kavramlar haline getirilerek SPSS istatistik programı aracılığıyla analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir.

4.3.2. Ölçek Yapısı

Türkiye genelinde, 2004 yılı verilerine göre imalat sanayi kapsamındaki toplam işletmelerin % 24’ünü orman ürünleri sanayi sektöründe faaliyette bulunan işletmeler oluşturmakta, %4’lük kesimini ise kağıt ve kağıt ürünleri sanayinde faaliyette bulunan işletmeler oluşturmaktadır. Kısacası Türkiye imalat sanayinin işyeri sayısı bazında % 28’lik kısmını orman ürünleri sanayi meydana getirmektedir. İmalat sanayi genelindeki toplam istihdamın ise yaklaşık olarak % 11,5’i orman

ürünleri sektöründe yaratılmaktadır. Yine Türkiye genelindeki verilere göre işyerlerinin büyüklükleri incelendiğinde, imalat sanayi genelindeki tüm işletmelerin % 94,6'sını 1-9 ölçek grubunda yer alan işletmeler meydana getirirken orman ürünleri sanayi sektöründe bu oran % 98,6 düzeyine kadar yükselmektedir. Sektörün oluşturmuş olduğu katma değer verileri incelendiğinde ise imalat sanayi genelinde oluşturulan toplam katma değerinde sadece % 5'lik kısmının orman ürünleri sektörü tarafından oluşturulduğu görülmektedir.⁴⁶⁶

Firma ölçeklerinin belirlenmesi konusunda farklı yöntemler kullanılabilir fakat en çok tercih edilen yöntem firma ölçeğinin belirlenmesi için çalışan sayılarının baz alınmasıdır. Isparta ilinde, işletmelerin % 96'sında 10 kişiden daha az işçi istihdam edilmektedir. Isparta orman ürünleri endüstrisinde 10-49 kişinin çalıştığı işyerleri % 3'lük bir paya, 50 kişi ve daha fazla işçi çalıştıran işyerleri ise % 0.5'lik bir paya sahiptir. Kısacası Isparta orman ürünleri ve mobilya sanayinin genellikle küçük ölçekli işletmelerden meydana geldiği ve bu işletmelerin de merkez ilçe sınırları içinde yoğunlaştığı, ilçelerde ise daha çok küçük ölçekli üreticilerin bulunduğu belirlenmiştir.⁴⁶⁷

4.3.3. Üretim ve Teknoloji

Isparta Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü'nden sanayi sicil belgesi almış olan firmaların kayıtları baz alınarak hazırlanan Çizelge 4.8'de, 2007 yılı içerisinde merkez ilçede 180.000m³ yonga levha, 101.000m³ kereste ve diğer endüstriyel orman ürünlerinin üretildiği görülmektedir.⁴⁶⁸ (Çizelge 4.8)

⁴⁶⁶ ITSO, Bölgesel ve Sektörel Teşvik Kapsamında Isparta İli Üzerine Bir Değerlendirme, Stratejik Ön Çerçeve Raporu, Isparta, Ekim 2007, s. 26.

⁴⁶⁷ SÜTÇÜ A., Isparta Yöresinde Orman Ürünleri Endüstrisinin Durumu ve Gelişim Olanakları Üzerine İncelemeler, Yüksek Lisans Tezi, İ.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 1998, s19.

⁴⁶⁸ ITSO, a.g.e., 2008, s. 40.

Çizelge 4.8 - Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Firma Sayıları

Alt Sektör	Üretilen Ürünler	İşletme Sayısı	Toplam Üretim
Levha Sanayi	<ul style="list-style-type: none">• Yonga Levha-Melamin Kaplı Yonga Levha• Masif Panel	1 2	180.000 m ³ 6100 m ³
Kereste	<ul style="list-style-type: none">• İnşaatlık Kereste• Lambri• Taban Tahtası	29	101.000 m ³ kereste
Sauna	<ul style="list-style-type: none">• Sauna	3	350 + (Adet)
Kapı- Pencere-Doğrama	<ul style="list-style-type: none">• Amerikan Panel Kapı ve Kapı Kanadı	3	~ 11.000 Adet
Mobilya	<ul style="list-style-type: none">• Mutfak-Ofis-Dekorasyon Mobilyası• Koltuk Takımı• Yatak Odası	6	~ 24.000 m ² ~ 5000 Adet ~ 100 Adet

Kaynak: Isparta Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü, 2007.

4.3.4. Hammadde Kaynakları

Ülkemizde orman ürünleri sanayinin temel girdisini oluşturan ürünler neredeyse tümüyle devlet orman işletmeleri tarafından üretilmekte ve pazarlanmaktadır. Orman ürünleri endüstrisinde hammadde odun elde edilmesi için harcanan kaynak miktarı üretim sürecinde kullanılan çeşitli girdiler içerisinde en yüksek orana sahip olan girdi kalemini oluşturmaktadır.⁴⁶⁹

Birinci imalat sanayi işletmelerinde sanayi odunları hammadde olarak kullanılırken, ikinci imalat sanayi işletmelerinde birinci imalat sanayi içinde yer alan fabrika ve tesisler tarafından üretilen ürünler hammadde olarak kullanılmaktadır. Batı Akdeniz bölgesinde yer alan ormanların asli ağaç türü kızılçam ağacıdır ve kızılçam hem bölgedeki hem de Isparta'daki birinci imalat sanayi işletmelerinin en fazla kullandıkları hammadde çeşitidir.⁴⁷⁰ (Çizelge 4.9)

⁴⁶⁹ İLTER E., Odun Kökenli Ürün Sanayilerinde Kaynak Kullanımı ve Verimlilik, MPM Yayın No:425, Alkar Matbaası, Ankara, 1990.

⁴⁷⁰ SÜTÇÜ, A., "Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinin Yapısal Görünümü", IV. Ulusal Orman Fakülteleri Öğrenci Kongresi, SDÜ Kültür Merkezi, Isparta, 8-9-10 Mayıs 2003, s.6.

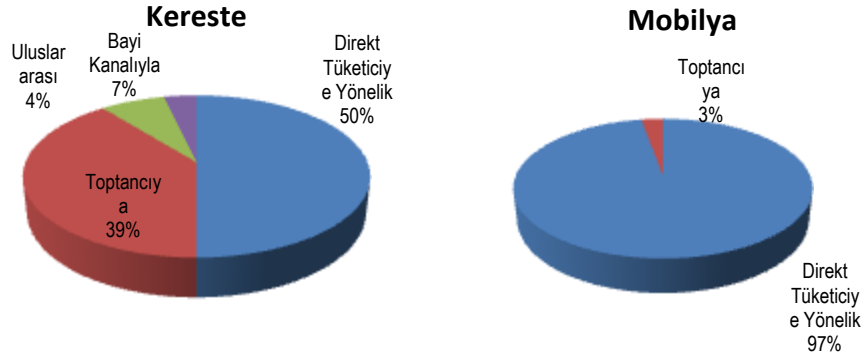
Çizelge 4.9 - Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinde Kullanılan Ağaç Türleri ve Oranları

Ağaç türleri	Kızılçam	Sedir	İthal	Kavak	Diğer
Oranlar (%)	90	1	2	3	5

Kaynak: Abdullah SÜTÇÜ, “Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinin Yapısal Görünümü”, IV. Ulusal Orman Fakülteleri Öğrenci Kongresi, SDÜ Kültür Merkezi, Isparta, 8-9-10 Mayıs 2003, s.6

4.3.5. Pazarlama Yapısı

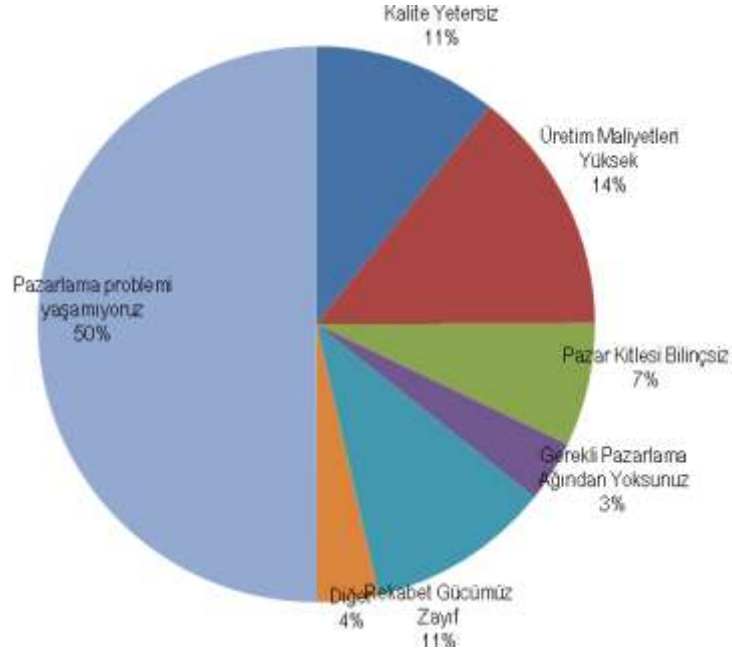
Isparta ilindeki mobilya sektörü, müşteriyle doğrudan iletişim kurarak üretim yaptığı için, pazarlama yöntemi de doğrudan tüketiciye yönelik olarak gerçekleşmektedir. Kereste alt sektöründe incelendiğinde, firmaların yarısının doğrudan tüketiciye yönelik pazarlama stratejisi uyguladığı, önemli bir kısmının da toptancı kanalını kullandığı görülmektedir. Ayrıca kereste sektöründe az bir oranda(%7) olsa da bayilik sistemiyle çalışan firmalar da bulunmaktadır.



Şekil 4.5 - Firmaların Pazarlama Yöntemleri

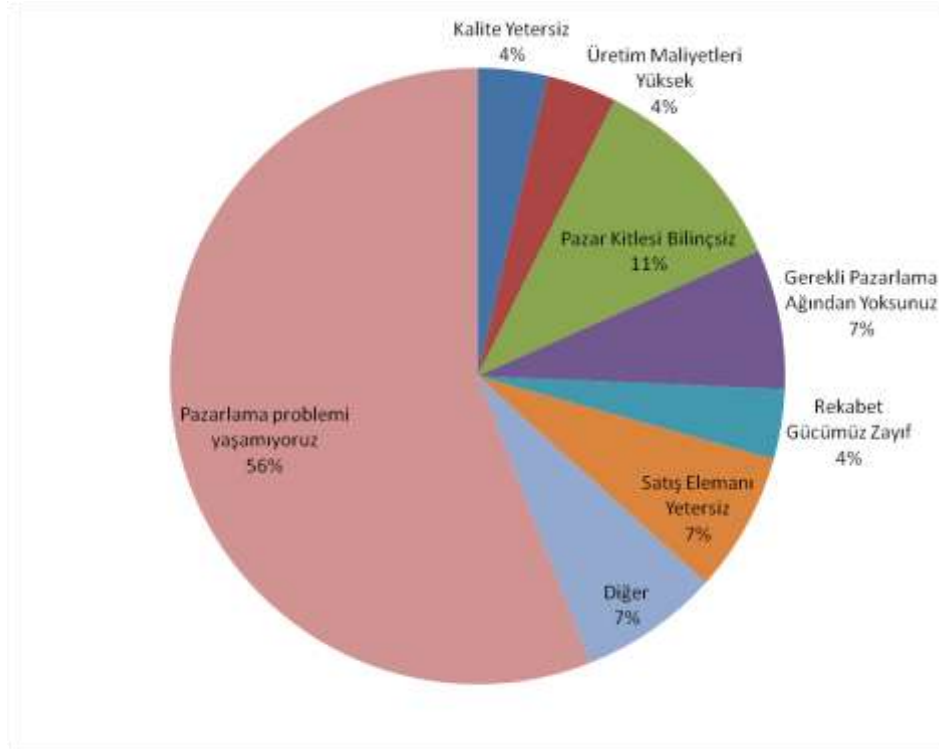
Yapılan anket sonucunda kereste ve mobilya alt sektörlerindeki firmaların pazarlama problemi yaşamadıklarını belirten bilgilere ulaşılmıştır. Fakat bölgedeki firmaların özellikle son dönemlerde karşılaştıkları talep yetersizliğinin ve satış gücünün temel nedenlerinden birini pazarlama ağlarının eksik olması oluşturmaktadır. Bu açıdan pazarlama ağlarının eksikliğinin değer zincirindeki zayıf halkalardan birini oluşturduğu görülmektedir. Ancak firmalar bu eksikliğin yeterince

farkında değildir. Firmaların satış güçlüğü yaşadıklarını belirtmeleri ve aynı zamanda pazarlama problemleri olmadığını belirtmeleri çelişkili bir durum yaratmaktadır.



Şekil 4.6 - Pazarlama Problemi – Kereste Sektörü

Pazarlama problemleri içinde üretim maliyetlerinin yüksekliği en önemli neden olarak vurgulanmaktadır. Ancak burada yanlış bir algı söz konusudur. Şöyle ki Isparta doğal hammadde kaynaklarına yakınlık, iklim şartlarının odunun kurutulmasında yarattığı büyük avantaj ve talaş artıklarını kolaylıkla değerlendirilebilmesi gibi olanaklar nedeniyle Türkiye'nin birçok yöresinden daha düşük üretim maliyetlerine sahip bulunmaktadır. Söz konusu yanlış algıyı oluşturan temel neden; işletmelerin ürün satış fiyatını temel rekabet aracı olarak görmelerinden kaynaklanmaktadır. Kereste sektöründeki firmalar tarafından ikinci önemli pazarlama problemi olarak kalite yetersizliği gösterilmiştir. Üründe yüksek kaliteyi yakalayamamanın nedenini ise kullanılan hammadde olan tomruğun düşük kalitede olması oluşturmaktadır. Doğal olarak düşük kaliteli hammaddeden düşük kaliteli ürün üretilebilmektedir. Mobilya sektöründeki firmalar ise üretim maliyetlerinin yüksek olması yerine pazar kitlesinin bilinçsiz olmasını en önemli pazarlama problemi olarak belirtmiştir.



Şekil 4.7 - Pazarlama Problemi – Mobilya Sektörü

4.3.6. İnsan Kaynakları ve Beşeri Sermaye Yapısı

Isparta orman ürünleri endüstrisinde alt sektörler bazında incelendiğinde çalışanların niteliklerine göre yoğunlaştıkları alanlar şu şekilde belirlenmiştir: kereste sektöründeki işletmelerde genellikle ilkökul mezunu vasıfsız işçiler istihdam edilmekte, doğrama, mobilya, sauna imalatı gibi zanaat gerektiren işlerde ise daha çok meslek lisesi ve normal lise mezunları istihdam edilmektedir.⁴⁷¹

İlde faaliyet gösteren OÜE işletmelerinden Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü'ne kayıtlı olan işletmelerin çalışan sayısına göre belirlenen en büyük 5 firma sırasıyla Çizelge 4.10'da yer almaktadır.

⁴⁷¹ SÜTÇÜ A. ve B. GÜLLER, Eğirdir Bölgesi Geleneksel Ambalaj Sandığı Üretimi ve 2001 Yılı için Talep Tahmini, Birinci Eğirdir Sempozyumu, Eğirdir-İSPARTA, 31 Ağustos-1 Eylül 2001.

Çizelge 4.10 - Personel Sayısına Göre En Büyük 5 Firma

Firma Adı	Faaliyet Alanı	Personel Sayısı
ORMA-Orman Mahsulleri İntegre Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Yonga levha-melamin kaplı yonga levha üretimi	276
Sakarya Kerestecilik San. ve Tic. A.Ş.	Kereste, lambri, taban tahtası üretimi	53
Caner Medikal Tic. ve San. Ltd. Şti.	Ofis mobilyası üretimi	44
Yücecam Orman Ürünleri San. Tic. Ltd. Şti.	Kereste, lambri, taban tahtası üretimi	41
Yüceer Kereste San. ve Tic. Ltd. Şti.	Kereste, lambri, taban tahtası üretimi	39

Kaynak: ITSO, 2008, s. 40. (2007 verileri)

4.3.7. Yönetim ve Organizasyon Yapısı

Yönetim ve organizasyon yapısı açısından incelendiğinde hem kereste hem de mobilya alt sektöründe şahıs ve aile işletmelerinin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Kereste sektöründeki firmaların % 28,6'sı, mobilya sektöründeki firmaların ise % 6,7'si çok ortaklı işletmelerden oluşmaktadır. (Çizelge 4.11) Anket sonuçlarına göre kereste firmalarının % 61'i aile işletmesi olarak faaliyetini gerçekleştirirken, mobilya firmalarının % 90'ı şahıs şirketi olarak faaliyette bulunmaktadır. Sektörde şahıs ve aile işletmelerinin ağırlıklı olarak bulunması sektörün kurumsallaşma sorununun en büyük göstergelerinden birini oluşturmaktadır. Akraba bağlarının ağırlıkta olduğu bu işletme yapılarında uzun vadede sürdürülebilirlik sorunu ortaya çıkabilmekte, işletmeler parçalanma/bölünme tehditleri ile karşılaşabilmektedir. Şahıs işletmeleri temel problemi ise mikro ölçeğin ötesine geçememek ve dolayısıyla seri veya büyük ölçekli imalat taleplerini karşılayamamaktır. Bu bağlamda kereste firmalarının aile anayasası gibi uygulamalarla desteklenmesi, mobilya sektöründe ağırlıklı olarak yer alan şahıs işletmelerinin ise ileri imalat teknikleri konusunda bilgilendirilmesi bu anketin önemli bulguları arasında bulunmaktadır. Bu faaliyetleri kısa ve orta vadede meslek örgütleri üstlenmesi sektör açısından yararlı bir gelişme olacaktır.

Çizelge 4.11 - Firma Yapısı

	KERESTE		MOBİLYA	
	İşletme sayısı	Oran (%)	İşletme sayısı	Oran (%)
Aile İşletmesi	17	60,7	1	3,3
Çok Ortaklı	8	28,6	2	6,7
Şahıs Şirketi	2	7,1	27	90,0
Diğer	1	3,6	-	-
Toplam	28	100,0	30	100,0

Kereste ve mobilya alt sektörlerinin ağırlıklı olarak 10 yaşın üzerindeki köklü firmalardan oluştuğu görülmektedir. Her iki alt sektördeki firmaların yaşına ait veriler Çizelge 4.12’de verilmektedir. Genç firmalar olarak nitelendirilen 10 yaşın altındaki firmalar, kereste sektöründe ~% 18 oranında, mobilya sektöründe ise % 10 oranında bulunmaktadır. İşletme sahipleri ile yapılan mülakatlar sonucunda; sektörün 2001 krizi sonrasında talep daralması problemi ile karşılaştığı ve buna bağlı olarak çoğu firmanın küçülme eğilimine girdiği belirtilmiştir. Küçük firmaların sektör değiştirmesi ya da işi bırakması öngörüsünün tersine genç firma sayısının beklenenden daha yüksek olmasının nedeni şu şekilde açıklanmaktadır; finansal ve yönetsel krize giren aile işletmelerinin bir kısmı bölünerek küçük ama yeni işletmeler oluşturmuştur. Bu veriler ışığında kurumsallaşmasının önemini tekrar ortaya çıkarmaktadır. Ailelerin firma üzerindeki etkinliği Isparta ticaret hayatında oldukça yoğunudur. Dolayısıyla bu olguyu kısa ve orta vadede yok etmek mümkün olmayacağından sektördeki firmalar için aile işletmesinin etkinleştirilmesi son derece önem taşımaktadır. Sektörü etkinleştirilecek bu türden bir uygulama için öncelikle başarılı birkaç örneğin verilmesi, başarılı birkaç rol modelin gösterilmesi yararlı bir uygulama olacaktır.

Sektördeki yaş ortalamasını gençleştiren başka bir neden de dikey bütünleşme yoluyla büyümeye çalışan işletmelerin yeni ticari isimler altında faaliyet göstermeleridir.

Çizelge 4.12 - Firma Yaşı

Firma Yaşı	KERESTE		MOBİLYA	
	İşletme sayısı	Oran	İşletme sayısı	Oran
0-10	5	17,9	3	10,0
10-25	14	50,0	16	53,3
25-50	9	32,1	11	36,7
Toplam	28	100,0	30	100,0

Kereste alt sektöründe bulunan firmaların yöneticilerinin büyük bir kısmı,% 46,4'ü üniversite mezunu kişilerdir. (Çizelge 4.13) Bu açıdan değerlendirildiğinde firma ölçeği, firma yaşının yüksekliği ve işletmelerin büyük çoğunluğunun aile işletmesi olması arasında bir bağlantı bulunmaktadır. Daha küçük ölçekli bir yapılanma gösteren mobilya sektöründe eğitim düzeyi ilköğretim mezunu yöneticilerin daha baskın olduğu (% 56,7) belirlenmiştir. Yöneticilerin yaş ortalamaları kereste alt sektöründe 50 ve mobilya alt sektöründe 46 olarak belirlenmiştir. Firma ölçeği küçüldükçe yönetimin profesyonelleşmesinin zorlaştığı görülmektedir. Bu bağlamda kümelenme yaklaşımı açısından değerlendirildiğinde, küçük ölçekli işletmelere belirli profesyonel hizmetlerin meslek örgütleri ve odalar tarafından sunulması büyük yararlar sağlayabilir. Kereste alt sektörü içinse yönetsel becerilerin geliştirilmesi ön plana çıkmaktadır. Ayrıca küçük ölçekli mobilya işletmeleri büyüyebilmek için daha fazla desteğe ihtiyacı duymaktadır. Pazarlama ağı desteği sağlanması ve farklı ürün imalat imkânlarının kümelenme yaklaşımı çerçevesinde sunulması gerekmektedir.

Çizelge 4.13 - Yöneticinin Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	KERESTE		MOBİLYA	
	Frekans	Oran	Frekans	Oran
İlkokul	5	17,9	15	50,0
Ortaokul	3	10,7	5	16,7
Lise ve dengi	7	25,0	10	33,3
Üniversite	13	46,4	--	--
Toplam	28	100,0	30	100,0

4.3.8. Finansman

Yukarıda belirtildiği üzere sektörde ağırlıkla olarak küçük ve orta ölçekli firmalar faaliyet göstermektedir. Bu firmaların en önemli sorunlarından birini ölçek yapılarılarıyla da bağlantılı olarak finansman sorunu oluşturmaktadır. Finansal problemlerin başında, satışların büyük kısmının *vadeli* olması ve alacakların vadesinde *tahsilde* karşılaşılan zorluklar yer almaktadır. Küçük ve orta ölçek büyüklüğünde olan bu işletmeler finansman sorunlarını kendi öz kaynakları ile karşılamakta, finansman sorununu özkaynakları ile karşılayamadıkları durumlarda ise devlet desteğine ihtiyaç duymaktadır. Bu destek ve düzenlemeler doğrudan nakdi olabileceği gibi buna ek olarak nakdi desteğin nasıl elde edileceğine yönelik bilgi transferi ve verilecek eğitimler şeklinde de gerçekleşebilmektedir.⁴⁷²

Ekonomik dalgalanmalar nedeniyle Türkiye’de sermayesi yeterli olan firmalar bile ürün çeşitlendirme, finansman kolaylıkları, teknolojik AR-GE faaliyetleri gerçekleştirmek gibi konularda yeterli birikimine ve bilgiye ulaşma olanaklarına sahip bulunmamaktadır. Söz konusu problemler işletmelerin kuruluş aşamasından pazarlama zincirlerine kadar her olan her aşamada ortaya çıkabilmektedir. KOBİ’ler açısından finansman sorunlarının oluşmasında temel nedenler arasında projenin geri dönüş sürelerinin yanlış hesaplanması ve mevcut kaynaklara göre insan kaynaklarının planlanması gibi birçok unsur bulunabilmektedir.⁴⁷³

4.4. Isparta’da Sektörün Mevcut Durumu, Sorunları ve Fırsatları

Isparta ekonomisi hakkına genel bilgi verildikten ve Isparta’da orman ürünleri endüstrisinin temel unsurları belirlendikten sonra bu bölümde söz konusu sektörün dokusu ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır. Isparta orman ürünleri endüstrisinde yer alan kereste ve mobilya alt sektörlerinde yer alan firmalarından alınan örnekleme bağlı olarak öncelikle sektörün mevcut durum analizi yapılacak, mevcut durum analizi sonucunda ortaya çıkan SWOT analizi çerçevesinde de sektörün sorunlarına

⁴⁷² KURTOĞLU A., H. KOÇ ve B. AKSU, Avrupa Topluluğu İle Gümrük Birliği Sonrası Türkiye Mobilya Sanayinin Rekabet Düzeyi, 1. Ulusal Mobilya Kongresi Bildiri Kitabı, Ankara, 1997, 17-18 Kasım 1997.

⁴⁷³ SÜTÇÜ, A., “Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinin Yapısal Görünümü”, s. 10.

ve fırsatlarına yer verilecektir. Son olarak sektörün hangi networkler içinde ve hangi yoğunlukta yer aldığı paydaş analizleri ile belirlenerek sektörün paydaşları ile ilişkilerini gösteren genel bir değerlendirme elde edilecektir.

4.4.1. Sektörün Mevcut Durumu

Bu alt bölümde anket uygulanan firmalar üzerinden Isparta’da orman ürünleri endüstrisinde faaliyet gösteren firmaların ölçekleri, üretim teknolojileri, pazardaki yerel, bölgesel, ulusal ve uluslar arası konumları, mevcut ürün desenleri, yeni ürün geliştirme çabaları, istihdam ve üretim verileri ayrıntısıyla analiz edilecektir. Analizler yukarıda yapıldığı gibi kereste ve mobilya alt sektörleri itibariyle ele alınacaktır. Elde edilen tüm bu veriler aracılığıyla Isparta orman ürünleri sektörünün fırsatları, üstünlükleri, tehditleri ve zayıflıkları belirlenecektir.

4.4.1.1. Firma Ölçekleri

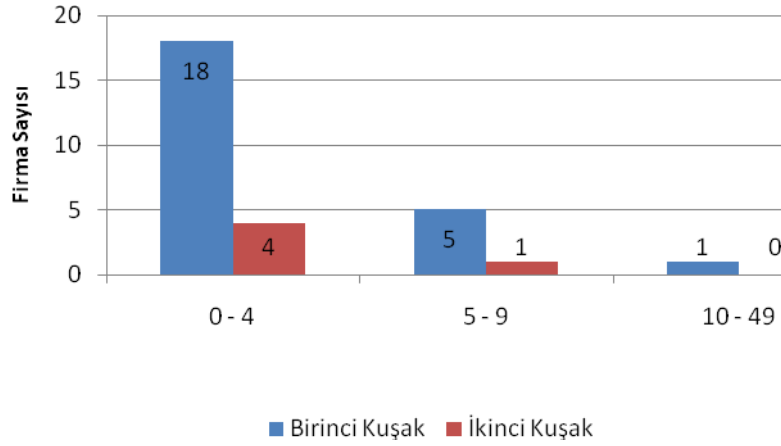
Firma ölçeklerinin belirlenmesinde farklı yöntemler kullanılabilmesine karşılık en fazla kabul edilen ve tercih edilen yöntem çalışan sayılarını baz alarak firma ölçeğini belirlemektir. Bu çalışmada da, firma ölçeklerini belirlemek için firma çalışan sayıları kullanılmış ve çalışan sayısı aralıkları 0-4, 5-9, 10-49, 50-99, 100 ve üzeri kişi olarak belirlenmiştir.

Çizelge 4.14 - Firma Çalışan Sayıları (Alt sektörler itibariyle)

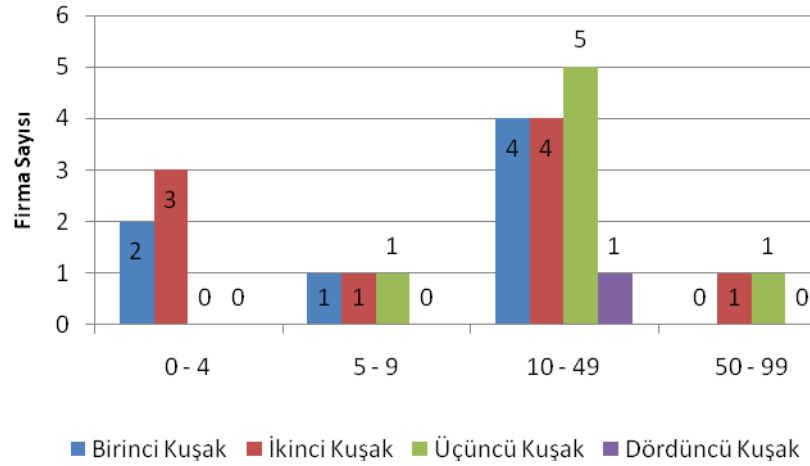
Çalışan Sayısı	Firma Sayıları	
	Kereste	Mobilya Dekorasyon
0-4	5	22
5-9	3	6
10-49	18	2
50-99	2	0
100+	1	0
Toplam	29	30

Ankete göre, mobilya sektöründeki firmalarının büyük bir bölümü 0-4 arası kişi istihdam etmekte ve sektör ağırlıklı olarak küçük ölçekli firmadan oluşmaktadır. Kereste alt sektöründeki firmalar ise, 10-49 kişi aralığında yığılmıştır ve sektör ağırlıklı olarak orta ölçekli firmalardan oluşmaktadır. Ayrıca, birincil orman ürünleri sanayi içerisinde olması nedeniyle kereste grubu içerisinde değerlendirilen ORMA A.Ş., sektörde 100 kişiden (276 kişi) fazla çalışanıyla büyük ölçekli tek firmadır.

Mobilya firmaları kuşaklar arası incelendiğinde, birinci kuşak firmaların büyük bir kısmının 0-4 arası kişi çalıştıran küçük ölçekli firmalar olduğu ortaya çıkmıştır. Şekil 4,8’de görüldüğü gibi, mobilya alt sektörü için firma ölçeği büyüdükçe, ikinci kuşak tarafından yönetilen firmaların sayısında düşüş yaşanmaktadır. Mobilya alt sektörünün genç yapıda olması desteğe olan ihtiyacını da artırmaktadır. Mobilya alt sektörünün gelecekteki başarısı açısından, meslek örgütleri veya kamu otoriteleri tarafından şekillendirilmeye daha açık bir yapıda olan sektöre ilk kuşaklarda verilecek destekler büyük önem taşımaktadır.



Şekil 4.8 - Mobilya Alt Sektörü - Kuşaklara Göre Firma Ölçekleri (Personel Sayısı İtibariyle)



Şekil 4.9 - Kereste Alt Sektörü - Kuşaklara Göre Firma Ölçekleri (Personel Sayısı İtibariyle)

Kereste alt sektöründe bulunan firmalar, yönetimlerini ikinci ve üçüncü kuşağa devretme konusunda mobilya sektörüne göre daha başarılı olmaktadır. Kereste alt sektöründe yer alan firmaların genel olarak deneyimli firmalardan oluştuğu görülmektedir. Bu faktör kereste sektörünün günümüze kadar gelen sürekliliğini açıklamaktadır. Kereste alt sektöründe, 10-49 kişi arası çalışana sahip olan firmalar, devir işleminde ağırlıklı olarak yer almaktadır.

Mülakatlar sonucunda büyüme hedefi olmayan firmalarda sonradan gelen kuşakların işlerine karşı ilgisiz olduğu belirlenmiştir. Isparta'daki kereste firmaları içinde 3 kuşak geçmişe dayanan firma sayısı fazla iken, mobilya firmaları içinde en fazla 2 kuşaklık geçmişe sahip firmalar bulunmaktadır. Mobilya sektöründe bulunan ikinci kuşak yöneticiler genellikle, yirmili yaşlarında yüksek kar marjına sahip olması nedeniyle kereste sektörüne yönelme eğilimi göstermektedir.

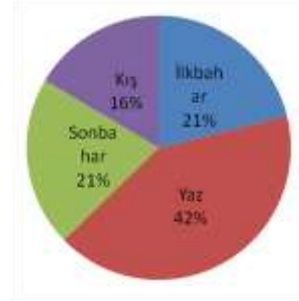
4.4.1.2. Üretim Teknolojisi

Isparta orman ürünleri endüstrisinde kullanılan makine ve teçhizat, mevcut talebi ve yeni ürün üretimini karşılayabilmekte fakat gelişen teknolojiyi birebir takip edememektedir. Son yıllarda az sayıda da olsa firmalar tarafından bilgisayar destekli üretim yapan makine ve teçhizat alımı gerçekleştirilmektedir.

Kereste Sektörü



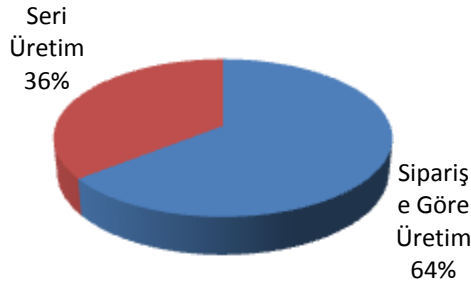
Mobilya Sektörü



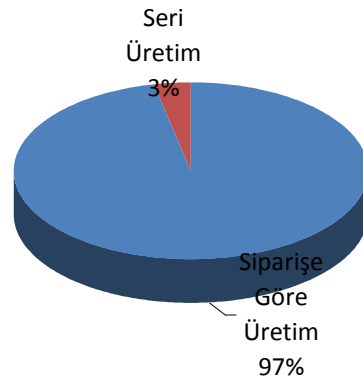
Şekil 4.10 - Alt Sektörlere Göre Mevsimsel Üretim Oranları

Her iki sektörde de üretim mevsimsel olarak değişmektedir ve yaz mevsimi genel olarak her iki alt sektörde de üretimin yoğunlaştığı dönem olarak ortaya çıkmaktadır. Mevsimsel olarak üretimin dağılışı kereste sektöründeki firmalar açısından daha eşit bir görünüm sergilerken, mobilya sektöründeki firmalar için kış dönemi, inşaat sektöründe yaşanan yavaşlamayla paralel olarak daha durgun geçmekte ve üretim önemli oranda azalmaktadır.

Kereste Sektörü



Mobilya Sektörü



Şekil 4.11 - Alt Sektörler İtibariyle Üretim Sistemleri

Mobilya firmaları, müşterileri ile doğrudan bağlantı kurarak üretim yapmaktadır. Bu nedenle mobilya alt sektöründe siparişe göre üretim ön planda yer almaktadır. Mobilya alt sektöründe sadece bir firmanın seri üretim yaptığı belirlenmiştir. Kereste sektöründeki firmalardan ise bayi ve toptan dağıtım kanallarını kullanan firmalar bulunmakta ve bu sektördeki firmalar daha fazla seri üretim gerçekleştirmektedir.

Hem kereste hem de mobilya alt sektörü açısından hammadde, en büyük firenin verildiği girdi kalemi oluşturmaktadır. Ayrıca kereste firmalarının hammadde kaleminde fire oranları mobilya firmalarının fire oranına göre yaklaşık 2,5 kat daha fazladır. Diğer kaleminde belirtilen fire oranları ise yüzey kaplama, ambalaj ve yardımcı malzemeleri içermektedir.

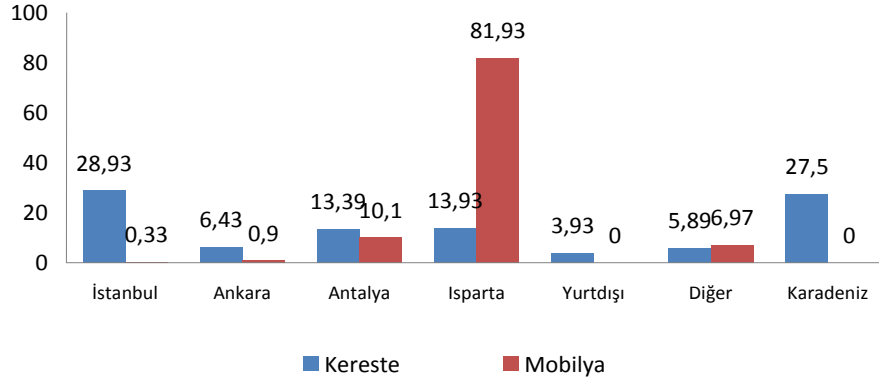
Çizelge 4.15 - Fire Oranları (%)

FİRMA	HAMMADDE	DİĞER
KERESTE	31,42	0,35
MOBİLYA DEKORASYON	12,46	1,16

4.4.1.3. Pazardaki Konumlar (Yerel, Bölgesel, Ulusal, Uluslar arası)

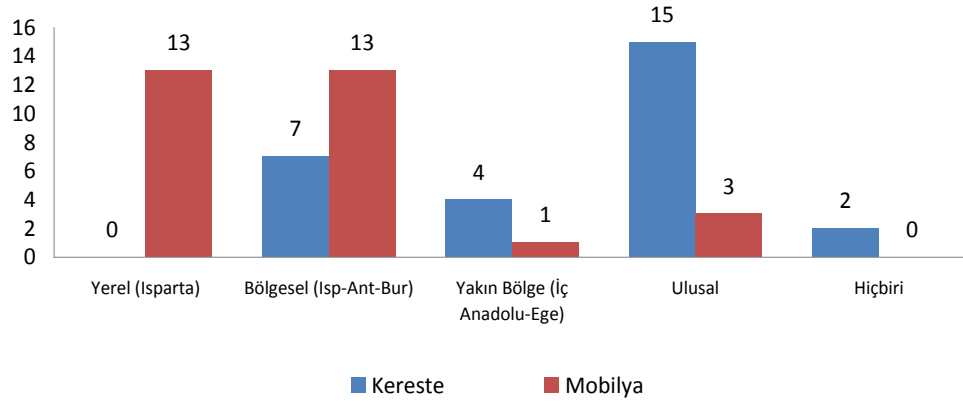
Kereste firmaları ürettikleri ürünlerin büyük bölümünü başta Karadeniz bölgesi ve İstanbul olmak üzere bölge dışına pazarlamakta ve satmaktadır. Mobilya sektörünün temel satış pazarını ise ağırlıklı olarak Isparta ili oluşturmakta ve bunu çevre bölge takip etmektedir. (Şekil 4.12) Kereste firmalarının İstanbul, Ankara gibi büyük pazarlara satış yapabilmelerine ek olarak Türkiye’de orman ürünleri endüstrisinde söz sahibi olan Karadeniz bölgesine de büyük miktarda satış gerçekleştirdikleri dikkat çeken bir noktadır. Bu bağlamda kereste firmalarının müşteri portföyleri oldukça geniş bir dağılım göstermektedir.

Alt sektörler itibariyle ihracat yapan firmalar yonga levha işletmesi, tüfek dipçiği üreten firma ve sauna üreticileri olarak belirlenmiştir. Anket sonuçlarına göre yonga levha hariç ihracata konu olan malların diğer mallar toplam içerisindeki oranı % 3,9 olarak gerçekleşmiştir.



Şekil 4.12 - Sektörün Satış Pazarları

Anket ve karşılıklı mülakat sonuçlarına göre; mobilya firmalarının gelecek 5 yıllık planları içerisinde, yerel ve bölgesel pazarlarda yoğunlaşmak bulunmaktadır. Kereste firmalarının ise hedef pazarlarında ulusal ölçeği korumak ön plana çıkmaktadır. Kısacası her iki sektör için de mevcut pazar yapısını korumak öncelikli hedef olarak belirtilmektedir.



Şekil 4.13 - Gelecek 5 Yıl İçerisinde Yoğunlaşılacak Pazarlar

4.4.1.4. Mevcut Ürün Deseni

Isparta OÜE sektöründe üretilen ürünlerden sauna, tüfek dipçığı ve yonga levha (melamin kaplı yonga levha) uluslararası ticarete konu olan ürünleri oluşturmaktadır. Başlangıçta bina yapımında kullanılan kereste malzemesi üreten firmalar, kereste endüstrisinin zamanla ürün yelpazesini çeşitlendirmesi ile farklı ürünler de üretmeye başlamıştır. Günümüzde Isparta orman ürünleri endüstrisinde üretilen ürün çeşitleri şunlardır:⁴⁷⁴

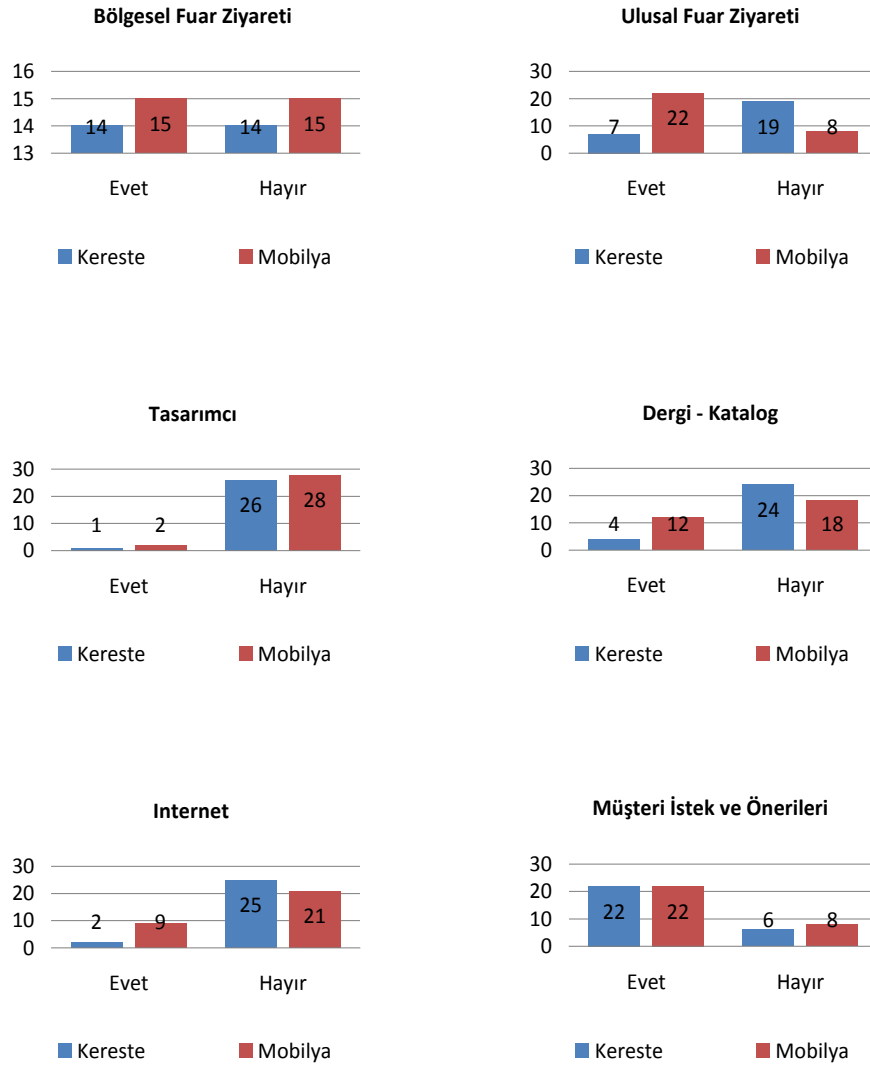
- Doğramalık kereste (ağırlıklı olarak Karaçam ağacı kullanılarak üretilmektedir)
- Kapı pencere imalatı
- Yonga levha üretimi
- Taban tahtası (ağırlıklı olarak Kızılcım ağacı kullanılarak üretilmektedir)
- Emprenyeli ahşap ürünler
- İnşaat kerestesi (ağırlıklı olarak Kızılcımdan üretilmektedir)
- Meyve sandığı ve kasası üretimi(özellikle elma kasası üretimi)
- Kaplama üretimi (şu an üretim yapılmamaktadır)
- Lamine kereste
- Fason kereste kurutma
- Palet
- Masif panel (ithal çam, ladin, kayın ve ceviz ağırlıklı)
- Doğrama işleri
- Mobilya dekorasyon işleri
- Lambri ve profilli masif malzeme
- Tüfek kundağı
- Sauna

⁴⁷⁴ ITSO, a.g.e., 2008, s.41.

4.4.1.5. Yeni Ürün Geliştirme Çabaları

Isparta orman ürünleri sektöründe faaliyet gösteren firmaların yöneticileri ile yapılan yüz yüze mülakatlar sonucunda ürün geliştirme ile ilgili aşağıdaki bulgular elde edilmiştir:

- Sektördeki firmalar genelde piyasaya yeni bir ürün sunmadan önce piyasada talebin oluşmasını bekleme eğilimindedir. Bu algılamaya bağlı olarak yeni ürün geliştirilmesini sağlayacak yaratıcılık kültürü, taklitçilik ve bunun ardından yeni ürün çıkartmaya dönük iç motivasyon oluşmamaktadır. Bu probleme ortak bir araştırma ve eğitim kurumu kurularak çözüm getirilebilir.
- Isparta OUE'deki girişimcilerin mevcut yatırımları ile farklı ürünler üretmeye soğuk yaklaşımları belirlenmiştir. Bu durumun temel nedeni deneyim eksikliği ve risk alma korkusudur. Sektördeki firmaların doğramacılık ve mobilyacılık deneyimlerinin olmaması bu nedenlerden birini oluşturmaktadır. Üreticiler daha çok geleneksel ürünleri olan taban tahtası-lambri üretimine ve artıkları daha verimli değerlendirme konusuna yoğunlaşma eğilimindedir.
- Sektörde genel olarak piyasaya giriş engellerinin düşük seviyededir. Dolayısıyla büyük üreticiler rekabetçi avantaj sağlamak amacıyla yeni ürün gurubuna yönelme eğilimindedir. Sektördeki küçük ölçekli üreticiler ise yeni ürün grubuna yönelme konusunda daha çekingen davranmaktadır.



Şekil 4.14 - Yeni Ürün Geliştirme Kaynağı

Ankete bulgularına göre bölgesel fuarları ziyaret etmek, her iki alt sektör için de yeni ürün geliştirme kaynağı olarak ilk sırada yer almaktadır. Ulusal fuarları ziyaret ve bu yolla yeni ürün geliştirme çabaları mobilya firmalarında kereste firmaları ile karşılaştırıldığında daha fazla orandadır. Her iki alt sektördeki firmalarda yeni ürün geliştirme sürecinde, tasarımcı, internet, dergi ve katalog kaynaklarından yararlanma düzeyi düşüktür. Hem kereste hem de mobilya alt sektöründe müşteri istek ve önerileri yeni ürün tasarımı konusunda oldukça önemli

bir yere sahip bulunmaktadır. Müşteri istek ve önerilerinin yeni ürün tasarımında önemli olduğu bulgusuna ulaşılmıştır fakat her iki sektördeki firmalar tasarım ifadesini yanlış algılamaktadır. Sektördeki firmalar tasarımı, dar bir çerçevede düşünmekte ve müşteriden boyut ve renk seçimi alarak siparişe göre üretim yapmak olarak algılamaktadır. Örneğin kereste firmalarından bir çoğu gelen müşteri isteklerini karşılayacak biçimde yeni bir profil üretebilecek kapasiteye sahip bulunmamaktadır. Oysa ki firmaların profil bıçağı üretmesi için gerekli teknoloji Türkiye şartlarında ulaşılamaz değildir.

4.4.1.6. Firmaya Dayalı Veriler (İstihdam, Üretim)

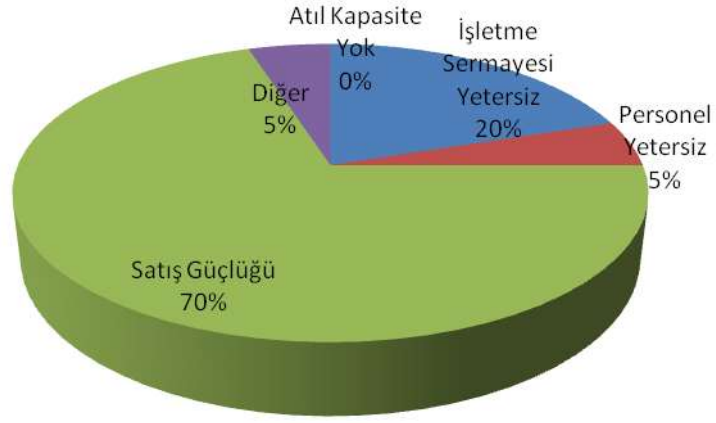
Firmaya dayalı veriler kapsamında her iki alt sektör için de sırasıyla üretim kapasitesi, atıl kapasite ve nedenleri, çalışan profili ve maliyet unsurları incelenmiş ve değerlendirilmiştir.

Çizelge 4.16 - Üretim Kapasitesi

	KERESTE	MOBİLYA
Yıllık Kurulu Kapasite (Ort.)	15.869,55 m ³	9.190,6 m ²
Fiili Üretim (Ort.)	10.973,03 m ³	3.594,3 m ²
Ortalama kapasite kullanımı	% 69	% 39

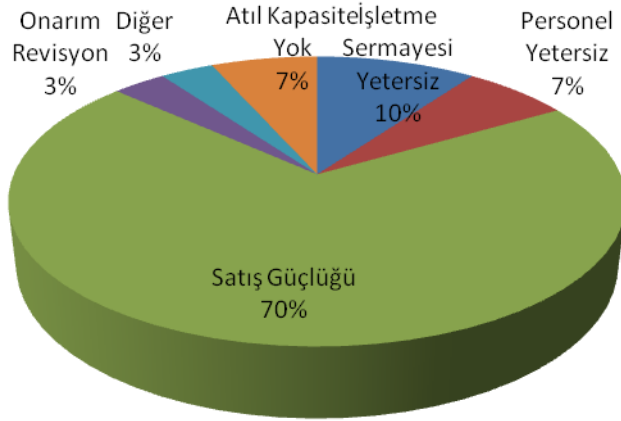
Firmaların sahip olduğu fiili ortalama üretim oranları ve firmaların beyan ettikleri yıllık ortalama kapasite kullanım oranları incelendiğinde, mobilya sektöründe atıl kapasite oranının yaklaşık % 61 olduğu ve çok yüksek bir oranda bulunduğu görülmektedir. Kapasite kullanım oranı açısından kereste alt sektörü değerlendirildiğinde; sektördeki ortalama kapasite kullanım oranı % 69'dur ve bu oran Isparta şartları için oldukça iyi bir değerdir. Türkiye'de kereste sektöründe kurulu kapasitenin yaklaşık 5 milyon metreküp olduğu belirtilmektedir ve TÜİK verilerine göre 2001 yılından 2004 yılına kadar olan kapasite kullanım oranlarının ortalaması % 56,5 olarak gerçekleşmiştir.⁴⁷⁵

⁴⁷⁵ DPT, Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) Ağaç Ürünleri ve Mobilya Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Yayın No: DPT: 2745-ÖİK:693, Ankara, 2007. s. 5.



Şekil 4.15 - Kereste Alt Sektörü İçin Atıl Kapasitenin Nedenleri

Yüksek oranlı atıl kapasitenin nedenleri değerlendirildiğinde, her iki alt sektör için de satış güçlüğü'nün birinci sırada yer aldığı görülmektedir. Ayrıca kereste alt sektörü için atıl kapasitenin nedeni büyük oranda işletme sermayesinin yetersizliğine de bağlı olarak oluşmaktadır.



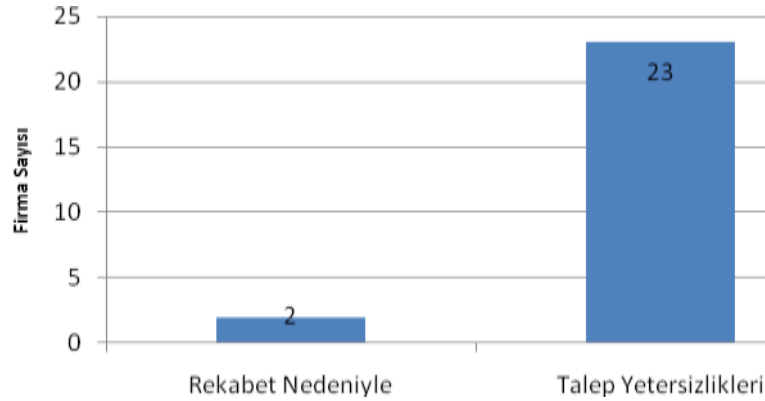
Şekil 4.16 - Mobilya Alt Sektörü İçin Atıl Kapasitenin Nedenleri

Atıl kapasitenin en önemli nedeni satış güçlüğüdür. Firmaların satış güçlüğü yaşamalarının en önemli nedenlerine ise şu şekildedir; Anket sonuçlarına göre kereste alt sektörü için satış güçlüğü'nün temel nedenini rekabet ve talep

yetersizlikleri oluşturmaktadır. Mobilya alt sektörü için, satış gücünün en önemli sebebini ise talep yetersizliği oluşturmaktadır. Yine anket bulgularına göre, kereste alt sektörü satış gücünün temel nedeninin rekabet olduğunu bilincine sahipken, mobilya alt sektörü resmi bütünün tam olarak yorumlayamamakta ve rekabeti tam olarak algılayamamaktadır.



Şekil 4.17 - Kereste Alt Sektörü İçin Satış Gücünün Nedenleri



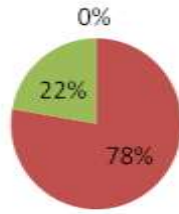
Şekil 4.18 - Mobilya Alt Sektörü İçin Satış Gücünün Nedenleri

Firma yaşı ilerledikçe, talep yetersizliğinin rekabetten kaynaklandığının firma tarafından daha çok farkına varılmaktadır. Genç firmalar için atıl kapasitenin nedenini talep yetersizliği oluştururken yaşlı firmalar talep yetersizliğini ve rekabeti

birlikte değerlendirmekte ve talep yetersizliğinin rekabetten kaynaklandığını daha net görebilmektedir. Sonuç olarak orta yaş üstü firmalar durumu daha iyi değerlendirebilmektedir.

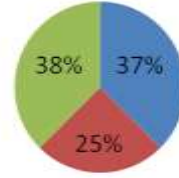
Satış ve pazarlama konuları, pazar ve ürün bilgisine ek olarak teknik bilgi de gerektirmektedir. Anket bulgularına göre atıl kapasitenin nedeni olarak talep yetersizliğinin fazla oranda yer alması, sektörün pazarlama yeteneklerinin eksikliğinin bir göstergesidir. Ayrıca sektörde üretilen ürünlerin ikame ürünler karşısındaki konumu aslında rekabet baskısının ne kadar fazla olduğunun da bir göstergesidir.

Rekabet Nedeniyle



0-10 ■ 10-25 ■ 25-50

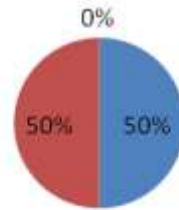
Talep Yetersizlikleri



0-10 ■ 10-25 ■ 25-50

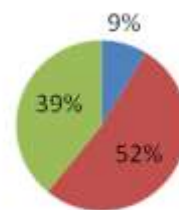
Şekil 4.19 - Firma Yaş Gruplarına Göre Atıl Kapasite Nedenleri –Kereste

Rekabet Nedeniyle



0-10 ■ 10-25 ■ 25-50

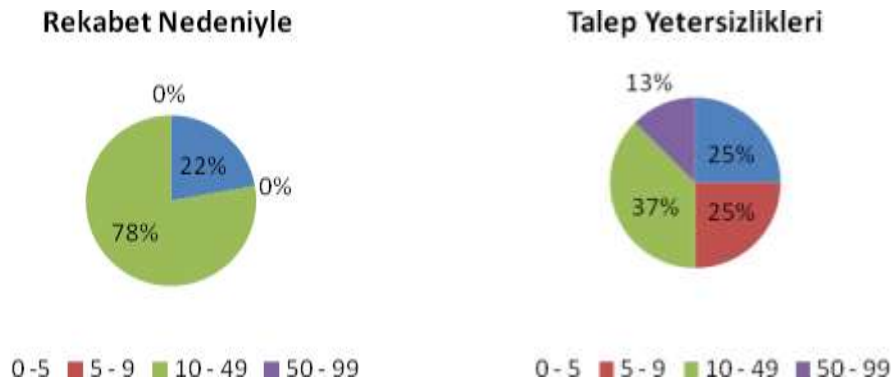
Talep Yetersizlikleri



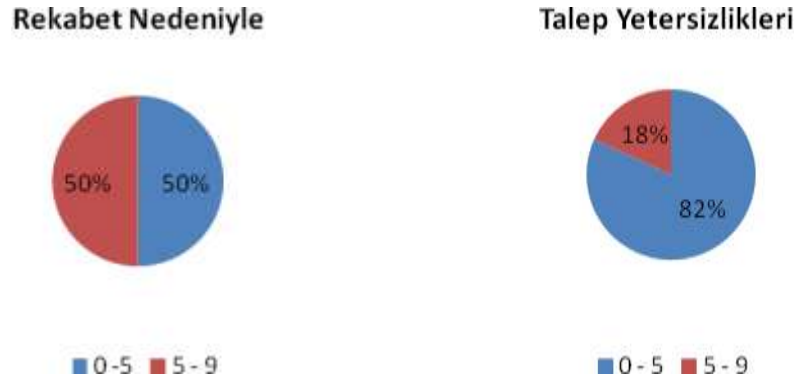
0-10 ■ 10-25 ■ 25-50

Şekil 4.20 - Firma Yaş Gruplarına Göre Atıl Kapasite Nedenleri –Mobilya

Anket bulgularına göre firma ölçekleri büyüdükçe, firmalar atıl kapasitenin talep yetersizliğinden değil rekabetten kaynaklandığını belirtmektedirler. Büyük ölçekli tek kereste firması, atıl kapasitenin bir diğer nedeni olarak hammadde sıkıntısına yaşadığını belirtmiştir. Bu sorun ithal ağaç türlerinin ya da plantasyon ormanlarının kullanılması ile çözülebilecektir.



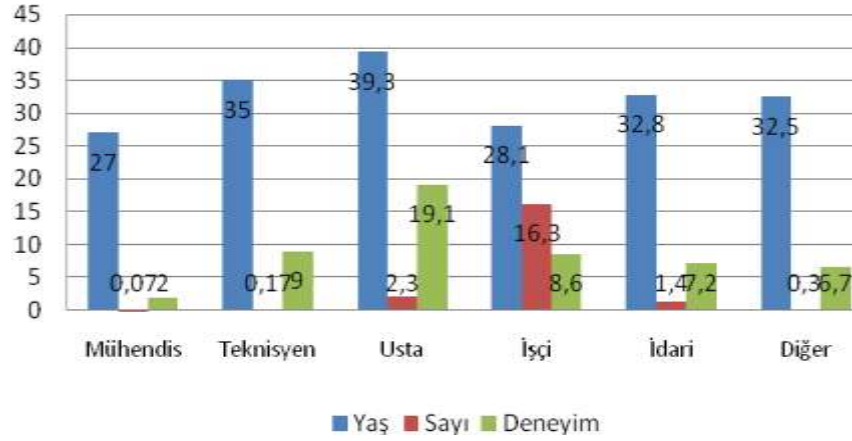
Şekil 4.21 - Çalışan Sayısına Göre Atıl Kapasitenin Nedenleri –Kereste



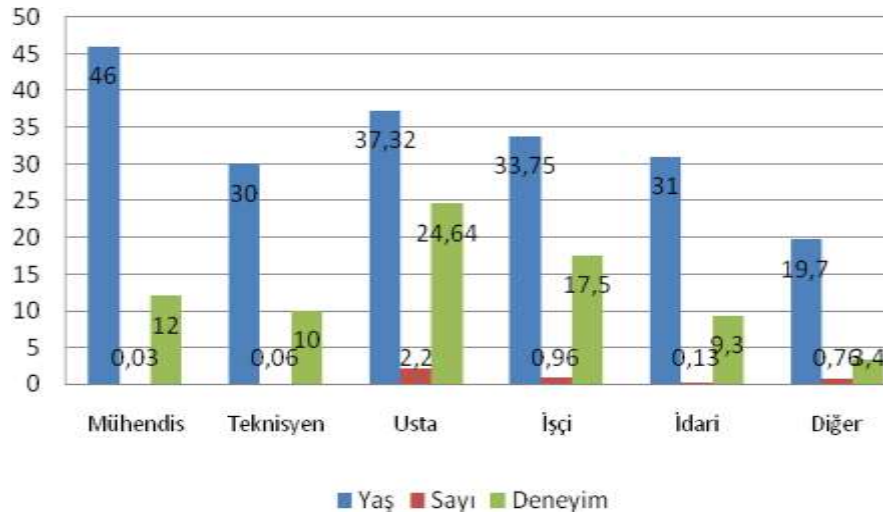
Şekil 4.22 - Çalışan Sayısına Göre Atıl Kapasitenin Nedenleri –Mobilya

Çalışan profillerine göre mobilya alt sektöründe çalışanların deneyimleri (özellikle usta ve işçilerin) kereste alt sektöründeki çalışanların deneyimlerine göre daha fazladır. Mobilya alt sektöründe, usta ve işçiler genellikle tek bir firmada uzun

dönemli istihdam edilirken, kereste alt sektöründe özellikle işçilerin işgücü devri yüksektir. Bu durum kereste alt sektöründe deneyimin düşük olmasına yol açmaktadır. Aynı zamanda, ölçek büyüdükçe mühendisin, ustanın, teknisyenin ve idari personelin deneyimi artarken, işçinin deneyimi azalmaktadır.



Şekil 4.23 - Kereste Alt Sektörü İçin Çalışan Profilleri (Ortalama Değerler)



Şekil 4.24 - Mobilya Alt Sektörü İçin Çalışan Profilleri (Ortalama Değerler)

Firma maliyetleri incelendiğinde, kereste alt sektöründe en önemli maliyet kaleminin hammadde olduğu belirlenmiştir. Bunu sırasıyla işçilik ve diğer kapsamında değerlendirilen yardımcı malzeme ile yönetim giderleri izlemekte, ardından enerji ve taşıma maliyetleri takip etmektedir.

Çizelge 4.17 - Kereste Maliyet Unsurları (%)

	Firma Sayısı	En az	En yüksek	Ortalama
İşçilik	27	4	60	17,80
Kira	2	1	2	1,50
Enerji	22	1	15	8,36
Hammadde	28	40	90	68,68
Amortisman	2	2	10	6,00
Taşıma	15	3	20	7,87
Pazarlama	1	3	3	3,00

Mobilya alt sektöründe de kereste alt sektöründeki gibi en önemli maliyet kalemini hammadde oluşturmaktadır. Hammaddenin ardından gelen maliyet kalemleri ise sırasıyla, mobilya üretimi için gerekli olan diğer yardımcı malzemeler ve kira giderleridir. Mobilya alt sektöründe, işletme ölçeği çok küçük olduğu için kira gideri, kereste alt sektörüne göre daha önemli bir maliyet unsuru olarak yer almaktadır.

Çizelge 4.18 - Mobilya Maliyet Unsurları (%)

	Firma Sayısı	En az	En yüksek	Ortalama
Kira	15	2	20	8,1333
Enerji	25	1	10	4,7600
Hammadde	29	25	90	63,8276
Amortisman	10	1	10	4,6000
Taşıma	22	1	15	5,6364
Pazarlama	12	2	15	7,0833
Diğer	5	10	25	15,6000

4.4.1.7. SWOT Analizi

Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinin güçlü, zayıf yönleri ile fırsat ve tehditleri özet biçimde Çizelge 4.19’da yer almaktadır. Ardından metin içinde her bir başlık kısaca açıklanmıştır. Bu analizde anketin verilerine ek olarak mülakat bulguları da önemli bir paya sahip bulunmaktadır.

Çizelge 4.19 - Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi SWOT Analizi

GÜÇLÜ YÖNLER <ul style="list-style-type: none">- Hammadde kaynaklarına yakın olma- İklim koşullarının doğal kurutma için uygun olması- Düşük işgücü maliyetleri- Ürünün (Kızılçam) ekonomik olmasından kaynaklanan fiyat avantajı- Sektörde artık ve firelerin ekonomik olarak değerlendirme imkanı bulunması- Makine altyapısının yeterli düzeyde bulunması.- Zengin profil çeşitliliğinin varlığı	ZAYIF YÖNLER <ul style="list-style-type: none">- İç pazara yönelik üretim yapılması ve ihracatın ihmal edilmesi- Firmaların stok maliyetlerini olağan karşılaması- Yoğun rekabetin mevcut müşteri ilişkilerine zarar vermesi- Tek bir hammaddeye (kızılçam ağacına) bağlı üretim gerçekleştirilmesi- Organize sanayi bölgesinin açılmasında geç kalınması- Kurutma fırınlarının sektörde az sayıda bulunması, mevcut fırınların da etkin kullanılmaması- Atıl kapasite oranlarının pazar payı kaybı ile ilişkili olarak artması- Sektörde işbirliği kültürünün zayıf olması- İlk kuşakların tecrübesinin diğer kuşaklara aktarılamaması- Beyaz yakalı çalışan istihdamının sınırlı olması
FIRSATLAR <ul style="list-style-type: none">- Küçük ölçekli işletmelerin ara malları kendi bünyelerinde üretmesi- Yöre ormanlarında ağaç tür çeşitliliğinin fazla olması- Antalya gibi büyük bir pazara yakınlık- Liman ve havaalanına yakın olması- Demiryolu imkanının mevcut olması- Sektöre yararlı olacak sürekli gelişen bir üniversitenin ve sektör ile doğrudan ilişkili orman endüstri mühendisliğinin mevcut olması	TEHDİTLER <ul style="list-style-type: none">- İkame ürünlerin pazar payının yükselmesi- Rakip sektörlerde büyük ölçekli işletmelerin varlığı- Firmalardan bir kısmının başka iş kollarına kayması ve bu nedenle asıl işlerine odaklanamamaları- Firmalar arasında güven eksikliğinin bulunması- Değişen pazar koşullarına bağlı olarak müşterilerin fiyata duyarlı hale gelmesi- Sektördeki firmaların yüksek kar marjına odaklı olmaları- Kereste üreticileri açısından, hammaddenin peşin satın alınması fakat ürünün vadeli satılması ve vade uyumsuzluğu yaşanması

a) Güçlü Yönler:

Hammadde kaynaklarına yakın olma: Isparta Orman Bölge Müdürlüğü tarafından bölgedeki doğal sedir, kızılçam ve karaçam ormanlarından 2007 yılı verileri ile toplam 319.842 m³ endüstriyel odun üretilmiş ve bu ürünler piyasaya sunulmuştur. Bu rakamlara yakın bölgelerde üretilen endüstriyel odun rakamları da eklenince (Antalya'da 452.859 m³ ve Muğla'da 806.111 m³) yörenin önemli bir hammadde arzı yarattığı ortaya çıkmaktadır.⁴⁷⁶ OGM'nin satış politikasına bağlı olarak ürünlerin satışı ihale usulü ile yapılmakta ve ihale açık artırma biçiminde gerçekleşmektedir. Satış depolarına yakın yerleşmiş firmalar, depoya gelen hammaddeyi daha kolay takip edebilmekte ve kaliteli ürünü daha uygun fiyattan satın alabilme fırsatını yakalayabilmektedir.

İklim şartlarının doğal kurutma için uygun olması: Isparta ilinin iklimi şartları; hava sıcaklığı, hava hareketi ve rutubet oranı bakımından ahşabın doğal kurutma yöntemi ile daha kısa sürede kurutulmasına imkân tanımaktadır. Buna bağlı olarak kurutma kusurları da en az düzeye inmektedir. Ayrıca firmalar açık hava alanlarını stok alanı olarak kullanabilmekte ve bu stoklar nedeniyle sezonsal fiyat değişimlerinden karlı çıkabilmektedirler.

Düşük işgücü maliyetleri: Isparta ili, iş gücü maliyetleri açısından çevre illere göre daha avantajlı konumdadır.

Ürünün ekonomik olmasından kaynaklanan fiyat avantajı: Isparta OÜE'de üretilen ürünlerde büyük oranda kızılçam ağacı kullanılmaktadır. OGM pazarlama dairesi internet sitesinden elde edilen verilere göre 2007 yılı için ortalama tomruk satış fiyatları şu şekildedir: Kızılçam=148 TL/m³, Karaçam-Sarıçam= 161 TL/m³, Göknaar-Ladin=169 TL/m³, Sedir=222 TL/m³, Kayın= 162 TL/m³, Meşe=198 TL/m³. Bu fiyatlar, Isparta da üretilen taban tahtasının özellikle Karadeniz Bölgesine satılmasındaki temel nedeni oluşturmaktadır.⁴⁷⁷

⁴⁷⁶ ORMAN GENEL MÜDÜRLÜĞÜ, Orman Bölge Müdürlüklerinin 2007 Yılı Bilanço Sonuçlarına Göre Üretim Miktarları, <http://www.ogm.gov.tr>, (Erişim, 12.09.2009).

⁴⁷⁷ ORMAN GENEL MÜDÜRLÜĞÜ, Orman Bölge Müdürlüklerinin 2007 Yılı Bilanço Sonuçlarına Göre Üretim Miktarları, <http://www.ogm.gov.tr>, (Erişim, 12.09.2009)

Sektörde artık ve firelerin ekonomik olarak değerlendirme imkanı bulunması: Isparta ilinde ORMA A.Ş.'nin bulunması testere talaşı, baş kesme ve yan alma gibi her türlü artıkların çok küçük bir taşıma maliyetine karşılığında ekonomik değerlendirme imkanını yaratmaktadır ve bu faktör sektöre önemli bir avantaj sunmaktadır.

Makine altyapısının yeterli düzeyde bulunması: Kereste firmalarının büyük bölümü arabalı şerit testere, çoklu dilme ve planya gibi temel makinelere ek olarak profil açma ve parmak birleştirme makinesi gibi özellikli makinelere de sahip bulunmaktadır. Ayrıca sektördeki orta ve büyük ölçekli işletmeler tarafından teknik kurutma fırını ve emprenye kazanı gibi altyapılar için de önemli yatırımlar gerçekleştirilmiştir.

Zengin profil çeşitliliğinin varlığı: Kereste firmaları müşteri isteklerine bağlı olarak farklı profil bıçakları kullanarak özellikle çatı kenarları ve süpürgeliklerde orijinal profiller üretebilme imkanına sahiptir. Ayrıca özellikle kereste sektöründeki firmaların yaşlı olması ve buna bağlı olarak sahip oldukları deneyim bu süreçte kullanılabilir.

b) Zayıf Yönler:

İç pazara yönelik üretim yapılması ve ihracatın ihmal edilmesi: Sektördeki firmalar iç pazara yönelik üretim yapmakta ve firmaların büyük kısmı ihracata yönelik ürün üretmemektedir. İhracat az miktarda yapıldığı için profesyonel pazarlama tekniklerinden yararlanma düzeyi düşük olmaktadır. Dolayısıyla mevcut müşterilerin pazarlık gücü yükselmektedir.

Firmaların stok maliyetlerini olağan karşılanması: Günümüzün ekonomik koşullarında göre stok maliyetleri son derece önemli bir maliyet kalemi olarak görülmekte ve çeşitli üretim yöntemleri ile düşürülmeye çalışılmaktadır. Buna karşın Isparta'daki firmalar stok maliyetini olağan karşılamakta ve bu konuda bir girişimde bulunmamaktadır.

Yoğun rekabetin mevcut müşteri ilişkilerine zarar vermesi: Özellikle ulusal ölçekte rekabetin yükselmesine bağlı olarak firmalar müşteri ilişkilerinde yıllarca emek verdikleri ilkelerini terk etmekte ve kendi aleyhlerine bir sonuç yaratmaktadır.

Tek bir hammaddeye (kızılçam ağacına) bağılı üretim gerçekleştirilmesi: Firmaların büyük bölümü kızılçam ağacı odunu ile üretim yapmaktadır. Firmaların büyük bölümü başka ağaç hammaddesini işlemeye yönelik çaba göstermemektedir.

Isparta organize sanayi bölgesi ekonomik olarak eşdeğer özelliklere sahip diğer iller ile karşılaştırıldığında açılma süresi açısından çok geç kalmıştır.

Kurutma fırınlarının sektörde az sayıda bulunması, mevcut fırınların da etkin kullanılmaması: Kereste sektöründeki firmalar için en kritik öneme sahip olan kurutma fırınları firmaların büyük bölümünde bulunmamaktadır. Mevcut kurutma fırınları da etkin bir biçimde kullanılmamaktadır. Örneğin TSE standartlarında döşeme tahtaları için 8 ± 2 rutubetten fazlasına izin verilmemektedir fakat firmaların büyük bölümünün bu standarda uymadığı görülmektedir.

Atıl kapasite oranlarının pazar payı kaybı ile ilişkili olarak artması: Firmalar Pazar kaybına bağılı olarak satış gücünü yaşamaya başladıkça işletme maliyetlerini düşürmek için çaba harcamıştır. Buna bağılı olarak çoğu firma kapasiteni tam olarak kullanamamakta ve dolayısıyla ve başa baş maliyetleri yükselmektedir.

Sektörde işbirliği kültürünün zayıf olması: Günümüzde firma birleşmeleri giderek artma eğilimindedir. Oysaki Isparta ili OÜE işletmeleri tam tersi bir eğilim göstererek bölünmeler yaşamaktadır. Bölünerek çoğalmış aynı soyadı taşıyan (kardeş veya amca çocukları şeklinde) birçok kereste firması aynı müşteri grubu için birbirleri ile yoğun rekabet gerçekleştirmektedir. Sektördeki firmalar arasında işbirliği kültürü zayıftır.

Ayrıca sektördeki firmalar, ilde uluslararası ticaret yapan ve katma değeri yüksek ürünler üreten önemli firmalar bulunmasına rağmen, bu firmalar ile yeterince kıyaslama(benchmarking) yapmamakta ve gelişim çabası içine girmemektedir.

Ispartalı girişimciler özellikle 1970'li yıllarda fırsatların takipçisi olmaları ile dikkat çekmişlerdir. O dönemde büyük ölçekli kapı üretim tesislerinin ilk denemeleri Ispartalı girişimciler tarafından yapılmıştır. Fakat bu durum uzun sürmemiş, rekabet sonucu kar marjı düşünce başka işlere yönelmeyi tercih etmişlerdir. Bu tür girişimlerin derinlemesine geliştirilememesi, ilin iş kültürünün zaafını oluşturmaktadır.

İlk kuşakların tecrübesinin diğer kuşaklara aktarılamaması: Kereste sektöründe iş devri genellikle atölye düzeyinden sanayiciliğe geçiş şeklinde olurken, firmalar böylece marangozluğu bırakarak kereste fabrikaları kurmaktadır. Bu durum ustaların yeteneklerini köreltmektedir. Ayrıca genelde birinci kuşağın sahip olduğu deneyim ikinci kuşağa da aktarılamamaktadır.

Beyaz yakalı çalışan istihdamının sınırlı olması: İlde orman endüstri mühendisi ve profesyonel yönetici çalıştıran işletme sayısı çok azdır. Bunun temel nedeni ücretlerin düşük olması ve işletme sahibinin kendisinin üzerinde bir yönetici istememesidir.

c) Fırsatlar:

Küçük ölçekli işletmelerin ara malları kendi bünyelerinde üretmesi: Sektördeki kereste firmalarının büyük bölümü değer zincirinin tüm halkalarını tek başına yürütmeye çalışmaktadır. örneğin nakliye maliyetlerini düşürmek için kendi taşıtlarını satın almaktadır.

Yöre ormanlarında ağaç tür çeşitliliğinin fazla olması: Otuza yakın tür çeşitliliği ile Toroslar Isparta ahşap sektörüne güç katma potansiyeline sahiptir. Fakat bu potansiyel avantaj yeterince kullanılmamaktadır.

Antalya gibi büyük bir pazara yakınlık: Antalya gerek turizm ve tüketim potansiyeli ile gerekse sahibi olduğu ulaşım ağı ile inşaat sektörünün hızla geliştiği bir ildir ve sürekli gelişen büyük bir pazar oluşturmaktadır. Bu zengin ve hareketli pazara yönelmek ve bu pazarda tutunmak sektör için bir avantaj olabilir.

Liman ve havaalanına yakın olması: Uluslar arası taşımacılığın hızlı ve ekonomik yapılabilmesi için Isparta ilinin konumu oldukça uygundur. Isparta il merkezi Antalya havaalanına ve limanına bir buçuk saat, Isparta hava limanına ise yirmi beş dakika mesafede yer almaktadır.

d) Tehditler:

İkame ürünlerin pazar payının yükselmesi: Değişen tüketici tercihlerine bağlı olarak ikame ürünlerin pazar payı artmış ve taban tahtası gibi geleneksel ürünler üreten orman ürünleri endüstrisi firmalarının pazar payı daralmıştır.

Rakip sektörlerde büyük ölçekli işletmelerin varlığı: Orman ürünleri endüstrisinin en büyük rakibi konumuna yükselen sektör plastiktir. Plastik sektöründeki işletmelerin dünya ölçeğinde işletmeler olması ve faaliyet göstermesi, genelde daha küçük ölçekli olan OÜE firmalarını zor durumda bırakmaktadır.

Firmaların bir kısmının başka iş kollarına kayması ve asıl işlerine odaklanamaması: Isparta ilinde 1970’li yıllarda OUE sektöründe çok başarılı olan firmaların başka iş kollarına kaydığı ve bu işlerde başarılı olamayınca tekrar kereste sektörüne geri döndükleri görülmektedir. Ayrıca sektördeki firmaların bir kısmı başka iş kollarında da faaliyette bulunmaktadır. Sektörün problemlerinden birisi bu odaklanamama sorunudur.

Firmalar arasında güven eksikliğinin bulunması: Sektördeki firmalar arasında güven eksikliği bulunmakta bununla bağlantılı olarak işbirliklerine çok sıcak bakmamaktadırlar. Piyasada öne çıkmayı başaran firmalar genellikle pastadan büyük pay alan ve diğer firmaları körelten aktörler olarak görülmektedir. Dolayısıyla kanaat önderlerinin uyarı ve önerileri kulak ardı edilmektedir.

Değişen pazar koşullarına bağlı olarak müşterilerin fiyata duyarlı hale gelmesi: Geleneksel yapıda uzun dönemli müşteri ilişkileri söz konusu iken artık firmaya bağlı müşteri tipi yerini fiyata duyarlı ve fırsatçı müşteri tipine bırakmıştır.

Sektördeki firmaların yüksek kar marjına odaklı olmaları: Piyasaya yeni giren firmalar küçük adımlarla büyümek ve gelişmek yerine doğrudan yüksek kar marjlı işlere yönelmek ve çok para kazanmak istemektedirler. 1970’lerde kerestecilikten yüksek karlar elde eden girişimciler de, tasarruflarını tekrar yatırıma yönlendirmek yerine, faiz-borsa-rant üçgeninde değerlendirmişlerdir.

4.4.2. Sektörün Sorunları

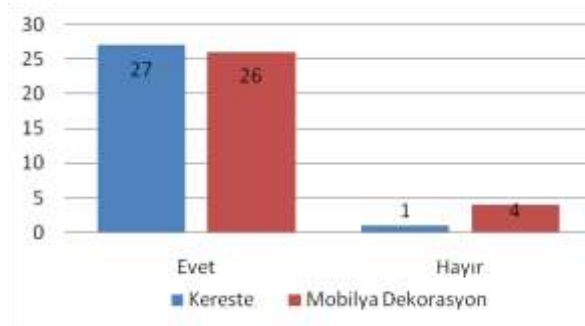
Bu bölümde firmaların değer zincirindeki eksik parçaları, fizibilite mantığı açısından avantajlı ve dezavantajlı yerel unsurlar, teknolojik olarak karşı karşıya kalınan açmazlar ve genel itibariyle sektörün karşılaştığı sorunlar ayrıntısıyla incelenecektir. Analizin bu sırayla tespit edilmesindeki amaç, kuruluş yeri seçiminden başlayarak fizibilite aşamasından itibaren değer zincirinde ne tür

sorunlarla karşı karşıya kaldığını tespit etmek ve sonuç bölümündeki önerilere ışık tutmaktır.

4.4.2.1. Değer Zinciri ve Eksik Parçalar

Orman ürünleri endüstrisinde Isparta'daki firmalar genellikle nakliye işlemlerini kendileri üstlenmektedir. Dolayısıyla ilde lojistik yeterlilik eksik kalmaktadır. Özellikle mobilya aksesuar ve yan sanayi temininde ise şehir dışında üretim yapan büyük firmalara bağlı kalınmaktadır ve bu noktada ilgili ve destekleyici sektörlerin ildeki eksikliği vurgulanmaktadır. Makinelere uygulanan tamir, bileme vb. konularında da il içinde hizmet veren sınırlı sayıda tedarikçi vardır ve bu hizmetler yine özellikle büyük şehirlerdeki firmalar tarafından sağlanmaktadır. Örneğin membran press işleri için Eskişehir'e, basit bir dia freze ucu için Konya'ya sipariş verilmektedir.

Isparta'da üretilen kereste kendisi ara mal özelliği taşımamaktadır ve ikinci bir sektör tarafından kullanılmamaktadır. Yani üretilen kereste doğrudan son üreticiye gönderilmektedir. Kerestelerin mobilya ve doğrama sanayisinde kullanımı yalnızca sauna, masif panel ve kapı tesisi firmalarında gerçekleşmektedir. Bu alanda çalışan firmalarının (sauna, masif panel ve kapı üretimi) rekabet gücü ulusal ölçekte oldukça yüksektir. Ayrıca ilde yonga levha tesisi bulunması ve sektördeki artıkların yonga levha tesisinde değerlendirilmesi sektör için önemli bir avantaj yaratmaktadır.



Şekil 4.25 - Yan Sanayi

4.4.2.2. Fizibilite Yaklaşımı Açısından Avantajlı ve Dezavantajlı Yerel Unsurlar

Orman işletmeleri kuruluş yeri bakımından hammadde kaynaklarına yakın bölgeleri seçmelidirler. Örneğin kereste fabrikaları doğal ve zengin orman rezervlerinin olduğu yerlerde tesislerini kurmaktadır. Bu bağlamda Isparta, doğal ve kaliteli kızılçam ormanlarının bulunduğu bir bölgede yer alması, kızılçam kerestesinin diğer ibrelilere kıyasla daha ekonomik olması ve doğal dayanıklılığının yüksek olması ve özellikle inşaat sektörü tarafından tercih edilmesi gibi nedenlerle fizibilite mantığı açısından orman ürünleri firmaları için oldukça uygun bir yerleşim sahası oluşturmaktadır. Isparta ilindeki çok sayıda kerestecinin benzer faaliyet kollarında faaliyette bulunması, ili yirminci yüzyılın ikinci yarısında “kızılçam lambri-taban tahtası üretim merkezi” konumuna taşımıştır.

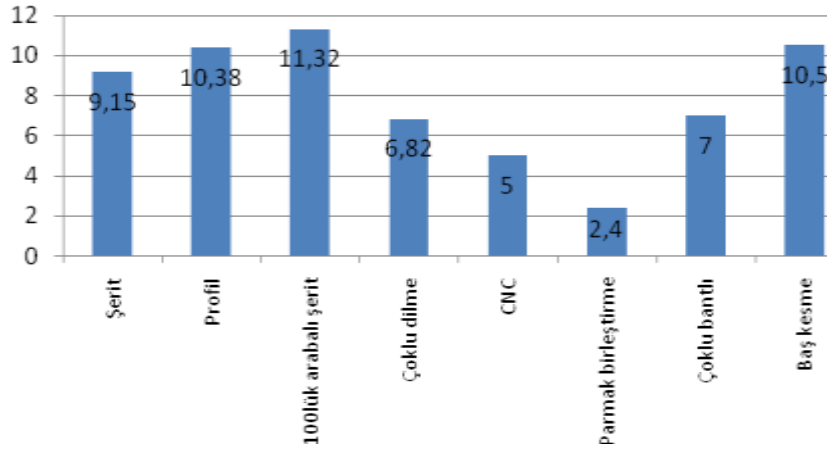
Isparta'nın bu anlamda sahip olduğu bir diğer önemli avantaj ise, daha önce belirtildiği gibi iklim şartlarının doğal kurutma için uygun olmasıdır. Bu durum firmalar açısından enerji ve stok maliyetini düşürerek maliyet avantajı yaratmaktadır.

4.4.2.3. Teknolojik Durumdaki Açmazlar ve Ortak Teknoloji Kullanımı

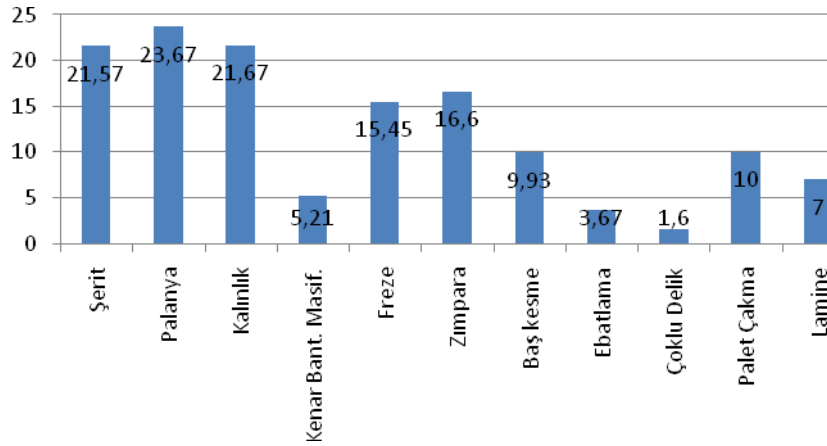
Araştırmanın bu bölümünde sektörde kullanılan makine ve tesislerin yaş ortalaması ile kullanılan teknolojinin düzeyi araştırılmıştır. Kereste alt sektöründe; taban tahtası ve lambri üretimi yapan kereste firmalarının neredeyse tamamına yakını ortalama yaşı 10 olan en az bir profil makinesine sahiptir. Dikkat çeken bir diğer nokta ilde 5 yıldan beri ileri teknoloji ürünü olan CNC tezgâhlarının kullanılıyor olmasıdır. Mobilya alt sektörü değerlendirildiğinde ise makine parkının daha yaşlı olduğu ve bu sektördeki makine yaş ortalamasının 20 olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla mobilya alt sektörü bu bağlamda kereste alt sektörüne göre daha eski teknoloji ile üretim yapmaktadır.

İleri teknolojiyi takip etmeye çalışan firmalar, yaptıkları büyük yatırımlardan dolayı sermaye yetersizliği yaşayabilmekte ve bu nedenle üretim kapasitelerini dolduramama ile karşı karşıya kalabilmektedir. Teknolojik yatırım yapmayanlar ise, ürün kalitesini ve standardını geliştirmeden üretim artışına odaklandıkları için satışlarını yükseltememekte ve bir süre sonra da üretimlerini azaltma durumunda kalabilmektedir.

Sermaye yetersizliği yaşamayan ve teknolojiye yatırım yapan işletmeler, ölçek ekonomisinin maliyet avantajını kullanarak karlılıklarını yükseltmektedir. Küçük ölçekli üretim yapan kereste firmaları ise küçük olmanın esnekliğinden yararlanarak daha çok konumlarını korumayı amaçlamaktadır.



Şekil 4.26 - Ortalama Makine ve Teçhizat Yaşı – Kereste



Şekil 4.27 - Ortalama Makine ve Teçhizat Yaşı – Mobilya

Özellikle son yıllarda Isparta OUE’de teknik kurutma fırınlarına yatırım yapan işletme sayısı yükselmekte ve bu durum işletmelere önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Kurutma fırınları sayesinde ürün kalitesinde artış yaşanmaktadır. Şekil 4.27’de görüldüğü üzere makine yatırımları lamine kereste üretimi ve parmak birleştirme yöntemiyle küçük boyutlu kerestelerin değerlendirilmesi imkânını sunan teknolojilerde yoğunlaşmaktadır. Bu teknolojinin Isparta OUE’deki firmalar için henüz iki buçuk yıllık bir geçmişi bulunmaktadır.

Sektördeki aktörler teknolojik yatırımları gerçekleştirmekte gecikmektedir. Firmaların yurtdışı ve ihracat deneyimlerinin az olduğu düşünülürse, bunun bir sebebinin de gerekli teknolojiyi takip edememe olduğu ortaya çıkmaktadır.

4.4.2.4. Genel Olarak Sektörün Karşılaştığı Sorunlar

Son yıllarda Laminant parke gibi plastik bileşimli malzemelerin lambri ve taban tahtalarına tercih edilmesi ve anahtar teslimi yapılan inşaat projelerinde kereste mamulleri üreticilerinin devre dışı bırakılması, Isparta OÜE sektörünün karşı karşıya olduğu en büyük pazar sorunlarından biridir. Kereste bayilerinin devre dışı kalması ve kereste ürünlerini monte edecek ustalara olan ihtiyacın azalması yapılan görüşmelerde en çok dile getirilen husus olmuştur.

Firmaların çoğu genel itibariyle birbirine benzer kalite ve fonksiyonlardaki ürünleri üretmektedir. Piyasadaki bir firmanın fiyatlar üzerinde yaptığı bir manipülasyon zincirleme fiyat savaşlarına neden olabilmektedir. Dolayısıyla sert fiyat rekabeti, rekabet gücü yüksek firmalar için bile zararlı olabilmektedir. Bu konuda üretilebilecek bir çözüm; büyük ve küçük ölçekli firmaların katma değeri yüksek ürünler üretmesidir. Büyük ölçekli firmalar ise, küçük firmaların üretemeyeceği detaylara sahip özgün tasarımlar üreterek öne çıkabilecektir.

Kereste firmalarının uzun ömürlü olanlarının çoğu genellikle aile şirketleri olarak yapılanmışlardır. Kurucudan sonra gelen kuşağın kız çocuğu olması veya çocukların kerestecilik yapmak istememesi durumunda kereste firmalarının ömrü de kısalmaktadır. Bazı aile işletmeleri ise tersine kalabalık erkek nüfusundan ya da çok ortaklı yapıdan kaynaklanan bir bölünme yaşamaktadır.

Aile işletmelerinin kurumsallaşma konusunda eksiklikleri bulunmaktadır. Sermaye birikimine odaklanan işletme sahipleri, deneyimlerini gelecek kuşaklara aktarma konusunda maalesef geri kalmışlardır.

Ticari anlamda denenmeyen birçok yeni ürün üretimine imza atan Isparta OUE'si firmaları pazar olarak yalnızca Isparta sınırlarını düşündükleri için başarılı olamamıştır.

Kereste firmaları, OGM odun hammaddesi bedelinin büyük bir bölümünü nakit para karşılığı tahsil ettiği için, vadeli satışa karşılık hammadde alımını nakit yapmaktadır. Bu yüzden firmalar ellerinde önemli miktarda nakit bulundurmaz zorunda kalmaktadır. Ayrıca firmalar vadeli ürün satma zorunluluğunu hafifletebilmek için ise sürekli kısa vadeli ve yüksek katma değerli ürünlere yönelme zorunluluğu hissetmektedir.

OGM'nin tomruk ölçümünde hata yaptığı ve kesim sonrası ormanda ve depolarda oluşan kalite kayıpları konusunda ciddi eleştiriler vardır.

Firmalar daha çok taban tahtası konusunda uzmanlaşmış iken, taban tahtasına yapılması gereken teknik kurutmanın yapılmaması, ısıtma işlemi uygulanmaması ve döşeyecek ustalara gerekli eğitimin verilmemesi, ürünler döşendiğinde açılmaları, kurt yemesine ve ses çıkmasına sebep olmuş, bu da ürünlere karşı güvensizlik oluşturmuştur. Bu bağlamda kereste ürünlerinde kalite standartlarının geliştirilemediği görülmektedir. Zemin döşeme işçiliği yapan ustaların da kolay işçiliği (masif parke döşeme yerine lamine parke döşemeyi) tercih etmesine bağlı olarak masif taban tahtasının satışları ciddi olarak düşmüştür. Bu durum hem fiyat istikrarını bozmuş, hem de ikame ürünlere karşı rekabet gücünün giderek yitirilmesine neden olmuştur.

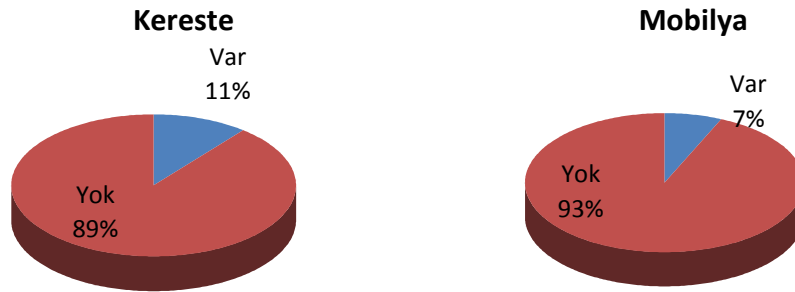
Isparta'da yatırımcıların bir parçası olduğu rant kültürü sonucu, sanayiciler özellikle Antalya'da hızla yükselen turizm sektörünün etkisiyle gayrimenkul yatırımlarına yönelmiştir. Aslında bu tespit, teknolojinin takip edilmemesi ve yeni yatırımların yapılmaması gibi sorunların temelinde yatan nedenlerden birini oluşturmaktadır.

4.4.3. Sektörün Fırsatları

Bu alt bölümde orman ürünleri endüstrisinde üretilen ürünlerin standardizasyonunun ne derecede sağlandığı, firmaların rakiplerini nasıl tanımladıkları, girdi tedarikinin ne ölçüde istenilen düzeyde olduğu gibi konulara yer verilecek ve ardından sektörde katma değeri artırmak için hangi yollara başvurulabileceği teorik çerçeveleri ile birlikte sunulacaktır.

4.4.3.1. Çıktı ve Ürünlerin Standardı

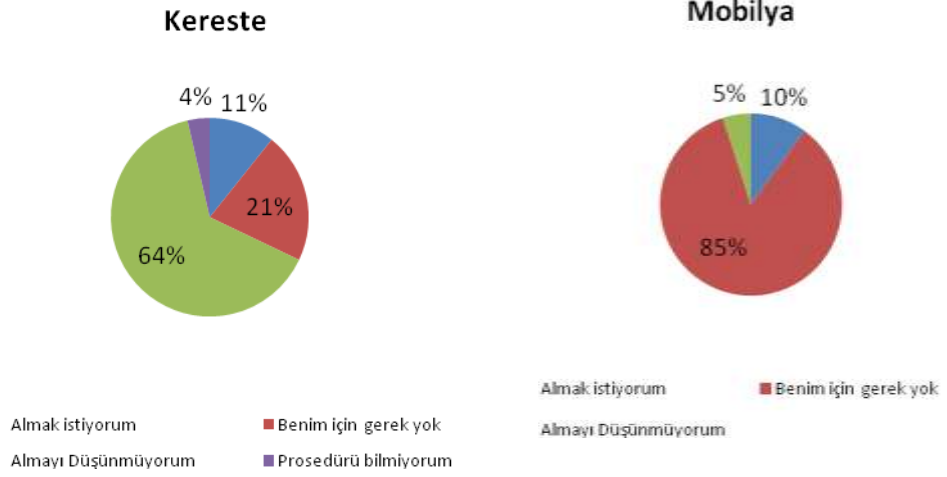
Çıktı ve ürün standardı konusunda sektör büyük eksiklikleri bulunmaktadır. Anket sonuçlarına göre her iki alt sektördeki firmaların büyük bölümünün, üretim-yönetim süreçlerinde ürün standardı dahil herhangi bir kalite belgesine sahip olmadıkları ortaya çıkmıştır. Belgesi olan firmaların sahip olduğu belgeler ise şu şekildedir; genellikle kereste üretiminde marka tescilli belgesine, yonga levha tesisinde ürün standardı belgesine ve ISO kalite güvence belgesine sahiptirler.



Şekil 4.28 - Üretimde Herhangi Bir Kalite Belgesine Sahip Olma Durumu

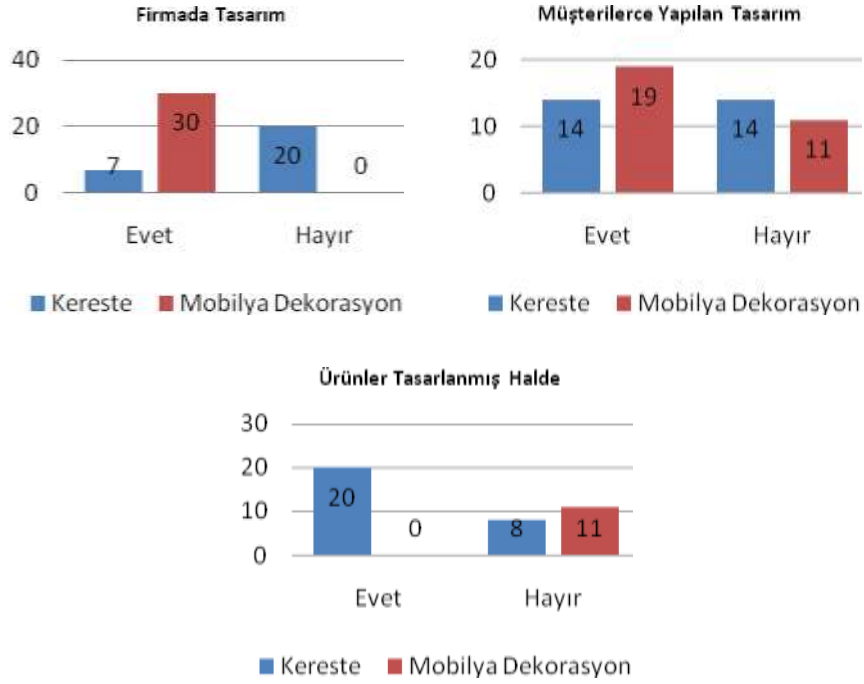
Firmaların büyük bölümü herhangi bir belgeye sahip olmamakla beraber, aynı zamanda bu tür belgelerin gerekli olmadığını da düşünmektedir. Türkiye’de İnegöl gibi rakip imalat bölgelerinin bu belgeler ve standardizasyon konusundaki girişimleri göz önüne alındığında, Isparta’da sektörün rekabet gücünü kaybetmesinin bir diğer

nedeni de ortaya çıkmaktadır. Mevcut müşteri kitlesini kaybetmeyeceği düşüncesi firmaları bu konuda tembelliğe itmiş görünmektedir.



Şekil 4.29 - Belge Almayı Düşünüyor musunuz?

Anket ve mülakatlar sonuçlarına göre kereste üretiminde standart ürünler üretildiği için ürün tasarımı konusunda sorun yaşanmadığı tespit edilmiştir. Mobilya endüstrisinde ise ürün yaşam döngüleri giderek kısalmakta ve bu sektör bir moda sektörü yapısına bürünmektedir. Dolayısıyla mobilya sektöründe tasarım konusunun önemi giderek artmaktadır. Fakat mobilya firmalarının tasarım konusuna gerekli önemin vermediği belirlenmiştir. Ağırlıkla olarak küçük ölçekli firmalardan oluşan mobilya sektörü, iç mimar yada tasarımcı gibi profesyonel çalışanlar istihdam etmek yerine, büyük firmaları taklit yoluyla ve ürün kataloglarından, furalardan gördükleri ürünleri üreterek müşteri beklentilerini karşılamaya yönelmiştir.



Şekil 4.30 - Ürün Tasarımı

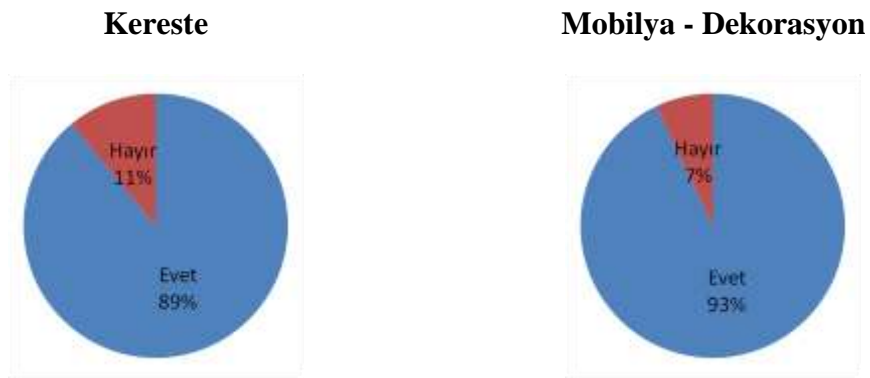
4.4.3.2. Rakiplerin Analizi

Araştırma sonuçlarına göre, Isparta OUE'sindeki firmaların rakip piyasalara karşı tanımlanmış bir stratejilerinin olmadığı tespit edilmiştir. Firmaların rekabet stratejisi olarak en çok başvurduğu yöntemler fiyat düşürmek ve vadeyi uzatmaktır. Kereste sektöründeki firmalar tarafından rakip olarak kendi ölçek büyüklüğündeki ildeki firmalar ve ulusal ölçekteki firmalar görülmektedir. Sektördeki rakip algısı içe dönük bir yapıdadır ve rakiplere karşı gereksiz ve atıl kapasite oluşturacak makinelere yatırım yapılmaktadır.

Mevcut durumu içe kapalı bakış açısı ile analiz etmeye çalışan firmalar, bu tutumları ile hata yapma risklerini yükseltmektedir. Ancak rekabeti artırmak için yapılan makine yatırımlarının bir avantajı da bulunmaktadır. Firmalar böylece rakip piyasalara kıyasla makine teknolojisinde üstün bir konum elde etmektedir. Aynı zamanda fireleri değerlendirme oranları da bu ileri teknoloji sayesinde artmıştır. Yine kurutma fırınları yatırımı artma eğilimi göstermektedir. Rakiplere karşı rekabetçi avantaj elde etmek için üretim maliyetlerini düşürmek ve üretim hızını artırmak

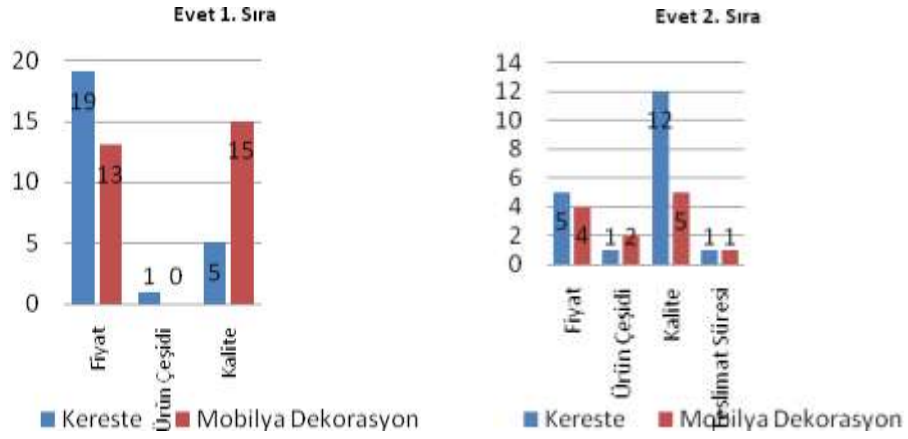
amacıyla firmalar makine teknoljilerini yenilemektedir. Bu konudaki yatırımlardan bazıları şunlardır: çoklu dilme testereleri, plastik ambalajlama, kurutma tesisleri yatırımı, yüksek kaliteli çoklu profil verme makineleri yatırımlarıdır.

Firmalar, büyüyen ve yükselen pazarları zamanında fark etmeyerek, pazara diğer rakiplerin girmesine ve tutunmasına neden olmuştur. Örneğin Akdeniz sahil kentlerinde mamul ürün satmak yerine Karadeniz bölgesine odaklanıp ham kereste satmak konuda yapılan hatalardan birisidir.



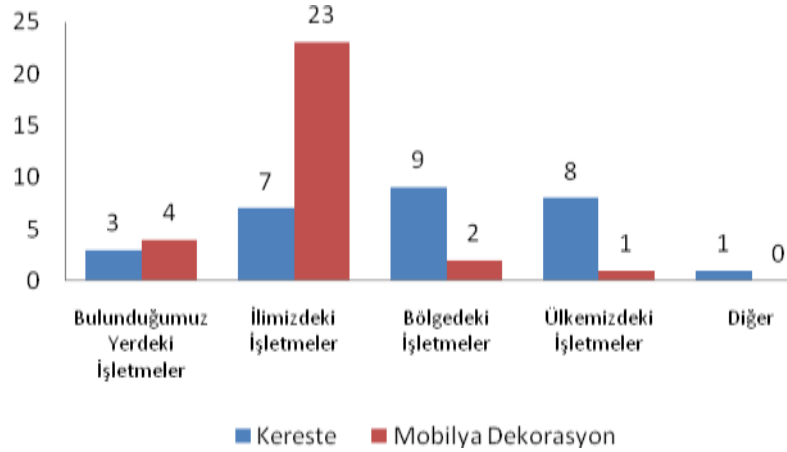
Şekil 4.31 - Pazarda Rekabet Var mı?

Rekabetin farkındalığının hem mobilya hem de kereste alt sektöründe yüksek oranda olduğu görülmektedir. Kereste alt sektöründe pazarda rekabet olduğunu belirten firmalar için, öncelikli rekabet unsuru fiyat oluşturmaktadır. Mobilya alt sektöründe ise kalite öncelikli rekabet unsurudur. Firmalar, ikinci sırada kaliteyi bir rekabet unsuru olarak belirtmişlerdir.



Şekil 4.32 - Rekabette Öncelik Sırası

Kereste firmaları yukarıda değinildiği gibi kendilerine rakip olarak ildeki, bölgedeki ve ulusal düzeydeki firmaları algılamaktadır. Mobilya sektöründeki firmalar ise daha içe dönük bir bakış açısıyla ildeki işletmeleri önemli rakipler olarak kabul etmektedir. Bunun temel nedenlerinden birisi mobilya firmalarının satışlarını ağırlıklı olarak Isparta ili pazarına ardından da yakın bölgeye yapmalarındır. Mobilya firmaları satışlarını bölgesel ya da ulusal ölçeğe taşıyamamaktadırlar.

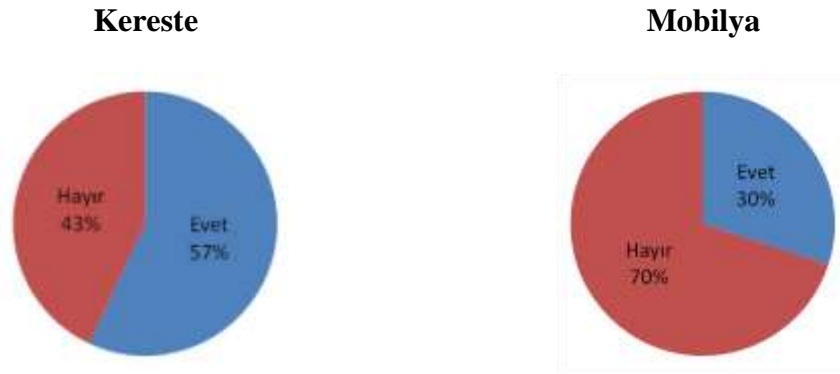


Şekil 4.33 - Faaliyet Alanındaki En Önemli Rakipler

4.4.3.3. Girdilerin Analizi

Malzeme kusurlarını gideren laminasyon tekniklerinin uygulanmasına yönelik yatırımlar yapan ve yüksek katma değerli ürünler üreten firmalar hammaddelerin kalite kusurları konusunda daha az sorun yaşamaktadırlar. Kompleks üretim teknikleri olmayan kalıplık kereste üreticileri de yine az sorun yaşamaktadır. Lambri ve doğramalık kereste üretimi yapan firmalar hammadde kusurlarından en çok şikâyet eden kesimi oluşturmaktadır.

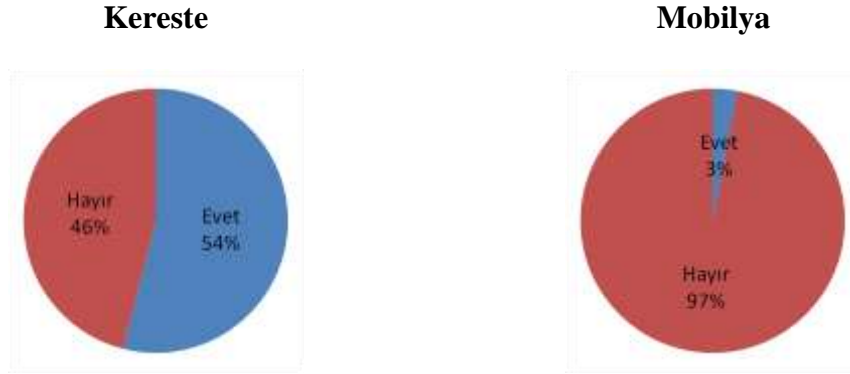
Daha önce de değinildiği gibi kereste sektöründe temel hammadde OGM'nin yaptığı açık artırmalarla elde edilmekte ve firmalar açısından satın alma istenilen kalite bulunduğu an gerçekleşmek zorunda olduğu için, kereste işletmeleri finansal kaynaklarını hammadde stoku olarak değerlendirmek durumunda kalmaktadır.



Şekil 4.34 - Stok Yapma Durumları

Dolayısıyla kereste alt sektöründeki firmaların büyük kısmı yaklaşık % 67'si stok bulundururken mobilya alt sektöründeki firmaların sadece % 30'u stok bulundurmaktadır. Her iki sektör için de istenilen kalitede hammaddeyi, istenildiği anda, istenen miktarda ve düşük fiyattan temin edebilme imkanı büyük önem taşımaktadır. Kereste firmaları bu konuda daha fazla sorun yaşarken mobilya firmaları göreceli olarak daha az sorun yaşamaktadır. Çünkü mobilya firmaları temel hammadde olarak yonga levha kullanmaktadır. Yonga levha hammaddesinin

tedarikçileri de küçük ölçekli olan mobilya firmaları için istenilen zamanda istenildiği kadar ürünü temin edebilme kapasitesine sahiptir.



Şekil 4.35 - Hammadde Tedarik Sorunu

Hammadde temini konusunda kereste alt sektörü sorun yaşadığını belirtirken mobilya alt sektörünün neredeyse tamamı sorun yaşamadığını belirtmiştir. yapılan görüşmeler sonucunda kereste sektörü için hammadde tedarik sorunu olarak ön plana çıkan problem alanları iki konuda yoğunlaşmaktadır:

- Orman işletme depolarında ya da envalin kesilmesi-boylanması ve sürütülmesi sırasında ortaya çıkan fireler ve kalite kayıpları
- Orman işletme depolarından fabrikaya kadar olan taşıma sürecinde bazı bölgelerde nakliye kooperatiflerinin oluşturduğu tekeller

4.4.3.4. Katma Değeri Artırma Yolları

Isparta OÜE, genel olarak dünyadaki teknolojik gelişmelere ayak uyduramamıştır. Mevcut üretim süreçleri yumuşak ağaç türlerini işleyerek kereste ve profilli masif ürünler üretilmesine yoğunlaşmıştır. Ayrıca sektördeki firmalar teknolojiyi takip etmeyi aynı ürünleri daha ileri teknoloji ile üretmeyi algılamaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi Isparta OUE'de temel hammadde olarak bölgesel ormanlardan temin edilen kızılçam odunu kullanılmaktadır. Bu kısıtlar dikkate alınarak Isparta OUE'deki firmalar için geliştirilen öneriler şunlardır:

a) Üretim Alanındaki Çalışmalar:

Yeni yatırımlar alanları: Küresel OÜE'deki gelişmeler ve bunların Türkiye'deki yansımaları göz önüne alındığında, yeni yatırım alanları ölçek ekonomisine dayalı panel üretim tesisleri (OSB, yonga levha, MDF, masif panel, vb.) ve mobilya tesisleri artması yönünde eğilim göstermektedir. Mobilya sektöründe özellikle çok düşük maliyetli yatırımlarla gerçekleştirilebilecek olan iğne yapraklı ağaç kerestesinden elde edilen dış mekân mobilyaları üretimi alternatif bir yatırım alanı oluşturmaktadır. Bunların yanında uluslararası piyasalarda her geçen gün artma eğilimi gösteren doğal enerji kaynaklarının daha çok kullanılması gereği pellet⁴⁷⁸ üretimini artırma yönündedir. Bu ürün yöredeki kereste işletmelerinin artıklarını kullanma avantajı da sağladığı için alternatif olabilecek niteliktedir.

Mevcut tesislerde ürün desenini farklılaştırmak: Daha yüksek katma değer sağlayan ve Kızılçam kerestesi kullanan, pergula, hazır çatı makası, hazır çatı kirişleri glulam vb. gibi ürünlerin üretimine odaklanılabilir. Kızılçam kerestesinin yanında firmalar, ithal ağaç türlerine yönelerek ve özellikle profil ürünleri üreterek bunları ulusal ve uluslararası piyasaya kolaylıkla arz edebilirler. Ancak bu üretim için firmaların teknik kurutma tesisatını kurmaları gerekmektedir.

Mevcut ürünleri AR-GE çalışmaları iyileştirmek ve pazar payını yükseltmek: Taban tahtası üreterek rekabet gücünü artırmanın tek yolu bilimsel araştırmalar (örneğin; kimyasal muamele ile ağartma, laminasyon tekniklerinin uygulanması, yüzeysel ezme-yakma ve yoğunlaştırma teknikleri, desen baskı ve özel kesiş tekniklerinin uygulanması vb.) ile bu maddenin olumsuzluklarının giderilmesidir. Ancak bu sayede piyasaya sunulacak ürünün ikame ürünlerle rekabet şansı olabilecektir.

b) Yönetim-Organizasyon ve Pazarlama Yapısı Geliştirme Alanındaki Çalışmalar:

Isparta OUE'deki firmaların büyük kısmını aile işletmesi olması beraberinde kurumsallaşamama problemini getirmektedir. Aile işletmesi şeklindeki firmaların

⁴⁷⁸ Ahşap Pelletler, kuru ve homojen partikül büyüklüğüne sahip ağaç talaşlarının, yüksek yoğunlukta sıkıştırılarak, yüksek kalorifik değere, kolay taşınabilirliğe sahip ve otomatik yakmaya uygun formda küçük silindirik granül yakıtlara çevrilmiş yinelenbilir, temiz bir alternatif yakıttır. <http://www.unienerji.com/2009/09/04/alternatif-dogal-yakit-projesi/>, (Erişim: 23.09.2009)

aile anayasası türünden uygulamalarla hayatta kalmaları sağlanabilir. Kurumsallaşma kounusunda firmalara yol gösterici olarak yerel oda ve mesleki kuruluşların öncü destek çalışmaları uygulamaları hayati önem taşımaktadır. Büyük ölçekli firmalarda organizasyon yapısının geliştirilmesi için görev ve sorumlulukların firmanın işlevlerine bağlı olarak şekillendirilmesi şarttır. Küçük ölçekli firmalarda ise taslak görev sorumluluk dağılımlarının yazılı olarak oluşturulması ile kurumsallaşma yönünde aşama kaydedilmesi mümkündür. Her aşamada yazılı metinlere geçiş planlama açısından ve firmaların sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Yöneticinin hedeflerini açıkça ve yazılı olarak ortaya koyması, firmaların hedeflere ulaşmasında önemli bir basamak oluşturmaktadır. Diğer taraftan performans artışı sağlayabilmek için üst yöneticilerin en azından temel işletmecilik bilgisine sahip olmaları gerekmektedir. Bu gelişmelerin sağlanabilmesi için yine yerel oda ve mesleki kuruluşların yol gösterici rol üstlenmeleri gerekmektedir.

Uzun vadeli kararlar alabilmek için firmaların pazar koşullarını ve pazardaki eğilimleri zamanında ve doğru olarak belirlemeleri gerekmektedir. Mesleki örgütlere üyelik, web sitelerinin geliştirilmesi ve ürün tanıtımının yapılması gibi faaliyetler firmaların pazardaki paylarını artırmaları ve alternatif pazarlama kanalları açabilmeleri için önemli adımlardır. Firmaların büyük bölümü ürün tanıtımı yapmamaktadır. Ürün tanıtımı konusunda daha sağlıklı bir ürün olan kerestenin laminant karşısındaki avantajı vurgulanarak rekabet gücünü yükseltilebilir. Günümüz koşullarına firmaların pazarlama faaliyetlerini bir harcama kalemi olarak değil yatırım olarak görmeleri gerekmektedir.

c) Kalite Artırma ve Ürün Garantisi Geliştirme Konusundaki Çalışmalar:

Sektördeki firmaların ikame ürünlerle rekabet edebilmek, rekabetçi avantaj yaratmak ve pazar paylarını yükseltmek için ürünlerinin standartlarını belirten ürün kalite belgesi alması gerekmektedir. Firmaların ürün kalitesini artırmak için gerekli şartları sağladıkları zaman temin edebilecekleri TSE standartlarından bazıları şunlardır:⁴⁷⁹

- TS 1265 (07.03.1973) “İğne Yapraklı Yapı Keresteleri”

⁴⁷⁹ ITSO, a.g.e., 2008, s.63.

- TS 2161 (21.11.1995) “Lambri-Masif Ahşaptan İmal Edilmiş”
- TS EN 12246 (19.02.2002) “Ambalajlarda ve Paletlerde Kullanılan Biçilmiş Yapacak Odunun (Kereste) Kalite Sınıfları”
- TS EN 1611-1 (08.04.2002) “Biçilmiş Yapacak Odun (Kereste)- İğne Yapraklı (Yumuşak) Odunların Görünüşlerine Göre Sınıflandırılması- Bölüm 1: Avrupa Ladinleri, Göknarları, Çamları ve Duglas Göknarları”
- TS 73 EN 13226 (15.04.2004) “Ahşap yer döşemesi – Lamba ve /veya zıvanalı masif parke elemanları”
- TS 11970 EN 13990 (09.03.2006) “Ahşap yer döşemesi – Masif yumuşak ağaç yer döşeme levhaları”
- TS EN 14519 (20.07.2006) “Masif yumuşak ağaçtan iç ve dış kaplama - Makinede profillendirilmiş lamba ve zıvanalı-“
- TS EN 14951 (12.10.2006) “Masif yumuşak ağaçtan iç ve dış kaplama - Makinede şekillendirilmiş elemanlar”
- TS EN 13353 (20.03.2008) 1”Masif ahşap levhalar (SWP) – Gereker”

d) Personel Eğitimi Konusundaki Çalışmalar:

Günümüzde firma çalışanlarının sürekli eğitimi önemli bir gereklilik konumuna gelmiştir. Personel eğitimi sayesinde eğitimli bir personel üçüncü sınıf tomruktan düşük zayıyla birinci sınıf kereste üretimi gerçekleştirebilirken, eğitimsiz ve bilinçsiz bir personel birinci sınıf tomruğu tamamen verimsiz bir oduna dönüştürebilmektedir. Personele verilecek eğitim firmaların kullandıkları ağaç türü ve üretim yapılarına göre değişmesine rağmen temelde; odunun çalışması, korunması, kurutulması, odun kusurları ve kalite odaklı bilgilendirme yapılabilir.

Eğitim sadece üretim esnasında değil aynı zamanda pazarlama ve tüketim aşamalarında da verilmelidir. Örneğin taban tahtasını döşeyen ustalara da eğitim verilmesi ve tüketicilerin bilgilendirilmesi gerklidir. Ustalar malzemeyi ne kadar estetiği ve kullanımı göz önüne alarak döşerse ve tüketici de ürünü nasıl koruyacağını ve kullanacağını bilirse, ürünün ömrü ve kullanıcının tatmini o derecede yüksek olacaktır.

e) Satış Sonrası Hizmet Konusundaki Çalışmalar:

Satış sonrasında müşterilerin görüşlerinin alınması ve geribildirim sağlanması karşılaşılan problemlerin daha hızlı çözülmesi konusunda en az ürünlerin kullanıcıya ulaşması kadar önem taşımaktadır. Kereste sektörünün sahip olduğu imajın düzeltilmesi ve taban tahtasının tekrar kullanıcının gündemine girebilmesi için ürünlerin ikame mallar karşısındaki üstünlüklerinin tüketiciye doğru aktarılması gerekmektedir. Sektörün Isparta ekonomisindeki yeri düşünüldüğünde, bütünlük bir imaj çalışmasının gerekliliği önem kazanmaktadır. Bu çerçevede şu adımlar atılabilir:

- Satış sonrası memnuniyet düzeyi takip edilmeli, müşterilerden geribildirim alınmalı ve müşteri bağlılığı oluşturulmaya çalışılmalıdır.
- Bayilik sistemi kullanan firmalar bayi seçiminde özenli davranılmalı ve bayilere müşteri ilişkilerini geliştirme konusunda yardım etmelidir.
- Mevcut pazarların korunması açısından mevcut müşterilerle iletişimin sürdürülmesi önemlidir.

4.4.3.5. Sektörün Fırsatları ve Stratejik Üstünlükleri

Bölgedeki ormanlarda ağaç türünün 30'a yakın olması sektörün en büyük fırsatlarından birini yaratmaktadır. Mobilya sektöründe ağırlıklı olarak kullanılan Lata malzemesinin üretimi için uygun niteliklerde küçük çaplı ağaçlar kullanılmaktadır. Lata malzemesi için en fazla 15 cm. genişliğinde levha elde edilebilecek ağaçlar kullanılacağı için önemi giderek artan bu madde bölgeden rahatlıkla sağlanabilecektir.⁴⁸⁰ Yine aynı şekilde lamine parke üretimi artan talebe cevap veremediği için sektör potansiyelini bu yöne de kaydırabilme imkanına sahiptir.

Mobilya ve ahşap üretimi Isparta'nın çok eski tarihlerden beri önemli faaliyet alanlarından birini oluşturmaktadır. Fakat son yıllarda sektör konumunda gerileme yaşamıştır. Orman ürünleri endüstrisinde, Isparta ili hammadde kaynaklarına ve

⁴⁸⁰ T.C. SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI, Sanayi Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü, Isparta İli Sanayi Potansiyeli ve Yatırım Alanları Araştırması, Ankara, 2003, s. 107.

limanlara yakınlık açısından çok önemli bir avantaja sahiptir. Hammadde açısından değerlendirildiğinde ildeki ve bölgedeki orman varlığı önemlidir. Isparta yüzölçümünün yaklaşık olarak % 44'ü ormanlık alanlardan oluşmaktadır ve bu yüksek bir orandır. Bu oran komşu illerden olan Antalya'da yaklaşık % 54, Burdur'da ise yaklaşık % 46'dır. Bölgede ormanlık alanın yüksek oranda olması orman ürünleri endüstrisinde faaliyette bulunan firmaların hammaddeye kolaylıkla ulaşmalarını mümkün hale getirmektedir.⁴⁸¹ Isparta'daki OUE'nün sahip olduğu stratejik üstünlükler Çizelge 4.20'de görülmektedir. Çizelge 4.20'den de görülebileceği gibi sektörün sahip olduğu stratejik üstünlükler; hammadde kaynaklarına yakınlık, nitelikli işgücünün sektörde mevcut olması, kullanılan teknolojinin ve bölge imajının yüksek olması, kalite açısından ürünlerin orta ve yüksek seviyede yer almasıdır.

⁴⁸¹ ITSO, a.g.e., 2007, s. 26.

Çizelge 4.20 - Isparta Orman Ürünleri, Ağaç İşleri Sektörünün Stratejik Üstünlükleri

Stratejik Üstünlüğü Sağlayan Faktörler	Mevcut Durum
Rekabet Gücü	Düşük
Kalite	Orta / Yüksek
Benzersizlik	Düşük
Nitelikli İşgücü	Yüksek
Teknoloji	Yüksek
Alt Yapı	Düşük / Orta
Hammadde Bulunabilirliği	Yüksek
Bölge İmajı	Yüksek
Dış Bağlantılar	Düşük
Coğrafi Konum	Yüksek
Kümelenme / Yoğunlaşma	Orta

Kaynak: ITSO, Bölgesel Ve Sektörel Teşvik Kapsamında Isparta İli Üzerine Bir Değerlendirme, s. 36, 2007

4.4.4. İlişkiler ve Farkındalık

Bu alt bölümde orman ürünleri endüstrisinde üretim yapan firmaların yerel ve ulusal ölçekteki paydaşları ile olan ilişkileri, yerel aktörlerin sektöre bakış açıları ve sektörün kendi içindeki ortaklık ve işbirliği türü ilişkileri incelenecek, ayrıca kamusal desteklerden sektörün ne ölçüde yararlandığı anket ile elde edilen bulgular ve görüşmeler ışığında değerlendirilecektir.

4.4.4.1. Paydaşlarla Olan İlişkiler

Kereste alt sektörü, ilişkide içinde bulunduğu piyasalar içindeki aktörlerden destek alamadığı yönünde beyanda bulunmaktadır. Sektör, hammadde alıcısı olduğu kamudan herhangi bir vizyon katkısı alamadığını belirtmektedir. Mobilya alt sektöründe ise durum farklıdır. Sektöre hammadde temin eden firmalar önerilerde, finansman ve eleman desteğinde bulunabilmektedir.

Sektör ile doğrudan ilişkili olan paydaşlar düşünüldüğünde aşağıdaki önerilerde bulunulabilir:

a) Üniversite Sanayi İşbirliğinin Geliştirilmesi:

Sektörün yeni ürün geliştirme, pazarlama ve satış konusundaki problemlerini çözmek için üniversite-sanayi işbirliği bünyesinde çözüm aranabilir. Yapılacak araştırmalar ise TÜBİTAK, KOSGEB, bakanlıklar ve AB fonları tarafından desteklenebilecektir.

b) Değer Zincirindeki Diğer Aktörlerle İlişkilerin Geliştirilmesi:

- OGM ile ilişkilerin,
- Makine üreticileri ve ithalatçısı firmalar ile ilişkilerin,
- Artık odunları (Yonga, talaş, parça tahta, vb) kullanan tesisler ile ilişkilerin ve işbirliklerinin,
- Boya-vernik-emprenye tuzları ve kimyasal malzeme üreticileri ile ilişkilerin,
- Lojistik firmaları ile ilişkilerin ve işbirliklerinin,
- Makine-alet ve cihazların tamir, bakım ve bileme işlerini yapan firmalar ile ilişkilerin geliştirilmesi sektör açısından önem taşımaktadır.

c) Ulusal ve Uluslararası Mesleki Organizasyonlara Üyelik Sağlanması

d) Bakanlık, Valilik ve Belediye gibi Devlet Kurumları ile Olan İlişkilerin ve Diyalogların Geliştirilmesi

e) Doğrudan Müşteriler ile veya Bayiler ile Olan İlişkilerin Geliştirilmesi

4.4.4.2. Yerel Aktörlerin Bakış Açısı

Yapılan mülakatlarda firmalar arasında ve firmaların diğer aktörler ile olan ilişkilerinde karşılıklı güven ve sosyal diyalog eksiklikleri olduğu belirtilmiştir. Görüşülen firmaların bazıları sert ve radikal kararlar ile orman ürünleri endüstrisindeki gerilemenin önüne geçilebileceğini söylerken, kimi firmalar bunun sanayiye kurtarmaya yetmeyeceği görüşündedir. Olumsuz görüş beyan eden firmalar çözüm olarak ise tüm ticari unvanların feshedilerek tek çatı altında birliktelik gerektiğini savunmaktadırlar. Girişimcilerin bir kısmı işbirliğinin yerel düzeyde

ilerletilmesi yerine başarılı rakipler ile iletişim kurmanın daha faydalı olacağını savunmaktadır.

4.4.4.3. Sektörün Kendi Arasındaki İlişkisi

Isparta'da işbirliği denemeleri, firmaların bir araya gelerek oluşturduğu kısa süreli birliktelikler dışında fazla sonuç vermemiştir. Başarılı bir örneğin henüz ortaya konulamamış olması, genç kuşakların işbirliği isteklerini azaltmaktadır. Köklü işletmeler ise sermaye yetersizliği ve kar oranlarının düşüklüğünü sebep göstererek işbirliğinden kaçınmaktadır.

İşbirliğini destekleyen girişimcilerin bir kısmı, hammadde temini ve satış aşamalarında yapılacak bir işbirliğinin bir başlangıç adımı olabileceğini belirtmektedir. Yapılan görüşmelerde belirtildiğine göre işbirliği girişimlerinin ömrü yalnızca iki veya üç yıl olarak gerçekleşmiştir. Bu başarısızlığın temel sebebi ortakların kısa sürede yüksek kar beklentisi içinde olmaları ve bu süre içinde beledikleri yüksek karları elde edemezlerse hemen ortaklıktan ayrılmalarıdır.

Bunlara ek olarak, işbirliği bağlamında yapılan girişimler doğrudan mevcut iş kolu ve ürün bandı üzerinden düşünülerek gerçekleştirilmektedir. İşbirliği yapılacak alanlar olarak yatay veya dikey bütünleşme sürecinde farklı ürün ve/veya farklı yatırım alanlarının değerlendirilmesi de doğru bir yaklaşım olacaktır.⁴⁸²

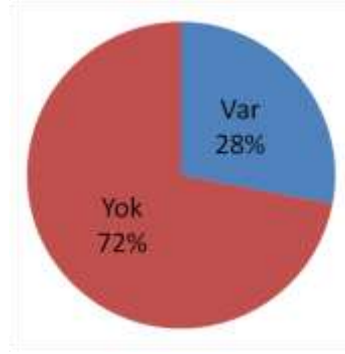
4.4.4.4. Kamusal Desteklerden Yararlanma ve Farkındalık

Sektörde kamu desteği denilince ilk akla gelen, il bazında verilen sektörel teşvikler olmaktadır. Oysaki kamunun il bazında verdiği teşviklerin istenilen başarıyı yakalayamadığı araştırmalarda ortaya konulmaktadır. Bunun yerine mikro ölçekte ve sektör temelli çözüm yolları daha kalıcı olacaktır. Örneğin temel hammadde üreticisi olan OGM ürün kalitesi açısından kesme, boylama, soyma, taşıma ve özellikle orman içi istif alanlarında depolama işlemleri sırasında kalite kayıplarını en az düzeye düşürecek teknik ve organizasyonel tedbirleri alarak üreticilere destek olabilecektir.

⁴⁸² ITSO, a.g.e., 2008, s. 65.

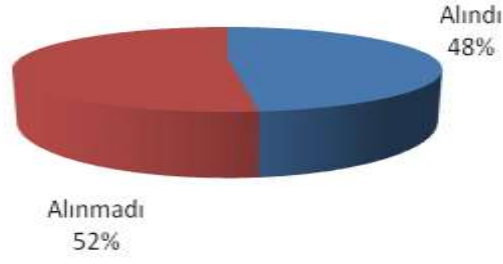
Bunun yanında firmaların kamudan destek beklentileri genellikle mali yönde olmaktadır. Mali beklentiler ise, sigorta primlerinin, KDV oranlarının ve enerji fiyatlarının düşürülmesi üzerinde yoğunlaşmaktadır. KDV oranlarının yanı sıra bir diğer sorun da ithalat vergileridir. Ayrıca firmaların bir kısmı tarafından Çin gibi rakip ülkelerden gelen ürünlerin önüne geçebilmek için, ithalat üzerinden alınan vergi ve kotaların artırılması istenmektedir.

Sektörün kamudan alabileceği mali olmayan destek ise meslek liselerinin sayılarının artırılması ve üniversitelerde sektöre uygun eğitim veren bölümlerin oluşturulması ve mevcut olanların niteliklerinin geliştirilmesidir.



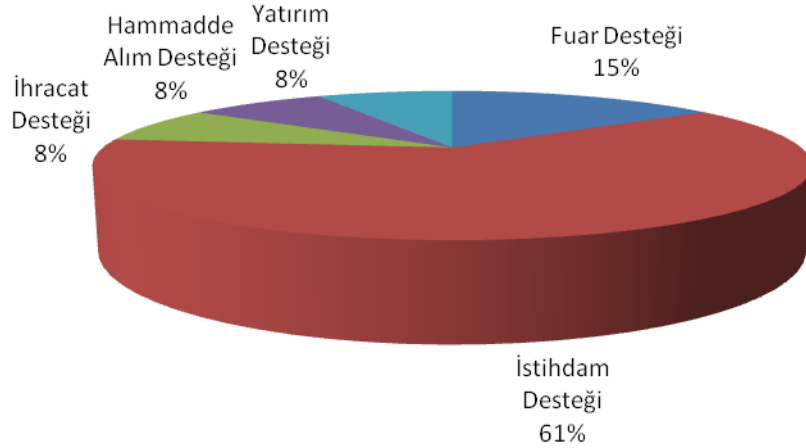
Şekil 4.36 - Yatırım Destek Teşviki alındı mı?

Isparta OUE’de sadece kereste alt sektöründeki firmalar yatırım teşvik desteği almakta, mobilya alt sektöründeki firmalar yatırım teşvik desteği almamaktadır. Kereste alt sektörünün de sadece % 28’i, yani küçük bir bölümü bu teşvikten faydalanmaktadır. Mobilya firmaları başvuru sürecini bilmedikleri için teşvikten yararlanmadıklarını aslında yararlanmak istediklerini belirtmişlerdir. Mobilya firmaları açısından bu noktada bilgi eksikliği problemi ortaya çıkmaktadır.



Şekil 4.37 - KOSGEB Desteği

KOSGEB'in verdiği destek ve kredilerden yine sadece kereste alt sektöründeki firmaların faydalandığı belirlenmiştir.. En çok kullanılan KOSGEB destek türü %61 ile istihdam desteğidir. Onu sırasıyla fuar desteği, yatırım desteği, hammadde alımı ve ihracat destekleri takip etmektedir.



Şekil 4.38 - Alınan KOSGEB Teşvik Türleri

4.5. Isparta Orman Ürünleri Endüstrisine İlişkin Değerlendirme

Orman ürünleri endüstrisi Isparta ekonomisi için, köklü bir geçmişe ve tecrübeye sahip olan bir sektördür ve önemli bir yere sahiptir. Sektör, il ekonomisine ve ildeki istihdama önemli katkıyı sağlayan ve sanayi üretiminde büyük paya sahip

olan sektörlerden biri olagelmıştır. Bu nedenle sektörün sorunlarının belirlenmesi ve çözülmesi büyük önem taşımaktadır.

Sektörde taban tahtasına ikame olabilecek ürünlerin pazar payının artması, tüketici tercihlerinin değişmesi, rakip sektörlerdeki firmaların göreceli olarak daha fazla ürün çeşitliliği sunması ve Isparta'daki firmaların geleneksel biçimde sadece Kızılcım ağacı ile üretime devam etmeleri gibi nedenlerle sektör yirminci yüzyılın son yıllarında Pazar kaybı ve gerileme yaşamaya başlamıştır.

İkame ürünlerin rekabet baskısından sektörün kurtulabilmesi için, firmaların ürün çeşitlendirmesi yapması ve yeni pazarlama teknikleri denemeleri çözüm yolları olarak sunulmaktadır. Farklı hammaddelerin denenmesi ve şerit testere, baş kesme gibi temel makinelerin yanında profil açma ve parmak birleştirme gibi özellikli makinelere sahip olunması, firmalar açısından ürün çeşitlendirmesini kolaylaştıracak avantajlar olarak görülmektedir.

Hem sektörün hem de ildeki ticaret kültürünün problemi olan güven ve işbirliği eksikliğinin giderilmesi, sivil toplum örgütleri ve kamu kurumları gibi yerel aktörlerin öncülüğünde ihracata yönelik yeni bir stratejinin belirlenmesi şarttır. Bunun başarılabilmesi için gerekirse öncü firmaların deneyimlerinden de faydalanılması gerekmektedir. İşbirliği yönünde atılacak ilk adım, taşıma maliyetlerini azaltma amacıyla yapılacak ortak nakliye faaliyetleri olabilir.

Mobilya alt sektörü için baskın bir problem ölçek büyütememe sorunudur. Firmaların büyük kısmının şahıs işletmesi olması ve atölye tarzı üretim sektörün pazar payını artıramamasının altındaki temel nedenlerdir. Sermaye yetersizliğini problemini aşabilmek için firmaların yatay veya dikey birleşmeler yapmaları, kitlesel üretim düzeyine geçişi de kolaylaştıracak bir adım olacaktır. Kereste alt sektörü bu açıdan belli bir birikime sahip bulunmaktadır. Kereste alt sektörü farklı profil bıçakları kullanarak orijinal ürün tipleri ortaya çıkarabilecek üretim olanağına sahiptir. Kereste ile birlikte mobilya alt sektörü de bahsedilen dönüşümü gerçekleştirebilirse, Antalya gibi önemli ve büyük bir pazardaki tüketici kitlesinin ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikte üretim gerçekleştirebilecektir.

Ulusal ve uluslar arası piyasalarda söz sahibi olabilmek için networklerin kurulması gerekmektedir. Bunun gerçekleşmesi amacıyla yurtiçi ve yurtdışında rakip

tesisler incelenmeli, bu amaçla ziyaretler düzenlenmeli ve fuar katılımları sağlanmalıdır. Ağaç çeşitliliğinin bölgede oldukça fazla olması, bu pazarlar için ihtiyaç olabilecek alternatif hammadde teminini de kolaylaştıran bir unsur oluşturmaktadır.

Firmalar bu değişimi tamamlayabilmek için öncelikle kendi içlerindeki değişimi tamamlamak durumundadır. Kurucu kuşakların sahip oldukları deneyim birikimini sonraki kuşaklara aktarması sağlanmalı ve önemli firmaların sektörden ayrılmaları ve başka sektörlerle kaymaları önlenmesi için çaba harcanmalıdır. Ayrıca, üretimde kalite ve standardın sağlanabilmesi için nitelikli çalışan (mühendis, teknisyen) istihdam edilmesi firmalara ürün çeşitliliği oluşturma ve üretim yöntemi konularında da fayda sağlayacaktır. Isparta ilinin eğitim konusunda Türkiye'deki öncü durumu dikkate alındığında, nitelikli çalışan istihdam ihtiyacının kolaylıkla karşılanabileceği görülmektedir.

BEŞİNCİ BÖLÜM

ISPARTA ORMAN ÜRÜNLERİ ENDÜSTRİSİNİN KÜMELENME ANALİZİ

Günümüzde küreselleşen bir dünya ile bütünleşen bir ekonominin temel parametresi rekabet gücüdür. Kümelenme yaklaşımının giderek artan öneminin temelinde rekabetçi avantaja dayanması bulunmaktadır. Dolayısıyla özel sektörün rekabet gücünün geliştirilmesinde kümelenmelere dayalı sanayi politikaları ve yerel yatırım ortamlarının iyileştirilmesi kritik öneme sahiptir. Çalışmanın bu bölümünde bu görüş çerçevesinde Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi, stratejik ilişkileri ve rekabet gücü incelenecektir.

5.1. Rekabet Gücü, Kümelenme ve Stratejik İlişkiler

Ekonomik faaliyetlerin küreselleşmesi ve iş dünyasındaki aynı ve/veya ilişkili sektörlerdeki firmaların yakın fiziksel mesafede faaliyet gösterme ve yerleşme eğilimleri, ekonomik kalkınmayı şekillendiren baskın güçler konumuna gelmektedir. Küreselleşme çeşitli endüstrilerde ve faaliyetlerde rekabetçi avantajın yerelleşmesi ile tutarlı görünmektedir. Gittikçe artan küresel rekabete uyum sağlama ihtiyacı ve ekonomilerini yerleşmiş firma grupları üzerine kuran gelişmiş bölge örnekleri, yerel, bölgesel ve ulusal yönetimlerin, girişimci kümelenmeler üzerine kurulan politikalara yönelmelerine neden olmuştur.⁴⁸³

Porter; bilginin ve kavramların izole endüstriler içinde değil, dikey ve yatay olarak ilişkilerle birbirine bağlanmış endüstri kümelenmeleri içinde ortaya çıktığını belirtmiştir. Kümelenmeler, ekonominin gelişmesini yansıtan rekabetçi avantajın veya dezavantajın kaynağı ve yaratıcısı olarak giderek önem kazanmaktadır.⁴⁸⁴

⁴⁸³ “Enhancing SME Competitiveness”, The OECD Bologna Ministerial Conference, Enterprise, Industry and Services, OECD 2001, s. 103.

⁴⁸⁴ MASKELL, P. ve L. KEBİR, a.g.e., s. 35, 36.

Tezin bu bölümünde birkaç amaç birlikte gerçekleştirilecektir. İlk olarak Pajek programı (bkz: www.pajek.com) kullanılarak network analizleri yapılacak ve kümelenmenin aktörleri arasındaki bağlantıları gösteren kümelenme haritaları çizilecektir. Daha sonra Kümelenmenin karakteristik özellikleri istatistiksel analiz yapılarak SPSS programı kullanılarak gerçekleştirilecektir. En son olarak da kümelenmeye Porter'ın "Karo" modeli uygulanarak iş kümelenmesi analizi yapılacaktır. Yapılan bu araştırmanın Isparta İlinin ve bölgenin kalkınma çabalarına ve Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesine katkı sağlaması hedeflenmektedir.

5.2. Araştırmanın Amacı

Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi, coğrafi ve iklim özelliklerinin ön plana çıkması ile oluşmuştur. Isparta orman ürünleri endüstrisi kümelenmesi, bölgede uzun bir geçmişi bulunan, yıllarca bölgeye katma değer sağlamış, istihdamın büyük bir kısmını içerisinde barındıran ve bölgeyle özdeşleşmiş bir endüstridir. Bu nedendir ki tez konusu bu coğrafyayı ve söz konusu sektörü ele almaktadır.

Isparta İli Orman ürünleri endüstrisi ("Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı") sektörünün çalışmada incelenecek sektör olarak seçilmesinde DPT'nin hazırladığı "İllerde öne Çıkan Sanayi Sektörleri" raporu dikkate alınmıştır. Bu raporda Isparta ili için "ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç)", "tekstil imalatı" ve "metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı" sektörlerinin ön plana çıktığı belirtilmiştir. "Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı (mobilya hariç)" sektöründe TÜİK 2002 Genel Sanayi İşyerleri Sayımı(GSİS) il içi yüzde ve yoğunlaşma, özel sektör işgücü verimliliği ve ihracat yoğunlaşma göstergelerinde ön planda yer aldığı belirtilmiştir. GSİS, verimlilik ve ihracat grafikleri incelendiğinde sektörün hem il içinde öne çıktığı hem de il içindeki sektörel payının sektörün ülke içindeki payından oldukça yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Sektörü öne çıkaran

en önemli alt sektörler olarak “inşaat kerestesi ve doğrama imalatı” ile “ağacın hızarlanması, planyalanması ve emprenye edilmesi” gösterilmiştir.⁴⁸⁵

Çalışmanın bu bölümünde yapılacak olan network analizleri, kümelenme haritaları, istatistiksel analiz ve Porter’ın “Karo” modeli uygulanarak gerçekleştirilen iş kümelenmesi analizi genel olarak iki temel amaca hizmet etmektedir. Birincisi, araştırılan kümelenmenin; Isparta orman ürünleri endüstrisi kümelenmesinin profilini belirlemektir. Bu kapsamda network analizleri ile kümelenmenin bağlantıları ve yapısı ortaya çıkarılacaktır. Pajek programı kullanılarak yapılan network analizleri kapsamında kümelenme üyelerinin merkezilikleri, bağlantı düzeyleri ve rekabetçi avantajı arasındaki ilişki araştırılmıştır. İkinci amaç da bu bölümde kurulan hipotezlerin çıktılarının teoriye bir katkı yapmasıdır. İş kümelenmesi analizi ile de kümelenmenin rekabetçi avantajları ve dezavantajları belirlenerek kümelenmenin geliştirilmesi için neler yapılabileceği, eksikliklerinin neler olduğu ve nasıl giderileceği belirlenecektir. Bu çerçevede iki firma veya organizasyon arasındaki bir bağlantının kullanılabilir olup olmadığını belirlemek gerekmektedir. Bunu anlamak için de organizasyonlar en fazla ilişkisi olandan en aza doğru sıralanmıştır.

5.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada network analizleri için Pajek 1.24 programı, istatistik analizleri için SPSS 15.0 programı ve iş kümelenmesi analizi için Porter’ın “Karo” modeli kullanılmıştır.

5.3.1. Araştırma Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evreni Isparta Orman ürünleri endüstrisindeki firmalardır. İl merkezi sınırları içerisinde faaliyet gösteren OÜE işletmeleri sayısı 295 olarak

⁴⁸⁵ DPT, “İllerde Öne Çıkan Sanayi Sektörleri”, a.g.e., s.259,

bildirilmektedir.⁴⁸⁶ Yapılan çalışmada söz konusu işletmeler içerisinde aşağıda belirtilecek olan yöntemler kullanılarak seçim yapılmış ve seçilen firmaların çalışan sayıları, firma yaşları, firmaların ciro düzeyleri, fırsatları ve sorunları gibi yapısal öğeleri ayrı ayrı analiz edilmiştir.

Yapılan bu çalışmada yüz yüze anket yöntemi kullanılarak sektörel işletmelere ait mevcut yapı ve kümelenme özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca bu işletmelerin bir kısmı ile yapılan mülakatlar araştırma bulgularının yorumlanması için çok önemli girdilerin elde edilmesini sağlamıştır. Çalışmada anket yöntemi uygulanırken aşağıda dipnotta verilen hesaplama yöntemi kullanılmıştır.⁴⁸⁷ Dipnotta açıklanan yöntem ile %95 güven düzeyinde %5 örnekleme hatası kabullenilerek en az 59 işletmede anket yapılması gerektiği belirlenmiştir. Çalışma amaçlarına bağlı olarak hedef kitleyi oluşturan işletmelere öncelik verecek biçimde il merkezi sınırları içinde faaliyette bulunan, Isparta Ticaret ve Sanayi Odası, Isparta Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği ve Isparta Sanayi ve Ticaret İl Müdürlüğü'nün veri tabanlarında kayıtlı bulunan firmalar arasından, rassal olmayan örnekleme yöntemi kullanılarak hangi firmalara anket yapılacağı belirlenmiştir. Bu bölümde Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi faaliyet konularına göre kereste ve mobilya olmak üzere iki alt gruba ayrılmıştır. Kereste; tomrukların boyuna biçilmesiyle elde edilen marangozluk ve inşaat odunudur.⁴⁸⁸ Mobilya anlam olarak oturlan yerlerin süslenmesine ve türlü amaçlarla donatılmasına yarayan eşyadır.⁴⁸⁹ Bu kapsamda; organize sanayi bölgelerinde (OSB) faaliyet gösteren tüm OÜE işletmeleri, orta ve büyük ölçekli tüm işletmeler ile

⁴⁸⁶ <http://www.itso.org/index.php?dosya=firma_liste> (06.05.2008)

⁴⁸⁷ Anket yapılacak işletme sayısını belirlemek için aşağıdaki formül kullanılmıştır.

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{ND^2 + Z^2 PQ} \quad n = \frac{1.96^2 \times 295 \times 0.95 \times 0.05}{295 \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.95 \times 0.05} = 58,5 = 59$$

Burada;

n= Örnek büyüklüğü

Z= Güven katsayısı (%95 için 1.96 alınmıştır)

P= Ölçmek istediğimiz özelliğin kütlede bulunma ihtimali (%95 olarak alınmıştır)

Q= 1 - P

N= Ana kütle büyüklüğü (295 olarak alınmıştır)

D= Kabul edilen örnekleme hatası (Çalışma için %5'lik örnekleme hatası öngörülmüştür)

⁴⁸⁸ <<http://www.serki.com/index.php?bolumsec=terimler&id=76aara>> (18.10.2009)

⁴⁸⁹ <http://www.sektorler.web.tr/agac_urunleri> (18.10.2009)

kereste üretimi yapan tüm işletmelere anket uygulanmasına karar verilmiş, küçük sanayi sitelerinde faaliyet gösteren mobilya ve marangoz işletmelerinden rassal örnekleme yöntemi ile seçim gerçekleştirilmiştir. Örneklem olarak belirlenen firma sayısı ise 66'dır. Isparta Orman Ürünleri endüstrisinde faaliyet gösteren 66 firma ile analizde kullanılacak verilere ilişkin bir anket (Isparta orman ürünleri endüstrisi kümelenme anketi) uygulaması yapılmıştır. Örneklem 66 firmadan oluşmasına rağmen 2 firma bazı soruları cevaplamadığı için toplam 64 firmaya ait veriler istatistiksel analizde kullanılacaktır.

5.3.2. Kümelenme Analizi İle İlişkili Kavramlar ve Değişkenler

Bu kısımda kümelenme analizi ile ilişkili kavramlar ve değişkenler açıklanmaktadır. Bunlar şu şekildedir:

- **“Yakınlık (Closeness)”**: Kümelenmedeki bir aktörün diğerlerine olan yollarının kısalığı **“yakınlık (closeness)”** ile ölçülür. Eğer bir aktör, diğerleri arasında en kısa yola sahipse bu aktör merkezdedir. “Yakınlık”, mesafenin yani uzaklığın tersidir. Kısacası yakınlık, kümelenmedeki aktörün diğer aktörler ile olan mesafe yakınlığını ölçen değerdir. Kümelenme üyesi firma ile diğer kümelenme üyeleri arasındaki mesafe ne kadar kısa olursa, o kümelenme üyesi o kadar merkezde yer almaktadır. Yakınlık, bir network içindeki üyenin merkeziliğini anlamaya yararmaktadır.
- **“Aradalık (Betweenness)”**: Bir aktörün oynadığı aradaki roller oranı, “aradalık” ile ölçülmektedir. Arada olma değeri; bir kümelenme içindeki üyenin merkeziliğini göstermektedir. Aradalık, kümelenmedeki aktörün diğer aktörlere göre merkezde yer alma değeridir. Bunların hepsi mesafenin geodesic (yeryüzü ölçümü-bir kürede iki nokta arasında çizilen en kısa çizgi) ile ölçülür.
- **“Derece (Degree)”**: Kümelenme üyelerinin sahip olduğu doğrudan bağlantı sayısını gösteren değerdir.
- Bir kümelenme haritasının **yoğunluk (density) değeri**: Gerçekleşen bağlantı sayısının mümkün olabilecek maksimum bağlantı sayısına oranıdır.

Yoğunluk değeri, 0 ve 1 arasındadır, minimum 0, maksimum 1 değerini alabilir. Yoğunluk değeri 0'a yakınsa bağlantı yoğunluğu az, yoğunluk değeri 1'e yakınsa bağlantı yoğunluğu yüksektir.

- **Çap (Diameter);** kümelenme haritasında yer alan birbirine en uzak iki aktör arasındaki mesafeyi gösterir.
- **İlişki (relation):** bir kurum ve aktörler kümesi arasındaki özel bir tür bağların birikimidir. Örneğin ilişki aktörler arasındaki para akışları olabilir veya ülkeler arasındaki ticaret bağlantıları olabilir.⁴⁹⁰
- Bir kümelenmenin üyeleri; tedarikçiler, müşteriler ve/veya rakipler olarak çeşitli roller oynayabilmektedir. Örneğin bir üniversite, bir kümelenmenin üyesi olabilir ve o üniversite bir üretim firmasına bilgi sağlayabilir. Bu durumda üniversite, kümelenme içinde bilgi tedarikçisi haline gelmiştir. Firmalar, kamusal olmayan organizasyonlar, sektörel organizasyonlar, okullar bir kümelenmenin üyeleri olabilir. Bu çalışmada, kümelenme üyelerinin firma boyutu, araştırılan kümelenme içinde üyenin aktif olan kısmına karşılık gelmektedir.
- Ayrıca kümelenme üyeleri bağlantı değerlerine göre 3 biçimde sınıflandırılmaktadır. Bunlar; **tedarikçiler, müşteriler ve aradaki (medium) üyelerdir. İçderece (Indegree):** Kümelenme üyesine gelen bağlantı sayısı ile gösterilir. **Dışderece (Outdegree):** Kümelenme üyesinden giden bağlantı sayısını gösteren değerlerdir. Eğer bir kümelenme üyesinin, içderece=0 ve dışderece>0 ise o tedarikçidir. Eğer bir kümelenme üyesinin, içderece>0 ise ve dışderece>0 ise o hem tedarikçi hem müşteridir başka bir ifadeyle aradaki üye (medium)dir. Eğer bir kümelenme üyesinin, içderece>0 ise ve dışderece=0 ise müşteridir.⁴⁹¹
- **Sosyal network analizleri için ilişkisel veri;** bir küme veya network içindeki bireylerle bu bireylerin diğerleri ile etkileşimleri hakkında mülakat yapılacak veya gözlem yapılarak elde edilir.

⁴⁹⁰ KILKENNY, Maureen ve Laura NABARATE, a.g.e., s. 5-6.

⁴⁹¹ Çalışmada bağlantıların yönünü gösteren oklara yer verilmemiştir. İleride görüleceği üzere sadece outdegree kullanılmıştır.

- **Ekonomik analizler için ilişkisel veri;** firmalar arasındaki satışların veya satın almaların değerini içerebilir, kontrat anlaşmalarına ulaşımı veya engelleri veya akörler arasındaki bilgi akımlarını veya ülkeler arasındaki uluslar arası ticaret akışlarının sıklığını, hacmini veya değerini içerebilir.⁴⁹²
- Hertog, Leyten, Limpens ve Whalley⁴⁹³, kümelenme üyeleri arasındaki bağlantılar için üç bileşen tanımlamıştır. Bunlar; tedarikçi bağlantıları, müşteri bağlantıları ve bilgi üreten aktörlerin bağlantılarıdır. Kilkenny ve Nalbarte, ABD'nin bir şehrinde sosyal network analizi yapmak için parayı, bilgiyi ve destek bileşenleri kullanmıştır.⁴⁹⁴ Alex Hoen 2001 yılındaki çalışmasında ilişkileri iki açıdan tanımlamıştır; üretim ve yenilik çabası bağlantıları. Bu çalışmada Kilkenny ve Nalbarte'in çalışmasındaki bağlantı tanımına benzer bir bağlantı tanımlaması tercih edilmiştir. Bağlantı tanımlamasında ticari ilişki (ciro seviyesi) kullanılmıştır. Veri bulunabilirliği bu yöntemin tercih edilmesinde dikkate alınmıştır.

5.3.3. Varsayımlar

Bir kümelenme incelenirken çok sayıda ilişkinin değerlendirilmesi mümkündür. Ancak her bir ilişki başlı başına ayrı bir çalışma veya tez konusu oluşturabilecek hacime sahiptir. Dolayısıyla ortaya çıkan kümelenme ilişkilerini modellerken bazı kısıt ve varsayımlar oluşturulmuştur. Bunlar:

- İlk varsayım, kümelenme üyelerinin arasındaki bağlantılar hakkındadır. Ticari ilişki (ciro seviyesi veya başka bir deyişle para akımları ilişkisi) hakkındaki bağlantıların, bir kümelenmenin haritasını çıkarırken bazı etkileri olduğu kabul edilmiştir.
- İkinci varsayım, firmanın boyutunu ölçülmesi hakkındadır. Bir firmanın boyutunu ölçmek için çalışan sayısı ve ciro değişkenleri kullanılmıştır. Minguzzi ve Passaro⁴⁹⁵, firma boyutunu kullanılabilir hale getirmek için

⁴⁹² KILKENNY, Maureen ve Laura NALBARTE, a.g.e., s. 5-6.

⁴⁹³ HERTOĞ, Pim Den, J. LEYTEN, I. LIMPENS ve J. WHALLEY, a.g.e., s. 21.

⁴⁹⁴ KILKENNY, Maureen ve Laura NALBARTE, a.g.e.,

⁴⁹⁵ MINGUZZI, A. ve R. PASSARO, a.g.e., s.194.

firmanın toplam cirosunu ve çalışan sayısını kullanmıştır. Gelir ve çalışan sayısı firmanın boyutunun göstergeleri olarak kabul edildiği için çalışmada kullanılmıştır. Firmanın cirosu ve çalışan sayısı firmanın piyasa ile ilişki şiddeti kapasitesinin belirleyicileri olarak kabul edilmektedir.

- Üçüncü olarak kümelenme üyesinin boyutu, kümelenme bölgesi içindeki aktif olan üyeler olarak alınmıştır. Eğer bu üyelerin diğer yerlerde-bölgelerde bayileri varsa bunlar çalışmaya dahil edilmemiştir.
- Dördüncü varsayım, firmanın rekabetçi avantajını ölçme konusunda yapılmıştır. Bir firmanın rekabetçi gücünün göstergeleri olarak firmanın boyutu ve yaşı kabul edilmiştir. Eğer bir firmanın rekabetçi avantajı varsa o firma uzun yaşayacaktır. Dolayısıyla o firmanın yaşlı olması beklenir. Benzer şekilde eğer firmanın daha fazla kaynağı kullanma potansiyeli varsa firma boyutu daha büyük olacaktır. Bu durum firmaya olan güvenin bir göstergesidir. Aynı zamanda bu durum firmanın rekabetçi gücünün bir işareti olarak kabul edilmiştir.

5.3.4. Araştırma Verileri

Çalışmanın veri kaynağı, Isparta orman ürünleri endüstrisindeki firmaların yerel kümelenmeleri ile ilgili 30 sorudan ve üç temel bölümden oluşan ankettir. Örnekleme dahil olan firmalara uygulanan anket Dr. Melih BULU'nun "Profiling Micro Clusters: Identification of Value-adding Production and Service Chains by Using Graph Theoretical Approach"⁴⁹⁶ isimli yayınlanmamış doktora tezinde örnekleme dahil firmalara uyguladığı anket formları uyarlanarak elde edilmiştir.

Anket temel olarak 3 bölümden oluşmaktadır. Bu bölümlerden ilkinin ankete katılan firmalar hakkında tanımlayıcı bilgiler (tedarik, hizmetler ve tanıtım) oluşturmaktadır. İkincisi firmaların ortak iş yapma konusundaki algılarını ölçmeye yönelik sorular oluşturmaktadır. Anket son olarak da firmaların rakip ve müşteri gibi

⁴⁹⁶ BULU, M., "Profiling Micro Clusters: Identification of Value-adding Production and Service Chains by Using Graph Theoretical Approach" isimli yayınlanmamış İşletme doktora tezi, Boğaziçi Üniversitesi 2003. (No: 141015).

belirli konulardaki bağlantılarını tespit etmeye çalışmaktadır. Kümelenme anket formu tezin EK-2 bölümünde sunulmaktadır.

Kümelenme anketlerinde sektöre aksesuar temini yapan işletmeler ile fason iş yapan döşemeciler gibi değer zincirindeki diğer aktörlere de ek olarak yer verilmiştir.

Çalışmanın anketi her firmanın sahibi, ortağı, yöneticisi veya birim yöneticisi konumundaki kişilerle birebir görüşmeler yapılarak uygulanmıştır.

Bulguları analiz etmek için network analizleri ve istatistiksel analiz yapılmıştır. Network analizleri Pajek 1.24 programında, istatistiksel analizler de SPSS 15.0 programında yapılmıştır. İş kümelenmesi analizi, Porter'ın "Karo" modeli uygulanarak gerçekleştirilmiştir.

5.4. Bulgular

Anket uygulaması sonucunda elde edilen bulgular kısmı üç ana kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım firmaların network yeteneğine ait değerlere bağlı olarak gerçekleştirilen network analizleri ve bu kapsamda çizilen kümelenme haritalarıdır. İkinci kısım kümelenmeye ait temel karakteristik verilerin analiz edildiği istatistiksel analiz kısmıdır. Üçüncü kısım da kümelenmeye ait verilerin Porter'ın "Karo" modeline uyarlanması ile gerçekleştirilen iş kümelenmesi analizinden oluşmaktadır.

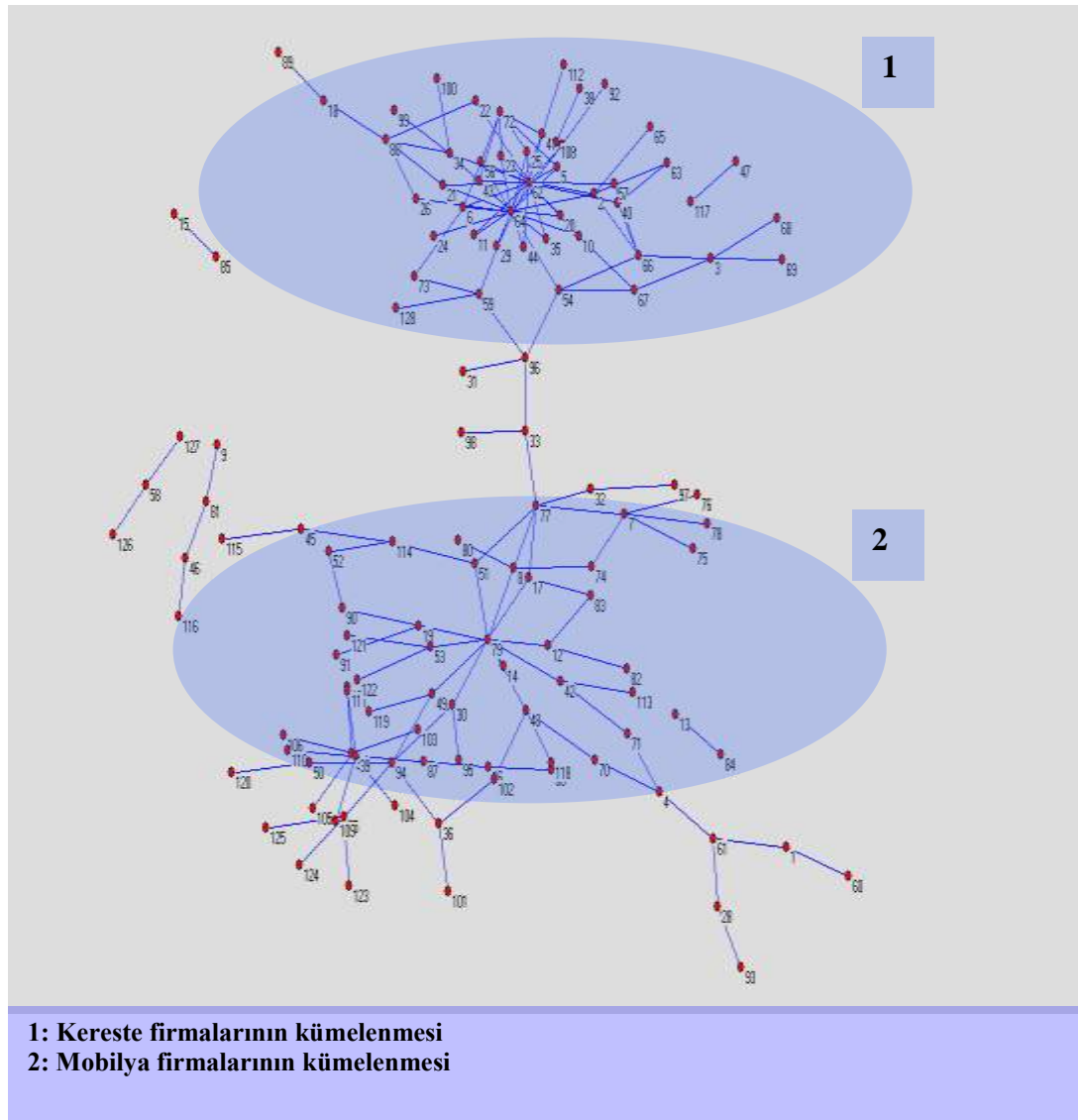
5.4.1. Kümelenme Haritaları

Kümelenme haritalandırma modeli, mikro seviyede endüstri ve hizmet kümelenmelerinin network yapısını tanımlamak için bir araç olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmada da kümelenme haritalandırma modeli, Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Kümelenmesinin network yapısını tanımlamak için bir araç olarak kullanılmıştır. Eğer özel bir bölgede bir mikro kümelenme varsa o kümelenme, kümelenme üyelerinin ve bağlantıların bir networkünden oluşmuş olarak tanımlanmaktadır. Bir kümelenme haritalandırdıktan sonra farklı analizler yapmak mümkündür. Bu bölümdeki amaç, Isparta orman ürünleri endüstrisi kümelenmesinin network analizlerini yapmak, bağlantılarını ortaya çıkarmak ve kümelenme

haritalarını çizmektir. Diğer bir ifadeyle kümelenmeyi onun kendine ait özellikleri ile ilgili olarak analiz etmektir. Aşağıda Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinin Pajek 1.24 programı ile analiz edilen ve çizilen Kümelenme haritaları yer almaktadır.

5.4.1.1. Makine Ve Ekipman Kullanımında Kümelenme Düzeyi

Makine ve ekipman kullanımında kümelenme düzeyini gösteren haritada kereste firmalarının kümelenmesi 1 numaralı alan ile gösterilmektedir. Haritada mobilya firmalarının kümelenmesi 2 numaralı alan ile gösterilmektedir.



Şekil 5.1 - Makine ve Ekipman Kullanımında Kümelenme Düzeyi

Haritada kereste firmalarının bir araya toplandığı ve genelde belirli firmalardan makine ve ekipman aldıkları görülmektedir. Kereste firmalarının kümelenmesi olan 1 numaralı alan incelendiğinde, kereste firmalarının yoğunluklu olarak iki firmadan, 62 numaralı Üstünkarlı ve 64 numaralı Weinig firmalarından makine ve ekipman aldıkları görülmektedir. 62 numaralı Üstünkarlı firması kuruluş yeri olarak İstanbul'da bulunmaktadır. 64 numaralı Weinig, Alman firmasıdır ve kereste firmaları genelde Weining'in İstanbul'daki şubesinden makine ve ekipmanlarını satın almaktadır.

Mobilya firmaları açısından değerlendirildiğinde en fazla sayıda makine ve ekipman satın alınan firma başka bir ifadeyle merkezde bulunan firma 79 numaralı Özkonyalılar firmasıdır ve kuruluş yeri Ankara'da bulunmaktadır. Harita genel olarak değerlendirildiğinde kereste firmalarının kümelenmesinin daha yoğun olduğu, kereste firmalarının mobilya firmalarına göre makine ve ekipman aldıkları firmaların daha az sayıda olduğu görülmektedir. Mobilya firmalarının kereste firmaları ile karşılaştırıldığında makine ve ekipman aldıkları firmalar daha fazla sayıdadır ve yine kereste kümelenmesine göre yoğunluğu daha azdır, daha fazla dağılım göstermektedir.

Networkleri ve onun aktörlerini anlamak için aktörlerin network içinde yerleşimlerini araştırmak gerekmektedir. Networkteki yerleşim bir kümelenme üyesinin merkeziliği ile ölçülmektedir. Bu ölçütler kümelenme üyelerinin degree, betweenness ve closeness değerleridir. Bu ölçütler kümelenme üyelerinin network içindeki rollerini ve yoğunlaşmaları-gruplanmaları aydınlatmaktadır. Örneğin, networkün üyelerinden bağlantılar, köprüler, uzmanlar, izole oyuncular kimlerdir, yoğunlaşmalar nerededir ve onun içinde kimler bulunmaktadır, bir networkün çekirdeği kim veya kimlerdir veya kim çevrede yer almaktadır gibi soruları yanıtlamaktadır.⁴⁹⁷ Bunun için her bir kümelenme haritası için derece, aradalık ve yakınlık değerleri açısından ilk beş sırada yer alan kümelenme üyeleri verilmektedir.

⁴⁹⁷ <<http://www.orgnet.com/sna.html>> (20.10.2009)

**Çizelge 5.1 - Makine ve Ekipman Kullanımında Kümelenmesinde Derece,
Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma**

Firma	Derece	Firma	Yakınlık	Firma	Aradalık
WEINIG (64)	0.1653543	NETMAK (77)	0.1829190	NETMAK (77)	0.3503479
USTUNKARLI (62)	0.1259843	MODSAN MOBİLYA (33)	0.1812711	OZKONYALILAR (79)	0.3337291
OZKONYALILAR (79)	0.0866142	CEMİL USTA AGAC MAK. (96)	0.1780628	MODSAN MOBİLYA (33)	0.3238345
SABRİ YAMAN (72)	0.0629921	TAN MOBİLYA (51)	0.1749660	CEMİL USTA AGAC MAK. (96)	0.3225611
NETMAK (77)	0.0472441	AKGUL MOBİLYA (8)	0.1734577	WEINIG (64)	0.2853679

Weining firması, derece değeri açısından makine ve ekipman kullanımı kümelenmesinde en fazla doğrudan bağlantı sayısına sahip olan aktördür. Bu durum onu network içindeki en aktif aktör yapmaktadır. Weining firması bu kümelenme içinde bir “bağlayıcı” veya “merkez” konumundadır. Weining firması kereste firmalarının kümelenmesi merkezinde bulunmaktadır ve en fazla makine ve ekipman satın alınan firmadır.

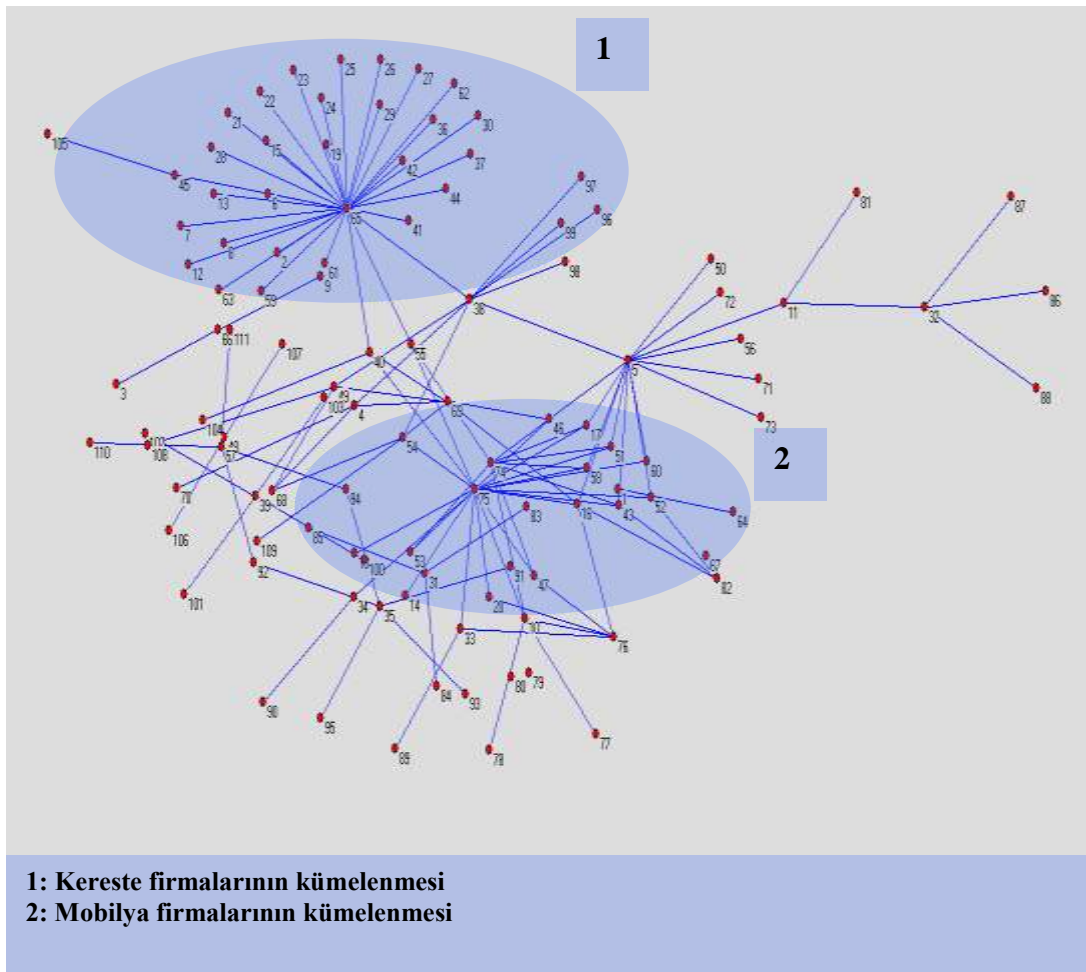
Netmak firması, Weining firması kadar doğrudan bağlantı sayısına sahip değildir, fakat Netmak firmasının sahip olduğu bağlantı düzeni ona en yüksek yakınlık değerini vermektedir. Başka bir ifadeyle Netmak Firması networkteki tüm aktörlere herkesten önce ulaşma imkanına sahiptir. Bunun nedeni de Netmak firmasının diğerlerine giden en kısa yola sahip olması ve herkese yakın olması kısaca merkezde bulunmasıdır. Bu firma network içindeki yerleşim konumundan dolayı network içindeki neler olduğunu (akımları-bağlantıları) en iyi görebilme olanağına sahip aktördür ve network içindeki en iyi pozisyon bu firmaya aittir.

Netmak firması, Weining firması kadar doğrudan bağlantı sayısına sahip olmamasına rağmen Netmak firması bir çok açıdan networkteki en iyi yerleşim yerlerinden birine sahiptir. En yüksek aradalık değeri Netmak Firmasına aittir. Netmak firması, kereste firmaları kümelenmesinin ve mobilya firmaları kümelenmesinin arasında bulunmaktadır ve bir aracılık rolü oynamaktadır. Kısacası

Netmak firması makine ve ekipman kullanımı kümelenmesinde güçlü bir rol oynamaktadır.

5.4.1.2. Hammadde Kullanımında Kümelenme Düzeyi

Haritada 1 numaralı alanda gösterilen yoğunlaşma kereste firmalarının kümelenmesidir. Haritada 2 numara ile gösterilen alan mobilya firmalarının kümelenmesidir.



Şekil 5.2 - Hammadde Kullanımında Kümelenme Düzeyi

Kereste firmaları hammaddelerini temel olarak Orman İşletme Müdürlüklerinden almaktadır ve Orman İşletme Müdürlükleri haritada 65 numara ile

gösterilmektedir. Haritada dikkat çeken bir nokta 38 numaralı firma olan ORMA firmasının hem tedarikçi hem müşteri konumunda olmasıdır. 38 numaralı firma, Orman İşletme Müdürlüklerinden hammaddesini satın alırken, ürettiği ürünleri de kümelenmenin içindeki üyelerin bir kısmına 4 numaralı Adekor ve 5 numaralı Adım Yapı firmalarına satmaktadır. Yani kümelenmedeki firmaların bir kısmının tedarikçisi konumundadır. Kısacası 38 numaralı firma hem tedarikçi hem müşteri konumunda başka bir ifadeyle “ortadaki(medium)” konumundadır ve ildeki orman ürünleri endüstrisi sektörü kümelenmesi için önemli bir bağlantı noktasını oluşturmaktadır.

2 numaralı bölgede mobilya firmalarının hammadde tedarikinde yoğunlaştığı başka ifadeyle merkezde bulunan iki firma vardır. Bu firmalar 74 numaralı Yönet Ticaret ve 75 numaralı Erdoğan Ticaret firmalarıdır. Her iki firmada da kuruluş yeri olarak Isparta’da bulunmaktadır. Kısacası harita genel olarak yorumlandığında hem mobilya hem de kereste firmaları hammadde tedarikini bölgedeki firmalar ve kuruluşlardan yapmaktadır.

Çizelge 5.2 - Hammadde Kullanımı Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma

Firma	Derece	Firma	Yakınlık	Firma	Aradalık
ORMAN İŞLETMELERİ (65)	0.2818182	ORMA (38)	0.3287793	ORMAN İŞLETMELERİ (65)	0.3231394
ERDOĞAN TİCARET (75)	0.1727273	ORMAN İŞLETMELERİ (65)	0.3287793	ORMA (38)	0.1808979
ADIM YAPI (5)	0.1363636	ERDOĞAN TİCARET (75)	0.2962269	ERDOĞAN TİCARET (75)	0.1717096
ORMA (38)	0.0818182	ADIM YAPI (5)	0.2933227	ADIM YAPI (5)	0.1633728
YÖNET ORMAN ÜRÜNLERİ (74)	0.0818182	ÖZDEMİR MOBİLYA (40)	0.2918919	ÖZDEMİR MOBİLYA (40)	0.0654376

Orman İşletmeleri, derece değeri açısından hammadde kullanımı kümelenmesinde(networkünde) en fazla doğrudan bağlantı sayısına sahip olan aktördür. Bu durum onu network içindeki en aktif aktör yapmaktadır. Bu beklenen

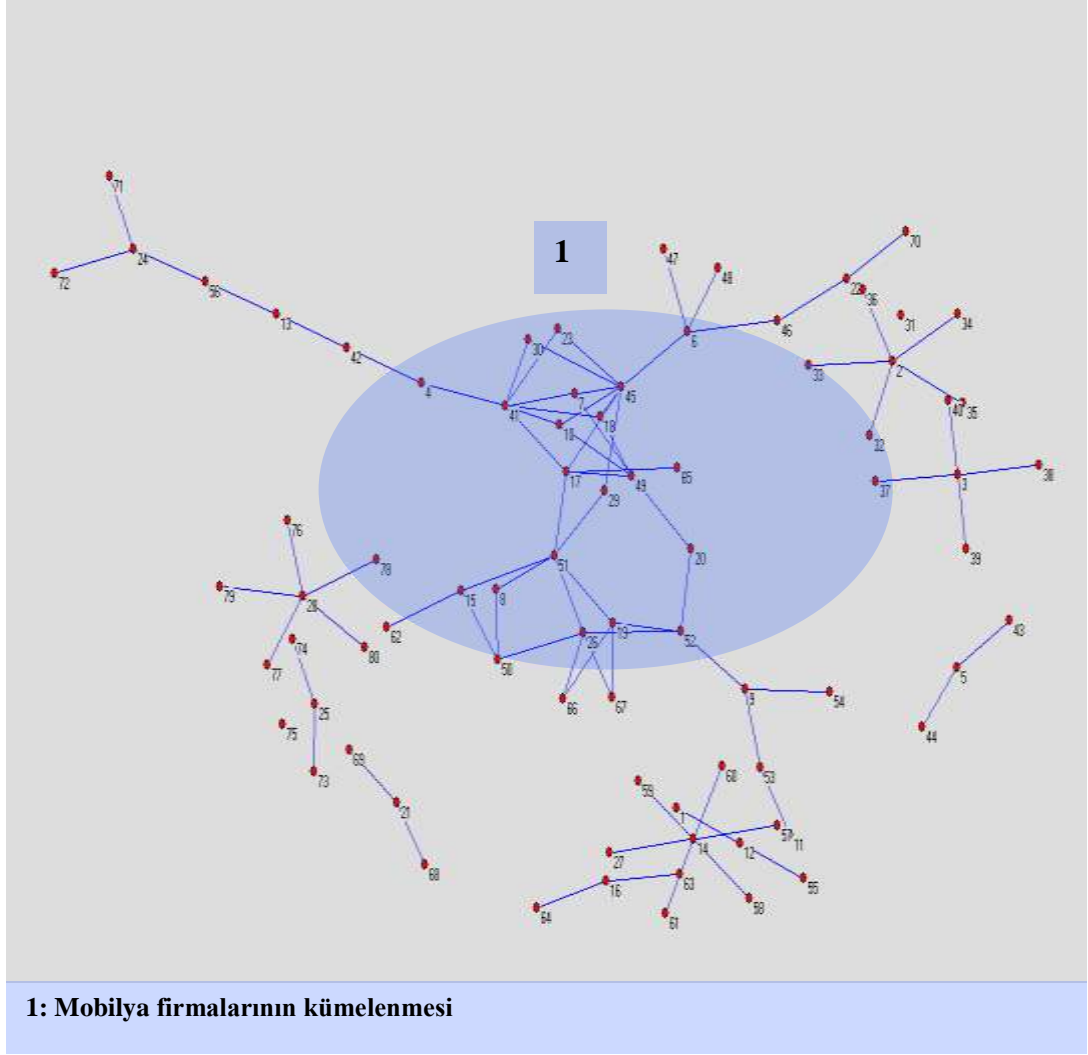
bir sonuçtur; çünkü kereste firmalarının tamamı hammaddelerini orman işletmelerinden almaktadır. Orman işletmeleri, bu kümelenme içinde özellikle kereste firmaları kümelenmesi için bir “bağlayıcı” veya “merkez” konumundadır. Hammadde kullanımı kümelenmesine en yüksek ikinci derece değeri Erdoğan Ticaret firmasına aittir. Erdoğan ticaret kümelenme haritasındaki konumundan da görüleceği gibi mobilya firmalarının hammadde kullanımı kümelenmesinin merkezinde yer almaktadır. Erdoğan Ticaret, bu kümelenme içinde özellikle mobilya firmaları kümelenmesi için bir “bağlayıcı” veya “merkez” konumundadır.

ORMA firması, Orman İşletmeleri kadar doğrudan bağlantı sayısına sahip değildir fakat ORMA firmasının sahip olduğu bağlantı düzeni ona en yüksek yakınlık değerini sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle ORMA Firması networkteki tüm aktörlere herkesten önce ulaşma imkanına sahiptir. Bunun nedeni de Orma firmasının diğerlerine giden en kısa yola sahip olması ve herkese yakın olması kısaca merkezde bulunmasıdır. Bu firma network içindeki yerleşim konumundan dolayı network içindeki neler olduğunu (akımları-bağlantıları) en iyi görebilme olanağına sahip aktördür ve network içindeki en iyi pozisyon bu firmaya aittir.

Orman İşletmeleri hammadde kullanımı kümelenmesinde hem en fazla doğrudan bağlantı sayısına sahiptir hem de en yüksek aradalık değerine sahiptir. Orman işletmeleri, bir çok açıdan networkteki en iyi yerleşim yerlerinden birine sahiptir ve hammadde kullanımı kümelenmesinde güçlü bir rol oynamaktadır. Yüksek aradalık değerine sahip olduğu için network içindeki ilişki akımları üzerinde önemli bir etkisi vardır. Dolayısıyla networkün çıktıları üzerinde de çok fazla gücü bulunmaktadır.

5.4.1.3. Yarımamül Kullanımında Kümelenme Düzeyi

Yarımamül kullanımı kümelenme haritasında sadece mobilya firmaları yer almaktadır ve mobilya firmalarının kümelenmesi 1 numaralı alan ile gösterilmektedir. Kereste firmaları üretim sürecinde yarımamül kullanmadıkları için bu haritada yer almamaktadır.



Şekil 5.3 - Yarımamül Kullanımında Kümelenme Düzeyi

Mobilya firmaları yarımamül kullanımında yoğunluklu olarak dört firmadan yarımamüllerini satın almaktadır. Bu firmalar; 41 numaralı Bozdemir Ticaret firması, 45 numaralı Atasoy Ticaret firması, 49 numaralı Karakuş Ticaret firması ve 51 numaralı AGT firmasıdır. İlk üç firma kuruluş yeri olarak Isparta'da yer alırken 51 numaralı firma Antalya'da bulunmaktadır. Kısacası mobilya firmaları yarımamüllerini bölgedeki firmalardan satın almaktadır. Haritanın geneli değerlendirildiğinde bu dört firma üzerinde yoğunlaşma bulunsa da bazı mobilya firmalarının çok sayıda ve farklı firmalardan yarımamül tedarikinde bulunduğu da görülmektedir.

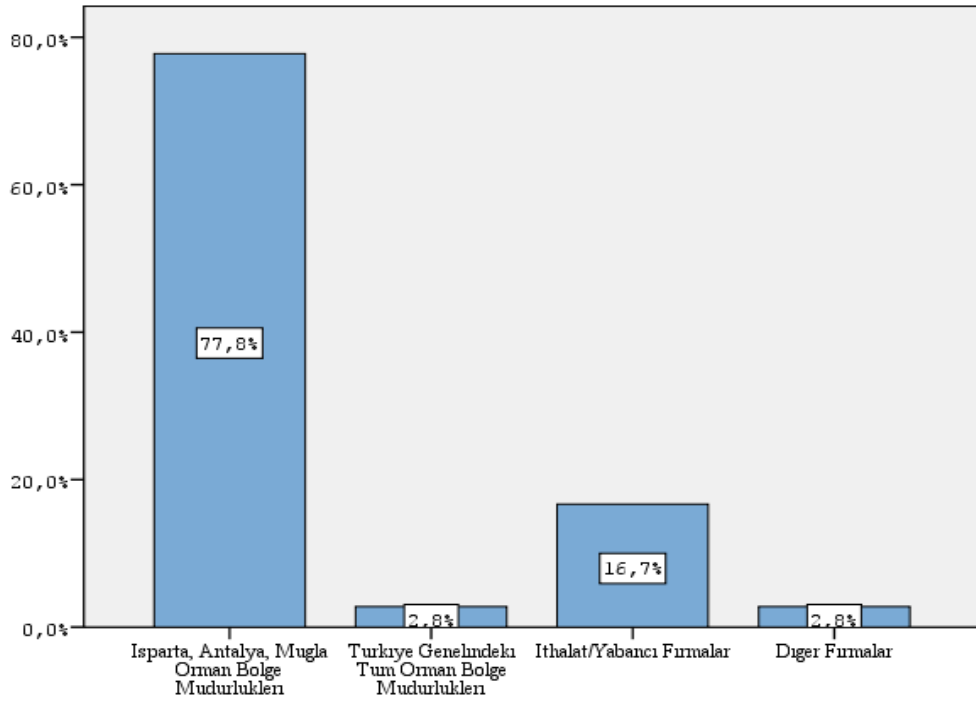
Çizelge 5.3 - Yarımamül Kullanımı Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma

Firma	Derece	Firma	Yakınlık	Firma	Aradalık
ATASOY TİCARET (45)	0.1012658	OZDEMİR MOBİLYA (17)	0.1596983	AGT (51)	0.0841209
BOZDEMİR TİCARET (41)	0.0886076	AGT (51)	0.1482000	ATASOY TİCARET (45)	0.0800479
MOPAN (14)	0.0759494	BOZDEMİR TİCARET (41)	0.1436047	BOZDEMİR TİCARET (41)	0.0791555
AGT (51)	0.0759494	ATASOY TİCARET (45)	0.1436047	OZDEMİR MOBİLYA (17)	0.0768665
ADEKOR MOBİLYA (2)	0.0632911	KARAKUŞ TİCARET (49)	0.1372222	AKGUL MOBİLYA (4)	0.0623174

Atasoy Ticaret firması, derece değeri açısından yarımamül kullanımı kümelenmesinde en fazla doğrudan bağlantı sayısına sahip olan aktördür. Bu durum onu network içindeki en aktif aktör yapmaktadır. Atasoy Ticaret firması bu kümelenme içinde bir “bağlayıcı” veya “merkez” konumundadır. Bu firma mobilya firmalarının kümelenmesinin merkezinde bulunmaktadır ve en fazla sayıda müşterisi olan yarımamül tedarikçisi konumundaki firmadır.

Özdemir Mobilya firması, Atasoy Ticaret firması kadar doğrudan bağlantı sayısına sahip değildir fakat Özdemir Mobilya firmasının sahip olduğu bağlantı düzeni ona en yüksek yakınlık değerini sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle Özdemir Mobilya firması networkteki tüm aktörlere herkesten önce ulaşma imkanına sahiptir. Bunun nedeni de Özdemir Mobilya firmasının diğerlerine giden en kısa yola sahip olması ve herkese yakın olması kısaca merkezde bulunmasıdır. Bu firma network içindeki yerleşim konumundan dolayı network içindeki neler olduğunu (akımları-bağlantıları) en iyi görebilme olanağına sahip aktördür ve network içindeki en iyi pozisyon bu firmaya aittir.

AGT firması, Atasoy Ticaret firması kadar doğrudan bağlantı sayısına sahip olmamasına rağmen bir çok açıdan networkteki en iyi yerleşim yerlerinden birine sahiptir. En yüksek aradalık değeri AGT firmasına aittir. AGT firması, mobilya firmaları yarımamül kullanımı kümelenmesinin merkezi bir yerinde yerleşmiştir ve üç tane alt kümelenmenin arasında bulunmaktadır. AGT, önemli bir bağlantı noktasını oluşturmakta ve bir aracılık rolü oynamaktadır. Kısacası AGT firması yarımamül kullanımı kümelenmesinde güçlü bir rol oynamaktadır.



Şekil 5.5 - Hammadde Girdilerinin Dağılımı (Kereste Firmaları Açısından)

Kereste firmalarının hammadde satın aldığı Orman İşletme Müdürlüklerinin kümelenme haritası incelendiğinde açık bir şekilde 38 numaralı Isparta, Antalya, Muğla Orman İşletme Müdürlüklerinin çevresinde kümelandıkları görülmektedir. Kısacası kereste firmaları hammadde tedarikini Isparta ili ve yakın çevredeki Antalya ve Muğla illerinden gerçekleştirmektedir. İthalat yapılan yabancı ülkeler; Rusya, Ukrayna ve Kırgızistan'dır. Bu haritanın grafik haline getirilmiş şekli incelendiğinde hammadde tedarikinde Isparta, Antalya, Muğla Orman Bölge Müdürlükleri %77,8 ile büyük bir kısmı oluştururken ikinci sırada İthalat %16,7'lik bir payla yer almaktadır.

Çizelge 5.4 - Hammadde Girdileri (OİM Açısından)Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma

Firma	Derece	Firma	Yakınlık	Firma	Aradalık
İSPARTA, ANTALYA, MUĞLA OİM (38)	0.7857143	İSPARTA, ANTALYA, MUĞLA OİM (38)	0.6252383	İSPARTA, ANTALYA, MUĞLA OİM (38)	0.8539489
İTHALAT (RUSYA) (41)	0.1190476	İSPARTA KERESTE (18)	0.4434830	İSPARTA KERESTE (18)	0.1747967
ÇAGLAR KERESTE (9)	0.0714286	SAKARYA KERESTE (29)	0.4334038	İTHALAT (RUSYA) (41)	0.1545683
İSPARTA KERESTE (18)	0.0714286	KILIC MOBİLYA (22)	0.4057397	ÇAGLAR KERESTE (9)	0.0893341
ÖZEL YETİŞTİRİCİLER (40)	0.0714286	ORMA (25)	0.4057397	ÖZEL YETİŞTİRİCİLER (40)	0.0888502

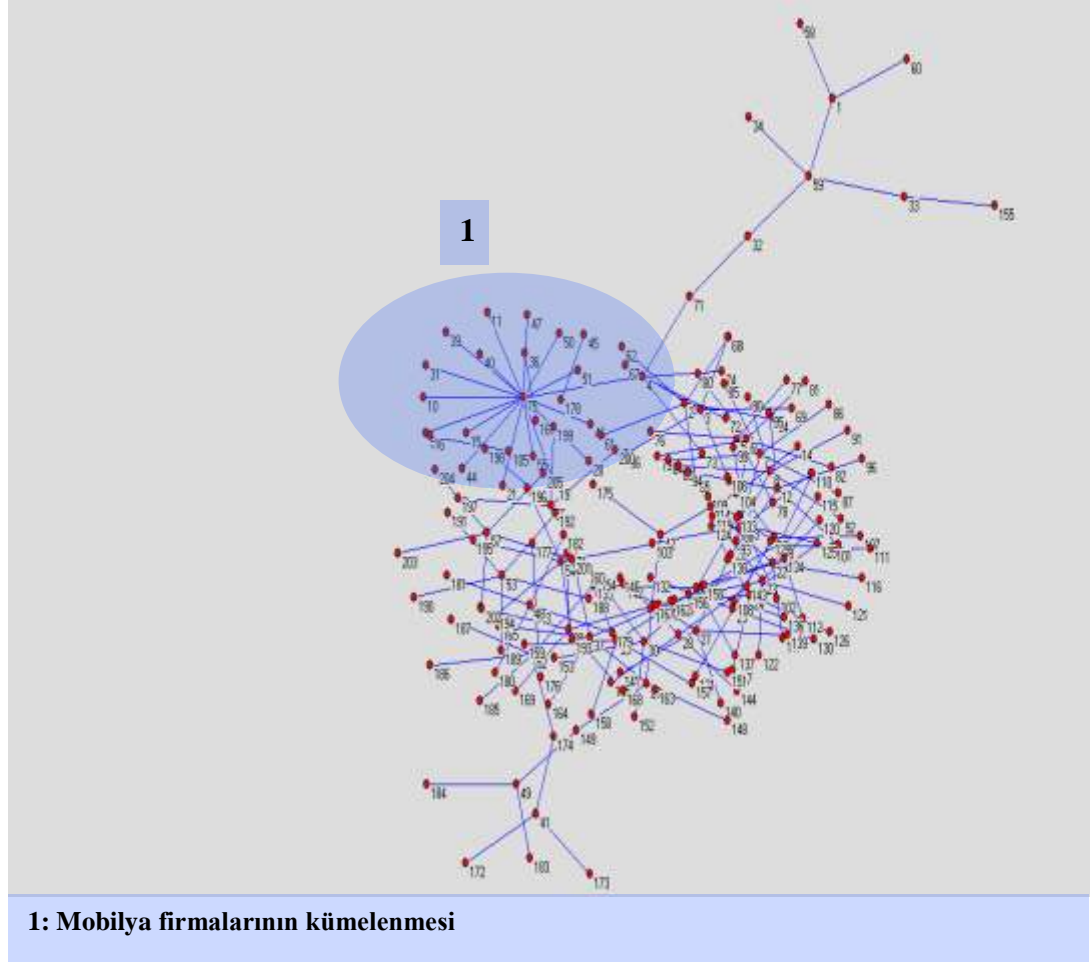
Isparta, Antalya, Muğla OİM'leri, derece değeri açısından hammadde girdileri (OİM açısından) kümelenmesinde en fazla doğrudan bağlantı sayısına sahip olan aktördür. Bu durum onu network içindeki en aktif aktör yapmaktadır. Isparta, Antalya, Muğla OİM'leri bu kümelenme içinde bir "bağlayıcı" veya "merkez" konumundadır. Isparta, Antalya, Muğla OİM'leri, kereste firmalarının kümelenmesi merkezinde bulunmaktadır ve en fazla hammadde satın alınan aktördür.

Isparta, Antalya, Muğla OİM'leri hem en fazla doğrudan bağlantı sayısına sahiptir hem de Isparta, Antalya, Muğla OİM'lerinin sahip olduğu bağlantı düzeni ona en yüksek yakınlık değerini sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle Isparta, Antalya, Muğla OİM'lerinin networkteki tüm aktörlere herkesten önce ulaşma imkanına sahiptir. Bunun nedeni de Isparta, Antalya, Muğla OİM'lerinin diğerlerine giden en kısa yola sahip olması ve herkese yakın olması kısaca merkezde bulunmasıdır. Bu aktör network içindeki yerleşim konumundan dolayı network içinde neler olduğunu, akımları en iyi görebilme olanağına sahip aktördür ve network içindeki en iyi pozisyona sahiptir.

Isparta, Antalya, Muğla OİM'leri en yüksek aradalık değerine ve bir çok açıdan networkteki en iyi yerleşim yerlerinden birine sahiptir. Isparta, Antalya, Muğla OİM'leri, kereste firmaları kümelenmesinin merkezinde bulunmaktadır ve hammadde girdileri kümelenmesinde güçlü bir rol oynamaktadır.

5.4.1.5. Müşteri Firmalar Açısından Kümelenme Düzeyi

Haritadan da görüleceği gibi kereste firmalarının müşterileri birbirinden bağımsız ve farklı firmalardır. Dolayısıyla kereste firmalarının müşteri firmalar düzeyinde belirli bir odakta kümelenmesi söz konusu değildir. Haritada 1 numaralı alan mobilya firmalarının kümelenmesidir.



Şekil 5.6 - Müşteri Firmalar Açısından Kümelenme Düzeyi

Mobilya firmaları açısından müşterileri 75 numara ile gösterilen kişisel müşterilerdir. Dolayısıyla Mobilya firmaları 75 numaranın etrafında yoğunlaşmışlardır. Anket çalışmasındaki “Müşteri firmalarınız kimlerdir?” sorusuna mobilya firmalarının tamamına yakını kişisel müşterilerdir cevabını vermiştir. Kurumlar ve büyük firmalar mobilya firmalarının müşteri portföyüne girmemektedir.

Çizelge 5.5 - Müşteri Firmalar Açısından Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma

Firma	Derece	Firma	Yakınlık	Firma	Aradalık
KİSİSEL MUSTERİLER (75)	0.0833333	KİSİSEL MUSTERİLER (75)	0.0652908	KİSİSEL MUSTERİLER (75)	0.0158408
YUCEER KERESTE (2)	0.0245098	ADEKOR MOBİLYA (4)	0.0615058	ADEKOR MOBİLYA (4)	0.0113011
ALAADDİN OZDEMİR ORMAN URUNLERİ (3)	0.0245098	USTAM İNSAAT (71)	0.0523939	USTAM İNSAAT (71)	0.0081136
ADEKOR MOBİLYA (4)	0.0245098	ALTIN CEKİC MOBİLYA (9)	0.0456334	MERKEZ PRES (32)	0.0074375
ALTIN ORMAN URUNLERİ (6)	0.0245098	AKGUL MOBİLYA (10)	0.0456334	SOYLEYİCİ İNSAAT (59)	0.0071960

75 numaralı Kişisel Müşteriler aktörü, derece değeri açısından müşteri firmalar kümelenmesinde en fazla doğrudan bağlantı sayısına sahip olan aktördür. Bu durum onu network içindeki en aktif aktör yapmaktadır. Kişisel Müşteriler aktörü bu kümelenme içinde bir “bağlayıcı” veya “merkez” konumundadır. 75 numaralı Kişisel Müşteriler aktörü, mobilya firmalarının kümelenmesi merkezinde bulunmaktadır.

75 numaralı Kişisel Müşteriler aktörü hem en fazla doğrudan bağlantı sayısına sahiptir hem de sahip olduğu bağlantı düzeni ona en yüksek yakınlık değerini sağlamaktadır. 75 numaralı Kişisel Müşteriler aktörü diğerlerine giden en kısa yola sahiptir ve herkese yakın olması onu merkeze yerleştirmektedir. Bu aktör network içindeki yerleşim konumundan dolayı network içinde neler olduğunu ve akımları-bağlantıları en iyi görebilme olanağına sahip aktördür ve özellikle mobilya firmaları kümelenmesi içindeki önemli bir pozisyona sahiptir.

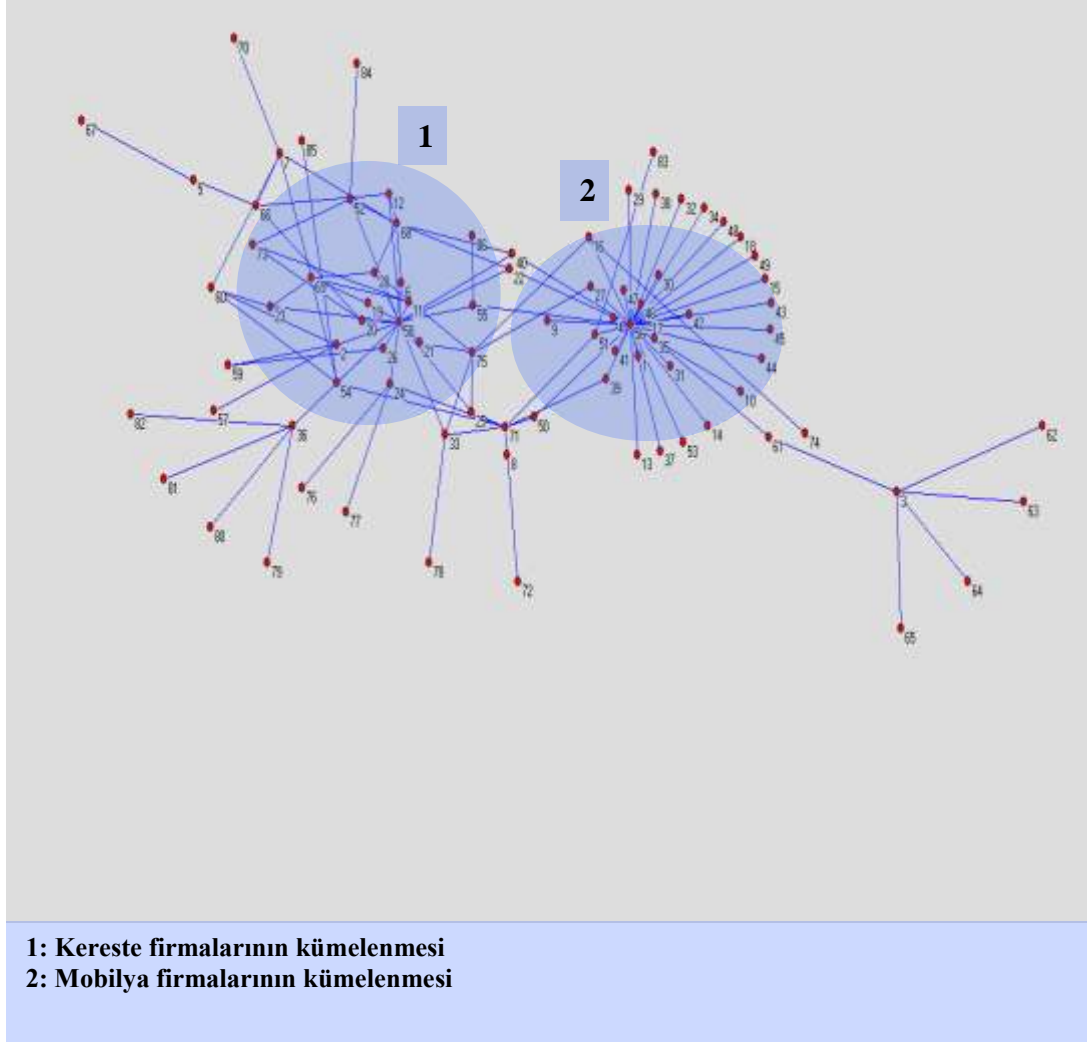
En yüksek aradalık değeri 75 numaralı Kişisel Müşteriler aktörüne aittir ve bir çok açıdan networkteki en iyi yerleşim yerlerinden birine sahiptir. Bu aktör özellikle mobilya firmaları kümelenmesinde güçlü rol oynamaktadır.

Müşteri firmalar kümelenmesinde en yüksek ikinci yakınlık ve aradalık değerine sahip olan aktör 4 numaralı Adekor firmasıdır. Bu firma ikinci en yüksek yakınlık değerine sahip olarak networkteki en güçlü pozisyonlardan birine sahiptir. Adekor firması hem mobilya firmaları kümelenmesine hem de kereste firmalarına yakın bulunmaktadır. Aradalık değeri açısından Adekor firması hem mobilya kümelenmesi hem de kereste firmalarının bulunduğu alan arasında bulunmakta ve aracılık rolü oynamaktadır. Dolayısıyla kümelenme açısından önemli bir aktördür.

5.4.1.6. Müşteri Firmaların Yerleşim Yeri (İli) Açısından Kümelenme Düzeyi

Müşteri firmaların yerleştikleri yer (il) açısından kümelenme düzeyini gösteren haritada 1 numaralı alan kereste firmalarının kümelenmesi, 2 numaralı alan mobilya firmalarının kümelenmesidir.

Kereste firmalarının müşterilerinin kümelenme merkezinde haritada 58 numara ile gösterilen İstanbul ili yer almaktadır. Bununla birlikte yoğun olarak Karadeniz bölgesinde de müşterileri bulunmaktadır. Özellikle haritada 68 numara ile gösterilen Trabzon ve 69 numara ile gösterilen Giresun illerinde müşterileri yoğunlaşmaktadır.



Şekil 5.7 - Müşteri Firmaların Yerleşim Yeri (İli) Açısından Kümelenme Düzeyi

Trabzon ve Giresun gibi Karadeniz bölgesinde yer alan illerin müşteri firmaların yerleştikleri yer kümelenmesinde ön plan çıkması oldukça ilginçtir. Çünkü Karadeniz bölgesi ağaç hammaddesi ve ağaç ürünleri açısından oldukça zengin bir bölgedir. Ancak Karadeniz bölgesinde, Akdeniz bölgesinde yetişen ve örnekleme konu olan firmaların işledikleri Kızılcım ağacı yetişmemektedir. Karadeniz bölgesinde ağırlıklı olarak Akçam yetişmektedir ve bu ağacın reçinesi yoktur. Dolayısıyla neme dayanıklı değildir. Oysa ki Isparta bölgesinde yetişen ve Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinde kullanılan kızılcım ağacı reçinelidir ve neme dayanıklıdır. Karadeniz bölgesinden gelen müşteri talepleri kızılcım ağacından işlenen ürünlere olmaktadır. Kızılcım, dayanıklı olması ve işlendiğinde ortaya çıkan düzgün görüntüsü nedeniyle ve Karadeniz bölgesinden gelen talep doğrultusunda bu

bölgeye gönderilmektedir. Bu nokta yani bölgede yetişen ağacın kaliteli olması ve yurt çapında talebinin bulunması Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesinin rekabetçi avantajlarından birisidir. Bilindiği gibi hammadde kaynaklarına yakın yerleşim kümelenmelere rekabetçi avantaj sağlayan faktörlerden birisi olarak değerlendirilmektedir.

Mobilya firmalarının müşterilerinin haritada 56 numara ile gösterilen Isparta ilinde yoğunlaştığı görülmektedir. 56 numaralı Isparta ili mobilya firmalarının müşterilerinin kümelenme merkezidir.

Çizelge 5.6 - Müşteri Firmaların Yerleşim Yeri Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma

Firma	Derece	Firma	Yakınlık	Firma	Aradalık
ISPARTA (56)	0.7294118	ISPARTA (56)	0.4187192	ISPARTA (56)	0.6657216
ISTANBUL (58)	0.4117647	GOZDE KERESTE (22)	0.3990610	ISTANBUL (58)	0.4584587
ANTALYA (71)	0.2000000	SAKARYA KERESTE (40)	0.3990610	YUCECAM KERESTE (55)	0.1471672
TRABZON (68)	0.1294118	YUCECAM KERESTE (55)	0.3917051	ANTALYA (71)	0.1342140
GIRESUN (69)	0.0941176	ISTANBUL (58)	0.3917051	OBELLI MOBILYA (35)	0.1327731

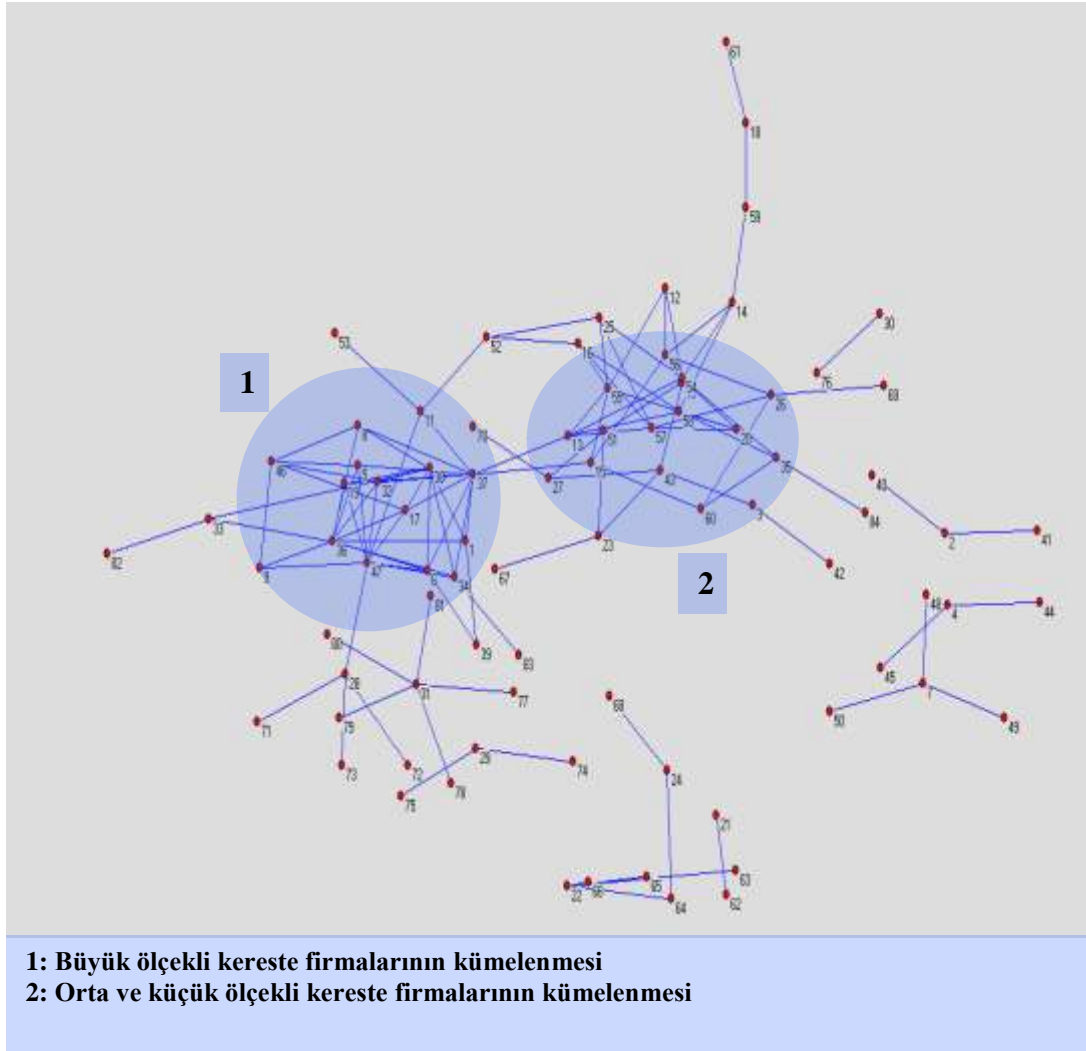
Isparta ili, derece değeri açısından müşteri firmaların yerleşim yeri kümelenmesinde en fazla doğrudan bağlantı sayısına sahip olan aktördür. Bu durumu network içindeki en aktif aktör yapmaktadır. Isparta ili, bu kümelenme içinde bir “bağlayıcı” veya “merkez” konumundadır. Isparta ili, özellikle mobilya firmalarının kümelenmesi merkezinde bulunmaktadır ve en fazla mobilya firmalarını müşterilerinin yerleşim yeri açısından en fazla müşterilerinin bulunduğu merkezdir.

Isparta ilinin sahip olduğu bağlantı düzeni ona en yüksek yakınlık değerini sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle Isparta ili networkteki tüm diğer aktörlere giden en kısa yola sahiptir ve herkese yakın olması onu merkeze yerleştirmektedir. Bu aktör network içindeki yerleşim konumundan dolayı network içindeki en iyi pozisyon bu firmaya aittir.

Isparta ili en yüksek aradalık değerine ve bir çok açıdan networkteki en iyi yerleşim yerlerinden birine sahiptir. bu aktör mobilya firmaları kümelenmesinin merkezinde yer alırken aynı zamanda kereste firmaları ile de bağlantısı vardır ve bağlayıcılık rolü oynamaktadır. Kısacası Isparta ilinin müşteri firmaların yerleşim yeri kümelenmesinde güçlü bir rolü bulunmaktadır.

5.4.1.7. Rakip Firmalar Açısından Kümelenme Düzeyi

Rakip firmalar açısından kümelenme düzeyini gösteren haritada 1 numaralı alan büyük ölçekli kereste firmalarının kümelenmesini, 2 numaralı alan orta ve küçük ölçekli kereste firmalarının kümelenmesini göstermektedir.



Şekil 5.8 - Rakip Firmalar Açısından Kümelenme Düzeyi

1 numara ile gösterilen büyük ölçekli kereste firmalarının rakiplerinin kümelenmesinin merkezinde 36 numaralı Sakarya Kereste firması, 37 numaralı Çağlar Kereste firması, 38 numaralı Altın Orman Ürünleri kereste firması ve 47 numaralı Yüceer Kereste firması yer almaktadır.

2 numaralı alan olan orta ve küçük ölçekli kereste firmalarının rakipleri kümelenmesinin merkezinde ise 54 numaralı Bilge Kereste firması, 55 numaralı İpekgül Kereste firması, 57 numaralı Gül Kereste firması ve 58 numaralı Özdamar Kereste firması yer almaktadır.

1 numaralı alandaki kümelenmedeki rakip kereste firmalarının ölçekleri 2 numaralı alandaki kümelenmedeki rakip kereste firmalarının ölçeklerinden daha büyüktür. Kısacası firmalar kendilerine rakip olarak benzer ölçekteki firmaları görmektedir.

Mobilya firmaları anketteki C-2 numaralı “Rakipleriniz kimlerdir?” sorusuna cevap vermedikleri için bu haritada yer almamaktadır. Görüşmeler sırasında bu soruya cevap vermemelerini; ildeki mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmaların tamamını rakip olarak gördükleri şeklinde açıklamışlardır. Dolayısıyla belirli bir firma ismi veremeyeceklerini belirtmişlerdir. Bunun nedeni olarak da müşterilerinin büyük oranda kişisel müşterilerden oluştuğunu, müşteri odaklı çalıştıklarını ve ilde bulunan diğer tüm mobilya firmalarının kendileri için potansiyel rakip konumunda olduğunu belirtmişlerdir.

Çizelge 5.7 - Rakip Firmalar Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma

Firma	Derece	Firma	Yakınlık	Firma	Aradalık
ÇAĞLAR KERESTE (37)	0.1325301	ÇAĞLAR KERESTE (37)	0.2182540	ÇAĞLAR KERESTE (37)	0.1367363
SAKARYA KERESTE (36)	0.1204819	GOKASLAN KERESTE (13)	0.1980792	GOKASLAN KERESTE (13)	0.0696304
YÜCEER KERESTE (47)	0.1084337	GOZDE KERESTE (15)	0.1948052	YÜCEER KERESTE (47)	0.0604925
ÜNLÜ ORMAN ÜRÜNLERİ (54)	0.0963855	AKDENİZ KERESTE (6)	0.1827243	GOZDE KERESTE (15)	0.0483078
BİLGE KERESTE (55)	0.0722892	HILALSAN ORMAN URUNLERI (17)	0.1827243	GORGULU KERESTE (14)	0.0376927

Çağlar Kereste firması, derece değeri açısından rakip firmalar kümelenmesinde en fazla doğrudan bağlantı sayısına sahip olan aktördür. Bu durumu network içindeki en aktif aktör yapmaktadır. Çağlar Kereste firması bu kümelenme içinde bir “bağlayıcı” ve “merkez” konumundadır. Çağlar kereste firması büyük ölçekli kereste firmaları kümelenmesinde bulunmasına rağmen rakiplik açısından orta ve küçük ölçekli kereste firmaları kümelenmesi ile büyük ölçekli kereste firmaları kümelenmesini birbirine bağlayan köprü rolü oynamaktadır. Bu durum hem büyük ölçekli kereste firmalarından hem de küçük ve orta ölçekli kereste firmalarından Çağlar Kereste firmasını rakip olarak gören firmalar mevcut olduğunu göstermektedir.

Çağlar Kereste firmasının sahip olduğu bağlantı düzeni ona en yüksek yakınlık değerini sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle Çağlar Kereste firması networkteki tüm aktörlere herkesten önce ulaşma imkanına ve en kısa yola sahiptir.

En yüksek aradalık değeri Çağlar Kereste firmasına aittir ve bir çok açıdan networkteki en iyi yerleşim yerlerinden birine sahiptir. Çağlar Kereste firması, büyük ölçekli kereste firmaları kümelenmesinin ve orta ve küçük ölçekli kereste firmaları kümelenmesinin arasında bulunmaktadır ve bir aracılık rolü oynamaktadır. Dikkat çeken nokta aradalık değeri sıralamasında ikinci en yüksek aradalık değerine sahip olan Gökaslan Kereste firması da büyük ölçekli kereste firmaları kümelenmesi ile orta ve küçük ölçekli kereste firmaları kümelenmesi arasında köprü görevi görmektedir. Gökaslan kereste firması orta ve küçük ölçekli kereste firmaları kümelenmesinde yer almasına rağmen büyük ölçekli kereste firmalarının bazıları tarafından rakip olarak görülmektedir.

5.4.1.8. Rakip Firmaların Yerleşim Yeri (İli) Açısından Kümelenme Düzeyi

Rakiplerin yerleşim yeri(ili) açısından kümelenme düzeyini gösteren harita, bir önceki haritada açıklanan neden dolayısıyla yine sadece kereste firmalarını kapsamaktadır.



Şekil 5.9 - Rakip Firmaların Yerleşim Yeri (İli) Açısından Kümelenme Düzeyi

Haritada 38 numara ile Isparta İli gösterilmektedir. Kereste firmaları açısından rakiplerinin Isparta ilinde kümелendikleri görülmektedir. Isparta ilindeki kereste firmaları dışında haritada 43 numara ile gösterilen Bursa ve 41 numara ile gösterilen Kocaeli illerinde de orman ürünleri endüstrisi firmalarından rakiplerinin bulunduğunu belirten kereste firmaları bulunmaktadır. Fakat kereste firmalarının rakip firmaları ağırlıklı olarak Isparta ilindeki diğer kereste firmalarıdır.

Çizelge 5.8 - Rakip Firmaların Yerleşim Yeri (İli) Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma

Firma	Derece	Firma	Yakınlık	Firma	Aradalık
ISPARTA (38)	2.5945946	ISPARTA (38)	0.5750760	ISPARTA (38)	0.7789368
BURSA (43)	0.1521739	SAKARYA KERESTE (29)	0.4574468	SAKARYA KERESTE (29)	0.3354924
AKDENİZ KERESTE(6)	0.1086957	AKDENİZ SAUNA (7)	0.3659574	BURSA (43)	0.3145652
GÖKASLAN KERESTE(14)	0.1086957	OBELLI MOBİLYA (24)	0.3659574	MOPAN (23)	0.0848171
HİLALSAN ORMAN ÜRÜNLERİ(18)	0.1086957	YUKSELEN KERESTE (35)	0.3659574	KOCAELI (41)	0.0416667

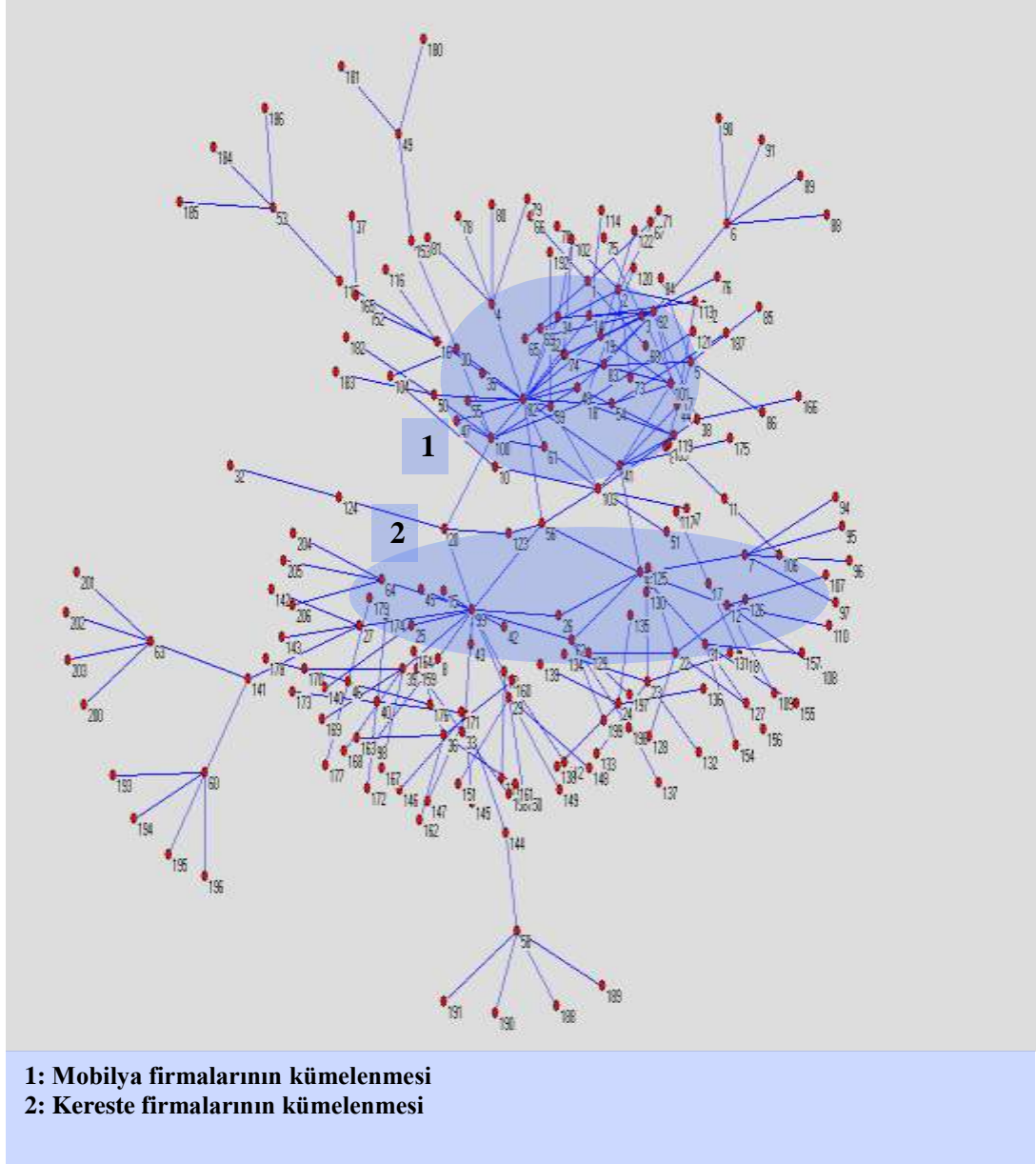
Rakip firmaların yerleşim yeri kümelenmesinde Isparta ili, en yüksek derece değerine dolayısıyla en fazla doğrudan bağlantı sayısına sahip olan aktördür. Bu durum onu network içindeki en aktif aktör yapmaktadır. Isparta ili bu kümelenme içinde bir “bağlayıcı” ve merkez konumundadır.

En yüksek yakınlık değerine sahip aktör Isparta ilidir. Isparta ilinin sahip olduğu bağlantı düzeni ona en yüksek yakınlık değerini sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle Isparta ili aktörü networkteki tüm aktörlere herkesten önce ulaşma imkanına sahiptir. Bunun nedeni de Isparta ili aktörünün diğerlerine giden en kısa yola sahip olması ve herkese yakın olması kısaca merkezde bulunmasıdır. Bu aktör network içindeki yerleşim konumundan dolayı network içinde en iyi pozisyona sahiptir.

En yüksek aradalık değeri de Isparta ili aktörüne aittir. Isparta ili aktörü rakip firmaların yerleşim yeri kümelenmesinde merkezdedir ve kümelenmede güçlü bir rol oynamaktadır.

5.4.1.9. En Fazla Ticari İlişkide Buldukları (Ciro Düzeyi) İşletmeler Açısından Kümelenme Düzeyi

En fazla ticari ilişkide buldukları işletmeler açısından kümelenme düzeyini gösteren harita incelendiğinde, 1 numaralı alan mobilya firmalarının kümelenmesini, 2 numaralı alan kereste firmalarının kümelenmesini göstermektedir.



Şekil 5.10 - En Fazla Ticari İlişkide Buldukları (Ciro Düzeyi) İşletmeler Açısından Kümelenme Düzeyi

2 numaralı alan incelendiğinde kereste firmalarının ciro açısından en fazla ticari ilişkide bulunduğu işletmeler 93 numaralı Sütçüler Orman İşletme Müdürlüğü ve 99 numaralı Isparta, Antalya, Muğla Orman İşletme Müdürlükleridir. Başka bir ifadeyle kereste firmalarının en fazla ticari ilişkide oldukları kuruluşlar tedarikçileri yani orman işletme müdürlükleridir ve kereste firmalarının orman işletme müdürlükleri etrafında kümelenmeleri görülmektedir. Kısacası kereste firmaları ciro

açısından bölgesel ölçekte ticari ilişkilere sahiptir. Diğer taraftan kereste firmalarının en fazla ticari ilişkide oldukları işletmeler içinde müşterileri birbirinden farklı olduğu için müşteri düzeyinde bir kümelenme görülmemektedir.

1 numaralı alan incelendiğinde mobilya firmalarının ciro açısından en fazla ticari ilişkide buldukları üç firma bulunmaktadır. Bu firmalar, 82 numaralı Erdoğan Ticaret firması, 92 numaralı Yıldız Orman Ürünleri firması ve 100 numaralı Yönet Ticaret firmasıdır. Her üç firmanın da kuruluş yeri Isparta İlidir. Kısacası mobilya firmaları ciro açısından Isparta ili ölçeğinde ticari ilişkilere sahiptir.

Çizelge 5.9 - En Fazla Ticari İlişkide Buldukları İşletmelerin Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5 Firma

Firma	Derece	Firma	Yakınlık	Firma	Aradalık
ERDOĞAN TICARET (82)	0.0975610	UGUR DOĞRAMA (56)	0.2265608	ISPARTA, ANTALYA, MUĞLA OİM (99)	0.2662291
ISPARTA, ANTALYA, MUĞLA OİM (99)	0.0780488	ISPARTA, ANTALYA, MUĞLA OİM (99)	0.2155475	ERDOĞAN TICARET (82)	0.2047273
YILDIZ ORMAN URUNLERI (92)	0.0487805	ERDOĞAN TICARET (82)	0.2125948	UGUR DOĞRAMA (56)	0.1751064
YONET ORMAN URUNLERI (100)	0.0439024	SUTCULER OİM (93)	0.1862330	SUTCULER OİM (93)	0.1070624
ADIM YAPI (103)	0.0390244	DOĞANAY DOĞRAMA (20)	0.1836617	HILALSAN ORMAN URUNLERI (27)	0.0788140

Erdoğan Ticaret firması, derece değeri açısından en fazla ticari ilişkide buldukları işletmeler kümelenmesinde en fazla doğrudan bağlantı sayısına sahip olan aktördür. Bu durum onu network içindeki en aktif aktör yapmaktadır. Erdoğan Ticaret firması bu kümelenme içinde bir “bağlayıcı” veya “merkez” konumundadır. Erdoğan Ticaret firması özellikle mobilya firmalarının kümelenmesi merkezinde bulunmaktadır ve en fazla ticari ilişki bağlantı sayısına sahip olan firmadır.

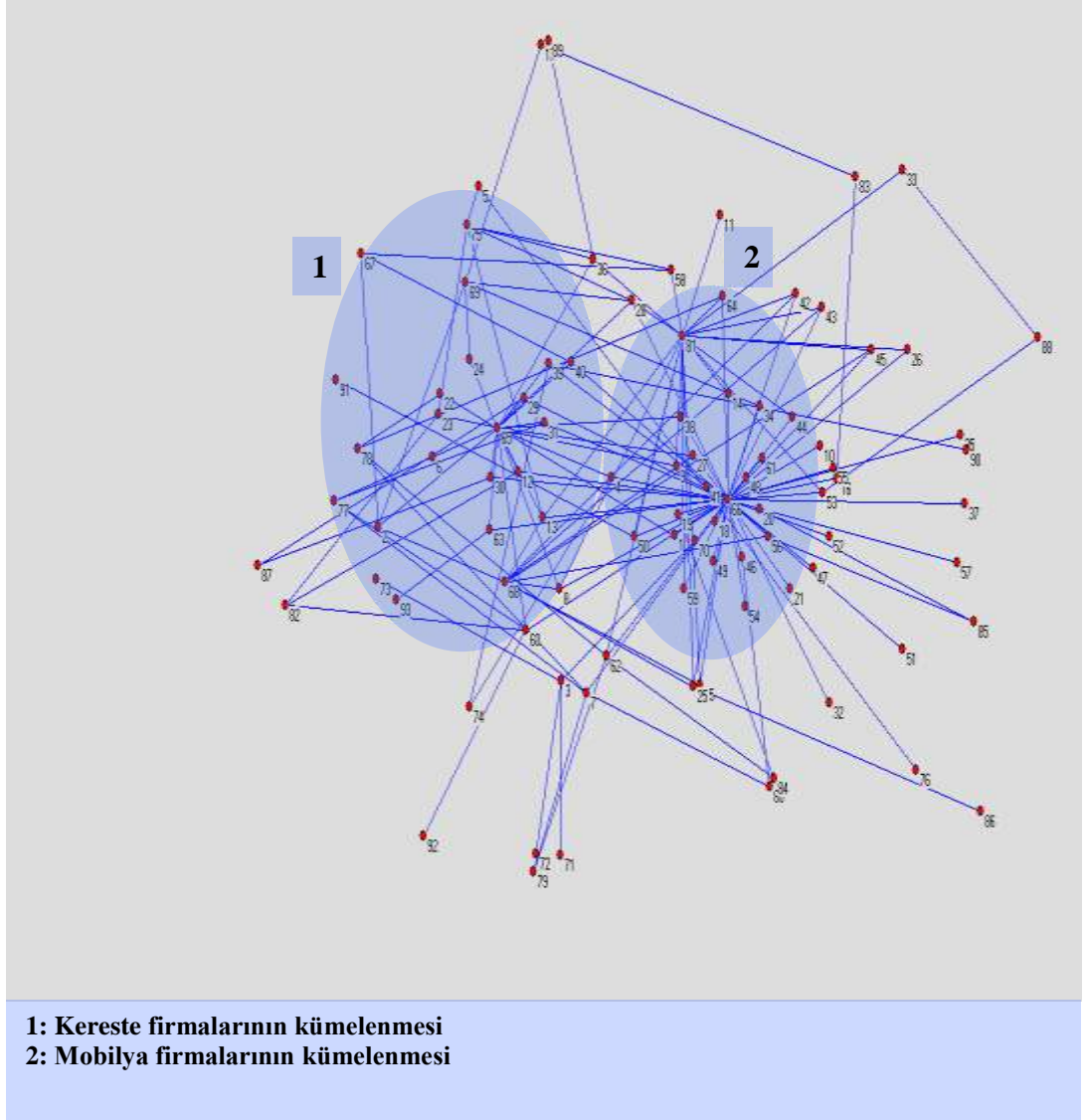
Uğur Doğrama firması, Erdoğan Ticaret firması kadar doğrudan bağlantı sayısına sahip değildir fakat Uğur Doğrama firmasının sahip olduğu bağlantı düzeni ona en yüksek yakınlık değerini sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle Uğur Doğrama

Firması networkteki tüm aktörlere herkesten önce ulaşma imkanına sahiptir. Bunun nedeni de Uğur Doğrama firmasının diğerlerine giden en kısa yola sahip olması ve herkese yakın olması kısaca merkezde bulunmasıdır. Uğur Doğrama firması bağlantı- köprü görevi görmektedir. Bu firma network içindeki yerleşim konumundan dolayı network içindeki neler olduğunu, akımları ve bağlantıları en iyi görebilme olanağına sahip aktördür ve network içindeki en iyi pozisyon bu firmaya aittir.

Isparta, Antalya, Muğla OİM'leri aktörü, Erdoğan Ticaret firması kadar doğrudan bağlantı sayısına sahip olmamasına rağmen bir çok açıdan networkteki en iyi yerleşim yerlerinden birine sahiptir. En yüksek aradalık değeri Isparta, Antalya, Muğla OİM'leri aktörüne aittir. Isparta, Antalya, Muğla OİM'leri aktörü kereste firmaları kümelenmesinin merkezinde bulunmakta ve beş tane alt kümelenmeye aracılık rolü oynamaktadır. Başka bir ifadeyle bu kümelenmeleri birbirine bağlayan aktör görevini görmekte ve önemli bir bağlantı noktasını oluşturmaktadır. Dolayısıyla Isparta, Antalya, Muğla OİM'leri, en fazla ticari ilişkide bulunan işletmeler kümelenmesinde güçlü bir rol oynamaktadır.

5.4.1.10. En Fazla Ticari İlişkide Buldukları (Ciro Açısından) İşletmelerin Yerleşim Yeri (İli) Açısından Kümelenme Düzeyi

Kümelenmedeki firmaların en fazla ticari ilişkide buldukları işletmelerin yerleştikleri şehir açısından kümelenme düzeyini gösteren haritada 1 numaralı alan kereste firmalarının kümelenmesini, 2 numaralı alan mobilya firmalarının kümelenmesini göstermektedir.



Şekil 5.11 - En Fazla Ticari İlişide Buldukları (Ciro Açısından) İşletmelerin Yerleşim Yeri (İli) Açısından Kümelenme Düzeyi

1 numaralı alanın merkezinde 65 numara ile İstanbul ili, 68 numara ile gösterilen Muğla ili ve 69 numara ile gösterilen Ankara ili yoğun kümelenmenin olduğu ve merkezde yer alan iller olarak görülmektedir. 1 numaralı alanın solunda ise 77 numaralı Trabzon, 78 numaralı Giresun, 82 numaralı Adapazarı ve 87 numaralı Zonguldak illeri kümelenme odakları olarak dikkat çekmektedir. Bir önceki haritada ciro açısından kereste firmaları değerlendirildiğinde tedarikçi bazında Isparta, Antalya, Muğla illeri Orman işletme müdürlükleri etrafında kümelenme

görülmüş, müşterileri farklı olduğu için müşteri düzeyinde belirgin kümelenme görülmemiştir. Bu haritada müşteriler yerleştikleri yer bazında incelendiği için özellikle 65 numaralı İstanbul, 68 numaralı Muğla ve 69 numaralı Ankara illeri kümelenme merkezleri konumundadır ve bu kümelenme müşteriler düzeyinde oluşan kümelenmeyi de içermektedir. Bu illeri takiben yine en fazla ticari ilişkide oldukları müşterilerin yerleştikleri iller bazında 77 numaralı Trabzon, 78 numaralı Giresun, 82 numaralı Adapazarı ve 87 numaralı Zonguldak illeri kümelenme odakları olarak yer almaktadır ve yine bu iller kereste firmalarının ticari açıdan en fazla ilişkide oldukları firmaları (özelikle müşteri bazında) göstermektedir.

Kısacası bu kümelenme haritası kereste firmalarının en fazla ticari ilişkide buldukları firmaların yerleşim yeri açısından değerlendirildiğinde en fazla İstanbul, Muğla ve Ankara illerinde, ardından Karadeniz bölgesinde (Trabzon, Giresun, Zonguldak illeri) ve Kocaeli ilinde kümelendikleri görülmektedir. Kereste firmalarının en fazla ticari ilişkide buldukları işletmeler ciro açısından İstanbul ve Muğla'da bulunmaktadır. Kereste firmaları için İstanbul ticari ilişki açısından müşterilerinin yoğunlaştığı yerleşim yeri, Muğla ticari ilişki açısından tedarikçilerinin yoğunlaştığı yerleşim yeridir. Başka bir ifadeyle kereste firmaları için sadece bölgesel ölçekte değil ulusal ölçekte en fazla ticari ilişkide buldukları işletmelerin kümelenmesi söz konusudur.

Haritada 2 numara ile gösterilen alan mobilya firmalarının en fazla ticari ilişkide buldukları işletmelerin yerleştikleri yer açısından kümelenmesini göstermektedir. 2 numaralı alanda 66 numara ile gösterilen Isparta ve 81 numara ile gösterilen Antalya illerinin merkezde yer aldıkları ve bu iller etrafında kümelenmenin olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle mobilya firmalarının ticari ilişkileri incelendiğinde bölgesel ölçekte çalıştıkları görülmektedir. Kereste firmaları ticari ilişki açısından daha çok ulusal ölçekte çalışırken, mobilya firmaları ticari ilişki açısından bölgesel ölçekte faaliyet göstermektedir.

Çizelge 5.10 - En Fazla Ticari İlişkide Buldukları İşletmelerin Yerleşim Yeri (İli) Kümelenmesinde Derece, Yakınlık ve Aradalık Değerlerine Göre İlk 5

Firma

Firma	Derece	Firma	Yakınlık	Firma	Aradalık
İSTANBUL (65)	0.4565217	İSPARTA (66)	0.6008947	İSPARTA (66)	0.6351921
ANTALYA (81)	0.2934783	İSPARTA KERESTE (28)	0.4355692	İSTANBUL (65)	0.1671906
MUGLA (68)	0.1195652	CAGLAR KERESTE (13)	0.4310083	ANTALYA (81)	0.1137818
KOCAELI (75)	0.0978261	AKDENİZ SAUNA (8)	0.4178811	KOCAELI (75)	0.0439730
ANKARA (69)	0.0652174	AKGUL MOBİLYA (9)	0.4136813	İSPARTA KERESTE (28)	0.0349620

İstanbul ili aktörü, derece değeri açısından en fazla ticari ilişkide bulunulan işletmelerin yerleşim yeri kümelenmesinde en fazla doğrudan bağlantı sayısına sahip olan aktördür. Bu durum onu network içindeki en aktif aktör yapmaktadır. İstanbul ili, bu kümelenme içinde bir “bağlayıcı” veya “merkez” konumundadır. İstanbul ili, özellikle kereste firmalarının kümelenmesi merkezinde bulunmaktadır.

Isparta ili aktörü, İstanbul ili aktörü kadar doğrudan bağlantı sayısına sahip değildir fakat Isparta ilinin sahip olduğu bağlantı düzeni ona en yüksek yakınlık değerini sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle Isparta ili aktörü networkteki tüm aktörlere herkesten önce ulaşma imkanına sahiptir. Bunun nedeni de Isparta ili aktörünün diğerlerine giden en kısa yola sahip olması ve herkese yakın olması kısaca merkezde bulunmasıdır. Isparta ili özellikle mobilya firmaları kümelenmesinin merkezinde yer almaktadır. Bu aktör network içindeki yerleşim konumundan dolayı network içinde en iyi pozisyona sahiptir.

En yüksek aradalık değeri Isparta ili aktörüne aittir. Isparta ili aktörü en fazla ticari ilişkide bulunulan işletmelerin yerleşim yeri kümelenmesinde merkezdedir ve kümelenmede güçlü bir rol oynamaktadır. Aradalık değerinin yüksek olması bu aktörün arada-olma rolünü yani networkün önemli bağlantı noktalarından birini oluşturduğunu göstermektedir.

5.4.1.11. Isparta Orman Ürünleri Kümelenmesi Haritalarının Çap(Diameter) ve Yoğunluk(Density) Değerleri

Tablodaki çap(diameter) değerleri her bir kümelenme haritasında birbirine en uzak mesafede yer alan aktörleri ve her bir kümelenme haritasının çapını göstermektedir. Yine her bir kümelenme haritasının yoğunluk değerleri Pajek 1.24 programı ile hesaplanmıştır ve aşağıdaki tablodaki gibidir.

Çizelge 5.11 - Isparta Orman Ürünleri Kümelenmesi Haritaları Çap(Diameter) ve Yoğunluk(Density) Değerleri

Kümelenmeler	En Uzun Yol	Çap	Yoğunluk
Makine ve Ekipman	BALABAN (60)'dan BURSERKUR (89)'a	16	0.0395480
Hammadde	KORKMAZLAR TICARET (77)'den SFC ENTEGRE ORMAN URUNLERI (87)'e	7	0.0439815
Yarımamül	KILIC MOBILYA (11)'dan ALPINE (72)'e	13	0.0553333
Hammadde (Orman İşletme Müdürlükleri)	CIFTCI KARDESLER KERESTE (10)'den KIRGIZISTAN (39)'a	9	0.1904762
Müşteri Firmalar	ALTIN CEKIC MOBILYA (9)'dan ALFA INSAAT (155)'a	7	0.0207444
Müşterilerin Yerleşim Yeri	ALMANYA (62)'dan MANISA (67)'ya	10	0.1038123
Rakip Firmalar	KARAMAN ORMAN ÜRÜNLERİ (61)'den KULU KERESTE (73)'ye	10	0.0699708
Rakip Firmaların Yerleşim Yeri	YUCEER KERESTE (1)'den ADIM YAPI (4)'ya	6	0.3324324
En Fazla Ticari İlişkide Buldukları (Ciro Açısından) İşletmeler	BIRLIK DOGRAMA (88)'dan KADIAHMETOGULLARI A.S. (190)'na	10	0.0244278
En Fazla Ticari İlişkide Buldukları (Ciro Açısından) İşletmelerin Yerleşim Yeri	KONYA (74)'dan MANISA (76)'ya	6	0.1271552

Isparta orman ürünleri endüstrisi kümelenmesi haritalarının tamamının yoğunluk değerleri sıfıra yakın ve düşük değerlerdir. Isparta Orman Ürünleri endüstrisi kümelenmesinin yoğunluk değerlerinin oldukça düşük olması kümelenmenin üyelerinin diğer üyelerle yoğun ilişkilere sahip olmadığını göstermektedir. Porter'a göre bu durum gelişmemiş(undeveloped) bir kümelenmeyi göstermektedir.

5.4.2. İstatistiksel Analiz

İstatistiksel analiz, Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesinin karakteristik özellikleri belirlemeye yöneliktir. Örnekleme konu olan firmaların ciro düzeyi, çalışan sayısı ve firmanın yaşı değişkenlerinin firmanın sahip olduğu bağlantı sayısına göre farklılık gösterip göstermediği ve aralarında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmıştır. Kümelenme üyelerinin bazı özellikleri; örneğin firmanın çalışan sayısı, firmanın yaşı, firmanın ciro düzeyi ile kümelenme üyelerinin derece(degree), yakınlık (closeness), aradalık(betweenness) gibi networkle ilişkili olan değerleri arasındaki bağlantılar analiz edilmiştir.

Bu çalışmada kullanılan örneklemedeki firmaların içderece(indegree) değerleri bulunmamakta, dışderece(outdegree) değerleri bulunmaktadır ve bu değerler sıfırdan büyüktür. İstatistiksel analizde C-3 sorusundan, yani firmanın en fazla ticari ilişkide bulunduğu işletmeler kümesine ait derece, yakınlık ve aradalık değerleri kullanılacaktır. Bu soru kapsamında, firmaya dışarıdan gelen bağlantı bulunmamakta, firmanın dışarıya giden bağlantıları bulunmaktadır. Dolayısıyla istatistiksel analizlerde içderece(outdegree) değerleri kullanılmıştır ve C-3 sorusu doğrultusunda örneklemedeki aktörler tedarikçi üyeler sınıflandırmasına girmektedir.

5.4.2.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Tanımlayıcı istatistikler analizi ile Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesinin derece, yakınlık, aradalık değerleri, firma ciro düzeyi, çalışan sayısı ve firma yaşı ortalamaları hesaplanmış ve değerlendirilmiştir.

Çizelge 5.12 - Tanımlayıcı İstatistikler

	Minimum	Maksimum	Ortalama		Std.
			İstatistik	Std. Hata	Sapma İstatistik
Derece	0,0048	0,0243	0,0169	0,000	0,007
Yakınlık	0,0097	0,2265	0,1289	0,007	0,059
Aradalık	0,0000	0,1751	0,0154	0,003	0,025
Firmanın Ciro Düzeyi	1	6	2,843	0,201	1,615
Çalışan Sayısı	1	276	15,90	4,441	35,53
Firmanın Yaşı	1	47	20,968	1,453	11,62

Tanımlayıcı istatistikler tablosunda derece değeri(bağlantı sayısı); minimum 0,0048 ve maksimum 0,0243'dür. Örneklemdeki firmaların ortalama derece değeri 0,0169'dur. Yakınlık değeri; minimum 0,0097 ve maksimum 0,2265'dir. Örneklemdeki firmaların ortalama yakınlık değeri 0,1289'dur. Aradalık değeri minimum 0 ve maksimum 0,1751'dir. Örneklemdeki firmaların ortalama aradalık değeri 0,0154'dür. Kısacası Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi için kümelenme karakteristiklerini gösteren derece, yakınlık ve aradalık değerlerinin ortalamaları düşüktür. Başka ifadeyle kümelenmenin ortalama bağlantı sayısı, ortalama yakınlık değeri ve ortalama aradalık değerleri düşüktür. Bu durum gelişmemiş bir kümelenmenin göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Bu çalışmada kullanılan ankette firmaların gerçekleşen ciro düzeyleri için aralıklar belirlenmiş ve firmalara gerçekleşen ciro düzeylerinin bu aralıklardan hangisinde bulunduğu sorulmuştur. Bu nedenle firmaların ciro düzeylerine ait değişken 1'den 6'ya kadar olan aralıktaki en düşük düzeyle en yüksek düzey şeklinde kategorize edilerek kullanılmıştır. (Bkz: EK-2 anket) Bu aralıklara şunlardır: 1. düzey: 0 – 50.000 TL, 2. düzey: 50.000-250.000TL, 3. Düzey: 250.000-500.000TL, 4. Düzey: 500.000-1.000.000TL, 5. Düzey: 1.000.000-5.000.000TL, 6. Düzey: 5.000.000 ve üzeridir. Tanımlayıcı istatistik tablosunda firmanın ciro düzeyi minimum 1 ve maksimum 6'dır. Örneklemdeki firmaların ortalama ciro seviyesi 2,8'dir. Bu aralık 250.000-500.000TL değerine karşılık gelmektedir. DPT'nin

hazırlamış olduğu “KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2007-2009)” raporunda⁴⁹⁸ yıllık mali bilançosu 1 Milyon TL’nin altında olan işletmeler mikro işletme olarak tanımlanmaktadır ve dolayısıyla örneklemedeki işletmeler ciro ortalamasına göre mikro işletme sınıfına girmektedir.

Tanımlayıcı istatistik tablosunda çalışan sayısı; minimum değeri 1 ve maksimum değeri 276’dır. Örneklemedeki firmaların ortalama çalışan sayısı 16’dır. Bu değer kümelenmedeki firmaların büyük oranda küçük ölçekli işletmelerden oluştuğunu göstermektedir. DPT’nin hazırlamış olduğu “KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2007-2009)” raporunda Türkiye’deki işletmeler çalışan sayısına göre şu şekilde sınıflandırılmıştır: çalışan sayısı 0-9 aralığında olan işletmeler mikro ölçekli işletme, çalışan sayısı 10-49 aralığında olan işletmeler küçük ölçekli işletme ve çalışan sayısı 50-246 aralığında olan işletmeler orta ölçekli işletmelerdir.⁴⁹⁹

Tanımlayıcı istatistik tablosuna göre örneklemedeki firmaların yaşı minimum 1 ve maksimum 47’dir. Örneklemedeki firmaların yaş ortalaması 21’dir. KOSGEB, 2002 yılı Genel İmalat Sanayi ve İşyerleri Sayımı İmalat Sanayi Değerlendirmesi’nde imalat sanayindeki firmaların ortalama yaş düzeyi 9.1 olarak belirtmiştir.⁵⁰⁰ Örneklemedeki firmaların ortalama yaş değeri bu değer ile karşılaştırıldığında yüksek bir değerdir ve bu durum kümelenmedeki firmaların (kümelenmenin) rekabetçi avantaja sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle kereste sektörü Isparta ilinde uzun zamandan bu yana faaliyet gösteren bir sektör olduğu için örneklemedeki firmaların ortalama yaş düzeyi yüksektir.

Daha önce de belirtildiği gibi firmanın yaşının ve firmanın boyutunun o firmanın rekabetçiliğinin bir göstergesi olduğunu kabul edilmektedir. Dolayısıyla Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Kümelenmesinin yaş ortalamasının yüksek olması kümelenmenin rekabetçi avantajı olduğunu göstermektedir.

⁴⁹⁸ DPT, KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2007-2009), Ankara, Ocak 2007, s.22.

⁴⁹⁹ DPT, KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2007-2009), Ankara, Ocak 2007, s.22.

⁵⁰⁰ KOSGEB, 2002 Yılı Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı İmalat Sanayi Değerlendirmesi, Şubat 2005, Ankara, s.8.

5.4.2.2. Hipotezler

Isparta orman ürünleri endüstrisi kümelenmesinin profilini belirlemek için çeşitli hipotezler geliştirilmiştir. Bu hipotezler şunlardır:

H1: Daha fazla çalışana sahip olan Isparta orman ürünleri endüstrisi kümelenmesi firmalarının kümelenmenin diğer firmaları ile karşılaştırıldığında daha fazla küme bağlantısı (daha yüksek derece değeri) vardır.

H2: Isparta orman ürünleri endüstrisindeki kümelenme üyelerinden daha fazla ciroya sahip olan firmaların kümelenmenin diğer firmalarla ile karşılaştırıldığında daha fazla bağlantısı (daha yüksek derece değeri) vardır.

H3: Isparta orman ürünleri kümelenmesindeki daha yaşlı firmaların, kümelenmenin diğer firmaları ile karşılaştırıldığında daha fazla bağlantısı (daha yüksek derece değeri) vardır.

Hipotez 1, Hipotez 2 ve Hipotez 3 için Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi üyelerinin çalışan sayısı, cirosu ve firmanın yaşı ile derece değeri arasında pozitif korelasyon olup olmadığını test edilmiştir.

H4: Daha fazla çalışana sahip olan Isparta orman ürünleri endüstrisi kümelenmesi firmalarının kümelenmenin diğer firmaları ile karşılaştırıldığında aradalık değerleri daha fazladır.

H5: Isparta orman ürünleri endüstrisindeki kümelenme üyelerinden daha fazla ciroya sahip olan firmaların kümelenmenin diğer firmalarla ile karşılaştırıldığında aradalık değerleri daha fazladır.

H6: Isparta orman ürünleri kümelenmesindeki daha yaşlı firmaların, kümelenmenin diğer firmaları ile karşılaştırıldığında aradalık değerleri daha fazladır.

Hipotez 4, Hipotez 5 ve Hipotez 6 için Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi üyelerinin çalışan sayısı, cirosu ve firmanın yaşı ile aradalık değeri arasında pozitif korelasyon olup olmadığını test edilmiştir.

H7: Daha fazla çalışana sahip olan Isparta orman ürünleri endüstrisi kümelenmesi firmalarının kümelenmenin diğer firmaları ile karşılaştırıldığında yakınlık değerleri daha fazladır.

H8: Isparta orman ürünleri endüstrisindeki kümelenme üyelerinden daha fazla ciroya sahip olan firmaların kümelenmenin diğer firmalarla ile karşılaştırıldığında yakınlık değerleri daha fazladır.

H9: Isparta orman ürünleri kümelenmesindeki daha yaşlı firmaların, kümelenmenin diğer firmaları ile karşılaştırıldığında yakınlık değerleri daha fazladır.

Hipotez 7, Hipotez 8 ve Hipotez 9 için Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi üyelerinin çalışan sayısı, cirosu ve firmanın yaşı ile yakınlık değeri arasında pozitif korelasyon olup olmadığını test edilmiştir.

5.4.2.3. Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi veya bir değişkenin iki veya daha fazla değişken ile olan ilişkisini test etmek, varsa bu ilişkinin değerini ölçmek için kullanılan istatistiksel bir yöntemdir. Korelasyon analizinde amaç bağımsız değişken(X) değiştiğinde, bağımlı değişken(Y)nin ne yönde değişeceğini görmektir. Korelasyon analizi sonucunda doğrusal ilişki olup olmadığı, varsa bu ilişkinin derecesi korelasyon katsayısı ile hesaplanır. Korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında değer alır. Korelasyon analizi sonucunda iki değişken arasında pozitif korelasyon veya negatif korelasyon olabilir veya korelasyon olmayabilir. Pearson korelasyon katsayısı iki sürekli değişkenin doğrusal ilişkisinin derecesini ölçmekte kullanılır. Pearson korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasında değer alır.⁵⁰¹ Korelasyon analizi ile elde edilen Pearson Korelasyon Katsayısı iki değişken arasında anlamlı bir ilişki var mıdır sorusunun cevabını vermektedir. Korelasyon analizi ile örnekleme konu olan firmaların ciro düzeyi, çalışan sayısı ve firma yaşı değişkenleri ile derece, aradalık ve yakınlık değerleri arasında anlamlı bir ilişki var

⁵⁰¹ KALAYCI, Şeref, SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın Dağıtım, 3. Baskı, 2008, Ankara, s.115,116.

mıdır sorusu cevaplanmıştır. Analiz sonucunda elde edilen korelasyon tablosu aşağıdadır.

Çizelge 5.13 - Korelasyon Tablosu

		Derece	Yakınlık	Aradalık	Firmanın Ciro Düzeyi	Çalışan Sayısı	Firmanın Yaşı
Derece	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	1					
Yakınlık	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	-0,079	1				
		0,535					
Aradalık	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	0,410(**)	0,424(**)	1			
		0,001	0,000				
Firmanın Ciro Düzeyi	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	0,379(**)	-0,221	0,039	1		
		0,002	0,079	0,762			
Çalışan Sayısı	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	0,231	0,012	0,054	0,524(**)	1	
		0,066	0,928	0,672	0,000		
Firmanın Yaşı	Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	-0,109	-0,090	0,014	0,034	0,240	1
		0,392	0,481	0,910	0,787	0,057	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Korelasyon tablosunda istatistiksel olarak $\alpha= 0.01$ düzeyinde anlamlı olan dört tane ilişki vardır. Birinci anlamlı ilişki; aradalık değeri ile derece değeri arasındaki ilişkidir. Aradalık değeri ile derece değeri arasındaki Pearson korelasyon katsayısına göre elde edilen değer 0,410'dür ve anlamlıdır. Bu değer istatistiksel olarak firmanın aradalık değeri ile derece değeri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bu sonuca göre merkezde yer alan firmaların bağlantısı diğer firmalara göre daha yüksektir.

İkinci anlamlı ilişki; aradalık değeri ile yakınlık değeri arasında bulunmuştur. Aradalık değeri ile yakınlık değeri arasında Pearson korelasyon katsayısına göre elde edilen değer 0,424'dür ve anlamlıdır. Bu durum merkezde yer alan firmaların yakınlık değerlerinin diğer firmaların yakınlık değerlerine göre daha yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Başka bir ifadeyle kümelenmenin merkezinde yer alan

firmalar birbirine mesafe olarak daha yakın bulunmaktadır. Kısacası merkezde yer alan firmaların birbirleriyle daha yakın ilişkide olma olanağı artmaktadır. (Yakınlık değeri arttığında firmalar birbirine daha yakın, yakınlık değeri azaldığında firmalar birbirine daha uzak yer almaktadır.)

Korelasyon tablosuna göre üçüncü anlamlı ilişki; firmanın ciro düzeyi ile derece değeri arasındaki ilişkidir. Hipotez 2 için Pearson korelasyon katsayısına göre elde edilen değer 0,379'dur. Bu sonuca göre istatistiksel olarak firmaların ciroları düzeyleri ile firmaların derece değerleri(bağlantı düzeyleri) arasındaki ilişki anlamlıdır, dolayısıyla H2 hipotezi kabul edilir. Bu durum firmanın ciro düzeyi arttıkça firmanın derece değerinin(bağlantı sayısının) arttığını göstermektedir. Başka bir ifadeyle kümelenme içinde ciro seviyesi daha yüksek olan firmaların bağlantı sayısı da daha yüksektir.

Korelasyon tablosundaki dördüncü anlamlı ilişki; firmanın çalışan sayısı ile firmanın ciro düzeyi arasında ilişkidir. Firmanın çalışan sayısı ve firmanın ciro düzeyi arasındaki ilişkinin korelasyon tablosundaki Pearson Korelasyon katsayısı değeri 0,524'dür ve istatistiksel olarak firmanın ciro düzeyi ile firmanın çalışan sayısı arasında anlamlı bir ilişki vardır. Yani firmanın çalışan sayısı arttıkça firmanın ciro düzeyi artmaktadır veya firmanın ciro düzeyi arttıkça firmanın çalışan sayısı artmaktadır. Hipotezlerin sonuçları aşağıdaki gibidir:

Hipotez 1 için Pearson korelasyon katsayısına göre elde edilen değer 0,231'dir. Bu sonuca göre istatistiksel olarak firmaların yaşı ile firmaların derece değerleri(bağlantı sayıları) arasında bir anlamlı bir ilişki yoktur, dolayısıyla H1 hipotezi reddedilir.

Hipotez 2 için Pearson korelasyon katsayısına göre elde edilen değer 0,379'dur. Bu sonuca göre istatistiksel olarak firmaların ciroları düzeyleri ile firmaların derece değerleri(bağlantı sayıları) arasındaki ilişki anlamlıdır, dolayısıyla H2 hipotezi kabul edilir.

Hipotez 3 için Pearson korelasyon katsayısına göre elde edilen değer - 0,109'dur. Bu sonuca göre istatistiksel olarak firmaların çalışan sayısı ile firmaların derece değerleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur ve H3 hipotezi reddedilir.

Kısacası firmaların derece değerini(bağlantı sayısını) anlamlı olarak etkileyen değişken firmaların cirosudur. Firmaların yaşının ve çalışan sayısının firmaların bağlantı sayısı ile anlamlı bir ilişkisi yoktur. Bu örneklemede en fazla bağlantı sayısına sahip olan firmalar en yüksek ciroya sahip olan firmalardır. Diğer bir ifadeyle ciroyu yüksek olan firmalar daha fazla bağlantı sayısına sahiptir. Firmanın ciro düzeyi ile firmanın bağlantı sayısı arasında pozitif korelasyon söz konusudur. Firmanın ciro düzeyi arttığında firmanın bağlantı sayısı da artmaktadır. Firmanın ciro düzeyi azaldığında bağlantı sayısı da azalmaktadır.

Hipotez 4 için Pearson korelasyon katsayısına göre elde edilen değer 0,054'dur. Bu sonuca göre istatistiksel olarak firmaların çalışan sayısı ile firmaların aradalık değerleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur, dolayısıyla H4 hipotezi reddedilir.

Hipotez 5 için Pearson korelasyon katsayısına göre elde edilen değer 0,039'dur. Bu sonuca göre istatistiksel olarak firmaların ciro düzeyleri ile firmaların aradalık değerleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur, dolayısıyla H5 hipotezi reddedilir.

Hipotez 6 için Pearson korelasyon katsayısına göre elde edilen değer 0,014'dur. Bu sonuca göre istatistiksel olarak firmaların yaşı ile firmaların aradalık değerleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur, dolayısıyla H6 hipotezi reddedilir.

Hipotez 7 için Pearson korelasyon katsayısına göre elde edilen değer 0,012'dir. Bu sonuca göre istatistiksel olarak firmaların çalışan sayısı ile firmaların yakınlık değerleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur, dolayısıyla H7 hipotezi reddedilir.

Hipotez 8 için Pearson korelasyon katsayısına göre elde edilen değer - 0,221'dir. Bu sonuca göre istatistiksel olarak firmaların ciro düzeyleri ile firmaların yakınlık değerleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur, dolayısıyla H8 hipotezi reddedilir.

Hipotez 9 için Pearson korelasyon katsayısına göre elde edilen değer - 0,090'dir. Bu sonuca göre istatistiksel olarak firmaların yaşları ile firmaların yakınlık değerleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur, dolayısıyla H9 hipotezi reddedilir.

5.4.2.4. Varyans Analizi-(Anova)

Bu kısımda örneklemedeki firmaların ciro düzeyine, çalışan sayısına ve firmanın yaşına göre derece değerlerinin ortalamalarının birbirinden farklı olup olmadığını incelenmiştir. Analizde bağımlı değişken; derece değeri, bağımsız değişkenler; firmanın ciro düzeyi, çalışan sayısı ve firmanın yaşı değişkenleridir. İki Yönlü Anova analizi yapılmıştır.

Çizelge 5.14 - Anova Tablosu

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Firmanın Ciro Düzeyi	Between Groups	37,094	4	9,274	4,297	,004
	Within Groups	127,343	59	2,158		
	Total	164,438	63			
Çalışan Sayısı	Between Groups	6134,893	4	1533,723	1,233	,307
	Within Groups	73408,545	59	1244,213		
	Total	79543,438	63			
Firmanın Yaşı	Between Groups	382,357	4	95,589	,693	,600
	Within Groups	8137,581	59	137,925		
	Total	8519,938	63			

Anova tablosunda derece değerleri (firmanın bağlantı sayısı ortalaması) sadece firmaların ciro düzeylerine göre farklılık göstermektedir. Firma ciro düzeyi ve derece değerinin anova tablosundaki Sig. Değeri 0,004'dür ve anlamlıdır. Diğer değişkenlerin; çalışan sayısı ve firma yaşı değişkenlerinin derece değerinin anova tablosundaki sig. değeri 0,005'den büyük ve anlamsızdır. Kısacası bu iki değişkenin ortalamaları farklılık göstermemektedir.

Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesinde derece değeri firmaları ciro düzeyine göre belirlenmektedir. Anova analizinden elde edilen sonuç korelasyon analizinden elde edilen sonuç ile de uyumludur. Kısacası kümelenme içinde firmanın

bağlantı sayısını ve rolünü belirleyen faktör, firmanın yaşı ve firmanın çalışan sayısı değil firmanın ciro düzeyidir.

5.5. Uygulama Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Örnekleme konu olan Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinde bulunan firmalar genelde yaşlı firmalardır, hizmet ve süreçler rutin hale gelmiştir. Ürünler daha düşük maliyetle daha etkin ikamelerle(laminant parke gibi) doldurulabilir hale gelmiştir. Maliyetler rekabetçi avantajın anahtarı konumundadır. Tezin 2. bölümünde bahsedilen kümelenme yaşam döngüsü açısından değerlendirildiğinde Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi; embriyonik aşamadan büyüme ve olgunluk aşamalarını etkin bir şekilde yaşamadan düşüş aşamasına geçmiştir.

Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenme tipleri açısından değerlendirildiğinde “dikey kümelenmeler” kapsamına girmektedir. Alıcıların ve araçların birbirleriyle ilişkileri vardır fakat sektördeki firmaların birbirine bağlanması ile oluşan işletme grupları yoktur. Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesinin en önemli zayıf yönlerinden birini firmalar arasındaki ilişki yoğunluğunun düşük olmasıdır. Bu zayıflık giderilirse kümelenme de güçlenecektir.

Michael J. Enright’ın yaptığı kümelenme gelişme aşamalarına göre Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi; “gizli kümelenmeler” sınıfına girmektedir. İşletme sayısı kritik kitleye ulaşmıştır fakat firmaların arasında coğrafi yakınlıktan faydalanmayı sağlayan ilişki ağı ve bilgi akışı çok azdır. Aynı zamanda potansiyel kümelerin özelliklerini de taşımaktadır. Şöyle ki başarılı kümelenme oluşturmak için gereken niteliklerin bazılarını sahiptirler fakat yeterli değildir.

5.6. Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi İş Kümelenmesi Analizi

Çalışmanın bu kısmında iş kümelenmesi analiz edilmekte ve iş kümelenmesinin rekabetçiliğine ilişkin değerlendirmeler sunulmaktadır. Rekabet gücü (rekabetçilik) analizi Michael Porter’ın “Karo” modelini temel almaktadır. Çalışmanın 2., 3. ve 4. bölümlerinde verilen bilgiler ışığında Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi İş Kümelenmesi Analizi Michael Porter’ın “Karo” modeli çerçevesinde

yapılacaktır. Daha sonra kümelenme aktörlerinin algılanan ihtiyaçlarının kısa bir analizi, piyasa başarısızlıkları, politik ve sistematik hatalar, bölümün ana sonuçları ile paylaşılmaktadır. Değerlendirme kısmı genel sonuçları ve yapılan çalışma çerçevesinde belirlenen bazı kurumsal önerileri içermektedir.

Kümelenme analizi, yüz yüze mülakatlar sırasında analiz metodolojisine uygun bir şekilde düzenlenen firma anketleri ile gerçekleştirilmiştir. Ayrıca Isparta iline ait çeşitli verilere bakılmıştır. Bu çalışmaların yürütülmesinin amacı iş kümelenmesinin rekabet gücünü avantajları ve dezavantajları ile birlikte daha iyi kavramak ve çalışma sonuçlarını özenle ortaya koyabilmektir. İş kümelenmesinin rekabet güçlerinin analizi sırasında temel alınan Michael Porter'ın "Karo" modeli çerçevesinde dört ana, iki yan parametre kullanarak iş kümelenmesinin rekabet gücü incelenmektedir. Aşağıda verilen parametrelerden ilk dördü ana parametreler, son ikisi yan parametrelerdir ve şunlardır:

- Faktör(girdi) şartları
- Firma stratejileri ve rekabet (iş) ortamı
- Talep şartları
- İlgili ve destekleyici sektörler
- Kamu kurumları
- İşbirliği yapılan kurumlar

İş kümelenmelerinin rekabet güçlerini değerlendirmek amacıyla başka yöntemlerin de kullanılması mümkündür. Ancak uzun yıllardır kullanılan "Karo" modeli iş kümelenmelerinin rekabet güçlerini analiz etmekte iyi kurgulanmış bir araç olarak itibar görmektedir.

Tematik yaklaşıma göre, kümelenme dinamiklerinin geliştirilmesi AR-GE faaliyetlerinin, inovasyonun ve girişimciliğin teşvik edilmesini, aktörler arası iş ağlarının güçlendirilmesini ve küme oluşturma faaliyetlerinin kolaylaştırılmasını kapsar. Dolayısıyla bu spesifik amaçtan ortaya çıkan üç tema "inovasyon ve

girişimcilik”, “aktörler arası iş ağlarının oluşturulması” ve “ kümelenme oluşumu”dur.⁵⁰²

Küme ortamının iyileştirilmesi ise iş kümelenmesinin rekabet gücü üzerinde büyük etkiye sahip olan “faktör şartlarının güçlendirilmesi” ve “küme tabanının geliştirilmesi” parametrelerini kapsamaktadır.

Bu çalışma kapsamında üretilen küme analizlerinde tematik yaklaşımdan yararlanılmıştır.

5.6.1. Faktör Şartları

Kümelenme rekabet gücü çerçevesinde “faktör şartları” nitelikli işgücü, özellikle hammaddelerin varlığı, doğal kaynaklar, fiziksel altyapı, finansman imkanları gibi girdilerin varlığına atıfta bulunmaktadır. Burada analizin ana hedefi faktör şartlarının mevcut olmasının veya olmamasının analizi yapılan iş kümelenmesinin rekabet gücü üzerinde etkili olup olmadığının anlaşılmasıdır. Kümelenme teorisi, iş kümelenmesinde verimliliğin artırılması için faktör girdilerinin etkinliğini, kaliteyi ve uzmanlaşmayı arttırmak gerektiğini öne sürmektedir. Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Kümelenmesini etkileyen en önemli koşullar, bu bölümde Isparta'nın konumu, fiziksel kaynakların varlığı ve kalitesi, insan kaynakları, bilgiye ulaşımın kolaylığı, altyapı koşulları ve maddi olanaklar açısından incelenmektedir.

5.6.1.1. Yer

Bir firmanın bulunduğu yer o firmanın rekabet gücünü etkileyen önemli unsurlardan birisidir. Kümelenme yaklaşımına göre rekabet gücü önemli derece firmaların buldukları yerle hatta alt birimlerinin buldukları yerle ilgidir. İş kümelenmesinin yeri pazar ve kaynaklara erişim açısından iş kümelenmesine önemli avantajlar sağlayabiliyorsa iş kümelenmesinin rekabet gücünü olumlu etkilemektedir.

⁵⁰² Beyaz Kitap Türkiye İçin Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi, 2008, s. 17, <www.clusterturkey.com> (16.08.2009)

- Isparta ili coğrafi konumu itibariyle, Akdeniz Bölgesinin batı bölümünde ve iç kesimde yer almaktadır. “Göller Bölgesi” olarak adlandırılan bölgenin merkezi konumundadır. Ayrıca konumu itibariye Batı Akdeniz bölgesi karayollarının düğüm noktasıdır. İç kesimlere karayolu bağlantısı nedeniyle en fonksiyonel odak noktalarından birisidir. Isparta hava limanı bulunmaktadır. Ayrıca Isparta Antalya iline karayolu ile bir saat uzaklıktadır ve Antalya limanına yakınlığı bir diğer avantajdır. Kısacası Isparta ili pazara ve kaynaklara erişim açısından avantajlı durumdadır ve bu durum rekabetçi gücünü olumlu etkilemektedir.
- Orman ürünleri açısından değerlendirildiğinde doğal kurutma için iklim koşulları elverişlidir ve bu önemli bir avantajdır. Isparta iklimi, hava sıcaklığı, hava hareketi ve rutubeti açılarından ahşabın doğal kurutma yöntemi ile daha kısa sürede kurutulmasına imkân sağlamaktadır. Bu durum kurutma kusurlarını da en aza indirmektedir. Aynı zamanda firmalar açık hava ortamlarını stok alanı olarak değerlendirebilmekte ve bu sayede sezonsal fiyat değişimlerinden karlı çıkabilmektedirler.

5.6.1.2. Fiziksel Kaynaklar ve Altyapı Olanakları

- Sektörün temel girdisi olan kızılçam ağacı bölgede yetişmektedir. Hammadde kaynaklarına yakınlık önemli bir avantajdır. Ayrıca kızılçam ürününü ekonomikliğinden kaynaklanan fiyat avantajı bulunmaktadır.
- Isparta’da Organize Sanayi Bölgesi ve Küçük Sanayi Sitesi bulunmaktadır. Ulaşım olanakları yeterlidir. KOBİ’lerin kurulması ve sürdürülebilmeleri için gerekli fiziksel alt yapı vardır.
- Fiziki altyapı ve ulaşım olanakları açısından Isparta oldukça elverişli bir konumdadır. Bu olanaklar iş ortamını ve iş kümelenmesini destekleyici bir etki yaratmaktadır.

5.6.1.3. İnsan kaynakları

- Çalışma kapsamında yapılan anketlere göre üretim bölümünde çalışanlar çıraklıktan sektör içinde yetişmektedir. Çalışan profillerine göre

değerlendirildiğinde mobilya alt sektöründe çalışanların deneyimlerinin (özellikle usta ve işçilerin) kereste alt sektöründe çalışanların deneyimlerine göre daha fazla olduğu belirlenmiştir. Mobilya alt sektöründe, usta ve işçiler genellikle tek bir firmada uzun dönemli istihdam edildiği görülürken, kereste alt sektöründe özellikle işçilerin işgücü devri yüksek olduğu görülmektedir. Bu durum kereste alt sektöründe deneyimin düşük olmasına yol açan nedenlerin başında gelmektedir. Aynı zamanda, ölçek büyüdükçe mühendisin, ustanın, teknisyenin ve idari personelin deneyimi artarken, işçinin deneyiminin azaldığı görülmektedir.

- Çalışma kapsamında anket uygulanan firmaların ortalama çalışan sayısı 16'dır. Anket uygulanan firmalardan sadece bir firma 200'den fazla işçi çalıştırmaktadır.
- Isparta'da bulunan Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi eğitim-öğretime 1992 yılında başlamıştır. Fakültede Orman Mühendisliği, Orman Endüstri Mühendisliği ve Peyzaj Mimarlığı bölümleri bulunmaktadır.
- İşgücü ihtiyacı ağırlıklı olarak üretimde yoğunlaşmaktadır. Bu sektörün üretim departmanı ise ara eleman olarak tanımlanan meslek sahibi kişilerden oluşmaktadır. En fazla işgücü açığı meslek lisesi çıkışlı ara elemanlarda yaşanmaktadır.
- Isparta'da Ahşap Teknolojisi bölümü bulunan biri Isparta merkezde diğeri de Senirkent ilçesinde olmak üzere iki tane meslek lisesi vardır.⁵⁰³

5.6.1.4. Bilgi Kaynakları

- Üniversite ve KOBİ'ler arasında etkin ve aktif bir işbirliği eksikliği bulunmaktadır. Aynı işbirliği eksikliği orman ürünleri endüstrisi ile üniversite arasında da bulunmaktadır.

⁵⁰³ <<http://www.ahsapteknolojisi.com/bolum-lise-ic.html>> (18.10.2009)

- Üniversite özel anlamda orman ürünleri endüstrisi kümelenmesi ile doğrudan işbirliği içinde olmasa da, sektörün temsilcisi olan Isparta Ticaret ve Sanayi Odası ile işbirliği yapmaktadır.
- Isparta'da Göller Bölgesi Teknoloji Gelişme Bölgesi 2004 yılında kurulmuştur. Ayrıca TEKNOKENT bünyesinde Üniversite Girişimci İşbirliği Koordinatörlüğü de 2004 yılından bu yana faaliyet göstermektedir.
- Merkezi Afyonkarahisar'da bulunan Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezi (ABİGEM) Afyonkarahisar'ın yanı sıra Batı Akdeniz bölgesindeki illere; Antalya, Burdur ve Isparta'ya hizmet vermektedir. ABİGEM KOBİ'lerin rekabet seviyelerini artırmayı amacı olarak açıklamıştır. Bu merkez KOBİ'lere idari ve işlevsel bilgi alanında yardımcı olmaktadır.⁵⁰⁴
- Sonuç olarak Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi bilgi kaynakları açısından zengindir. Ancak her ne kadar iş kümelenmesini ilgilendirecek alanlarda çalışma yapan kurumlar ve üniversite bünyesinde de konu ile ilgili fakülte bulunsa da, firmalar ile iletişim eksikliği, yapılan çalışmalardan her iki tarafın da yeteri kadar faydalanamadığını ortaya koymaktadır.

5.6.1.5. Sermaye İmkanları

- Isparta'da KOBİ'ler başlangıç sermayelerini çoğu zaman firma sahiplerinin ya da onların yakın çevresinin kişisel tasarrufundan sağlamaktadır. Genelde kısıtlı karlarla çalışan KOBİ'lerin büyüme dönemlerinde ise en önemli kaynaklarının bünyelerinde bırakılan karlar olduğu görülmektedir. İkinci önemli kaynağı da banka kredileridir. Fakat KOBİ'ler bankalara başvurduklarında kredi formalitelerinin ağırlığı, kısa vadeler, yüksek faiz oranları, ağır ödeme koşulları, teminat sorunları ve alternatif araçların olmamasından kaynaklanan problemler yaşamaktadır.

⁵⁰⁴ <<http://www.abigem.gen.tr>, (28.08.2009)

- Diğer bir finansman kaynağı Esnaf Kefalet Kooperatifi Kredileridir. Kullanımı kolay olsa da piyasa şartların göre faiz oranları yüksektir, vadeleri kısadır. Ancak kısa süreli işletme sermayesi eksikliğini karşılamaktadır.
- Kullanılan kredilerin türleri incelendiğinde işletme kredilerinin ağırlıklı olduğu görülmektedir. Bunun yanında özellikle mobilya firmaları açısından Esnaf Kefalet Kooperatifi Kredileri ağırlıklı olarak tercih edilmektedir. Kısacası firmalar aldıkları kredileri işletme sermayesi olarak kullanmakta, yeni yatırımlara kaynak ayırmakta zorluk çekmektedir.
- Isparta'daki Kredi/mevduat oranı bölgedeki en düşük değere sahiptir. Kredi/mevduat oranı Isparta için % 41.9, Burdur için % 61.2, Antalya için % 62.9'dur.⁵⁰⁵ Bu durum genel girişimcilik kültürünün zayıflığını ve sermaye temininde bölge firmalarının çekingen davrandığını göstermektedir.

5.6.2.Firma Stratejileri ve Rekabet

Kümelenme teorisi lokalizasyonunun en önemli boyutlarından biri firmalar arası rekabeti desteklemektir. Birkaç istisna dışında yapılan son ampirik çalışmalar, iş kümelenmelerinde bilginin artan ve yoğunlaşan rekabet ile üretildiğini ortaya koymaktadır.

Bu parametrenin incelediği bir diğer unsur da yeni işletmelerin kurulmasına yöneliktir. Bu parametre iş ortamının yeni işletmelerin kuruluşuna yönelik düzenlemeler açısından elverişliliği konusunda aydınlatıcı olmaktadır. Örneğin iş kümesine yeni girişlerin çok düşük seviyelerde olduğu durumlarda iş kümelenmesindeki iş ortamının girişimciliği desteklemediği anlaşılabilmektedir. Nitekim Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesine uygulanan istatistiksel analizler sonucunda kümelenmedeki firmaların yaş ortalaması 21 olarak çıkmıştır ve bu oldukça yüksek bir yaş ortalamasıdır. Bu durum kümelenmedeki firmaların rekabetçi gücü olduğunu gösterirken, diğer taraftan iş ortamı açısından girişimciliğin desteklenmediğini göstermektedir.

⁵⁰⁵ <http://www.bddk.org.tr/websitesi/turkce/Istatistiki_Veriler/Istatistiki_Veriler.aspx> (11.10.2009)

Kümelenme teorisi iş kümelenmelerinin bilginin yerel hareketlilik ve kişiler arasındaki sosyal ilişkiler aracılığı ile ortaya çıkan yayılma etkisi ile yaratıldığını belirtmektedir. Bu noktada iş kümelenmesindeki firmaların stratejileri ve rekabet halindeyken işbirliğine karşı yaklaşımları kritik unsurlardır.

Eğer kümelenme içindeki işletmeler birbirleri ile sürekli rekabet içindeyse bu durumun işletmeye yararı şu şekilde olmaktadır: böyle bir ortamda işletmeler sürekli olarak yenilenme ve kendilerini rakipleri arasında farklılaştırma konusunda motivasyonlarını ve dinamik yapılarını koruyabilecektir. Bununla bağlantılı olarak firma stratejileri ve rekabet, bölgesel rekabet gücüne katkıda bulunur.

Firma stratejileri ve rekabetin değerlendirilmesinde rekabetin yapısı, yeni iş oluşumu, firma stratejileri ve firma yapısı kullanılan önemli parametrelerdir.

5.6.2.1. Rekabet

- Isparta Orman Ürünleri Kümelenmesinde rekabet daha çok fiyat üzerinden yapılmaktadır. Bunun en önemli sebeplerinden birisi üretilen ürünün aynı veya benzer olması, ürün farklılaştırılması olmamasıdır.
- Firmaların rekabet edilebilirliği zayıflatan bir faktör, kalifiye personelin yetersiz olması, çıraklıktan yetişen personelin teknik alt yapısının olmamasıdır.
- Örneklemedeki firmaların büyük kısmında AR-GE çalışmaları yoktur. Bu durum imalat sanayi için bir dezavantajdır.
- Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesinde üretim sırasında ortaya çıkan atıkların değerlendirilebilmesi firmalara ürün maliyetini azaltarak rekabetçi avantaj sağlamaktadır. Üretim sırasında ortaya çıkan ağaç talaşı, ağaç kırıkları, yonga gibi atıklar kümelenmede bulunan suntalam imal eden fabrikaya satılarak değerlendirilmektedir.
- Yerli ham ağacı kullanarak yapılan imalat, ithal ürünle rekabet edebilmektedir. Bölgede yetişen kızılçam ağacı hammadde olarak en fazla

tercih edilen ağaç türüdür. Kızılçam, kaliteli ve dayanıklı olması nedeniyle bölgedeki orman ürünleri işletmelerine rekabet avantajı yaratmaktadır.

- Genel olarak değerlendirildiğinde iş kümelenmesinin rekabet yapısının ne çok güçlü ne de çok zayıf da olmadığı ortalama seviyede yer aldığı görülmektedir.

5.6.2.2. Yeni Firma Oluşumu

- Bölgede az sayıda yeni firma açılmaktadır. Açılanların da tamamına yakını yerli sermaye ile kurulmuş firmalardır. Kurulan firmalar talepte değişiklik yaratmamakta, genelde kuruluşun önce bir pazar araştırması yapmamakta ve işletme sermayesi yetersizliği çekmektedir. Yeni firma oluşumunda zayıf performans gözlenmektedir.
- Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesindeki firmaları kereste ve mobilya firmaları olarak iki alt grupta incelediğimizde, kereste firmalarının sayısında son üç yıldır artış olmamıştır. Kereste firması üreticilerinin büyük kısmı üretimi devam ettirmektedir, çok az bir kısmı üretimlerini tamamen durdurmuş aynı sektördeki ticari faaliyete devam etmektedir. Sektördeki mevcut firmaların sahipleri bölge halkıdır.

5.6.2.3. Firma Stratejileri

- Sektördeki firmaların büyük kısmı profesyonel yönetici ile çalışmamakta ve kurumsallaşamama problemleri bulunmaktadır. Bu firmalar genelde insan kaynaklarına yatırım yapmamaktadır. Bu faktörler firmaların zayıf yönlerini oluşturmaktadır.
- Anket çalışmasında firmalar fiyat rekabetinin yanı sıra kaliteleri ile de rekabet ettiklerini ifade etmişlerdir. Başka bir deyişle firmalar ürünlerinin kalitesine güvenmektedir.
- Mülakat çalışması sonucunda firmaların uzun dönemli bir stratejik planlarının olmadığı ortaya çıkmıştır.

- Anket uygulanan firmaların çoğunluğu firmalar arasında bir ilişki olmadığını belirtmiştir.

5.6.2.4. Firma Yapısı

- Her iki alt sektörde de şahıs ve aile işletmeleri çoğunlukta bulunmaktadır. Kereste sektöründeki firmaların % 28,6'sı, mobilya sektöründeki firmaların ise % 6,7'si çok ortaklı işletmelerden oluşmaktadır. Anket sonuçlarına göre kereste firmalarının % 61'i aile işletmesi olarak faaliyet göstermekte, mobilya firmalarının % 90'ı ise şahıs şirketi olarak faaliyette bulunmaktadır. Sektörün şahıs ve aile işletmelerinin ağırlıklı olduğu bir yapıya sahip olması, kısa vadede karar alma kolaylığı ve kararları uygulama hızı açısından sektöre faydalı olabilecektir. Uzun vadede ise profesyonel yöneticilere ihtiyacı ortaya çıkmakta ve sektörün firma yapısı kurumsallaşamama sorununun en büyük göstergelerinden birini oluşturmaktadır. Akrabaların ağırlıkta olduğu bu işletmelerde uzun vadede sürdürülebilirlik sorunu ortaya çıkabilmekte, parçalanma/bölünme tehditleri ile karşı karşılaşılabilmektedir. Firmaların tamamının merkezi Isparta'da yer almaktadır.
- Sektördeki firmalar genel olarak aile işletmesi ve şahıs şirketi şeklinde olduklarından ne yerli ne de yabancı ortağa sıcak bakmamaktadır.

5.6.3. Talep Şartları

“Karo” modeli talep şartları parametresi altında yerel pazarın yapısı incelenmektedir. Yerel talebin kümelenme rekabet gücünü etkileyen üç önemli özelliği bulunmaktadır. Bunlar; yerel talebin yapısı, yerel talebin büyüklüğü ve büyüme potansiyeli ve yerel tercihlerin ihracat pazarlarına yansıtılış mekanizmalarıdır. Anket çalışması sırasındaki gözlemlere ve anket cevaplarının analizine göre iş kümesinde üç ayrı talep tipi bulunmaktadır. Birincisi hammadde ihtiyacı duyan ağaç kullanan üreticilerin yarattığı talep, ikicisi ara mal ihtiyacı duyan ağaç kullanan üreticilerin yarattığı talep, üçüncüsü de son kullanıcının yarattığı taleptir.

- İş kümesi yoğun olarak iç talep kaynaklı çalışmaktadır. İç talebin bir bölümü özellikle mobilya firmalarının ürünlerine olan talep yerel ölçekte taleptir. Kereste firmalarının ürünlerine olan talep ise büyük oranda ulusal ölçekte taleptir.
- Kereste firmaları ürettikleri ürünlerin büyük bölümünü başta Karadeniz bölgesi ve İstanbul olmak üzere bölge dışına pazarlamakta ve satmaktadır. Mobilya sektörünün temel satış pazarını ise ağırlıklı olarak Isparta ili oluşturmakta ve bunu çevre bölge takip etmektedir. Kereste firmalarının İstanbul, Ankara gibi büyük pazarlara satış yapabilmelerine ek olarak Türkiye’de orman ürünleri endüstrisinde söz sahibi olan Karadeniz bölgesine de büyük miktarda satış gerçekleştirdikleri dikkat çeken bir noktadır. Bu bağlamda kereste firmalarının müşteri portföyleri oldukça geniş bir dağılım göstermektedir.
- Alt sektörler itibariyle ihracat yapan firmalar yonga levha işletmesi, tüfek dipçiği üreten firma ve sauna üreticileri olarak belirlenmiştir. Anket sonuçlarına göre yonga levha hariç ihracata konu olan malların diğer mallar toplam içerisindeki oranı % 3,9 olarak gerçekleşmiştir.
- Ağaç kullanan kereste üreticilerinin talep türüne giren ürünlerden birincisi tomruktur. Ağaç kullanan üreticilerin yarattığı talep türüne giren ürünlerden ikincisi, boylanmış kerestedir. Bu tür keresteler inşaat sektöründe taban tahtası, kalıplık ve doğramalık olarak kullanılmaktadır.(Bkz: tez dördüncü bölümde üretilen ürün deseni ayrıntılı olarak yer almaktadır). Talepleri inşaat sektörü gibi mevsimseldir. Kereste firmaları üretimlerinin ilkbahar ve özellikle de yaz aylarında arttığını bu dönemlerde ürünlerine olan talebin arttığını belirtmiştir. Üçüncüsü mobilya üreticileri ile yer döşemesi, lambri ve dekorasyon işleri yapan atölyelerin kullandığı kerestedir. Bu talep de en fazla ilkbahar ve yaz aylarında artmaktadır. Tüm talep türlerinin son kullanıcı tarafından tercih edilme nedenleri sıralamasında fiyat ve kalite ön plana çıkmaktadır.

5.6.4. İlgili ve Destekleyici Sektörler

“Karo” modeli çerçevesinde ilgili ve destekleyici sektörlerin rekabetçi bir şekilde varlığı iş kümelenmesinin rekabet gücü için belirleyici unsurlardan birisidir. İlgili ve destekleyici sektörlerin varlığına ek olarak iş kümelenmesi ile bağlantılarının güçlü olması da ayrıca önemlidir.

Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi ile ilgili ve destekleyici sektörlerde bulunan işletmeler 4 başlık altında toplanmaktadır. Bunlar: hammadde üreticileri ve satıcıları, makine ve ekipman üreticileri, yardımcı malzeme üreticileri ve hizmet sağlayan firmalardır.

- Yerli hammadde üreticilerinin çoğu bölgede bulunmaktadır. Makine ve ekipman üreticileri bölge dışındadır.
- Makine ve ekipman uzun süre kullanıldığından bakım ihtiyacı haricinde bu firmalara sık sık ihtiyaç olmamaktadır ve kümelenmedeki işletmelerin büyük çoğunluğu anket sorularına verdikleri cevaplarda bakım işlemlerini kendi bünyelerinde gerçekleştirdiklerini, yedek parça ihtiyacını da yine büyük oranda küçük sanayi sitesinden karşıladıklarını belirtmiştir.

Aşağıdaki tablodan da görüleceği gibi ilgili ve destekleyici sektörlerin büyük kısmı iş kümelenmesi içinde olması iş süreçlerinin ve talebin gerektirdiği hızda sipariş yetiştirilmesine imkan sağlamakta ve avantaj yaratmaktadır. Ayrıca bu durum işlem maliyetlerini düşürerek pozitif dışsallıklar yaratmaktadır.

Çizelge 5.15 - İlgili ve Destekleyici Sektörler

	Bulunduğu Yer Bölgede Bulunan	Bulunduğu Yer Diğer Bölgelerde Bulunan	Türkiye’de Bulunmayan
Hammadde Üreticileri ve Satıcıları:			
Orman İşletme Müdürlükleri	×	×	
Yurtiçi Tomruk Satıcıları	×	×	
Yurtdışı Tomruk Satıcıları ve Üreticileri			×
İşletmenin Makine ve Ekipmanını Sağlayan Firmalar:			
Kereste İşleme Makineleri Üreticileri		×	×
Mobilya İşlerinde Kullanılan Makineleri Üreten Firmalar		×	
Diğer Makine Ekipman Üreticileri		×	×
İşletmenin Yardımcı Malzemelerini Sağlayan Firmalar:			
Mobilya Malzemesi Üreticileri	×	×	
Kimyevi Madde Üreticileri(boya, yapıştırıcı vb.)	×	×	
Kumaş, İplik, Sünger Üreticileri	×	×	
Sunta, Suntalam, MDF, Kontrplak, Kaplama gibi Levha Üreticileri	×	×	
İşletmeye Hizmet Sağlayan Firmalar:			
Taşıma Firmaları	×		
Makine Bakım Firmaları	×	×	
Tamir, Tadilat İşleri Yapan Firmalar	×		
Danışmanlık Firmaları		×	

5.6.5. Kamu Kurumları ve İşbirliği Yapılan Kurumlar

- Kamu kurumları, Süleyman Demirel Üniversitesi, iş adamları dernekleri, diğer meslek odaları ve birlikleri, orman bölge müdürlükleri ve diğer bilgi kaynakları sağlayıcıları, iş kümelenmesinin aktörler arasında olmasına rağmen aktörler arasındaki iletişimin düşük seviyede olması olumsuz bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Isparta Ticaret ve Sanayi Odası ile iş kümelenmesinin daha etkin bir bağı olduğu görülmektedir.
- Sivil toplum kuruluşları içerisindeki işadamları derneklerinin genel olarak KOBİ'lerin rekabet edebilirliğini artırmaya yönelik bağımsız çalışmaları bulunmaktadır. Fakat kamu desteğinden ve üniversite desteğinden yoksun bu çalışmalar sürdürülebilir ve sonuç alınabilir değildir.

5.6.6. Porter'in Karo Modeli İle Değerlendirme

Faktör Şartları Avantajları:

- Göller Bölgesinin merkezi konumunda olması, Batı Akdeniz Bölgesi karayollarının düğüm noktası olması
- Pazarlara ve kaynaklara erişim için avantajlı bir yer olması.
- Hammadde kaynağına yakınlık
- Kullanılan hammaddenin(kızılçam) dayanıklılığı
- Kullanılan hammaddeden kaynaklanan fiyat avantajı
- OSB ve KSS'ler gibi mevcut fiziksel altyapının yeterli olması, sektörel küçük sanayi sitelerinin bulunması
- Liman ve havaalanına yakınlık
- Demiryolu imkanının bulunması
- Bölge ormanlarının ağaç tür çeşitliliğinin yüksek olması
- Antalya gibi büyük bir pazara yakınlık
- Doğal kurutma için iklim şartlarının elverişli olması

- Düşük işgücü maliyetleri

Faktör şartları dezavantajları:

- Kalifiye insan gücü (ara eleman) eksikliği, çıraklıktan yetişen personelin teknik alt yapı eksikliği
- AR-GE yapısının yetersiz olması
- Sermaye kaynaklarına erişimin kısıtlı olması, firmaların ağırlıklı olarak özsermaye ile sınırlı faaliyetlerini sürdürmeye çalışmaları
- Tek bir hammaddeye dayalı üretim yapılması
- Kereste üreticileri açısından hammaddenin peşin satın alınması fakat ürünü vadeli satabilmesi nedeniyle yaşanan vade uyumsuzluğu

Firma Stratejisi ve Rekabet Avantajları:

- Sektördeki firmaların büyük çoğunluğunun aile şirketi ve şahıs şirketi olması ve sınırlı özsermayeleri de olsa ayakta kalmayı başarabilmeleri
- Aile şirketi ve şahıs şirketi olmaları nedeniyle daha hızlı karar alabilmeleri
- Sektördeki firmaların yaş ortalaması yüksektir. Bu durum kümelenmedeki firmaların rekabetçi gücü olduğunu göstermektedir.
- Firmaların yeterli düzeyde makine altyapısına sahip olması
- Bazı küçük ölçekli firmaların ara malları kendisinin üretmesi
- Zengin profil çeşitliliği olması

Firma Stratejisi ve Rekabet Dezavantajları:

- İş ortamı açısından girişimciliğin desteklenmemesi ve az sayıda yeni firma açılması.
- Tasarım ve AR-GE konusunda pazardaki trendlerin geriden takip edilmesi
- İşbirliği ve kurumsal kapasitenin gelişmemiş olması ve modern yönetim tekniklerinin kullanılmaması

- Firmaların kurumsallaşamaması
- Küçük işletmelerin çoğunlukta olması ve verimsiz yöntemlerle çalışması
- Rakip sektörlerde büyük ölçekli firmaların bulunması
- Başka iş kollarına kayma ve asıl işlerine odaklanamamaları problemi
- Firmalar arasında güven eksikliği bulunması
- Firmaların yüksek kar marjına odaklanmaları problemi

Talep Şartları Avantajları:

- Bölgede mevcut firmaların devamlılığını sağlayacak talep olması
- Bölge dışından kereste firmalarının ürettikleri ürünlere talep olması
- Firmaların kalite bilincinin olması
- Mobilya firmaları talebi yerel ölçekli, kereste firmalarının ki ise ulusal ölçeklidir, özellikle kereste firmalarının müşteri portföyleri oldukça geniştir.

Talep Şartları Dezavantajları:

- İkame ürünlerin pazar payının yükselmesi
- Atıl kapasite oranlarının pazar payı kaybına bağlı olarak yükselmesi
- Sektördeki firmaları ağırlıklı olarak sadece iç pazara yönelik üretim yapması, ihracatın ihmal edilmesi
- Müşterilerin öncelikle fiyata duyarlı hale gelmesi

İlgili ve Destekleyici Sektörler Avantajları:

- Kümelenme içinde ilgili ve destekleyici sektörlerde hizmet veren firmaların olması
- Bölgede ABİGEM'in kurulmuş olması
- Isparta'da Göller Bölgesi Teknoloji Geliştirme Bölgesinin kurulmuş olması
- Süleyman Demirel Üniversitesi bünyesinde Üniversite Girişimci Koordinatörlüğünün faaliyet göstermesi

- İldeki Süleyman Demirel Üniversite'nin ilgili olması
- Süleyman Demirel Üniversitesi'nde Orman Fakültesinin ve ildeki 2 adet Endüstri Meslek Lisesinin Ahşap Teknolojisi Alanı bulunması
- Bölgede ağaç atıklarını kullanacak fabrikanın bulunması

İlgili ve Destekleyici Sektörler Dezavantajları:

- STK'ların etkisini az, farkındalıklarının düşük olması
- Destekleyici sektörlerde yeterli AR-GE desteğinin olmaması

Şekil 5.12 - Karo Modeli

Faktör Şartları Avantajları

- Göller Bölgesinin merkezi konumunda olması, Batı Akdeniz Bölgesi karayollarının düğüm noktası olması.
- Pazarlara ve kaynaklara erişim için avantajlı bir yer olması.
- Hammadde kaynağına yakın olma
- Kullanılan hammaddenin (kızılçam) dayanıklılığı
- Kullanılan hammadden kaynaklanan fiyat avantajı
- OSB ve KSS'ler gibi mevcut fiziksel altyapının yeterli olması, sektörel küçük sanayi sitelerinin bulunması
- Liman ve havaalanına yakınlık
- Demiryolu imkanının bulunması
- Bölgedeki ormanlarda ağaç tür çeşitliliğinin yüksek olması
- Antalya gibi büyük bir pazara yakınlık
- Doğal kurutma için iklim şartlarının uygun olması
- Düşük işgücü maliyetleri

Faktör şartları dezavantajları

- Kalifiye insan gücü (ara eleman) eksikliği, çıraklıktan yetişen personelin teknik alt yapı eksikliği
- AR-GE yapısının yetersiz olması
- Sermaye kaynaklarına erişimin kısıtlı olması, firmaların ağırlıklı olarak özsermaye ile sınırlı faaliyetlerini sürdürmeye çalışmaları
- Tek bir hammaddeye dayalı üretim gerçekleştirilmesi
- Kereste firmaları açısından vade uyumsuzluğu

Firma Stratejisi ve Rekabet Avantajları

- Sektördeki firmaların büyük çoğunluğunun aile şirketi ve şahıs şirketi olması ve sınırlı özsermayeleri de olsa ayakta kalmayı başarabilmeleri
- Aile şirketi ve şahıs şirketi olmaları nedeniyle daha hızlı karar alabilmeleri
- Sektördeki firmaların yaş ortalaması yüksektir. Bu durum kümelenmedeki firmaların rekabetçi gücü olduğunu göstermektedir.
- Firmaların makine altyapısının yeterli düzeyde olması
- Bazı küçük ölçekli firmaların ara malları ürettikleri görülmüştür.
- Zengin profil çeşitliliği olması.

Firma Stratejisi ve Rekabet dezavantajları

- İş ortamı açısından girişimciliğin desteklenmemesi ve az sayıda yeni firma açılması.
- Tasarım ve AR-GE konusunda pazardaki trendlerin geriden takip edilmesi
- İşbirliği ve kurumsal kapasitenin gelişmemiş olması ve modern yönetim tekniklerinin kullanılamaması
- Firmaların kurumsallaşamaması
- Küçük işletmelerin çoğunlukta olması ve verimsiz yöntemlerle çalışması
- Rakip sektörlerde büyük ölçekli firmaların bulunması
- Başka iş kollarına kayma ve asıl işlerine odaklanamama problemi
- Firmalar arasında güven eksikliği bulunması
- Firmaların yüksek kar marjına odaklanma problemi

İlgili ve Destekleyici Sektörler Avantajları

- Kümelenme içinde ilgili ve destekleyici sektörlerde hizmet veren firmaların olması
- Bölgede ABİGEM'in kurulmuş olması
- Isparta'da Göller Bölgesi Teknoloji Geliştirme Bölgesinin kurulmuş olması
- Süleyman Demirel Üniversitesi bünyesinde Üniversite Girişimci Koordinatörlüğünün faaliyet göstermesi
- İlaççı Süleyman Demirel Üniversitesi'nin ilgili olması
- Süleyman Demirel Üniversitesi'nde Orman Fakültesinin ve ildeki 2 adet Endüstri Meslek Lisesinin Alan Teknolojisi Alanı bulunması
- Bölgede ağaç atıklarının kullanacak fabrikasının bulunması

İlgili ve Destekleyici Sektörler Dezavantajları

- STK'ların etkisini az, farkında değeri olmadığını düşünmesi
- Destekleyici sektörlerle yeterli AR-GE desteğinin olmaması

Talep Şartları Avantajları

- Bölgede mevcut firmaların devamlılığını sağlayacak talep olması
- Bölge dışından kereste firmalarının ürettikleri ürünlere talep olması
- Firmaların kalite bilincinin olması
- Mobilya firmaları talebi yerel ölçekli, kereste firmalarının ki ise ulusal ölçektir, özellikle kereste firmalarının müşteri portföyleri oldukça geniştir.

Talep Şartları

Talep Şartları Dezavantajları

- İkame ürünlerin pazar payının yükselmesi
- Atıl kapasite oranlarının yükselmesi
- Sektördeki firmaların ağırlıklı olarak sadece iç pazara yönelik üretim yapması, ihracatın ihmal edilmesi
- Müşterilerin öncelikle fiyata duyarlı hale gelmesi

5.6.7. Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi İş Kümelenmesi SWOT Analizi

Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi iş kümelenmesine ilişkin olarak yapılan SWOT analizine göre; kümelenmenin güçlü ve zayıf yönleri ile fırsatlar ve tehditler şu şekilde sıralanabilir:

Güçlü Yönler

- Yerel kaynakların fazlasıyla olması
- OSB ve KSS gibi mevcut fiziksel altyapının yeterli olması
- Ulaşım yollarının düğüm noktası olması
- Sektörel küçük sanayi sitelerinin bulunması
- Pazar açısından Batı Akdeniz, Güney Ege ve İç Anadolu illerine yakınlık
- Üretilen ürünlerin hem yerel pazarda hem de ulusal pazarda talebinin olması
- Mevcut kalifiye işgücünün sektörden ayrılmaması
- İlde Orman Fakültesinin ve Ahşap Teknolojisi Alanı bulunan Endüstri Meslek Liselerinin bulunması
- Bölgede ABİGEM'in kurulmuş olması
- Süleyman Demirel Üniversite'nin ilgili olması
- Aile ve şahıs şirketlerinin hızlı karar alabilmeleri
- Firmaların yatırım yeri olarak Isparta'yı benimsemiş olmaları
- Hammadde tedarikçilerine yakınlık
- Firmaların kalite bilincinin olması
- Sektör içindeki firmalar arasında bir ilişkinin olması
- Yerli hammaddenin ucuz olmasından kaynaklanan fiyat avantajı
- İlde ağaç artıklarını kullanacak fabrikanın bulunması
- Kümelenme içinde ilgili ve destekleyici sektörlerde hizmet veren firmaların olması

- Isparta’da Goller Bölgesi Teknoloji Geliştirme Bölgesinin kurulmuş olması
- Süleyman Demirel Üniversitesi TEKNOKENT bünyesinde Üniversite Girişimci Koordinatörlüğünün faaliyet göstermesi
- Doğal kurutma için iklim şartlarının uygun olması
- Kullanılan hammaddenin dayanıklı olması
- Düşük işgücü maliyetleri
- Kümelenmedeki firmaların yaş ortalamasının yüksek olması ve rekabetçi avantaja sahip olması
- Zengin profil çeşitliliğinin olması
- Firmaların makine altyapısının yeterli düzeyde olması
- Bazı küçük ölçekli firmaların ara malları kendisinin üretmesi
- Demiryolu imkanının bulunması
- Liman ve havaalanına yakınlık
- Mevcut firmaların devamlılığını sağlayacak talep olması

Zayıf Yönler

- Bölgedeki kaynakların kaliteli ve verimli olarak işletilememesi
- Orman işletmelerinde Orman Kooperatiflerinin kalifiye olmayan iş gücünün kullanılması nedeni ile kalite ve verimliliğin düşmesi
- Kalifiye bir işgücü havuzunun bulunmaması, ara eleman eksikliği
- Üniversite ile mevcut işbirliğinin az olması
- Sermaye olanaklarının sınırlı olması
- Kurumsal altyapıya sahip şirketlerin az sayıda olması
- KOBİ’lerin kurumsallaşamaması, stratejik plan eksikliği, insan kaynaklarına yatırım yapmaması
- Talebin bir kısmının mevsimsel olması

- STK'ların farkındalıklarının düşük ve etkisinin az olması
- Kamu kurum ve kuruluşlarının sektör ile sonuca yönelik işbirliğinin olmaması
- AR-GE çalışmalarının olmaması
- İş ortamı açısından girişimciliğin desteklenmemesi
- Firmalar arasında güven eksikliği bulunması
- Kümelenmedeki firmaların ağırlıklı olarak iç pazara yönelik üretim yapması, ihracatın ihmal edilmesi

Fırsatlar

- Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı
- T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Merkezi Finans ve İhale Birimi (MFİB) tarafından “Türkiye’de Kümelenme Politikaları Geliştirmeye Yönelik Teknik Destek” projesinin uygulanmaya konulması ve projenin AB tarafından finanse edilmesi.

Tehditler

- İkame ürünlerin pazar payının yükselmesi
- 2008 yılında yaşanan küresel krizin etkilerinin devam etmesi

5.6.8. İş Kümelenmesi Analizinin Değerlendirilmesi

Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi, bir çok aktörü içermekle birlikte aktörler arasındaki işbirlikleri düşük seviyededir ve ortak hareket etme yeteneği de gelişmemiştir. Firmaların kendi arasında ve firmalar ile destekleyici kurumlar arasındaki iletişimin zayıf olması ortak bir bakış açısına sahip olunmasını engellemektedir. Geleneksel üretimden katma değeri yüksek ve markalı ürünlere geçişi, başarılı bir şekilde gerçekleştirebilecek girişimci altyapısına sahip olan iş kümelenmesi, aktörler arasındaki etkileşimin ve işbirliğinin artırılmasına ve AR-GE ve teknoloji yatırımlarına ağırlık vermelidir. Ayrıca endüstrideki firmaların ihtiyacı olan ara eleman yetiştirilmesine öncelik verilmelidir. Mobilya sektöründeki firmalar

için özgün tasarım geliştirmeleri rekabetçi avantaj kazanmaları için bir alternatif olabilir. Kamu kurumları ve işbirliği yapılan kurumlarla ilişkileri geliştirebilecek önemli adımlardan biri paneller düzenlemek olabilir.

İş kümelenmesinin en büyük problemlerinden birisi kurumsallaşamamak ve kolektif çalışma bilinci eksikliğidir. Kurumsallaşma adımları gerçekleştirildiğinde işletmelerin strateji eksikliği giderilecektir. Kurumsal yapılanan bir işletmenin kendi iş planı olacaktır. Bu plana bağlı olarak da pazarı yorumlayabilme gücüne kavuşacak böylelikle pazarlama faaliyetlerini de planlayabilecektir. Planlama yapabilen ve “Pazar” odaklı çalışan işletmeler atıl kapasiteye yatırım yapmayacak, kaynaklarını en verimli şekilde kullanacaktır.

Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Kümelenmesinin rekabet gücünün artırılabilmesi için bölgedeki kaynakların ve aktörlerin tamamının dikkate alındığı etkili bir planlamanın yapılması, bu planın hem kamu hem de özel sektör tarafından sahiplenilmesi gerekmektedir. Ancak bu şekilde bölgenin rekabet gücü artırılabilir.

Örnekleme konu olan firmalarla yapılan yüz yüze mülakatlar ve anket çalışması sonucunda firmalar arası işbirliği, firmalar ile kamu kurumları arasındaki işbirliği, benzer iş kümelenmeleri ile kurulacak iş birlikleri ve iş kümelenmesi ile eğitim kurumları arasında kurulacak işbirliği çok önemli olarak değerlendirilmiş fakat söz konusu iş birliklerinin iş kümelenmesinde bulunmadığı görülmektedir.

Kümelenme girişimlerine yönelik sorularda ise, kümelenme girişimlerinin yasal bir yapıya kavuşturulması ve ortak tanıtım ve markalaşma faaliyetlerinin desteklenmesi gereği anket uygulanan firmalar tarafından belirtilmiştir. Ayrıca, gerek Türkiye içindeki gerekse de diğer ülkelerdeki iş kümelenmeleri ile kıyaslama ve işbirliği çalışmaları da önem verilen konular olarak belirtilmiştir.

Faktör şartlarında, mavi yakalı işgücü yetiştirilmesi önem verilmesi gereken konu olarak belirtilirken beyaz yakalı işgücünün önemi ve iş kümelenmesinde mevcut olduğu belirtilmiştir. Buna bağlı olarak ara eleman yetiştirmeye yönelik faaliyetlere daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Kısacası iş gücünün kalitesinin artırılması için de ara eleman yetiştirilmesine ağırlık verilmelidir.

Türkiye’de bir çok geleneksel sanatın, inşaat malzemeleri ve mobilya sektörünün ana girdisi ağaçtır. Ağaca işçilikle katılan katma değer ve dekoratif

zellikler genel olarak insan emeğinin ve teknolojinin bir bileşimi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Isparta Orman rnleri Endüstrisi kümelenmesi halihazırda mevcut olan deneyimini, yetenekli ustalarının ileri teknoloji kullanımına geçmesi ile yeni ve ileri bir boyuta taşıyabilir. Bunu başarabilmek için ise öncelikle dünyadaki mevcut örnekleri derinlemesine incelemek, teknoloji yatırımları yapmak ve AR-GE için kaynak ayırmak gerekmektedir. Genel iş ortamının iyileştirilmesi ve rekabet gücünün artırılması için işbirliklerinin desteklenmesi gerekmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Dünya Ekonomik Forumu (WEF) tarafından düzenli olarak hazırlanan “Küresel Rekabetçilik” raporunda, ülkelerin kalkınmışlık seviyeleri 5 aşamaya ayrılmıştır. Bunlar sırasıyla; (1)faktör koşullarına dayalı, (2)1’den 3’e geçiş, (3)verimliliğe dayalı, (4)3’ten 5’e geçiş ve (5)inovasyona dayalı aşamalardır. Rapora göre Türkiye verimliliğe dayalı ekonomik kalkınma aşamasından inovasyona dayalı ekonomik kalkınma aşamasına geçiş sürecinde bulunmaktadır. Faktör koşullarının avantajlarını iyi kullanarak küresel piyasalarda yer edinmeyi başaran Türk iş kümelenmeleri verimlilik konusunda da başarılı olmuş ve verimlilikten inovasyona geçiş aşamasını yaşamaya başlamıştır. Verimliliğe dayalı rekabet modelinden inovasyona dayalı rekabet modeline geçiş bir dönüşüm gerektirmektedir. Bu konuda işletmelerin ve işgücünün ihtiyaç duyduğu yetenek ve kabiliyetlerin inovasyona dayalı rekabet modeline uygun bir şekilde geliştirilmesi gerekmekte ve bu gelişimin desteklenmesi öncelik kazanmaktadır. Bu açıdan Türkiye küresel rekabetçilik konusunda bir yol ayrımında bulunmaktadır. Kümelenme, inovasyona dayalı rekabetçilik modeline geçiş aşamasının etkin bir biçimde yönetilerek tamamlanmasına katkıda bulunabilecek bir araçtır. Kümelenme aracının kullanılabilmesi için ise bir paradigma değişikliği gerektirmektedir. Paradigma değişikliğinin yapılabilmesi için de gerekli iktisadi ve sosyal ön ayak olmalar, teşvikler gerekmektedir.⁵⁰⁶ Küresel ölçekte bir çok başarı hikayesi olan kümelenme yaklaşımının Türkiye’de de benzer hikayeleri biran önce yaratması ve bu amaçla teşvik edilmesi gerekmektedir. Bu hikayelerin yaratılabilmesi için işletmeler kadar iş kümelenmelerinin de başlangıç aşamasında katkıya yani can suyuna ihtiyacı bulunmaktadır. Türkiye’de kümelenme yaklaşımı açısından olumsuz olabilecek faktör bir farkındalık yaratıldıktan ve isteklilik oluşturulduktan sonra iş kümelenmelerinin kendi haline bırakılması olasılığdır. Kümelenme yaklaşımı işletmelerin özellikle Türkiye’deki işletmelerin çok fazla alışık olmadıkları işbirliği içinde rekabet kavramı temeli üzerine kurulmuş bir yaklaşımdır.

⁵⁰⁶ Kümelenme Haritalama, Analiz ve Kümelenme Yol Haritaları, s.5, <www.clusterturkey.com>

Kümelenme yaklaşımı her geçen gün bölgesel kalkınmada alanında önemli bir araç olarak etkinliğini ve kullanım alanını genişletmektedir. Dünya ve Türkiye ekonomisinin yaşamakta olduğu post-modern evre ve post-fordist büyüme sürecinde sürdürülebilir yeni yaklaşımlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu yaklaşımlardan en önemlisi de kümelenme yaklaşımıdır. Günümüzde hızla dış dünya ile bütünleşen bir ekonominin temel parametresi rekabet gücüdür. Özel sektörün rekabet gücünün geliştirilmesinde kümelenmelere dayalı sanayi politikaları ve yerel yatırım ortamlarının iyileştirilmesi ve rekabetçi avantaj yaratılması kritik bir öneme sahiptir. Ülkeler, bir taraftan küresel eğilimleri yakından takip etme diğer taraftan yerel hareket edebilecek kapasiteyi oluşturma gerekliliğini yaşamaktadır. Bölgesel kalkınma konusu ortaya çıkan bu yeni eğilimler ışığında yeni bir anlam kazanmaktadır. Daha önceki dönemlerde bölgeler arası farklılıkların giderilmesi ön plandayken günümüzde rekabet gücü için bölgesel politikaların tasarlanması ve uygulanması ön plana çıkmaktadır. Ekonomi politikalarında merkezi ve makro yaklaşımların çok ötesinde, mikro konuları da içeren, sektörel ve bölgesel önceliklere göre politika araçlarını harekete geçirebilen bir kapasiteye duyulan ihtiyaç artmaktadır.

Günümüzde küreselleşme, rekabet gücü ve yerelleşme kavramlarının yan yana gelmesi ve aynı tartışma içinde yer alması kümelenme yaklaşımını bu tartışmaların merkezine yerleştirmiştir. Türkiye'nin ekonomi politikalarına yeni girmeye başlayan kümelenme yaklaşımı, dünyada özellikle gelişmiş ülkelerin ekonomi politikalarında son yirmi yıldan bu yana önemi giderek artan biçimde yerini almıştır. Kümelenme yaklaşımının öneminin giderek artmasında bu yaklaşımın temelinin rekabetçi avantaja dayanması bulunmaktadır. Özel sektöre dayalı bir ekonominin büyüme ve kalkınma potansiyelinin, firmaların küresel ve yerel piyasalarda rekabet edebilme potansiyeline bağlı olduğu dikkate alındığında kümelenme yaklaşımının önemi de daha iyi kavranmaktadır. Kısacası Dünya ve Türkiye ekonomisinde son yıllarda yaşanan gelişmelere paralel olarak kalkınma ve sanayi politikalarının amacı ve etki alanı da değiştirmiştir. Önceki dönemlerde sanayileşme temel amaç iken artık rekabet gücünü artırmak uygulanan politikaların temel amacı konumuna gelmiştir. Bu amacı gerçekleştirmek için kullanılan etkin araçlardan birisi de kümelenme yaklaşımıdır. Kümelenmeler ve rekabet gücü

incelendiğinde, kümelenmeye dayalı yaklaşımın daha önce de bahsedildiği gibi firmaları birbirinden izole oyuncular olarak değil, birbiriyle bağlantılı aktörler olarak tanımladığı ve değerlendirdiği dolayısıyla bağlantıları güçlendirmeye yönelik öneriler yaptığı görülmektedir. Kümelenme yaklaşımı değer zinciri analizleri ile desteklenmekte ve maliyetlerin yüksekliğinin hangi aşamalardan, hangi oyuncuların verimsizliğinden ve hangi politika yanlışlarından kaynaklandığını belirleyerek kümelenmedeki aktörlerin kapasitelerini ve performanslarını arttırmaya yönelik önlemler almaktadır. Dolayısıyla politika öncelikleri belirlenebilmekte ve kaynaklar daha etkin kullanılabilir.

Kümelenme yaklaşımını diğer yaklaşımlardan ayıran temel fark, firmalar ve endüstriler arasındaki teknoloji, işgücü, bilgi, müşteri ihtiyaçları, pazarlama gibi konulardaki bağlantıları kapsayan bir yaklaşım olmasıdır. Bu bağlantılar verimliliğe ve inovasyon yapabilme kapasitesine temel oluşturmakta ve rekabetçi avantaj yaratılmasında önemli rol oynamaktadır. Kümelenmeye dayalı sanayi politikalarının daha önceki dönemlerde uygulanan sanayi politikalarına göre bir takım avantajları bulunmaktadır. Hem dünyada hem de Türkiye’de daha önce yaşanan deneyimler makro politikaların rekabet gücü için çok genel olduğunu, mikro seviyedeki müdahalelerin ise çoğu zaman etkisiz ve kaynak israfına yol açan müdahaleler olduğunu göstermiştir. Kümelenmeye dayalı politikalar makro ve mikronun ortasında meso seviyede yer almakta ve her ikisinin özelliklerini birleştirmektedir.

Çalışmanın ilk bölümünde küreselleşmenin şekillendirdiği yeni ekonomi ve bilginin doğasındaki dönüşüm, küreselleşme yerelleşme paradoksu ve yine özellikle son yıllarda önem kazanan küyerelleşme olguları incelenmiştir. Birinci bölümünün devamında bölgesel politika tasarımında yaşanan değişimler değerlendirilmiştir. Bu bağlamda mekansal modeller ve yeni bölge tipolojisi ele alınmıştır. Ardından teoride yaşanan bu dönüşüme uyum sağlama konusunda Türkiye’de yaşanan gelişmeler ve bölgesel politikalarla ilgili yasal/kurumsal düzenlemelere yer verilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, son zamanlarda oldukça ilgi gören “kümelenme” kavramının teorik temelleri incelenmiş ve kümelenme ile ilgili Dünya’daki ve Türkiye’deki uygulamalara yer verilmiştir. Böylelikle tezin uygulama

ölçeğini oluşturan Isparta İli Orman Ürünleri Endüstrisi kapsamında yapılan analize temel oluşturulması sağlanmıştır.

Çalışmada üçüncü olarak Orman Ürünleri Endüstrisinin mevcut durumu ulusal ve küresel ölçekte bir arada incelenmiş ve endüstrideki ulusal/küresel eğilimler genel hatları ile değerlendirilmiştir. Dördüncü bölümde ise hem Isparta ekonomisinin genel özellikleri hem de ilde yer alan Orman Ürünleri Endüstrisi ayrıntılı olarak araştırılmış ve değerlendirilmiştir. İldeki Orman Ürünleri Endüstrisinin değerlendirilmesinde mevcut verilerden, sektör işletmelerine uygulanan sektör anketi çalışması ve mülakat bulgularından yararlanılmıştır. Böylelikle tezin uygulama ölçeğini oluşturan Isparta İli Orman Ürünleri Endüstrisi kapsamında yapılacak analize temel oluşturulmuştur. Isparta ekonomisi genel hatları ile değerlendirildiğinde dikkat çeken noktalar şunlardır:

- Isparta ilinde hizmet sektörü il bazında büyürken, tarım ve sanayi sektörlerinin payları gerilemektedir. Hizmet sektörünün tarım ve sanayiye göre daha hızlı büyümesinin temel nedenini kamu yatırımlarındaki hızlı artış oluşturmaktadır. Isparta’da 1992 yılında kurulan Süleyman Demirel Üniversitesi ile birlikte artan öğrenci sayısı ve hızla gelişen eğitim-sağlık altyapısı sektörel değişimin temel nedenlerini oluşturmaktadır.
- Tezin dördüncü bölümünde de bahsedildiği gibi DPT’nin hazırladığı illerin sosyo ekonomik gelişmişlik endeksi sıralamasına göre Isparta 2003 yılında ise 28. sırada bulunmasına rağmen Isparta’nın milli gelirden aldığı pay dikkate alındığında sosyo ekonomik açıdan daha ileride bulunduğu ve bunun başlıca faktörünün sağlık ve eğitim alanı olduğu ortaya çıkmaktadır.
- Tüm bu sosyo ekonomik göstergelere ek olarak Isparta’nın yakaladığı ekonomik gelişmenin sürdürülebilir olup olmadığı da önemlidir. Özelde Isparta ilinin, genelde ise TR61 bölgesinin diğer bölgelerden daha çekici hale gelebilmesi, ancak sosyal ve fiziki çevrenin de çekici hale gelmesi ve yaşanabilir olması ile mümkün olabilecektir. Bölgelerin farklı boyutlardaki göreceli başarılarını özetleyen bir çalışma gerçekleştiren EDAM’ın rekabet endeksi raporunda Isparta 60.8 değeri ile 21. sırada yer almaktadır. Listede Isparta’nın en iyi konumda olduğu endeks *insani sermayedir* endeksidir ve eğitim ile sağlık göstergelerinin ildeki durumu dikkate alındığında bu

beklenen bir sonuçtur. Isparta'nın listede en kötü durumda olduğu endeks ise *Ekonomik Etkinlik ve Canlılık* endeksidir.

- CNBC-e Business'ın bütün illerde yaşanabilirlik düzeyini belirlediği “Türkiye'nin Yaşanabilir İller Araştırması”na göre Isparta yedinci sırada yer almaktadır. Isparta, ilk ve orta öğretimde öğretmen ve derslik başına düşen öğrenci sayısı bakımından Türkiye'nin en iyi üçüncü ili konumunda bulunmaktadır. Üniversite öğrencisi yoğunluğunda ise Türkiye ikincisi, doktor ve yatak başına düşen kişi sayısında Türkiye beşincisi konumundadır. Tüm bu veriler Isparta'yı yaşanabilir iller sıralamasında yedinci sıraya taşımaktadır.
- Isparta ekonomisinde orman ürünleri endüstrisi sektörü uzun yıllardan beri önemli bir yere sahip olmuştur. Bölge için Orman Ürünleri Endüstrisi, imalat sanayisi içerisinde işyeri sayısı ve çalışan sayısı itibariyle dokuma giyim eşyası ve deri sanayisinden sonra ikinci konumda yer almakta ve ilin ekonomisinin en önemli öğelerinden birini meydana getirmektedir. İlde imalat sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin yaklaşık %30'nun, çalışanların da % 16,8nin bu sektörde olduğu göz önüne alındığında Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinin bölge ekonomisinin en önemli temel unsurlarından birini oluşturduğu görülmektedir.

Beşinci olarak da Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi, stratejik ilişkileri ve rekabet gücü açısından incelenmiştir. Sektördeki firmalara kümelenme anketi uygulanmıştır. Bu inceleme için Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Kümelenmesinin network analizleri Pajek programı kullanılarak yapılmış ve kümelenme haritaları çizilmiştir. Daha sonra kümelenmenin aktörleri arasındaki analizler kapsamında kümelenme üyelerinin merkezilikleri, bağlantı düzeyleri ve rekabetçi avantajı arasındaki ilişki ortaya çıkarılmıştır. Ardından Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesinin profilinin ortaya çıkarılması için istatistiksel analiz uygulanmıştır. Son olarak da Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Kümelenmesine Michael Porter'ın “Karo” modeli uygulanmış ve iş kümelenmesi analizi yapılmıştır. İş kümelenmesi analizi ile de kümelenmenin rekabetçi avantajları

ve dezavantajları belirlenerek kümelenmenin geliştirilmesi için neler yapılabileceği, eksikliklerinin neler olduğu ve nasıl giderileceği belirlenmiştir.

Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Kümelenmesi değerlendirildiğinde ortaya çıkan sonuçlar şu şekilde özetlenebilir:

- Örnekleme konu olan Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinde bulunan firmalar genelde yaşlı firmalardır, endüstrideki hizmet ve süreçler rutin hale gelmiştir ve ürünler daha düşük maliyetle daha etkin ikamelerle(laminant parke gibi) doldurulabilir hale gelmiştir. Ayrıca kümelenmedeki firmalar açısından maliyetler rekabetçi avantajın anahtarı konumundadır. Tezin 2. bölümünde bahsedilen kümelenme yaşam döngüsü açısından değerlendirildiğinde Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi; embriyonik aşamadan büyüme ve olgunluk aşamalarını etkin bir şekilde yaşamadan düşüş aşamasına geçmiştir.
- Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenme tipleri açısından değerlendirildiğinde “dikey kümelenmeler” kapsamına girmektedir. Bu kümelenmede alıcıların ve araçların birbirleriyle ilişkileri vardır fakat sektördeki firmaların birbirine bağlanması ile oluşan işletme grupları yoktur. Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesinin en önemli zayıf yönlerinden birisi firmalar arasındaki ilişki yoğunluğunun düşük olmasıdır. Bu zayıflık giderilirse kümelenme de daha güçlü bir yapıya kavuşacaktır.
- Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi haritalarının tamamının yoğunluk değeri sıfıra yakın ve düşük değerlerdir. Isparta Orman Ürünleri endüstrisi kümelenmesinin yoğunluk değerlerinin oldukça düşük olması kümelenmenin üyelerinin diğer üyelerle yoğun ilişkilere sahip olmadığını göstergesidir. Porter’a göre bu durum gelişmemiş(undeveloped) bir kümelenmeyi göstermektedir.
- M. J. Enright’ın yaptığı kümelenme gelişme aşamaları sınıflamasına göre Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi; “gizli kümelenmeler” sınıfına girmektedir. Kümelenmede işletme sayısı kritik kitleye ulaşmıştır fakat firmaların arasında coğrafi yakınlıktan faydalanmayı sağlayan ilişki ağı ve bilgi akışı çok azdır. Kümelenme aynı zamanda potansiyel kümelerin özelliklerini de taşımaktadır. Şöyle ki başarılı kümelenme oluşturmak için

gereken niteliklerin bazılarına örneğin coğrafi olarak yakın yerleşmiş firma yoğunlaşması, kümelenme içinde avantajlı faktör şartları, ilgili ve destekleyici sektörlerin varlığı gibi niteliklere sahiptir fakat gelişmiş bir kümelenme değildir.

- Isparta ilinde Süleyman Demirel Üniversitesi bulunmasına rağmen, kümelenmedeki firmalar stratejik, teknolojik ve pazar bilgilerine yeterince erişimleri olmadıklarını bildirmişlerdir. Kümelenmedeki firmalar strateji geliştirme, teknoloji ve pazar bilgilerine erişim konularında Üniversite ile yeterince işbirliği yapmamaktadır. Bu durum firmaların stratejik kararları zamanında alma yeteneğini ve küresel pazarların rekabetçi hedeflerine uyum sağlamaları için gerekli değişiklikleri gerçekleştirme becerilerini sınırlamaktadır. Firmalar genel olarak iş fırsatlarının, bilgi kaynaklarının ya da kümelenme içinde dahi, sunulan desteğin farkında değildir.
- Kümelenmedeki firmaların büyük oranı işbirliği ve iletişimi son derece dar kapsamlı yorumlamakta ve işbirliğinde bulunmamaktadır. Genel olarak sorunların, fırsatların, kaynakların vb. paylaşılması kültürü iş ortamına yansıtılmamaktadır. İşbirliği ve ortak faaliyetler konusundaki düşük farkındalık seviyesi aynı zamanda oyuncular arasındaki güvenin seviyesini göstermektedir ve bu seviye düşüktür. İşbirliğini teşvik eden kamu müdahaleleri olmadan piyasa mekanizmaları genelde firmalara işbirliği yapmaları için yeterli motivasyonu sağlama konusunda yetersiz kalmaktadır. Bu yeterli motivasyon örneğin ortak projelere finansal teşvik sağlanması yolu ile kolaylıkla belirlenebilir olmalıdır. Ayrıca kümelenmedeki firmaların uygulamada “rekabet içinde işbirliği” anlayışını gözlerinde canlandırabilmeleri için uluslar arası ve ulusal çalışma turlarının düzenlemesi gibi çok fazla inovatif olmayan bir takım metotlar yardımcı olabilecektir.
- Kümelenmedeki firmalar açısından AR-GE ve inovasyon desteği oldukça sınırlı ve düşük seviyededir. Yerel aktörler mevcut fonlar ve programlar bulunsa bile başvurma kapasitesinin eksikliğinden ya da söz konusu programlar konusundaki düşük farkındalık seviyelerinden şikayet etmektedir.

- Firmalar genellikle kendi ihtiyaçları ile üniversite tarafından gerçekleştirilen faaliyetler ve AR-GE faaliyetleri arasında uyumsuzluk olduğunu bildirmektedir. Bu durum temelde firmaların ticari uygulamaları ile ilgili sonuçlar ortaya koyamayan AR-GE faaliyetlerine ve bölgedeki mesleki eğitim ve yüksek öğretim kurumlarının ürettikleri yetenek yelpazesine bağlanmaktadır. Firmalarda eğitim kurumları tarafından uygulamaya yönelik eğitim verilmeli görüşü bulunmaktadır.
- Daha önce de vurgulandığı gibi WEF'in Küresel Rekabet Edebilirlik Raporu 2008 raporuna göre Türkiye, ekonomisinin verimlilik odaklı bir aşamadan inovasyon odaklı aşamaya doğru ilerlediği geçiş aşamasındadır. Başka bir ifadeyle Türkiye ekonomisinin daha rekabetçi bir gelişim aşamasına dönüşmesi için ülkenin mevcut kaynaklarının daha verimli kullanılması ve daha yenilikçi sanayiler yaratılması gerekmektedir.
- Yerel aktörler arasında ağ oluşturma ve kümelenme bilinci oldukça düşüktür. KOBİ'ler dahil olmak üzere yerel aktörlere iş ağları içinde yer alan kümelenmiş ekonomilerin getirdiği yararlar hakkında bilgi verilmelidir. Bu amaçla bilgilendirme seminerleri düzenlenebilir. Bilgilendirme seminerleri ile bilinç oluşturulabilir. Buna ek olarak yerel istekliliği gerçek anlamda harekete geçirecek iyi uygulama hikayelerinin ve rol modeli oluşturacak işbirliği örneklerinin yaratılmasına da ihtiyaç duyulmaktadır.
- İstatistiksel analizler sonucunda kümelenme örneklemindeki firmaların yaş ortalaması 21 olarak hesaplanmıştır. Daha önce de belirtildiği gibi firmanın yaşının ve firmanın boyutunun o firmanın rekabetçiliğinin bir göstergesi olduğunu kabul edilmektedir. Dolayısıyla Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Kümelenmesinin yaş ortalamasının yüksek olması kümelenmenin rekabetçi avantajı olduğunu göstermektedir.
- Network analizleri ve istatistiksel analizler sonucunda daha önce kümelenme alanında yapılan çalışmalarla benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Buna göre merkezde yer alan firmaların bağlantı sayısı diğer firmalara göre daha yüksektir. Ayrıca kümelenmede merkezde yer alan firmaların birbirleriyle daha yakın ilişkide olma olanağı artmaktadır. Bu çalışmada Anova

analizinden elde edilen sonuç korelasyon analizinden elde edilen sonuç ile de uyumludur. Kısacası kümelenme içinde firmanın bağlantı sayısını ve rolünü belirleyen faktör, firmanın yaşı ve firmanın çalışan sayısı değil firmanın ciro düzeyidir. Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Kümelenmesinde firmaların ciro düzeyi arttıkça firmaların bağlantı sayısı artmaktadır.

- Örneklemedeki firmaların ortalama çalışan sayısı 16'dır. Bu değer kümelenmedeki firmaların büyük oranda küçük ölçekli işletmelerden oluştuğunu göstermektedir.
- Örnekleme konu olan firmalarla yapılan yüz yüze mülakatlar ve anket çalışması sonucunda firmalar arası işbirliği, firmalar ile kamu kurumları arasındaki işbirliği önemli olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca benzer iş kümelenmeleri ile kurulacak iş birlikleri ve iş kümelenmesi ile eğitim kurumları arasında kurulacak işbirliği de çok önemli olarak değerlendirilmiş fakat söz konusu iş birliklerinin iş kümelenmesinde bulunmadığı özellikle vurgulanmıştır.
- Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi, birçok aktörü içermekle birlikte aktörler arasındaki işbirlikleri düşük seviyededir ve ortak hareket etme kabiliyeti de gelişmemiştir. Firmaların kendi arasında ve firmalar ile destekleyici kurumlar arasındaki iletişimin zayıf olması aktörler arasında ortak bir bakış açısının oluşmasını engellemektedir. Söz konusu iş kümelenmesi, geleneksel üretimden katma değeri yüksek ve markalı ürünlere geçişi başarı ile gerçekleştirebilecek girişimci altyapısına sahiptir. Dolayısıyla aktörler arasındaki etkileşimin ve işbirliğinin artırılmasına, AR-GE ve teknoloji yatırımlarına ağırlık vermesine ihtiyaç vardır. Ayrıca endüstrideki firmaların ihtiyacı olan ara eleman yetiştirilmesine öncelik verilmelidir. Mobilya sektöründeki firmalar açısından değerlendirildiğinde özgün tasarım geliştirmeleri rekabetçi avantaj kazanmaları için alternatif bir metot oluşturabilir. Buna ek olarak paneller düzenlemek kamu kurumları ve işbirliği yapılan kurumlarla ilişkileri geliştirebilecek önemli adımlardan birisi olacaktır.

- İş kümelenmesinin en büyük problemlerinden birisi kurumsallaşamamaktır. Kümelenmede kolektif çalışma bilinci eksiktir. Kurumsallaşma adımları gerçekleştirildiğinde işletmelerin strateji eksikliği giderilecektir. Kurumsal yapılan bir işletme kendi iş planına sahip olacaktır. Bu plana bağlı olarak da pazarı yorumlayabilme gücüne kavuşacak, böylelikle pazarlama faaliyetlerini de planlayabileceklerdir. Planlama yapabilen ve “pazar” odaklı çalışan işletmeler atıl kapasiteye yatırım yapmayacak dolayısıyla kaynaklarını en verimli şekilde kullanacaktır.
- Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Kümelenmesinin rekabet gücünün artırılabilmesi için bölgedeki kaynakların ve aktörlerin tamamının dikkate alındığı etkili bir planlamanın yapılması, bu planın hem kamu hem de özel sektör tarafından sahiplenilmesi gerekmektedir. Ancak bu şekilde bölgenin rekabet gücü artırılabilir.
- Kümelenme girişimlerine yönelik sorularda ise, anket uygulanan firmalar tarafından kümelenme girişimlerinin yasal bir yapıya kavuşturulması ve ortak tanıtım ve markalaşma faaliyetlerinin desteklenmesi gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca, gerek Türkiye içindeki gerekse de diğer ülkelerdeki iş kümelenmeleri ile kıyaslama ve işbirliği çalışmaları da önem verilen diğer konular olarak vurgulanmıştır.
- Faktör koşullarında, beyaz yakalı işgücünün önemi ve yeterli seviyede iş kümelenmesinde mevcut olduğu belirtilmiş, mavi yakalı işgücü yetiştirilmesi önem verilmesi gereği ortaya çıkmıştır. Buna bağlı olarak ara eleman yetiştirmeye yönelik faaliyetlere daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Kısacası iş gücünün kalitesinin artırılması için de ara eleman yetiştirilmesine ağırlık verilmelidir. Isparta ili güçlü bir eğitim altyapısına sahip olduğu için bu ihtiyaca kolaylıkla karşılık verebilecek kapasiteye sahiptir.
- Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesinde ilgili ve destekleyici sektörlerin büyük kısmı iş kümelenmesi içinde mevcuttur. Bu durum iş süreçlerinin ve talebin gerektirdiği hızda sipariş yetiştirilmesine imkan sağlamakta ve pozitif dışsallıklar yaratarak rekabet avantajı oluşturmaktadır.

- Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi faktör şartları açısından değerlendirildiğinde; hammadde kaynaklarına yakınlık ve ilin ikliminin orman ürünleri açısından doğal kurutmaya elverişli olması rekabet avantajı yaratan unsurlardandır. Ayrıca kümelenmedeki firmaların makine altyapısı da yeterli düzeydedir.
- Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi talep şartları açısından değerlendirildiğinde; bölgede mevcut firmaların devamlılığını sağlayacak talep mevcuttur. Ayrıca bölge dışından kereste firmalarının ürettikleri ürünlere ulusal ölçekte talep mevcuttur. Mobilya firmaları talebi yerel ölçekli, kereste firmalarının ki ise ulusal ölçeklidir, özellikle kereste firmalarının müşteri portföyleri oldukça geniştir.
- Türkiye’de birçok geleneksel sanatın, inşaat malzemeleri ve mobilya sektörünün ana girdisini ağaç oluşturmaktadır. Ağaca işçilikle katılan katma değer ve dekoratif özellikler insan emeğinin ve teknolojinin bir bileşimi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesi halihazırda mevcut olan deneyimini, yetenekli ustalarının ileri teknoloji kullanmaya başlaması ile yeni ve ileri bir boyuta taşıyabilir. Bunu başarabilmek için ise öncelikle dünyadaki mevcut örnekleri derinlemesine incelemek, teknoloji yatırımları yapmak ve AR-GE için kaynak ayırmak gerekmektedir. Genel iş ortamının iyileştirilmesi ve rekabet gücünün artırılması için işbirliklerinin desteklenmesi de gerekmektedir.
- İşbirliğini destekleyen girişimcilerin bir kısmı, hammadde temini ve satış aşamalarında yapılacak bir işbirliğinin bir başlangıç olabileceğini belirtmektedir. Yapılan görüşmeler sonucunda işbirliği girişimlerinin ömrü sadece iki ila üç yıl olmaktadır. Bu başarısızlığın temel nedeni ortakların kısa sürede yüksek kar beklentisi içinde olmaları ve bu beklentileri kısa süre içinde gerçekleşmezse hemen ortaklıktan ayrılmalarıdır.
- İşbirliği kültürü için yapılan girişimler, mevcut iş kolu ve ürün bandı üzerinden düşünülmekte ve gerçekleştirilmektedir. Oysa yatay ya da dikey entegrasyon sürecinde farklı ürün ve/veya farklı yatırım alanlarının da değerlendirilmesi daha doğru bir yaklaşım olacaktır.

- Özelde kümelenmenin genelde ise ildeki iş kültürünün problemi olan güven ve işbirliği eksikliğinin giderilmesi, sivil toplum örgütleri ve kamu kurumları gibi yerel aktörlerin öncülüğünde ihracata dönük yeni bir stratejinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu amaçla kümelenmede endüstri lideri konumunda olan ve merkezde yer alan firmaların deneyimlerinden faydalanılması ve bu firmaların desteklenmesi gerekmektedir.
- Ulusal ve uluslar arası arenada söz sahibi olabilmek için networklerin kurulması en önemli şartlardan birisidir. Yurtiçi ve yurtdışında rakip firmaların tesisler incelenmeli, bu amaçla ziyaretler düzenlenmeli ve fuarlara katılımları sağlanmalıdır. Bölgede ağaç çeşitliliğinin oldukça fazla olması, ihtiyaç olabilecek alternatif hammadde teminini kolaylaştıran bir etkidir.
- Firmalar tüm bu bahsedilen değişimi tamamlayabilmek için öncelikle kendi içlerindeki değişimi de tamamlamalıdır. Yönetim açısından, firmaların kurucu kuşaklarının sahip oldukları deneyimin ve örtük bilginin sonraki kuşaklara aktarması sağlanmalıdır. Böylece deneyim ve örtük bilgi rekabetçi avantajın yaratılmasına yardımcı olacaktır. Üretim alanında kalite ve standardın sağlanması için nitelikli personel (mühendis, teknisyen) istihdam edilmesi, firmalara ürün çeşitliliği ve üretim yöntemi konularında da yeni bakış açıları kazandırarak fark yaratmalarını ve öne çıkmalarını sağlayacaktır. Isparta ilinin eğitim konusunda Türkiye'deki öncü durumu dikkate alındığında bu istihdam ihtiyacının kolaylıkla karşılanabileceği görülmektedir.
- Bölgede yer alan ekonomik aktörler arasında daha büyük bir network oluşumunu kolaylaştıracak araç ve platformlar ile desteklenen, iyi belirlenmiş mekanizmaların varlığına ihtiyaç vardır. Bu araçlar ekonomik aktörler tarafından yaygınlaştırılabilir ve ulaşılabilir olmalıdır.
- Kümelenmedeki aradalık değeri yüksek olan firmaların desteklenmesi ve sayısının artırılması gerekmektedir. Bu şekilde hem kümelenme kendi içinde güçlenirken hem de farklı kümelenmelerle ve ilişkili sektörlerle bağlantılar kurulacaktır. Dolayısıyla dikey kümelenme tipi kapsamına giren Isparta

Orman Ürünleri Endüstrisi kümelenmesinin kapsayıcı ve/veya kompleks kümelenmelere geçişi sağlayacaktır.

- Bölge içinde ve hatta bölgeler arasında işbirliğinin teşvik edilmesi için sektörel stratejilerin ve açık eylemler sergileyen bölge içi ve bölgeler arası rekabet edebilirlik stratejilerinin geliştirilmesi mevcut zorlukların aşılmasında önemli adımlardan birisi olacaktır.

KAYNAKÇA

Kitaplar

- ANSAL, H., “Geçmiş ve Gelecekte Ekonomik Gelişmede Teknolojinin Rolü”, içinde **Teknoloji**, Türkiye Mühendis ve Mimar Odaları Birliği 50. Yıl Yayınları, İstanbul 2004, s. 39.
- ASHEIM, B., P. COOKE ve R. MARTIN, ‘The Rise of the Cluster Concept in Regional Analysis and Policy: A Critical Assessment’, içinde **Clusters and Regional Development**, (Editörler: Bjorn ASHEIM, Philip COOKE ve Ron Martin), Routledge Taylor&Francis Group, USA, 2006.
- ASHEIM, B., P. COOKE ve R. MARTIN, **Clusters and Regional Development**, Routledge Taylor&Francis Group, USA, 2006.
- BOSCHMA, R. A., “Social Capital and Regional Development: An Empirical Analysis of The Third Italy”, içinde **Learning from Clusters: A Critical Assessment from An Economic-Geographical Perspective** (Editörler: R.A. Boschma ve R.C. Kloosterman, 2005 Springer, Printed in Netherlands, ss.139-168.
- BOZKURT, Ö., T. ERGUN ve S. SEZEN, **Kamu Yönetimi Sözlüğü**, TODAİE Yay., Ankara, 1998.
- BULU, M. ve İ. H. ERASLAN, ‘Kümelenme Yaklaşımı’, içinde **Çağdaş Yönetim Yaklaşımları İlkeler, Kavramlar ve Yaklaşımlar**, (Editor: İsmail BAKAN), Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1. Baskı, Mayıs 2004, İstanbul.
- COLEMAN, J. S., **Foundations of Social Theory**, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.
- DİNLER, Z., **Bölgesel İktisat**, Ekin Kitabevi, 7. Baskı, 2005.
- DULUPÇU, M. A. ve H. ÖZGÜR, “Yerel Ekonomik Gelişmede Yerel Yönetimlerin Rolü”, içinde **Avrupa Perspektifinde Yerel Yönetimler**, Alfa, İstanbul, 2006.
- DULUPÇU, M. A., G. ÖZDAMAR, A. SEZGİN, “Geçmişten Geleceğe Isparta Ekonomisi”, içinde **Geçmişten Günümüze Isparta** (Editorler: Hüseyin GÜL ve Songül BOYBEYİ), Atatürk Kültür Merkezi Yayını: 330, Araştırma ve İnceleme Dizisi: 66, Ankara, 2009, ss. 115-135.
- EDAM, **Türkiye İçin Bir Rekabet Endeksi**, EDAM-Deloitte Ortak Yayını, Ankara, Ocak 2009.
- ELÇİ, Ş., İ. KARATAYLI ve S. KARAATA, **Bölgesel İnovasyon Merkezleri: Türkiye İçin Bir Model Önerisi**, TÜSİAD Yayın No. TÜSİAD-T/2008-12/477, Aralık 2008.
- ELVAN L., N. SORGUÇ, L. B. KAZANCIK ve A. ÖZTÜRK, **Bölgesel Gelişme ve Sektör-Bölge Yığınlaşmaları**, Devlet Planlama Teşkilatı, Haziran 2005.

- ERASLAN, İ., **Orman Ürünleri Endüstrisi'nin Tanımı, Önemi, Türkiye'deki Gelişimi, Sınıflandırılması ve Entegrasyonu**, İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi, İ.Ü. Yayın no: 2334, İstanbul, 1977.
- ERYILMAZ, B., **Kamu Yönetimi**, İstanbul, 2000.
- FISHER, M., "The Innovation Process and Network Activities of Manufacturing Firms", içinde **Innovation, Networks and Localities** (Editörler: M. FISHER, L. SUAREZ-VILLA ve M. STEINER), Springer, Berlin, 1999.
- FUKUYAMA, F., **Trust: Social Virtues and the Creation of Prosperity**, NY: Free Press, 1995.
- GÖYMEN, K., "Türkiye'de Bölgesel Politikaların Evrimi ve Bölgesel Kalkınma Ajansları", içinde **Yerel Kalkınma İçin Ortaklıklar**, İstanbul Politikalar Merkezi Yayını, 2005.
- HERTOG, P. ve E. BROUWER, "Innovation in the Dutch Construction Cluster", **Innovative Clusters: National Innovation Systems**, OECD, 2001, ss. 203-229.
- ILDIRAR, M., **Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri**, Nobel Yayın Dağıtım, Ekim 2004, Ankara.
- İLTER E., **Odun Kökenli Ürün Sanayilerinde Kaynak Kullanımı ve Verimlilik**, MPM Yayın No:425, Alkar Matbaası, Ankara, 1990.
- İLTER, E. ve K. OK, **Ormancılık ve Orman Ürünlerinde Pazarlama İlkeleri ve Yönetimi**, Ankara, 2004.
- KALAYCI, Şeref, **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Asil Yayın Dağıtım, 3. Baskı, 2008, Ankara.
- KEPENEK, Yakup, **Ekonomik Yönleriyle Elektronik Ticaret**, Teknoloji Politikaları Merkezi (TEKPOL), Mart 1999, Ankara.
- KLOOSTERMAN R. C. ve R. A. BOSCHMA, "Further Learning From Clusters", içinde **Learning from Clusters: A Critical Assessment from An Economic-Geographical Perspective** (Editörler: R.A. Boschma ve R.C. Kloosterman), 2005 Springer, Printed in Netherlands, ss. 391-405.
- KOSGEB, **2002 Yılı Genel Sanayi ve İşyerleri Sayımı İmalat Sanayi Değerlendirmesi**, Şubat 2005, Ankara.
- _____, **Bölgesel Kalkınma Araştırma Raporu**, Ankara, Ocak 2006.
- _____, **İşletme Kümelenmeleri Orta ve Doğu Avrupa'da İşletmelerin Desteklenmesi**, OECD, -ISBN-978-975-7608-99-8, KOSGEB 2007.
- KÜÇÜKYAVUZ, O., **Yonga Levha Üretim Tesisi Sanayi Profili**, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Sanayi Araştırma ve Geliştirme Müdürlüğü, Ankara, 1996.
- LUNDEVALL, B. A., **National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning**, Printer, London, 1992.
- MALMBERG, A. ve D. POWER, "True Clusters A Severe Case of Conceptual Headache", içinde **Clusters and Regional Development** (Editörler: Bjorn

- ASHEIM, Philip COOKE ve Ron Martin), Routledge Taylor&Francis Group, USA, 2006.
- MARSHALL, A., **Principles of Economics**, Mcmillan, London, 1890'dan aktaran: Bjorn ASHEIM, Philip COOKE ve Ron Martin, **The Rise of the Cluster Concept In Regional Analysis and Policy A Critical Assessment**, Clusters and Regional Development, Routledge Taylor&Francis Group, USA.
- MASKELL P. ve L. KEBIR, 'What Qualifies As A Cluster Theory?', içinde **Clusters and Regional Development** (Editörler: Bjorn ASHEIM, Philip COOKE ve Ron Martin), Routledge Taylor&Francis Group, USA, 2006.
- MEYER-STAMER, J., C. MAGGI ve S. SEIBEL, "Upgrading in the Tile Industry of Italy, Spain and Brazil: Insights from Cluster and Value Chain Analysis", içinde **Local Enterprises in the Global Economy, Issues of Governance and Upgrading** (Editör: Hubert Schmitz), Edward Elgar Publishing, UK, 2004, ss. 174-199.
- OECD, **Innovative Clusters: National Innovation Systems**, OECD, 2001.
- _____, **The Economic And Social Impacts Of Electronic Commerce**, Preliminary Findings And Research Agenda, Paris, 1998.
- ÖKMEN, M., 'Kentsel Alanda Aktörler Arası İşbirliği ve Kalkınma Çabaları: Salihli Örneği', içinde **Dönüşen Kentler ve Değişen Yerel Yönetimler** (Editörler: Fatma Neval GENÇ, Abdullah YILMAZ, Hüseyin ÖZGÜR), Gazi Kitabevi, Nisan 2008 Ankara.
- ÖZ, Ö., **Clusters And Competitive Advantage The Turkish Experience**, Palgrave Macmillan, 2004.
- _____, **The Competitive Advantage of Nations; The Case of Turkey**, Ashgate Publishing, 1999.
- ÖZEN, M., **Ülkemizdeki Kereste Üretim ve Kullanımındaki Önemli Sorunlar**, Odun Kökenli Ürün Sanayii ve Sorunları Semineri, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, Yayın No:302, Ankara, 1984.
- ÖZEN, P., **Bölge Kalkınma Ajansları**, TEPAV-EPRI, Mayıs 2005.
- PEETERS L. ve M. TIRI, "Identification of Techno-economic Clusters Using Input-Output Data: Application to Flanders and Switzerland", içinde **Innovative Clusters: Drivers of national Innovation Systems**, OECD, 2001.
- PORTER, M. E., **The Competitive Advantage of Nations**, Free Press, New York, 1998.
- ROELANDT T. J. ve P. HERTOOG, "Cluster Analysis and Cluster-Based Policy Making In OECD Countries: An Introduction to the Theme", içinde **Boosting Innovation: The Cluster Approach**, 1999, OECD, ss.10-26.
- SCOTT, A.J., "Flexible Production Systems and Regional Development: The Rise of New Industrial Spaces in North America and Western Europe", içinde Reading **Economic Geography** (Editörler: Trevor J. Barnes, Jamie Peck, Eric Sheppard, Adam Tickell), Blackwell Publishing, 2004.

- SOLOW, Robert M., "Investment and Technical Progress", içinde **Readings in the Modern Theory of Economic Growth** (Editörler: Joseph E. Stiglitz ve Hirofumi Uzawa), The MIT Press, Cambridge and London, 1969.
- STIGLITZ, J.E., **Küreselleşme-Büyük Hayal Kırıklığı** (Çev:Arzu TAŞÇIOĞLU-Deniz VURAL), Plan B Yayıncılık, İstanbul, 2002.
- STORPER, M. ve A. J. SCOTT, "The Geographical Foundations and Social Regulation of Flexible Production Complexes", içinde **The Power of Geography** (Editörler: J. WOLCH J. ve M. DEAR), Allen & Unwin, London, 1988, ss. 21-40.
- TAYMAZ, Erol, **Ulusal Yenilik Sistemi, Türkiye İmalat Sanayinde Teknolojik Değişim ve Yenilik Süreçleri**, TÜBİTAK / TTGV / DİE, Ankara, 2001.
- THUROW, Lester C., **Servet Yaratmak**, Çeviri: Gülten ŞEN, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, 2001.
- VOCK, P., "An Anatomy of the Swiss Construction Cluster", içinde **Innovative Clusters:Drivers of National Innovation Systems**, OECD, 2001, ss. 229-247.
- YILMAZ, O., **Kamu Yönetimi Reformu**, DPT Yayını, Ankara, 2001.
- ZHIHUA ZENG, D., **Cluster Policies: Why, What, and How?**, World Bank, December 2008.

Makaleler

- ADAM, F., B. RONCEVIC, "Social Capital: Recent Debates, and Research Trends", **Social Science Information**, SAGE Publications, Cilt 42, Sayı 2, 2003, ss.155-183.
- AKGÜNGÖR, S., N. KUMRAL ve A. LENGER, "National Industry Clusters and Regional Specialization in Turkey", **European Planning Studies**, 2003, Vol.11, Issue 6, ss. 647-669.
- AKGÜNGÖR, S., R. F. BARBAROS ve N. KUMRAL, "Competitiveness of the Turkish Fruit and Vegetable Processing Industry in the European Union Market", **Russian and East European Finance and Trade**, Vol. 38, No. 3, May-June 2002, ss. 34-53.
- AKTAN, C.C., "Globalleşme, Bölgeselleşme ve Yerelleşme", **Dış Ticaret Dergisi**, Yıl: 3 Sayı: 10, Temmuz 1998, ss. 1-5.
- AKYÜZ, K. C., "Avrupa Birliği Sürecinde Türkiye Orman Ürünleri Sanayinin Rekabet Düzeyi", **ZKÜ Bartın Orman Fakültesi Dergisi**, Cilt:8, Sayı:9, 2006, ss. 83-94
- ALBENİ, M. ve M. KARAÖZ, "Ekonomik Kalkınma ve Modern Yenilik Teorisi", **Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Dergisi**, Y.2003, C.8, S.3, ss.27-48.
- ALTAY, A., "Bir Kamu Malı Olarak Sosyal Sermaye ve Yoksulluk İlişkisi", **Ege Akademik Bakış**, Cilt: 7 Sayı: 1, Ocak 2007, ss. 337-362.

- ANDERSON, A. S. JACK, "The Articulation of Entrepreneurial Social Capital: Content and Process", **Entrepreneurship and Regional Development**, Cilt 14, Sayı 3, 2002, ss.193-210.
- ANDERSON, G., "Industry Clustering For Economic Development", **Economic Development Review**, 07423713, Spring 1994, Vol. 12, Issue 2.
- ARSLAN, K., "Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Etkin Bir Araç: Bölgesel Planlama ve Bölgesel Kalkınma Ajansları", **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Yıl:4 Sayı:7 Bahar 2005/1 s.275-294, s. 276.
- AZIZ, K. ve M. NORHASHIM, "Cluster-Based Policy Making: Assessing Performance and Sustaining Competitiveness", **Review of Policy Research**, Volume 25, Number 4, 2008, ss. 349-373.
- BARRO, R. J. ve S. MARTIN, Convergence, **Journal of Political Economy**, Cilt: 100, 1992, ss. 223-251.
- BOSCHMA, R. A. ve A. J. TER WAL, "Knowledge Networks and Innovative Performance in an Industrial District: The Case of a Footwear District in the South of Italy", **Industry and Innovation**, Vol. 14, No. 2, May 2007, ss.177-199.
- BRENNER, T., "Identification of Local Industrial Clusters in Germany", **Regional Studies**, Vol. 40, 9, December 2006, ss. 991-1004.
- BURGE, F., "Loyalty And The New Economy", **Electronic Engineering Times**, 12 March 1999, Issue 1056.
- CAMAGNI, R., The Concept of Innovative Milieu and its Relevance for Public Policies in European Lagging Regions, **Papers In Regional Science**, Vol. 74, Issue: 4, 1995, ss. 317-340.
- COHEN W. M. ve D. A. LEVINTHAL, "Innovation and Learning: The Two Faces of R&D", **Economic Journal**, No: 99, 1989, ss. 569-596.
- COOKE, P., "Regional Innovation Systems: General Findings and Some New Evidence from Biotechnology Clusters", **Journal of Technology Transfer**, Vol. 27, 2002, ss.133-145.
- COPE, S., F. LEISHMAN ve P. STORIE, "Globalization, New Public Management And The Enabling State", **International Journal of Public Sector Management**, 10(6), 1997. ss. 444-460.
- ÇETİN, M., "Endüstriyel Bölgelerde Sosyal Sermaye ve Güven: Üçüncü İtalya Örneği", **Ege Akademik Bakış**, Cilt: 6 Sayı: 1, Ocak 2006, ss. 74-86.
- _____, "Yerel Kalkınma Ajansları", **Ege Akademik Bakış**, Cilt: 6, Sayı: 2, Temmuz 2006, ss. 127-139.
- _____, Endojen Bölgesel Kalkınmaya Farklı Bir Bakış, **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Sayı: 24, Ocak-Haziran 2005, ss.1-14.
- ÇİFTÇİ, H., "Türkiye'nin Bilim ve Teknoloji Stratejisi", **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 13 Sayı: 1, 2004.

- DAYASINDHU, N., “Embeddedness, Knowledge Transfer, Industry Clusters and Global Competitiveness: A Case Study of The Indian Software Industry”, **Technovation**, Vol 22, 2002, ss. 551-560.
- DOLOREUX, D., “What We Should Know About Regional Systems of Innovation?”, **Technology in Society**, Vol. 24, Issue: 3, 2002, s. 243-263.
- DULUPÇU, M. A. ve O. SUNGUR, “Dünyada Değişen Kalkınma Ajansları Anlayışı ve Türkiye’deki Tartışmalar: Gecikmiş Bir Uygulama Nasıl Etkinleştirilebilir?”, **Yerel Siyaset Dergisi**, Yıl: 2 Sayı: 16, Nisan 2007, ss. 12-17.
- ERAYDIN, A. ve B. KÖROĞLU ARMATLI, “Increasing Role of Services in Competitive Power and Innovativeness of Firms and Industrial Clusters”, **European Planning Studies**, 2007, Vol.15, Issue 7, ss. 905-925.
- _____, “Innovation, Networking and The New Industrial Clusters: The Characteristics of Networks and Local Innovation Capabilities In The Turkish Industrial Clusters”, **Entrepreneurship & Regional Development**, 2005, Vol.17, Issue 4, ss. 237-266.
- ESER, U. ve S. KÖSE, ‘Endüstriyel Yerelleşme ve Yoğunlaşma Açısından Türkiye Sanayii: İl İmalat Sanayilerinin Analizi’, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, Cilt/Sayı: 60-2.
- FALCIOĞLU, P. ve S. AKGÜNGÖR, “Regional Specialization and Industrial Concentration Patterns in the Turkish Manufacturing Industry: An assessment for the 1980-2000 Period”, **European Planning Studies**, 2008, Vol. 16, Issue 2, ss. 303-323.
- FESER E. J. ve E. M. BERGMAN, “National Industry Cluster Templates: A Framework for Applied Regional Cluster Analysis”, **Regional Studies**, Vol.34, 1, 2000, ss. 1-19.
- GARNSEY, E. ve H. L. SMITH, Proximity and Complexity in the Emergence of High Technology Industry: The Oxbridge Comparison, **Geoforum**, Vol. 29, No. 4, 1998, ss. 433-450.
- GAVCAR, E., A. AYTEKİN ve S. ŞEN, Türkiye’de Orman Ürünleri Endüstrisinin Hammadde Kaynakları ve Karşılaştığı Problemler, **Journal of Agricultural Forestry**, Vol.23, 1999.
- HE, C., Y. D. WEI ve X. XIE, “Globalization, Institutional Change and Industrial Location: Economic Transition and Industrial Concentration in China”, **Regional Studies**, August 2008, Vol.42, Issue 7, ss. 923-945.
- HUANG, Z., X. ZHANG ve Y. ZHU, “The Role of Clustering In Rural Industrialization: A Case Study of The Footwear Industry In Wenzhou”, **China Economic Review**, Volume 19, Issue 3, September 2008, ss. 409-420.
- KARAÇAY ÇAKMAK H. ve L. ERDEN, “Yeni Sanayi Odakları ve Sanayinin Yeni Mekan Arayışları: Denizli ve Gaziantep Örneği”, **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt 6, Sayı 1, 2005, ss.111-129.
- KARATAŞ, N., Firma Kümeleşme Eğilimleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma:İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi Örneği, **PLANLAMA**, 2006/3, ss. 47-57.

- KARDOKAITE, V., "Tendencies of Business Cluster Development", **Economics & Management**, 2008, ss. 623-629.
- KAUFFMAN, R. J. ve A. KUMAR, "Mapping the Multi-Tiered Impacts On The Growth of IT Industries In India: A Combined Scale-and-Scope Externalities Perspective", **Information Technology for Deveopment**, 2008, Vol. 14, Issue 3, ss. 225-252.
- KİBRİTÇİOĞLU, A., "İktisadi Büyümenin Belirleyicileri ve Yeni Büyüme Modellerinde Beşeri Sermayenin Yeri", **Ankara Üniversitesi Siyasal Fakülteler Dergisi**, Cilt: 53, No: 1-4, 1998.
- KLEINHENZ, J., "An Introduction to The Northeast Ohio Clusters Project", **Economic Development Quarterly**, Vol. 14, No.1, February 2000, ss. 63-64.
- KRUGMAN, P., "Space: The Final Frontier", **Journal Of Economic Perspectives**, Vol. 12, No. 2, 1998, ss. 161-174.
- LARSON, A., "Network Dyads in Entrepreneurial Settings: A Study of the Governance of Exchange Relationships", **Administrative Science Quarterly**, Vol 37, 1992, ss.76-104.
- LEVIN, R. C., W. M. COHEN ve D. C. MOWERY, "R&D Appropriability, Opportunity and Market Structure: New Evidence on Some Schumpeterian Hypotheses", **American Economic Review**, Vol: 75 No: 2, 1985, ss. 20-30.
- MARKUSEN, A., "Sticky Places in Slippery Space: A Typology of Industrial Districts", **Economic Geography**, July 1996, Vol: 72, No:3.
- MATUSCHEWSKI, A., "Policy Debates Regional Cluster of the Information Economy in Germany", **Regional Studies**, Vol. 40, 3, May 2006, ss. 409-422.
- MINGUZZI, A. ve R. PASSARO, "The Network of Relationships Between the Economic Environment and the Entrepreneurial Culture In Small Firms", **Journal of Business Venturing**, 16, ss. 181-207.
- MORGAN, K., The Learning Region: Institutions, Innovation and Regional Renewal, **Regional Studies**, 31: 5, 1997, ss. 491-503.
- MOULAERT, F. ve Farıd SEKIA, "Territorial Innovation Models: A Critical Survey", **Regional Studies**, Vol. 37: 3, 2003, ss. 289-302.
- NADVI, K. ve G. HALDER, "Local Clusters In Global Value Chains: Exploring Dynamic Linkages Between Germany and Pakistan", **Entrepreneurship & Regionl Development**, 17, September 2005, ss. 339-363.
- OĞUZTÜRK, B. S., "Yenilik Kavramı ve Teorik Temelleri", **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 8 Sayı: 2, 2003.
- OTTATI, G. D., "Trust, Interlinking Transactions and Credit In The Industrial District", **Cambridge Journal Economics**, Cilt: 18, 1994, ss. 529-546.
- ÖZ, Ö. "Assessing Porter's Framework for National Advantage: The Case of Turkey", **Journal of Business Research**, 2002, Vol.55, Issue 6, ss. 509-515.

- _____, “Sources Of Competitive Advantage of Turkish Construction Companies in International Markets”, **Construction Management and Economics**, Volume 19, Number 2, Routledge Taylor&Francis Group, USA, 2001, ss. 135-144.
- ÖZER, M. A., “Yönetişim Üzerine Notlar”, **Sayıştay Dergisi**, Sayı 63, 2006, ss. 59-89.
- ÖZER, Y. E., “Küresel Rekabet-Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Türkiye”, **Review of Social, Economic and Business Studies**, Vol: 9/10, 2007, ss. 389-408.
- PORTER, M. E., “Clusters and the New Economics of Competition”, **Harvard Business Review**, November-December 1998, ss. 77-90.
- _____, “Competitive Advantage of Nations”, **Harvard Business Review**, March-April 1990, ss. 73-79.
- _____, The Economic Performance of Regions, **Regional Studies**, Vol. 37, Issue 6&7, August/October 2003, ss. 549-578.
- POWELL, W.W., “Neither Market Nor Hierarchy: Network Forms of Organizations”, **Research in Organizational Behavior**, Vol.12, 1990, ss. 295-336.
- PUTNAM, R. D., “Bowling Alone: America’s Declining Social Capital”, **Journal of Democracy**, 6:1, Ocak 1995, ss. 65-78.
- RODRIGUEZ-CLARE, A., “Clusters and Comparative Advantage: Implications for Industrial Policy”, **Journal of Development Economics**, Vol.82, 2007, ss. 43-57.
- ROMER, P.M., “Increasing Returns and Long-Run Growth”, **The Journal of Political Economy**, Vol. 94, No. 5. (Oct. 1986), ss. 1002-1037.
- SİVEREKLİ DEMİRCAN, E., “Yeni Ekonomik Düzendeki Küreselleşme Yerelleşme Bağlamında Belediyelerde Yeni Mali Yönetim Anlayışı”, **Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi**, Sayı: 29, Temmuz-Aralık 2007, ss. 135-159.
- SOHN D. W. ve M. KENNEDY, “Universities, Clusters and Innovation Systems: The Case of Seoul, Korea”, **World Development**, Vol. 35, No. 6, 2007, ss. 991-1004.
- SRINIVASAN M. ve Y. B. MOON, “A Comprehensive Clustering Algorithm for Strategic Analysis of Supply Chain Networks”, **Computers&Industrial Engineering**, Vol. 36, Issue 3, July 1999, ss. 615-633.
- STOKER, G., “Governance As Theory: Five Positions”, **International Sociological Science Journal**, 50(1), 1998, ss. 17-29.
- TEKELİ, İ., “Yönetim Kavramı Yanısıra Yönetişim Kavramının Gelişmesinin Nedenleri Üzerine”, **Sosyal Demokrat Değişim**, Sayı 3, 1996, ss. 45-54.
- TRIGILIA, C., “Social Capital and Local Development”, **European Journal of Social Theory**, Cilt 4, Sayı 4, 2001, ss. 427-442.

- TUTAR, F. ve M. DEMİRAL, “Yerel Ekonomilerin Yerel Aktörleri: Bölgesel Kalkınma Ajansları”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, Nisan 2007, 2(1), ss. 65-83.
- TYSON, J.L., “Direct Link To The New Economy”, **Christian Science Monitor**, 01 March 1999, Vol. 91, Issue 64.
- WAGNER, C.G., “Digital Engine Powers New Economy”, **Futurist**, April 1999, Vol.33, Issue 4.
- YAMAMURA, E. ve I. SHIN, “Dynamics of Agglomeration Economies and Regional Industrial Structure: The Case of The Assembly Industry of The Greater Tokyo Region, 1960-2000”, **Structural Change and Economic Dynamics**, Vol.18, 2007, ss. 483-499.
- YETİM, N., “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”, **Ege Akademik Bakış**, Cilt: 2 Sayı: 2, Temmuz 2002, ss. 79-92.

Diğer

- AKGÜNGÖR, S. ve P. FALCIOĞLU, “European Integration and Regional Specialization Patterns In Turkey’s Manufacturing Industry”, **Discussion Paper Series**, No. 05/01, October 2005.
- AKGÜNGÖR, S. ve P. FALCIOĞLU, “Türkiye İmalat Sanayinde Bölgesel Uzmanlaşma ve Sanayi Kümeleri”, **Pamukkale Üniversitesi Kentsel ve Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu (KEAS)**, 2005, Denizli.
- AKGÜNGÖR, S., “Exploring Regional Specializations in Turkey’s Manufacturing Industry”, **Paper Prepared for Presentation at the Regional Studies Association International Conference**, Pisa, İtaly, April 12-15, 2003.
- ANDERSEN, E. ve M. TEUBAL, “High Tech Cluster Creation and Cluster Re-Configuration A System and A Policy Perspective”, **Supplementary paper presented at the DRUID Conference**, June 1999.
- BİLEN, G., “Avrupa Birliği’nde Bölgesel Politikalar ve Türkiye’nin Uyumu”, **Dünya Gazetesi**, 2005, s. 8.
- BULU, M., “Türk KOBİ’leri İçin Rekabet Stratejileri”, **Organize Sanayi Gazetesi OSTİM**, Haziran 2005.
- _____, **Profiling Micro Clusters: Identification of Value-adding Production and Service Chains by Using Graph Theoretical Approach**, Yayınlanmamış İşletme Doktora Tezi, Boğaziçi Üniversitesi, 2003, No: 141015.
- BULU, M., İ. H. ERASLAN ve Ö. ŞAHİN, “Elmas(Diamond) Modeli İle Ankara Bilişim Kümelenmesi Rekabet Analizi”, **3. Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, Osman Gazi Üniversitesi, 25-26 Kasım 2004, Eskişehir, ss.143-153.
- COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES, **Communication From The Commission: The Regions In The New Economy: Guidelines For Innovative Measures Under The ERDF In The Period 2000-2006**, COM (2001) 60 Final, Brussels, 31.01.2001.

- COOKE, P., S. ROPER ve P. WYLIE, **Developing a Regional Innovation Strategy for Northern Ireland, A Statement by the Economic Council on Research**, Northern Ireland Economic Council Occasional Paper No: 14, September 2001.
- ÇAĞLAR, E., **Kümelenme ve Rekabet Gücü**, TEPAV, Slide 42, 14 Mart 2008, Trabzon.
- _____, Türkiye’de Yerelleşme ve Rekabet Gücü: Kümelenmeye Dayalı Politikalar ve Organize Sanayi Bölgeleri, **Bölgesel Kalkınmada Yeni Açılımlar**, TEPAV, 13 Eylül 2006, ss.305-315.
- DATAMONITOR, **Global Forest Products, Industry Profile**, Datamonitor, Nisan 2008.
- DEMİRÖZ, Ali, **Yeni Ekonomide Rekabet Kuralları**, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Rekabet Kurumu Yayın No: 106, Ankara-2003.
- DPT, **Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994)**, Ankara.
- _____, **Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989)**, Ankara.
- _____, **Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967)**, Ocak 1963, Ankara.
- _____, **Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) Ağaç Ürünleri ve Mobilya Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Yayın No: DPT: 2745-ÖİK:693, Ankara, 2007.
- _____, **Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013)**, Ankara.
- _____, **Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013), Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Bölgesel Gelişmede Temel Araçlar Ve Koordinasyon Alt Komisyonu Raporu**, Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara, 2008.
- _____, **Dokuzuncu Kalkınma Planı Ormancılık Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Yayın No: DPT:2712-ÖİK: 665, Ankara, 2007.
- _____, **Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983)**, Ankara, Nisan 1979.
- _____, **İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972)**, Ankara, 1968.
- _____, **İllerde Öne Çıkan Sanayi Sektörleri**, Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, , Yayın No: 2693, Ankara, Ağustos 2006.
- _____, **İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması**, Yayın No: 2671, Ankara, 2003.
- _____, **KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2007-2009)**, Ankara, Ocak 2007.
- _____, **KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı**, Ocak 2004.
- _____, **Orta Vadeli Program 2007-2009**, Ankara.
- _____, **Sanayi Stratejisi**, Ankara, Ağustos 2003.
- _____, **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Ankara, 2000.
- _____, **Türkiye Cumhuriyeti Ön Ulusal Kalkınma Planı (2004-2006)**, Ankara, Aralık-2003.

- _____, **Uzun Vadeli Strateji ve Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)**, Ankara.
- _____, **Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977)**, Ankara.
- _____, **Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000)**, Ankara.
- DTM, **Türkiye’de Kümelene Politikasının Geliştirilmesi Projesi**.
- DULUPÇU, M. A. ve F. ÇANKAYA ÖZMEN, “Küreselleşme Sürecinde Yerelin Dönüşümü: Bölgesel Kalkınma Ajansları-Yönetişim Temelli Bir Model Önerisi”, **Yerel Yönetimler Kongresi: Düünden Bugüne Yerel Yönetimlerde Yeniden Yapılanma**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Biga-Çanakkale, 2004, ss. 147-158.
- DULUPÇU, M. A., “Bölgesel Politikalar Kopyalanabilir mi? Bölgeselleş(tir)me (Yönetim) Karşısında (Yeni) Bölge(sel)cilik (Yönetişim), **Bölgesel Kalkınma ve Yönetişim Sempozyumu**, 7-8 Eylül 2006, Ankara, ODTÜ-TEPAV.
- DULUPÇU, M. A., SUNGUR, O. ve O. DEMİREL, "Bölgesel Kalkınmada Bilgi Ağbağları ve Yenilikçi İşbirliği: Antalya, Isparta ve Burdur İllerindeki (İBBS Düzey 2 TR61) Yenilikçi Firmalar Üzerine Bir Araştırma", **12. Ulusal Bölge Bilimi / Bölge Planlama Kongresi**, İstanbul Teknik Üniversitesi, 25-26 Ekim 2007, İstanbul, ss. 355-366.
- DULUPÇU, M.A. ve M. KÜÇÜKKALAY, **Yeni Ekonomi: Ekonomik Gelişmenin Devrimsel Yüzü Mü Yoksa Evrimsel-Teorik Bir Meydan Okuma Mı?**, Milliyet Gazetesi 2000 Ekonomi Anadali İkincilik Ödülü, Eskişehir, 2001.
- DUMAN, Y.K., “Yeni Ekonominin Makro Ekonomi Üzerindeki Etkileri”, **3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, Osmangazi Üniversitesi İİBF, 25-26 Kasım 2004, Eskişehir.
- DURGUT, M. ve M. AKYOS, Bölgesel İnovasyon Sistemleri ve Teknoloji Öngörüsü, **Teknoloji Öngörüsü ve Stratejik Kalkınma Planlama Toplantısı**, 24-26 Mayıs 2001, Sabancı Üniversitesi.
- ENGEL C., **Special Report: Fastest-Growing Top 100 Stores**, “Ikea Leads Pack in ‘07 Growth”, FURNITURE|TODAY JUNE 9, 2008.
- ENRIGHT, M. J., “The Globalization of Competition and the Localization of Competitive Advantage: Policies toward Regional Clustering”, **Paper presented at the Workshop on the Globalization of Multinational Enterprise Activity and Economic Development**, University of Strathclyde Glasgow, Scotland, May 15-16, 1998.
- ERONEN, J., **Cluster Analysis and Russian Forest Industry Complex**, Helsinki, ETLA The Research Institute of the Finnish Economy, 1999, 16 p, Keskusteluaiheita, Discussion Papers, ISSN 0781-6847, No.682.
- EUROPEAN COMMISSION DG REGIONAL POLICY, **Regional Innovation Strategies under the European Regional Development Fund Innovative Actions 2000-2002**, 2002.

- EUROPEAN COMMISSION, **Regional Clusters In Europe**, Observatory of European SMEs 2002, No. 3.
- HERTOG, P. D., J. LEYTEN, I. LIMPENS ve J. WHALLEY, **Approaches to Cluster Analysis and Its Rationale As A Basis of Policy**, RISE Work Programme Report, 1999.
- ISPARTA VALİLİĞİ, **Sanayi ve İstihdam Komisyonu Raporu**, Isparta, Haziran 2009.
- ITSO, **Bölgesel Ve Sektörel Teşvik Kapsamında Isparta İli Üzerine Bir Değerlendirme Stratejik Ön Çerçeve Raporu**, Isparta, Ekim 2007.
- _____, **Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Sektörünün Araştırılması**, Isparta, 2008.
- JAIN, A., **The Regional Innovation Sysmtes in the City of Casey: Prospective Evaluation**, Deakin University School of Accounting, Economics and Finance Working Paper No: 2005-22, 2005.
- KAPLINSKY R., O. MEMEDOVİC, M. MORRIS ve J. READMAN, **The Global Wood Furniture Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries The case of South Africa**, UNIDO, Vienna, 2003.
- KAYA, A., “Regional Specialization and Location of Industrial Activity In Turkey”, Ege University Working Papers in Economics 2006, Working Paper No.06/06, **Paper Prepared for Regional Studies Association International Conference**, 8-9 June 2006, Leuven, Belgium.
- KAYACAN, B. ve A. ÖZTÜRK, “Dünyada Orman Ürünleri Piyasa Modelleri: Gelişim Süreci Ve Türkiye İçin Yönelimler”, **II. Ormanlıkta Sosyo-Ekonomik Sorunlar Kongresi**, 19-21 Şubat 2009, Isparta, ss.152-165.
- KAYALI, M.M., “Yeni Ekonomi ve Finansal Piyasalar Üzerindeki Etkileri”, **3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, Osmangazi Üniversitesi İİBF, 25-26 Kasım 2004, Eskişehir.
- KAYASÜ, S., M. PINARCIOĞLU, S. S. YAŞAR, S. DERE, **Yerel/Bölgesel Ekonomik Kalkınma ve Rekabet Gücünün Arttırılması: Bölgesel Kalkınma Ajansları**, İstanbul Ticaret Odası Yayını No: 2003-8, Ocak 2003.
- KESER, H., “Avrupa Bütünleşme Sürecinde Yerel Yönetimler”, **Yerel Yönetimler Kongresi: Dünden Bugüne Yerel Yönetimlerde Yeniden Yapılanma**, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Biga-Çanakkale, 2004, ss. 117-125.
- KOÇ, K.H., A. KURTOĞLU, Ö. KUŞCUOĞLU ve E. ÖZTÜRK, “Türkiye’de Orman Ürünleri Sektörünün AB’ye Üyelik Sürecinde Mevzuat Esaslı Güncel Sorunları”, **II. Ormanlıkta Sosyo-Ekonomik Sorunlar Kongresi**, 19-21 Şubat 2009, Isparta.
- KÖK, G., “Dünyada ve Türkiye’de Orman Ürünleri Arz Talep İlişkileri”, **II. Ormanlıkta Sosyo-Ekonomik Sorunlar Kongresi**, 19-21 Şubat 2009, Isparta, ss. 349-360.

- KUMRAL, N., S. AKGÜNGÖR ve A. LENGER, “National Industry Clusters: The Case of Turkey”, Paper prepared for Regional Transitions: European Regions and the Challenges of Development, Integration and Enlargement, **Presentation at the Regional Studies Association.**
- KURTEL, K. ve Ş. EREN, “Elektronik Ticaret İçin Strateji Geliştirmek”, **Türkiye Bilişim Derneği 21. Ulusal Bilişim Kurultayı**, Bildiriler Kitabı, 4-5-6 Ekim 2004, ODTÜ Kültür ve Kongre Merkezi Ankara.
- KURTOĞLU A., H. KOÇ ve B. AKSU, Avrupa Topluluğu İle Gümrük Birliği Sonrası Türkiye Mobilya Sanayiinin Rekabet Düzeyi, **1. Ulusal Mobilya Kongresi**, Bildiri Kitabı, Ankara, 1997, 17-18 Kasım 1997.
- KURTOĞLU, A., H. KOÇ, E. S. ERDİNLER ve S. D. SOFUOĞLU, “Türkiye’de Orman Ürünleri Endüstrisinin Yapısal ve Eğitsel Sorunları”, **II. Ormancılıkta Sosyo-Ekonomik Sorunlar Kongresi**, 19-21 Şubat 2009, SDÜ, Isparta, ss. 176-195.
- LORENZEN, M., “Communicating Trust in Industrial Districts”, **Paper presented in the Erasmus Intensive Seminar**, Turin, 1996.
- MEEUSEN, W. ve M. DUMONT, “The Network of Subsidized and Spontaneous R&D Co-Operation Between Belgian and Foreign Firms, Research Institutes and Universities: A Graph-Theoretical Approach”, **CESIT Discussion Paper**, No 97/08, November 1998.
- MERCAN, B., N. S. HALICI ve N. BALTAÇI, ‘Küresel ve Bölgesel Rekabet Avantajı Sağlayıcısı Olarak Sanayi Odaklarının(Clusters) Oluşumu ve Gelişimi, **3. Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, Osman Gazi Üniversitesi, 25-26 Kasım 2004, Eskişehir, ss. 167-176.
- MYTELKA, L. ve F. FARINELLI, Local Clusters, Innovation Systems and Sustained Competitiveness, **UNU INTECH Discussion Paper Series**, 2000.
- OECD, “Enhancing SME Competitiveness”, **The OECD Bologna Ministerial Conference**, Enterprise, Industry and Services, 2001.
- OKÇU, M., DULUPÇU, M.A. ve H. GÜL, “Türkiye’de Bölgeselleşme mi Bölgeselcilik mi? Ayrımlar ve Açılımlar”, **KEAS'05: Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu - II**,13-16 Haziran 2005, Denizli.
- ÖNCE, G., “Orman Ürünleri Endüstri İşletmelerimizde Pazarlama Anlayışının Geliştirilmesi ve Önemi”, **I. Ulusal Orman Ürünleri Endüstri Kongresi**, Karadeniz Teknik Üniversitesi Orman Fakültesi, 22-25 Eylül, Trabzon, 1992, ss. 39-44.
- PALANDÖK, N. Y., **Kariyer Yönetimi Araçları Olarak Mentorluk ve Koçluk**, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İnsan Kaynakları ve Kariyer Danışmanlığı Anabilim Dalı Tezsiz Yüksel Lisans Programı Dönem Projesi, Ankara 2004.
- ROSENFELD, S. A., “Creating Smart Systems A Guide to Cluster Strategies in Less Favoured Regions”, **European Union-Regional Innovation Strategies**, April 2002, ss.5-35.

- SINGH, I., Natural Resource Based Clusters In The New Economy: Theory and Reality, **Prepared for the 4. Annual International Conference of The Competitiveness Institute**, Tucson, Arizona, October 2001.
- SUNGUR, O., **Bölgesel Ölçekte İnovasyon: NUTS 2 TR61 Düzeyi KOBİ'leri ile Yerel Paydaşlar Arasındaki Bilgi Dinamikleri ve Ağbağları Üzerine Bir İnceleme**, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2007.
- SÜTÇÜ A. ve B. GÜLLER, "Eğirdir Bölgesi Geleneksel Ambalaj Sandığı Üretimi ve 2001 Yılı için Talep Tahmini", **Birinci Eğirdir Sempozyumu**, Eğirdir-İSPARTA, 31 Ağustos-1 Eylül 2001.
- SÜTÇÜ A., **Isparta Yöresinde Orman Ürünleri Endüstrisinin Durumu ve Gelişim Olanakları Üzerine İncelemeler**, Yüksek Lisans Tezi, İ.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 1998.
- _____, "Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinin Yapısal Görünümü", **IV. Ulusal Orman Fakülteleri Öğrenci Kongresi**, SDÜ Kültür Merkezi, Isparta, 8-9-10 Mayıs 2003.
- T.C. BAŞBAKANLIK, 2002/4720 Sayılı Karar, **T.C. Resmi Gazete**, Tarih: 22.09.2002, Sayı: 24884.
- _____, 4691 Sayılı Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu, **T.C. Resmi Gazete**, Tarih: 06.07.2001, Sayı: 24454.
- _____, 4737 Sayılı Endüstri Bölgeleri Kanunu, T.C. Resmi Gazete, Tarih: 19.01.2002, Sayı: 24645
- _____, 5449 Sayılı Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun, **T.C. Resmi Gazete**, Tarih: 08.02.2006, Sayı: 26074.
- T.C. SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI, Sanayi Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü, **Isparta İli Sanayi Potansiyeli ve Yatırım Alanları Araştırması**, Ankara, 2003.
- TEPAV, **Türkiye'nin Rekabet Gücü için Sanayi Politikası Çerçevesi, IX.** Kalkınma Planı Sanayi Politikası Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, Haziran 2007, Ankara, TEPAV.
- TMMOB, **ORÜS ve Özelleştirme**, Sektörel Rapor Dizisi: 5, Ankara, 1994.
- TÜRKİYE İŞ KURUMU, Isparta İl Müdürlüğü, İş gücü Piyasası Sunumu, **Sanayi ve İstihdam Raporu Hazırlık Toplantıları**, Isparta, 12.05.2009.
- U.S. DEPARTMENT OF COMMERCE, **Digital Economy 2000**, June 2000, s. 1.
- VIITOMA, E., "Cluster Analysis and the Forest Sector-Where Are We Now?", **International Institute for Applied Systems Analysis**, Interim Report, IR-10-016, 30 March 2001.
- WEBSTER, D. ve L. MULLER, "Urban Competitiveness Assessment In Developing Country Urban Regions: The Road Forward", **Paper prepared for Urban Group**, INFUD The World Bank, Washington D.C., July 17, 2000.

WOODWARD, D., “Porter’s Cluster Strategy Versus Industrial Targeting”, **Based a Presentation at the ICIT Workshop**, Orlando, Florida December 3, 2004.

Internet Kaynakları

- <<http://members.lycos.co.uk/economyclub/contents.php?id=13>> (09.02.2009)
- <<http://ref.advancity.net/newsletters/2008/06/1.html>> (23.09.2009)
- <<http://www.abigem.gen.tr>, (28.08.2009)
- <<http://www.ahsaponline.net/dergi/34/odalarbirligi.htm>> (14.05.2009)
- <<http://www.ahsapteknolojisi.com/bolum-lise-ic.html>> (18.10.2009)
- <http://www.atiklarinkontrolu.com/ab_cervre_politikasi.ppt> (10.07.2009)
- <http://www.bddk.org.tr/websitesi/turkce/Istatistiki_Veriler/Istatistiki_Veriler.aspx> (11.10.2009)
- <<http://www.cevreorman.gov.tr>> (10.07.2009)
- <<http://www.clusteringconference.com/html/TR/index.html>> (24.02.2009)
- <http://www.clusterturkey.com/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFA_AF6AA849816B2EF4E35FDD7960B0895> (18.02.2009)
- <http://www.clusterturkey.com/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFA_AF6AA849816B2EFA35405BFDD9C147A> (18.02.2009)
- <<http://www.clusterturkey.com>> (16.09.2009)
- <<http://www.cnbc.com/business/0909/konuid=1.asp>> (26.09.2009)
- <http://www.dpt.gov.tr/kamuyat/2008_prog.../SANAYI_VE_TIC_BAK.xls> (16.09.2009)
- <<http://www.egelif.com/index.php?option=content&task=view&id=2595&Itemid=78>> (12.02.2009)
- <http://www.euturkey.org.tr/files/Muktesebat_Uyum_Programi/27_Cevre.pdf> (15.08.2009)
- <<http://www.fraunhofer.de/en/about-fraunhofer>> (05.09.2009)
- <<http://www.fraunhofer.de/en/institutes-research-establishments/innovation-clusters/hybrid-lightweight-construction.jsp>> (05.09.2009)
- <<http://www.genbilim.com/content/view/1663/86/>> (16.07.2009)
- <<http://www.igeme.gov.tr>> (10.06.2009)
- <http://www.innovating-regions.org/network/whoswho/projects_extended.cfm?sub_id=43&project_id=1> (25.08.2009)
- <<http://www.internetworldstats.com/stats.htm>>

- <<http://www.invest-in-france.org/international/en/cereales-vallee-cluster.html>> (05.09.2009)
- <<http://www.invest-in-france.org/international/en/valorial-cluster.html>> (05.09.2009)
- <http://www.itso.org/index.php?dosya=firma_liste> (06.05.2008)
- <http://www.ligna.de/homepage_e> (10.05.2009)
- <[http://www.mfib.gov.tr/tender.php?lng=tr&action=tender_search&status\[\]=closed&type\[\]=services&lspage=5](http://www.mfib.gov.tr/tender.php?lng=tr&action=tender_search&status[]=closed&type[]=services&lspage=5)> (16.09.2009)
- <<http://www.minalogic.com/en/index.htm>> (03.09.2009)
- <<http://www.orgnet.com/sna.html>> (20.10.2009)
- <http://www.ostimkumelenme.org/index.php?option=com_content&view=article&id=6ien-populer-kalkinma-modeli-kumelenme> (16.02.2009)
- <<http://www.rennes-atalante.fr/en/3-secteurs/3-c-agroalimentaire/Valorial.asp>> (05.09.2009)
- <http://www.research-in-germany.de/coremedia/generator/dachportal/en/06_Regions_20in_20Focus/Indien/KT-Profile/KITe_20hyLITE/KITe_20hyLITE.html> (05.09.2009)
- <http://www.sektorler.web.tr/agac_urunleri> (18.10.2009)
- <http://www.sendika.org/yazi.php?yazi_no=3653> (22.06.2008)
- <<http://www.serki.com/index.php?bolumsec=terimler&id=76aara>> (18.10.2009)
- <<http://www.tepav.org.tr/blog/?p=81>> (18.02.2009)
- <<http://www.translate-to-success.com/international-online-spending.html>>
- <<http://www.unienerji.com/2009/09/04/alternatif-dogal-yakit-projesi>>, (Erişim: 23.09.2009)
- AKKAHVE, D., “Bölgesel Gelişme Planlarının Yönetişim Açısından Değerlendirilmesi”, Çevrimiçi:
<http://www.sabanciuniv.edu/ipm/tr/ArastirmaAlanlari/documents/DenizAkka-hve.pdf> (Erişim: 08.08.2009)
- AKŞAM GAZETESİ, “Isparta Ticarete Ortalamayı Geçti”, 8 Kasım 2005,
<<http://www.aksam.com.tr/haber.asp?a=11977,202&tarih=30.10.2005>> (06.11.2007)
- ATLAN, R., Türkiye'nin Bölgesel Kalkınma Yaklaşımı, Stratejik Boyut, 2007, s. 1.
<http://www.stratejikboyut.com/article_detail.php?id=64> (05.08.2009)
- AVRUPA KOMİSYONU, Türkiye 2007 İlerleme Raporu (COM (2006) 663), Gayri Resmi Tercüme, Brüksel, 6 Kasım 2007,
<www.abgs.gov.tr/files/AB_Iliskileri/AdaylikSureci/IlerlemeRaporlari/2007ilerlemeraporu_tr.pdf> (22.06.2008), s. 60-71.

- AYDIN, C., Bölgesel İnovasyon Merkezleri Projesi: Türkiye İçin Bir Model, Türk Girişimci ve İş Dünyası Konfederasyonu, İstanbul,
<<http://www.tkdinovasyon.org.tr/?p=21>> (16.09.2009)
- Beyaz Kitap Türkiye İçin Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi, 2008, s. 17,
<www.clusterturkey.com> (16.08.2009)
- BROP Bölgesinde Kümelenme Analizi, Mart 2009, s. 27,
<<http://www.clusterturkey.com>>
- BULU, M., Kümelenme Yaklaşımı, Ulusal Rekabet Araştırmaları Kurumu, Koç Üniversitesi 17 Mart 2004,
<http://www.urak.org/haberler/itkib_bulu_rekabettekumelelenme.htm>
(06.04.2008)
- CEI-BOIS, The Woodworking Industry, European Wood Factsheets,
<<http://www.cei-bois.org>> (29.08.2009)
- DPT, “İllerin Performans Göstergeleri”, <<http://www.dpt.gov.tr/bgyu/ipg/ipg.html>>
(23.12.2007).
- DURU, B., Avrupa Birliği Çevre Politikası, s.14,
<<http://acikarsiv.ankara.edu.tr/fulltext/1151.pdf>> (22.06.2008)
- ERDİL, E., İnovasyon, Firmalar Arası İlişkiler ve Kümelenme, Şubat 2006,
<http://www.egelihracatcilar.com/Images/Menu1-Page//INOVASYON_Izmir_Sunus_00001663.ppt> (06.06.2008)
- GÜLSES GAZETESİ, “Akdeniz’de Aslan Payı Isparta’nın”,
<<http://www.gulses.com>> (01.02.2008)
- ISPARTA VALİLİĞİ, “2003-2004 Isparta Yıllığı”,
<<http://www.isparta.gov.tr/index3.php?goster=2&b1=4&b2=2&b3=43>>
(20.12.2007)
- ITSO, <http://www.itso.org/index.php?dosya=firma_liste> (20.08.2009)
- İLEMOD, “Isparta İl Envanteri”,
<<http://www.ilemod.gov.tr/Envanter/htm/default.asp?goid=388038&birimOID=72>> (12.01.2008)
- KAPLAN E., Dünya Orman Varlığı ve Odun Tüketimi, <www.ahsaponline.net>
(13.04.2008)
- KAR, M. ve A. HÜSEYİN, “Türkiye’de Beşeri Sermaye ve Ekonomik Büyüme: Nedensellik Testi (Neo-Klasik Büyüme Teorisi)”,
<http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=234> (09.02.2009)
- KILKENNY, Maureen ve Laura NABARATE, Keystone Sector Identification: A Garph Theory-Social Network Analysis Approach, Web Book of Regional Science, West Virginia: Regional Research Institute.
<<http://www.rri.wvu.edu/WebBook/Kilkenny/editedkeystone.htm>>
(04.08.2009)
- Küme Haritalama, Analiz ve Kümelenme Yol Haritaları, <www.clusterturkey.com>

- MUHASEBAT GENEL MÜDÜRLÜĞÜ, İller Bazında Kümülatif Gelir ve Giderler,
<<http://www.muhasibat.gov.tr/mbulten/T7-73.xls>> (10.07.2009)
- OFFICE FOR NATIONAL STATISTICS, News Release, 21 November 2008.
<<http://www.statistics.gov.uk/pdfdir/ecomnr1108.pdf>>
- ORMAN GENEL MÜDÜRLÜĞÜ, Orman Bölge Müdürlüklerinin 2007 Yılı Bilanço Sonuçlarına Göre Üretim Miktarları, <http://www.ogm.gov.tr>, (Erişim, 12.09.2009).
- PAULRE, B. “Is The New Economy A Useful Concept?”, Social Science Research Network Paper Collection,
<http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=244648>
- T.C. BAŞBAKANLIK DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI,
<<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detayrk&yayinID=1116&icerikID=1225&dil=TR>> (12.06.2009)
- T.C. BAŞBAKANLIK HAZİNE MÜSTEŞARLIĞI, “Yatırım Teşvik İstatistikleri”,
<http://www.hazine.gov.tr/stat/yatirimtesvik_ist.htm> (19.01.2008)
- TOPKAYA, B., AB Çevre Mevzuatı ile Uyum, Aday Ülkeler Açısından Önemi,
<www.akdeniz.edu.tr/muhfak/cevre/english/topkaya/homepage/katiatikabileuyum.pdf> (22.06.2008)
- TUIK, Genel İmalat Sanayi ve İşyerleri Sayım Sonuçları,
<http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=28&ust_id=9> (12.09.2009)
- TUIK, “Nüfus İstatistikleri ve Projeksiyonlar”,
<http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=39&ust_id=11> (12.02.2008)
- TÜRKİYE BANKALAR BİRLİĞİ, “İstatistiki Raporlar”,
<<http://www.tbb.org.tr/net/donemsel/default.aspx?dil=TR>> (08.02.2008)
- US DEPARTMENT OF COMMERCE, Economics and Statistics Administration,
US Census Bureau E-Stats, May 28, 2009.
<<http://www.census.gov/eos/www/2007/2007reportfinal.pdf>>
- YENİÇERİ, B., Mobilya sektör raporu, Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi, 2008, <www.igeme.gov.tr>

EKLER

EK-1: ISPARTA İLİ AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ BİLGİ ANKETİ

A. FİRMA HAKKINDA GENEL BİLGİLER	
	AÇIKLAMA: Bu kısımda, ankete katılan firmalar hakkında tanımlayıcı bilgileri sorulmaktadır. Bu bilgiler kesinlikle gizli tutulacaktır.
A1	Firmanızın kuruluş yılı
A2	Firmanızın yapısı..... <input type="checkbox"/> Aile İşletmesi <input type="checkbox"/> Çok Ortaklı <input type="checkbox"/> Holding <input type="checkbox"/> Şahıs Şirketi <input type="checkbox"/> Diğer
A3	Şirketteki konumunuz..... <input type="checkbox"/> Kurucu <input type="checkbox"/> Ortak <input type="checkbox"/> Yönetici <input type="checkbox"/> Üst Düzey Personel
A4	Firma sahibinin yaşı
	Anket yapılan kişinin yaşı
A5	Firmanızın faaliyet konusu (birden fazla işle çalışıyorsanız öncelik sırasını belirtiniz) 1. 2. 3. 4. 5.
B. KAPASİTE	
B1	İşletmenin Yıllık Kurulu Kapasitesi Nedir? (Günlük 8 saat üzerinden).....m ³m ²
B2	Günlük 8 saat çalışmada (fiili) üretiminiz nedir?..... Aylık..... m ³ / m ²
B3	Ayda ortalama olarak çalışılan gün sayısı nedir?..... <input type="checkbox"/> 20 <input type="checkbox"/> 25 <input type="checkbox"/> 30 <input type="checkbox"/> Diğer.....
B4	İşletmenizde Atıl Kapasite Varsa Nedenleri Nelerdir?(Önem derecesine göre sıralayınız) <input type="checkbox"/> İşletme Sermayesi Yetersiz <input type="checkbox"/> Personel Yetersiz <input type="checkbox"/> Satış Güçlüğü <input type="checkbox"/> Rekabet nedeniyle <input type="checkbox"/> Talep yetersizlikleri <input type="checkbox"/> Hammade sıkıntısı <input type="checkbox"/> Onarım-Revizyon <input type="checkbox"/> Enerji Sıkıntısı <input type="checkbox"/> Diğer.....
B5	Üretim yapılan kapalı alanınız ne kadar? (sosyal tesisler hariç).....m ²
C. HAMMADDE	
C1	Bir ay içerisinde işlediğiniz hammaddenin miktarlarını yaklaşık olarak belirtiniz? Masif (Mamul) %..... Yonga Levha%..... MDF%..... Mel.Kaplı Y.L.%..... Tomruk %..... Kontrplak%..... Diğer (Belirtiniz)%.....
C2	Hammadde stoğu yapıyor musunuz? .. <input type="checkbox"/> EVET →m ³ /ay <input type="checkbox"/> HAYIR → <input type="checkbox"/> İhtiyaç duymuyorum

		<input type="checkbox"/> Yapmıyorum <input type="checkbox"/> Yapamıyorum → <input type="checkbox"/> Finansmanın yok <input type="checkbox"/> Yerim yetersiz								
C3	Hammadde temininde güçlük çekiyor musunuz?	<input type="checkbox"/> EVET → Nedenini kısaca belirtiniz..... <input type="checkbox"/> HAYIR								
D. ÜRETİM - TEKNOLOJİ										
D1	Üretim şekli	<input type="checkbox"/> Kendim üretiliyor <input type="checkbox"/> Zaman zaman fasoncu kullanıyorum <input type="checkbox"/> Fason çalışıyorum								
D2	Üretiminiz hangi dönemlerde, ne oranda gerçekleşmektedir?	İlkbahar (.....) Yaz (.....) Sonbahar (.....) Kış (.....)								
D3	Üretim Miktarı (Adet/Ton-m ² -m ³)	2003 YILI..... 2004 YILI..... 2005 YILI..... 2006 YILI..... <p style="text-align: center;"><u>Ürün Çeşidi</u></p> 2007 YILI.....								
D4	Nasıl bir üretim sistemi uyguluyorsunuz?	<input type="checkbox"/> Siparişe göre üretim <input type="checkbox"/> Seri Üretim <input type="checkbox"/> Parti Üretimi								
D5	İşletmede bilgisayar kullanılıyor mu?	<input type="checkbox"/> EVET → <input type="checkbox"/> Muhasebe <input type="checkbox"/> Yazışmalar <input type="checkbox"/> Tasarım-CAD <input type="checkbox"/> Üretim-CAM <input type="checkbox"/> Pazarlama <input type="checkbox"/> İnternet <input type="checkbox"/> B2B <input type="checkbox"/> HAYIR								
D6	Şu anda kullanmakta olduğunuz teknolojinin kaynağı nedir?	<input type="checkbox"/> Makine Teçhizat satın alımı aracılığıyla <input type="checkbox"/> Kendi geliştirdiğimiz teknoloji <input type="checkbox"/> Taklit yaparak <input type="checkbox"/> Diğer(Lütfen belirtiniz).....								
D7	Üretim dalınızdaki son teknolojiden haberdar mısınız?	<input type="checkbox"/> EVET → <input type="checkbox"/> Firmadaki kullanılan teknoloji en son teknoloji ile aynıdır <input type="checkbox"/> Biraz daha eski ancak bir çok firma tarafından kullanılmaktadır <input type="checkbox"/> Eski teknoloji <input type="checkbox"/> O kadar eski ki bir başka yerde bir benzeri kullanılmıyor <input type="checkbox"/> HAYIR								
D8	Çalışan- faal durumdaki en önemli gördüğünüz makine ve tesislerin adetleri ve yaşları nedir?	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;"><u>Makine/Tesis Adı</u></th> <th style="text-align: left;"><u>Teknolojik Özellik</u></th> <th style="text-align: left;"><u>Yaşı</u></th> <th style="text-align: left;"><u>Adedi</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	<u>Makine/Tesis Adı</u>	<u>Teknolojik Özellik</u>	<u>Yaşı</u>	<u>Adedi</u>				
<u>Makine/Tesis Adı</u>	<u>Teknolojik Özellik</u>	<u>Yaşı</u>	<u>Adedi</u>							
D9	Üretimde fire oranınız ne kadar? (%)	<input type="checkbox"/> Hammadde (....) <input type="checkbox"/> Yardımcı mlz(....) <input type="checkbox"/> Ambalaj mlz(....) <input type="checkbox"/> Zzy Kaplama Mlz (....) <input type="checkbox"/> Diğer (....)								

E. TASARIM BİLGİLERİ

E1	Ürün Tasarımı Nasıl Yapılmaktadır?	<input type="checkbox"/> Firmada <input type="checkbox"/> Firma Dışında Bir Tasarımcı Tarafından <input type="checkbox"/> Müşterilerce <input type="checkbox"/> Ürünlerimiz Zaten Tasarlanmış Halde (Hazır Tasarlanmış Ürünler Üretiyoruz) <input type="checkbox"/> Diğer.....
E2	Tasarım Firma İçerisinde Yapılıyor ise Yeni Ürün Geliştirme Kaynağınız Nedir?	<input type="checkbox"/> Bölgesel fuarları ziyaret <input type="checkbox"/> Türkiye'deki fuarları ziyaret <input type="checkbox"/> Yurtdışı fuarları ziyaret <input type="checkbox"/> Yayınlanmış kataloglar ve dergiler <input type="checkbox"/> Müşterilerin öneri ve istekleri <input type="checkbox"/> İnternette yapılan araştırmalar <input type="checkbox"/> Tasarımcımız

F. PAZARLAMA

F1	Pazarlama yönteminiz nasıl?	<input type="checkbox"/> Direkt tüketiciye yönelik pazarlama <input type="checkbox"/> Toptancıya pazarlama <input type="checkbox"/> Bayi kanalıyla pazarlama <input type="checkbox"/> Uluslar arası pazarlama <input type="checkbox"/> Diğer (belirtiniz).....
F2	Pazarınızda rekabet söz konusu mu?	<input type="checkbox"/> EVET → Rekabette öncelik sırasını belirtiniz <input type="checkbox"/> Fiyat <input type="checkbox"/> Ürün çeşidi <input type="checkbox"/> Kalite <input type="checkbox"/> Teslimat süresi <input type="checkbox"/> Diğer... <input type="checkbox"/> HAYIR
F3	Faaliyet alanınızdaki en önemli rakiplerin kimler?	<input type="checkbox"/> Bulduğumuz yerdeki işletmeler <input type="checkbox"/> İlimizdeki işletmeler <input type="checkbox"/> Bölgedeki işletmeler <input type="checkbox"/> Ülkemizdeki işletmeler <input type="checkbox"/> Diğer.....
F4	Pazarlamaya ilişkin probleminiz var mı ?	<input type="checkbox"/> EVET → Rekabette öncelik sırasını belirtiniz <input type="checkbox"/> Kalite yetersiz <input type="checkbox"/> Üretim maliyetleri yüksek <input type="checkbox"/> Pazar kitlesi bilinçsiz <input type="checkbox"/> Gerekli pazarlama ağından yoksunuz <input type="checkbox"/> Rekabet gücümüz zayıf <input type="checkbox"/> Satış elemanımız yetersiz <input type="checkbox"/> Diğer..... <input type="checkbox"/> HAYIR
F5	Bir yıl içerisinde en fazla ürün sattığınız illere ait satış % oranlarınız yaklaşık olarak nedir?	<input type="checkbox"/> İstanbul (....) <input type="checkbox"/> Ankara(....) <input type="checkbox"/> Antalya (....) <input type="checkbox"/> Isparta (....) <input type="checkbox"/> Yurt dışı (....) <input type="checkbox"/> Diğer (....)

G. İNSAN KAYNAKLARI		
G1	Çalışanlar	<p style="text-align: center;"><u>Ort.Yaş</u> <u>Bayan</u> <u>Erkek</u></p> <p>Ortalama Sektör Denevimi</p> Mühendis Teknisyen Usta İşçi İdari Personel Diğer
G2	İşgücünüzü hangi firma veya okullardan bünyenize kazandırdınız? (lütfen firma adlarının yanına buldukları ili de yazınız).	1. 2. 3. 4. 5. Bilmiyorum 6. Diğer (Lütfen belirtiniz)
G3	Üretimde çalışanların durumu nedir?	<input type="checkbox"/> İş sahibi ve ortaklar(Kar dışında, emek karşılığı para almayanlar) <input type="checkbox"/> Ücretli çalışanlar <input type="checkbox"/> Ücretsiz çalışan aile fertleri <input type="checkbox"/> Diğer.....
G4	Yöneticinin eğitim düzeyi nedir?	<input type="checkbox"/> İlkokul <input type="checkbox"/> Ortaokul <input type="checkbox"/> Lise yada Sanat Okulu <input type="checkbox"/> Üniversite
G5	Aile işletmesi iseniz şu anda firmanın başında kaçınıcı kuşak yer almaktadır?..... En son kuşağın yönetimdeki pozisyonu nedir?..... Mevcut yöneticinin yönetim tecrübesi nedir?.....	
H. YÖNETİM ORGANİZASYON		
H1	Diğer işletmelerle işbirliği yapıyor musunuz?	<input type="checkbox"/> EVET → Öncelik sırasına göre hangi alanlarda işbirliği yapıyorsunuz? <input type="checkbox"/> Hammadde alımında <input type="checkbox"/> Pazarlama-Satışta <input type="checkbox"/> Kalifiye-teknik eleman <input type="checkbox"/> Teknoloji transferi <input type="checkbox"/> Taşıma <input type="checkbox"/> Diğer..... <input type="checkbox"/> HAYIR
H2	Yan sanayii yeterli mi?	<input type="checkbox"/> EVET <input type="checkbox"/> HAYIR → Hangi alanlarda yetersiz? (Acil ihtiyaç duyulan yan sanayi dalları neler?)
K. KALİTE KONTROL		
K1	Ürün ve üretim ile ilgili belge yada belgelere sahip isiniz?	<input type="checkbox"/> YOK → Almayı düşünüyor musunuz? <input type="checkbox"/> Almak istiyorum <input type="checkbox"/> Benim için gerek yok <input type="checkbox"/> Belge alma prosedürünü bilmiyorum <input type="checkbox"/> VAR → Belge Türü (CE, TSE, ISO, Garanti Belgesi vb)

L. FİNANSMAN YAPISI		
L1	Maliyetinizi oluşturan unsurların oranlarını belirtiniz?	1. İşçilik..... 2. Kira..... 3. Enerji..... 4. Hammadde..... 5. Amortisman..... 6. Taşıma..... 7. Pazarlama..... 8. Diğer.....
L2	İşletmenizde öncelikli bir finans problemi yaşıyor musunuz?	<input type="checkbox"/> EVET → Problemlerinizi hangi alanlarda yoğunlaşıyor? <input type="checkbox"/> İşletme sermayesi temini <input type="checkbox"/> Tesislerin modernizasyonu <input type="checkbox"/> Mevcut tesislerin genişletilmesi <input type="checkbox"/> Diğer..... <input type="checkbox"/> HAYIR
L3	Bu problemlerinizi genelde nasıl çözümlüyorsunuz?	<input type="checkbox"/> Öz sermaye ile <input type="checkbox"/> Banka kredisi kullanarak <input type="checkbox"/> Şahsi borçlanma ile <input type="checkbox"/> Diğer
L4	Firmanızda muhasebe işlemleri nasıl yürütülmektedir?.....	<input type="checkbox"/> Firma bünyesindeki muhasebe ile <input type="checkbox"/> Dışarıdan muhasebe hizmetleri ile
M. ÜYELİK VE DESTEKLER		
M1	Hangi sektörel yayınlara üyesiniz?	
M2	Firmanız hangi sektörel ve yerel derneklere, birliklere vs. üyedir?	1. 2. 3. 4. 5.
M3	Daha önce alınan kredi ve destek var mı? Yatırım Teşvik Desteği Daha önce kredi desteği..... Alındı ise nereden Daha önce KOSGEB desteği..... Alındı ise lütfen türünü belirtiniz..... Kredi ve KOSGEB desteğini hangi amaçla kullandınız?	<input type="checkbox"/> Var <input type="checkbox"/> Yok <input type="checkbox"/> Alındı <input type="checkbox"/> Alınmadı <input type="checkbox"/> Ticari Banka <input type="checkbox"/> Esnaf Koop. <input type="checkbox"/> Dost Akraba <input type="checkbox"/> Diğer <input type="checkbox"/> Alındı <input type="checkbox"/> Alınmadı
N. SORUNLAR		
N1	İşletme faaliyetleriniz ve yatırımlarınız esnasında karşılaştığınız en büyük problemlerinizi sırasıyla nelerdir?	<input type="checkbox"/> Kuruluş yerine ilişkin sorunlar <input type="checkbox"/> Mahalli idareden kaynaklanan sorunlar <input type="checkbox"/> Finansa ilişkin sorunlar <input type="checkbox"/> Kalifiye-teknik eleman temini <input type="checkbox"/> Pazarlama <input type="checkbox"/> Bürokrasi <input type="checkbox"/> Hammadde <input type="checkbox"/> Diğer
N2	Geleceğe yönelik uzun dönem hedefleriniz neler?	<input type="checkbox"/> Pazar ağını genişletmek <input type="checkbox"/> Sektörel bazda değişik alanlara kaymak

		<input type="checkbox"/> Kapasiteyi artırmak <input type="checkbox"/> Yeni yatırımlar yapmak <input type="checkbox"/> İthalat/ihracat <input type="checkbox"/> Diğer
N3	Geleceğe yönelik kısa dönem hedefleriniz nelerdir?	<input type="checkbox"/> Mevcut durumu koruma <input type="checkbox"/> Ürün çeşidini artırmak <input type="checkbox"/> Pazar payını artırma <input type="checkbox"/> Kaliteyi yükseltmek (TSE, ISO 9000 belgeleri için başvuruda bulunmak)
N4	Sizce sektörel bazda gelişme için bölgesel, yurt içi ve yurt dışında nasıl politikalar izlenmeli?	
N5	Üniversite - Sanayi işbirliği konusundaki düşünceleriniz neler? birbirimize nasıl daha faydalı olabiliriz? Tavsiyeleriniz, eleştiriniz, beklentileriniz, verebilecekleriniz.	

O. GELECEK 5 YIL İÇİN PLANLAR

O1	Şirketinizin Önümüzdeki Beş Yıllık Süreçte Yoğunlaşacağı Yatırımlar Hangileridir?	<input type="checkbox"/> Komple yeni yatırım (yeni bir üretim tesisinin kurulması) <input type="checkbox"/> Kapasite artışı <input type="checkbox"/> Ürün çeşitlendirmesi <input type="checkbox"/> Modernizasyon <input type="checkbox"/> Kalitenin artırılması <input type="checkbox"/> Diğer. Lütfen Belirtiniz..... <input type="checkbox"/> Hiçbiri		
O2	Şirketinizin Önümüzdeki 5 Yıllık Süreçte Yoğunlaşacağı Pazarlar Hangileridir?	<table border="1"> <tr> <td> <u>ULUSAL</u> <input type="checkbox"/> Yerel (Isparta) <input type="checkbox"/> Bölgesel (Isparta-Burdur-Antalya) <input type="checkbox"/> Yakın Bölge (İç Anadolu-Ege) <input type="checkbox"/> Ulusal </td> <td> <u>ULUSLAR ARASI</u> <input type="checkbox"/> AB Ülkeleri <input type="checkbox"/> Orta Doğu Ülkeleri <input type="checkbox"/> Orta ve Doğu Avrupa Ülkeleri <input type="checkbox"/> Rusya ve Orta Asya Ülkeleri <input type="checkbox"/> Kuzey Amerika Ülkeleri <input type="checkbox"/> Güney Amerika Ülkeleri <input type="checkbox"/> Diğer. Lütfen belirtiniz. <input type="checkbox"/> Hiçbiri </td> </tr> </table>	<u>ULUSAL</u> <input type="checkbox"/> Yerel (Isparta) <input type="checkbox"/> Bölgesel (Isparta-Burdur-Antalya) <input type="checkbox"/> Yakın Bölge (İç Anadolu-Ege) <input type="checkbox"/> Ulusal	<u>ULUSLAR ARASI</u> <input type="checkbox"/> AB Ülkeleri <input type="checkbox"/> Orta Doğu Ülkeleri <input type="checkbox"/> Orta ve Doğu Avrupa Ülkeleri <input type="checkbox"/> Rusya ve Orta Asya Ülkeleri <input type="checkbox"/> Kuzey Amerika Ülkeleri <input type="checkbox"/> Güney Amerika Ülkeleri <input type="checkbox"/> Diğer. Lütfen belirtiniz. <input type="checkbox"/> Hiçbiri
<u>ULUSAL</u> <input type="checkbox"/> Yerel (Isparta) <input type="checkbox"/> Bölgesel (Isparta-Burdur-Antalya) <input type="checkbox"/> Yakın Bölge (İç Anadolu-Ege) <input type="checkbox"/> Ulusal	<u>ULUSLAR ARASI</u> <input type="checkbox"/> AB Ülkeleri <input type="checkbox"/> Orta Doğu Ülkeleri <input type="checkbox"/> Orta ve Doğu Avrupa Ülkeleri <input type="checkbox"/> Rusya ve Orta Asya Ülkeleri <input type="checkbox"/> Kuzey Amerika Ülkeleri <input type="checkbox"/> Güney Amerika Ülkeleri <input type="checkbox"/> Diğer. Lütfen belirtiniz. <input type="checkbox"/> Hiçbiri			
O3	Üretim Kapasitesi 5 Yıllık Planı.....	<input type="checkbox"/> Tesisimizi tasfiye edeceğiz <input type="checkbox"/> Üretim kapasitemiz azalacak <input type="checkbox"/> Üretim kapasitemizde artış olmayacak <input type="checkbox"/> Üretim kapasitemiz artacak <input type="checkbox"/> Bilmiyorum		

Sektörün geleceği ile ilgili görüşlerinizi nelerdir?	
Sektörün bulunduğu kötü durumdan kurtulması için yapılması gerekenler nelerdir?	

EK-2: ISPARTA İLİ AĞAÇ VE ORMAN ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ KÜMELENME ANKETİ

A. TEDARİK, HİZMETLER VE TANITIM	
	AÇIKLAMA: Bu kısımda, ankete katılan firmalar hakkında tanımlayıcı bilgileri sorulmaktadır. Bu bilgiler kesinlikle gizli tutulacaktır.
A1	Firmanızın Kuruluş Tarihi
A2	Çalışan Sayısı
A3	Firmanızın yıllık ciro seviyesi aşağıdaki gruplardan hangisine uymaktadır? <div style="text-align: right; margin-top: 10px;"> <input type="checkbox"/> 0-50.000 TL <input type="checkbox"/> 50.000-250.000 TL <input type="checkbox"/> 250.000-500.000 TL <input type="checkbox"/> 500.000-1.000.000 TL <input type="checkbox"/> 1.000.000-5.000.000 TL <input type="checkbox"/> 5.000.000 TL ve üzeri </div>
A4	Enerji ihtiyaçlarınızı hangi firmalardan satın alırsınız? 1. 2. 3. 4. 5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil
A5	Kullandığınız makine ve ekipmanları hangi firmalardan satın alırsınız? 1. 2. 3. 4. 5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil
A6	Yedek parça ihtiyacınızı hangi firmalardan satın alırsınız? 1. 2. 3. 4. 5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil
A7	Bakım hizmetlerini hangi firmalardan karşılırsınız? 1. 2. 3. 4. 5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil
A8	Kullandığınız <u>hammaddeleri</u> hangi firmalardan sağlırsınız? 1. 2. 3. 4. 5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil
A9	Kullandığınız <u>yarı mamulleri</u> hangi firmalardan sağlırsınız? 1. 2.

		3. 4. 5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil
A10	Taşıma hizmetlerini (nakliye hizmetini) (personel, insan ve mal) hangi firmalar/kooperatiflerden satın alıyorsunuz?(Öncelik ve yüzdeleri belirleyerek sıralayınız)...	1. 2. 3. 4. 5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil
A11	Finansal denetleme ve/veya muhasebe hizmetlerini hangi şahıs/organizasyonlardan almaktasınız?	1. 2. 3. 4. 5. Finans/Muhasebe işlemlerini kendi bünyemizde yürütüyoruz. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil
A12	Hangi finans kuruluşları (banka, factoring, leasing) ile çalışmaktasınız?	1. 2. 3. 4. 5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil
A13	Hangi danışmanlık firmaları/danışman kişiler (firma, kişi, öğretim üyesi, üniversite gibi) ile çalışmaktasınız?	1. 2. 3. 4. 5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil
A14	İletişim hizmetinizi hangi firmalardan almaktasınız (telefon, internet vs.)?	1. 2. 3. 4. 5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil
A15	Sigorta hizmetlerini hangi kuruluşlardan almaktasınız? (Kaza, kasko, işyeri, hayat, doğal afet sigortaları gibi)	1. 2. 3. 4. 5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil
A16	Gümrük hizmetlerinizi hangi firmalardan almaktasınız?	1. 2. 3. 4. 5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil
A17	Tanıtım, reklam ve promosyon hizmetlerinizi hangi firmalardan sağlıyorsunuz?	1. 2. 3. 4. 5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil

A18	Ham madde girdilerinizi hangi orman işletme müdürlüklerinden sağlıyorsunuz?	<input type="checkbox"/> Isparta Orman Bölge Müdürlükleri <input type="checkbox"/> Isparta, Antalya, Muğla Orman Bölge Müdürlükleri <input type="checkbox"/> Türkiye genelindeki tüm Orman Bölge Müdürlükleri <input type="checkbox"/> İthalat/Yabancı Firmalar → Ülke (.....) <input type="checkbox"/> Özel Yetiştiriciler
A19	İletişimde içerisinde olduğunuz firma ve organizasyonlarla var olan ilişkinizin kurulmasında hangileri kullanılmıştır (Önceliğe göre sıralayınız)?.....	<input type="checkbox"/> Aile bağları <input type="checkbox"/> Coğrafi yakınlık <input type="checkbox"/> Okul, gidilen kurslar, eski işyeri gibi ortamlardan kurulan arkadaşlıklar <input type="checkbox"/> Ticari öncelikler <input type="checkbox"/> Pazarlama ve satış temsilcileri <input type="checkbox"/> Firmanızın tanınmış olması <input type="checkbox"/> Geçmiş dönemde kurulmuş bağlar <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil <input type="checkbox"/> Diğer
A20	Firmanızın gereksinim duyduğu konudaki bilgilere nasıl ulaşırsınız?.....	<input type="checkbox"/> Bağlı olduğunuz sektörel birliklerden <input type="checkbox"/> Sektörel yayınlar (lütfen belirtiniz) <input type="checkbox"/> İnternet <input type="checkbox"/> Diğer (lütfen belirtiniz)
A21	Fason iş yaptırıyor musunuz?.....	<input type="checkbox"/> EVET → ise ilk üç nedeni belirtiniz; <input type="checkbox"/> Müşterilerin düzensiz taleplerinden dolayı <input type="checkbox"/> Özel amaçlı makinelerin satın alımındaki zorlukların önüne geçmek için <input type="checkbox"/> Taşeronların bazı konulardaki uzmanlaşmalarından ve daha etkin çalışmalarından dolayı <input type="checkbox"/> Ucuz olmalarından dolayı <input type="checkbox"/> Kapasite Yetersizliği <input type="checkbox"/> Fazla işçi çalıştırmaktan ve işçi maliyetlerinde koruduğundan dolayı <input type="checkbox"/> Kalifiye işgücüne ihtiyaç olduğunda bulunmadığından <input type="checkbox"/> Kriz aşamalarında <input type="checkbox"/> Diğer nedenler..... <input type="checkbox"/> HAYIR

B. ORTAK İŞ YAPMA

	AÇIKLAMA:
B1	Ortak ürün geliştirdiğiniz firma ve organizasyonlar var mı? (Ortak AR-GE ve tasarım yaptığınız firma ve organizasyonlar var mı?) Belirtiniz:
B2	Ortak pazarlama çalışmalarında bulunduğunuz firma ve organizasyonlar var mı? Belirtiniz:.....
B3	Ortak işgücü eğitiminde bulunduğunuz firma ve organizasyonlar var mı? Belirtiniz:
B4	Ortak satınalma yaptığınız firmalar var mıdır? Belirtiniz:
B5	Firmanızın başka firmalarla birlikte son bir yıl içinde yürüttüğü ortak bir projesi var mı? Eğer varsa hangi firmalarla ve hangi projeler?.....

C. MÜŞTERİLER VE RAKİPLER

	AÇIKLAMA:
C1	Müşteri firmalarının kimlerdir?..... 1. 2. 3. 4.

		5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil
C2	Alanınızdaki rakiplerin kimlerdir? (Lütfen tahmini pazar paylarını da belirtiniz).....	1. 2. 3. 4. 5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil
C3	En fazla ticari ilişkide bulunduğunuz (çiro açısından) (gerek mal aldığınız, gerekse mal sattığınız) 5 şirketi yazınız.	1. 2. 3. 4. 5. <input type="checkbox"/> Bilmiyorum <input type="checkbox"/> Bu soru organizasyonumuz için geçerli değil

EK-3: FİRMA LİSTESİ

1- Atasoy	34- Kılıç Mobilya
2- Aydemir Doğrama	35- Merkez Pres
3- Yüceer Kereste	36- Merve Mobilya
4- Alaaddin Özdemir Orman Ürünleri	37- Modsan Mobilya
5- Adekor Mobilya	38- Mopan
6- Adım Yapı	39- Naltı Kereste
7- Altın Orman Ürünleri	40- Obelli Mobilya
8- Akdeniz Kereste	41- Orma
9- Akdeniz Sauna	42- Öncü Döşeme
10- Altın Çekiç Mobilya	43- Özdemir Mobilya
11- Akgül Mobilya	44- Özdamar Kereste
12- Aksu Doğrama	45- Özhilal Kereste
13- Aktar Ticaret	46- Özkan Mobilya
14- Bilge Kereste	47- Sakarya Kereste
15- Çağlar Kereste	48- Peksan
16- Çınar Mobilya	49- Sancar Mobilya
17- Çiftçi Kardeşler Kereste	50- Sağlam Mobilya
18- Çelikler Davraz Mobilya	51- Savcı Boya
19- Değirmenci Kereste	52- Selçuk Mobilya
20- Güldesen Mobilya	53- Sıcak Pres
21- Gülcü Mobilya	54- Süslü Mobilya
22- Doğanay Doğrama	55- Şahin Kardeşler
23- Demirkol Mobilya	56- Tan Mobilya
24- Gül Kereste	57- Tekin Mobilya
25- Gökaslan Kereste	58- Uğur Doğrama
26- Görgülü Kereste	59- Uğur Mobilya
27- Gözde Kereste	60- Ülkü Kereste
28- Hilaller Kereste	61- Ün Mobilya
29- Hilalsan Orman Ürünleri	62- Ünlü orman Ürünleri
30- Isparta Kereste	63- Yurdanur Mobilya
31- İpekgül Kereste	64- Yükselen Kereste
32- Karaca Mobilya	65- Yüceçam Kereste
33- Karaman Orman Ürünleri	66- Zeybek Kereste

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler:

Adı Soyadı : Hidayet KESKİN
Doğum Yeri : ISPARTA
Doğum Tarihi : 16.06.1978
Medeni Hali : Evli

Eğitim Durumu:

Lise : Isparta Anadolu Lisesi (1989-1995)
Lisans : Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme (1996-2001)
Yüksek Lisans : Süleyman Demirel Üniversitesi İktisat (2001-2004)
Doktora : Süleyman Demirel Üniversitesi İktisat (2004-.....)

Yabancı Dil Düzeyi:

İngilizce (İyi)

İş Deneyimi:

2001-..... SDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Araştırma Görevlisi

Bilimsel Yayınlar ve Çalışmalar:

Alanında, yurtiçinde yayımlanan kitap

SÜTÇÜ, A., KESKİN, H., DEMİRGİL, H., SEZGİN, A., DULUPÇU, M. A., KARAKUŞ, B., DEMİREL, O., ŞENTÜRK C. ve ÇAKMAKÇI, H. A., Isparta Orman Ürünleri Endüstrisi Sektörünün Araştırılması, Isparta Valiliği Sanayi ve Ticaret Müdürlüğü ile Isparta Ticaret ve Sanayi Odası Yayını, Isparta, 2008.

Alanında, yurtiçinde yayımlanan kitapta bölüm ve ünite yazarlığı

KESKİN, H., "Tanımlayıcı İstatistikler", Editör: Doç. Dr. Şeref KALAYCI, SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın Dağıtım, Ankara, 2005.

Hakemli dergilerde yayımlanan teknik not, editöre mektup, tartışma, vaka takdimi ve özet türünden yayınlar dışındaki makale

KESKİN, H., KİRİŞ, H. M., ŞENTÜRK, C., "2001 Krizinin Ekonomik ve Siyasi Yönleri Üzerine Bir Değerlendirme Çabası", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl/Cilt:2, Sayı:4, Güz 2006.

Diğer bilimsel dergilerde yayımlanan teknik not, editöre mektup, tartışma, vaka takdimi ve özet türünden yayınlar dışındaki makale

KİRİŞ, H.M., H. KESKİN, "Bir Siyasal Katılmayan Olarak Kadın" Yerel Siyaset Dergisi, Sayı.19, Temmuz 2007.

Ulusal toplantıda sunularak tam metin olarak yayımlanan bildiri

KESKİN, H., ŞENTÜRK, C., DEMİREL, O., SEZGİN, A., "İsparta'da Orman Ürünleri Endüstrisi Rekabet Sorunları", II. Ormancılıkta Sosyo-Ekonomik Sorunlar Kongresi, Isparta, 19-21 Şubat 2009.

Uluslararası toplantıda sunularak tam metin olarak yayımlanan bildiri

KESKİN, H., KİRİŞ, H.M., ŞENTÜRK, C., DEMİREL, O., "Economic and Political Interaction of 2001 Crisis: Implications for 2008 Recession", First International Conference on Management and Economics: "Current Issues in Emerging Economies in Global Perspective" - (ICME 2008), Tirana, Albania, 28-29 March 2008.

ŞENTÜRK, C., KESKİN, H., KİRİŞ, Y., TÜRKÖZ, P., KİRİŞ, H.M., "Can SMEs in Developing Countries Resist Crisis? An Analysis on Turkish and Albanian Cases", First International Conference on Balkan Studies (ICBS), Epoka University, Tirana, Albania, 7-8 November 2008.

SUNGUR, O., KESKİN, H., ŞENTÜRK, C., KİRİŞ, H.M., "Bölgesel Kalkınmada Yakınlığa Dayalı İnovasyon Modelleri ve Yeni Bir Açılım Olarak Uzak Networkler", Uluslararası Davraz Kongresi, Isparta, 24-27 Eylül 2009.

Alanında makale, kitap bölümü ve tahlil çevirisi

KESKİN, H., "Endüstriyel Kalkınma Küreselleşme ve Çok Uluslu Şirketler: Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Yeni Gerçeklikler-Industrial Development, Globalization and Multinational Enterprises: New Realities for Developing Countries", (Rajneesh Narula, John H. Dunning); S.D.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 13, Sayı:2, Isparta, 2008.

Hakemli dergide yayımlanan teknik not, editöre mektup, tartışma, vaka takdimi ve özet türünden yayın

KESKİN, H., "Küresel Rekabet", Kitap Özeti, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl: 1 Sayı: 2, 2006.

Ulusal kuruluşlarca desteklenen projede görev alma

"Bölgesel Ölçekte İnovasyon: NUTS2 TR61 (Antalya-Isparta-Burdur) Düzeyi KOBİ'lerinin Rekabet Güçlerini Artırmak Amacıyla Bölgesel Bilgi Ağbağlaşma Düzeyi ile İnovasyon Süreçlerinin Analizi", Süleyman Demirel Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesi No: 1351-M-06, Proje Yöneticisi: Murat Ali DULUPÇU, Isparta, 2006-2007.

"Isparta Orman Ürünleri Sektörü Endüstrisinin Araştırılması", Isparta Ticaret ve Sanayi Odası, Proje Yöneticisi: Doç. Dr. Murat Ali DULUPÇU, Isparta, 2008.

Kümelenme ve Sektörel Bağlantıları Açısından Isparta İli Orman Ürünleri Endüstrisinin Değerlendirilmesi, Süleyman Demirel Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri, Doktora Projesi, Proje No: 1810-D-09, 2009.