

**T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**ENDÜSTRİYEL YIĞILMA EKONOMİLERİNE
YÖNELİK ALGI ANALİZİ: GÜMÜLCİNE - İSKEÇE -
DEDEAĞAÇ ORGANİZE SANAYİ BÖLGELERİ
ÖRNEĞİ**

Serhat ŞENTÜRK

**Danışman
Prof. Dr. Recep KÖK**

İZMİR-2014

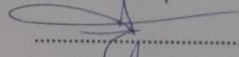
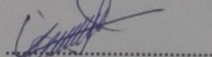
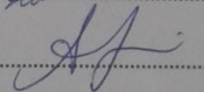
TEZ ONAY SAYFASI

YÜKSEK LİSANS TEZ/ PROJE ONAY SAYFASI

Üniversite : Dokuz Eylül Üniversitesi 2011800017
Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü
Adı ve Soyadı : SERHAT ŞENTÜRK
Tez Başlığı : Endüstriyel Yığılma Ekonomilerine Yönelik Algı Analizi:
Gümülcine-İskeçe-Dedeağaç Organize Sanayi Bölgeleri Örneği

Savunma Tarihi : 24.07.2014
Danışmanı : Prof.Dr.Recep KÖK

JÜRİ ÜYELERİ

<u>Ünvanı, Adı, Soyadı</u>	<u>Üniversitesi</u>	<u>İmza</u>
Prof.Dr.Recep KÖK	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	
Yrd.Doç.Dr.Üzeyir AYDIN	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	
Doç.Dr.Ali ÖZDEMİR	DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ	

Oybirliği (✓)

Oy Çokluğu ()

SERHAT ŞENTÜRK tarafından hazırlanmış ve sunulmuş "Endüstriyel Yığılma Ekonomilerine Yönelik Algı Analizi: Gümülcine-İskeçe-Dedeağaç Organize Sanayi Bölgeleri Örneği" başlıklı Tezi(✓) / Projesi() kabul edilmiştir.

Prof.Dr. Utku UTKULU
Enstitü Müdürü

YEMİN METNİ

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “**Endüstriyel Yığılma Ekonomilerine Yönelik Algı Analizi: Gümülcine - İskeçe – Dedeoğaç Organize Sanayi Bölgeleri Örneği**” adlı çalışmanın, tarafımdan akademik kurallara ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanıldığını belirtir ve bunu şerefimle doğrularım.

Tarih

.../.../...

Serhat ŞENTÜRK

ÖZET
Yüksek Lisans Tezi
Endüstriyel Yığılma Ekonomilerine Yönelik
Algı Analizi:
Gümölcine – İskeçe - Dedeğaç Organize Sanayi Bölgeleri Örneği
Serhat ŞENTÜRK

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İktisat Anabilim Dalı
İktisat Programı

Bu çalışmanın temel amacı, yığılma ekonomileri kavramı altında Yunanistan'ın Batı Trakya Bölgesi'nde bulunan Gümölcine, İskeçe ve Dedeğaç şehirlerindeki Organize Sanayi Bölgelerinde bulunan firmaların yığılma ekonomilerini işletme organizasyonu çerçevesinde algı boyutuyla incelemek, yığılma ekonomilerinden hareketle bölgenin girişimcilik potansiyeline yönelik öneriler geliştirmektir. Başka bir ifadeyle bölge insanının iktisadi plandaki organizasyonel etkinliğine katkı sağlamaktır. Bu amaçla, üç şehirdeki organize sanayi bölgeleri ve çevre bölgelerde bulunan toplam 81 firma tesadüfi yöntemle seçilmiş ve bu firmalarla yüz yüze görüşme tekniği ile anket uygulanmıştır.

Elde edilen “lojistik regresyon” bulguları algı analizi çerçevesinde yorumlanmıştır. Modellerdeki algı göstergelerine göre firma davranışlarını yönlendiren ve rekabet sürecini güçlendiren bu analitik bulgulardan hareketle firmaların küresel ölçekte hayatta kalma ve rekabeti sürdürebilir kılması için objektif göstergeleri içselleştirme çabası içinde oldukları görölmektedir. Bu sonuçlar çalışmanın amacı ve hipotezini doğrulayan sonuçlardır.

Anahtar Kelimeler: Yığılma Ekonomileri, Algı Analizi, Firma Davranışları, Dışsallık, Girişimcilik, Organize Sanayi Bölgeleri, Yunanistan.

ABSTRACT

Master Thesis

Industrial Agglomeration Economies' Perception Analysis: The Case of the Organized Industrial Zones of Komotini – Xanthi - Alexandroupolis

Serhat ŞENTÜRK

Dokuz Eylül University

Graduate School of Social Sciences

Department of Economics

Economics Program

The main purpose of this study is to examine agglomeration economies of the firms that are located in the cities of Komotini, Xanthi and Alexandroupolis in Organized Industrial Zone in Western Thrace region in Greece in the concept of business organizations with the aspect of perception and to develop proposals intended for entrepreneurship potential of the region based on agglomeration economies. To express in our words make contribution to the organizational efficiency in economics of the local people. For this purpose a total of 81 firms located in the Organized Industrial Zones and surrounding areas selected randomly and face to face survey techniques was done to these companies.

The findings of logistical regression derived, is interpreted in the context of the analysis of perception. According to perceptual indications; starting from the analytical findings which directs the firm behaviours and reinforce the competitiveness, the firms are struggling in the effort of internalization of objective indications to survive in global competitiveness and to sustain the competition. The findings are confirming the purpose and the hypothesis of the study.

Keywords: Agglomeration Economies, Perception Analysis, Firm Behaviour, Externality, Entrepreneurship, Organized Industrial Zone, Greece.

**ENDÜSTRİYEL YIĞILMA EKONOMİLERİNE YÖNELİK ALGI ANALİZİ:
GÜMÜLCİNE – İSKEÇE - DEDEAĞAÇ ORGANİZE SANAYİ BÖLGELERİ
ÖRNEĞİ**

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	ix
TABLolar LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiii
EK LİSTESİ	xiv
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

**ENDÜSTRİYEL YIĞILMA EKONOMİLERİNE YÖNELİK TEORİK
YAKLAŞIMLAR**

1.1. KAPSAM VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE	3
1.1.1 MAR Dışsallıkları	5
1.1.2 Endüstriyel Kapsam ve Dışsal Ekonomiler	8
1.1.2.1 Ölçek Ekonomileri	9
1.1.2.2 Yerelleşme Ekonomileri	12
1.1.2.3 Kentleşme Ekonomileri	14
1.1.3. Organize Sanayi Bölgeleri ve Teknokentler	18
1.1.4. Bölgesel Kalkınma-Büyüme ve Yakınsama Kuramları	21
1.1.5. Kentleşme ve Yerelleşme Olgusu: Yeni Ekonomik Coğrafya	24
1.1.6. Yeni Ekonomik Coğrafyanın Gelişimi	25
1.1.7. Kümelenme Olgusu ve Kümelenme Algısı	31
1.1.8. Endüstriyel Yığılma Olgusu: Üç Teori	35

1.2. YIĞILMA VE EŞYIĞILMA ALGISINA YÖNELİK LOJİSTİK ETKİNLİK, PERFORMANS VE KURUMSAL GİRİŞİMCİLİK LİTERATÜRÜ	36
--	----

İKİNCİ BÖLÜM

YIĞILMA EKONOMİLERİNE YÖNELİK ALGI ANALİZİ: SAHA ARAŞTIRMASI ÇERÇEVESİNDE GÜMÜLCİNE – İSKEÇE - DEDEAĞAÇ OSB'LERİ ÖRNEĞİ

2.1. BATI TRAKYA’NIN COĞRAFİ KONUMU VE BÖLGE EKONOMİSİNDEKİ ÖNEMİ VE YERİ	45
2.1.1. Batı Trakya’nın Türkiye Özelinde Önemi	46
2.2.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ ÖRNEKLEMİNE GİREN İŞLETMELERE AİT BETİMSSEL BULGULAR	49
2.2.1. Organize Sanayi Bölgesi Örneklemine Ait İşletme Genel Bilgileri	51
2.2.2. Organize Sanayi Bölgesi’ne İlişkin Tedarik Süreci: Lojistik Faaliyetlerin Etkinliği Ve Lojistik Performans Geliştirme	64
2.2.2.1. Lojistik Faaliyetlerin Etkinliği ve Performans Yönetimi	65
2.2.2.2. Lojistik Faaliyetlerin Etkinlik Kriterleri	66
2.2.2.3 Lojistik Etkinlik Kriterlerine İlişkin Analitik Bulgular	68
2.2.2.4. Lojistik Etkinlik Ölçütlerine Göre Katılımcı Firmalara İlişkin Göstergeler	70
2.2.3. Organize Sanayi Bölgeleri Girişimcilik Göstergelerine Yönelik Analitik (Kuruluş Yapısı) Bulguları	75
2.2.3.1. Kültür Boyutuna Yönelik Bulgular	80
2.2.3.2. Girişimcilik Profiline Yönelik Bulgular	88
2.2.4. Değişkenlere İlişkin Olarak Pearson Analizi	96
2.3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGELERİNDE KÜMELENMEYE YÖNELİK ALGI ANALİZİ	99
2.3.1. Araştırmanın Veri Seti ve Yöntemi	100
2.3.2 Lojistik Regresyon Analizi: Modeller	100

SONUÇ	122
KAYNAKÇA	128
EK	

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	Araştırma ve Geliştirme
A.Ş	Anonim Şirket
GOKO	Girişimcilik Olgusunun Kendiliğinden Oluşan Bir Olgu Olduğu Görüşünü Destekleyen Algı
GPYKY	Girişimcilik Profilini Destekleyen Kurumsal Yapıya İlişkin Algı
GY	Girişimcilik ve Yönetim Yönelimli
KBDÖ	Kültür Boyutundaki Değişmezlik Ögeleri
KBPG	Kültür Boyutundaki Pozitif Gelişme ve İyileşme Boyutu
KY	Kuruluş Yapısı
MAR	Marshall-Arrow-Romer
MMK	Müşteri Memnuniyeti ve Kalite
OSB	Organize Sanayi Bölgesi
Prob.	Probability
Std.	Standart Sapma
Tİ	Tedarikçi İlişkileri
TZ	Teslim Zamanı
ÜÜBF	Üretilen Ürünlerin Başarısızlığına Neden Olan Faktörler
vb.	Ve Benzeri
vs.	Vesaire
YÜG	Yeni Ürün Geliştirme ve Pazar Zamanlaması

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1: Dışsalılık Tipolojisi	s. 7
Tablo 2: Coğrafi Yoğunlaşmayı Etkileyen Kuvvetler	s. 27
Tablo 3: Türkiye Dâhil Erişilebilen Dünya Literatürü: Yığılma Ekonomilerine Yönelik Algı Analizi	s. 36
Tablo 4: Yığılma Ekonomilerine Yönelik Algı Analizi İle İlişkili Olan Lojistik Etkinlik Ve Performans, Kurumsal Girişimcilik Ve Girişimcilik Kültürüne Dair Literatür Taramaları	s. 42
Tablo 5: Girişimcilik ve Yönetim Konumu	s. 49
Tablo 6: Girişimci Yabancı Dil Düzeyi	s. 51
Tablo 7: OSB'lere Göre Örnekleme Ait Firma Frekans Dağılımı	s. 52
Tablo 8: Firmaların Kuruluş Yıllarına Göre Frekans dağılımı	s. 52
Tablo 9: Örneklemdaki Firmaların Şehir Bazında Kuruluş Yıllarına Göre Frekans Dağılımı	s. 54
Tablo 10: Hukuki Statü ve Ortak Sayılarına Göre Dağılımı	s. 54
Tablo 11 : Firma Yönetim Kurulu Üye Sayısı ve Aile Dışı Üye Sayısının Dağılımı	s. 57
Tablo 12 : Örneklemin Kuruluş Şekli Frekans Dağılımı	s. 59
Tablo 13: Firmaların Endüstriyel Dağılımı	s. 60
Tablo 14: Lojistik Etkinlik Kriterlerine İlişkin Betimsel Göstergeler	s. 69
Tablo 15: Tedarikçi İlişkileri İle Firmanın Tüzel Konumu Arasındaki Farklılık	s. 71
Tablo 16: Tedarikçi İlişkileri Firmanın Hukuki Statüsü Arasındaki Farklılık	s. 71
Tablo 17: Müşteri Memnuniyeti ve Kalite ile Firmanın Tüzel Konumu Arasındaki Farklılık	s. 72
Tablo 18: Müşteri Memnuniyeti ve Kalite ile Firmanın Kuruluş Yaşı Arasındaki Farklılık	s. 72
Tablo 19: Müşteri Memnuniyeti ve Kalite Firmanın Hukuki Statüsü Arasındaki Farklılık	s. 73
Tablo 20: Müşteri Memnuniyeti ve Kalite Firmanın Kuruluş Şekli Arasındaki Farklılık	s. 73
Tablo 21: GYY Kuruluş Yapısına İlişkin Betimsel Göstergeler	s. 77

Tablo 22: Kuruluş Yapısı - Firmanın Tüzel Konumu Arasındaki Farklılık	s. 77
Tablo 23: Kuruluş Yapısı - Kuruluş Yılı Arasındaki Farklılık	s. 78
Tablo 24: Kuruluş Yapısı - Hukuki Statü Arasındaki Farklılık	s. 78
Tablo 25: Kuruluş Yapısı- Ortak Sayısı Arasındaki Farklılık	s. 79
Tablo 26: Kuruluş Yapısı - Yönetim Kurulunda Bulunan Aile Dışı Üye Sayısı Arasındaki Farklılık	s. 79
Tablo 27: Kuruluş Yapısı - Kuruluş Şekli Arasındaki Farklılık	s. 79
Tablo 28: GYY KBPG'ye Ait Betimsel Göstergeler	s. 82
Tablo 29: KBPG İle Firmaların Tüzel Konumu Arasındaki Farklılık	s. 82
Tablo 30: KBPG İle Kuruluş Yılı Arasındaki Farklılık	s. 83
Tablo 31: KBPG İle Hukuki Statü Arasındaki Farklılık	s. 83
Tablo 32: KBPG İle Ortak Arasındaki Farklılık	s. 83
Tablo 33: KBPG Yönetim Kurulunda Bulunan Aile Dışı Üye Sayısı Arasındaki Farklılık	s. 84
Tablo 34: KBPG İle Kuruluş Şekli Arasındaki Farklılık Analizi	s. 84
Tablo 35: GYY KBDÖ'ye Yönelik Betimsel Göstergeler	s. 85
Tablo 36: KBDÖ İle Firmaların Tüzel Konumu Arasındaki Farklılık	s. 85
Tablo 37: KBDÖ İle Kuruluş Yılı Arasındaki Farklılık	s. 86
Tablo 38: KBDÖ İle Hukuki Statü Arasındaki Farklılık	s. 86
Tablo 39: KBDÖ İle Ortak Arasındaki Farklılık	s. 87
Tablo 40: KBDÖ İle Yönetim Kurulunda Bulunan Aile Dışı Üye Sayısı Arasındaki Farklılık	s. 87
Tablo 41: KBDÖ İle Kuruluş Şekli Arasındaki Farklılık	s. 87
Tablo 42: Girişimcilik ve Yönetim Yönelimli GPYKY'e İlişkin Betimsel Göstergeler	s. 89
Tablo 43: GPYKY İle Firmaların Tüzel Konumu Arasındaki Farklılık	s. 89
Tablo 44: GPYKY İle Kuruluş Yılı Arasındaki Farklılık	s. 90
Tablo 45: GPYKY İle Hukuki Statü Arasındaki Farklılık	s. 90
Tablo 46: GPYKY İle Ortak Arasındaki Farklılık	s. 91
Tablo 47: GPYKY İle Yönetim Kurulunda Bulunan Aile Dışı Üye Sayısı Arasındaki Farklılık	s. 91
Tablo 48: GPYKY İle Kuruluş Şekli Arasındaki Farklılık	s. 92

Tablo 49: GOKO'ya Yönelik Betimsel Göstergeler	s. 92
Tablo 50: GOKO İle Firmaların Tüzel Konumu Arasındaki Farklılık	s. 93
Tablo 51: GOKO İle Kuruluş Yılı Arasındaki Farklılık	s. 93
Tablo 52: GOKO İle Hukuki Statü Arasındaki Farklılık	s. 94
Tablo 53: GOKO İle Ortak Arasındaki Farklılık	s. 94
Tablo 54: GOKO İle Yönetim Kurulunda Bulunan Aile Dışı Üye Sayısı Arasındaki Farklılık	s. 95
Tablo 55: GOKO İle Kuruluş Şekli Arasındaki Farklılık	s. 95
Tablo 56: Pearson Korelasyon (%) Katsayıları (n=81)	s. 97
Tablo 57: Firmaların Kümelenme Seçimlerine İlişkin Göstergeler	s. 99
Tablo 58: (Model I) TZY Yönelik Tİ İlişkin Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme (Şehir, Bölge)	s. 103
Tablo 59: (Model II) TZY Yönelik MMK İlişkin Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme	s. 105
Tablo 60: (Model III) TZY Yönelik TZ İlişkin Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme	s. 107
Tablo 61: (Model IV) TZY Yönelik YÜG İlişkin Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme	s. 108
Tablo 62: (Model V) ÜÜBF İlişkin Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme	110
Tablo 63: (Model VI) GYY Kuruluş Yapısına İlişkin Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme (Şehir, Bölge)	s. 112
Tablo 64: (Model VII) GYY İlişkin KBDÖ Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme	s. 114
Tablo 65: (Model VIII) GYY İlişkin KBPG Yönelik Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme	s. 116
Tablo 66: (Model IX) GYY İlişkin GPYKY Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme	s. 118
Tablo 67: (Model X) GYY İlişkin GOKO Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme	s. 119

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Girişimcilik ve Yönetim Konumu	s. 50
Şekil 2: Girişimci Eğitim Düzeyi	s. 50
Şekil 3: OSB’deki Firmaların Dağılımı	s. 52
Şekil 4: Firmaların Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı	s. 53
Şekil 5: Gümölcine OSB’deki Hukuki Statü Dağılımı	s. 55
Şekil 6: İskeçe OSB’deki Hukuki Statü Dağılımı	s. 56
Şekil 7: Dedeğaç OSB’deki Hukuki Statü Dağılımı	s. 56
Şekil 8: Firmalardaki Yönetim Kurulu Üye Sayısı Dağılımı (Kişi)	s. 58
Şekil 9: Firmalardaki Yönetim Kurulunda Bulunan Aile Dışı Üye Sayısı Dağılımı (Kişi)	s. 58
Şekil 10: Örneklemin Kuruluş Şekline Göre Dağılımı	s. 59
Şekil 11: OSB’lerdeki Firmaların Endüstriyel Dağılımı	s. 60

EK LİSTESİ

EK 1: Anket Formu

ek s. 1

GİRİŞ

Küreselleşmenin dünya ekonomisinde daha etkin bir boyut kazandırdığı 1980 sonrası, özellikle yığılma ekonomilerinin bölgeler kapsamındaki popülaritesi artmıştır. Yapılan çalışmalarda özellikle bölge ekonomileri içerisinde bulunan yığılma ekonomileri, yığılma oluşumları, bahsi geçen yığılma ekonomilerinin işleyiş biçimleri, hazırlık çalışmaları, girişimci ve yöneticilerin algı analizlerinin önemi giderek artmaktadır. 90'lı yılların ortalarına doğru bilgi teknolojilerinde önemli derecede gelişmenin olmasıyla paralel, bilgi odaklı ekonomiler daha üst konumlara ulaşmış ve çalışmaların daha spesifik konular üzerinde yapıldığı görülmüştür. Yığılma ekonomilerinde önemli olan nokta olarak firmaların birbirleriyle olan etkileşimleri, bilgi paylaşımları ve bölge bazlı oluşumlarda bahsi geçen faktörlerin bir arada bulunmasıyla bölgesel büyüme ve kalkınma üzerinde olumlu etkiler yarattığı yapılan çalışmalardan anlaşılmaktadır.

Yığılma ekonomileri kavramı belli bir bölge için ve belirli olan bölgenin diğer bölgelerle etkileşimlerinin durumunu içselleştirebilmek açısından farklı yönlerde değerlendirmek mümkündür. Yığılma ekonomilerinde özellikle bilgi yayılması, firmaların birbirleri ile etkileşimleri, firmaların bilgi paylaşımı, beşeri sermayenin niteliği, firmalar arasındaki güven ve işbirliği, girişimcilik motifi, taşıma maliyetleri ve benzeri (vb.) şeklindeki olgular yığılma ekonomileriyle yakından ilişkili kavramlardır.

Yığılma ekonomileri herhangi bir bölgeye kısa zamanda monte edilebilip kısa bir süre sonra bu durumun olumlu etkilerini görmek istenilmesi ve başlangıç aşamasında oluşumun gerekliliğini ortaya koymak da önemli bir adım olarak değerlendirilebilir. Yığılma ekonomileri belirli bir zamanı gerektiren planlı programlı çalışmaların olmasıyla, belirlenen bölgeler için ön araştırmaları gerekli kılmaktadır. Bölgedeki pozitif dinamikler üzerinden yapılan çalışmalar ile Batı Trakya Bölgesi'nde bulunan şehirlerdeki Organize Sanayi Bölgesi (OSB) ve çevresindeki firmaların yığılma ekonomileri hakkında ve girişimcilik algısının firmalar açısından yaratacağı potansiyelin bilinmesi önkoşullardan biri kabul edilebilir.

Çalışmanın temel araştırma konusu; Batı Trakya'da OSB'lerdeki (Elinyae, 04.07.2014) firmaların Endüstri Yığılma Ekonomileri oluşumuna yönelik olmak üzere işletme sahiplerinin hangi ölçüde bilgi sahibi oldukları, tedarik zincirinin

önemi, dayanışma stratejisinin gerekliliğiyle girişimcilik kültürünün boyutları hakkında fikir sahibi olmak için saha bulgularından hareketle yeni potansiyeli tartışmaktır. Özetle bu çalışmanın daraltılmış temel amacı, araştırma sahasında yer alan girişimcilerin yerel bilgi birikimini ortaya koymak ve Marshall - Arrow - Romer (MAR) dışsallıkları hipotezinden hareketle mevcut ilişkilerin etkileşim sürecini algı boyutuyla analiz etmektir. Bu çalışma ile bu topraklarda yaşayan Türk nüfusun ekonomik durumunu iyileştirmeye yönelik kurumsallaşmaya katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Özellikle Yunanistan'da yaşayan Türk toplumunun ekonomik faaliyetleri ve kümelenme yapıları incelenerek Türkiye ile etkileşimin dinamiklerine yönelik bilgi düzeyinin ortaya konması yararlı olacaktır.

Bu çerçevede, çalışmanın birinci bölümünde yığılma ekonomileri olgusuna yönelik teorik yaklaşımlar ele alınmaktadır. Yığılma ekonomileri olgusu ile ilişkili olan farklı kavramların ilişkisi incelenmekte, bilinen kavramların içselleştirilmesine özen gösterilmektedir. Kavramlar ilişkilendirildikten sonra yığılma ekonomileri olgusuna yönelik örnek çalışmaların sunulduğu ampirik çalışmalara yer verilip, yapılmış olan çalışmaların yığılma ekonomileri olgusuna yönelik çeşitli açılardan karşılaştırılması yapılmaktadır. Bu sayede hem ülkemizde hem de yurtdışında yapılmış olan çalışmalarla ilgili yığılma ekonomileri olgusunun tüm boyutlarıyla ele alınması ve hangi noktalarda ne şekilde sonuçların ortaya çıktığının görülmesi ele alınmaya çalışılmaktadır.

İkinci bölümde ise, araştırmanın konusu olan Gümülcine- İskeçe- Dedeoğlu OSB'leri ile ilgili coğrafi yapı ve sosyo - kültürel açıdan durumu, ekonomik perspektiften konumu ve bölgenin Türkiye özelindeki önemi belirtilmeye çalışılmaktadır.

Çalışmamızın uygulama kısmında ise, ilk olarak Batı Trakya bölgesinde bulunan şehirlerdeki OSB ve çevresindeki firmalara ilişkin betimsel bilgilere yer verilmektedir. Daha sonra anket çalışmasında yer alan tedarik zinciri, girişimciliğe dair kuruluş yapısı, girişimcilik kültür boyutları, girişimcilik profiline yönelik özellikler ve kümelenme algısı yerel bilgi birikimi çerçevesinde analiz edilmekte ve Gümülcine - İskeçe - Dedeoğlu OSB'leri için politika önerisi geliştirilmeye çalışılmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ENDÜSTRİYEL YIĞILMA EKONOMİLERİNE YÖNELİK TEORİK YAKLAŞIMLAR

1.1. KAPSAM VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Endüstriyel yığılma ekonomisi kavramının geçmişi ile ilgili ana kaynak genellikle Alfred Marshall'ın 1920 yılında yazmış olduğu “Principles of Economics” adlı eserdir. Günümüzde küresel anlamda artan yoğun rekabet ve bunun çerçevesinde oluşan yenilik ve değişiklikler yaratma eğilimi firmalar açısından bir arada bulunma ihtiyacını doğurmuştur. Genel anlamda yapılmış teorik yaklaşımlar çerçevesinde adı geçen eser çalışmamızın da ana kaynaklarından biridir.

Bu çerçevede endüstriyel yığılma ekonomilerine yönelik literatürde pek çok tanımlamalara yer verilmektedir. Firmaların bir arada kümelenme durumu literatürde kısaca “yığılma ekonomileri” olarak adlandırılmaktadır. Kümelenme olgusunun etkileri ve sonuçlarının açıklanmasında yardımcı olacak kaynaklar büyük önem arz etmektedir (Krugman, 1991: 483). Bir diğer tanımlamada ise ekonomik etkinliklerin belirli bir coğrafi alanda toplanması ile ortaya çıkan ve maliyetlerde azalmayı gerçekleştiren etkiler “yığılma ekonomileri” olarak bilinmektedir (Nakamura, 1985: 108).

Bu çerçeveden hareketle ölçek ekonomileri, dışsal ekonomiler, artan getiriler ve eksik rekabetçi piyasa yapısı üzerinde şekillenen yığılma ekonomileri, Isard'ın kentsel ekonomi literatüründe yaptığı sınıflamasına göre “yerelleşme ekonomileri” ve “kentleşme ekonomileri” şeklinde ikiye ayrılarak ele alınmaktadır (Kıymalıoğlu ve Ayoğlu, 2006: 199). Porter'ın yaklaşımıyla belli bir mekanda coğrafi olarak yakınlık gösteren ilişkili firmalarla destekleyici ortaklık ve tamamlayıcılık çevresinde bir araya geline yapılar yığılma ekonomileridir (Porter, 2010: 245). Bu duruma paralel olarak yığılma ekonomileri “Yeni Ekonomik Coğrafya” literatürü kapsamında statik (durağan) ve dinamik dışsallıklar bağlamında ele alınmaktadır (Kıymalıoğlu ve Ayoğlu, 2006: 199). Yığılma ekonomileri, içsel bağlantılı bir ekonomide mal ve hizmet üretimlerinin mekânsal yakınlığından sağlanan yararlar şeklinde ortaya konmaktadır. Fujita'da ekonomik faaliyetlerin bir araya toplanmasını

teşvik edici faktörler, genel olarak “Marshallgil Dışsallıklar” olarak tanımlanmaktadır. Bu faktörler toplu üretim, yüksek derecede uzmanlaşmış işgücü, uzmanlaşmış olan girdi hizmetleri ve taşıma olanaklarıyla beraber modern altyapının varlığı olarak sıralanabilir (Fujita, 1989: 273).

Marshallgil dışsallıklar tanımında, nitelikli iş gücü piyasası ve özellikle uzmanlaşmış girdiler üreten endüstrilerin yanında, bilginin şirketler arasında yayılımından da bahsedilmektedir. Bilginin özellikle coğrafi yakınlık içindeki kümelenme ve yığılma bölgelerinde daha hızlı yayılması, ürün veya süreç inovasyonları için çok uygun koşullar sağlamaktadır. Bu yığılma ve kümelenme merkezlerinden uzaklaşıldıkça dışsallıklarında azaldığı görülmektedir. İşte dışsallıkların bu boyutu yani bilgi yayımları, modern içsel ekonomik büyüme literatüründeki dinamik dışsallıklar ile çakışmaktadır (Küçüker, 1998: 24).

Yığılma ekonomileri olgusunun özellikle az gelişmiş olan bölgelerde etkilerini incelemek açısından; gelişmiş bölge - alt bölge ilişkisi, yaratılan pozitif ve negatif dışsallıklar bölgenin sosyo - kültürel açıdan ne denli önem arz ettiği şeklindeki spesifik konularda belirlenmeye çalışılmaktadır. Ayrıca yığılma ekonomilerinin çeşitli büyüklükte ve etkinlikte olmaları yığılma sürecinde gerçekleşen coğrafi görüntüyü farklılaştırmaktadır ve böylece ekonomik birimlerin yerleşimleri mekânsal bir eş dağılım göstermemektedir. Bu sebeple, mekânsal farklılaşmaya yol açan faktörlerin belirlenmesi önem taşımaktadır. Bu duruma istinaden, farklı türdeki yığılma ekonomilerinin varlıkları ve etkileme düzeyleri üzerine süre gelen bir tartışma vardır ve aynı ülkede yapılan çalışmalarda bile yığılma ekonomilerinin görece önemleri farklılık arz etmektedir (Filiztekin, 2002: 2). Belirtilen kavramlar dâhilinde yığılma ekonomileri kavramında tam anlamıyla bir birlik sağlanamamaktadır.

Genel anlamda yığılma ekonomileri, ekonomik faaliyetlerin belirli bir mekânda toplanması ile ortaya çıkan ve maliyetlerde gerçekleşen azalmayı ifade eden etkiler olarak tanımlanmaktadır (Kıymalıoğlu ve Ayoğlu, 2007: 169).

1.1.1 MAR Dışsallıkları

Bu dışsallıkları açıklamadan önce bu kapsamda yer alan dinamik dışsallık kavramını açıklamak daha yararlı olacaktır. Dinamik dışsallıkları literatür çerçevesinde tanımlayacak olursak; dinamik dışsallıklar, uzun dönem ilişkiler ve etkileşimlerin tarihi ile güçlenen yerel bilgi birikimleriyle gerçekleşmekte olup, ekonomik aktörler arasındaki iletişimlerle ortaya çıkmaktadır. Dinamik dışsallıklar iletişim ve etkileşimin yoğun olduğu durumda fikir ve bilgiler hızla yayılmakta ve iletişimin sıklığı ise coğrafi yakınlık tarafından belirlenmektedir. Özellikle bu yakınlık büyük kentlerde önemli bir dışsallık yaratmaktadır. Dinamik dışsallıklar, genel olarak teknolojik dışsallık niteliğindedir. Bir firma ya da endüstride gerçekleşen bir yenilik, bilgi yayılmaları yolu ile piyasa mekanizmasına dâhil olmadan diğer firma ve endüstrilere olumlu dışsallıklar sağlayıp verimliliklerini artırmaktadırlar (Kıymalıoğlu ve Ayoğlu, 2006: 200). MAR dışsallıklarının büyüme ve inovasyon için önemli olduğu açıktır ve bu şekilde üç ana bilgi şeklinde ayırım yapılmıştır.

Dinamik dışsal ekonomiler, piyasa yapısının niteliğine ve bilgi kaynağına göre iki alt grupta incelenebilir. Teknolojik dışsallıkların önemi konusunda genel bir fikir birliği varmış gibi görünse de bu bilginin nereden geldiği konusunda süregelen bir tartışma söz konusudur.

Bilgi yayılmaları, aynı endüstri içinde ya da farklı endüstriler arasında gerçekleşebilir. Buna göre, dinamik dışsallık türleri aynı endüstride yer alan yerel firmalar arasında bilgi yayılımı ile ortaya çıkan ve tekelleri piyasa yapıları ile uyumlu “MAR Dışsallıkları” ve farklı endüstriler arasında bilgi yayılımı ile ortaya çıkan ve rekabetçi piyasalar ile uyumlu “Jacobs Dışsallıkları’dır” (Kıymalıoğlu ve Ayoğlu, 2006: 200).

MAR yayılımları, 1891 yılında Alfred Marshall tarafından, daha sonradan Kenneth Arrow (1962) ve Paul Romer (1986) tarafından geniş bir biçimde ele alınan bir bilgi yayılımı teorisidir. MAR yayılımları, belirli bir endüstride faaliyet gösteren şirketler arasındaki bilgi yayılımları ile ilişkilidir. Bu yayılımlar ilk olarak Arrow (1962) tarafından biçimlendirilmiş, en son katkı Romer (1986) tarafından yapılmıştır (Carlinio, 2001: 18; Glaeser ve diğerleri 1991: 2).

Bu çalışmaların ardından Jane Jacobs 1969 yılında yapmış olduğu çalışmada bilgi yayılımları üzerine farklı bir teori ortaya sunmuştur. Jacobs yapmış olduğu karşılaştırmalarda yoğun bir endüstrideki firmalarla ilgili olan MAR yayılımlarının aksine Jacobs bilgi yayılımlarının herhangi bir bölgedeki endüstrilerin çeşitliliğe ile ilişkili olduğuna inanmaktadır (Carlino, 2001: 18). Bu noktada Jacobs’a göre bilginin tamamlayıcı değişimi karşısında çeşitli firmalar ve ekonomik birimler, yeni ekonomik alanlara daha büyük bir şekilde geri dönüş yaparlar. Bu şekilde coğrafi bölgedeki çeşitli endüstriler içinde bilgi dışsallıkları ve yenilikçi aktivitelerin sonucunda ekonomik büyümenin kademe atlayacağını vurgular (Audretsch, 1998: 8). Ayrıca Blien-Suedekum’e göre Jacobs yayılımları, farklı profesyonel sosyal çevrelerdeki bireyler aracılığıyla ortaya çıkmış olan dışsallıkların, bilgi yayılımlarını tetikleyeceğini ifade etmektedir. Jacobs dışsallıkları farklı çevrelerdeki bireylerin birey - çevre ilişkilerini ele almakta, bireyin yaratacağı dışsallığın bilgi yayılması konusunda önem arz edeceğini belirtmekte, büyük yerel endüstriyel çeşitliliğin, endüstriler arası bilgi yayılımını kolaylaştırdığını ve endüstrinin gelişimine katkı sağladığı belirtilmektedir (aktaran Kalça ve Atasoy, 2008: 98).

Porter dışsallıkları ise bilgi yayılımları konusunda alıcı ve satıcı şeklinde oluşan çift taraflı endüstri ilişkileri şeklinde meydana geldiğini belirtmekte, bilgi yayılması ve büyüme açısından piyasalarla uyumlu bir ilişkiye girilebileceği belirtilmektedir (Kalça ve Atasoy, 2008: 98).

Öte yandan MAR dışsallıkları ile ilgili bir diğer önemli kavram ise bilgi dışsallıklarıdır. Bir firma veya endüstrinin gerçekleştirmekte olduğu yenilikçi faaliyetleri sonucunda yaratılan bilginin, bu faaliyetler gerçekleştirilirken katlanılan maliyetlere ortak olmayan diğer firma veya endüstrilere ekonomik fayda yaratması durumu “bilgi dışsallıkları” olarak tanımlanmaktadır (Branstetter, 1998: 521). Bu sayede endüstri içindeki düşük işlem maliyetleri ile bilginin daha yüksek bir olasılıkla nüfus içinde bireyler arasında dağılmasına sebep olmaktadır (Audretsch, 1998: 8). MAR dışsallıkları özel bilgi dışsallıklarının içerisinde yer almakta ve bu tür bilgi dışsallıklarının herhangi bir endüstrideki firmalar ile ilişkileri bilgi yayılımları şeklindedir. Endüstri içi firma ilişkilerinin içerisinde yüz yüze iletişim ve karşılıklı güvene dayalı olarak bilgi ve yenilik dağılımı daha hızlı gerçekleşip bunun

sonucunda coğrafi kümelerin daha fazla yenilik fırsatları doğmasına neden olmaktadır (Breschi ve Lissoni, 2001: 4).

Bu açıdan bakıldığında MAR dışsallıklarının endüstrilerde yer alan firmalar arasında bilgi yayılımına yönelik, etkileşim ve tekelleri piyasa yapıları ile uyumlu sonuçlar doğurmaktadır. Bilgi yayılması; özellikle beşeri sermaye ve girişimcilik ruhu ile daha iyi noktalara ulaşabilmektedir. Bu noktada endüstri içi ve endüstriler arasındaki ilişkilerin belirtilen dışsallıklar karşısında ne şekilde sonuçlar karşımıza çıkaracağı önem taşımaktadır. Bahsi geçen dışsallıklara ilişkin aşağıdaki tablo değerlendirildiğinde şu şekilde bir tablo karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 1: Dışsallık Tipolojisi

		PİYASA YAPISI	
		YÜKSEK REKABET	DÜŞÜK REKABETÇİ
BİLGİNİN EN ETKİLİ KAYNAĞI	Endüstri içi (Uzmanlaşma)	Porter Dışsallıkları	MAR Dışsallıkları Marshall(1890) Arrow(1962) Romer(1896,1990)
	Endüstrilerarası (Çeşitlilik)	Jacobs Dışsallıkları	-

Kaynak: De Lucio ve diğerleri (2002: 5)

Görüldüğü üzere yansıtılan tabloda; bilgi kaynağının, endüstri içi uzmanlaşmada Porter ve Jacobs dışsallıklarının yüksek rekabetçi bir yapıda gerçekleştiği, MAR dışsallıklarının da eksik rekabetçi piyasalarda gerçekleştiği görülmektedir.

Buna paralel olarak MAR yayılımlarının düşük rekabetçi bir yapı içinde olması, bir şehirde aynı sanayi kolunda bulunan şirketlerin yoğunluğu, şirketler arasındaki bilgi alışverişine yardım etmekte, yenilik ve büyümeye neden olmaktadır. Çünkü aynı sanayi kolunda bulunan farklı şirketlerdeki çalışanlar, yeni ürün ve malların üretiminin yeni yöntemleri hakkında bilgi alışverişi yaparlar. Düşük bir rekabetin olması sebebiyle bu bağlamda, belirli bir bölgenin yaygın bir sanayi

kolunda çalışanların yoğunluğu ne kadar fazla ise yeniliklere sebep olan fikir alışverişleri fırsatı da o kadar fazla olur. MAR yayımlarına göre, bir bölgedeki aynı endüstride faaliyet gösteren şirketlerde oluşan uzmanlaşma yenilik ve yerel ekonomik büyüme üzerinde pozitif bir etki alanı oluşturmaktadır (Gao, 2002: 5).

Porter dışsallıklarında ise kaynağın temininde bilgiye ulaşım kolaylığı, yabancı girdi kullanımı ve faktör maliyetlerine karşı duyarlı olan faaliyetlerin farklı yerlere kaydırılması gibi durumların yenilik ve verimlilik açısından faydaları olduğunu belirtmekte, bu durumun ancak rekabetçi bir yerel kümelenmenin ardından ikinci olarak en iyi çözüm olabileceğini ileri sürmektedir (Porter, 2010: 284).

1.1.2 Endüstriyel Kapsam ve Dışsal Ekonomiler

Endüstriyel kapsam ve dışsal ekonomiler arasındaki etkileşimi anlayabilmek için öncelikle dışsal ekonomiler ve dışsal ekonomiler olgusunu açıklamak faydalı olacaktır. “Dışsal ekonomiler” firmaların birbirlerine piyasa ilişkileri dışında sağladıkları yararlardır ve aynı sanayi kolundaki firmaların belirli bir coğrafi bölgede kümelenmelerinden (agglomeration) kaynaklanmaktadır. (Beeson, 1987: 71). Flamant’a göre dışsal ekonomiler, “işletmenin kendi faaliyetleri dışında bulunduğu mekânın sağlamış olduğu avantajların tümünü” ifade etmektedir (aktaran Öztürk ve Uzun, 2010: 98). Dışsallık ise bir bireyin üretimine veya tüketimine ilişkin bir faaliyetin bir başka bireyin fayda fonksiyonunu etkilemesidir (Ekodialog, 15.05.2014). Tanımlanan kavrama paralel olarak belirtilen durumun aynı şekli firmalar içinde geçerlidir. Eğer firmalar birbirleriyle ekonomik ilişkileri dışında sağlamış olduğu yarar var ise bu durum firmaların yakınlığından veya firmalar için ortak noktaların olmasından dolayıdır. Aksi takdirde firmalar ekonomik ilişkileri dışında negatif anlamda bir dışsallık yaratıyor ise; bu durumda firmaların mekân olarak uzaklığından ve birçok durumda ortak noktalarının bulunmamasından kaynaklanmaktadır.

1.1.2.1 Ölçek Ekonomileri

Ölçek ekonomileri bir üretim biriminin üretim tesis ölçeğinde meydana gelen değişimler sonucu ortaya çıkan, sabit maliyetlerin daha büyük çıktı maliyetlerine yayılmasını, uzmanlaşma ve iş bölümünde artış ile büyük çapta malzeme alışından dolayı maliyetlerdeki azalmayla beraber, işletmenin büyümesi sonucunu ortaya çıkaran ortalama maliyetlerde meydana gelen tasarruflar şeklinde tanımlanmaktadır (Dinler, 2008: 199-203).

Ayrıca ölçek ekonomiler, içsel ve dışsal ölçek ekonomileri şeklinde ortalama maliyetlerdeki düşüşün kaynaklarını açıklayabilmek için ayrılmaktadır (Scitovsky, 1954: 143-151).

İçsel ölçek ekonomilerinde ortalama maliyetlerdeki düşüşün kaynaklanış sebebi firmanın içerisindeki üretim düzeyindeki artıştır. Firmanın üretimin düzeyi artırdığı takdirde firma ölçek ekonomilerinden daha fazla yarar sağlar ve küçük firmalar üzerindeki maliyet avantajı daha da fazlalaşır. Dışsal ölçek ekonomilerde ortalama maliyetlerdeki düşüşün kaynaklanış sebebi ise; endüstrinin tümünde meydana gelen bir çıktı artışıdır. Bahsi geçen üretim artışının iki önemli etkisi bulunmakta, bunlardan birincisi; endüstride üretim miktarının artması ile firmanın üretim kararını değiştirmesine neden olacak şekilde piyasadaki fiyatları etkilemesidir. Bunun sonucunda yerel piyasanın uzmanlaşmış girdi ve işgücü bakımından geniş olması ile firmanın ortalama maliyetlerinin düşmesidir. İkincisi ise endüstri içerisinde çıktı artışının, her bir firma için girdi ve çıktı arasındaki teknolojik ilişkiyi değiştirmesidir ve bunun sonucunda firmanın üretim fonksiyonunu etkilemesidir. Endüstri çıktısındaki bir artış, her bir firma için pozitif bilgi yayılımını sağlayacak bilgi birikimini arttırır, bu durumda firmaların üretimlerini arttırmasına ve bilgiye dayalı artan getirilerin yaratılmasını sağlayacaktır (Brakman ve diğerleri, 2003: 26-27).

Ölçek ekonomilerinin ortaya çıkış sebepleri daha çok girdilerdeki bölünmezlikler, uzmanlaşma, firmalar içindeki büyük ölçekli üretimin daha üst seviyelerde olmak istenmesi vesaire (vs.) şeklindedir. Normalde ölçek ekonomilerinin var olmadığı bir ortamda her birim kendine yeterli bir alan içerisinde üretimine devam edebilir ve belirli alanlar içerisinde kaynaklarının herhangi bir

merkezileştirme ve yoğunlaşma eğilimi göstermeden rutin tekdüze biçimde dağılabilir. Ancak sebeplerde belirtilen durumlar söz konusu olduğunda ölçek ekonomilerinin ortaya çıkması kaçınılmaz olmaktadır. Bu durum yığılma ekonomileri ile ilişkilendirildiğinde girdilerdeki bölünmezlikler işgücünde uzmanlaşmaya yol açmakta ve bazı araçların ancak büyük kapasitelerde etkin olması koşuluyla ekonomik birimlerin coğrafi olarak birbirine yakın olmaları şartı ortaya çıkmaktadır. Bu sayede girdi çıktı bağlantıları olan büyük ölçekli firmalar aldıkları karar ile kendi lehlerine bir davranış sergilemekte ve ayrıca kentlerin gelişmelerine de ön ayak olmaktadır. Kentlerin gelişmelerine bağlı olarak da nüfusun sosyal bileşiminin değişmesi ve belli bir alan üzerinde yoğunlaşmasıyla birlikte faktör uzmanlaşması ve girdilerdeki bölünmezliklerden kaynaklanan içsel ölçek ekonomileri sayesinde üretim artışı ve uzun dönemde ortalama maliyetlerin azalmasıyla sanayi kentleri gelişmektedir. Bu kapsamda yığılma ekonomileri ile ölçek ekonomilerinin entegre oluşu bölgesel gelişimin gerekli koşuludur (Öztürk, 2006: 30).

Ölçek ekonomilerinin geçerli olduğu üretim süreçlerinde pazara yakınlık yer seçimi olgusu konusunda önem arz etmekte ve pazarın büyüklüğünün ileriye ve geriye doğru bağlantı etkileri yaratmasıyla başlayan süreçte ara malları sektörünün gelişmesini desteklemekte ayrıca kullanılan nihai malların maliyetlerinde azalmalara sebep olmaktadır. Bu sayede endüstriyel yoğunlaşmaların oluşmasıyla birlikte işgücü piyasalarının fazlalaşmasına yol açarak, uzmanlaşmış becerilerin olduğu piyasa katmanlarında araştırma, eşleşme maliyetlerini ve iş bulma sürelerini azaltıp tasarrufların ortaya çıkmasına sebep olacaktır. Ekonomik etkinliklerin mekansal yakınlık içinde yığılmasının bir diğer etkisi olarak bilgi yayılmaları yoluyla esasında yerel özelliklere sahip olan dışsal ekonomiler yaratıp, büyüme oranı üzerinde önemli etkilere yol açmaktadır (Küçüker, 2000: 12).

Dışsal ekonomiler endüstriyel kapsam ile ilişkilendirildiğinde dışsallıklar ekonomik bireyler arasında fiyat dışı bütün karşılıklı etkileşimlerin sonuçlarını kapsayacak biçimde geniş anlamda açıklandığında bölgeler arasındaki dengesizliklerin temel nedenlerinden biri olarak görülmektedir. Kuruluş yeri faktörü olarak dışsal ekonomiler, firmaların neden belirli şekilde belirli yerlerde yığılma eğiliminde olduklarını açıklamaktadır. İletişim anlamında aynı mekânda diğer

işletme ve müşteriler ile karşılıklı ilişkiler kurmanın kolaylığından, işletmeler büyük kentlere yerleşmekte, firma için içsel avantajlar yaratmaktadır. Endüstriyel kapsam olgusunda açıklanan bu önemli durum firmaların kuruluş yeri seçiminde birbirleri ile benzer kararlar alarak, dışsallıklar nedeni ile belli bir coğrafi kentsel alanda yığılmaktadır. Bu durum coğrafi alan, dışsallık ve yığılmalar üçgeninde birbirleriyle bağıntılı olgulardır. İşte bu yüzden endüstriyel bölgelerdeki ortak üretim faktörleri havuzunun büyümesi, faktör çeşitliliğinin artması ve faktör ihtisaslaşmalarının etkisi ile maliyetler azalmakta ve faktör verimliliği artmaktadır. Bu sebepten ötürü endüstriyel bölgelerde daha ucuz girdi üreten tedarikçi firmalarda da verimlilik artışı ortaya çıkmakta ayrıca teknolojik bilgi ve piyasa bilgisinin hızla yayılması açısından verimlilik artışı üst düzeylerde olmaktadır (Küçüker, 1998: 44-49; Eser ve Köse, 2005: 100). Dışsallık ve yığılma ekonomileri içselleştirildiğinde; dışsal ekonomilerin etkisi ile endüstrilerde başka bir firmanın yaptığı yatırım nedeniyle kullanılan girdinin fiyatının azalması ve kalite yükselmektedir.

Diğer bir noktada dışsallıklar içerisinde en önemli dışsallık, bilginin yaratılması ve bilginin öğrenilmesi sonrası ortaya artan getiridir. Ekonomik faaliyetlerin coğrafi dağılımı özellikle dışsallıklar için çok önemlidir. Coğrafi bir alanda yığılmalar sayesinde içsel ve dışsal ekonomilerden yararlanılarak üretim maliyetlerindeki düşme durumunda rekabet avantajları gerçekleştirilmektedir (Ottoviano ve Thisse, 2001: 11-12). Bunun yanında firmalar, birim maliyetlerini mekân içerisinde uzmanlaşmış hizmet şeklinde sunarak elektrik, su, kanalizasyon gibi altyapı yatırımlarından ve tasarrufa dayalı üretici hizmetlerinden yararlanarak, daha ucuz girdi üreten tedarikçi işletmelerin uzmanlaşmış hizmetlerinden istifade ederek, ortak bilgi alışverişinin sağlanması için oluşturulan birimlerden yararlanılarak, teknoloji-bilgi alışverişleri durumundan kendi adına bir pay çıkararak, fuar vs. şeklindeki etkinliklerinden yararlanarak ve ürünlerin ortak pazarlamasını sağlayarak üretim maliyetini düşürebilmektedirler. Ancak üretim maliyetlerinin düşük olması bu faaliyetlerin büyük ölçeklerde ve ortak mekânlarda yapılabilmesine bağlıdır (Eser ve Köse, 2005: 103). Bu çerçevede yapılacak plan ve programlamalar dışsallığın maliyetler üzerindeki düşürücü etkisini ortaya koyacak ve üretim sürecinde firmalara bir avantaj yüklemiş olacaktır.

İçsel bağlantılı bir ekonomide mal ve hizmet üretimlerinin yersel yakınlığından sağlanan yararlar olan yığılma ekonomileri;

- Alansal yapının etkinliğini artırmaktadır.
- Verimlik ve yenilik oranlarını yükseltmektedir.
- Bölgesel ekonomik gelişmeyi hızlandırmaktadır.

Yığılma ekonomilerinin varlığıyla coğrafi alanlarda oluşan sosyo - ekonomik toplanma birimleri kentlerdir (Kıymalıoğlu, 2004: 364). Dışsalıklar çerçevesinde iki tip yersel yığılma ekonomisi tanımlanmaktadır: bunlar “yerelleşme ekonomileri” ve “kentleşme ekonomileridir” (Davazies’den aktaran: Öztürk ve Uzun, 2010: 99).

1.1.2.2 Yerelleşme Ekonomileri

Yerelleşme ekonomileri kavramı adı altında yapılan çalışmalarda pek çok tanımlama yapılmıştır. Ohlin ve Mcdonald’a göre yerelleşme ekonomileri, yerel sanayinin ölçeğinden meydana gelen ve herhangi bir firma için dışsal nitelik taşıyan ekonomilerdir (aktaran Bingöl, 2001: 8). Bir diğer tanımlamada “yerelleşme ekonomileri” bir endüstri içerisinde bulunan endüstrilerin herhangi birinde toplam üretim arttığı zaman, firmaların üretim maliyetlerinin azalması halinde ortaya çıkana pozitif dışsallıklardır (Öztürk ve Uzun, 2010: 9).

Yerelleşme ekonomilerinde firma düzeyinde olan artan getiriler, taşıma maliyetleri ve yerel dışsalıklar üçlüsü içinde etkileşim bir tek coğrafi denge noktası üreterek ekonomik faaliyetlerin yersel yoğunlaşmasına sebep olur ve bu yoğunlaşma sayesinde artan ticaret hacmi ile pazar yoğunlaşması sağlanır. Pazar yoğunlaşmasının sağlanması ile aslında ölçek ekonomilerinin varlığı belirir, bu noktadan sonra ölçek ekonomilerinden dolayı azalan maliyetler taşıma maliyetlerini düşürmekte bu sayede ekonomik faaliyetlerde artış sağlanması beklenmektedir. Yersel dağılma eğilimleri, geniş bir bölgesel boyutta pazar ölçeği etkisi ile gerçekleşen ekonomik kalkınmanın merkez - çevre ilişkisini açığa çıkarmaktadır¹. Bu durumda taşımacılık maliyetleri ile işgücünün hareketliliği yersel yığılmanın temel kaynaklarıdır (Küçükler, 2000: 21-22). Baumont’a göre yerelleşme ekonomilerinde bu noktada firma için dışsal fakat endüstriler için içsel avantajlar söz konusudur ve endüstride ölçeğin artması

¹ Lösch (1940) yaptığı altıgen Pazar anlayışı bu düşünceye göre hazırlanmıştır.

sonucunda ortaya çıkan avantajlardan yararlanılmaktadır (aktaran Öztürk ve Uzun, 2010: 99).

Sullivan'a göre yerelleşme ekonomilerini ortaya çıkaran nedenler ara girdi üretiminden elde edilen ölçek ekonomileri, nitelikli işgücü sayesinde elde edilen dışsallıklar ve satın alınan uzmanlaşmış hizmetlerden elde edilmiş dışsallıklardır (aktaran Kıymalıoğlu ve Ayoğlu, 2007: 173).

Yersel yığılmanın artması için taşıma maliyetlerinin azalması, ulaşım bağlantılarının artması ve faktör hareketliliğinin sağlanması gerekmektedir. Bahsi geçen avantajların gerçekleşmesi için ön koşullardan bir tanesi yersel yakınlıktır. Yer olarak yakınlık ile ekonomik faaliyetlerin ortak olan koordinasyon maliyetleri azalmaktadır. Firmalar bu noktada yerelleşme ekonomilerinden yararlanmak için, aynı endüstri içerisindeki diğer firmalara daha yakın olan yerlerde mekân seçimi kararı almaktadır. Bu sayede üretim maliyetlerini azaltabilmek için aynı endüstri içerisindeki faaliyet gösteren firmalar, belirli bir bölgede kümelenerek ortak bir teknoloji, bilgi paylaşımı, piyasa bilgisine daha fazla sahip olma, beşeri sermaye içerisinde nitelikli işgücünün oluşumundan hizmet sektöründeki uzmanlaşmış faaliyetlerden faydalanma ve ortak bir altyapıyı paylaşma şeklindeki olanaklardan yararlanmaktadır. Şayet bu noktada belirtilen durumların gerçekleşmesi dâhilinde firmalar belirli alanda endüstriyel kümelenmeler oluşturarak yerelleşme ekonomilerinden ve aynı şekilde dışsallıklardan yararlanmaktadır (Öztürk ve Uzun, 2010: 99 ; Küçüker, 2000: 22).

Baumont'a göre; bahsedilen olanakların piyasası oluşmadığı için, piyasa dışından bedelsiz olarak elde edilen bu avantajlar, sonuçta üretim maliyetini düşürmekte aynı zamanda da verimliliği artırmaktadır. Ara girdilerin üretimindeki ölçek ekonomileri, işgücü piyasaları ekonomileri veya iletişim ekonomilerinden kaynaklanan yerelleşme ekonomileri sonucunda, belirli bölgelerde belirli endüstrilerin toplanması gerçekleşmektedir. Bu sayede bölge cazip merkez haline gelmektedir (aktaran Öztürk ve Uzun, 2010: 99).

Yerelleşme ekonomileri tam olarak; belirli bir endüstriyel faaliyetin coğrafi olarak yoğunlaşması olduğu için, bu endüstrilerdeki firmaların yersel yakınlık içinde bulunmaları özellikle kaynak tahsisindeki etkinlik açısından büyük önem taşımaktadır.

Endüstriyel uzmanlaşmanın olduğu şehirlerde, yeni endüstrilerde olan firmalar için uzmanlaşmış şehirler önemli bir görev üstlenmektedir. Çünkü yeni endüstrideki firmalar gelişmiş şehirlerdeki bilgileri kullanabilmek ve bu bilgilerden yararlanmak için uzmanlaşmış şehirlere yerleşirler. Olgunlaşmış endüstriler ise daha küçük ölçekli olan şehirlere yerleşme eğiliminde olurlar (Henderson ve diğerleri, 1995: 1069). Açıklamaya paralel olarak endüstriyel uzmanlaşma, ekonomik yapının temel özelliği olma konumundadır. Şayet yığılma ekonomilerinde yerleşme ekonomilerinin belirleyici ve egemen unsur olma konusunda bir fikir birliği sağlanması istenirse; bu durumda kentler belirli bir yapılanma üzerinde uzmanlaşarak büyümektedir. Kentin ekonomik yönden dinamizmi üretilen ürünler ile yerleşme ekonomilerinin derecesine bağlı olmak zorundadır.

Bu çerçevede yerleşme ekonomilerinin egemen olduğu bir kentteki ekonomik yapı tanımı da bahsi geçtiği üzere belirli sayıdaki endüstrinin varlığı tarafından belirlenmektedir. Kentlerin belli bir alanda uzmanlaşmasının sonucu olarak, aynı endüstri içinde bulunan ve birbirine yakın olarak yerleşen firmalarda kişi başına çıktı miktarı daha yüksek olmaktadır. Bu tip kentlerin açıklanmasında dışsal ekonomilerin rolü büyüktür, bahsedildiği üzere benzer malları üreten çok sayıda firmanın oluşturduğu belli bir endüstri kentin uzmanlaşmak istediği alanda kurulmaktadır (Öztürk ve Uzun, 2010: 99-100).

1.1.2.3 Kentleşme Ekonomileri

“Kentleşme ekonomileri” bir şehrin oluşumu, işleyişi ve gelişiminin gerisindeki iktisadi güdüleri ve etkileri çözümlemeye çalışmasıyla bölgesel iktisadın, iktisadi karar birimlerinin davranışlarını mekânsal boyutuyla ele almasıyla ilgilenen iktisadi bir alandır (NND Sözlük, 2014). Başka bir tanımlamada ise “kentleşme ekonomileri” belirli bir bölge ya da kentsel alanda gerçekleştirilmiş ve toplam üretimin artmasıyla ortaya çıkan dışsal ekonomilerdir (Küçüker, 2000: 14). Ayrıca Von Thünen’in (1826) “tek merkezli şehir modeli” bölge bilimcileri açısından temel model olarak alınmaktadır. Von Thünen bu modelinde tam anlamıyla kurulu bir şehrin yakınında olan çiftçi tedarikçilerinin şehre yakınlığı ile yer kiralari ve ulaşım maliyetleri seçimlerini ele almaktadır. Burada şehir merkezine yakınlık çiftçi

tedarikçileri için ulaşım maliyetlerini azaltmakta ancak kiralari artırmaktadır. Bu sayede çiftçiler arasında oluşan rekabet bir süre sonra merkezde bir şehir ve etrafı farklı malların üretildiği alanları gösteren ve halkalardan oluşan eş merkezli bir şekil meydana getirerek etkin denge durumunu açıklamaktadır (Fujita ve diğerleri, 1999: 15-19).

Küçüker'e (2000: 14) göre:

“Kentleşme ekonomilerinde, firma içerisindeki tasarruflar firma için dışsaldır ancak endüstri kolu için içseldir. Artan getirilerin ve taşıma maliyetlerinin etkileşiminden kaynaklanan kümelenme olgusu, yığılma ekonomileri olarak tanımlanmış olan dışsallıklara karşılık gelmektedir. “

Kentleşme ekonomileri ile endüstriyel çeşitlenme ve piyasa yapılarının içerisinde yer alan rekabetçi piyasa yapısında ortaya çıkan bilgi yayılmaları Jacobs (1969) tarafından kentleşme ekonomilerinin dinamik uzantısı olarak nitelendirilmektedir (aktaran: Küçüker, 2000: 15).

Henderson genel denge modeli kapsamında şehir büyüklüğünü hesaplamış, birbirleri ile ticari ilişkileri olan şehirlerin farklı endüstrilerde uzmanlaştığı her bir endüstrinin ölçek ekonomilerinin farklı olmasının ise şehir büyüklüklerini etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu duruma paralel olarak Henderson (1974) şehirlerin uzmanlaşma göstermesi durumuna da endüstrilerin kendine özgü dışsal ekonomilerin neden olduğunu belirtmektedir (Henderson, 1974: 640-641).

Kentleşme ekonomileri sadece belli endüstrinin değil, bütün bir kentsel ekonominin tümünde ortaya çıkmaktadırlar. Bu yönü ile yerleşme ekonomilerinden ayrılmaktadır (Kıymalıoğlu ve Ayoğlu, 2007: 173). Kentleşme ekonomilerinin kapsadığı alanlar; büyük bir piyasanın oluşması, emek piyasalarındaki gelişmeler, ticari ve finansman kurumları ve bankaların varlığı ile daha ucuz sermaye edinimi, ulaşımındaki iyileşmeler, muhasebe, danışmanlık, reklâm şirketleri gibi uzmanlaşmış hizmet birimlerinden kolayca yararlanabilme olanakları, kamu hizmetlerinde ölçek ekonomilerinin ortaya çıkışı, özellikle de artan talep ile birlikte enerji maliyetindeki azalmalardır.

Kentleşme ekonomilerinin sağladığı avantajlar :

- Nüfusun ve ekonomik etkinliklerin belirli bir mekanda toplanması, işletmelerin ve yerel piyasanın büyümesi,
- Ulaşım olanaklarının gelişmesi,
- Tamamlayıcı sektörlerin oluşması,
- Emek piyasasının büyümesi,
- Finansal ve ticari kuruluşlar ile yardımcı hizmetlerin artması,
- Bilgi iletişiminin kolaylaşması,
- Sosyal ortamın gelişmesi,
- Yeniliklerin ve buluşların artması,
- Yığılma sonucu piyasaların potansiyel büyüklüklerinin artması

şeklinde (Bonneville'den aktaran Öztürk ve Uzun: 2010: 100).

Ayrıca piyasanın büyümesi ile bir yandan mamul ürünün taşıma maliyetlerini azaltırken diğer yandan, talep artışı yolu ile büyük ölçekli üretime yol açmaktadır. Maddelerden de anlaşılacağı üzere; firmaların burada bulunmalarının nedeni, yerel talebin güçlü olmasından kaynaklanmaktadır. Bir örnekle bu durum değerlendirilirse; bir şehirde belli bir sanayinin kurulup gelişmesi sonucunda çalışan sayısının, dolayısıyla yerel talebin artması ve şehir içinde diğer ekonomik faaliyetlerin canlanmasına yol açacaktır. Bu örneğe istinaden görüldüğü gibi yığılma ekonomileri içerisinde kentleşme ekonomileri belirleyici olduğu takdirde firmalar daha fazla endüstriyel çeşitlenmenin olduğu büyük kentlere yönelmektedir.

Aynı şekilde statik kentleşme dışsallıklarında da, eğer firmalar yerel talebin yüksek kentleşme ekonomilerinin yoğun olduğu yerlerdeyse, farklı endüstriler içinde bulunan firmalar yakın yerlerde kurulmaktadır. Ayrıca çok ürünlü firmaların sağladığı geniş ekonomiler gibi, tek ürünlü ama farklı endüstrideki firmaların sağladığı kentleşme ekonomilerinin etkinlik kazancının benzer nitelikte olduğu görülmektedir (Davezies'den aktaran Öztürk ve Uzun, 2010: 101).

Kentlerde oluşan işgücü piyasalarında işgücü arzı ve işgücü talebi kırsal kesimin işgücü arz ve talebinden daha farklı bir özelliğe sahiptir (O'Sullivan'dan aktaran Özdemir ve Taşçı, 2008: 56). Kentleşme ekonomilerinde kentsel işgücünü havuzlarının durumu önem teşkil etmektedir çünkü kentler işgücü havuzlarını içine alan bölgeler olduklarından ister ekonomik ilişkilerde ister kent açısından kentlerde

öngörüldüğü üzere her bir firma için çıktı sadece temel faktörlere bağlı olmamakla birlikte pozitif dışsallıkların olmasıyla diğer firmaların üretimine bağlıdır (Özdemir ve Taşçı, 2008: 60). Bu nedenden ötürü Ertürk'e göre eğer bu faaliyetlerden dolayı pozitif yönde bir katkı olduğu görülürse benzer ürün üreten firmaların bir arada toplanması gerekir (aktaran Özdemir ve Taşçı, 2008: 60). Ayrıca firmalar açısından kentleşme ekonomileri değerlendirilecek olunursa; firmalar kentteki işgücü havuzuna yakın olmak isterler, bu sayede firmalar işçi araştırma maliyetlerini düşürürler ve işçi bulma konusunda sıkıntı yaşamazlar. Kentte kurulan işgücü havuzları işçiler ve iş eşleştirilmesi yönüyle avantajlıdır. Çünkü belirtilen işgücü havuzunda farklı niteliklerde ve uzmanlıklarda işçiler mevcuttur. Bu açıdan kırsal kesim ile şehirler karşılaştırıldığında şehirlerin önemli avantajı bulunmaktadır (Glaeser, 1997: 21).

Yerelleşme ekonomilerinde bir firma aynı endüstri içindeki yerel firmalardan yararlanırken, kentleşme ekonomilerinde bir firma bütün bir kent ölçeğinden ve endüstri çeşitlenmesinden yararlanmaktadır (Varet ve diğerleri'nden aktaran Öztürk ve Uzun, 2010: 100). Her iki tip dışsallıkta da gelişmiş bölgelerde faaliyet göstermenin koşullu yararları söz konusudur. Bu şekilde, bölgeler arasında hiyerarşik bir yapı, bir yanda yerelleşme ekonomilerinin hâkim olduğu küçük ve orta çaplı yerleşimler, diğer yandan ise kentleşme ekonomilerinin hâkim olduğu büyük gelişmiş merkezler ortaya çıkmaktadır (Küçüker, 1998: 48).

Yığılma ekonomisi ve kentleşme ekonomilerinin ilişkisi şu şekilde biçimlendirilebilir; yerelleşme ekonomileri tam olarak belirli bir endüstriyel faaliyetin coğrafi olarak yoğunlaşması olduğu için, bu endüstrilerdeki firmaların yersel yakınlık içinde bulunmaları özellikle kaynak tahsisindeki etkinlik açısından büyük önem taşımaktadır. Bu çerçevede yerelleşme ekonomilerinin egemen olduğu bir kentteki ekonomik yapı tanımında da bahsi geçtiği üzere belirli sayıdaki endüstrinin varlığı tarafından belirlenmektedir.

Yığılma ekonomilerinde yerelleşme ekonomilerinin belirleyici ve egemen unsur olma konusunda bir fikir birliği sağlanması istenirse; bu durumda kentler belirli bir yapılanma üzerinde uzmanlaşarak büyümektedir. Kentin ekonomik yönden dinamizmi üretilen ürünler ile yerelleşme ekonomilerinin derecesine bağlı olmak zorundadır. Ayrıca karşılaştırmalı üstünlüklere sahip olan endüstrilerde uzmanlaşan şehirlerde yığılma ekonomileri sebebiyle kaynak aktarım mekanizmasının işlemeye

başlaması, kentlere doğru işgücü ve sermaye akımları yoğunlaşmasına, aynı zamanda ekonomik büyümenin gerçekleşmesine sebep olmaktadır. Bu süreçte tamamlayıcı unsur olarak merkezin içindeki yerleşim sistemi biçimlenmekte ve sistem içindeki endüstriyel kentsel dağılımın değişkenliği, yığılma ekonomilerinde pozitif dışsallıkların negatif dışsallıklardan büyük olduğu sürece artış göstermektedir. Bu durum bölgeler arası dengesizliklerin büyümesine veya ıraksama sürecine neden olmakta ve yığılma ekonomilerinin sıfırlandığı zaman ıraksama süreci durma eğilimi göstermektedir. Bu çerçevede yığılma ekonomilerini oluşturan yerleşme ve kentleşme ekonomilerinin göreceli ağırlığı ve önemi bölgesel dengesizliğin yapısı ve motifini belirlemede önemli bir faktördür (Öztürk ve Uzun, 2010: 101; Küçüker, 1998: 48).

1.1.3. Organize Sanayi Bölgeleri ve Teknokentler

Çeşitli sektörel üretimlerin uyumla sürdürüldüğü ve birbiriyle tamamlayıcı bir şekilde olan küçük ve/veya orta sanayi ölçeklerindeki imalat bölümlerinin, kapsamlı bir biçimde sınırları tayin edilmiş bir alanda, yerleşimi, altyapısı, gerekli sosyal ve teknik hizmetleri ve ortak yapıları ile organize edilmiş bölgelere “organize sanayi bölgesi” denilmektedir. “Teknokent” ise bilimsel kurumlar ya da OSB kapsamında teknolojik gelişmelerin sürdürülmesi ve gelişmesi amacıyla araştırma geliştirme ve yenilik çalışmalarına paralel olarak yapılacak yatırımların teşvikini sağlamak için oluşturulmuş bölgelerdir (Bayülken ve Kütükoğlu, 2012: 1).

OSB ve teknokentler işverenlerin elverişli rahat bir ortamda üretimlerini yapabilecekleri, daha sonrasında kar elde edebilecekleri üretim alanlarının belirlenmesi dâhilinde üretimin yapabilecekleri, ürünün pazarlama ve dağıtımı ve aynı zamanda bilgiye rahat ulaşabilme imkânlarının uygun kuruluş yeri seçmeleri bakımı itibarıyla önemli rol oynamaktadırlar. Bu bağlamda, sınaî yatırımları teşvik eden, bölge ekonomisine yeni üretim ve istihdam alanları gelmesine olanak veren, planlı yerleşim ve düzenli kentleşme sorunlarını çözmede önemli katkılar sağlayan OSB ve teknokentler kamu ve özel sektör yatırımlarının uyum içerisinde bölgeye çekilmesinde önemli rol oynamaktadır. OSB ve teknokentler işletmelerin yer seçim kararlarını yönlendirmekte, yığılma ekonomilerinin yaratılmasında ve kentleşme

sürecinin biçimlendirilmesinde aynı zamanda bölgesel dengesizliklerin giderilmesinde rasyonel bir mekân kullanım aracı olmaktadır (Öztürk ve Uzun, 2010: 103-104). Bu açıdan, girişimcilerin kuruluş yeri kararı almalarında kuruluş yeri faktörlerinin uzmanlarca değerlendirildiği ve gerekli altyapının oluşturulduğu OSB ve teknokentler büyük önem arz etmektedir.

OSB'nin geçmişine bakıldığında ilk olarak dünyada OSB uygulaması ilk kez, 19. yüzyılın ilk yarısında, Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) kendiliğinden ortaya çıkan bir düzenlemeyle görülmektedir. Daha sonra ABD'de 1885 yılında hazırlanan bir raporda, ekonominin gelişmesiyle bağlantılı olarak sanayi bölgesi fikri ortaya atılmış ve sanayi bölgelerinin oluşturulmasının sanayinin gelişmesi adına önemli bir araç olacağına dikkat çekilmiştir (Eyuboğlu'dan aktaran Ed. Kök ve diğerleri, 2010: 17).

Ayrıca 1896 yılında bir girişimci tarafından İngiltere'nin Manchester kenti yakınlarında kurulan Trafford Park uygulaması OSB'le ilgili ilk bilinçli uygulama girişimi olmuştur. (Manchester, 16.05.2014)

Kuruluşlarının ilk yıllarında bölgesel gelişme politikalarında yeni teknolojileri geliştiren girişimcilik, firma ya da bölge düzeyinde rekabet edebilirliğin artırılmasına vurgu yapan yerel sanayi kümelerini oluşturma çabaları pek ortaya çıkmamıştır. Bu nedenle OSB'den ilk zamanlarda tam olarak verim alınamamasının nedenlerinden birkaçı bahsi geçen konular olmuştur. Geçmiş bölgesel çalışmalarda, sanayi bölgelerinin kurulmasındaki amaç; sanayiler arasında ileri-geri bağlantılardan hareketle büyük ölçekli sanayilerin kurulmasının bu sanayilerin diğer sanayilerde yaratacağı çarpan etkisini de dikkate alarak, zayıf bölgelerin canlandırılması ve bölgelerarası dengesizliklerin en aza indirilmesi için yeterli görülmekte ve bu sanayilerin kurulması OSB ve küçük sanayi siteleri kurulması biçiminde devlet eliyle desteklenmesi şeklinde olmuştur (Eser ve Köse, 2005: 101).

Günümüzde ise sanayi kümeleri ile endüstriyel yerleşmenin artan getirilerin yaratılmasında ve yerel girdi havuzunun genişliğinin önemi bilinmesinden ötürü özellikle farklı bilgilere sahip firmaların bazı alanlarda hem rekabet hem de işbirliği yönünden bilgi parçalarına ulaşmadaki olanaklar nedeniyle OSB çekici hale gelmektedir (Kumral, 2004: 1-2).

OSB ve teknokentlerin önemli bir rol oynamasında girişimcilerin kar elde edebilecekleri üretim aşamalarının saptanması, üretimi gerçekleştirecekleri ürünün üretim ve pazarlama ile ilgili sağlıklı bilgilere ulaşmaları ve kuruluş yeri seçimleri yer almaktadır. OSB ve teknokentlerin büyük önem arz etmesinde; sınaî yatırımları teşvik eden, bölge ekonomisine yeni üretim ve istihdam alanları gelmesine olanak veren, planlı yerleşim ve düzenli kentleşme sorunlarını çözmede önemli katkılar sağlayan OSB ve teknokentler kamu ve özel sektör yatırımlarının uyum içerisinde bölgeye çekilmesi gibi faktörlerin etkisi açıktır².

OSB ve teknokentlerin avantajları sıralanırsa:

- Sanayi birimlerinin çevrede yaratacağı olumsuz etkileri denetleme,
- Daha kolay ve ucuz üretim yapmalarını sağlama,
- Daha düşük maliyetli altyapı hizmetlerinden yararlanma bakımından büyük olanaklar sunmaları,
- Bölgedeki küçük ve orta ölçekli işletmeler teşvik edilerek gelişmeleri için uygun ortam sağlanmaları,
- Bölge kalkınmasına önemli katkıda bulunmaları şeklindedir (Öztürk ve Uzun, 2010: 104).

OSB ve teknokentler işletmelerin yer seçim kararlarını yönlendirmekte yığılma ekonomilerinin yaratılmasında ve kentleşme sürecinin biçimlendirilmesinde ve bölgesel dengesizliklerin giderilmesinde rasyonel bir mekân kullanım aracı olmaktadır. İşçilerin en verimli oldukları alanlara dağılımının OSB içerisinde daha hızlı ve az maliyetle gerçekleşeceği açıktır. Çünkü bu alanlarda bilgiye ulaşımın maliyetsiz ve tamama yakın olması, firmaların kendilerine en uygun çalışanı bulabilmesi, işçileri de en verimli oldukları yerlere yerleştirebilmesi verimlilik ve etkinlik üzerinde önemli etkiye sahip olmasına yol açacaktır. Özellikle girdi çıktı bağımlılığının olduğu endüstrilerin yakınlığı eş yığılma ekonomilerinde elde edilen kazançları artırmakta, tek tip uzmanlaşmanın OSB'deki firmaların verimlilikleri eş yığılma ekonomilerinin harekete geçirilmesiyle artırılabilirliği belirtilmektedir. Bazı OSB'lerin işçilere eğitim verme gibi faaliyetleri de, yine ortak emek havuzun

² Bu duruma paralel olarak uygulama bölümünde girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin OSB ile etkileşimi dahilinde kümelenme algısı boyutunu ne yönde etkileneceği açısından önem teşkil etmektedir.

kullanımından sağlanan kazançlardan ortaya çıkmaktadır (Ed. Kök ve diğerleri, 2010: 44-46).

Bu durum aynı sanayi dalında faaliyet gösteren firmaların birbirine yakın olmalarının yol açtığı bilgi, nitelikli işgücü, hızlı bilgi yayılımı, teknolojinin üretim sürecine yansması, fikir ve deneyim alışverişlerinin sağladığı dışsallıkların yerel sanayilerin gelişmesi ve kentlerin büyümesindeki önemi büyük olabilmektedir. Bu noktada özellikle OSB’lerde yapılması gerekenler konusunda önemli ve kritik noktalar belirlenmelidir. Yukarıda belirtilenlerin hayata geçirilmesi durumunda OSB’lerin işlevinin ne denli önemli olacağı açıkça görülebilecek ve ekonomik sisteme yaratacağı olumlu anlamda katkılar ortaya koyabilecektir.

1.1.4. Bölgesel Kalkınma-Büyüme ve Yakınsama Kuramları

Ekonomik coğrafyanın temel tartışma alanlarından bir tanesi de bölgesel büyüme ve kalkınma farklılıklarına sebep olan iktisadi dinamiklerdir. Bu iktisadi dinamikler üzerine yapılan pek çok çalışmada ülkelerin birbirleri ile ilgili yakınsama-ıraksama kavramları adı altında birtakım sonuçlara ulaşılmıştır.

Solow (1956) yapmış olduğu çalışmada neoklasik büyüme teorisi adı altında, aynı tasarruf oranı ve nüfus artış hızı varsayımları adı altında; daha düşük sermaye stoku ve buna bağlı olarak daha yüksek bir marjinal getiriye sahip olan fakir ülkelerin birtakım mekanizmaların yardımı ile, bu açıklanan durumun tam tersini yaşayan gelişmiş ülkelere yakınsayacaklarını belirtmektedir.³ Özellikle 1950’li yılların sonlarına doğru neoklasiklerin analiz ve yöntemleri ve yakınsama görüşlerine ilişkin Myrdal (1957), Hirschman (1958) tarafından eleştiriler yapılmış özellikle bu eleştirilerde; denge dışı durumlar, artan getiriler, endüstriyel kapsamda bağlantılar, bölgesel gelir farklılaşmaları ve yığılma etkileri adı altından konular işlenmiştir.

Myrdal geleneksel varsayımı eleştirisinde; sistemi dengesizliğe götüren sebepleri bölgesel kalkınma kavramına ilişkin sentez yaparak piyasa güçlerinin bölgeler arası eşitsizliği artıracağını dile getirmiş, az gelişmiş bölgelerdeki insanların sermaye akımı, ticaret, altyapı vs. gibi olanaklara sahip gelişmiş bölgelere yönelerek fakir bölgelerin gelişiminin engellendiğini belirtmiştir. Ayrıca gelişmiş ülkelerin

³ Bort ve Stein (1964) bölgesel büyüme olgusunu neoklasik yaklaşımla ele alan ilk yazarlardan biridir.

hammadde, tarım ürünleri talebi, teknolojik transferi gibi avantajları az gelişmiş ülkelere bir yayılım etkisi gösterse de bu durumun etkisinin zayıf olduğunu belirtmiştir. Bu durumdan ötürü gelişmiş bir merkezin tarihsel rastlantı sonucundan bir kez daha ortaya çıkmasıyla içsel ve dışsal ekonomiler kanalıyla başka bölgeler aleyhine gelişme göstereceğini belirtmiştir (Myrdal, 1963: 26-31)

Hirschman (1958) yaptığı çalışmada birden fazla sektörde aynı anda büyük ölçekli yatırımlar sayesinde iyi noktalara gelinebileceğini savunan dengeli kalkınma görüşlerini az gelişmiş ülkeleri yaşadıkları birtakım kaynak sıkıntısı sebebiyle eleştirmiş ve dengesiz kalkınma politikalarını önermiştir. Ayrıca Hirschman (1958) azgelişmiş ülkelerde kendini besleyen bir büyüme sürecine girebilmesi için, yatırımların sektörler arasında bir denge oluşturacak şekilde değil, tam tersine bir dengesizlik planlanması ve sıralanması gerektiğini belirtmiştir (Peet ve Hartwick, 2009: 71-72). Scitovsky'den (1954) hareketle, serbest rekabetin var olduğu bir ekonomide, karların dengesizliğin kaba bir göstergesi olduğunu belirtmekte ve bir endüstride karların varlığının yatırımları bahsi geçen endüstriye çektiğini açıklamıştır. Bu şekilde yatırımların dengeye yöneleceğini dengenin sağlandığı bir ortamda bu sektör için yatırımları teşvik edici hiçbir özellik kalmamakta olduğunu belirtmiştir (İşgüden, 1995: 155).

Hirschman (1958) başlangıçta dengesizlik yaratacak bir sektörün gelişmesine öncelik verilmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Bu noktada dengesiz kalkınmayı gerçekleştirmek için hangi sektörlerle öncelik verilmesi gerektiği önem kazanmaktadır. Ayrıca öncelik verilen sektörün sürükleyici olabilen ve bunun için de ileri ve geri bağlantıları yüksek olan bir sektör olması gerekmektedir. Bu süreçte sektörlerin etkili bir şekilde sıralanması, kalkınmanın engellerinin doğasına bağlı bir şekilde bölgeden bölgeye ve ülkeden ülkeye değişebilecektir (Thirlwall, 1994: 184).

Hirschman gelişmiş bölgelerde ortaya çıkacak negatif yığılma ekonomilerine paralel olarak sızma yayılma etkisinin zamanla daha etkili bir şekilde bölgesel yakınsamayı sağlayacağını ileri sürmüştür (Bekele ve Jackson, 2006: 5). Bu duruma istinaden, Myrdal ve Hirschman yapmış oldukları çalışmalarda belirttikleri gibi ölçeğe göre artan getiriler, yığılma ekonomileri ve uzmanlaşmanın bölgesel kalkınmada uzaklaşmaya neden olacaklarını belirtmişler, yatırımların başlangıçtaki yüksek getirileri, daha fazla yatırımı kendine çekmekte ve yığılma ekonomileri ve

ölçeğe göre artan getirilerin bölgesel avantajları güçlendirdiklerini savunmuşlardır (Önder ve diğerleri, 2007: 6).

Ampirik literatürde yakınsama olgusunu test edilirken genel anlamda β yakınsaması kullanılmaktadır. β yakınsaması, iki ekonomiden görelî olarak yoksul olan ekonominin, kişi başına düşen gelir düzeyinde, gelişmiş olan ekonomiden daha hızlı büyüyerek o ekonomiyi yakalayıp yakalayamayacağını incelemektedir. Eğer yoksul ekonomiler, zengin ekonomilerden daha hızlı büyüme eğiliminde iseler, bu durum beta yakınsama olarak tanımlanmaktadır (Barro ve diğerleri, 1991: 112).

İslam'a (2003) göre β yakınsama, mutlak yakınsama ve koşullu yakınsama şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Koşullu yakınsamada, yapısal olarak birbirine benzemeyen ekonomiler olmakta ve her bir ekonomi kendisine ait denge düzeyine yakınsamaktadır. Bu yakınsama, her bir ekonominin yapısal özelliklerine bağlı olmakta ve farklı ekonomilerin farklı durağan durum dengelerine sahip olmasına neden olmaktadır (aktaran Karaalp ve Erdal, 2012: 476). Bu nedenle, koşullu yakınsama analizlerinde bu farklılıklar modele eklenmektedir.

Mutlak yakınsama hipotezi ise ekonomilerin kurumsal yapı, teknoloji, tasarruf oranları gibi faktörler açısından aynı olduğu varsayılarak, illere ya da bölgelere özgü özellikleri dikkate alınmamaktadır (Mankiw ve diğerleri, 1992: 407-437).

Yapılan birçok çalışmada β yakınsaması konusunda tam anlamıyla bir görüş birliğine varılamadığı açıktır. Özellikle neoklasik büyüme modelleri, yığılma ekonomileri, ölçek ekonomileri ve içsel büyüme modelleri çerçevesinde eleştiriler almıştır. Bu açıdan ekonomik büyümenin yığılma ekonomileri açısından mekânsal durumdan kaynaklanıp kaynaklanmadığını tam anlamıyla yoğunlaştırılması gereken konulardan biridir. Ayrıca içsel büyüme teorilerinden hareketle alternatif yaklaşımlar belirlenebilmek mümkün olabilmektedir. Pardo'ya (2005) göre ancak bölgeler arası karşılaştırmalar yapıldığında, bölgeler arası farklılıklarda beşeri sermaye, genç, nitelikli, girişimci nüfus ve sermayenin öneminin büyük olduğu açıktır. Genç, nitelikli, girişimci nüfusun ve sermayenin gelişen bölgeye geçmesi, az gelişmiş bölgeye zarar vermektedir (aktaran Karaalp ve Erdal, 2012: 476).

1.1.5. Kentleşme ve Yerelleşme Olgusu: Yeni Ekonomik Coğrafya

Yeni Ekonomik Coğrafya kavramını açıklamadan önce geçmişine değinilecek olunursa; bölge biliminin kurucu olarak özellikle Alman Yer Seçimi teorisi okulu içinde bulunan Lösch'ün (1940) "The Economics of Location" adlı eseri bölge bilimi ve ekonomik coğrafya biliminin temel özellikleri için önem teşkil etmektedir (Martin, 1999: 66). Daha sonraları Isaard'ın yapmış olduğu çalışmalar ve II. Dünya savaşı sonrası üretim tarzı, kullanım değişim değeri şeklindeki kavramların girmesiyle birlikte 1980'lerin sonlarına doğru küreselleşme hareketlerinin yoğunlaşması ile birlikte ekonomik coğrafya bilimi içerisinde özellikle kümelenme, yenilikçilik, bölgesel kalkınma vb. gibi olguların analizinde yoğunlaşmış, bu olgular üzerine yapılan çalışmalar sonrasında bahsi geçen olguların analizleri kolaylaşınca bölgesel politika yapıcıları için önemli avantajlar sağlanmıştır (Yıldırım, 1999: 25-35).

Ekonomik coğrafya bazı faaliyetlerin yerleşim yerleri olarak neden bazı bölgelerde yığıldığını ve özellikle ekonomik faaliyetlerin neden o bölgelerde belirlendiği şeklindeki sorulara cevap arayan iktisadi bir alandır (Küçüker, 2000: 2-3). Yeni ekonomik coğrafya ise doksanlı yılların sonlarına doğru ortaya çıkan, anaakım iktisadın coğrafyayı dışsallaştıran yaklaşımına karşı doğan ve artan getiri, eksik rekabet gibi modellerin kullanılmasıyla birlikte ekonominin mekânsal özelliklerini de içinde bulunduran bir yaklaşımdır (Krugman, 1999: 146).

Ekonomik coğrafyanın altında yatan en önemli soru ekonomik etkinliklerin neden az sayıda yerde ve özelliklerde şehirlerde toplanıp, yığılmakta olduğu ile ilgilidir. Bu yüzden ekonomik coğrafya son yıllarda genel iktisat biliminin içerisinde özel bir yere sahip olmakta ve bu alanda çalışmalar yapılmaktadır. Bu soruların açıklanması için farklı modeller geliştirilmekte ve bu sorun ilgili çözüm arayışında bulunmaktadır. Ancak bu konu üzerinde herhangi bir model bulunmadığından ötürü farklı sistemler üzerinden farklı çalışmalar yapılmaktadır.

Özellikle 1990'ların sonunda Krugman'ın (1999) öncülüğünde gelişen ve temelinde yine denge yerleşim teorisi yer alan yeni ekonomik coğrafya yaklaşımı teorik analiz ve uygulamalar şeklinde özelliklere ve modellemelere sahip olduğu için son yıllarda oldukça büyük ilgi çekmektedir. Bu modelde firma düzeyinde taşıma

maliyetleri, artan getiriler ve faktör hareketliliği arasındaki etkileşimin nasıl ortaya çıktığına ve ne tür değişime sebep olduğunu açıklanmıştır. Krugman (1999) yeni ekonomik coğrafya yaklaşımı gelişimindeki dört süreci: endüstriyel organizasyonun ortaya çıkması, artan getirilerin sayesinde uluslararası ticareti açıklayan dış ticaret teorisi, büyüme teorisinin gelişmesi ve yeni ekonomik coğrafyanın gelişimi şeklinde ele almaktadır (Kum, 2011: 236).

1.1.6. Yeni Ekonomik Coğrafyanın Gelişimi

Önceki bölümlerde açıklandığı üzere ekonomik faaliyetlerin belirli bir coğrafi alanda toplanması sonucunda ortaya çıkan ve maliyetlerde azaltma gerçekleştiren etkilere yığılma ekonomileri adı verilmektedir. Literatürde yığılma ekonomilerini detaylı olarak ilk kez tanımlayan Alfred Marshall'dır⁴. Yığılma ekonomileri ilk zamanlarda dışsal ekonomiler olarak algılanmış olursa da bu kavram yerine yerleşmiş ekonomiler kavramı kullanılmıştır.

Ekonomik faaliyetlerin az sayıda yerlerde veya kentlerde yığılmasının altındaki ekonomik açıklama, birbirine zıt iki kuvvet olan (merkezcil) yığılma ve merkez-kaç (dağılma) kuvvetlerinin karşılıklı etkileşimine dayanmaktadır (Fujita ve Thisse, 1996: 340).

Literatürde mekansal ekonominin temelleri üzerine iki alt disiplin gelişmiştir. Bunlardan birincisi Isard tarafından geliştirilen ve matematiksel ögelere dayanan bölgesel iktisat literatürü, diğeri ise Keynesyen konjonktür, Myrdal tipi kümülatif nedensellik ilişkisi, Marksist eşitsiz gelişme ve birikim sürecinden oluşan disiplinli ve ampirik uygulamalarla desteklenen ekonomik coğrafya literatürüdür (Kum, 2011: 237).

Yeni ekonomik coğrafya olgusunda değinildiği üzere; yeni ekonomik coğrafya yaklaşımının gelişmesindeki dört aşamadan oluşan süreçler, iktisadi coğrafya alanındaki teorik ilerlemeler endüstriyel organizasyon literatüründe Chamberlin tipi monopolcü rekabet modelleri üzerine kurulmuş olan Dixit-Stiglitz⁵ modeli ile başlamıştır. Bu model ile birlikte eksik rekabet modellenebilir hale

⁴ Alfred Marshall 1920 yılında yazmış olduğu eserde belirtmiştir.

⁵ Dixit-Stiglitz modeli için Bkz. syf.28

gelmiştir. Krugman (1999) belirtmiş olduğu aşamalar içerisinde yer alan söz konusu objelerden faydalanarak artan getiriler durumunda uluslararası ticareti açıklayan dış ticaret teorisi şeklindedir. Diğer bir aşama, yeni büyüme teorisinin geliştirilmesidir. Son aşama olarak ta 1990'ların sonunda ortaya çıkmış olan, artan getirileri ve eksik rekabet modellerinin kullanılarak ekonominin mekânsal özelliklerini dikkate alan yeni ekonomik coğrafya yaklaşımının gelişmesidir (Krugman, 1999: 46). Özellikle yaşanan bu gelişmelerle birlikte küresel anlamda ekonomik yapının daha farklı boyutlara ulaşmasının farklı kavramları, modelleri beraberinde getireceği ve bunlar üzerinde çeşitli tartışmalara ve ortak noktaların saptanacağı açıktır.

Yeni ekonomik coğrafya modellerinin temel amacı tanımlarda da bahsedilmiş olan coğrafi mekânlarda meydana gelen çok farklı tip işletmelerin yer aldığı ve farklı ölçeklerdeki ekonomik yığılmanın (kümelenmenin) oluşumunu açıklamaktır. Bu çerçevede ekonomik faaliyetlerin yığılma veya kümelenmesi çok farklı coğrafi seviyelerde meydana gelebilmektedir. Ayrıca farklı türde yığılmaların aynı ülke içerisinde güçlü bölgesel veya sanayileşme farklılıkları nedeniyle ortaya çıktığı da görülmektedir.

Krugman (1997) göre ekonomik coğrafyanın beş kayıp geleneğinin bulunduğu, bunların; Alman merkezi yerler teorisi, sosyal fizik, kümülatif nedensellik, yerel dışsal ekonomiler ve arsa kullanımı ve rantı şeklinde sıralanmaktadır. Sözü edilen beş kayıp geleneğin ileri matematiksel tekniklerle yeniden kurulması ekonomik coğrafyanın görevidir (aktaran Kum, 2011: 239). Krugman bir ülkenin bölgelerinin nasıl merkez ve çevre olarak birbirinden ayrılabilirdiğini incelemiş, bölgelerin merkez-çevre olarak ayrılması; taşıma maliyetlerine, ölçek ekonomilerine ve imalat sanayinin milli gelirdeki payına bağlı olduğu şeklinde belirtilmiştir (Krugman, 1999: 143).

Tablo 2: Coğrafi Yoğunlaşmayı Etkileyen Kuvvetler

Merkezcil Kuvvetler	*Pazar Ölçeği Etkisi
	*Yoğun Emek Piyasası
	*Saf Dışsal Ekonomiler
Merkez-kaç Kuvvetler	*Hareketsiz Üretim Faktörleri
	*Arsa Rantları
	*Saf Negatif Dışsal Ekonomiler

Kaynak: Paul Krugman (1999:143)

Tablodaki merkezcil kuvvetler olgusunu açıklayan nokta; dışsal ekonomilerin Marshallcı kaynaklarıdır. Geniş yerel bir piyasa oluşabilmesi için ileri ve geriye doğru bağlantılar yaratılabilmekle beraber, geri bağlantılardan kasıt; ölçek ekonomilerine bağlı mal üretiminde daha geniş piyasalara daha kolay nasıl ulaşılır sorusuna karşılık mekânların seçilmesi gerektiği şeklinde açıklanabilmektedir. İleri bağlantı ise yerli üreticiler açısından piyasada maliyetleri azaltarak ara mallarının kendi içlerinde üretiminin artırılması şeklinde tanımlanabilir. Endüstriyel yoğunlaşma sayesinde özellikle uzmanlığa dayalı emek piyasalarında yoğunlaşma meydana gelmekte, bu sayede emek piyasasına hem işçi hem de işveren açısından avantajlar meydana gelebileceği belirtilmektedir. Bu avantajlar içerisinde işçiler açısından kolay iş bulma işverenler açısından ise; kolay işçi temin etme durumları örnek gösterilebilir. Tabloda ki merkez-kaç kuvvetler ise; bahsi geçen endüstriyel yoğunlaşmanın belirli bölgelerde olması halinde yaşanılabilecek durumlardan birkaçı olan; üretimde ve piyasa tıkanıklık şeklindeki negatif dışsal ekonomilerdir (Krugman, 1999: 144).

Yeni ekonomik coğrafyanın gelişimi açısından önemli yıllara olan 90'lı yılların sonunda, özellikle mekânsal özelliklerin ekonomik anlamda etkilerini incelemek adına bazı teknik çalışmalarla ya da bir kesimin deyimi ile teknik hileler (Tricks) ile eksik rekabet ve artan getirirlerin modellendiği çalışmalar görülmektedir. Fujita, Krugman ve Venables'ın (1999) ifadeleriyle bu hileler "Dixit-Stiglitz, aysberg, evrim ve bilgisayar" şeklinde çok büyük yankılar uyandırmıştır. Özellikle bu varsayımların bir bakıma ekonomik coğrafyacıların varsayımları ile aynı varsayımlara dayanmaktadır. Varsayımların temel amaçlarına bakıldığında modelin

teknik ayrıntılarından sıyrılarak gerçek hayata nasıl daha kolay bir şekilde yaklaşmalıdır şeklinde olmuştur. Bu varsayımları Krugman (1999) şu şekilde açıklamıştır:

Dixit-Stiglitz: Bu model yeni ekonomik coğrafya modeli içerisinde monopolcü rekabetin en çok dikkat çeken modeli üzerine kurulmuş, malların sürekliliğini varsaymaktadır. Bu şekilde üretimin belirli bölgede süreklilik kazanması sürecinde yerleşim yerleri kararlarının bölünmezliği konusuna saygı göstermesi gerektiği dile getirilmektedir.

Aysberg Taşıma Maliyetleri: Taşıma maliyetleri konusunda yeni ekonomik coğrafyanın esasını oluşturmakta, ancak genel denge modeli geliştirme konusunda diğer mal üreten sektörlerle birlikte ele alınması çok karmaşık olan bir süreç olarak kabul edilmektedir. Ayrıca aysberg taşıma maliyetleri Dixit-Stiglitz modelindeki sabit talep esnekliğini geçersiz hale getirmekte ve bu durumu ortadan kaldırmak amacıyla Samuelson (1954) varsayımını kullanmaktadır. Bu varsayıma göre taşınan herhangi bir malın belirli bir kısmının taşımacılık esnasında eriyerek yok olduğu belirtilmekte yani taşınan malın içerisinde bu maliyetlerin olduğu belirtilmektedir. Bu duruma paralel olarak yeni ekonomik coğrafya modellerinin içerisinde söz konusu taşıma maliyetlerinden kaynaklanan erimenin sabit bir oranda gerçekleştiği varsayılmakta bu sayede Dixit-Stiglitz'in modeli ile aysberg taşıma maliyetleri arasında verimli bir birleşim elde edildiği görülmektedir. Bu durumun oluşması ile yeni bir endüstri kolunun analize katılması engellenerek ve taşıma maliyetlerinin sabit bir oranda gerçekleşmesi sağlanarak, Dixit- Stiglitz modeli içerisinde bulunan sabit talep esnekliği varsayımı korunmaktadır.

Evrin: Çoklu dengelerin özellikle ekonomik coğrafya analizlerinde bulunduğu görülmektedir. Bu duruma örnek verilirse; herhangi bir yerleşim alanına yönelik seçimlerde üreticilerin yanında başka üreticilerinde aynı yerleşim alanlarını seçtiği takdirde keyfiyet ortaya çıktığı görülmekte, bu durum ekonomide hangi denge durumunun seçileceği hakkında belirsizliğe sebebiyet verdiği görülmektedir. Bu durumla ilgili olarak yeni ekonomik coğrafya modellerinde ad hoc uyarlama süreci (Mimoza, 04.07.2014) varsayımı yapılmakta, ad hoc uyarlama sürecinin⁶ üretim faktörlerinin en yüksek reel getirileri teklif eden yerleşim alanlarına doğru evrimci

⁶ Sabit bir alt yapıyı gerektirmeyen, ortam koşullarına hızla ve ön hazırlıksız kendi kendini uyarlayarak hizmet ettiği uç birimler arasında iletişimi sağlayan dinamik varlıklardır.

bir zaman sürecinde hareket edeceği varsayılmaktadır. Bu noktada strateji uygulamaktan öte yer seçim kararlarını veren ekonomik aktörlerin olduğu coğrafya modellerini oyun şekli gibi yorumlamak mümkündür.

Bilgisayar: bu varsayımda kişilerin ve firmaların yeni ekonomik coğrafya modellerinin öğrenilme sürecinde kalem- kâğıt analizi yeterli olarak görülse bile daha ileri zamanlarda ileri matematiksel modeller uygulanırken bilgisayarların büyük kolaylık sağlayacağı vurgulanmaktadır (Krugman, 1999: 146-148).

Özellikle taşıma maliyetleri, talep esnekliği, malların sürekliliği şeklindeki kavramların yığılma ekonomileri açısından da aynı sonuçlara vardığı ve temel kriterlerin birçoğunda aynı konuların analiz edildiğinin göstermektedir. Görüldüğü üzere son derece teknik olan bu konulara yeni ekonomik coğrafya konusunda ilerleyen zamanlarda da gelişebileceğini göstermekte yeni ekonomik coğrafya ile yığılma ekonomileri arasındaki ilişkiyi güçlendirerek devam edeceğini gösterebilir.

Diğer taraftan; Yeni ekonomik coğrafya yaklaşımını oluşturan modeller üç grupta toplanmaktadır. Bunlar:

- Bölgesel modeller
- Uluslararası modeller
- Şehir sistem modelleridir.

Bölgesel modeller özellikle Krugman'ın temel eser olarak kabul edilen çalışmasından yer almakta olup, yeni coğrafya yaklaşımının ilk aşamalarında geliştirilen bu tip bölgesel modeller ekonomik teorinin modern gereçlerinden faydalansa dahi mekânsal ekonominin dar kapsamlı firma modellerinden oluşmaktadır (Fujita, 2010: 24). Ayrıca Krugman (1991) tarafından betimlenen merkez-çevre modeli, yeni ekonomik coğrafyanın belirtildiği gibi, açıklayıcı kısmını oluşturan bir modeldir. Bununla birlikte, firma düzeyindeki taşıma maliyetleri, artan getiriler ve faktör hareketliliği kavramlarındaki etkileşimin mekân anlamında ekonomik yapının ne şekilde ortaya çıktığını açıklamaktadır.

Ekonomik ilişkilerin belirli bölgede yığılmasında toplanmasında Marshall'ın belirttiği üç neden oldukça önemli bir husustur. Buna rağmen söz konusu dışsallıklar, yığılma ekonomilerinden kaynaklanabilmekle beraber bazı durumlarda arza ve talebe bağlı olarak parasalda olabilmektedir (Kum, 2011: 242). Bu husus oldukça hassas bir noktada bu ayırımın göz önünde bulundurmasını gerekmekte, buna göre taşıma

maliyetleri yüksek ise normal olarak bölgeler arasındaki ticaret az olacaktır. Bu durumda işçilerin ücretleri o anki yerel rekabete göre şekillenecektir. Bu durum işçi miktarı azaldıkça ücretlerin artacağına göstergesi olmaktadır. Tek denge koşulundan da yararlanacak olursak; başlangıç koşulları ne olursa olsun faktör fiyatları eşitleneceği için uzun dönemde işgücünün dağılımı eşit ve dengeli gerçekleşecektir. Taşıma maliyetlerinin düşük olması durumunda ise; bu kez bölgeler arasındaki ticaret hacmi büyüyecektir. Bu durumda firma, işçilerin daha yoğun olduğu bölgede kurulu ise piyasaya daha kolay ulaşabileceğinden daha yüksek ücret de ödeyebilecek bu şekilde işçilerin satın alma güçleri yükselecektir. Bu durumda reel ücretler çalışan işçi miktarı ile doğru orantıda olup arttıkça artacak bir hale gelecektir. Taşıma maliyetlerinin düşük olması durumunda eşit dağılımın sağlandığı denge noktası ve diğer durumları gösteren dengelerle birlikte üç denge noktası gerçekleşebilmektedir. Eğer taşıma maliyetleri orta düzeyde ise merkezci ve merkez-kaç kuvvetlerinin göreceli üstünlüğüne göre daha farklı bir denge noktaları oluşacaktır. Buna istinaden bölgeler arasında dengesizlik olması durumunda belirtildiği üzere merkezci kuvvetler güçlü bir konumda iken, merkez-kaç kuvvetlerin daha güçlü olduğu varsayımı şeklinde çoklu dengeler ortaya çıkacaktır (Krugman, 1999: 148-150).

Krugman yapmış olduğu yüzlerce çalışmadan sonra, genel denge modeli ile ekonomik faaliyetlerin belirli yerlerde yığılmasının nasıl ve ne zaman gerçekleştiğini açıklayabilmiştir. Krugman'ın bu alanda yazdığı eserlerle birlikte gelişen yeni ekonomik coğrafya yaklaşımı şu kavramlar üzerinde yoğunlaştırmıştır: Eksik rekabet, taşıma maliyetleri ve artan maliyetler. Krugman, belirtilen kavramlar çerçevesinde, mekânsal ekonomik yığılmaları, ulusal ve uluslararası çapta bölgesel dengesizlikleri açıklayıcı mikro ekonomik temeller oluşturmuştur (Krugman, 1999: 159-160).

Yeni ekonomik coğrafyanın göz ardı ettiği konularda unutulmamalıdır. Bu noktada göz ardı edilen konulardan biri; mekânın içsel yapısında ve içinde bilinçli etkileşimleridir. Mikroekonomi analiz biçimine yönelik olan ekonomik coğrafya açıklayıcıları bölgesel rekabetçilik konusunda etkili olan firmaların özellikle firmalar arası işbirlikleri, bölgesel kalkınma ve eğitim programları gibi konularda önemsenmediği belirtilmektedir (Scott, 2004: 487-488). Bu duruma paralel olarak 80'li yıllarda ortaya çıkmış olan yeni endüstriyel bölge yaklaşımı bir nevi bu

eksikliği belirtmiştir. Diğer anlamda eleştiriler coğrafya ve ekonomi bilimi arasındadır. Yeni ekonomik coğrafya modelleri üzerinden ekonomi politikaları konusundan belirli bir yol kat edilmiş olsa da modellerin henüz tam anlamıyla gerçek hayata uygulanamaması durumu zorlaştırmakta, bu noktada eleştiriler kullanılan analiz türünün niteliğinden kaynaklanarak daha çok iktisat merkezli olunması ve yapılan ampirik çalışmaların gerçekliği açıklama konusundadır. Ancak bu durumun yapılacak ampirik analizlerin artırılması şartıyla modellerin olgunlaşması beklenmelidir

1.1.7. Kümelenme Olgusu ve Kümelenme Algısı

Günümüzde küresel boyutta ekonomik ilişkilerin üst düzeyde olması ve uluslararası piyasaların bir bütün haline gelmesi ile ekonomik anlamda etkinliklerin sürmesi açısından firmalar ve ekonomik birimlerin kümelenme ihtiyacını doğurmuştur.

Kümelenme, birbiriyle ilişkili olan işletmelerin ve kurumların belirli yerlerde coğrafi olarak yoğunlaşmaları olarak tanımlandığı hatırlarsak rekabet için önemli olan ve birbirleriyle ilişkili endüstrileri kapsamayan firmaların beraber genelde dikey olarak tedarik kanalları ve müşteriler şeklinde, yatay olarak, tamamlayıcı ürün üretenleri, teknolojileri veya ortak girdi yönünden ilişkili işletmeleri kapsayacak şekilde genişlemektedir. Bu durumda birçok küme, kamu kurumları ve üniversiteler, danışmanlar, mesleki eğitim kurumları ve sendikalar gibi uzmanlaşmış eğitim, öğretim, araştırma, bilgi ve teknik destek sağlayan kurumları da kapsamaktadır (Porter, 1998: 78).

Kümelenme; rekabet edebilme, birçok konuda işbirliği, yaparak öğrenme, yenilik üretimi, bilgi alışverişi, yüz yüze iletişim, etkileşim gibi özellikleri de içerisinde barındırdığı için yenilik ve kalkınma sürecinde firmalar arasındaki işbirliği, yeni bilgiye erişim, kamu ve özel kurum ortak araştırmaları, üniversite - sanayi - kamu ilişkileri gibi konular önemli noktalar olarak belirtilmektedir (Karataş, 2006: 47).

Kümelenme olgusunun geçmişte yapılan çalışmalarda gerilemesi beklenirken günümüzde aksi bir sonuç ile karşı karşıya kalınmıştır. Global dünyanın işleyişi

kümelenme olgusunun da artmasına sebep olmuş özellikle bilgi yayılması, teknoloji, beşeri sermaye vb. gibi kavramlar büyük önem kazanmıştır.

İktisat biliminde yaşanan gelişmelerde coğrafya faktörünün etkisi ile artan getiriler yatırımların ülke içi ve ülke dışı dağılımı doğrultusunda birtakım değişmelere yol açtığı ortaya çıkmıştır. Bunda teknolojilerin genellikle yerel faktörlere olan bağlılığı bir sebep olarak gösterilmektedir. Bu çerçevede özellikle yersel analiz açısından ulus devlet kavramı uygun ve anlamlı bir kategori olmaktan uzaklaşmakta ve onun yerine alt ulusal veya bölgesel-kentsel düzeylerde kavramlar önerilmektedir. Bu durum kümelenme kavramının önemini açıkça ortaya koymaktadır. (Küçüker, 04.07.2014)

Kümelenme ile ilgili yapılan araştırma ve çalışmalarda firmaların kümelenme faaliyeti adı altında bir araya bulunma nedenleri; bölgesel ya da küresel rekabet avantajı sağlamak, ortak faaliyet alanı oluşturmak, coğrafi yakınlık nedeniyle kümelenme algısı oluşturmak, coğrafi yakınlıktan olumlu anlamda yararlanmak, çok yönlü bir tedarik zinciri oluşturmak, yenilik ve değişimi yakalamak şeklinde sıralanmıştır (Tiftik ve Zincirkıran, 2013: 536). Bu nokta tezin genel çerçevesini oluşturan endüstriyel yığılma ekonomilerine yönelik algıyı analiz etme anlamında büyük önem teşkil etmektedir. Kümelenme algısına yönelik tedarik zinciri, yenilik, girişimcilik çatısı altında firmaların kültür boyutu, kuruluş yapısı, girişimcilik profiline dair özelliklerini sunma anlamında bilgi verecektir⁷.

Küresel rekabetin artmasıyla birlikte küresel rekabet içerisinde firmalar teknolojik yenilikleri ve yeni ürün geliştirmek için tüm imkânlarla sahip değillerdir. Bu sebeple coğrafi bir alanda ortak mekânı paylaşan ve aynı işbölümünde çalışan işletmeler arasında işbirliği içerisinde olma ihtiyacı vardır (Schmitz ve Nadvi, 1999: 1507-1512). İşletmeler açısından işbirliği olma gerekliliği bir nevi girişimcilik kavramının önemini artırmaktadır. Girişimci, ileri teknoloji temelinde sanayinin yapılanmasında en önemli aktör olarak kabul edilmektedir. Kümelenme olgusu girişimci ve girişimcilik motifi üzerine global dünyanın da etkisiyle büyük bir devinim yeni bir çılgır açmaktadır. Girişimcinin kendi kişisel artılarının dışında dış dünya ile yoğun bir ilişki içerisinde bulunması gerektiği bilinmektedir. Girişimcinin tek başına olmasının yetmediği durumlarda kümelenme olgusunun girişimciler

⁷ Kümelenme algısına dair kurulacak modelleme ile ilgili bilgiler verilmiştir. Ayrıntılı bilgi için Bkz. Syf 103-121.

üzerinde yapacağı olumlu etki hem girişimcinin kendisi üzerinde hem de firma üzerinde olumlu sonuçlar ortaya çıkarabilir. Bununla birlikte, girişimcilik bireysel faaliyet olmaktan çıkmakta ve firmalar devlet desteği ve finansmanın olmadan, istenilen düzeyde ileri teknoloji, Araştırma Geliştirme (AR-GE) yoğun yatırımları yapamamaktadırlar (Tübitak, 2003: 8). Olumlu sonuçların ortaya çıkabilmesi içinde devlet, özel sektör, girişimci üzerinde yoğun ilişkilerin olması gerekmekte, teknoloji, firma bazında yoğun bilgi paylaşımı, kişilerin iş bazında mesleki eğitimlerinin artırılması, devlet teşvikleri, AR-GE yatırımlarının yükseltilmesi, teşvikler vb. şeklinde durumlarında bir arada olması gerekmektedir. Devletin özellikle bu noktada rolü önem kazanmaktadır. Çünkü devletin en büyük amaçlarından biri olan ekonomik anlamda büyüme arzusu olması ve büyüme için lokomotif güç olarak bilinen işletmelerin durumu devlet için büyük önem arz etmektedir. Devletin özellikle teşvik ve çeşitli yardımları işletmelere doğru yapabilme gücünün de olduğu bilinirse; kümelenme olgusuyla iç içe olan işletmelere ve bu olgunun avantajlarını bilen devletin bu konuda önemli adımlar atması beklenebilir. Yapılacak teşviklerin özellikle işletmeler açısından hayati bir önem kazanacağı görülmektedir.

Bu çerçevede öğrenme ve örgütlenmeye dayalı ilişkiler artıp sosyal çevre, bilgi yayılması, girişimcilik, beşeri sermaye kavramları giderek önem kazanma hususunda önemli bir adım atabilir. Yapılacak bu koordinasyon sayesinde kümelenme olgusunun olumlu etkilerinin ortaya çıkması beklenebilir.

Kümelenme olgusu ve coğrafi yakınlık ilişkisine değinilirse; kümelenme mantığının ana çerçevesini oluşturan birbiri ile yakın ilişkiler içerisinde olan işletmelerin belli bir yörede yoğunlaşması ile oluşan ve yaratmış olduğu iktisadi değerlere işletmelere katkıda bulunan yapı şeklinde yapılan tanım coğrafi yakınlığın önemini açıkça ortaya koymaktadır. Birbirleriyle yoğun ilişkide olan firmaların uzmanlaşma ve bilgi alışverişi oluşturarak belirli alanlarda olmaları ya da kümelenmeleri ulusal düzeyde rekabetçi bir sanayi yapısının oluşmasında rol oynamaktadır. Bu bağlamda birlikte öğrenme, uzmanlaşma ve örgütlenmeye dayalı ağsal ilişkiler giderek yaygınlaşırken, sosyal ve kültürel çevre, kurumsallaşma, girişimcilik ve insan gücü kaynakları giderek artan bir öneme sahip olmakta, birbirine yakın olan firmaların kümelenmeleri aralarındaki bilgi alışverişini ve teknolojik yayılmayı kolaylaştırmakla beraber firmada gerçekleşen yeni fikirlerin

çok hızlı bir şekilde yayılması sebebiyle firmaların verimliliklerinde önemli artışlara yol açabilmektedir (Eser ve Köse, 2005: 100). Verimlilik artışı sayesinde firmalar daha büyük karlar edebilmekte ve istihdam içinde pozitif yönlü bir ilişki doğurabilmektedir. Bahsedilen bilgiler ışığında; bir kentsel alan içinde aynı sanayi dalında faaliyet gösteren firmaların belli bir mekânda yoğunlaşması ve belirli bir sanayi dalının bir kentte uzmanlaşması işletmeler arasında bilgi yayılmasına, yeni teknolojik bilgilerin yaratılmasına ve kullanılmasına, dolayısıyla sanayinin ve o kentin büyümesine katkı sağlayabilmektedir.

Bu şekilde artışlara yol açabilecek bir durum şehirlerin gelişmesine katkı sağlayabilmekte ve devlet özel sektör işbirliği içerisinde önemli avantajlara adım atabilme konusunda önem teşkil edebilmektedir.

Bu noktada öğrenme sürecine ilişkin olarak firmalara büyük işler düşmektedir. Morgan (1997), Amin ve Wilkinson'a (1999) göre; yerel sanayilerin ve kentlerin gelişmesinin bir öğrenme süreci ve sinerjik birliktelikler sonucunda ve uzmanlaşmış kurumlarla birlikte ortaya çıktığını yapılan araştırmalar ortaya koymaktadır. Yüksek teknoloji sanayi bölgelerinin yaratılabilmesi firmaların, destek kurumlarının (üniversitelerin, uzmanlaşmış hizmet temin eden kuruluşların) ve işgücünün karşılıklı güvene dayalı ilişkileri, işbirliği ve ortak öğrenme sürecine dayanmaktadır (aktaran Eser ve Köse, 2005: 100).

Kümelenme olgusunun tam anlamıyla yasal bir tamamlayıcısının olmadığı belirtilmektedir. (Anahtar Sanayi, 04.07.2014) Aslında bu durum bireyin bir yasal dayanağın olmadığıda bile neler yapabileceğini açıkça gösterebilmektedir. Bu durum firmalar arasında daha genel bir ifade ile bireyin güven duygusu ve işbirliği yeteneği ile neler yapabileceğinin göstergesidir. Farkında olmadan işletmeler açısından düşünülen bu olgu aslında insanın yaratılış itibarıyla içinde olan duygu ve hissiyatlarında ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.

1.1.8. Endüstriyel Yığılma Olgusu: Üç Teori

Şehirlerde ya da herhangi bir başka coğrafi bölgede olsun yığılmadan kaynaklanan kazançlar nihai olarak taşıma maliyetlerinin azalmayla ilişkilidir. Bu doğrultuda eş yığılmadan elde edilen kazançlarla yığılmadan elde edilen kazançlar aynı niteliktedir (Ed. Kök ve diğerleri, 2010: 45).

Eş yığılmada farklı endüstriler birbirine yakın yerleşme eğilimi gösterir buradaki durum ise aynı endüstriden olan firmaların birbirine yakın yerleşimi olan yığılmadan kaynaklanan kazançların tüketilmesine eklenmesi ve yığılma ekonomilerinin daha büyük ölçeklere yayılmasına neden olmaktadır. Marshall (1920) yığılma sonucu malları; taşıma maliyeti, insanları taşıma maliyeti ve fikirleri taşıma maliyetlerinden tasarruf sağlandığını dile getirmiştir. Literatürde bu üç faktörü, yığılmayı açıklayan ve daha geniş bir kapsamda üç yaklaşım olarak ele almaktadır. Bu üç yaklaşım

- ✓ Malları
- ✓ İnsanları
- ✓ Bilgiyi

aynı yerleşim bölgesinde, ortak olarak sağlayabilmekle ilgilidir ve bunlar üç girdinin taşınmasından tasarruf sağlar yani maliyetleri azaltır. Diğer bir deyişle verimliliği ya da etkinliği artırır.

Mallar: Yığılma pazarlara ve girdi kaynaklarına yakın yerleşimle taşıma maliyetlerini azaltmaktadır. OSB’lerdeki ortak elektrik kullanımı, ortak su kullanımı, ortak arındırma sistemleri bu gruba girer.

İnsanlar: Yığılma emek piyasası paylaşımına imkân vermekte, aynı emek kullanımı kolay ve hızlı emek elde etmeye olanak verirken işçiler en etkin oldukları firmaya yerleşmekte ve bu sayede işveren açısından kolay işçi temin etme durumları meydana gelmektedir.

Bilgi: Yığılma aynı OSB içerisinde bulunarak teknolojik ve diğer bilgilerin paylaşımına imkân vermekte, bu şekilde ki bilgi yayılması sayesinde ürünlerin üretiminden firmaların verimliliklerine kadar birçok noktada avantajlara sahip olunup daha iyi konuma gelebilme durumlarını arttırmaktadır.

1.2. YIĞILMA VE EŞYIĞILMA ALGISINA YÖNELİK LOJİSTİK ETKİNLİK, PERFORMANS VE KURUMSAL GİRİŞİMCİLİK LİTERATÜRÜ

Yığılma ekonomilerinin temelleri üzerine yürütülen teorilerden sonra, çalışmamızın bu kısmında endüstriyel yığılma ve eşyığılma üzerine yapılmış olan çalışmalara ve daha sonrasında ilerleyen bölümlerde tez konusunun temel hipotezini oluşturan yığılma ekonomilerine yönelik algı analizi ile ilişkili olan lojistik etkinlik ve performans, kurumsal girişimcilik ve girişimcilik kültürüne dair literatürüne erişilebilmiş literatür çerçevesinde yer verilmektedir. Söz konusu literatür, dünya ekonomisinde gelişmelerin yoğun olarak yaşandığı ve verimlilik artışlarının olduğu 1990'lı yılların sonuna doğru artış göstermektedir.

Tablo 3: Türkiye Dâhil Erişilebilen Dünya Literatürü: Yığılma Ekonomilerine Yönelik Algı Analizi

Yazar	Başlık	Yılı	Araştırma Bulguları
Ellison ve Glaser	Geoprachic Concentration in U.S Manufacturing Industries: A Dartboard Approach	1997	Doğal avantajlar, endüstriye özgü bilgi yayılması ve rastsal şans gibi coğrafi yoğunlaşmaya yol açan faktörlere bağlı bir yoğunlaşmanın rastsal olarak ortaya çıkabilecek olan bir yoğunlaşmadan daha fazla olup olmadığını test etmekte ve bunun coğrafi yığılma ve eş yığılma olduğunu ifade etmektedir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre tüm endüstriler yığılmaya tabiidir.
Barrios ve diğerleri	Coogglomeration and Growth	2003	İrlanda'da eşyığılmanın endüstriyel büyüme üzerindeki etkisini incelemekte ve birçok endüstri için önemli bir faktör olduğunu belirtmektedir.
Coulibaly ve diğerleri	Urbanization and Productivity	2007	Türkiye'deki hızlı şehirleşme sürecinin ülkenin sektörel verimliliği üzerindeki etkisini incelemiştir. Elde ettikleri sonuçlar değerlendirildiğinde, pazara ulaşılabilirlik, daha büyük bir sektör ve şehirleşmeden kaynaklanan dışsal ekonomiler yarattığı için sektör verimliliği üzerinde pozitif etki görülmektedir

Rizov ve diğerleri	Is there a limit to agglomeration? Evidence from productivity of Dutch firms	2012	Hollanda’da kentleşme düzeyi ekonomik etkinliklerin yoğunluğuna göre sınıflandırılmış firmaların toplam faktör verimliliği ölçülmüştür. Çalışma sonucunda verimlilik büyümesi üzerine yığılmanın net etkisi olduğu görülmüştür.
Yang	Agglomeration density and tourism development in China	2012	Çin’in şehirlerinde Turizm sektörü üzerinde yığılma ve kalkınma arasındaki ilişkiyi açıklamak için 2000-2009 yılları arasında Çin şehir turizm sektörü verileri kullanılmıştır. Analiz sonucunda yığılmaların, turizm yoğunluğu ve yerel turizm gelişimi açısından olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Turizmi geliştirme ve ekonomik faaliyetlerin yoğunluk farkları açıklanabilir görülmüştür.
Abadie ve Dermisi	Is terrorism eroding agglomeration economies in Central Business Districts? Lessons from the office real estate market in downtown Chicago	2008	Ekonomik aktivitelerin ve yığılmaların büyük ölçüde olduğu iş merkezlerinin terör saldırıları üzerindeki risk algısını ölçmüşlerdir. Bunun sonucunda Chicago kentinde en belirgin üç iş merkezinde terör riskinin yoğun olarak yaşanabileceği algısı sonucuna ulaşmışlardır.
Head ve diğerleri	Agglomeration benefits and location choice: Evidence from Japanese manufacturing investments in the United States	1995	Ekonomik coğrafyanın son teorilerinin yakınlık, pozitif dışsallık ve yığılma etkileri üzerine oluştuğunu ve firmaların aynı yerlerde olabileceğini belirtmişlerdir. Bu duruma olarak sanayi lokalizasyonu nedenleri ve büyüklüğü hakkında teorilerin istatistiki veriler haricinde olduğunu belirtmişlerdir. Analiz sonucunda 1980 yılından bu yana Amerika Birleşik Devletleri’ndeki 751 Japon üretim tesislerinin yer seçimleri incelenmiş, koşullu logit tahminlerine dayalı olarak endüstriyel yığılma yararlarının yer seçimi kararlarında önemli bir rol oynadığı sonucuna ulaşmışlardır.
Sivestre ve Dalcol	Geographical proximity and innovation: Evidences from the	2009	Brezilya’da bulunan petrol ve gaz sanayi yığılmasını incelemişlerdir. Bu sayede

	Campos Basin oil & gas industrial agglomeration—Brazil		yığılmanın gerçek karakterini belirlemek, anlamak, bilgi sistemleri ve firmaların teknolojik değişmelerinin nasıl uygulandığına yönelik bulgular tespit etmişlerdir. Ayrıca firmalar bazında coğrafi yakınlığın yenilikçi faaliyetler üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu sonucuna varmışlardır.
Li ve diğerleri	Industrial agglomeration and firm size: Evidence from, Regional Science and Urban Economics	2012	1998-2005 yılları arasında Çin’de imalat firmalarına ilişkin araştırmada endüstriyel yığılma ile firma büyüklükleri arasında pozitif yönlü bir ilişkinin tespit edildiği, firmaların birden fazla firmanın yerine geçerek daha fazla büyümeye çalıştıkları sonucuna varılmıştır.
Lin ve diğerleri	Agglomeration and productivity: Firm-level evidence from China's textile industry	2011	Üretim faaliyetinin mekânsal yığılmanın firma düzeyinde verimliliği artırmanın mümkün olup olmadığını konusu araştırılmıştır. 2000-2005 yılları arasında Çin’in tekstil sektöründe firma düzeyinde verimlilik üzerindeki yığılmanın etkisi incelenmiş, çalışma sonucunda yığılma ile verimlilik arasında ters U şeklinde bir ilişki bulunmuştur. Endüstriyel yığılmanın firmanın verimliliğini artırma sonrasında topaklanma derecesi yüksek olduğunda Anti- yığılma ekonomisinin görülebileceği şeklinde bir sonuca varmışlardır.
Fujita ve Thisse	Does geographical agglomeration foster economic growth) And Who gains and loses from it	2003	Yığılmanın yeniliğin daha hızlı artmasına neden olduğunu ve büyümenin daha yüksek büyüme oranlarıyla sonuçlandığına varmışlardır.
Ellison ve diğerleri	What causes industry agglomeration? Evidence from Coagglomeration patterns	2007	Endüstriler içerisinde hangi endüstrilerin eşyığılmadan fayda sağlayabileceğini belirtmişler, eşyığılmada girdi çıktı bağımlılığı en önemli faktör olarak, ortak emek havuzundan faydalanmayı ise ikinci önemli faktör olarak belirtmişlerdir.
Audretsch ve Feldman	R&D Spillovers and the Geography of Innovation and Production	1996	Marshall’ın üç yaklaşım üzerinde analiz yapılmış ve hangi endüstrilerin yığılma göstereceği analiz edilmiştir. Analiz

			sonucunda, araştırma geliştirme ve yoğun endüstrilerde yığılmanın daha çok olduğu belirlenmiştir.
Romijn ve Albu	Innovation networking, and proximity: lessons from small high technology firms in the UK	2002	Etkileşim yığılması yerel yönetim desteği ve etkileşimlerdeki birimlerle yakınlığın sağladığı avantajlar araştırılmış, küçük ölçekli firmaların üniversite yerel kurum gibi tamamlatıcı yapılarla etkileşimi ve yakınlığı yenilik performansını olumlu etkilemektedir.
Murphy ve diğerleri	Networks, trust and innovation in Tanzani's Manufacturing sector	2002	Ağa bağımlılık, dışsal bağlantılar, güven kavramlarının yaratıcı yeniliklere karşı ilişkisi incelenmiştir. Makro güven ilişkileri uyarlanan yenilikleri kolaylaştırırken, mikro güven ilişkileri daha çok yaratıcı yenilik algısını olumlu etkilemektedir.
Molina – Morales	Industrial districts and innovation: The case of the Spanish ceramic tiles industry	2002	İspanya'nın Castellon şehrindeki endüstri bölgesinde fayans sektörü üzerine yapılan çalışmada, endüstri bölgesindeki firmalarda, yerel rakipler tarafından yapılmış olan yeniliklerin kullanımı, firmalar arasındaki yenilik kullanımı destekleyici kurumlar arasındaki ilişkiler ve işbirlikleri daha yaygın olduğu analiz edilmiştir.
Capello ve Faggian	Collective learning and relational capital in local innovation processes	2005	Çalışmada cirodaki ortalama payın yerel iş piyasası, uzmanlaşmış iş piyasası, tedarikçi ve müşterilerle işbirliği arasındaki kümelenme algı ilişkilendirilmesi yapılmış, şehirlerle birlikte ele alındığında firma AR-GE'si yerel iş piyasası, tedarikçi ilişkileri ve müşterilerle işbirliği üzerinde firmanın yenilik performansı arasında olumlu ilişkiler tespit edilmiştir.
Ronde ve Hussler	Innovation in regions what does really matter?	2005	Firmalardaki yenilikçi durum üzerinde coğrafi yakınlığı yada teknolojik yakınlık arasında önemi araştırılmış, ayrıca tedarikçi ilişkileri, rakipler, müşteriler şeklinde ki dışsal yetenekler ile organizasyonel ve teknik konular şeklindeki içsel değişkenlerin yenilikçilik performansı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Analiz sonucunda dışsal değişkenlerin ve coğrafi

			yakınlığın önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Eser ve Seyit	Endüstriyel Yerleşme ve Yoğunlaşma Açısından Türkiye Sanayii: İl İmalat Sanayilerinin Analizi	2005	Çalışmada 44 il için 12 alt sektör ayrımında yığılma ölçülmüştür. Bulgular, sanayinin mekânsal dağılımının dengesiz ve kutuplaşmış bir görünüme sahip olduğuna, imalat sanayiindeki endüstriyel faaliyetlerin, başta büyük kentlerde kümelendiğine işaret edilmiştir. İmalat sanayi içindeki ağırlıkların son yıllarda azalma gösterse de, geleneksel sanayi merkezlerinde endüstriyel yoğunlaşma hala yüksek olduğu, görece yüksek katma değer yaratan, sermaye yoğun ve ileri teknolojiye dayalı sanayiler az sayıdaki ilde kümelenildiği görülmüştür.
Kıymalıoğlu ve Ayoğlu	Türk imalat sanayinde yığılma ekonomileri	2006	Türkiye imalat sanayi alt sektörlerini etkileyen ve istihdam büyümesindeki artış ile ölçülen yığılma faktörlerinin ortaya koyulması incelenmiştir ve hangi yığılma ekonomisi türünün etkili olduğu belirtmeye çalışılmış, çalışma sonucunda Türk imalat sanayi alt sektörlerinde çeşitliliğin yığılmayı destekleyen bir özelliğinin olmadığı, uzmanlaşma, ileri teknoloji kullanan sektörlerden çok piyasaya dönük, emek yoğun üretim yapan sektörlerde belirleyici faktör olduğu, verimliliğin orman ürünleri ve mobilya, kağıt ve kimya sanayileri için belirleyici olan tek faktör olduğu belirtilmiştir. Ayrıca Türkiye’de imalat sanayi alt sektörlerine ilişkin ekonomik faaliyetlerin yığılmasına yol açan temel faktörün endüstriyel uzmanlaşma olduğu belirtilmiştir
Filiztekin	Agglomeration and growth in	2002	1980-1995 yılları arasında imalat sanayi

	Turkey, 1980-1995		sektörlerini geleneksel, ağır, makine ve yüksek teknoloji endüstrileri olarak gruplandırarak yığılma ekonomilerinin etkisini belirlediği çalışmadır. Bu çalışmada Türk İmalat Sanayi alt sektörlerinde yerleşme ekonomilerinin kısa dönemde istihdam büyümesi üzerinde negatif etkide bulunduğu saptanmıştır.
Doğan	External Scale Economies in Turkey Manufacturing Industries	2001	1985 yılı için yığılma ekonomileri ve verimlilik arasındaki ilişki incelenmiş, tekstil ve gıda sanayileri için kentleşme ekonomilerinin, orman ürünleri ve mobilya sanayi için ise yerleşme ekonomilerinin etkili olduğunu belirlenmiştir. Ayrıca yığılma ekonomilerinin güçlü olduğunu, yığılma ekonomilerinin güçlü olduğu endüstriler arasında da gıda, kereste ve tekstil sektörleri önemli yer tuttuğunu tespit etmiştir.
Akgüngör ve diğerleri	National Industry Clusters and Regional Specializations in Turkey	2003	Endüstriyel uzmanlaşmadaki değişmeyi, yoğunlaşma şekillerini ve imalat sanayinde bunların coğrafi yoğunlaşma üzerindeki etkisini belirlemeye çalışmıştır. Özellikle AB ile 44 gümrük birliğinin olduğu dönemi incelemekte ve Türkiye’de imalat sanayinin coğrafi uzmanlaşma eğiliminde olduğunu belirtmektedir
Kumral ve Çağaçan	An Industrial Cluster Study: As a Basis for The Aegean Region’s Development Policy	2006	Ege Bölgesi’ndeki şehirler için istihdam değerleri ile yerleşme katsayılarını hesaplamıştır.
Öz	Clusters and Competitive Advantage: The Turkish Experience	2004	İstihdam verileri ile yerleşme katsayıları hesaplanmış, Türkiye’nin çeşitli şehirlerinde mobilya, havlu, halı ve deri giyim sektörlerine ilişkin kümelenme analiz çalışmaları yapmıştır.
Karakayacı	Ekonomik Büyüme ve Girişimcilik Aktivitelerinde Kümeleşmenin Rolü	2010	Türkiye’de şehirler açısından imalat sanayi yoğunlaşma düzeyleri hakkında bilgi vermiş, 21 şehrin endüstriyel çeşitlenme açısından uygun ortamlar olduklarını belirtmiştir.

Kaynak: Tarafımızdan düzenlenmiştir.

Tablo 4: Yığılma Ekonomilerine Yönelik Algı Analizi İle İlişkili Olan Lojistik Etkinlik Ve Performans, Kurumsal Girişimcilik Ve Girişimcilik Kültürüne Dair Literatür Taramaları

Caplice ve Sheffi (aktaran Özdemir ve Kök, 2008: 186)	A Review and Evaluation of Logistics Metrics	1994	Lojistik performansın firmalar üzerinde değerlendirilmesi için lojistik sürecin önemine değinilmiştir. Lojistik süreçte temel kriterler belirtilmiştir.
Lai K. ve Wong W.Y.C	Green logistics management and performance: Some empirical evidence from Chinese manufacturing exporters	2012	Çin'de imalat ihracatçıları arasında Yeşil Lojistik yönetim üzerine yapılan araştırmada, ekonomik motivasyonun Yeşil Lojistik yönetim benimsenmesi yönünde olan yaygın görüşü desteklemediği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak Yeşil Lojistik yönetimin çevresel ve operasyonel performansı etkilediği bulgularına rastlanmıştır.
Amstel ve D'Hert (aktaran Özdemir ve Kök, 2008: 187)	Performance Indicators in Distribution” The International Journal of Logistics Managements	1996	Performans ölçümlerinde dağıtım kanalı, stoklama, ulaştırma ve müşteri hizmetleri için farklı performans durumlarını belirtmişlerdir.
Ramirez	Product return and logistics knowledge: Influence on performance of the firm	2012	Çalışmada 284 İspanyol firması üzerinde tersine lojistik süreçleri ve bunların etkilerini anket yardımıyla analiz edilmiş ve analiz bulguları getirilerin değeri ve tersine lojistik maliyetlerin, tersine lojistik faaliyetler ile pozitif ilişkide olduğunu göstermiştir. Lojistik bilginin oluşturulmasının doğru yönetimi ve organizasyon performansını arttırdığı belirtilmiştir.
Gunasekaran ve diğerleri (aktaran Özdemir ve Kök, 2008: 170)	Performance Measures and Metrics in A Supply Chain Environment	2001	Yapılan kaynak zincirleri yönetimi çalışmasına yönelik performans ölçümü kriterleri olarak plan, montaj, kaynak ve tüketiciye dağıtım kavramları baz alınarak analiz edilmiştir.
Gimenez ve Ventura(aktaran Özdemir ve Kök, 2008: 185)	Logistic-Production, Logistic-Marketing and External Integration	2005	Lojistik performansı ölçümünde firmaların ihracat ve ithalat firmaları olmasının nedenlerini incelemiştir.
Antoncic ve Hisrich (aktaran Ed. Kök ve diğerleri, 2010:	Intrapreneurship Modeling In Transition Economies: A Comparison of Slovenia and	2000	Çalışmalarında içgirişimcilik kavramı yeni iş oluşturma, yenilikçilik, kendini yenileme ve proaktiflik şekillerinde olduğunu

223)	The United States		belirtmişlerdir.
Webb ve diğerleri	Strategic entrepreneurship within family-controlled firms: Opportunities and challenges	2010	Aynı iş alanlarında yeni keşifler bulunmak istendiğinde firmalarda başarılı bir stratejik girişimcilik kaynaklandığını belirtmişlerdir. Özellikle aile kontrollü firmalarda stratejik girişimcilik potansiyelinin pozitif ve negatif etkiler doğurduğu bir önermeler kümesi geliştirdikleri açıklanmıştır.
Peltola	Can an old firm learn new tricks? A corporate entrepreneurship approach to organizational renewal	2012	Şirketin korkunç bir ekonomik krizde iken stratejilerini nasıl yenilediği ve bu stratejilerini yenilerken kurumsal girişimcilik modellerinde pratik faaliyetlere nasıl ulaştığını açıklamıştır. Bulgularda proaktifliğin önemi ortaya çıkmış, eşit iş hedefler ile dış ortakların gerekliliği sonucuna varılmıştır.
Antoncic ve Prodan	Alliances, corporate technological entrepreneurship and firm performance: Testing a model on manufacturing firms	2008	Birlik odaklı olarak geliştirilen kurumsal teknolojik girişimcilik faaliyetlerinin örgütsel performans üzerindeki etkisi test edilmiştir. Slovenya’da imalat firmalarının kurumsal teknolojik girişimcilik faaliyetlerinin iyileşmesi ve gelişmesi için stratejik ittifaklara uğraş verilmesi sonucuna ulaşılmıştır.
Colvin ve Slevin (aktaran: Duygulu ve Kök, 2008: 239)	Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments	1989	Girişimcilik yönelimi ile ilgili olarak; yenilik proaktiflik ve risk alma davranışları boyutları öne sürülmüştür
Zehir ve diğerleri	The impact of Corporate Entrepreneurship on Organizational Citizenship Behavior and Organizational Commitment : Evidence From Turkey SMEs	2012	Çalışmada normal bir düzeyde firmaların hayatta kalabilmeleri için kurumsal girişimciliğin önemi vurgulanmıştır. İmalat sektöründe 375 küçük ve orta ölçekli işletme örnekleriyle gerçekleştirilen çalışmada örgütsel vatandaşlık davranışı ile kurumsal girişimcilik arasında pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.
Fitzsimmons ve diğerleri (aktaran: Çoban ve Güleş, 2008: 233)	Intrapreneurship in Australian Firms	2004	Bu çalışmada Avustralya firmalarında içgirişimcilik firmanın büyümesi ve karlılık arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Sonuç olarak karlılık ile kendini yenileme arasında negatif yönlü bir ilişki, karlılık ile örgütsel destek arasında pozitif yönlü ilişki bulunmuştur. Ayrıca büyümenin örgütsel

			destek ve çevresel duyarlılığı arasında pozitif yönlü ilişki bulunmuştur.
Altuntaş ve Dönmez	Girişimcilik yönelimi ve örgütsel performans ilişkisi: Çanakkale bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir araştırma	2010	Çalışmada rekabet koşullarını kendi lehine değiştirmek ve stratejik amaçları gerçekleştirmek ile ilgili yönetsel yetenekleri yansıtan” girişimcilik yönelimi ile örgütsel performans ilişkisi Çanakkale Bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmeleri üzerinde incelenmiştir. Analizleri doğrultusunda, girişimcilik yöneliminin boyutları olarak yenilikçiliğin, finansal açıdan çeşitli büyüme ve kârlılık; proaktifliğin, büyüme, kârlılık ve büyüklük/likidite ve saldırgan rekabetçiliğin büyüme, kârlılık ve likidite ile ilgili yazına uygun biçimde pozitif bir ilişki içerisinde olduğu belirlenmiştir.

Kaynak: Tarafımızdan düzenlenmiştir

İKİNCİ BÖLÜM
YIĞILMA EKONOMİLERİNE YÖNELİK ALGI ANALİZİ: SAHA
ARAŞTIRMASI ÇERÇEVESİNDE GÜMÜLCİNE – İSKEÇE - DEDEAĞAÇ
OSB'LERİ ÖRNEĞİ

2.1. BATI TRAKYA’NIN COĞRAFI KONUMU VE BÖLGE
EKONOMİSİNDEKİ ÖNEMİ VE YERİ

Batı Trakya, Yunanistan’ın dokuz coğrafi bölgesinden biri olup; doğudan Meriç Nehri ile Türkiye’den, Batıdan da Karasu Nehri ile Makedonya bölgesinden ayrılmıştır. Kuzeyden Rodop dağları ile Bulgaristan’dan ayrılarak, güneyden Ege Denizi ile çevrilmiştir. Trakya Bölgesi’nin Yunanistan toprakları içerisinde yer alan bölümüdür, bu sebepten ötürü Batı Trakya bölgesi olarak adlandırılmaktadır ayrıca bölge Yunanistan’ın en kuzey bölgesi olduğundan Kuzey Yunanistan olarak ta nitelendirilir. Batı Trakya, 8.578 kilometrekarelik yüz ölçüme sahiptir ve İskeçe (Xanthi), Gümülcine (Komotini) ve Dedeağaç (Alexandroupolis)⁸ olmak üzere üç vilayetten oluşmaktadır. (Abttf, 05.05.2014)

Bölge nüfus olarak yaklaşık 350.000 kişi civarındadır. 350.000 kişilik nüfusun yaklaşık 150.000’i azınlık Türk’tür. (Wikipedia, 10.05.2014) Batı Trakya bölgesi, 1923 Lozan antlaşması ile birlikte Yunanistan’ın idaresi altına girmiştir.

Bölgede yaşayan yerli halk genellikle ticaret ve hizmet sektöründe geçimini sürdürürken azınlık halk ise kısıtlı miktarda olan topraklarının olması sebebiyle daha çok tarım ve hayvancılık ile geçimini sürdürmektedir. Bu açıdan ekonomik etkinliklerde emeğe dayalı bir yoğunlaşma görülürken sanayi anlamında OSB olması sebebiyle bölge ekonomisine artı bir güç getirmesi planlanmıştır.

Ayrıca bölge Yunanistan’ın en fakir ve geri kalmış bölgesi olarak bilinmekte özellikle Yunanistan’ın yaşamış olduğu ekonomik krizde etkisiyle bölgede işsizliğin çok yüksek miktarlarda olduğu bilinmektedir. (Abttf, 05.05.2014) Buna paralel olarak AB içerisinde Batı Trakya bölgesi fakir ve geri kalmış bölgeler içerisinde yer aldığı görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında bölgenin ekonomik anlamda geri planda olduğu açıkça görülmektedir. Devletin ve ekonomik örgütlerin

⁸ Xanthi , Komotini ve Alexandroupolis şeklinde belirtilen şehirlerin uluslararası alanda kullanıldığı isimlerdir.

ortak çalışmaları ile bölge ekonomisini kalkındıracak ekonomik planlamalarla bu olumsuz durumun giderilmesi gerekmektedir.

2.1.1. Batı Trakya'nın Türkiye Özelinde Önemi

Batı Trakya Türkiye özelinde büyük önem teşkil etmektedir. Osmanlı İmparatorluğunun dağılmasının ardından Türkiye Cumhuriyetinin kurulması ile bilindiği üzere Osmanlı İmparatorluğunun birçok bölgeye yerleşmesi ve zamanla bu yerleri kaybetmesiyle beraber dünyanın dört bir yanında Türk uyruklu insanların başka devletler ve topraklar üzerinde yaşadığı bilinmektedir. Bu bölgelerden biri de Türk uyruklularının yoğun olarak yaşadığı Batı Trakya'dır.

Bilindiği üzere Batı Trakya olarak nitelendirdiğimiz bölge bugünkü Yunanistan toprakları içinde yer almakta ve Yunanistan için azınlıkların yoğun olarak yaşadığı bölge olarak tanınmaktadır. Özellikle Osmanlı İmparatorluğunun yıkılışından sonra gerçekleşen dönemde bölge ülke olarak Yunanistan sınırları içerisinde yer almış, bölgede Osmanlı imparatorluğunun tebaası içerisinde yer alan Türk halkı kalmış ve bölgede Yunanistan devletinin bağımsızlığına kazanmasından sonra azınlık olarak kalmıştır. Batı Trakya bölgesi konum itibari ile balkanlara açılan kapı olarak tanımlanmakta Türkiye açısından da Avrupa'ya açılan kapı olarak ifade edilmiştir.

Bu bağlamda, Türk uyruklularının yoğun olarak yaşadığı bu bölgede ekonomik faaliyetlerin ne derece etkin olduğu ve bölge insanına hangi ölçüde refah yarattığı konusu oldukça önemlidir. Ekonomik anlamda son derece büyük sıkıntılar yaşayan Yunanistan'da özellikle ülke içerisinde bölge açısından geri kalmış bölge olarak bilinen Batı Trakya'da ekonomik motif büyük önem arz etmektedir. Bilindiği üzere AB'nin yapmış olduğu çalışmalarda ekonomik gelişmişlik düzeyi açısından en fakir bölgelerden biri olarak gösterilen Batı Trakya yapılacak ekonomik modellemeler programlar ve devlet yardımları sayesinde istenilen seviyeye ulaştırılması beklenmektedir (Geveli, 2007: 11-12). Ancak ülkenin ekonomik anlamda darboğazda olması sebebiyle bölge açısından yeterli miktarda yardımların sağlanması bu zaman açısından pek mümkün görünmemektedir. Bu noktada yapılacak olan çalışmalar bölgenin ekonomik anlamda dinamiklerinin tespit edilip

daha sonra yapılacak kapsamlı bir çalışma sonrası yeni bir ekonomik model olarak sunulması son derece rasyonel bir karar olacaktır.

Bölge ekonomik aktiviteler açısından sınırlı bir özelliğe sahiptir, bölgede yaşayan bireylerin birçoğu tarım ve hayvancılık ile uğraşmakta ve geçiminin bu şekilde sağlamaktadır. Bölgede özellikle maden rezervleri açısından (Saha araştırmasında anketörlere söylenen bilgiler dâhilinde belirtilmiştir.) zenginlikleri bulunmasına rağmen istenilen seviyelerde değildir. Sanayi açısından özellikle AB'nin teşvik fonlarından yararlanmasına rağmen daha çok sistemsizlikten ötürü beklenen başarıya kavuşulamamıştır. Bu açıdan bakıldığında bölgenin özellikle tarım ve sanayi açısından, doğal kaynakları bakımından ve çeşitli yan sanayi hammaddelerinin çıkarılması bakımından potansiyeli bulunmaktadır.

Türkiye ile Batı Trakya bölgesinin ekonomik ilişkileri açısından önemi büyüktür, özellikle Batı Trakya'da yaşayan Türk halkının bir kısmının geçmiş tarihte Türkiye'ye göç etmiş olması, Batı Trakya ve Türkiye arasında da bir akrabalık oluşturmaktadır. Çünkü bölgede yaşayan insanların yakınlarının bir kısmı Türkiye'de, Türkiye'de bulunan insanların da yakınlarının bir kısmı Batı Trakya'da yaşamaktadır. Buna paralel olarak insanların dolaşabilme koşulunu da göz önüne alarak ekonomik anlamda da malların bir ülkeden diğerine taşınması ve hareket etmesi bakımından ekonomik bir ilişki içerisine girilmektedir. Özellikle iki ülkenin ekonomik aktiviteleri açısından bu durum büyük önem arz etmekte, iki ülkenin de ekonomik aktörleri için önemli bir durum teşkil etmektedir. Hem coğrafi konumun yakınlığı hem de kültürel anlamda yakınlık malların üretimi ve tedarik aşamasında önemli derecede avantajlar sağlamaktadır. Batı Trakya bölgesi ve Türkiye için ekonomik işbirliğinin hem sosyal hem de ekonomik anlamda iki ülke yararına olacağı açıktır.

Girişimcilik modeline bakılacak olunursa burada da son derece olumsuz bir görüntü sergilenmektedir. Girişimci her toplumda en kıt faktördür. Neyi, nerede üreteceğine karar verme durumunda olan girişimciler ekonomik etkinliklerin alansal dağılımında belirleyici olmaktadır. Geri kalmış bölgeler, kırdan kente göç nedeniyle en aktif elemanlarını kaybettikleri için geri kalmaktadır (Öztürk ve Uzun, 2010: 96). Girişimcilik modelinin bölge içindeki şehirlerde yeterli olmadığı görülmektedir, bu durumun altında yatan sebeplerden birinin kalifiye eleman, vasıflı işçi modelinin

olmayışıdır, ayrıca sermayenin eksikliği, kaynakların etkin bir biçimde kullanılmayışı bölge içinde önemli sorunlardır. Özellikle belirtilen eğitilmiş insan kavramı bu bölge için büyük anlama kazanmaktadır. Bu eksikliği gidermenin en önemli yollarından bir tanesi verilecek eğitimler ve seminerlerdir. Bölge içerisinde eğitim seviyesinin düşüklüğü göze çarpmaktadır. Eğitim seviyesinin düşük olması sebebiyle istenilen gelir düzeylerinde bir yaşam sergilenememekte ve bu durum bölgede hayatın her noktasına yansımaktadır. Bölgede bulunan azınlık halkın özellikle eğitim ve ekonomik bakımdan daha alt seviyelerde olması bölge içerisindeki yerli halk ile karşılaştırılma yapıldığında hayatın her noktasında bu durum göze çarpmaktadır. Bu durumda üzerinde durulması gereken nokta bölge halkı ile azınlık halkın ekonomik ilişkiler etrafında birbirileri ile entegre olunması ve organizasyonel bir birliğin sağlanması yönündedir. Yapılacak bu şekil modellemeler ekonomik etkinlik ve verimlilik açısından olumlu sonuçlar doğuracaktır.

Geçmiş tarihlere bakılacak olunursa; özellikle Osmanlı İmparatorluğunun bir nevi kalbi olarak gösterilen Balkanlar ve bu noktada Avrupa'ya giriş kapısı olarak nitelendirilen Batı Trakya konumu, doğal kaynakları insan modeli ve çalışma motifi açısından son derece önemli dinamiklere sahiptir. Bu nokta açısından Türkiye ve Yunanistan arasındaki ekonomik ilişkiler bakımından bölge önemli bir konuma sahiptir ve bölge içerisinde yapılacak olan ekonomik modellemeler sayesinde özellikle Türkiye ile yapılacak olan ticaret hacminde çok büyük artışlar olacağı kuşkusuzdur. Özellikle kültür ve hayat tarzı bakımından çok büyük bir benzerlik olması ekonomik ilişkilerin canlanması adına büyük bir avantajdır.

Konum itibari ile geniş bir coğrafyaya sahip olan Batı Trakya'da işletmelerin ve OSB'lerin dağılımı, kurulum tarzı bölge içerisinde işletmelerin mekân olarak yakınlığı, bilgi paylaşımı, yığılmaları büyük önem arz etmektedir. Yapılmış olan analizin çıkış noktası: Batı Trakya'da OSB'lerinde bulunan firmaların endüstri yığılma ekonomilerinin incelenmesi, yığılma ekonomilerinden hareketle bölgenin girişimcilik potansiyeline yönelik öneriler geliştirilmesi şeklindedir. Başka bir ifadeyle bölge insanının iktisadi planda ki organizasyonel etkinliğine katkı sağlaması temel beklentimizdir.

2.2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ ÖRNEKLEMİNE GİREN İŞLETMELERE AİT BETİMSSEL BULGULAR

Tez kapsamında oluşturulan ankete 81 OSB işletmesi katılmıştır. Anketin ilk bölümünde sorulan sorular işletmeye ilişkin genel bilgi soru grubunu oluşturmaktadır. Bu bölümde her bir işletmenin profilini yansıtan genel bilgiler elde edilmiştir. Bu şekilde Batı Trakya’da bulunan şehirlerdeki OSB’lere ilişkin önemli bilgiler elde edilmiştir.

Anket bulgularına göre ilk olarak işletme sahibi, ortak ya da yöneticisine ilişkin bilgiler vermektedir. Elde edilen Tablo 5’de ve şekiller yardımıyla kısaca gösterilmektedir.

Tablo 5: Girişimcilik ve Yönetim Konumu

	İlk-Orta		Lise		Üniversite		Lisansüstü		Toplam	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Özel Sahiplik	10	12,5	14	17,2	18	22,1	0	0	42	51,8
Ortaklık	1	1,3	3	3,7	7	8,5	0	0	11	13,5
Profesyonel Yöneticilik	0	0	0	0	15	18,7	3	3,5	18	22,2
Diğer	0	0	0	0	5	6,2	5	6,3	10	12,5
Toplam	11	13,8	17	20,9	45	55,5	8	9,8	81	100

Şekil 1: Girişimcilik ve Yönetim Konumu



Şekil 2: Girişimci Eğitim Düzeyi



Tablo 5 ve Şekil 1'e göre örneklemin %52'si işletme sahibidir. Ortakların oranı %13 iken profesyonel yöneticilerin oranı %22 ve diğer oranı % 13'dür. Örneklemin öğrenim durumuna bakıldığında %55'lik bir oranla üniversite mezunları çoğunluktadır. Lise mezunları %21, ilk-ortaokul mezunları %14 ve lisansüstü

mezunları %10'luk bir dilimi oluşturmaktadır. İşletme sahibi ve profesyonel yöneticilerin çoğu 45 katılımcı üniversite mezunudur.

Tablo 6: Girişimci Yabancı Dil Düzeyi

		1.Yabancı dil		2.Yabancı dil		3.Yabancı dil	
		Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
Bilmiyor		25	31	73	90	81	100
Biliyor		56	69	8	10	0	0
Bildiği yabancı Diller	İngilizce	55	68	8	9	0	0
	Almanca	5	0,6	5	0,6	0	0
	Fransızca	4	0,4	3	0,4	0	0
	Diğer	0	0	0	0	0	0

Tablo 6'ya göre örneklemin %69'u en az bir yabancı dil bilmektedir. En az bir yabancı dil bilen katılımcıların %98'i İngilizce bilmektedir. İkinci yabancı dil bilenlerin oranı ise sadece %10' dur.

Tablolarda da görüldüğü üzere; işletme sahiplerinin, ortakların ve profesyonel yöneticilerin eğitim düzeylerinin genel anlamda üst düzeyde olduğu görülmektedir. İşletme sahiplerinin çok az bir kısmının ilk-ortaokul mezunu olması dikkat çekmektedir.

Örneklemdaki yabancı dil frekans dağılımına bakıldığında ortalama üstü bir oranda tek bir yabancı dil bilindiği görülmektedir. Yapılan araştırmada İngilizce dilinin önemi bir kez daha açıkça ortaya konmuştur. Ancak bölgedeki işletmelerde birden fazla yabancı dil bilme frekansı çok düşük düzeydedir.

2.2.1. Organize Sanayi Bölgesi Örneklemine Ait İşletme Genel Bilgileri

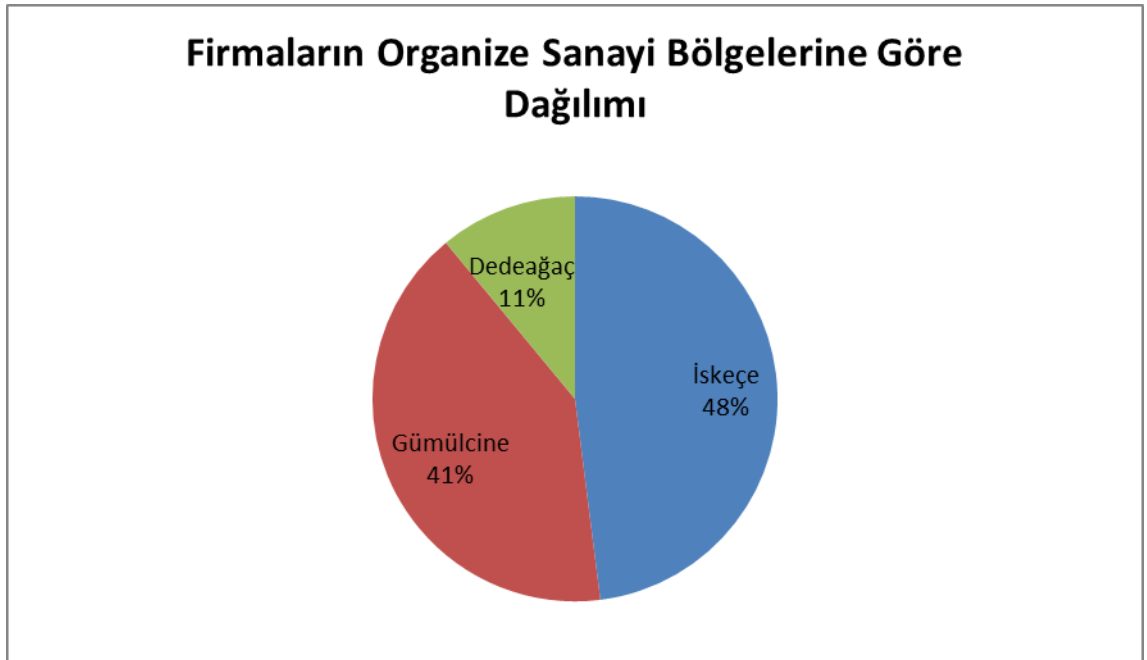
Batı Trakya bölgesinde bulunan Gümülcine, İskeçe ve Dedeoğlu şehirlerinde kurulmuş üç ayrı OSB bulunmaktadır. Bu organize sanayi bölgelerinde ve organize sanayi bölgelerine yakın olan işletme sayılarında Gümülcine ilk sırada yer almaktadır. (Etvavipe, 08.07.2014) Bu şehri işletme sayısı olarak İskeçe ve Dedeoğlu şehirleri takip etmektedir. Bu saha çalışmasında İskeçe şehrinde yapılan anket sayısı en fazla diğerleri şu şekilde görülmektedir. Buna göre Tablo3'de görüldüğü gibi örnekleme dâhil olan 81 adet firmaların %41'i Gümülcine %48'i İskeçe %11'i de

Dedeğaç'ta kuruluş amacıyla paralel faaliyet sürdürmektedir. Bu dağılım düzenlenirken OSB çevresinde büyük ölçekli firmalarda aynı kapsamda değerlendirilmiştir.

Tablo 7: OSB'lere Göre Örnekleme Ait Firma Frekans Dağılımı

OSB'lerin Bulunduğu Şehirler	Frekans	Oran (%)
Gümülcine	33	41
İskeçe	39	48
Dedeğaç	9	11
TOPLAM	81	100

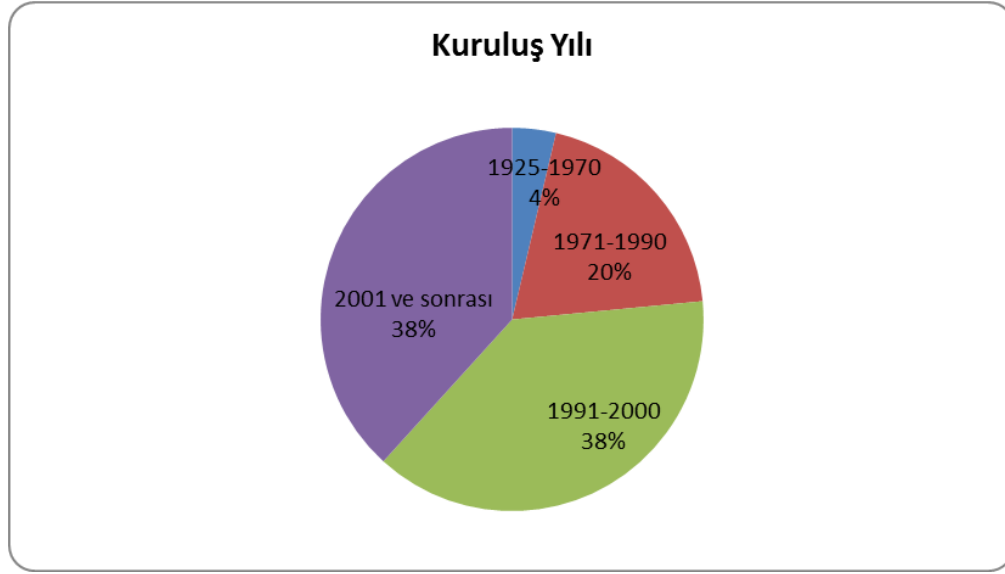
Şekil 3: OSB'deki Firmaların Dağılımı



Tablo 8: Firmaların Kuruluş Yıllarına Göre Frekans dağılımı

Yıllar	Yüzde
1925-1970	4
1971-1990	20
1991-2000	38
2001 ve sonrası	38
Toplam	100

Şekil 4: Firmaların Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı



Kuruluş yılları itibariyle işletmelere bakıldığında örnekleme dâhil OSB ve çevresindeki işletmelerde genel olarak 1991-2000 ve 2001-2010 yılları arasında bir yoğunluğun olduğu görülmektedir. Kuruluş tarihi çok eskilere dayanan işletmelere pek rastlanılmamıştır. Yoğunluğun olduğu yıllar arasında yaşanan yığılmanın sebebinin genel olarak AB ile Yunanistan devletinin ortaklaşa yürüttüğü kalkınma programlarından alınmış olan fonlarla kurulmuş olan işletmeler olduğu görülmektedir. Son yıllara bakıldığında Yunanistan'da ki ekonomik krizin etkileri yeni kurulmuş işletme sayılarına bakılarak ta krizin ne ölçüde etkili olduğunu açıkça göstermektedir.

Tablo 9: Örneklemdaki Firmaların Şehir Bazında Kuruluş Yıllarına Göre Frekans Dağılımı

Bölgeler Kuruluş Yılları	Bölgeler			Toplam
	Gümülcine	İskeçe	Dedeoğlu	
1920-1930	0	1	0	1
1931-1940	0	0	0	0
1941-1950	0	0	0	0
1951-1960	1	0	0	1
1961-1970	0	1	0	1
1971-1980	3	3	0	6
1981-1990	4	5	1	10
1991-2000	8	15	7	30
2001-2011	17	14	1	32
2011-2014	3	1	0	4
Toplam	33	39	9	81
Yüzde	41	49	10	100

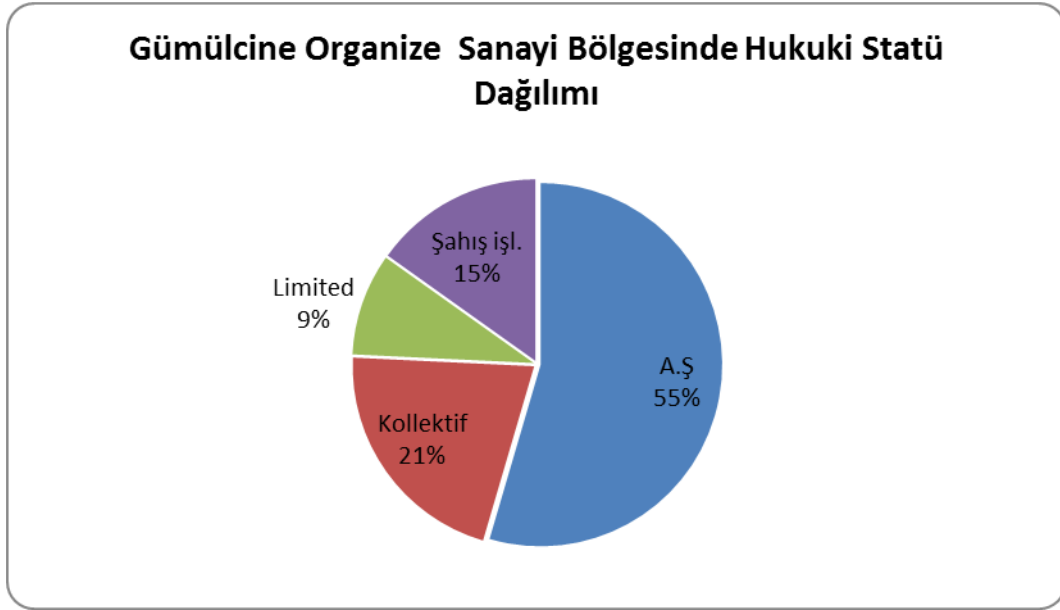
Firmaların kuruluş yıllarına göre dağılımına şehirler bazında bakıldığında firmaların çoğunluğunun 1990 sonrasında kurulduğu görülmektedir. Onun ardından 1991-2000 yılları arasında da gözle görülür derecede kurulmuş firma bulunduğu görülmektedir.

Tablo 10: Hukuki Statü ve Ortak Sayılarına Göre Dağılımı

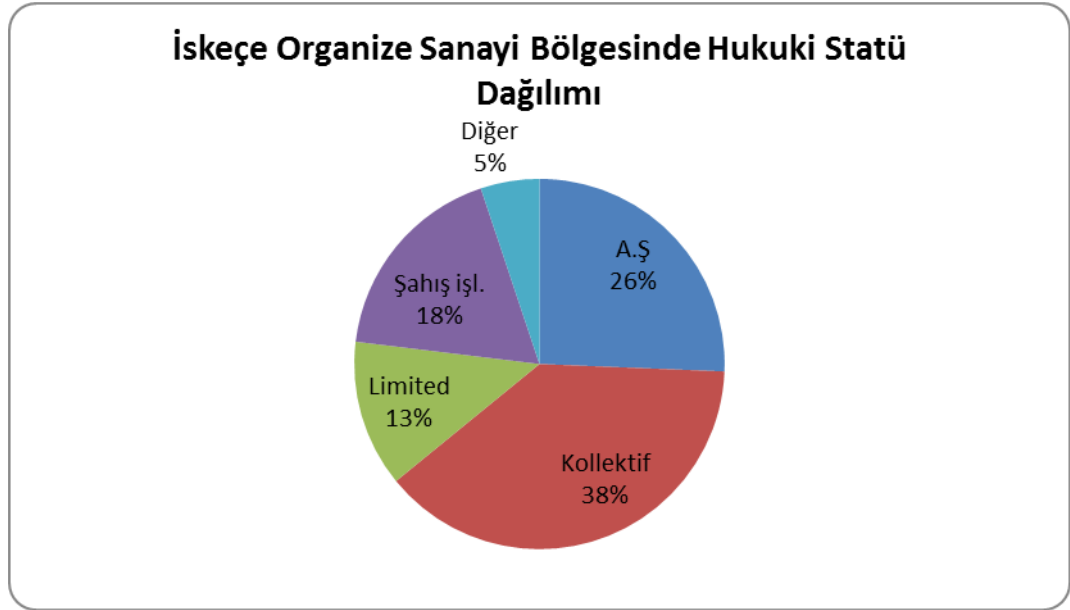
Bölgeler	Hukuki statü	ORTAK SAYISI								Toplam
		0	1	2	3	4	5	6	7+	
Gümülcine	Anonim Şirket (A.Ş.)	3	4	7	1	2	0	0	1	18
	Kollektif	0	0	3	4	0	0	0	0	7
	Limited	0	0	1	2	0	0	0	0	3
	Şahıs işletmesi	0	5	0	0	0	0	0	0	5
	Diğer	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	TOPLAM	3	9	11	7	2	0	0	0	33
İskeçe	A.Ş.	0	2	3	2	2	0	1	0	10
	Kollektif	0	2	9	3	0	1	0	0	15
	Limited	0	2	2	1	0	0	0	0	5
	Şahıs işletmesi	0	5	2	0	0	0	0	0	7
	Diğer	0	0	0	2	0	0	0	0	2
	TOPLAM	0	11	16	8	2	1	1	0	39
Dedeoğlu	A.Ş.	1	0	5	1	0	0	0	0	7
	Kollektif	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	Limited	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Şahıs işletmesi	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Diğer	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	TOPLAM	1	0	5	3	0	0	0	0	9

Firmaların hukuki statülerine ve ortak sayılarına göre OSB’lerdeki firmalar açısından dağılım Tablo 10’ da verilmektedir. Tablodaki verilere göre firmaların çoğu A.Ş olduğu görülmektedir. Firmalar genellikle 5 ortaktan daha az ortaklı kuruluşlardır. Anonim Şirketlerin fazla olmasına rağmen ortak sayılarının 5 ortaktan daha az olması dikkat çekicidir.

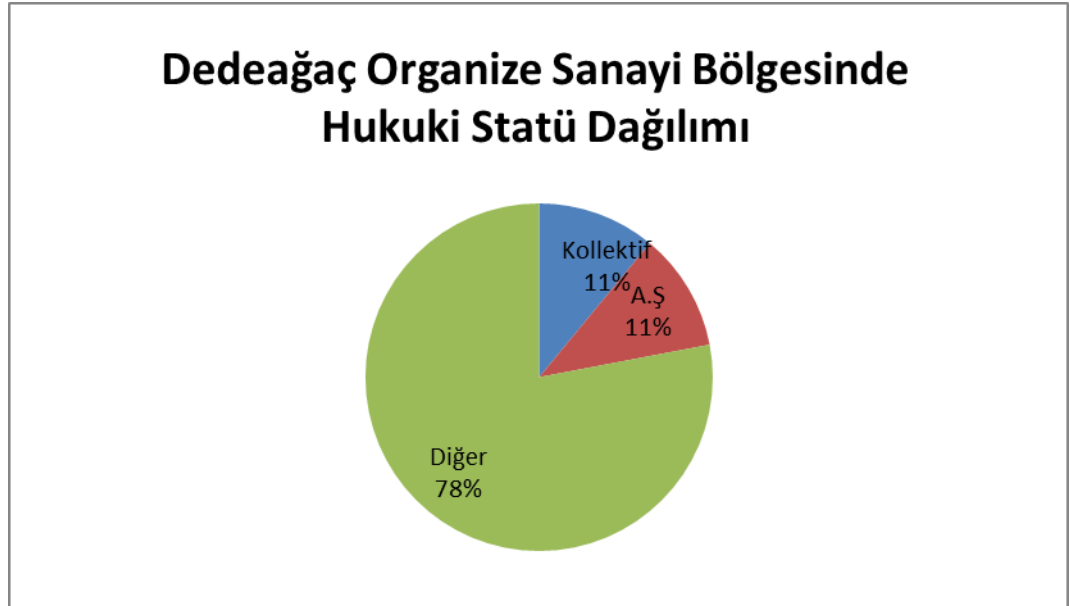
Şekil 5: Gümülcine OSB’deki Hukuki Statü Dağılımı



Şekil 6: İskeçe OSB’deki Hukuki Statü Dağılımı



Şekil 7: Dedeoğlu OSB’deki Hukuki Statü Dağılımı

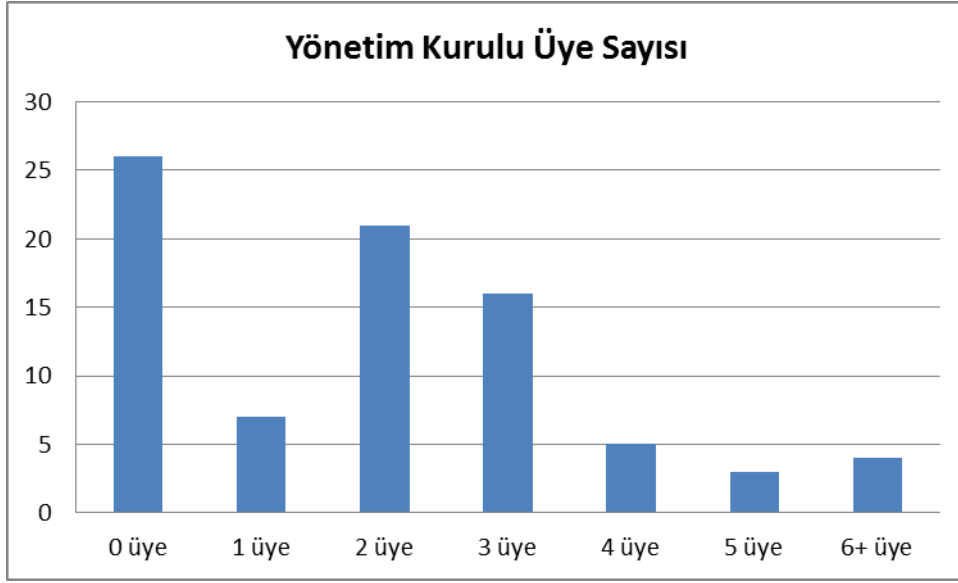


Tablo 11 : Firma Yönetim Kurulu Üye Sayısı ve Aile Dışı Üye Sayısının Dağılımı

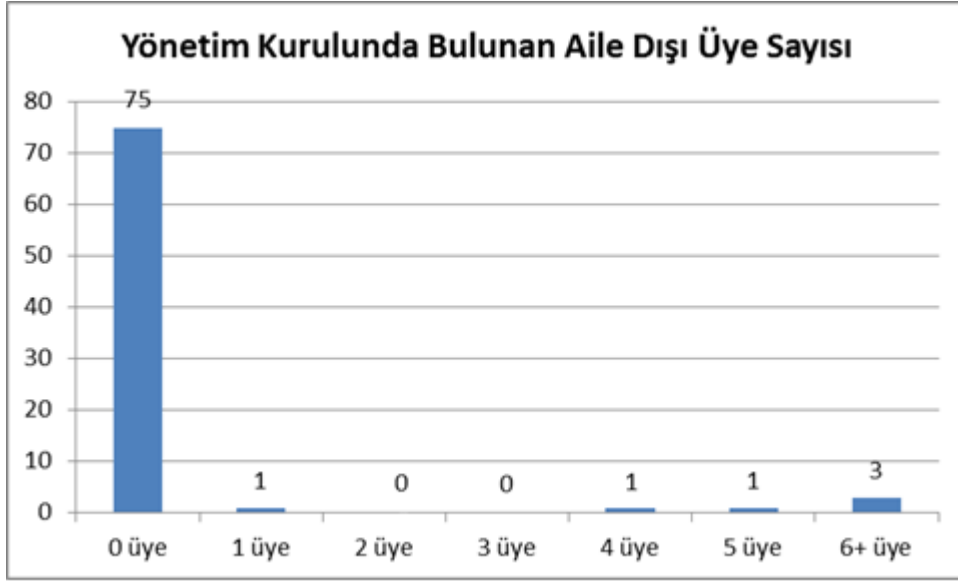
Bölgeler	Yönetim Kurulu Üye Sayısı	Aile Dışı Üye Sayısı							Toplam
		0	1	2	3	4	5	6+	
Gümülcine	0	11	0	0	0	0	0	0	11
	1	4	0	0	0	0	0	0	4
	2	9	0	0	0	0	0	0	9
	3	7	1	0	0	0	0	0	8
	4	0	0	0	0	0	0	0	0
	5	1	0	0	0	0	0	0	1
	6+	0	0	0	0	0	0	2	2
	TOPLAM	32	1	0	0	0	0	2	35
İskeçe	0	14	0	0	0	0	0	0	14
	1	2	0	0	0	0	0	0	2
	2	11	0	0	0	0	0	0	11
	3	6	0	0	0	0	0	0	6
	4	2	0	0	0	0	1	0	3
	5	2	0	0	0	0	0	0	2
	6+	0	0	0	0	0	0	0	0
	TOPLAM	37	0	0	0	0	1	0	38
Dedeoğlu	0	1	0	0	0	0	0	0	1
	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	2	1	0	0	0	0	0	0	1
	3	2	0	0	0	0	0	0	2
	4	2	0	0	0	0	0	0	2
	5	0	0	0	0	0	0	0	0
	6+	0	0	0	0	1	0	1	2
	TOPLAM	6	0	0	0	1	0	1	8

Firmaların yönetim kurulu ve aile dışındaki yönetim kurulu sayısına bakıldığında çoğunluğun yönetim kurulu üye sayısının 3'den az olduğu ve çoğu firmada aile dışı yönetim kurulunun olmadığı görülmektedir. Genel olarak OSB'lerde yönetim kurulu üye sayısı dağılımı ile yönetim kurulunda bulunan aile dışı üye sayısı dağılımı şekillerle gösterilmektedir.

Şekil 8: Firmalardaki Yönetim Kurulu Üye Sayısı Dağılımı (Kişi)



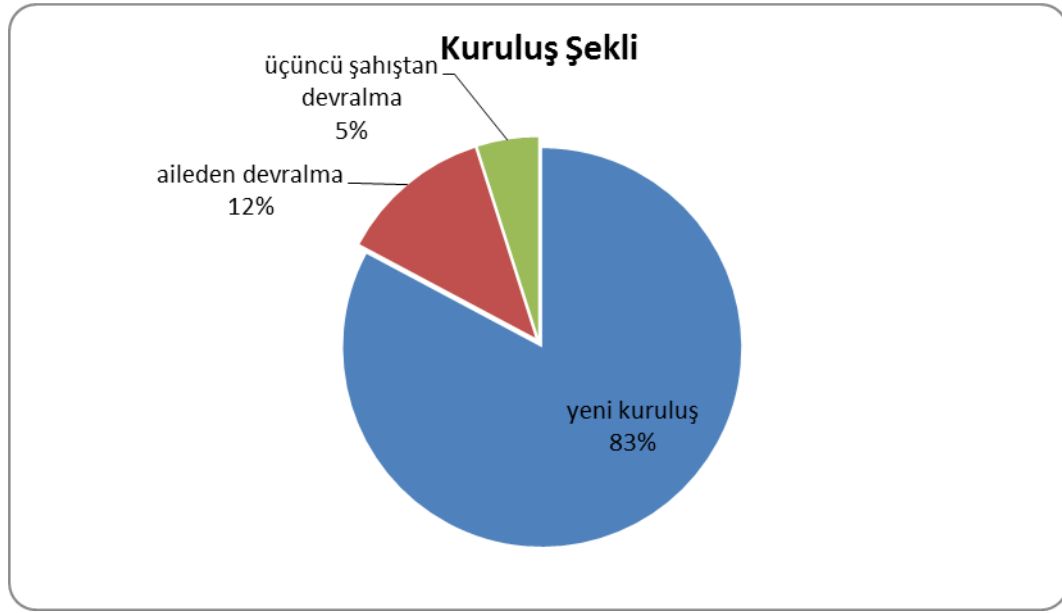
Şekil 9: Firmalardaki Yönetim Kurulunda Bulunan Aile Dışı Üye Sayısı Dağılımı (Kişi)



Tablo 12 :Örneklemin Kuruluş Şekli Frekans Dağılımı

Kuruluş Şekli	Frekans	%
Yeni kuruluş	67	83
Aileden devralma	10	12
Üçüncü şahıstan devralma	4	5
Total	100	100

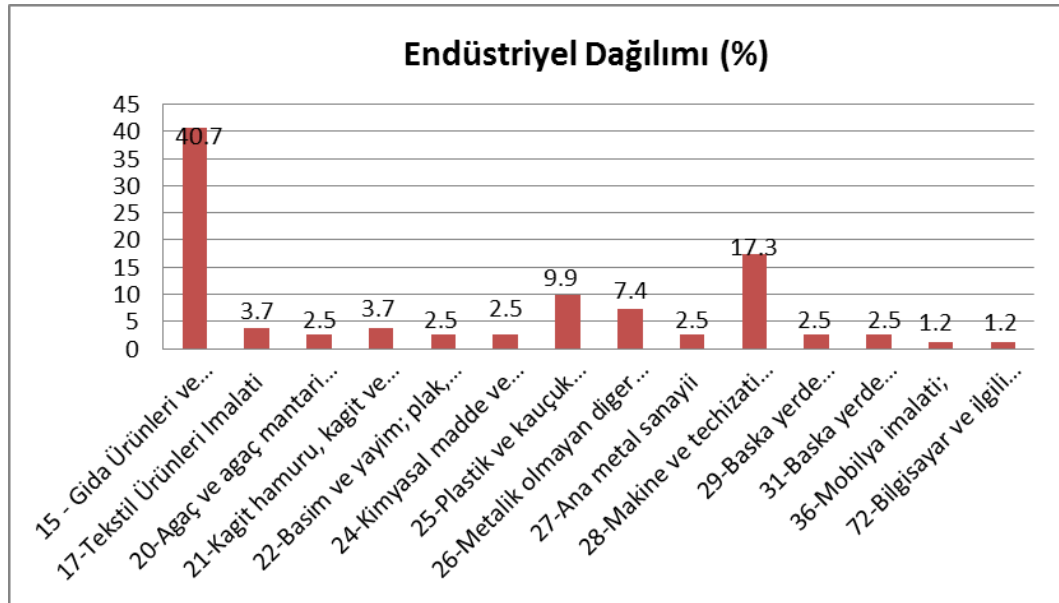
Şekil 10: Örneklemin Kuruluş Şekline Göre Dağılımı



Örnekleme alınan firmaların %83'ü yeni kuruluş, %12'si aileden devralma ve %5'i üçüncü şahıstan devralma biçiminde kurulmuştur. OSB'lerde faaliyet gösteren firmaların genellikle yeni kurulduğu görülmektedir.

Tablo 13: Firmaların Endüstriyel Dağılımı

Sektörler	Frekans	Yüzde
15-Gıda Ürünleri ve içecek imalatı	31	37
16-Tütün ürünleri imalatı	0	0
17- Tekstil ürünleri imalatı	4	5
18- Giyim eşyası imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanması	0	0
19- Derinin tabaklanması ve işlenmesi	0	0
20-Ağaç ve ağaç mantarı ürünleri imalatı	1	1,5
21-Kâğıt hamuru, kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı	1	1,5
22-Basım ve yayım; plak, kaset ve benzeri kayıtlı medya	3	4
23-Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer	1	1,5
24-Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı	1	1,5
25-Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı	5	6
26-Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı	10	11
27-Ana metal sanayi	16	20
28-Makine ve teçhizatı hariç; fabrikasyon metal ürünleri imalatı	0	0
29-Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat imalatı	0	0
30-Büro makineleri ve bilgisayar imalatı	0	0
31-Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makine cihazları	3	4
32-Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı	0	0
33-Tıbbi aletler; hassas ve optik aletler ile saat imalatı	0	0
34-Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı römork imalatı	0	0
35-Diğer ulaşım araçlarının imalatı	0	0
36-Mobilya imalatı;	1	1,5
37-Yeniden Değerlendirme	3	4
72-Bilgisayar ve ilgili faaliyetler	1	1,5
Toplam	81	100

Şekil 11: OSB’lerdeki Firmaların Endüstriyel Dağılımı

OSB ve çevresindeki işletmelerin sektörlere göre dağılımlarını incelediğimizde bölgede araştırmada bulunduğumuz 81 örnekleme daha ağır basan sektör gıda ve yiyecek imalatı sektörü olarak görülmektedir. Bunu ana metal sanayi sektörü ve metalik olmayan diğer mineral ürünlerin sektörü ve geri kalanı da diğer sektörler olarak faaliyet sürdürmektedir. Yine bu faaliyetlerin %37 si gıda ürünleri ve yiyecek imalatı sektöründe,%20'si ana metal sanayi sektöründe %11'i metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı sektöründe ve geri kalanı diğer sektörlerde faaliyetlerini sürdürmektedirler. Diğer sektörlerde faaliyet gösterenlerin oransal dağılımını %10'un altındadır.

Yunanistan'ın Batı Trakya Bölgesi'ndeki OSB'lerin kuruluş tipine bakıldığında bölgelerinin şehir merkezinin çok uzağında olmadığı görülmekte ve bu durumun şehir içinde tedarik ve ulaşım maliyetleri açısından bakıldığında bir avantaj olarak gözlenmektedir. Mekân (coğrafi) açısından kurulan işletmeleri dikkate alırsak; işletmeler bölge içerisinde ilişkileri bakımından birbirleri ile daha çok yakın ilişkiler kurabilecekleri işletmeler ile yakın yakındır, bu açıdan ekonomik yığılma teorisi ve ayrıca kümelenme olgusu açısından gayet olumlu bir durum olarak göze çarpmaktadır. Örnekleme dâhil bölgeler içerisinde coğrafi dağılım ve örgütlenme bakımından Gümülcine'de bulunan OSB ilk sırayı almaktadır. Ayrıca Gümülcine OSB Yunanistan'da alan bazında toplam 32 OSB içerisinde en büyük ikinci OSB olarak bilinmektedir. (Etvavipe, 16.06.2014)

İşletmelerin ölçekleri açısından sıralayacak olursak; Gümülcine OSB ve OSB'ye yakın olan işletmeler ölçek olarak diğer iki şehirdeki işletmelere göre daha büyük ölçekte olduğu görülmektedir. Özellikle Gümülcine şehrinin nüfus, işletme sayısı ve büyüklüğü olarak göze alındığında; Gümülcine bölgesindeki işletmelerin büyük şehirlerde bile az rastlanacak büyüklükte şirketler oldukları gözlenmektedir. Özellikle bu durum nüfus ve işletmenin büyüklüğü ile karşılaştırıldığında gereğinden fazla büyük ölçekte olan işletmeler olarak karşımıza çıkmakta ve sonucunda aşırı büyük kapasitede kurulan firmaların verimsizliğini ortaya koymakta, kapılarına kilit vurulan işletmeler olarak karşımıza çıkmaktadır. İskeçe şehrinde bulunan OSB ve çevresindeki işletmeler daha çok orta ve küçük ölçekli işletmeler olarak göze çarpmaktadır. Bu durum aynı şekilde Dedeoğlu şehrinde bulunan OSB ve bölge çevresinde bulunan işletmelerde de göze çarpmaktadır.

OSB ve çevresi dâhilinde olan saha araştırmasına yönelik diğer bulgulara değinildiğinde, örnekleimde bulunan işletmelerin işletme içi yapılarındaki sistemde özellikle bu noktada göze çarpan en önemli olgu firmaların birbirleri ile bilgi alışverişi, tedarik sağlama, hızlı iletişim vs. gibi konularda sistemsizliğin ve kopukluğun olduğu görülmektedir. Birkaç kurumsal işletme dışında bazı işletmelerin en temel bilgileri bile karşı tarafa sunarken bazı sıkıntılar yaşadığı görülmekte, işletmeler arası iletişimi değinmeyi bırakın kendi işletme içerisinde bazı noktalarda büyük kopukluklar yaşandığı yapmış olduğumuz alan çalışmasında görülmektedir. Bu durum şu açıdan büyük önem teşkil etmektedir; kurum içerisinde yaşanan kopukluklar firmaların dış ilişkilerinde büyük sorunlara sebep olmakta ayrıca firmaların diğer firmalara karşı olan itibarını zedelemektedir. Ayrıca kümelenme olgusu açısından dezavantajlar yaratmaktadır. Bu durum firmaların yaşamış oldukları sıkıntılardan sadece biridir.

Ayrıca ülkedeki ve bölgedeki kültür, yaşam tarzının iş hayatına çok büyük ölçüde yansması firma içindeki bireylerin verimsizleşmesi sonucu firmaların verimsiz olmasına istenilen üretim, satış ve bilgi alışverişini gerçekleştirememesine sebep olmaktadır. Bahsedilen konular küresel dünyada ekonomik anlamda gerçekleşmesini beklediğimiz hızlı iletişim, bilgi paylaşımı, teknolojik gelişmelere ayak uydurma ve yayma, eğitime önem verilme, iş disiplini vs. durumlara tam anlamıyla karşı durumlardır. Çalışma hayatında oluşacak bu sistemsizlik firma bazında kötü üretimden ülkedeki ticaret hacmi boyutuna kadar uzanan bir yolda ülke ekonomisini olumsuz etkileyecektir. Özellikle sanayinin yerele yayılması ve öğrenme etkisi gibi konularda ciddi şekilde üzerinde durulması gerekmektedir. Çünkü öğrenme etkisinin yaratacağı pozitif dışsallıklar ayrıca ölçek ekonomileri gibi olumlu sonuçlar doğurabilmektedir. Bu sayede yüksek katma değer yaratabilen rekabet gücüne sahip işletmeler sağlandığı takdirde istenen başarıya ulaşılabilir. Buna paralel olarak işletmelerin kendi iç dinamiklerinin bir an önce farkında olması gerekir, bu sayede kamu kuruluşları, sivil toplum örgütleri ve üniversiteler ile işbirliği içinde olunmasıyla beraber koordinasyon eksikliği önlenabilir. Bahsedilen konu bulguları iyi bir kümelenme stratejileri geliştirilmediğinin bir göstergesi olarak yorumlanmaktadır.

Yapılan analizlerde özellikle işletme sahiplerinin bahsettiği en önemli sorunlar; ekonomik krizin yaşanmasıyla birlikte doğan maliyet artışları buna paralel olarak işçi ücretlerinin düşüşü, istihdamın ve üretimin azalması şeklindedir. Bu nedenlerden ötürü işletme sahiplerinin ekonomideki teknik durumları araştırmaktan öte firmanın ömrünü sürdürmesinin daha önemli olduğunu düşünmektedir. Ancak ekonomik işbirliği ve ticaret hacmi açısından gayet ılımlı bir görüntü sergilenmektedir. Ekonomik kriz öncesi Türkiye ile daha geniş bir ekonomik hacminin olduğu belirtilmiş bu durumun işletme sahiplerince en kısa sürede olumlu bir yöne doğru geçmesi temennileri yüz yüze anket sürecinde belirtilmiştir.

Ekonomik krizin etkileri ile Batı Trakya bölgesindeki şehirlerde bulunan OSB ve çevresinde bulunan işletmelerin çok önemli derecede etkilendiği görülmektedir. Özellikle Gümölcine OSB ve çevrelerinde bulunan birçok işletme kapanmış, üretim yapmadığı halde açık duran ya da kredi borçlarından dolayı devlet tarafından el konulan şirketlere de rastlanılmıştır. Bu noktada dışarıdan gelecek yatırımcıların sayısının fazla olması bölge ekonomisi adına büyük önem teşkil etmekte kurulabilecek yeni stratejilerle kapanan işletmelerin tekrar açılabilmesi düşünülmelidir. Bu sayede firmalar arası iletişimin ve maliyetlerde azalmaların gerçekleşebileceği yapılacak olan bu yatırımlarla beklenen konumlara gelinebileceği beklenilmelidir. Firmalar arası bilgi alışverişinin tekrar başlaması bir halka gibi düşünüldüğünde birçok işletmeye olumlu yansyabileceğinin bu durumunda şehrin ve bölgenin tekrardan istenilen seviyelere gelebileceğinin göstergesi olabilir. Bu durum İskeçe OSB ve çevresinde bulunan işletmelerde, Dedeoğaç OSB ve çevresi işletmeler içinde geçerlidir.

Batı Trakya’da bulunan OSB şehirlerindeki bir diğer sorununda komşuları olan büyük şehirlerin avantajlarından faydalanamamalarıdır. Özellikle tüketici potansiyeli açısından ve coğrafi yakınlık açısından önemli şehirlerle ilişkilerin zayıf olması bölgedeki firmaların bir diğer eksikliğidir.

Kümelenme ve yığılma ekonomilerinde önemli bir gösterge olan ulaşım durumu ele alındığında Gümölcine, İskeçe ve Dedeoğaç OSB’lerinde bir sıkıntı bulunmamakta ulaşımın tedarik, malların üretimi ve satışı aşamasında önemli bir aksama gerçekleşmemektedir. Dolayısıyla OSB arasındaki ulaşım ağı sistemi göze çarpmaktadır.

2.2.2. Organize Sanayi Bölgesi'ne İlişkin Tedarik Süreci: Lojistik Faaliyetlerin Etkinliği Ve Lojistik Performans Geliştirme

Burada tez kapsamında olan araştırmada OSB'lerde faaliyet gösteren işletmelerin Tedarik Zinciri Yönetimi (TZY) uygulamalarının işletme performansı üzerindeki etkileri incelenmiştir. Ayrıca TZY içerisinde önemli bir yer tutan lojistik yönetimi faaliyetlerinin etkinliğinin artırılarak lojistik performansı üzerinde durulmuştur.

İlk olarak, TZY en son kullanıcıdan asıl olan tedarikçilere kadar olan süreçte ürünleri, hizmetleri ve bilgileri sağlayıp müşteriler ve bu süreçte yararlanan diğer aktörler için değer yaratan işletme süreçlerinin bütünleşmesi olarak tanımlanmaktadır (Gunasekaran ve Ngai 2004: 269).

Tedarik zinciri yönetiminin bir parçası olan lojistik ise müşteri beklentilerinin karşılanması amacıyla malların, bilgi ve hizmetlerin, belirtilen durumların çıkış noktalarından tüketim noktalarına kadar olan süreçte doğru, kontrollü sistemli faaliyetleri bir arada bulunan süreçlerden oluşan kurgudur.

Gimenez ve Ventura'ya göre; lojistik faaliyetlerin işletme faaliyetlerine değer katmanın yanında işletme faaliyetlerin etkinliğinin artırılmasını yanı sıra müşteri değerinin yaratılması ve işletme başarısının ortaya çıkmasında son derece önemli bir konuma gelmiştir. TZY, müşteri ihtiyaçlarını en etkin biçimde karşılama sürecinde üreticiden tüketiciye ürünlerin akış kanalları, üretim ve mühendislik, pazarlama ve satış fonksiyonları açısından toptan yönetimi felsefesine dayanmaktadır (Aktaran: Özdemir ve Kök, 2008: 185).

İstenilen bir şekilde lojistik zincirinin yerine getirilmesi sonucunda işletmeler, müşterilerin istediği anda etkin bir biçimde malı temin edebilmesi ve bunun sonucunda oluşan müşteri memnuniyeti ve güvenin etkisi ile diğer işletmelere göre rekabet açısından daha önemli bir konuma gelip pazar avantajı elde edebilmektedirler (Ed. Kök ve diğerleri, 2010: 168).

2.2.2.1. Lojistik Faaliyetlerin Etkinliği ve Performans Yönetimi

Son yıllardaki, küreselleşmeye paralel olarak şirketlerin de uluslararası yatay veya dikey bütünleşmeleri lojistik yönetimini öne çıkarmıştır. Bu durum işletmelerin faaliyetlerinde ve yönetimlerinde etkin, verimli biçimde daha iyi kontrol etmelerini zorunlu kılmaktadır (Babacan, 2005: 9).

Bu duruma paralel olarak tedarik zinciri ve lojistik yönetimi, hammadde satıcılarından perakendecilere kadar olan süreçte tüm üretim ve dağıtım süreci de dâhil olmak üzere boyunca malzeme ve bilgi akışının yönetimine yardımcı olmaktadır. Ayrıca işletmeler arası tedarik zinciri ve lojistik yönetimi yapısı, süreç, insan, teknoloji ve performans ölçümlmeleri gibi çeşitli açılardan tek bir işletme şeklinde hareket ederek kaynakların ortak kullanımı sayesinde yeni bir yapı oluşturmayı hedeflemektedir (Paksoy ve diğerleri'nden aktaran Özdemir ve Kök, 2008: 168). Açıklamalara bakıldığında işletme açısından lojistik yönetimin son derece önem taşıdığı görülmektedir.

Özellikle son yıllarda lojistik yönetimi kavramının daha çok dışa yönelik stratejik bir fonksiyona dönüştüğü görülmesiyle işletmeler ilişkileri lojistik tekniklerle düzenleyerek, rekabet avantajı elde etmek amaçındadır. Etkin bir lojistik yönetiminin firmalar için maliyetlerde düşme, üretimde artma, kalitede yükselme, müşteri memnuniyetinde artma şeklinde olumlu avantajlar görülmektedir. Bu durumun işletmenin piyasadaki payını büyütme ve rekabet gücünü artırma etkisi sağlayacağı açıktır (Babacan, 2005: 10).

Bu açıdan bakıldığında lojistik faaliyetlerin performanslarının gelişiminde performans yönetimi kavramı ön plana çıkmaktadır. Performans, bir işletmenin belirli bir zaman dilimi içerisinde elde ettiği başarı derecesi olarak tanımlanmaktadır (Tetik, 2003: 76). Lojistik performans yönetimi, örgütün ve çalışanların hedeflerine ulaşmalarını sağlayan ve yönetsel amaçları olan bir süreçtir. Lojistik performans yönetimi faaliyetlerinin temel amaçları; performans göstergelerini belirlemek, performans göstergelerini sürece ve çalışanlara zamanında ve eşit şekilde uygulamak, hedefleri gerçekleştirecek faaliyetlerden beklenen performans sonuçları ile gerçekleşen başarıyı karşılaştırmak ve bunun sonucunda değerlendirmek biçiminde sıralanmaktadır (Bilgin'den aktaran Özdemir ve Kök, 2008: 186).

Sistemin performansının analizinin yapılmasında, performans verilerinin yapısına göre farklı ölçekler kullanılmalıdır. Anket yöntemi ile yetkili kişilerin görüşlerinin beşli Likert ölçeğinde⁹ önem sırasına koyulabilen cevaplara dönüştürülmesi analiz için önemli bir aşamadır (Özdemir ve Kök, 2008: 187).

Bahsi geçen konu ile yapılan literatür çalışmalarında farklı yöntemler belirlenmiştir. Lojistik performans ölçümünde firmalar içinde tam anlamıyla kabul görmekte olan bir yöntem görülmemektedir.

2.2.2.2. Lojistik Faaliyetlerin Etkinlik Kriterleri

OSB’de faaliyet gösteren firmaların lojistik performansını belirlemek için lojistiğin iki boyutu ele alınmakta, ilk olarak ankette bulunan lojistik ve TZY ilişkin mevcut durumlarını belirttikleri 27 sorudan oluşturulan lojistik etkinlik kriterleri baz alınmaktadır. İkinci olarak anketin diğer bir bölümde yer alan kümelenme sorularından çıkartılan firmayla malzeme alım ve satımında ilişkisi olan tedarikçi/üretici firmaların, rakiplerin ve müşteri yerlerinin en çok ilişkinin olduğu firmanın yeri uzaklık olarak açıklanmaya çalışılmaktadır. Bu duruma paralel olarak Özdemir ve Kök’ ün (2008: 187) yapmış olduğu çalışmada; firmanın performans geliştirme sürecine uygun olarak belirlenen lojistik etkinlik kriterleri; tedarikçi ilişkileri, müşteri memnuniyeti ve kalite, teslim zamanı, yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması biçiminde sınıflandırılmaktadır. Lojistik etkinlik kriterleri şu şekilde tanımlanmaktadır:

- **Tedarikçi ilişkileri:** *Firmanın, tedarikçi kalitesine önem verme, sorunların çözüm sürecine tedarikçileri dâhil etme, ürün ve girdi kalitesini geliştirmede tedarikçilere yardımcı olma, iyileştirme programına, stratejik plana ve yeni ürün geliştirme programına tedarikçileri dahil etme değişkenlerinden oluşmaktadır. Tedarikçi ilişkileri ve tedarikçilere verilen önemin düzeyi lojistik etkinliğin ölçümünde kullanılan bir kriterdir.*
- **Müşteri memnuniyeti ve kalite:** *Güvenilirlik, yanıt verme vb. standartlarda müşteriyi dikkate alma, müşteri memnuniyetini ölçme ve değerlendirme, müşteri beklentilerini belirlemeye çalışma, müşteri bilgi alma ve yardım isteklerini dikkate alma, müşteri ilişkilerinin önemini değerlendirme, rekabetçi fiyatlar sunma, rakiplerle aynı düzeyde ya da daha düşük fiyat sunma, kalite tabanlı rekabet etme, güvenliği yüksek ürünler sunma, uzun ömürlü dayanıklı ürünler sunma ve müşteriler için yüksek kaliteli ürünler sunma değişkenlerinden oluşmaktadır. Müşteri ihtiyaçlarını karşılama düzeyini, müşterilerle ilişkiyi ve müşterilere verilen önem çerçevesinde*

⁹ Ölçüleri puanlamada kullanılan yöntemdir.

kaliteyi artırma çabalarını ifade etmektedir. Müşteri memnuniyeti ve kaliteye verilen önem lojistik çerçevesinde ele alınması gereken bir konudur. Yüksek müşteri memnuniyeti ve kalite lojistik etkinliği belirlemede önemli bir kriter olmaktadır.

- **Teslim zamanı:** *Firmanın müşterilerine ürünleri veya müşteri siparişlerini güvenilir biçimde zamanında teslim etmesiyle ilgilidir. Lojistik amacı çerçevesinde teslim zamanı önemli bir kriter olarak dikkate alınmalıdır. Teslim zamanındaki başarı düzeyi lojistik etkinliğin diğer bir göstergesidir.*
- **Yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması:** *Müşteriye özel ürünler sağlama, yeni ve değişik ürünler sunma, müşteri taleplerini zamanında karşılama, pazarda ilk olarak bir ürün sunma ve rakiplerden önce ürünü piyasaya sunma değişkenlerinden oluşan bir kriterdir. Yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması lojistik etkinlikte ele alınması gereken önemli bir ölçüttür.*

Firmalarla malzeme alım ve satımında ilişkisi olan tedarikçi/üretici firmaların, rakiplerin ve müşteri yerlerinin firmaya olan uzaklıkları içeren lojistik boyutunda 6 tane farklı değişken ile belirlenmekte ve bu şekilde lojistiğin uzaklık kriterleri olarak tanımlanmaktadır. OSB’lerde faaliyet gösteren firmaların uzaklık kriterleri şu şekilde sıralanmaktadır:

- Kullanılan makine ve ekipmanı satın alındığı tedarikçilere/üreticilere uzaklık,
- Yedek parçaların satın alındığı tedarikçilere/üreticilere uzaklık,
- Bakım hizmet alınan işletmelere uzaklık,
- Kullanılan hammadde ve yarı mamullerin satın alındığı tedarikçilere/üreticilere uzaklık,
- Ürünlerin satıldığı müşterilere uzaklık,
- Rakip üreticilere uzaklıktır.

Bu şekilde OSB’lerde faaliyet gösteren firmaların; kullanılan makine ve ekipmanı satın alındığı tedarikçilere/üreticilere, yedek parçaların satın alındığı tedarikçilere/üreticilere, bakım hizmet alınan işletmelere, kullanılan hammadde ve yarı mamullerin satın alındığı tedarikçilere/üreticilere, ürünlerin satıldığı müşterilere ve rakip üreticilere olan uzaklıkları en çok ilişkide bulundukları kurum, işletme ya da tedarikçilerin nerede olduklarının önem sırasına göre 4 tercihte sorulmasıyla bulunmakta ve buradaki tercih seçenekleri, aynı sanayi bölgesinde, aynı şehirde, farklı şehirde ve yurt dışında olarak verilmektedir. Her bir değişken için firmaların aynı sanayi bölgesi tercihi çok yakın, aynı şehir tercihi yakın, farklı şehir tercihi uzak, yurt dışı tercihi çok uzak mesafe olarak tanımlanabilmektedir. Burada birinci

tercihler alınarak en çok ilişkinin olduğu firmanın yeri uzaklık olarak düşünülmüştür¹⁰.

2.2.2.3 Lojistik Etkinlik Kriterlerine İlişkin Analitik Bulgular

Yunanistan'ın Gümölcine, İskeçe ve Dedeoğlu şehirlerinde faaliyet gösteren firmaların tedarik zinciri yönetimi uygulamalarıyla ilgili olarak kendilerine verilen değişkenlere 5'li ölçekte katılım düzeylerini belirtmeleri istenmiştir. Tedarikçiyle ilişkiler, müşteri memnuniyeti ve kalite, teslim zamanı, yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması kriterleri arttıkça lojistik faaliyetlerin etkinliği artmaktadır. Lojistik kriterlerine ilişkin tanımsal istatistik analizlerine ilişkin bulgular Tablo 14'de verilmektedir.

Ayrıca anket çalışması ile ilgili soru grupları üzerinden yapılan çalışmaların güvenilirliği ve tutarlılığı için yapılan Cronbach's Alpha testinin sonuçlarına göre TZY ile ilgili olarak $\alpha = 0,943 > 0,7$ ve soruların tutarlılığını ölçen Kaiser - Meyer - Orkin (KMO) testinde $\alpha = 0,842 > 0,4$ olduğundan dolayı verilen cevapların tutarlılığı ve güvenilirliği yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Lojistik etkinlik kriterlerinden tedarikçileriyle ilişkileri 4,17 ortalama ile değerlendirilmiştir. Sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren firmaların tedarikçileriyle ilişkilere yüksek düzeyde önem vermektedirler. Firmalar tedarikçilerinin seçiminde en çok kaliteye önem verirlerken (4,49), tedarikçilerle olan problemi birlikte çözme (4,37) , ürün ve girdi kalitesinde tedarikçiden yardım alma durumlarına (4,22) da önem vermektedirler.

Firmaların müşteri memnuniyeti ve kalite kriterine yüksek düzeyde (4,01) önem verdikleri görülmektedir. OSB firmaları özellikle müşterilere kaliteli dayanıklı ve güvenilir ürünler sunduklarını belirtmektedirler. OSB'deki firmalar müşteri memnuniyeti sağlamada rakiplerine oranla fiyat sunmayı orta dereceden daha fazla (3,71) başarılı bulmuşlardır. Firmaların ürünler için müşteri memnuniyetini sağlamak amacıyla ilişkilere ve ürünlere ilişkin özelliklere yüksek düzeyde önem vermelerine

¹⁰ Bu noktada ilerleyen bölümde uygulanacak modellerde uzaklık, aynı sanayi bölgesi ve aynı şehir seçenekleri ile birleştirilmiştir.

rağmen, müşterilerine rekabetçi fiyat olanakları sunmada daha az başarılı olduklarını belirtmişlerdir.

OSB’lerdeki firmaların teslim zamanı kriterine de firmalar büyük önem (4,03) vermektedir. OSB’de faaliyet gösteren firmalar ürünlerini ve ara ürünlerini müşterilerine zamanında güvenilir olarak teslim etmektedirler. Teslim zamanındaki başarı sanayi bölgesinde faaliyet gösteren firmaların ürün teslimindeki lojistik başarısında önemli bir göstergedir.

Firmaların müşteri isteklerine göre ürün geliştirme ve bunu hızlı biçimde pazara sunma kriterine bakıldığında firmanın yüksek düzeyde başarının biraz altında (3,87) kaldığı görülmektedir. OSB firmalarının müşterilerine özel ürün sunma ve ürünlerinde değişiklikler yapmada başarılı olduğu görülürken bu ürünlerin pazara hızlı biçimde sunma, pazarda ilk olma ve pazar zamanlılığında sektöre göre orta dereceye daha yakın (3,65) bir başarı değerlendirmesi yaptıkları görülmektedir.

Tablo 14: Lojistik Etkinlik Kriterlerine İlişkin Betimsel Göstergeler

	Ortalama	Standart Sapma
Tedarikçi seçiminde kalite	4,49	0,79
Tedarikçilerle olan problemi birlikte çözme	4,37	0,88
Ürün ve Girdi kalitesinde tedarikçiden yardım alma	4,22	0,82
Sürekli iyileştirmelere tedarikçileri dahil etme	4,06	0,92
Stratejik planlara tedarikçi dahil etme	3,9	0,86
Yeni ürün geliştirme sürecine tedarikçiyi dahil etme	3,97	0,94
Tedarikçi İlişkileri	4,17	0,65
Güvenilirlik, yanıt verme vb. standartlarda müşteriyi dikkate alma	4,08	0,83
Müşteri memnuniyetini ölçme ve değerlendirme	4,02	0,86
Müşteri beklentilerini belirlemeye çalışma	4	1,01
Müşteri bilgi alma ve yardım isteklerini dikkate alma	4,03	0,74
Müşteri ilişkilerinin önemini değerlendirme	4,09	0,84
Rekabetçi fiyatlar sunma	3,83	0,82
Rakiplerle aynı düzeyde ya da daha düşük fiyat sunma	3,81	0,88
Kalite tabanlı rekabet etme	4,02	0,98
Güvenliği yüksek ürünler sunma	4,11	0,88
Uzun ömürlü dayanıklı ürünler sunma	4,19	0,94
Müşteriler için yüksek kaliteli ürünler sunma	4,02	0,64
Müşteri memnuniyeti kalite	4,01	0,85
Gereken ara ürünleri zamanında teslim etme	4,01	1
Müşteri siparişlerini zamanında teslim etme	4,08	0,8
Güvenilir teslimatı sağlama	4,01	0,78
Teslim zamanı	4,03	0,73
Müşteriye özel ürünler sağlama	3,92	0,7
Müşteri ihtiyaçlarına göre üründe değişiklik yapma	4,11	0,79

Yeni özellikler ile müşteri taleplerine cevap verme	3,93	0,74
Pazara hızlı ürün sunma	4,09	0,95
Yeni ürün sunmada pazarda ilk olma	3,87	0,69
Pazar zamanlılığı endüstri ortalamasından kısa olması	3,65	1,05
Hızlı ürün geliştirme	3,88	0,96
Yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması	3,92	0,51

2.2.2.4. Lojistik Etkinlik Ölçütlerine Göre Katılımcı Firmalara İlişkin Göstergeler

OSB'nin etkinlik kriterleri genel olarak değerlendirildikten sonra ankete katılan firmalara sorulan genel bilgi soru grubundaki; şirkettekilerin konumu, şirketin kuruluş yaşı, şirketin hukuki statüsü, şirketin ortak sayısı, şirketin kuruluş şekline göre etkinlik kriterleri arasında farklılık olup olmadığı tek yönlü Anova testi yardımıyla analiz edilmiştir.

Belirlenen değişkenler arasında farklılık olup olmadığına bakmak için Tek Yönlü Anova testinden yararlanılmaktadır. Anova testinin amacı bağımsız bir değişkenin üç yada daha fazla değeri için değişken ortalamalarının eşit olup olmadığını test etmektir. Tek yönlü varyans analizinin boş ve alternatif hipotezi şu şekildedir:

$$H_0 = \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \dots = \mu_c$$

H_1 : En az iki ortalama birbirinden farklıdır

Bağımsız değişken c farklı değer almaktadır. X değişkenin c farklı ortalaması arasında fark olduğu hipotezinin testinde bağımsız örneklem t testi için $\left(\frac{c}{2} \right)$ kombinasyonu kadar test yapılmalıdır.

ANOVA testinin varsayımları şunlardır:

- Anakitle normal dağılımlıdır.
- Anakitle varyanslarının hepsi eşittir
- Anakitlelerden seçilen örnekler rastsal seçimle elde edilmekte ve bağımsız örneklemeler olup birbirleriyle ilişkili değildir.

Hipotez testinin yapılması için belirlenen F istatistiği hesaplanırken bağımsız örneğin grup sayısı k ile gösterilir

Hipotez testi α önem düzeyinde yapıldığından F test istatistiği değerine göre p değeri belirlenmektedir. $P < \alpha$ ise H_1 alternatif hipotezi kabul edilir ve en az iki grubun

ortalamasının farklı olduğuna karar verilir. $P > \alpha$ ise H_0 boş hipotezi kabul edilir ve her grubun ortalamasının eşit olduğu belirlenir (Özdemir, 2013: 271-273).

Lojistik etkinlik kriterlerinden biri olan tedarikçi ilişkileri ile şirkettekilerin konumu arasında yapılan farklılık analizinde;

Tablo 15: Tedarikçi İlişkileri İle Firmanın Tüzel Konumu Arasındaki Farklılık

Firmaların Tüzel Konumu	N	Ortalama	Standart (Std.) Sapma	F	p(işaret)
Özel Sahiplik	42	4,15	0,59	0,29	0,83
Ortaklık	11	4,33	0,43		
Profesyonel yönetici	21	4,15	0,81		
Diğer	7	4,07	0,81		
Toplam	81	4,17	0,65		

Probability (prob.) değeri (0,83) $> 0,05$ olduğundan dolayı tedarik ilişkisi firmanın tüzel konumuna göre farklılık göstermemektedir.

Tablo 16: Tedarikçi İlişkileri Firmanın Hukuki Statüsü Arasındaki Farklılık

Hukuki Statü	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
A.Ş	35	4,32	0,37	2,346	0,06
Kolektif	23	4,11	0,86		
Limited	8	4,25	0,88		
Komandit	3	4,44	0,19		
Şahıs işletmesi	12	3,70	0,56		
Toplam	81	4,17	0,65		

Aynı şekilde yapılan tedarikçi ilişkileri ile firmanın hukuki statüsü arasındaki farklılık Anova tek yönlü test ile incelendiğinde; prob. (0,062) $> 0,05$ olduğundan dolayı %95 güven aralığında tedarik ilişkisi firmaların hukuki konumu arasında farklılık göstermemektedir. Ancak %90 güven aralığında $0,062 < 0,10$ olduğundan şahıs işletmelerinin tedarikçi ilişkileri diğerlerine göre daha düşüktür. Tedarik ilişkileri ile firmanın ortak sayısı arasındaki farklılık Anova tek yönlü test ile incelendiğinde; prob. (0,881) $> 0,05$ olduğundan dolayı tedarik ilişkileri firmanın ortak sayısı arasında farklılık göstermemektedir. Ve son olarak tedarik ilişkileri ile

firmanın kuruluş şekline göre farklılığı Anova tek yönlü test ile incelendiğinde; prob (0.881) > 0.05 olduğundan dolayı tedarik ilişkisi firmanın kuruluş şekli arasında farklılık göstermemektedir. Üçüncü şahıstan devralmalarda tedarik ilişkilerinin aileden devralma ve yeni kuruluşların üzerinde yüksek olarak değerlendirmişlerdir.

Bir diğer lojistik etkinlik kriterlerinden biri olan müşteri memnuniyeti kalite kriteri ile şirkettekilerin konumu arasında yapılan farklılık analizinde sonuçlar şu şekildedir:

Tablo 17: Müşteri Memnuniyeti ve Kalite ile Firmanın Tüzel Konumu Arasındaki Farklılık

Firmaların Tüzel Konumu	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
Özel Sahiplik	42	3,92	0,59	1,01	0,39
Ortaklık	11	4,22	0,42		
Profesyonel yönetici	21	4,15	0,69		
Diğer	7	3,94	1,03		
Toplam	81	4,02	0,64		

Prob. (0,393) > 0,05 olduğundan dolayı müşteri memnuniyeti ve kalite ile firmanın tüzel konumu arasında farklılık göstermemektedir. Şirketlerin ortaklık ve profesyonel yöneticileri müşteri memnuniyeti konusundaki gösterge 4'ün üzerinde olup yüksek olarak değerlendirmişlerdir.

Tablo 18:Müşteri Memnuniyeti ve Kalite ile Firmanın Kuruluş Yaşı Arasındaki Farklılık

Kuruluş Yaşı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1925-1970	3	4,57	0,34	1,333	0,27
1971-1990	16	3,83	0,83		
1991-2000	31	4,09	0,49		
2001 ve sonrası	31	4	0,68		
Toplam	81	4,02	0,64		

Müşteri memnuniyeti kalite ile firmanın kuruluş yaşı arasındaki farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,27) > 0,05 olduğundan dolayı müşteri memnuniyeti ve kalite ile firmanın kuruluş tarihi arasında farklılık göstermemektedir. 1925-1970, 1971-1990 ve 1991-2000 yılları aralığında 4'ün üzerinde yüksek olarak değerlendirmişlerdir.

Tablo 19:Müşteri Memnuniyeti ve Kalite Firmanın Hukuki Statüsü Arasındaki Farklılık

Hukuki Statü	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
A.Ş	35	4,25	0,47	2,97	0,02
Kolektif	23	3,85	0,68		
Limited	8	3,88	0,95		
Komandit	3	4,42	0,26		
Toplam	81	4,02	0,64		

Müşteri memnuniyeti ve kalite firmanın hukuki statüsü arasındaki farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,02) < 0,05 olduğundan dolayı müşteri memnuniyeti ve firmanın hukuki statü durumuna göre farklılık göstermektedir. Komandit şirket ve A.Ş'ler diğer şirketlere göre müşteri memnuniyeti açısından daha yüksek olan güven duygusunun güçlenmesine destek olarak yorumlanabilir

Tablo 20: Müşteri Memnuniyeti ve Kalite Firmanın Kuruluş Şekli Arasındaki Farklılık

Kuruluş Şekli	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
Yeni kuruluş	67	4,00	0,63	1,02	0,36
Aileden devralma	10	3,98	0,82		
Üçüncü şahıstan devralma	4	4,47	0,31		
Toplam	81	4,02	0,64		

Müşteri memnuniyeti ve kalite ile firmanın kuruluş şekli arasındaki farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,364) > 0,05 olduğundan dolayı müşteri memnuniyeti ve firmanın kuruluş şekli arasında farklılık göstermemektedir. Üçüncü şahıstan devralma ve yeni kuruluşlar müşteri memnuniyeti açısından daha yüksek olarak değerlendirmişlerdir.

Bir diğer lojistik etkinlik kriterlerinden biri olan teslim zamanı ile şirkettekilerin konumu arasında yapılan farklılık analizinde; prob. (0,05) < 0,04 olduğundan dolayı teslim zamanı ve firmanın hukuki statüsüne göre farklılık göstermektedir. AŞ'ler ve komandit şirketler teslimat zamanlarına ilişkin olarak diğer şirketlere göre daha yüksek değerler taşımaktadırlar. Teslim zamanı ile kuruluş şekli arasındaki farklılık analizi Tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,166) > 0,05 olduğundan dolayı teslim zamanı ve firmanın kuruluş şekli arasında

farklılık göstermemektedir. Üçüncü şahıstan devralma ve aileden devralınan şirketler 4'ün üzerinde yüksek olarak değerlendirmişlerdir.

Lojistik etkinlik kriterlerinden sonuncusu olan yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması kriteri ile şirkettekilerin konumu arasında yapılan farklılık incelendiğinde prob. (0,443) > 0,05 olduğundan dolayı yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması ile şirkettekilerin konumu arasında farklılık göstermemektedir. Profesyonel yönetici diğer konumlara göre 4'ün üzerinde yüksek olarak değerlendirilmiştir. Yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması ile öğrenim durumu arasındaki farklılık analizi tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,123) > 0,05 olduğundan dolayı yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması ile firmanın çalışanlarının öğrenim durumu arasında farklılık göstermemektedir.

Yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması ile kuruluş yılı arasındaki farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde ise prob. (0,815) > 0,05 olduğundan dolayı yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması ile firmanın kuruluş yılı arasında farklılık göstermemektedir.

Yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması ile ortak sayısı arasındaki farklılık analizi tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,199) > 0,05 olduğundan dolayı yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması ile firmanın ortak sayısı arasında farklılık göstermemektedir. Yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması ile kuruluş şekli arasındaki farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,07) < 0,05 olduğundan dolayı yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması ile firmanın kuruluş şekli arasında farklılık göstermektedir. Özellikle üçüncü şahıstan devralınan şirketlerin yeni kurulan ve aileden devralınana şirketlere göre yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması durumlarında (daha yüksek bir şekilde) değerlendirilmiştir.

Ayrıca OSB'lere ilişkin tedarik bulgularında yapılan faktör analizi sonucunda ankette bulunan üretilen ürünlerin başarısızlık nedenleri de OSB'de kümelenmeye ilişkin algı analizinde bağımsız değişken olarak lojistik etkinlikleri olan tedarikçi ilişkileri, müşteri memnuniyeti ve kalite, teslim zamanı ve yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması yanında yer almaktadır.¹¹

¹¹ Bahsedilen bu bağımsız değişkenler için yapılan faktör analizine değinilecek olunursa; faktör analizi, çok sayıda değişkenden oluşan veri setinin azaltılarak açık hale gelmesi için yapılan bir analizdir. Faktör analizi ile belli değişkenler bir faktör altında toplanır. Yöntemin amacı fazla sayıdaki değişkenlerin gruplanarak faktör değişkenler olarak ifade edilip edilemeyeceğinin belirlenmesi ve bu mümkün ise hangi değişkenlerin hangi faktör içinde yer alacağının bulunmasıdır. Bu sayede faktörler

2.2.3. Organize Sanayi Bölgeleri Girişimcilik Göstergelerine Yönelik Analitik (Kuruluş Yapısı) Bulguları

Yapılan faktör analizleri sonrasında endüstriyel yığılma ekonomilerine yönelik algı analizinde bağımsız değişkenlerden biride girişimcilik ve yönetim yönelimli (GY) soru grubu içerisinde yer alan kuruluş yapısı, kültür boyutu ve girişimcilik profiline yönelik özelliklerdir.

Girişimcilik kavramı ilk olarak J.Baptiste Say ve R.Cantiilon (1755) tarafından kullanılmıştır. Daha sonra Joseph Schumpeter ve Avusturya Okuluna mensup ekonomistlerin katkılarıyla tam anlamıyla açıklığa kavuşturulmuştur. Girişimciliğe yönelik değerlendirmeler zaman içerisinde farklılıklar olmuştur (Murphy ve diğerleri, 2006: 12-15).

İktisat teorisinde ise girişimcilik farklı yaklaşımlarla karşı karşıya kalmıştır. Bunlardan birincisi gelir dağılımından bilgileri ışığında karın düzeyinin belirlenmesi ikinci olarak, Neoklasik yaklaşıma yönelik tam rekabete dayalı piyasa süreçleri, üçüncü olarak Schumpeter'in yenilikçiliği esas alan girişimci vizyonu ve dördüncü olarak da karar verici rolündeki girişimcidir. Girişimci tanım olarak üretim faktörlerini (emek, sermaye, doğal kaynaklar) bir araya getirip, üretime koşan kişidir (Çoban ve Güleş, 2008: 226-227).

Başarılı bir girişimde bulunan tipik özellikler şu şekildedir; risk alma yeteneği, piyasanın işleyişi hakkındaki bilgisi, yenilikçilik ve pazarlama konusunda becerileri, işletme yönetimindeki becerisi ve işbirliği konusundaki yeteneğidir. Bunun yanında, karlı fırsatları en iyi şekilde bulup bu durumu değerlendirebilme yeteneği, işletme içi fırsatları kullanabilme yeteneği, birçok konuda risk alabilme

içine dâhil edilen değişkenler incelenerek ilgili faktörün ne anlama ifade ettiği yorumlanabilecektir. Matematiksel olarak, her bir değişkenin temel faktör doğrusal kombinasyonu olarak ifade edilmesi bakımından faktör analizi bir dereceye kadar çoklu regresyon analizine benzerlikler gösterir.

$$Y = \alpha + \beta_1 \cdot x_1 + \beta_2 \cdot x_2 + \dots \beta_n \cdot x_n + \varepsilon$$

$$Y = \alpha + A_1 \cdot F_1 + A_2 \cdot F_2 + \dots A_k \cdot F_k + u \text{ ise}$$

$$F_k = W \cdot k_1 \cdot x_1 + W \cdot k_2 \cdot x_2 + \dots W_{kn} \cdot x_{kn} \text{ dir}$$

Burada k : Faktör sayısı , A_k : Faktör beta katsayısı, F_k : Faktör değeri n : Veri sayısı , W_{kn} : Faktör skor katsayısıdır.

Faktör analizinin temel amacı çok sayıda değişkeni daha az sayıda faktörlerle ifade etmek olduğundan istenilen faktör sayısı değişken sayısına eşit ya da az olmalıdır (Özdemir, 2013: 314).

gücünü kendinde hissetme girişimcinin özellikleri arasında sayılabilmektedir (Littunen, 2000: 295).

Girişimcilik bireysel ve kurumsal düzeyde davranışsal bir olgu veya bu durumun dâhilinde ortaya çıkış süreci olarak düşünülmektedir. Organizasyon oluşturma ve yenilik daha dışadönük tarzı davranışlar sonucundan bu durum girişimciyi girişimci olmayandan farklılaştırmakla beraber var olan düzenin yönetilmesi ve geleneksel faaliyetlerden daha fazlasını ifade eder (Ed. Kök ve diğerleri, 2010: 224).

Ayrıca anket çalışması ile ilgili soru grupları üzerinden yapılan çalışmaların güvenilirliği ve tutarlılığı için yapılan Cronbach's Alpha testinin sonuçlarına göre girişimcilik yönelimli soru grubu içerisinde yer alan kuruluş yapısı ile ilgili olarak $\alpha = 0,844 > 0,7$ ve soruların tutarlılığını ölçen Kaiser - Meyer - Orkin (KMO) testinde $\alpha = 0,727 > 0,4$ olduğundan dolayı verilen cevapların tutarlılığı ve güvenilirliği yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Girişimcilik ile ilgili kısa bir bilgi verdikten sonra girişimciliğe ait yapılan anket çalışmasında girişimcilik yönelimli soru grubu içerisinde yer alan kuruluş yapısına dair sorular faktör analizi sonucunda değişkenlerin açık hale getirilerek kuruluş yapısı faktörü adı altında değişken oluşturulduktan sonra ankete katılan firmalara sorulan genel bilgi soru grubundaki; şirkettekilerin konumu, şirketin kuruluş yaşı, şirketin hukuki statüsü, şirketin ortak sayısı, şirketin kuruluş şekline göre farklılık olup olmadığı tek yönlü Anova testi yardımıyla analiz edilmiştir. OSB'lere ilişkin girişimciliğin kuruluş yapısına dair tanımsal istatistik değerlerinde özellikle firmalar kural ve yöntem (4,07) oldukça önem vermektedir. Ayrıca firma içinde farklı görev üstlenmede (3,90) önem taşımaktadır. Firmalar içinde kuruluş yapısı ortalama değeri (3,64) olduğu görülmekte bu durum OSB'lerdeki firmaların girişimcilik ve yönetimine ilişkin kuruluş yapısında çok büyük bir önem teşkil etmemekte kısmen önem teşkil ettiği görülmektedir.

Tablo 21: GYY Kuruluş Yapısına İlişkin Betimsel Göstergeler

	Ortalama	Standart Sapma
Kural Yöntem	4,7	0,87
Koordine Etme	3,93	0,89
Titizlikle İzlenme	3,98	0,71
Yazılı Bülten	3,50	0,96
Farklı Görev Unvan	3,90	0,90
Ast Temel Görev	3,33	1,03
Ast Başka Görev	3,66	1,01
Yer Değiştirme	3,40	0,97
Yetiştirme Programları	3,35	1,07
Uzmanlık Eğitimi	3,38	0,85
Oryantasyon Programı	3,54	0,92
Karar Vermesini Beklemek	3,59	0,90
Astlara Danışmak	3,71	0,89
Kuruluş Yapısı	3,64	0,54

Tablo 22: Kuruluş Yapısı - Firmanın Tüzel Konumu Arasındaki Farklılık

Firmaların Tüzel Konumu	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
Özel Sahiplik	42	3,64	0,58	0,00	0,03
Ortaklık	11	3,64	0,38		
Profesyonel yönetici	21	3,65	0,61		
Diğer	7	3,63	0,46		
Toplam	81	3,64	0,54		

Firmaların girişimcilik ile ilgili kuruluş yapısı ile firmanın tüzel konumu tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. $(0,003) < 0,05$ olduğundan dolayı girişimcilik yönünden kuruluş yapısı ile firmanın tüzel konum ilişkisi açısından farklılık göstermektedir. Profesyonel yönetici ve özel sahiplik konumlarının firmanın girişimcilik ile ilgili kuruluş yapısında diğer konumlara göre daha ileri derecede değerlerde olduğu görülmektedir.

Tablo 23: Kuruluş Yapısı - Kuruluş Yılı Arasındaki Farklılık

Kuruluş Yapısı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1925-1970	3	3,76	0,13	0,46	0,70
1971-1990	16	3,65	0,77		
1991-2000	31	3,56	0,49		
2001 ve sonrası	31	3,71	0,49		
Toplam	81	3,64	0,54		

Firmaların girişimcilik ile ilgili kuruluş yapısı ile kuruluş yılı farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,708) > 0,05 olduğundan girişimcilik yönünden dolayı kuruluş yapısı ile firmanın kuruluş ilişkisi açısından farklılık göstermemektedir. Bu durum firmaların çoğunluğunun 1991 dönemi sonrası kurulmasından kaynaklanmaktadır. Çünkü örnekleme uzun ömürlü firma sayısı oldukça azdır.

Tablo 24: Kuruluş Yapısı - Hukuki Statü Arasındaki Farklılık

Hukuki Statü	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
A.Ş	35	3,73	0,47	2,01	0,10
Kolektif	23	3,59	0,59		
Limited	8	3,94	0,30		
Komandit	3	3,51	0,35		
Şahıs işletmesi	12	3,32	0,69		
Toplam	81	3,64	0,54		

Firmaların girişimcilik ile ilgili kuruluş yapısı - hukuki statüsü farklılık analizi tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,102) > 0,05 olduğundan girişimcilik yönünden dolayı kuruluş yapısı - firmanın hukuki statüsü açısından farklılık göstermemektedir. Ancak örneklem bir bütün olarak incelendiğinde %90 güven aralığında anlamlıdır.

Tablo 25: Kuruluş Yapısı - Ortak Sayısı Arasındaki Farklılık

Ortak Sayısı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1-3 ortak	70	3,60	0,55	1,96	0,14
4-6 ortak	7	3,93	0,44		
Toplam	77	3,64	0,55		

Firmaların girişimcilik ile ilgili kuruluş yapısı ile ortak yapısı farklılık analizi tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,148) > 0,05 olduğundan dolayı girişimcilik yönünden kuruluş yapısı ile firmanın ortak sayısı açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 26: Kuruluş Yapısı - Yönetim Kurulunda Bulunan Aile Dışı Üye Sayısı Arasındaki Farklılık

Aile Dışı Üye Sayısı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1-3 ortak	42	3,64	0,42	2,86	0,06
4-6 ortak	10	3,68	0,36		
7 ve üstü ortak	3	4,25	0,56		
Toplam	55	3,68	0,43		

Firmaların girişimcilik ile ilgili kuruluş yapısı ile yönetim kurulu ortak sayısı farklılık analizi tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,06) > 0,05 olduğundan girişimcilik yönünden dolayı kuruluş yapısı - firmanın yönetim kurulu ortak sayısı açısından farklılık göstermemekle birlikte %90 güven aralığında farklılık anlamlıdır.

Tablo 27: Kuruluş Yapısı - Kuruluş Şekli Arasındaki Farklılık

Kuruluş Şekli	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
Yeni kuruluş	67	3,60	0,56	1,39	0,25
Aileden devralma	10	3,87	0,35		
Üçüncü şahıstan devralma	4	3,84	0,66		
Toplam	81	3,64	0,54		

Firmaların girişimcilik ile ilgili kuruluş yapısı ile kuruluş şekli farklılık analizi tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,254) > 0,05 olduğundan dolayı girişimcilik yönünden kuruluş yapısı ile firmanın kuruluş şekli açısından farklılık göstermemektedir.

Yapılan analizlerde görüldüğü gibi kuruluş yapısının şirkettekilerin konumu haricindeki diğer ilişkilerde herhangi bir farklılık göstermediği görülmektedir. Kuruluş yapısını endüstriyel yığılma ekonomilerine yönelik algı analizinde önemli bir değişken olduğu görülmektedir. Ayrıca ilerleyen bölümlerde model kurgusu içerisinde bağımsız değişkenler arasında yer alacağını belirtmekte fayda vardır.

2.2.3.1. Kültür Boyutuna Yönelik Bulgular

Yapılan çalışmamızda kültür boyutuna yönelik özellikler girişimcilik ve yönetim yönelimli soru grubu bölümü altında sunulmuştur. Kültür boyutuna yönelik sorularda özellikle firma içi ilişkiler, çalışan işveren uyumu, girişimciliğe paralel olarak yapılacak yeniliklerde firmanın bu durumdaki tutumu, firma performansında çalışan kişilerin kendini ne derecede yeterli düzeyde hissettiği şeklinde daha çok davranışsal ve bilişsel açıdan girişimciliğin ülke içindeki durumunu gösteren sorulardan oluşmaktadır. Ankette bulunan kültür boyutuna ilişkin sorular kendi içinde kategorize edildiğinde; girişimcilik ve yönetim yönelimli kültür boyutlu pozitif gelişme ve iyileşme (KBPG) ve kültür boyutunda değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık) ögeleri (KBDÖ) şeklinde iki ayrı boyutta incelenmiştir. Bu şekilde yığılma ekonomilerine yönelik algı analizinde kurulacak modellerde girişimciliğe ait kültür boyutuyla ilgili olarak iki ayrı değişken olarak ele alınmıştır.

Genel anlamda bakıldığında; ekonomilerin küreselleşmesine bağlı olarak günümüzde ağırlığı gittikçe hissettiren rekabet baskısı firmaları kendi kaynaklarını daha etkin bir şekilde kullanılmasına zorlamakta bu sebeple firmalara teknolojilerdeki gelişmeye ayak uydurma üretim süreçlerinde yeni ürünler geliştirme, yeni tüketici gruplarına ulaşabilme yönünde çaba sarf etmektedirler. Bu bağlamda firmalar bu tip durumları en iyi şekilde çözebilmek adına girişimcilik ve içgirişimcilik kavramları davranışsal - kuramsal alternatif bir çözüm olarak önemli bir hale gelmektedir. Bu duruma paralel olarak girişimcilik davranışının algısal -

davranışsal boyutları firma performansı ile ilişkilendirilmekte ve firma içi uyumun öneminin bir kez daha ortaya çıktığını göstermektedir. Ayrıca içgirişimcilik bir taraftan mevcut sistemden saparak, yeni şeyler yaparak girişimcilik ruhu olarak ele alınırken diğer yönden de organizasyon içinde kişi ve kurumların kontrolünde olan kaynakları dikkate almadan yeni tip fırsat yaratma ve ya arama süreci olarak belirtilmektedir (Ed. Kök ve diğerleri, 2010: 235).

Kültür boyutu ile ilgili betimleyici bilgiler verdikten sonra girişimciliğe ait yapılan anket çalışmasında girişimcilik yönelimli soru grubu içerisinde yer alan kültür boyutuna dair sorular iki ayrı soru grubu dahilinde yapılmış faktör analizi sonucunda değişkenlerin açık hale getirilerek kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu ve kültür boyutunda değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık) ögeleri şeklinde faktörleri adı altında değişkenler oluşturulmuştur. Daha sonrasında ankete katılan firmalara sorulan genel bilgi soru grubundaki; şirkettekilerin konumu, şirketin kuruluş yaşı, şirketin hukuki statüsü, şirketin ortak sayısı, şirketin kuruluş şekline göre farklılık olup olmadığı tek yönlü Anova testi yardımıyla analiz edilmiştir.

Ayrıca anket çalışması ile ilgili soru grupları üzerinden yapılan çalışmaların güvenilirliği ve tutarlılığı için yapılan Cronbach's Alpha testinin sonuçlarına göre girişimcilik yönelimli soru grubu içerisinde yer alan kültür boyutları ile ilgili olarak $\alpha = 0,834 > 0,7$ ve soruların tutarlılığını ölçen Kaiser - Meyer - Orkin (KMO) testinde $\alpha = 0,604 > 0,4$ olduğundan dolayı verilen cevapların tutarlılığı ve güvenilirliği yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

OSB'lere ilişkin kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşmeye yönelik betimsel göstergeler özellikle firmalar OSB'lerdeki firmaların yetenek (4,12) kriterine büyük önem vermektedir. Bu durumda özellikle beşeri sermaye açısından önemli bir nokta olan yaparak öğrenme modelinde yeteneğin de önemi ortaya koymaktadır. Ayrıca firmaların güvenlik, rahatlık (3,98), kurumun amaçlarını bilme (3,98) ve amirlerin kontrolü (3,96) şeklinde kriterlere de önem verdiği görülmektedir. Kişisel gelişim (3,69) ve risk alma (3,53) kriterleri kısmen diğer kriterlere göre daha düşük ortalamalardadır. Firmaların kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşmeye yönelik betimsel göstergeler değerlendirildiğinde firmanın yüksek düzeyde önemin biraz altında (3,75) kaldığı görülmektedir

Bu şekilde yapılacak analizlerin sonrasında kültür boyutunun da yığılma ekonomilerine yönelik algı analizi çerçevesinde oluşturulacak model içerisinde önemli bir değişken olarak karşımıza çıkacaktır.

Tablo 28: GYY KBPG'ye Ait Betimsel Göstergeler

	Ortalama	Standart Sapma
Yenilik Teklifi Teşvik	3,60	1,00
Risk Alma	3,53	1,02
Amirlere Danışma	3,58	0,94
Güvenlik Rahatlık	3,98	0,88
Kişisel Gelişim	3,69	1,09
Terfi Etme	3,60	0,84
Girişimcilik Davranışları	3,75	0,81
Fikirler	3,58	0,83
Birimler Arası Rekabet	3,56	1,07
Rekabet	3,62	0,92
Takım Çalışması	3,82	0,77
Kurumun Başarısı	3,88	0,85
Kurumun Amaçlarını Bilme	3,98	0,74
Beklenen Performans	3,95	0,61
Yetenek	4,12	0,57
Kültür Boyutundaki Pozitif Gelişme ve İyileşme	3,75	0,42

Tablo 29: KBPG İle Firmaların Tüzel Konumu Arasındaki Farklılık

Firmaların Tüzel Konumu	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
Özel Sahiplik	42	3,67	0,47	1,405	0,248
Ortaklık	11	3,73	0,21		
Profesyonel yönetici	21	3,90	0,38		
Diğer	7	3,80	0,41		
Toplam	81	3,75	0,42		

Kültür boyutu pozitif gelişme ve iyileşme ile firmaların tüzel konumu arasındaki farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,248) > 0,05 olduğundan dolayı girişimcilik yönünden kültür boyutu pozitif gelişme ve iyileşme ile firmaların tüzel konumu açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 30: KBPG İle Kuruluş Yılı Arasındaki Farklılık

Kuruluş Yaşı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1925-1970	3	3,88	0,17	0,229	0,876
1971-1990	16	3,80	0,57		
1991-2000	31	3,75	0,41		
2001 ve sonrası	31	3,71	0,37		
Toplam	81	3,75	0,42		

Firmaların kültür boyutu pozitif gelişme ve iyileşme ile kuruluş yılı arasındaki farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,876) > 0,05 olduğundan dolayı girişimcilik yönünden kültür boyutu pozitif gelişme ve iyileşme ile kuruluş yılı açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 31: KBPG İle Hukuki Statü Arasındaki Farklılık

Hukuki Statü	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
A.Ş	35	3,93	0,33	5,52	0,001
Kolektif	23	3,62	0,38		
Limited	8	3,88	0,42		
Komandit	3	3,73	0		
Şahıs işletmesi	12	3,38	0,50		
Toplam	81	3,75	0,42		

Firmaların girişimcilik ile ilgili kültür boyutu pozitif gelişme ve iyileşme ile hukuki statü tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,001) < 0,05 olduğundan dolayı girişimcilik yönünden kültür boyutu - firmaların hukuki statüsü açısından farklılık göstermektedir. A.Ş ve komandit şirketlerin diğer şirketlere göre girişimcilik yönünden pozitif gelişme ve iyileşme kültür boyutuna bakıldığında daha yüksek olarak değerlendirildiği görülmektedir bulgusu kültür boyutunun pozitif gelişme ve iyileşme sürecinde güven parametresinin ön plana çıktığını göstermektedir demektir.

Tablo 32 KBPG İle Ortak Arasındaki Farklılık

Ortak Sayısı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1-3 ortak	70	3,73	0,44	0,97	0,383

4 ve üstü ortak	7	3,94	0,19		
Toplam	77	3,85	0,33		

Firmaların kültür boyutu pozitif gelişme ve iyileşme ile ortak sayısı farklılık analizi tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,383) > 0,05 olduğundan dolayı girişimcilik yönünden kültür boyutları ile firmaların ortak sayısı açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 33: KBPG Yönetim Kurulunda Bulunan Aile Dışı Üye Sayısı Arasındaki Farklılık

Aile Dışı Üye Sayısı		Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1-3 ortak	42	3,81	0,39	1,913	0,158
4-6 ortak	10	3,84	0,30		
7 ve üstü ortak	3	4,24	0,16		
Toplam	55	3,84	0,37		

Firmaların kültür boyutu pozitif gelişme ve iyileşme ile yönetim kurulunda bulunan aile dışı üye sayısı tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,158) > 0,05 olduğundan dolayı kültür boyutu pozitif gelişme ve iyileşme ile firmaların yönetim kurulunda bulunan aile dışı üye sayısı açısından farklılık göstermemektedir. 7 ve üstü ortak girişimciliğin pozitif gelişme ve iyileşme kültür boyutu açısından diğer ortak sayılarına göre 4'ün üzerinde (yüksek olarak) değerlendirmişlerdir.

Tablo 34: KBPG İle Kuruluş Şekli Arasındaki Farklılık Analizi

Kuruluş Şekli		Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
Yeni kuruluş	67	3,74	0,44	0,441	0,645
Aileden devralma	10	3,74	0,21		
Üçüncü şahıstan devralma	4	3,95	0,56		
Toplam	81	3,75	0,42		

Firmaların kültür boyutu pozitif gelişme ve iyileşme ile kuruluş şekli farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,645) > 0,05 olduğundan dolayı girişimcilik profiline yönelik özellikler yönünden kültür boyutları ile firmaların kuruluş şekli açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 35: GYY KBDÖ'ye Yönelik Betimsel Göstergeler

	Ortalama	Standart Sapma
Karar Verme	3,51	0,90
Haber	4,19	0,95
Verimli Çalışma	3,40	0,83
Önyargı	3,22	1,06
Alay Olunma	3,32	1,34
Yönetici Kontrolü	3,71	0,91
Amirlerin Kontrolü	3,96	0,76
Eğitim Yardım	3,28	1,02
Atılganlık	3,17	1,09
İşletme İçi Rekabet	3,39	1,22
Görevlerin Tam Yapılması	3,56	0,96
Kültür Değişmezlik Ögeleri	3,52	0,54

OSB'lere ilişkin kültür boyutundaki değişmezlik ögelerine yönelik betimsel göstergeler, özellikle firmalar OSB'lerdeki firmaların haber (4,19) kriterine büyük önem vermektedir. Bu durumda özellikle bilgi yayılımı konusunda haberleşmenin önemli bir nokta olduğu bilindiğine göre firmaların bu konuya verdikleri önem kümelenme açısından olumlu bulunmaktadır. Ayrıca firmaların amirlerin kontrolü (3,96) ve yönetici kontrolü (3,71) şeklinde kriterlere de önem verdiği görülmektedir. Bu durumlar kültür boyutundaki değişmezlik ögeleri ile çok yakından ilişkili olduğu bilinmektedir. Önyargı (3,22) ve atılganlık (3,17) kriterleri kısmen diğer kriterlere göre daha düşük ortalamalardadır. Firmaların kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşmeye yönelik betimsel göstergeler değerlendirildiğinde firmanın yüksek düzeyde önemin altında (3,52) kaldığı görülmektedir.

Tablo 36: KBDÖ İle Firmaların Tüzel Konumu Arasındaki Farklılık

Firmaların Tüzel Konumu	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
Özel Sahiplik	42	3,51	0,61	0,128	0,943
Ortaklık	11	3,55	0,41		
Profesyonel yönetici	21	3,56	0,53		
Diğer	7	3,42	0,39		
Toplam	81	3,52	0,54		

Kültür boyutundaki değişmezlik ögeleri ile firmaların tüzel konumu arasındaki farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,943) > 0,05 olduğundan dolayı girişimcilik yönünden kültür boyutundaki değişmezlik ögeleri ile firmaların tüzel konumu açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 37: KBDÖ İle Kuruluş Yılı Arasındaki Farklılık

Kuruluş Yaşı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1925-1970	3	3,27	0,79	0,825	0,484
1971-1990	16	3,64	0,51		
1991-2000	31	3,43	0,54		
2001 ve sonrası	31	3,57	0,55		
Toplam	81	3,52	0,54		

Kültür boyutundaki değişmezlik ögeleri ile kuruluş yılı arasındaki farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,484) > 0,05 olduğundan dolayı girişimcilik yönünden kültür boyutu pozitif gelişme ve iyileşme ile kuruluş yılı açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 38: KBDÖ İle Hukuki Statü Arasındaki Farklılık

Hukuki Statü	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
A.Ş	35	3,50	0,57	1,505	0,209
Kolektif	23	3,59	0,48		
Limited	8	3,77	0,24		
Komandit	3	3,69	0,10		
Şahıs işletmesi	12	3,22	0,70		
Toplam	81	3,52	0,54		

Kültür boyutundaki değişmezlik ögeleri ile hukuki statü tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,209) > 0,05 olduğundan dolayı kültür boyutundaki değişmezlik ögeleri ile firmaların hukuki statüsü açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 39: KBDÖ İle Ortak Arasındaki Farklılık

Ortak Sayısı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1-3 ortak	70	3,49	0,56	1,06	0,352
4 ve üstü ortak	7	3,70	0,50		

Kültür boyutundaki değişmezlik ögeleri ile ortak sayısı farklılık analizi tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,352) > 0,05 olduğundan dolayı kültür boyutundaki değişmezlik ögeleri ile firmaların ortak sayısı açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 40: KBDÖ İle Yönetim Kurulunda Bulunan Aile Dışı Üye Sayısı Arasındaki Farklılık

Aile Dışı Üye Sayısı		Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1-3 ortak	2	3,60	0,40	3,027	0,057
4-6 ortak	2	3,20	0,61		
7 ve üstü ortak	2	3,57	0,82		
Toplam	6	3,53	0,49		

Kültür boyutundaki değişmezlik ögeleri - yönetim kurulunda bulunan aile dışı üye sayısı tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,057) > 0,05 olduğundan dolayı kültür boyutundaki değişmezlik ögeleri - firmaların yönetim kurulunda bulunan aile dışı üye sayısı açısından farklılık göstermemekle birlikte %90 güven aralığında farklılık anlamlıdır.

Tablo 41: KBDÖ İle Kuruluş Şekli Arasındaki Farklılık

Kuruluş Şekli	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
Yeni kuruluş	67	3,54	0,53	0,706	0,497
Aileden devralma	10	3,53	0,52		
Üçüncü şahıstan devralma	4	3,20	0,92		
Toplam	81	3,52	0,54		

Kültür boyutundaki değişmezlik öğeleri ile kuruluş şekli farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,497) > 0,05 olduğundan dolayı kültür boyutundaki değişmezlik öğeleri ile firmaların kuruluş şekli açısından farklılık göstermemektedir.

2.2.3.2. Girişimcilik Profiline Yönelik Bulgular

Yapılan çalışmamızda girişimcilik profiline yönelik özellikler girişimcilik ve yönetim yönelimli soru grubu bölümü altında sunulmuştur. Önceki bölümlerde de bahsedilen durumlara ek olarak anket sorularında girişimcilik profiline yönelik sorularda özellikle merkezi yönetimin (devlet) girişimcilik adına ne şekilde etkiye bulunduğunu, bölge içerisinde girişimcilik profilini bireyler ve firmalar üzerinde yarattığı etkiyi incelemek adına önemli sorular bulunmakta, bölge açısından girişimcilik profiline yönelik bilgiler sunmaktadır.

Bu çerçevede OSB’de faaliyette bulunan firmaların; örgüt yapıları, girişimcinin bilişsel ve dışsal faktör olan devletin düzenleyicilik durumu dâhilinde kümelenme algısı ve örgüt performansı arasında nasıl bir ilişki olacağı belirlenmesi istenmektedir.

Bu duruma paralel olarak girişimcilik profiline yönelik özellikler ile ilgili betimleyici bilgiler sonrasında anket çalışmasında girişimcilik yönelimli soru grubu içerisinde yer alan girişimcilik profiline yönelik özelliklere dair sorular girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algı (GPYKY) ve girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı (GOKO) şeklinde iki gruba ayrılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda değişkenlerin açık hale getirilerek değişkenler oluşturulmuştur. Daha sonra ankete katılan firmalara sorulan genel bilgi soru grubundaki; şirkettekilerin konumu, şirketin kuruluş yaşı, şirketin hukuki statüsü, şirketin ortak sayısı, şirketin kuruluş şekline göre farklılık olup olmadığı tek yönlü Anova testi yardımıyla analiz edilmiştir.

Ayrıca anket çalışması ile ilgili soru grupları üzerinden yapılan çalışmaların güvenilirliği ve tutarlılığı için yapılan Cronbach’s Alpha testinin sonuçlarına göre girişimcilik yönelimli soru grubu içerisinde yer alan girişimcilik profilleri ile ilgili olarak $\alpha = 0,908 > 0,7$ ve soruların tutarlılığını ölçen Kaiser - Meyer – Orkin

(KMO) testinde $\alpha = 0,651 > 0,4$ olduğundan dolayı verilen cevapların tutarlılığı ve güvenilirliği yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

OSB'lere ilişkin girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısına ilişkin betimsel göstergelerde, özellikle firmalar OSB'lerdeki firmaların vermiş olduğu cevaplara ilişkin değerlendirmede girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısı ortalamasının (2,55) gibi çok düşük bir ortalama da değerlendirildiği görülmektedir. Bu durumun OSB'lerdeki firmaların devlet eliyle ve diğer çeşitli kuruluşların girişimciliğe dayalı yardım ve teşviklerin istenilen bir yapıda olmadığını göstermektedir. Özellikle çaba harcama (2,38) ve adil yararlanma (2,45) kriterleri girişimcilik profili kapsamında en düşük değerleri aldığı görülmektedir. Bu noktada firmaların girişimcilik adına özellikle devlet eliyle yapılan yardım ve teşviklerde beklenen ortamın sağlanamadığı görülmektedir.

Tablo 42: Girişimcilik ve Yönetim Yönelimli GPYKY'e İlişkin Betimsel Göstergeler

	Ortalama	Standart Sapma
İş Kurmada Yardımcı Olma	2,83	1,22
Teşvik Kolaylık Sağlama	2,61	0,98
Teşvik Olanakları	2,55	1,12
İş Geliştirmede Yardım	2,66	1,25
Her Türlü Yardım	2,51	0,98
Kolaylık Sağlama	2,51	1,14
Bilgilere Ulaşmada Yardımcı Olma	2,56	0,98
Yardımcı Olma	2,50	0,96
Adil Yararlanma	2,45	1,04
Çaba Harcama	2,38	1,12
Kolaylık	2,48	1,02
Girişimcilik Profilini Destekleyen Kurumsal Yapı Algısı	2,55	0,72

Tablo 43: GPYKY İle Firmaların Tüzel Konumu Arasındaki Farklılık

Firmaların Tüzel Konumu	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
Özel Sahip	42	0,81	0,82	1,925	0,133
Ortaklık	11	0,61	0,61		
Profesyonel yönetici	21	0,53	0,53		
Diğer	7	0,45	0,45		
Toplam	81	0,72	0,72		

Firmaların girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısı ile firmaların tüzel konumu arasındaki farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,133) > 0,05 olduğundan dolayı girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısı ile firmaların tüzel konumu açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 44: GPYKY İle Kuruluş Yılı Arasındaki Farklılık

Kuruluş Yılı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1925-1970	3	2,33	0,50	0,596	0,62
1971-1990	16	2,40	0,78		
1991-2000	31	2,53	0,69		
2001 ve sonrası	31	2,67	0,74		
Toplam	81	2,55	0,72		

Firmaların girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısı ile kuruluş tarihi farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,620) > 0,05 olduğundan girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısı ile firmanın kuruluş tarihi açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 45: GPYKY İle Hukuki Statü Arasındaki Farklılık

Hukuki Statü	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
A.Ş	35	2,54	0,55	1,163	0,334
Kolektif	23	2,79	0,79		
Limited	8	2,39	0,95		
Komandit	3	2,24	0,10		
Şahıs işletmesi	12	2,32	0,88		
Toplam	81	2,55	0,72		

Firmaların girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısı ile hukuki statü farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,334) > 0,05 olduğundan dolayı girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısı ile firmanın hukuki statüsü açısından farklılık göstermemektedir. Şirketler açısından girişimcilik

girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısı özellikleri (az olarak) değeriendirilmiştir.

Tablo 46: GPYKY İle Ortak Arasındaki Farklılık

Ortak Sayısı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1-3 ortak	70	2,56	0,74	0,588	0,558
4 ve fazlası ortak	7	2,74	0,61		
Toplam	77	2,58	0,72		

Firmaların girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısı ile ortak farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,558) > 0,05 olduğundan dolayı girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısı ile firmanın ortak sayısı açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 47: GPYKY İle Yönetim Kurulunda Bulunan Aile Dışı Üye Sayısı Arasındaki Farklılık

Aile Dışı Üye Sayısı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1-3 ortak	2	2,40	0,06	0,253	0,792
4 ve fazlası ortak	2	2,18	0,64		
7 ve üstü ortak	2	2,63	0,89		
Toplam	6	2,40	0,53		

Firmaların girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısı ile yönetim kurulunda bulunan aile dışı üye sayısı farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,792) > 0,05 olduğundan dolayı girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısı ile yönetim kurulunda bulunan aile dışı üye sayısı açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 48: GPYKY İle Kuruluş Şekli Arasındaki Farklılık

Kuruluş Şekli	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
Yeni kuruluş	67	2,54	0,73	0,042	0,959
Aileden devralma	10	2,61	0,73		
Üçüncü şahıstan devralma	4	2,54	0,55		
Toplam	81	2,55	0,72		

Firmaların girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısı ile kuruluş şekli farklılık analizi tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,959) > 0,05 olduğundan dolayı girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısı ile firmanın kuruluş şekli açısından farklılık göstermemektedir. Yeni kuruluş, aileden devralma ve üçüncü şahıstan devralma girişimcilik profiline ilişkin özellikler açısından az şeklinde değerlendirilmişlerdir.

Tablo 49: GOKO'ya Yönelik Betimsel Göstergeler

	Ortalama	Standart Sapma
Kariyer Yolu	2,72	1,10
Yenilikçi Yaratıcı Düşünme	2,76	1,02
Takdir Edilme	2,72	1,00
Hayranlık	2,69	0,93
Takdir Etme Eğilimi	2,60	0,88
Toplumsal Destek	2,91	1,08
Güvensizlik	2,86	1,11
Kendini İspatlama	2,83	1,03
Özgüven	2,70	0,88
Saygınlık	2,92	1,21
Sosyal Statü	2,79	1,12
Rahat Yaşam	2,83	1,14
Bağımsızlık	2,87	1,02
Topluma Fayda	2,80	1,16
Gelir Dağılımına Olumlu Katkı	3,11	1,21
Girişimcilik Profili Olgusu Kendiliğinden	2,81	0,63

OSB'lere ilişkin girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algıya ilişkin betimsel göstergelerde, OSB'lerdeki firmaların vermiş olduğu cevaplara ilişkin değerlendirmede girişimcilik olgusunun

kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algının (2,81) gibi çok düşük bir ortalama da değerlendirildiği görülmektedir. Bu durumun OSB'deki firmaların girişimcilik olgusunun istenilen bir yapıda olmadığını göstermektedir. Özellikle takdir etme eğilimi (2,60) ve girişimciliğe duyulan hayranlık (2,69) kriterleri girişimcilik profili kapsamında en düşük değerleri aldığı görülmektedir.

Tablo 50: GOKO İle Firmaların Tüzel Konumu Arasındaki Farklılık

Firmaların Tüzel Konumu	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
Sahip	42	2,73	0,65	1,149	0,335
Ortak	11	2,93	0,58		
Profesyonel yönetici	21	2,97	0,61		
Diğer	7	2,56	0,63		
Toplam	81	2,81	0,63		

Firmaların girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ile şirkettekilerin konumu farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,335) > 0,05 olduğundan dolayı girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ile firmanın çalışanın konumu açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 51:GOKO İle Kuruluş Yılı Arasındaki Farklılık

Kuruluş Yılı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1925-1970	3	2,51	0,34	1,052	0,375
1971-1990	16	2,60	0,80		
1991-2000	31	2,84	0,55		
2001 ve sonrası	31	2,91	0,63		
Toplam	81	2,81	0,63		

Firmaların girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ile kuruluş tarihi farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,375) > 0,05 olduğundan firmaların girişimcilik olgusunun

kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ile firmanın kuruluş tarihi açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 52: GOKO İle Hukuki Statü Arasındaki Farklılık

Hukuki Statü	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
A.Ş	35	2,90	0,59	0,974	0,427
Kolektif	23	2,84	0,60		
Limited	8	2,43	0,84		
Komandit	3	2,64	0,03		
Şahıs işletmesi	12	2,76	0,79		
Toplam	81	2,81	0,63		

Firmaların girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ile hukuki statü farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0.427) > 0,05 olduğundan dolayı firmaların girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ile firmanın hukuki statüsü açısından farklılık göstermemektedir. Şirketler açısından firmaların girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı (az olarak) değerlendirilmiştir.

Tablo 53: GOKO İle Ortak Arasındaki Farklılık

Ortak Sayısı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1-3 ortak	70	2,76	0,65	0,518	0,598
4 ve fazlası ortak	7	3,1	0,38		
Toplam	77	2,78	0,63		

Firmaların girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ile ortak farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,598) > 0,05 olduğundan dolayı firmaların girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ile firmanın ortak sayısı açısından farklılık göstermemektedir.

Tablo 54: GOKO İle Yönetim Kurulunda Bulunan Aile Dışı Üye Sayısı Arasındaki Farklılık

Aile Dışı Üye Sayısı	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
1-3 ortak	2	2,56	0,23	9,443	0,051
4 ve fazlası ortak	2	2,26	0,28		
7 ve üstü ortak	2	3,23	0,14		
Toplam	6	2,68	0,47		

Firmaların girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ile yönetim kurulunda bulunan aile dışı üye sayısı farklılık tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0.051) > 0,05 olduğundan dolayı Firmaların girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ile yönetim kurulunda bulunan aile dışı üye sayısı açısından farklılık göstermemekle birlikte %90 güven aralığında farklılık anlamlıdır.

Tablo 55: GOKO İle Kuruluş Şekli Arasındaki Farklılık

Kuruluş Şekli	N	Ortalama	Std. Sapma	F	p(işaret)
Yeni kuruluş	67	2,87	0,64	2,138	0,125
Aileden devralma	10	2,45	0,58		
Üçüncü şahıstan devralma	4	2,63	0,40		
Toplam	81	2,81	0,63		

Firmaların girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ile kuruluş şekli farklılık analizi tek yönlü Anova testi ile incelendiğinde prob. (0,125) > 0,05 olduğundan dolayı Firmaların girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ile firmanın kuruluş şekli açısından farklılık göstermemektedir. Yeni kuruluş, aileden devralma ve üçüncü şahıstan devralma, firmaların girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı açısından az şeklinde değerlendirilmiştir.

2.2.4. Değişkenlere İlişkin Olarak Pearson Analizi

Yapılan anket çalışmaları sonucunda 3 şehirdeki 81 adet OSB’de faaliyet gösteren firmalardan bilgiler elde edilmiştir. Yığılma ekonomilerinden hareketle kümelenme algısına ilişkin regresyon analizleri değerlendirilmiştir. Oluşturulan veri setinden hareketle tedarikçi ilişkileri (Tİ), müşteri memnuniyeti ve kalite (MMK), teslim zamanı (TZ), yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması (YÜG), üretilen ürünlerin başarısızlığına neden olan faktörler (ÜÜBF), kuruluş yapısı (KY), kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu, kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık) ögeleri, girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algı ve girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı arasındaki ilişkileri ve bu ilişkilerin yönünü belirlemek amacıyla korelasyon katsayıları ve tanımlayıcı istatistikler verilmiştir.

Tablo 56: Pearson Korelasyon (%) Katsayıları (n=81)

		Tİ	MMK	TZ	YÜG	ÜÜBF	KY	KBDÖ	KBPG	GPYKY	GOKO
Tİ	Pearson Korelasyon	1	.751(**)	.634(**)	.571(**)	-0.147	.460(**)	0.2	.520(**)	0.054	0.162
	İşaret		0	0	0	0.19	0	0.074	0	0.633	0.149
	N		81	81	81	81	81	81	81	81	81
MMK	Pearson Korelasyon		1	.805(**)	.703(**)	-0.167	.371(**)	0.061	.567(**)	-0.008	0.187
	İşaret			0	0	0.136	0.001	0.586	0	0.94	0.095
	N			81	81	81	81	81	81	81	81
TZ	Pearson Korelasyon			1	.663(**)	-0.143	.328(**)	0.09	.580(**)	-0.114	0.097
	İşaret				0	0.202	0.003	0.427	0	0.31	0.391
	N				81	81	81	81	81	81	81
YÜG	Pearson Korelasyon				1	-0.121	.314(**)	0.048	.497(**)	0.058	.309(**)
	İşaret					0.282	0.004	0.669	0	0.607	0.005
	N					81	81	81	81	81	81
ÜÜBF	Pearson Korelasyon					1	0.111	.306(**)	0.026	-0.072	-.232(*)
	İşaret						0.323	0.005	0.815	0.521	0.037
	N						81	81	81	81	81
KY	Pearson Korelasyon						1	.632(**)	.605(**)	0.168	0.054
	İşaret							0	0	0.134	0.635
	N							81	81	81	81
KBDÖ	Pearson Korelasyon							1	.447(**)	.377(**)	0.194
	İşaret								0	0.001	0.082
	N								81	81	81
KBPG	Pearson Korelasyon								1	0.011	0.192
	İşaret									0.923	0.087
	N									81	81
GPYKY	Pearson Korelasyon									1	.550(**)
	İşaret										0
	N										81
GOKO	Pearson Korelasyon										1
	İşaret										
	N										

**%1 düzeyinde anlamlı

*%5 düzeyinde anlamlı.

Korelasyon analizi sonuçlarına göre tedarikçi ilişkileri ile müşteri memnuniyeti ve kalite (R=0,751) ve teslim zamanı (R=0,634) arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmekte, ayrıca yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması, kuruluş yapısı ve kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme arasında anlamlı bir ilişkinin olduğuna işaret etmektedir. ($p < 0,01$)

Müşteri memnuniyeti ve kalitede ise teslim zamanı, yeni ürün geliştirme ve pazarlama arasındaki ilişkinin önemli olduğu görülmekte, ayrıca kuruluş yapısı ve kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme ile ilgili olarak ta anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. ($p < 0,01$) Bunun yanında müşteri memnuniyeti kalitenin üretilen ürünlerin başarısızlığa uğramasındaki faktör nedenleri arasında ise negatif yönlü bir ilişki bulunduğu görülmektedir.

Teslim zamanına ilişkin değişkene baktığımızda özellikle yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması, değişkeninle bir ilişki olduğu gözlenmekte ayrıca girişimciliğin kuruluş boyutu ve kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme ile de anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. ($p < 0,01$)

Yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması değişkeni ile ilgili olarak; girişimciliğin kuruluş yapısı, kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme ve girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ile anlamlı bir ilişki olduğuna işaret edilmektedir. ($p < 0,01$)

Üretilen ürünlerin başarısızlığa uğramasındaki faktörler değişkeni ise kültür boyutu değişmezlik ögeleri ile anlamlı bir ilişkisinin olduğu gözlenmektedir. ($p < 0,01$). Ayrıca girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ile de negatif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. ($p < 0,05$)

Girişimciliğin kuruluş yapısı değişkeni ile ilgili yapılan korelasyon analizinde ise; kültür boyutu değişmezlik ögeleri ve kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme ile anlamlı bir ilişki içerisinde olduğu gözlenmektedir ($p < 0,01$). Kültür boyutu değişmezlik ögeleri değişkeni ile kültür boyutundaki pozitif gelişme ve girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algı iyileşme arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. ($p < 0,01$). Son olarak girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algı değişkeni ile girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ile anlamlı bir ilişki olduğuna ilişkin bulgular görülmektedir. ($p < 0,01$)

2.3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGELERİNDE KÜMELENMEYE YÖNELİK ALGI ANALİZİ

OSB'ye ilişkin kümelenme modelinde; kullanılan makine ve ekipmanı satın alındığı tedarikçilere/üreticilere, yedek parçaların satın alındığı tedarikçilere/üreticilere, ürünlerin satıldığı müşterilere ve rakip üreticiler şeklinde kümelenme gereksiniminin nedenleri şeklinde 6 adet soru bulunmaktadır. Sorular ayrıca kümelenme olgusuna ilişkili olarak aynı sanayi bölgesinde, aynı şehirdeki, farklı şehirde ve yurtdışı seçenekleriyle kümelenme tercih nedenleri belirtilmektedir. Burada birinci tercihler alınarak en çok ilişkinin olduğu firmanın yeri uzaklık olarak düşünülmüştür.

Tablo 57: Firmaların Kümelenme Seçimlerine İlişkin Göstergeler

Kümelenme Tercih Nedeni Kümelenme Gereksiniminin Nedeni	Aynı Sanayi Bölgesinde	Aynı Şehirde	Farklı Şehirde	Yurtdışında
Kullandığınız Makine ve Ekipmanı Satın Aldığınız Tedarikçiler/Üreticiler	3	20	58	45
Yedek Parçalarınızı Satın Aldığınız Tedarikçiler/Üreticiler	3	28	66	37
Bakım Hizmeti Aldığınız İşletmeler	8	47	58	22
Kullandığınız Hammade/ Yarı mamullerinizi Satın Aldığınız Tedarikçi/Üreticiler	4	29	67	31
Ürünlerinizi Sattığınız Müşteriler	13	54	61	27
Rakiplerinizi Olan Üreticiler	12	51	64	13

Kaynak: Araştırma Bulgularından Düzenlenmiştir.

Verilen tabloda kümelenme gereksiniminin nedenlerinin içerisinde kaç kişinin kümelenme tercih nedenlerini seçtiği görülmektedir. Burada değerler Binary Lojistik Regresyon (Logit Model)¹² içerisinde kurulacak modelden hareketle yığılma ekonomilerine ilişkin algılama hakkında parametre bulguları elde edilmiştir.

2.3.1. Araştırmanın Veri Seti ve Yöntemi

Bu çalışmaya konu veri tabanı Yunanistan'ın Gümölcine, İskeçe ve Dedeoğlu OSB'lerinden sağlanmıştır. Çalışma Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, yüksek lisans projeleri çerçevesinde 2013.KB.SOS.013 nolu Bilimsel Araştırma Projeleri kapsamında ele alınmış ve proje desteği sağlanmıştır.

Araştırma döneminde, ekteki anket (Ed. Kök ve diğerleri, 2010) örneğinden hareketle alınarak hazırlanmış ve bahis konusu sahadan veriler elde edilmiştir. Araştırma sahasından Gümölcine OSB alanında ve çevresinde yaklaşık 60 firma bulunmaktadır. Tesadüfi seçim yöntemiyle Gümölcine OSB ve çevresinden toplam 33 firma ile anket yapılmıştır. İskeçe OSB ve çevresinde yaklaşık 55 firma bulunmaktadır. Tesadüfi seçim yöntemiyle İskeçe OSB ve çevresinden toplam 39 firma ile anket yapılmıştır. Son olarak Dedeoğlu OSB alanında ve çevresinde toplam bulunan 25 firma bulunmaktadır. Tesadüfi seçim yöntemiyle Dedeoğlu OSB ve çevresinden toplam 9 firmaya tarafımdan yüz yüze anket uygulanmıştır.

2.3.2 Lojistik Regresyon Analizi: Modeller

Burada bağımlı değişkenin kesikli olması ve iki değer alması durumunda uygulanan regresyon modeline yer verilmiştir. Bu yöntemde bağımlı değişken iki farklı değer alır. Bu değişkenin i.verisi $Y_i = \{0,1\}$ değerlerinden birini aldığından lojistik regresyon analizinde $Y_i=1$ ve ya $Y_i=0$ olma olasılığını, birden fazla kategorik ya da sürekli bağımsız değişkene bağlı olarak tahminlemek amacıyla kurulan bu yöntemin tanımına ilişkin kümelenme analizini güçlendirmesi beklenmektedir.

Doğrusal regresyondan farklı olarak bir değişkeninin bağımsız değişkenlere bağlı olarak hangi değeri alacağını tahminleyerek değil, iki sonuçlu bir değişkenin

¹² Binary Lojistik Regresyon ayrıntılı bilgi için Bkz. (Özdemir, 2013: 307- 313)

bağımsız değişkenlere bağlı olarak hangi değeri alacağını olasılığının tahminlemesi şeklinde yorumlanmaktadır

Bağımlı değişkenin iki değerinden istenilen sonucun olasılığı ρ ise, istenilmeyen sonucun olasılığını $1 - \rho$ olarak belirlenmektedir. x_i değişkeninin değerine bağlı olarak logaritmik model (log- odds) şu şekilde tanımlanmaktadır:

$$\ln\left(\frac{p_i}{1-p_i}\right) = \beta_0 + \beta_1 \cdot x_1 + \beta_2 \cdot x_2 + \dots + \beta_i \cdot x_i$$

β_i : Lojistik regresyon modelinin katsayılarıdır ve x_i değişkenindeki bir birimlik değişiminin bağımlı değişkenin olma ihtimalinin olmama ihtimaline oranının logaritmik değerinde meydana getirdiği değişimdir.

Lojistik regresyon olabirlik (likelihood), olasılıkla ölçüm, odds ve ya log-odds ile tahminleme yapar. Odds (bahis oranı) bir ölçümde istenilen durumun gerçekleşme sayısının, gerçekleşmeme sayısına oranıdır. Olasılık ρ ise gerçekleşme ihtimalidir. Olasılık ile odds arasındaki ilişki şu şekildedir:

$$\text{Olasılık } (\rho) = \frac{\text{odds}}{1 + \text{odds}}$$

$\text{Exp}(\beta)$ değerleri ise her bir bağımsız değişkenin tek başına modele katkısını gösteren odds değerleridir. Lojistik katsayılarının yorumlanmasında odds değerleri kullanılmalıdır. Diğer değişkenler sabit kalmak üzere, cari rasyonun tek başına modele katkısını gösteren odds değeri, $e^{1,373} = 3,949$ olarak verilmektedir.

$$\text{Olasılık } (\rho) = \frac{\text{odds}}{1 + \text{odds}} \rightarrow \rho = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 \cdot x_1 + \beta_2 \cdot x_2 + \dots + \beta_3 \cdot x_3}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 \cdot x_1 + \beta_2 \cdot x_2 + \dots + \beta_3 \cdot x_3}} \text{ 'dir.}$$

Buradan tanımlanan değere göre genellikle 0 ile 1 arasında tanımlanan değerler olduğundan dolayı değerler 0'a yaklaştıkça olumsuz 1'e doğru yaklaştıkça ise olumlu bir sonuca varılır. Yada hesaplanan ρ olasılığı 0,50 ile karşılaştırılır. $\rho > 0,50$ ise olumlu bir durum değişeceği, $\rho < 0,50$ ise durumun değişmeyeceği yorumu yapılır (Özdemir, 2013: 307- 313).

Bu noktadan kurulacak hipotez şu şekildedir:

Hipotez: Tedarikçi ilişkileri, müşteri memnuniyeti ve kalite, teslim zamanı, yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması, üretilen ürünlerin başarısızlığa uğramasındaki neden olan faktörler, kuruluş yapısı, kültür boyutundaki pozitif gelişme, kültür boyutundaki değişmezlik öğeleri, girişimcilik profilini destekleyen

kurumsal yapıya ilişkin algı ve girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşü vb. kapsamdaki değişkenler kümelenmeyi gerekli kılmaktadır.

Bu hipoteze paralel olarak kurulacak olan modelimizde bağımsız değişkenlerimiz şunlardır¹³;

x_{Ti} = Tedarikçi ilişkileri

x_{MMK} = Müşteri memnuniyeti ve kalite

x_{TZ} = Teslim zamanı

$x_{YÜG}$ = Yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması

$x_{ÜÜBF}$ = Üretilen ürünlerin başarısızlığa uğramasındaki faktör nedenleri

x_{KY} = Kuruluş yapısı

x_{KBPG} = Kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu

$x_{KBDÖ}$ = Kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık) öğeleri

x_{GPDKY} = Girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algı

x_{GOKO} = Girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı şeklindedir.

Modelimizin bağımlı değişkeni ise kümelenme sorularıdır. Bu sorularda kendi aralarında şu şekilde gösterilmektedir:

k_1 = Kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçiler/üreticiler

k_2 = Yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler

k_3 = Bakım hizmeti alınan işletmeler

k_4 = Kullanılan hammadde/yarı mamullerin satın alındığı tedarikçi/üreticiler

k_5 = Ürünlerin satıldığı müşteriler

k_6 = Rakip olan üreticiler

Bağımlı ve bağımsız değişkenler belirlendikten sonra kümelenmeye ilişkin her bir değişkenin bağımsız değişkenler üzerindeki etkilerini açıklamak amacıyla Binary Lojistik Regresyon analizi yardımıyla modeller oluşturulmuştur. Modeller dâhilinde kümelenme algısına ilişkin değişkenler belirlenip her bir k değişkeni için $\sum_{k=1}^6 k_n$ model oluşturulmuştur. Bu sayede kümelenme algısına ilişkin temel değişkenler belirlenmiş, her bir değişken için; ortalamaların altında olan değişkenlere

¹³ Kurulacak model için SPSS 15.0 programı kullanılmıştır.

0 değeri, ortalamalarının üstünde olan değişkenlere ise 1 değeri verilerek her bir bağımsız değişkenin kümelenme modelinde olmasının olmama olasılığı incelenerek model belirlenmektedir. Bu model, her bir bağımsız değişkene yönelik algıdaki %1 birimlik değişiminin kümelenmeyi gerekli kılan nedensellikteki % değişme ihtimaliyetini elde etmemize imkân sağlar.

Tablo 58: (Model I) TZY Yönelik Tİ İlişkin Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme (Şehir, Bölge)

Kümelenme Algısını Güçlendiren Faktörler Kümelenme Gereksiniminin Nedeni	MMK	TZ	YÜĞ	ÜÜBF	KY	KBDÖ	KBPG	GPDKY	GOKO
Kullanılan Makine ve Ekipmanın Satın Alındığı Tedarikçiler/ Üreticiler	2,076* (1,088)	1,218 (0,757)	0,316 (0,986)	-0,640 (0,77)	-0,774 (0,991)	1,867** (1,129)	-1,380 (1,405)	-0,026 (0,6)	-0,365 (0,675)
Yedek Parçaların Satın Alındığı Tedarikçiler/Üreticiler	2,006* (0,922)	0,36 (0,641)	0,280 (0,82)	-0,489 (0,66)	0,188 (0,801)	0,601 (0,891)	-0,416 (1,136)	0,417 (0,524)	-0,846 (0,587)
Bakım Hizmeti Alınan İşletmeler	2,006* (0,922)	0,36 (0,641)	0,280 (0,82)	-0,489 (0,66)	0,188 (0,801)	0,601 (0,891)	-0,416 (1,136)	0,417 (0,524)	-0,846 (0,587)
Kullanılan Hammadde/Yarı Mamullerin Satın Alındığı Tedarikçi/ Üreticiler	2,006* (0,922)	0,36 (0,641)	0,280 (0,82)	-0,489 (0,66)	0,188 (0,801)	0,601 (0,891)	-0,416 (1,136)	0,417 (0,524)	-0,846 (0,587)
Ürünlerin Satıldığı Müşteriler	2,006* (0,922)	0,36 (0,641)	0,280 (0,82)	-0,489 (0,66)	0,188 (0,801)	0,601 (0,891)	-0,416 (1,136)	0,417 (0,524)	-0,846 (0,587)
Rakip Olan Üreticiler	2,006* (0,922)	0,36 (0,641)	0,280 (0,82)	-0,489 (0,66)	0,188 (0,801)	0,601 (0,891)	-0,416 (1,136)	0,417 (0,524)	-0,846 (0,587)

** %10 düzeyinde anlamlı

*% 5 düzeyinde anlamlı

Parantez İçerisindeki Değerler Standart Hatayı Göstermektedir.

Tabloda görüldüğü gibi yapılmış olan Binary lojistik regresyon sonuçları dâhilinde %95 ve %90 güven aralığında anlamlı bulunan değişkenler tabloda yer almıştır. Tabloda ilk kümelenme gereksiniminin nedenlerinden olan kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçi/ üreticiler maddesinde; müşteri memnuniyeti ve kaliteye yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişiminin kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçi/ üreticiler gereksinimindeki % değişme

ihtimaliyetini %2,07 birim etkilemektedir. Ayrıca kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık) öğelerin de algıdaki %1 birimlik bir değişimin kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçi / üreticiler gereksinimindeki % değişme ihtimaliyetini %1,07 birim etkilediği görülmektedir.

Bir diğer kümelenme gereksiniminin gerekliliğini ortaya koyan nedenlerinden yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler değişkeni değerlendirildiğinde; müşteri memnuniyetine yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler gereksinimindeki % değişme ihtimaliyetini %2 birim etkilemektedir. Diğer değişkenlerde tabloda görüldüğü gibi yöntem aynı şekilde yorumlanmaktadır.

Bu tabloda fonksiyonumuzu şu şekilde yazabiliriz;

$$k_1 = f(x_{MMK}, x_{KBDÖ})$$
$$k_2, k_3, k_4, k_5, k_6 = f(x_{MMK}) \text{ şeklindedir.}$$

Tablo 59: (Model II) TZY Yönelik MMK İlişkin Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme

(Şehir, Bölge)

Kümelenme Algısını Güçlendiren Faktörler Kümelenme Gereksiniminin Nedeni	TZ	YÜG	ÜÜBF	KY	KBDÖ	KBPG	GPDKY	GOKO	Tİ
Kullanılan Makine ve Ekipmanın Satın Alındığı Tedarikçiler/ Üreticiler	3,559* (1,457)	3,512* (1,556)	-2,904 (1,902)	-1,266 (1,641)	-1,896 (2,045)	2,926* (2,414)	0,369 (0,998)	-1,761 (1,219)	2,134** (1,279)
Yedek Parçaların Satın Alındığı Tedarikçiler/Üreticiler	3,44* (1,344)	1,305 (1,338)	0,136 (1,457)	1,888 (3,04)	-6,443* (3,04)	3,338 (2,454)	1,288 (0,92)	-1,171 (0,897)	3,75* (1,32)
Bakım Hizmeti Alınan İşletmeler	3,44* (1,344)	1,305 (1,338)	0,136 (1,457)	1,888 (3,04)	-6,443* (3,04)	3,338 (2,454)	1,288 (0,92)	-1,171 (0,897)	3,75* (1,32)
Kullanılan Hammadde/Yarı Mamullerin Satın Alındığı Tedarikçi/ Üreticiler	3,44* (1,344)	1,305 (1,338)	0,136 (1,457)	1,888 (3,04)	-6,443* (3,04)	3,338 (2,454)	1,288 (0,92)	-1,171 (0,897)	3,75* (1,32)
Ürünlerin Satıldığı Müşteriler	2,395* (0,984)	0,237 (1,183)	-1,437 (1,043)	1,137 (1,043)	-2,901** (1,532)	1,401 (1,757)	1,451** (0,791)	-1,257 (0,772)	2,702* (1,009)
Rakip Olan Üreticiler	2,395* (0,984)	0,237 (1,183)	-1,437 (1,043)	1,137 (1,043)	-2,901** (1,532)	1,401 (1,757)	1,451** (0,791)	-1,257 (0,772)	2,702* (1,009)

** %10 düzeyinde anlamlı

*% 5 düzeyinde anlamlı

Parantez İçerisindeki Değerler Standart Hatayı Göstermektedir.

Tedarik Zinciri Yönetimine yönelik müşteri memnuniyeti kaliteye ilişkin kümelenme algısı incelendiğinde tabloda karşımıza şu sonuçlar çıkmaktadır; kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçiler/üreticiler kümelenme gereksiniminin nedeninde, teslim zamanına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçi/ üreticiler gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini %3,55 birim etkilemektedir. Aynı şekilde yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlamasına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçi/ üreticiler gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini %3,51 birim etkilemektedir. Ayrıca kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu ve tedarikçi ilişkilerine yönelik algıdaki değişimler kullanılan makine ve ekipmanın

satın alındığı tedarikçi/ üreticiler gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini etkiledikleri görülmektedir.

Yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedeninde ise; teslim zamanına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini %3,44 birim etkilemekte, kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık) ögesine yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin de yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini %6,44 birim azaltmaktadır. Tedarikçi ilişkilerine yönelik algıdaki %1 birimlik değişme ise yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler gereksiniminin nedenindeki % değişmeyi %3,75 birim etkilediği görülmektedir. Bakım hizmeti alınan işletmeler ve kullanılan hammadde/yarı mamullerin satın alındığı tedarikçi/ üreticiler kümelenme gereksiniminin nedenlerinde de tabloda görüldüğü gibi yöntem aynı şekilde yorumlanmaktadır.

Ürünlerin satıldığı müşteriler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedeninde ise; teslim zamanına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin ürünlerin satıldığı müşteriler gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini % 2,39 birim etkilemekte, kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık) ögesine yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin de ürünlerin satıldığı müşteriler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini %2,90 birim azalttığı görülmektedir. Girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algıdaki %1 birimlik bir değişimin ise ürünlerin satıldığı müşteriler gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini %1,45 birim etkilediği ve tedarikçi ilişkilerine ilişkin algıdaki %1 birimlik bir değişimin ise ürünlerin satıldığı müşteriler gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini % 2,70 birim etkilediği tabloda görülmektedir. Rakip olan üreticiler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedeninde de aynı şekilde değişkenlerin etkilemekte olduğu tabloda görülmektedir.

Bu tabloda fonksiyonumuzu şu şekilde yazabiliriz;

$$k_1 = f(x_{TZ}, x_{YÜG}, x_{KBPG}, x_{Tİ})$$

$$k_2, k_3, k_4 = f(x_{TZ}, x_{KBDÖ}, x_{Tİ})$$

$$k_5, k_6 = f(x_{TZ}, x_{KBDÖ}, x_{GPDKY}, x_{Tİ}) \text{ şeklindedir.}$$

Tablo 60: (Model III) TZY Yönelik TZ İlişkin Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme
(Şehir, Bölge)

Kümelenme Algısını Güçlendiren Faktörler	YÜG	ÜÜBF	KY	KBDÖ	KBPG	GPDKY	GOKO	Tİ	MMK
Kullanılan Makine ve Ekipmanın Satın Alındığı Tedarikçiler/ Üreticiler	-0,012 (1,028)	1,074 (0,942)	-1,737 (1,205)	0,54 (1,41)	0,744 (1,77)	0,256 (0,684)	-0,4 (0,893)	-0,387 (0,848)	6,476* (2,106)
Yedek Parçaların Satın Alındığı Tedarikçiler/Üretici ler	-0,012 (1,028)	1,074 (0,942)	-1,737 (1,205)	0,54 (1,41)	0,744 (1,77)	0,256 (0,684)	-0,4 (0,893)	-0,387 (0,848)	6,476* (2,106)
Bakım Hizmeti Alınan İşletmeler	-0,012 (1,028)	1,074 (0,942)	-1,737 (1,205)	0,54 (1,41)	0,744 (1,77)	0,256 (0,684)	-0,4 (0,893)	-0,387 (0,848)	6,476* (2,106)
Kullanılan Hammadde/Yarı Mamullerin Satın Alındığı Tedarikçi/ Üreticiler	-0,012 (1,028)	1,074 (0,942)	-1,737 (1,205)	0,54 (1,41)	0,744 (1,77)	0,256 (0,684)	-0,4 (0,893)	-0,387 (0,848)	6,476* (2,106)
Ürünlerin Satıldığı Müşteriler	-0,012 (1,028)	1,074 (0,942)	-1,737 (1,205)	0,54 (1,41)	0,744 (1,77)	0,256 (0,684)	-0,4 (0,893)	-0,387 (0,848)	6,476* (2,106)
Rakip Olan Üreticiler	-0,012 (1,028)	1,074 (0,942)	-1,737 (1,205)	0,54 (1,41)	0,744 (1,77)	0,256 (0,684)	-0,4 (0,893)	-0,387 (0,848)	6,476* (2,106)

** %10 düzeyinde anlamlı

*% 5 düzeyinde anlamlı

Parantez İçerindeki Değerler Standart Hatayı Göstermektedir.

TZY yönelik teslim zamanına ilişkin kümelenme algısı incelendiğinde tabloda karşımıza şu sonuçlar çıkmaktadır; kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçiler/üreticiler, yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler, yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler, bakım hizmeti alınan işletmeler, kullanılan hammadde/yarı mamullerin satın alındığı tedarikçi/üreticiler, ürünlerin satıldığı müşteriler ve rakip olan üreticiler şeklindeki kümelenme gereksinim nedenlerinde; müşteri memnuniyeti ve kaliteye yönelik algıdaki %1 birimlik bir

değişmenin bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenlerindeki % değişme ihtimaliyetini % 6,47 birim etkilemektedir.

Bu tabloda fonksiyonumuzu şu şekilde yazabiliriz;

$$k_1, k_2, k_3, k_4, k_5, k_6 = f(x_{MMK}) \text{ şeklindedir.}$$

Tablo 61: (Model IV) TZY Yönelik YÜĞ İlişkin Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme

(Şehir, Bölge)

Kümelenme Algısını Güçlendiren Faktörler Kümelenme Gereksiniminin Nedeni	ÜÜBF	KY	KBDÖ	KBPG	GPDKY	GOKO	Tİ	MMK	TZ
Kullanılan Makine ve Ekipmanın Satın Alındığı Tedarikçiler/ Üreticiler	0,919 (0,807)	1,436 (0,889)	-2,197* (1,102)	1,583 (1,310)	0,504 (0,578)	0,803 (0,637)	0,5 (0,842)	-0,541 (1,092)	2,134* (0,847)
Yedek Parçaların Satın Alındığı Tedarikçiler/ Üreticiler	0,919 (0,807)	1,436 (0,889)	-2,197* (1,102)	1,583 (1,310)	0,504 (0,578)	0,803 (0,637)	0,5 (0,842)	-0,541 (1,092)	2,134* (0,847)
Bakım Hizmeti Alınan İşletmeler	0,956 (0,814)	0,865 (0,801)	-1,144 (0,994)	0,433 (1,197)	-0,321 (0,53)	0,425 (0,59)	0,175 (0,782)	0,244 (0,982)	1,434* (0,723)
Kullanılan Hammadde/Yarı Mamullerin Satın Alındığı Tedarikçi/ Üreticiler	0,956 (0,814)	0,865 (0,801)	-1,144 (0,994)	0,433 (1,197)	-0,321 (0,53)	0,425 (0,59)	0,175 (0,782)	0,244 (0,982)	1,434* (0,723)
Ürünlerin Satıldığı Müşteriler	0,919 (0,807)	1,436 (0,889)	-2,197* (1,102)	1,583 (1,310)	0,504 (0,578)	0,803 (0,637)	0,5 (0,842)	-0,541 (1,092)	2,134* (0,847)
Rakip Olan Üreticiler	0,919 (0,807)	1,436 (0,889)	-2,197* (1,102)	1,583 (1,310)	0,504 (0,578)	0,803 (0,637)	0,5 (0,842)	-0,541 (1,092)	2,134* (0,847)

** %10 düzeyinde anlamlı

*% 5 düzeyinde anlamlı

Parantez içlerindeki Değerler Standart Hatayı Göstermektedir.

TZY yönelik yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlamasına ilişkin kümelenme algısı incelendiğinde tabloda karşımıza şu sonuçlar çıkmaktadır; kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçiler/üreticiler, yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler, ürünlerin satıldığı müşteriler ve rakip olan üreticiler şeklinde kümelenme gereksiniminin nedenlerindeki algıya yönelik parametreler aynı özellik taşımaktadır. Bu duruma paralel olarak kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel

üretim tarzına bağımlılık) ögesine yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenlerindeki % değişme ihtimaliyetini %2,19 birim azaltmaktadır. Teslim zamanına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin kümelenme gereksinimi olan ürünlerin satıldığı müşteriler nedenlerindeki % değişme ihtimaliyetini %2,13 birim etkilemektedir.

Bakım hizmeti alınan işletmeler ve Kullanılan Hammadde/Yarı Mamullerin Satın Alındığı Tedarikçi/Üreticiler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedenlerinde teslim zamanına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin kümelenme gereksinimlerinden olan bakım hizmeti alınan işletmeler ve kullanılan hammadde/yarı mamullerin satın alındığı tedarikçi/üreticiler nedenlerindeki % değişme ihtimaliyetini % 1,43 birim etkilemektedir.

Bu tabloda fonksiyonumuzu şu şekilde yazabiliriz;

$$k_1, k_2, k_5, k_6 = f(x_{KBDÖ}, x_{TZ})$$

$$k_3, k_4 = f(x_{TZ}) \text{ şeklindedir.}$$

Tablo 62: (Model V) ÜÜBF İlişkin Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme
(Şehir, Bölge)

Kümelenme Algısını Güçlendiren Faktörler Kümelenme Gereksiniminin Nedeni	KY	KBDÖ	KBPG	GPDKY	GOKO	Tİ	MMK	TZ	YUG
Kullanılan Makine ve Ekipmanın Satın Alındığı Tedarikçiler/ Üreticiler	-0,02 (0,729)	1,452** (0,816)	-0,737 (0,981)	-0,411 (0,49)	-0,386 (0,523)	-1,374* (0,702)	0,954 (0,92)	-0,183 (0,655)	-0,56 (0,743)
Yedek Parçaların Satın Alındığı Tedarikçiler/Üreticiler	-0,02 (0,729)	1,452** (0,816)	-0,737 (0,981)	-0,411 (0,49)	-0,386 (0,523)	-1,374* (0,702)	0,954 (0,92)	-0,183 (0,655)	-0,56 (0,743)
Bakım Hizmeti Alınan İşletmeler	-0,085 (0,732)	1,923* (0,853)	-0,645 (1,001)	0,229 (0,484)	-0,176 (0,532)	-0,598 (0,655)	0,16 (0,901)	-0,479 (0,635)	-0,018 (0,799)
Kullanılan Hammadde/Yarı Mamullerin Satın Alındığı Tedarikçi/ Üreticiler	-0,02 (0,729)	1,452** (0,816)	-0,737 (0,981)	-0,411 (0,49)	-0,386 (0,523)	-1,374* (0,702)	0,954 (0,92)	-0,183 (0,655)	-0,56 (0,743)
Ürünlerin Satıldığı Müşteriler	0,079 (0,716)	1,804* (0,83)	-1,539 (0,993)	0,035 (0,472)	-0,339 (0,535)	-1,295** (0,67)	0,904 (0,912)	-0,322 (0,641)	0,173 (0,759)
Rakip Olan Üreticiler	-0,02 (0,729)	1,452** (0,816)	-0,737 (0,981)	-0,411 (0,49)	-0,386 (0,523)	-1,374* (0,702)	0,954 (0,92)	-0,183 (0,655)	-0,56 (0,743)

** %10 düzeyinde anlamlı

*% 5 düzeyinde anlamlı

Parantez İçerisindeki Değerler Standart Hatayı Göstermektedir.

Üretilen ürünlerin başarısızlığa uğramasındaki faktörlere ilişkin kümelenme algısı incelendiğinde tabloda karşımıza şu sonuçlar çıkmaktadır; kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçiler/üreticiler, yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler, kullanılan hammadde/yarı mamullerin satın alındığı tedarikçi/üreticiler ve rakip olan üreticiler şeklinde kümelenme gereksiniminin nedenlerindeki algıya yönelik parametreler aynı özellik taşımaktadır. Bu duruma istinaden kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağlılık) ögesine yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenlerindeki % değişme ihtimaliyetini %1,45 birim etkilemektedir. Tedarikçi ilişkilerine yönelik algıdaki %1 birimlik değişimde ise belirtilen kümelenme gereksiniminin nedenlerindeki % değişme ihtimaliyetini %1,37 azaltmaktadır.

Ayrıca bakım hizmeti alınan işletmeler adı altında olan kümelenme gereksiniminin nedeninde ise; kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık) ögesine yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin belirtilen kümelenme gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini %1,92 birim etkilemektedir. Ürünlerin satıldığı müşteriler adı altındaki kümelenme gereksiniminin nedeninde ki durumda ise kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık) ögesine yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenlerindeki % değişme ihtimaliyetini %1,80 birim etkilemekte ve tedarikçi ilişkilerine yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenlerindeki % değişme ihtimaliyetini %1,29 birim azaltmaktadır.

Bu tabloda fonksiyonumuzu şu şekilde yazabiliriz;

$$k_1, k_2, k_4, k_6 = f(x_{KBDÖ}, x_{Tİ})$$

$$k_3 = f(x_{KBDÖ})$$

$$k_5 = f(x_{KBDÖ}, x_{Tİ}) \text{ şeklindedir.}$$

Tablo 63: (Model VI) GYY Kuruluş Yapısına İlişkin Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme (Şehir, Bölge)

Kümelenme Algısını Güçlendiren Faktörler Kümelenme Gereksiniminin Nedeni	KBDÖ	KBPG	GPDKY	GOKO	Tİ	MMK	TZ	YÜG	ÜÜBF
Kullanılan Makine ve Ekipmanın Satın Alındığı Tedarikçiler/ Üreticiler	1,241 (0,813)	2,632* (1,24)	0,492 (0,537)	-1,074* (0,638)	0,512 (0,813)	0,246 (0,922)	-0,865 (0,722)	1,019 (0,911)	0,176 (0,787)
Yedek Parçaların Satın Alındığı Tedarikçiler/Üreticiler	1,964* (0,814)	2,146* (1,161)	0,004 (0,519)	-0,888 (0,636)	-0,386 (0,767)	-0,676 (0,963)	-0,071 (0,737)	2,249* (1,012)	-0,503 (0,778)
Bakım Hizmeti Alınan İşletmeler	1,422** (0,77)	2,291* (1,162)	0,053 (0,502)	-0,646 (0,593)	-0,359 (0,752)	-0,016 (0,899)	-0,224 (0,709)	1,62* (0,926)	0,036 (0,758)
Kullanılan Hammadde/Yarı Mamullerin Satın Alındığı Tedarikçi/ Üreticiler	2,823* (0,855)	0,859 (1,09)	-0,02 (0,507)	-0,917 (0,601)	-0,61 (0,77)	0,164 (0,925)	-0,436 (0,722)	2,286* (1,009)	-0,408 (0,714)
Ürünlerin Satıldığı Müşteriler	1,964* (0,814)	2,146* (1,161)	0,004 (0,519)	-0,888 (0,636)	-0,386 (0,767)	-0,676 (0,963)	-0,071 (0,737)	2,249* (1,012)	-0,503 (0,778)
Rakip Olan Üreticiler	1,964* (0,814)	2,146* (1,161)	0,004 (0,519)	-0,888 (0,636)	-0,386 (0,767)	-0,676 (0,963)	-0,071 (0,737)	2,249* (1,012)	-0,503 (0,778)

** %10 düzeyinde anlamlı

* % 5 düzeyinde anlamlı

Parantez İçlerindeki Değerler Standart Hatayı Göstermektedir.

Girişimcilik ve yönetim yönelimine ilişkin kuruluş yapısına yönelik kümelenme algısı incelendiğinde tabloda karşımıza şu sonuçlar çıkmaktadır; kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçiler/üreticiler kümelenme gereksinimi nedeni açısından incelendiğinde; kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutuna yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini % 2,63 birim etkilemektedir. Girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen duruma yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçiler/üreticiler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini % 1,07 birim azaltmaktadır.

Yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler kümelenme gereksinimi açısından; kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık)

ögesine yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenlerindeki % değişme ihtimaliyetini %1,96 birim etkilemektedir. Kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutuna yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin ise bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini % 2,14 birim etkilediği görülmektedir. Yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlamasına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin ise bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini % 2,24 etkilediği görülmektedir. Aynı parametre sonuçları tabloda ürünlerin satıldığı müşteriler ve rakip olan üreticiler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedenleri durumlarında olduğu görülmektedir.

Bakım hizmeti alınan işletmeler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedeni açısından bakıldığında; kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık) ögesine yönelik ve yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlamasına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin adı geçen kümelenme gereksinim nedenindeki % değişme ihtimaliyetini %1,42 birim etkilediği görülmektedir. Kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin ise bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini %2,29 birim etkilemektedir. Yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlamasına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin ise bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini %1,62 birim etkilemekte olduğu görülmektedir. Kullanılan hammadde/yarı mamullerin satın alındığı tedarikçi/üreticiler kümelenme gereksiniminin nedeni açısından; kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık) ögesine yönelik ve yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlamasına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin bu kümelenme gereksinim nedenindeki %değişme ihtimaliyetini sırasıyla %2,82 ve %2,28 birim etkilediği görülmektedir.

Bu tabloda fonksiyonumuzu şu şekilde yazabiliriz;

$$k_1 = f(x_{KBPG}, x_{GOKO})$$

$$k_2, k_5, k_6 = f(x_{KBDÖ}, x_{KBPG})$$

$$k_3 = f(x_{KBDÖ}, x_{KBPG}, x_{YÜG})$$

$$k_4 = f(x_{KBDÖ}, x_{YÜG})$$

Tablo 64: (Model VII) GYY İlişkin KBDÖ Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme
(Şehir, Bölge)

Kümelenme Algısını Güçlendiren Faktörler Kümelenme Gereksiniminin Nedeni	GPDKY	GOKO	Tİ	MMK	TZ	YÜG	ÜÜBF	KY	KBPG
Kullanılan Makine ve Ekipmanın Satın Alındığı Tedarikçiler/ Üreticiler	3,159* (1,202)	-1,213 (1,138)	-1,037 (1,79)	-4,717* (1,931)	3,935* (1,963)	-5,054* (2,401)	5,097* (1,977)	5,299* (1,928)	9,804* (3,4)
Yedek Parçaların Satın Alındığı Tedarikçiler/Üretici ler	3,159* (1,202)	-1,213 (1,138)	-1,037 (1,79)	-4,717* (1,931)	3,935* (1,963)	-5,054* (2,401)	5,097* (1,977)	5,299* (1,928)	9,804* (3,4)
Bakım Hizmeti Alınan İşletmeler	2,853* (1,023)	-1,093 (1,019)	-0,208 (1,394)	-4,646* (1,719)	3,54* (1,418)	-3,474* (1,781)	3,922* (1,409)	3,747* (1,364)	7,153* (2,366)
Kullanılan Hammadde/Yarı Mamullerin Satın Alındığı Tedarikçi/ Üreticiler	2,386* (0,716)	-0,659 (0,7)	-0,333 (0,842)	-3,112* (1,329)	1,8* (0,843)	-2,303* (1,14)	0,994 (0,666)	2,847* (0,97)	3,801* (1,394)
Ürünlerin Satıldığı Müşteriler	2,386* (0,716)	-0,659 (0,7)	-0,333 (0,842)	-3,112* (1,329)	1,8* (0,843)	-2,303* (1,14)	0,994 (0,666)	2,847* (0,97)	3,801* (1,394)
Rakip Olan Üreticiler	3,159* (1,202)	-1,213 (1,138)	-1,037 (1,79)	-4,717* (1,931)	3,935* (1,963)	-5,054* (2,401)	5,097* (1,977)	5,299* (1,928)	9,804* (3,4)

** %10 düzeyinde anlamlı

*% 5 düzeyinde anlamlı

Parantez İçlerindeki Değerler Standart Hatayı Göstermektedir.

Kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık) ögelerine kümelenme algısı incelendiğinde ise karşımıza şu şekilde sonuçlar çıkmaktadır; kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçiler/üreticiler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedeninde; girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algıdaki %1 birimlik bir değişimin bu kümelenme gereksinim nedenindeki % değişme ihtimaliyetini %3,15 birim etkilemektedir. Aynı şekilde müşteri memnuniyeti ve kalite, yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlamasına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin kümelenme gereksinim nedenindeki % değişme ihtimaliyetini sırasıyla %4,71 ve %5,05 birim azaltmaktadır. Teslim zamanı, üretilen ürünlerin başarısızlığını etkileyen faktörler, kuruluş yapısı ve kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutuna yönelik algıdaki %1 birimlik bir

değişmenin ise bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini sırasıyla %3,93, %5,09, %5,29 ve %9,80 birim etkiledikleri görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler ve rakip olan üreticiler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedenleri de aynı parametreleri göstermektedir

Öte yandan bakım hizmetine alınan işletmeler şeklinde kümelenme gereksiniminin nedenindeki algıya yönelik değişkenler incelendiğinde; girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı, teslim zamanı, üretilen ürünlerin başarısızlığını etkileyen faktörler, kuruluş yapısı ve kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutuna yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişmenin ise bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı (%2,85), teslim zamanı (%3,54), üretilen ürünlerin başarısızlığını etkileyen faktörler (%3,92), kuruluş yapısı (%3,74) ve kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşmeyi (%7,15) birim etkilediği görülmektedir. Aynı şekilde müşteri memnuniyeti kalite ve yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlamasına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişmenin adı geçen kümelenme gereksinim nedenindeki % değişme ihtimaliyetini müşteri memnuniyeti kalite (%4,64) ve yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlamasına yönelik (%3,47) birim azalttığı görülmektedir.

Kullanılan hammadde/yarı mamullerin satın alındığı tedarikçi/üreticiler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedenindeki algıya yönelik değişkenler incelendiğinde girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı, teslim zamanı, kuruluş yapısı ve kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutuna yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişmenin ise bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı (%2,38), teslim zamanı (%1,80), kuruluş yapısı (%2,84) ve kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşmeyi (%3,8) birim etkilediği görülmektedir. Aynı şekilde müşteri memnuniyeti kalite ve yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlamasına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişmenin adı geçen kümelenme gereksinim nedenindeki % değişme ihtimaliyetini müşteri memnuniyeti ve kalite (%3,11) ve yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlamasına yönelik (%2,3) birim azalttığı görülmektedir.

Bu tabloda fonksiyonumuzu şu şekilde yazabiliriz;

$$k_1, k_2, k_6 = f(x_{GPDKY}, x_{MMK}, x_{TZ}, x_{YÜG}, x_{ÜÜBF}, x_{KY}, x_{KBPG})$$

$$k_3 = f(x_{GPDKY}, x_{MMK}, x_{TZ}, x_{YÜG}, x_{ÜÜBF}, x_{KY}, x_{KBPG})$$

$$k_4, k_5 = f(x_{GPDKY}, x_{MMK}, x_{TZ}, x_{YÜG}, x_{KY}, x_{KBPG}) \text{ şeklindedir.}$$

Tablo 65: (Model VIII) GYY İlişkin KBPG Yönelik Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme

(Şehir, Bölge)

Kümelenme Algısını Güçlendiren Faktörler	KBDÖ	GPDKY	GOKO	Tİ	MMK	TZ	YÜG	ÜÜBF	KY
Kullanılan Makine ve Ekipmanın Satın Alındığı Tedarikçiler/ Üreticiler	3,557* (1,206)	-1,97* (0,746)	1,815* (0,878)	-3,038* (1,403)	1,599 (1,36)	3,429* (1,192)	-2,142* (1,221)	-1,27 (1,008)	2,371* (1,105)
Yedek Parçaların Satın Alındığı Tedarikçiler/Üreticiler	1,227** (0,743)	-0,84** (0,501)	0,812 (0,585)	-1,879* (0,836)	-0,512 (0,942)	1,971* (0,802)	0,383 (0,837)	-0,165 (0,619)	1,294** (0,741)
Bakım Hizmeti Alınan İşletmeler	3,557* (1,206)	-1,97* (0,746)	1,815* (0,878)	-3,038* (1,403)	1,599 (1,36)	3,429* (1,192)	-2,142* (1,221)	-1,27 (1,008)	2,371* (1,105)
Kullanılan Hammaddenin/Yarı Mamullerin Satın Alındığı Tedarikçi/ Üreticiler	4,441* (1,448)	-2,204* (0,775)	1,586** (0,869)	-6,151* (1,997)	2,598** (1,499)	5,617* (1,795)	-1,904 (1,275)	-1,117 (1,033)	2,671* (1,164)
Ürünlerin Satıldığı Müşteriler	4,441* (1,448)	-2,204* (0,775)	1,586** (0,869)	-6,151* (1,997)	2,598** (1,499)	5,617* (1,795)	-1,904 (1,275)	-1,117 (1,033)	2,671* (1,164)
Rakip Olan Üreticiler	4,441* (1,448)	-2,204* (0,775)	1,586** (0,869)	-6,151* (1,997)	2,598** (1,499)	5,617* (1,795)	-1,904 (1,275)	-1,117 (1,033)	2,671* (1,164)

** %10 düzeyinde anlamlı

*% 5 düzeyinde anlamlı

Parantez İçerisindeki Değerler Standart Hatayı Göstermektedir.

Kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşmeye yönelik kümelenme algısı incelendiğinde; kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçiler/üreticiler ve bakım hizmeti alınan işletmeler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedenlerinde kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağlılık) ögeleri, girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen durum, teslim zamanı ve kuruluş yapısına yönelik algıdaki %1 birimlik

bir değişmenin ise bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık)  geleri (%3,55), girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen durum (%1,81), teslim zamanı (%3,42) ve kuruluş yapısı (%2,37) birim etkilediği görülmektedir. Aynı şekilde girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin durum, tedarikçi ilişkileri ve yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlamasına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişmenin adı geçen kümelenme gereksinim nedenindeki % değişme ihtimaliyetini girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin durum (%1,97), tedarikçi ilişkileri (%3,03) ve yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlamasına yönelik (%2,14) birim azalttığı görülmektedir.

Yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedeninde kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık)  geleri, teslim zamanı ve kuruluş yapısına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişmenin, bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini sırasıyla kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık)  geleri (%1,22), teslim zamanı (%1,97) ve kuruluş yapısı (%1,29) birim etkilediği görülmektedir. Aynı şekilde girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin durum ve tedarikçi ilişkileri yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişmenin adı geçen kümelenme gereksinim nedenindeki % değişme ihtimaliyetini sırasıyla girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin durum (%0,84) ve tedarikçi ilişkileri (%1,87) birim azalttığı görülmektedir.

Kullanılan hammadde/ yarı mamullerin satın alındığı tedarikçi/üreticiler, ürünlerin satıldığı müşteriler ve rakip olan üreticiler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedenlerinde kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık)  geleri, girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen durum, müşteri memnuniyeti ve kalite, teslim zamanı ve kuruluş yapısına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişmenin, bahsi geçen kümelenme gereksiniminin nedenindeki % değişme ihtimaliyetini kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık)  geleri (%4,44), girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen durum

(%1,58), teslim zamanı(%5,61), müşteri memnuniyeti kalite (%2,59) ve kuruluş yapısı (%2,67) birim etkilediği görülmektedir.

Bu tabloda fonksiyonumuzu şu şekilde yazabiliriz;

$$k_1, k_3 = f(x_{KBDÖ}, x_{GPDKY}, x_{GOKO}, x_{Tİ}, x_{TZ}, x_{YÜG}, x_{KY})$$

$$k_2 = f(x_{KBDÖ}, x_{GPDKY}, x_{Tİ}, x_{TZ}, x_{KY})$$

$$k_4, k_5, k_6 = f(x_{KBDÖ}, x_{GPDKY}, x_{GOKO}, x_{Tİ}, x_{MMK}, x_{TZ}, x_{KY}) \text{ şeklindedir.}$$

Tablo 66: (Model IX) GYY İlişkin GPYKY Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme
(Şehir, Bölge)

Kümelenme Algısını Güçlendiren Faktörler	GOKO	Tİ	MMK	T.Z	YÜG	ÜÜBF	KY	KBPG	KBDÖ
Kullanılan Makine ve Ekipmanın Satın Alındığı Tedarikçiler/ Üreticiler	1,924* (0,612)	-0,274 (0,725)	0,771 (0,883)	-1,165 (0,702)	0,12 (0,84)	0,086 (0,648)	0,979 (0,801)	-0,193 (1,072)	0,893 (0,812)
Yedek Parçaların Satın Alındığı Tedarikçiler/Üretici ler	1,53* (0,579)	0,25 (0,704)	-0,157 (0,937)	-0,82 (0,67)	0,996 (0,833)	0,103 (0,668)	0,776 (0,83)	-0,244 (1,14)	1,218 (0,843)
Bakım Hizmeti Alınan İşletmeler	1,924* (0,612)	-0,274 (0,725)	0,771 (0,883)	-1,165 (0,702)	0,12 (0,84)	0,086 (0,648)	0,979 (0,801)	-0,193 (1,072)	0,893 (0,812)
Kullanılan Hammadde/Yarı Mamullerin Satın Alındığı Tedarikçi/ Üreticiler	1,924* (0,612)	-0,274 (0,725)	0,771 (0,883)	-1,165 (0,702)	0,12 (0,84)	0,086 (0,648)	0,979 (0,801)	-0,193 (1,072)	0,893 (0,812)
Ürünlerin Satıldığı Müşteriler	1,924* (0,612)	-0,274 (0,725)	0,771 (0,883)	-1,165 (0,702)	0,12 (0,84)	0,086 (0,648)	0,979 (0,801)	-0,193 (1,072)	0,893 (0,812)
Rakip Olan Üreticiler	1,924* (0,612)	-0,274 (0,725)	0,771 (0,883)	-1,165 (0,702)	0,12 (0,84)	0,086 (0,648)	0,979 (0,801)	-0,193 (1,072)	0,893 (0,812)

** %10 düzeyinde anlamlı

*% 5 düzeyinde anlamlı

Parantez İçerindeki Değerler Standart Hatayı Göstermektedir.

Girişimcilik ve yönetim yönelimine ilişkin girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya yönelik kümelenme algısı incelendiğinde; kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçiler/üreticiler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedeninde; girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü

destekleyen algıdaki %1 birimlik bir değişimin bu kümelenme gereksinim nedenindeki % değişme ihtimaliyetini %1,92 birim etkilemektedir. Diğer değişkenlerde tabloda görüldüğü gibi yöntem aynı şekilde yorumlanmaktadır.

Yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedeninde girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algıdaki %1 birimlik bir değişimin bu kümelenme gereksinim nedenindeki % değişme ihtimaliyetini %1,53 birim etkilemektedir.

Bu tabloda fonksiyonumuzu şu şekilde yazabiliriz;

$$k_1, k_3, k_4, k_5, k_6 = f(x_{GOKO})$$

$$k_2 = f(x_{GOKO})$$

Tablo 67: (Model X) GYY İlişkin GOKO Kümelenme Algısı Gereksinimini Belirleme
(Şehir, Bölge)

Kümelenme Algısını Güçlendiren Faktörler Kümelenme Gereksiniminin Nedeni	Tİ	MMK	TZ	YÜĞ	ÜÜBF	KY	KBPG	KBDÖ	GPDKY
Kullanılan Makine ve Ekipmanın Satın Alındığı Tedarikçiler/ Üreticiler	0,534 (0,991)	1,098 (1,073)	-4,044* (1,248)	2,358* (1,051)	-2,357* (0,836)	-1,709* (0,895)	4,223* (1,4049)	0,873 (0,898)	1,875* (0,659)
Yedek Parçaların Satın Alındığı Tedarikçiler/Üretici ler	0,169 (0,712)	-2,061* (1,014)	0,004 (0,703)	2,176* (0,91)	-0,35 (0,67)	-0,568 (0,785)	2,122* (1,1)	0,206 (0,797)	1,288* (0,505)
Bakım Hizmeti Alınan İşletmeler	-0,077 (0,903)	0,027 (1,071)	-2,737* (1,025)	2,829* (1,044)	-2,13* (0,789)	-1,048 (0,833)	3,308* (1,308)	0,989 (0,888)	1,581* (0,583)
Kullanılan Hammadde/Yarı Mamullerin Satın Alındığı Tedarikçi/ Üreticiler	0,534 (0,991)	1,098 (1,073)	-4,044* (1,248)	2,358* (1,051)	-2,357* (0,836)	-1,709* (0,895)	4,223* (1,4049)	0,873 (0,898)	1,875* (0,659)
Ürünlerin Satıldığı Müşteriler	0,534 (0,991)	1,098 (1,073)	-4,044* (1,248)	2,358* (1,051)	-2,357* (0,836)	-1,709* (0,895)	4,223* (1,4049)	0,873 (0,898)	1,875* (0,659)
Rakip Olan Üreticiler	0,534 (0,991)	1,098 (1,073)	-4,044* (1,248)	2,358* (1,051)	-2,357* (0,836)	-1,709* (0,895)	4,223* (1,4049)	0,873 (0,898)	1,875* (0,659)

** %10 düzeyinde anlamlı

*% 5 düzeyinde anlamlı

Parantez İçerisindeki Değerler Standart Hatayı Göstermektedir.

Girişimcilik ve yönetim yönelimine ilişkin girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen kümelenme algısı incelendiğinde; kullanılan makine ve ekipmanın satın alındığı tedarikçiler/üreticiler ve bakım hizmeti alınan işletmeler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedeninde; yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması, kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu ve girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algıya ilişkin algıdaki %1 birimlik bir değişimin bu kümelenme gereksinim nedenindeki % değişme ihtimaliyetini sırasıyla yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması (%2,35), kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu (%4,22) ve girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin durum (%1,87) birim etkilemektedir. Aynı şekilde teslim zamanı, üretilen ürünlerin başarısızlığına neden olan faktörler ve kuruluş yapısına yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin adı geçen kümelenme gereksinim nedenindeki % değişme ihtimaliyetini sırasıyla teslim zamanı (%4,04), üretilen ürünlerin başarısızlığına neden olan faktörler (%2,35) ve kuruluş yapısını (%1,70) birim azaltmaktadır. Kullanılan hammadde/yarımamullerin satın alındığı tedarikçiler/üreticiler, ürünlerin satıldığı müşteriler ve rakip olan üreticiler şeklinde kümelenme gereksiniminin nedenlerinde diğer değişkenlerde tabloda görüldüğü gibi aynı şekilde yorumlanmaktadır.

Yedek parçaların satın alındığı tedarikçiler/üreticiler şeklindeki kümelenme gereksiniminin nedeninde yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması, kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu ve girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algıya ilişkin algıdaki %1 birimlik bir değişimin bu kümelenme gereksinim nedenindeki % değişme ihtimaliyetini yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması, (%2,17), kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu (%2,12) ve girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin durum (%1,28) birim etkilemektedir. Aynı şekilde müşteri memnuniyeti ve kaliteye yönelik algıdaki %1 birimlik bir değişimin adı geçen kümelenme gereksinim nedenindeki % değişme ihtimaliyetini müşteri memnuniyeti kalite (%2,06) birim azaltmaktadır.

Bakım hizmeti alınan işletmeler şeklindeki kümelenme gereksiniminin kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutuna ilişkin algıdaki %1 birimlik bir değişimin bu kümelenme gereksinim nedenindeki % değişme ihtimaliyetini yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması, (%2,82), kültür boyutundaki pozitif gelişme

ve iyileşme boyutu (%3,30) birim etkilemektedir. Ayrıca teslim zamanı, üretilen ürünlerin başarısızlığını etkileyen faktörler ve kuruluş yapısına yönelik algıda %1 birimlik bir değişimin bakım hizmeti alınan işletmeler adı altındaki kümelenme gereksinim nedenindeki % değişme ihtimaliyetini sırasıyla teslim zamanı (%2,73), üretilen ürünlerin başarısızlığını etkileyen faktörler (%2,35) ve kuruluş yapısı (%1,70) birim azaltmaktadır.

Bu tabloda fonksiyonumuzu şu şekilde yazabiliriz;

$$k_1, k_4, k_5, k_6 = f(x_{TZ}, x_{YÜG}, x_{ÜÜBF}, x_{KY}, x_{KBPG}, x_{GPDKY})$$

$$k_2 = f(x_{MMK}, x_{YÜG}, x_{KBPG}, x_{GPDKY})$$

$$\mathbf{k}_3 = \mathbf{f}(\mathbf{x}_{TZ}, \mathbf{x}_{YÜG}, \mathbf{x}_{ÜÜBF}, \mathbf{x}_{KBPG}, \mathbf{x}_{GPDKY})$$

SONUÇ

Araştırmaya konu olan (Gümölcine-İskeçe-Dedeoğlu OSB’leri örneği) kümelenme-yığılma ekonomilerinin teorik çerçevesi, birinci bölümde literatür yardımıyla özet bir şekilde verilmiştir.

İkinci bölüm ise araştırma sahasından elde edilen verilerin betimsel analizini ve Binary model sonuçlarını kapsamaktadır ve buna göre; analiz çerçevesinden elde edilen sonuçlar şu şekilde sıralanabilir:

Tedarik zinciri yönetiminde tedarikçi ilişkilerine yönelik kümelenme algısı gereksinimini belirleme (şehir, bölge) modelinde (Model: I) teslim zamanı, yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması, üretilen ürünlerin başarısızlığını etkileyen faktörler, kuruluş yapısı, kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu, girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algı ve girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı değişkenlerini içeren kümelenme algısı, istatistiki ölçütlere göre anlamsız bulunmuş iken; müşteri memnuniyeti ve kalite, kültür boyutu değişmezlik ögeleri değişkenleri kümelenme ekonomileri açısından önemlidir. Bu durum özellikle OSB’lerdeki firmaların tedarikçi ilişkileri açısından daha çok geleneksel bir yapı sergilediği, günümüzde önemli bir olgu olan girişimcilik profili konusunu bütünüyle kavrayamadıklarını gösterir.

Tedarik zinciri yönetimine yönelik müşteri memnuniyeti ve kaliteye ilişkin kümelenme algısı gereksinimini belirleme (şehir, bölge) modelinde (Model: II) ise üretilen ürünlerin başarısızlığını etkileyen faktörler, kuruluş yapısı ve girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı değişkenlerini içeren kümelenme algısı, istatistiki ölçütlere göre anlamsız bulunmuş iken; teslim zamanı, yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması, kültür boyutundaki değişmezlik ögeleri, kültür boyutunda olumlu gelişme ve iyileşmeye yol açmaktadır. Ayrıca girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algı ve tedarikçi ilişkileri değişkenleri de önemsenmektedir. Buna ilaveten, bölgedeki firmaların müşteri memnuniyeti ve kalite konusunda da kümelenme ekonomilerinin gerekliliğini ortaya koyan anlamlı bulgular dikkate alınırsa bölgenin sanayileşmesine yönelik belli bir bilincin oluştuğu söylenebilir.

Tedarik zinciri yönetimine yönelik teslim zamanına ilişkin kümelenme algısı gereksinimini belirleme (şehir, bölge) modelinde (Model: III) ise yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması, üretilen ürünlerin başarısızlığını etkileyen faktörler, kuruluş yapısı, kültür boyutundaki değişmezlik ögeleri, kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu, girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algı, girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ve tedarikçi ilişkileri değişkenlerini içeren kümelenme algısı, istatistiki ölçütlere göre anlamsız bulunmuş iken; sadece müşteri memnuniyeti ve kalite değişkeni önemsenmektedir. Özellikle bu noktada OSB'deki firmaların müşterilerine ürünleri veya müşteri siparişlerini güvenilir biçimde zamanında teslim etmesi ile ilişkili olarak müşteri ihtiyacını karşılama düzeylerinde ilişkileri sıkı tuttuğu ve kaliteyi artırma çabası içinde oldukları görülmektedir. Ayrıca bu algı düzeyinin yüksek oluşu, lojistik etkinliği belirleyen önemli bir ölçüt olarak yorumlanabilir.

Tedarik zinciri yönetimine yönelik yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlamasına ilişkin kümelenme algısı gereksinimini belirleme (şehir, bölge) modeli (Model: IV) yorumlandığında üretilen ürünlerin başarısızlığını etkileyen faktörler, kuruluş yapısı, kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu, girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algı, girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı, tedarikçi ilişkileri, müşteri memnuniyeti ve kalite değişkenlerini içeren kümelenme algısı, istatistiki ölçütlere göre anlamsız bulunmuş iken; kültür boyutundaki değişmezlik ögeleri ve teslim zamanı değişkenleri kümelenme ekonomileri açısından önem arz etmektedir. Bu duruma paralel olarak OSB'lerdeki firmaların yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması açısından geleneksel üretim tarzına hakim olduğu ve teslim zamanına ilişkin olarak algının yüksek değerlerde olduğu görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında özellikle firmaların girişimcilik profili olgusuna yönelik olarak; girişimcilik profilinin kendiliğinden oluşması olgusu ve girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapı algısına yönelik karşı tutumları bölge içerisinde yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması başarısını aksattığı söylenebilir.

Üretilen ürünlerin başarısızlığa uğramasındaki faktörlere ilişkin kümelenme algısı gereksinimini belirleme (şehir, bölge) modelinde (Model: V), kuruluş yapısı,

kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu, girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algı, girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı, müşteri memnuniyeti ve kalite, teslim zamanı ve yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması değişkenlerini içeren kümelenme algısı istatistiki ölçütlere göre anlamsız bulunmuş iken; kültür boyutundaki değişmezlik ögeleri ve tedarikçi ilişkileri değişkenleri kümelenme ekonomileri açısından önemli değişkenler olarak yorumlanmıştır. İstatistiki ölçütlerden görüldüğü üzere üretilen ürünlerin başarısızlığa uğramasındaki faktörlerin beklendiği gibi kültür boyutunun değişmezlik ögeleriyle anlamlı çıkması OSB’lerde üretim tarzındaki değişmezliğin günümüz ekonomisine dayalı olarak geleneksel üretim tarzından yeniliklere daha açık bir konuma gelmesi gerektiği ve teoriler açısından bakıldığında bölge içerisinde özellikle iletişim, bilgi kaynağı paylaşımı, tedarikçi kalitesine önem verme, iyileştirme programına açık olma, stratejik planlamaların bir parçası olması koşuluyla kümelenme ekonomileri açısından önemsenmektedir.

Girişimcilik ve yönetim yönelimine kuruluş yapısına ilişkin kümelenme algısı gereksinimini belirleme (şehir, bölge) modelinde (Model: VI), girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algı, tedarikçi ilişkileri, müşteri memnuniyeti ve kalite, teslim zamanı, üretilen ürünlerin başarısızlığını etkileyen faktörler ve teslim zamanı değişkenlerini içeren kümelenme algısı, istatistiki ölçütlere göre anlamsız bulunmuş iken; kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık) ögeleri, kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu, girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı, yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması değişkenleri kümelenme ekonomileri açısından önemli değişkenler olarak yorumlanmıştır. Bu noktada özellikle OSB’lerde ki algı günümüz kümelenme ekonomileri algısı kapsamında gayet olumlu olup beklentimiz ile de uyumludur. Bu modelde ayrıca müşteri memnuniyeti ve kalite, tedarikçi ilişkilerinin istatistiki açıdan anlamsız olması bazı noktalarda bölge içinde handikaplar yaratabileceği unutulmamalı bu noktada bahsi geçen değişkenlerinde beklenen en iyi şekilde kümelenme algısına entegre olmalıdır.

Girişimcilik ve yönetim yönelimine ilişkin kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık) ögelerine kümelenme algısı gereksinimini

belirleme (şehir, bölge) modelinde (Model: VII) ise; girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı ve tedarikçi ilişkileri değişkenlerini içeren kümelenme algısı, istatistiki ölçütlere göre anlamsız bulunmuş iken; girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algı, müşteri memnuniyeti ve kalite, teslim zamanı, yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması, üretilen ürünlerin başarısızlığını etkileyen faktörler, kuruluş yapısı ve kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu değişkenleri önemli değişkenler olarak algılanmaktadır. Bu noktada OSB’lerde faaliyet gösteren firmalara açısından girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu durumunu iyileştirmeye yönelik çalışmaların önemszenmesi gerektiği, girişimcilik profilini geliştirmeye yönelik hem OSB içindeki çalışmaların hem de devletin teşvik mekanizmalarının, AB standartları ile paralel bir yapının ortaya çıkarılması zorunluluk olarak görülmektedir.

Girişimcilik ve yönetim yönelimine ilişkin kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşmeye yönelik kümelenme algısı gereksinimini belirleme (şehir, bölge) modelinde (Model: VIII), üretilen ürünlerin başarısızlığını etkileyen faktörler değişkenini içeren kümelenme algısı, istatistiki ölçütlere göre anlamsız bulunmuş iken; diğer tüm değişkenler kümelenme ekonomileri açısından önemli değişkenler olarak yorumlanmıştır. Bu durum OSB’lerdeki firmaların kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşmeye yönelik kümelenme algısı gereksiniminin farkında olduklarını göstermektedir. Şayet belirtilen değişkenlerin gerçekten de bölge içerisinde uyumlu bir şekilde koordine edilmesi sağlandığı takdirde firmaların beklenen küme ekonomilerinden beklenen yararı sağlayabileceği ortaya çıkmaktadır. Özellikle bölgenin AB kapsamında olduğu dikkate alınırsa diğer bölgelere göre girişimcilik açısından da daha zayıf bir profil sergileyen Gümölcine, İskeçe ve Dedeoğlu OSB girişimcilerinin bölgenin ve ülkenin kalkınmaya olan katkısını organizasyonel etkinlik yardımıyla artırmak mümkündür.

Girişimcilik ve yönetim yönelimine ilişkin girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya yönelik kümelenme algısı gereksinimini belirleme (şehir, bölge) modelinde (Model: IX), tedarikçi ilişkileri, müşteri memnuniyeti ve kalite, teslim zamanı, yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması, üretilen ürünlerin başarısızlığını etkileyen faktörler, kuruluş yapısı, kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu, kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık)

öğeleri değişkenlerine ilişkin kümelenme algısı, istatistiki ölçütlere göre anlamsız bulunmuş iken; sadece girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen algı değişkeni önemsenmektedir. Bu durum özellikle ekonomik kriz ile iç içe olan Yunanistan'ın hem bölge bazlı hem de şehir içerisinde girişimciliğe yönelik vermiş olduğu desteğin beklenenin çok altında düşmesine yol açmaktadır. Özellikle ülke içerisinde ve AB bazında da en geri kalmış bölgelerden biri olarak bilinen Batı Trakya'nın girişimcilik açısından zayıf bir profil sergilemesinde devlet desteğinin yeterince olmaması da bir etkidir. Dolayısıyla devletin kurumsal teşvik mekanizması harekete geçirilmeli ve bölge potansiyeli yakın coğrafya ekseninden hareketle Türkiye'nin İstanbul ve İzmir illerindeki yığılma ekonomileri deneyiminden yararlanılabilecek bir işbirliği sergilenmelidir.

Girişimcilik ve yönetim yönelimine ilişkin girişimcilik olgusunun kendiliğinden oluşan bir olgu olduğu görüşünü destekleyen kümelenme algısı gereksinimini belirleme (şehir, bölge) modelinde (Model: X), tedarikçi ilişkileri ve kültür boyutundaki değişmezlik (geleneksel üretim tarzına bağımlılık) öğeleri değişkenlerine yönelik kümelenme algısı, istatistiki ölçütlere göre anlamsız bulunmuş iken; müşteri memnuniyeti ve kalite, teslim zamanı, yeni ürün geliştirme ve pazar zamanlaması, üretilen ürünlerin başarısızlığını etkileyen faktörler, kuruluş yapısı, kültür boyutundaki pozitif gelişme ve iyileşme boyutu ve girişimcilik profilini destekleyen kurumsal yapıya ilişkin algı değişkenleri anlamlı olup kümelenme ekonomilerini güçlendiren değişkenler olarak yorumlanabilir. Bu bağlamda, bölgenin dinamiklerini ortaya çıkaracak bu anlamlı değişkenler üzerinden girişimcilik potansiyeli önemsenmeli hatta yukarıda belirtildiği gibi Türkiye ile olan akrabalık bağları da dikkate alındığı takdirde dayanışma ruhundan da etkin bir şekilde yararlanılmalıdır. Ayrıca bu konu MAR dışsallıkları kapsamında

+değerlendirdiğinde bölgede girişimciliğin hem kendi yapısındaki olgularla hem de kurumsal anlamda desteklenmesi koşuluyla oluşabilecek avantajlar sayesinde yaratılabilecek nitelikli beşeri sermayenin, bölgenin bilgiyi en iyi şekilde kullanma ve bunun sonucunda yenilikçi aktivitelerin sağlanması ile de beklentiler karşılanabilir.

Yine anket sorularına cevap bulmaya çalışırken araştırma sahasında çalışanlarla yönetici ve girişimciler arasındaki davranışsal boyutu izleme fırsatına

bağlı olarak, iş disiplini, iş akışı, zamanlamaya yönelik hassasiyet vb. konularda önemli bir zaafiyet sezinlenmiştir. Bu durum çalışma hayatında moral çöküntüsüne yol açmakta, bölgede kendiliğinden oluşabilecek dinamikleri olumsuz etkilemekte ve Yunanistan ölçeğinde bölgeler arası dengesizliği ve gelir dağılımındaki bozukluğu daha da derinleştirmektedir. Bu tür olumsuzluklarda işbirliği ve koordinasyon eksikliği en baskın faktör olarak görülmektedir. Bu konu bölge insanının genel refahı açısından değerlendirilirse özellikle Türk toplumunun eğitim ve ekonomik açıdan daha zayıf bir konumda olduğu, işsizlik baskısının diğer bölgelere göre daha yoğunlaştığı (gözlemsel bulgular ve anketörlerden alınan bilgilere göre işsizlik oranı yaklaşık olarak %28'dir.) dikkate alınırsa bölgesel kalkınmayı gerçekleştirebilmek için devlet yatırımları ve AB fonları çerçevesinde sektörel bazda özel kaynak tahsisi (yatırımcıların teşvik edilmesi) toplumlar arası sosyal barışı daha da güçlendirecektir. Aksi halde çağdaş anlamda giderek farklılaşan ikili yapı, güven ve huzuru olumsuz etkilemekte vatandaşlık bilincine zarar vermektedir. Nitekim AB'nin ekonomik anlamda geri kalmış bölgelerinden biri olarak bilinen Batı Trakya bölgesi için OSB stratejileri ile paralel kalkınma stratejileri benimsenmelidir.

Sonuç olarak araştırma sonuçları bir bütün olarak değerlendirildiğinde sahadan elde edilen analitik bulgular kümelenmenin öneminin kısmen kavrandığını göstermektedir. Özetle modellerdeki algı göstergelerine göre firma davranışlarını yönlendiren ve rekabet sürecini güçlendiren bu analitik bulgulardan hareketle firmaların küresel ölçekte hayatta kalma ve rekabeti sürdürebilir kılması için objektif göstergeleri içselleştirme çabası içinde oldukları görülmektedir. Dolayısıyla bu sonuçlar çalışmanın hipotezini de doğrulamaktadır.

KAYNAKÇA

Abadie, A. ve Dermisi, S. (2008). Is terrorism eroding agglomeration economies in Central Business Districts? Lessons from the office real estate market in downtown Chicago. *Journal of Urban Economics*. 6(2): 451-463.

Abttf. <https://www.abttf.org/html/index.php?link=detay&id=80&arsiv=1&typ=1>, (05.05.2014).

Abttf. <https://www.abttf.org/html/index.php?link=detay&id=11&arsiv=1&typ=1>, (05.05.2014).

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

Altuntaş, G. ve Dönmez, D. (2010). Girişimcilik yönelimi ve örgütsel performans ilişkisi: Çanakkale bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*. 39(1): 50-74.

Anahtar Sanayi. <http://anahtar.sanayi.gov.tr/tr/news/kumelenme-politikalari-kumelenmenin-turkiyede-kirsal-kalkinma-acisindan-onemi-ve-oneriler/591>, (18.06.14).

Antoncic, B. ve R. D. Hisrich. (2000). Intrapreneurship Modeling In Transition Economies: A Comparison of Slovenia and The United States. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. 5(1): 21–40.

Antoncic, B. ve Prodan, I. (2008). Alliances, corporate technological entrepreneurship and firm performance: Testing a model on manufacturing firms. *Technovation*. 28(5): 257-265.

Audretsch, D. B. ve Feldman, M. P. (1996). R&D Spillovers and the Geography of Innovation and Production. *The American Economic Review*. 86(3): 630-640.

Audretsch, D. B. (1998). Agglomeration And The Location Of Innovative Activity. *Oxford Review Of Economic Policy*. 14(2): 19-29.

Babacan, M. (2005). *Reklamcılık Temel Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Barrios S. , Bertinelli, L. Strobl, E. (2003). Coagglomeration and Growth, Zew Center For European Research. 3-39.

Barro, R. J., Sala-i-Martin, X., Blanchard, O. J., ve Hall, R. E. (1991). *Convergence across States and Regions*. Brookings Papers on Economic Activity. 107-182.

Bayülken, Y. ve Kütükoğlu, C. (2012). Organize Sanayi Bölgeleri Küçük Sanayi Siteleri Teknoparklar. Makine Mühendisleri Odası Oda Raporu. 584: 1-88.

Beeson, P. E. (1987). Total Factor Productivity and Agglomeration Economies in Manufacturing 1959-1973. *Journal of Regional Science*. 27(2): 183-200.

Bekele, G. ve W.Jackson, R. W. (2006). Theoretical Perspectives on IndustryClusters <http://rri.wvu.edu/wp-content/uploads/2012/11/bekelewp2006-5.pdf>, (24.05.2014).

Bingöl, N. (2001). *İllerde Ekonomik Büyüme İmalat Sanayiinde Yerleşme ve Dışsal Ekonomiler*, (Uzmanlık Tezi). Ankara: İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü. Proje, Yatırımları Değerlendirme ve Analiz Dairesi.

Brakman, S., Garretsen, H. ve Marrewijk, C. (2003). An Introduction to Geographical Economics. *Cambridge University Press*.

Branstetter, L. G. (1998). Looking for International Knowledge Spillovers a Review of the Literature with Suggestions for New Approaches. *The Economics and Econometrics of Innovation*. 517-540.

Breschi, S. ve Lissoni, F. (2001). Knowledge spillovers and local innovation systems: a critical survey. Cattaneo: *LIUC Papers in Economics* 84.

Capello, R. ve Faggian, A. (2005). Collective learning and relational capital in local innovation processes. *Regional studies*. 39(1): 75-87.

Carlino, G. A. (2001). Knowledge Spillovers: cities role in the new economy. *Business Review Q*. 4: 17-24.

Coulibaly, S., Deichmann, U. ve Lall, S. (2007). Urbanization and Productivity: Evidence from Turkish Provinces Over The Period 1980-2000. Policy Research Working Paper, 4327.

Çoban, O. ve Güleş, H. K. (2008). Organize Sanayi Bölgelerinin Sorunları ve Çözümleri. *Sempozyum Bildirileri Kitabı* (ss. 225-237), Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası. İzmir.

De Lucio, J., Herce, J. A. ve Goicolea, A. (2002). The Effects of Externalities On Productivity Growth in Spanish Industry. *Regional Science and Urban Economics*. 32(2): 241-258.

Dinler, Z. (2008). *Mikro Ekonomi*. 19. Baskı. Bursa : Ekin Kitabevi.

Doğan, E. (2011). External Scale Economies in Turkey Manufacturing Industries. *International Review of Applied Economics*. 15(4).

Duygulu, E., Kök, R. ve Şimşek, N. (2008). Organize Sanayi Bölgelerinin Sorunları ve Çözümleri. *Sempozyum Bildirileri Kitabı* (ss. 239-249), Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası. İzmir.

Ekodialog. <http://www.ekodialog.com/Konular/dissallik.html>, (15.05.2014).

Elinyae. http://www.elinyae.gr/el/lib_file_upload/33%20-65.1111924008858.pdf, (04.07.2014).

Elinyae. http://www.elinyae.gr/el/lib_file_upload/319a_77.1131349737297.pdf, (04.07.2014).

Ellison, G. ve Glaeser, E. L. (1997). Geographic Concentration in U.S. Manufacturing Industries: A Dartboard Approach. *Journal of Political Economy*. 105: 889-927.

Ellison, G., Glaeser, E. L. ve Kerr, W. (2007). *What causes industry agglomeration? Evidence from coagglomeration patterns*. National Bureau of Economic Research.

Eser, U. ve Köse, S. (2005). Endüstriyel Yerelleşme ve Yoğunlaşma Açısından Türkiye Sanayii: İl İmalat Sanayilerinin Analizi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. 60(2): 99-106.

Etva. VI.P.E. [http://www.etvavipe.gr/\(3611076784917613\)/Documents/filladiaPDF/vp_komotini.pdf](http://www.etvavipe.gr/(3611076784917613)/Documents/filladiaPDF/vp_komotini.pdf), (16.06.2014).

Filiztekin, A. (2002) Agglomeration and growth in Turkey, 1980-1995, Sabanci Univ. *Discussion Paper Series in Economics* .Suecdp.02.01.

Fujita, M. (1989). *Urban economic theory: land use and city size*. Cambridge University Press.

Fujita, M. (1996). The Evolution of Spatial Economics: From Thünen to the New Economic Geography. *The Japanese Economic Review*. 61(1): 1-32.

Fujita, M. ve Thisse, J. F. (1996). Economics of Agglomeration. *Journal of the Japanese and International Economies*. 10: 339-378.

Fujita, M., Krugman, P. ve Venables, A. J. (1999). The Spatial Economy: Cities, Regions and International Trade. *Cambridge: MIT Press*.

Fujita, M. ve Thisse, J. F. (2003). Does geographical agglomeration foster economic growth? And who gains and loses from it?. *Japanese Economic Review*. 54(2): 121-145.

Fujita, M. (2010). The Evolution of Spatial Economics: From Thünen to the New Economic Geography, *The Japanese Economic Review*. 61(1).

Gao, T. (2004). Regional Industrial Growth Evidence from Chinese Industries. *Regional Science and Urban Economics*. 34(1): 101-124.

Geveli, M. (Ekim 2007). Witten, *Yunanistan`ın Batı Trakya Ekonomisinin Sosyopolitik Açından Değerlendirilmesi*.

<http://www.google.com.tr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0C CMQFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.batitrakya.org%2Fyayinlar%2Farastirmalar%2Findir%2Fbati-trakya-ekonomisinin-sosyopolitik-acidan-degerlendirilmesi.html&ei=2C7U62qDJCO4gTJr4GACg&usg=AFQjCNEqcNlSF8G1F8shYu-cqOrigwSY0Q>, (08.07.2014).

Gimanez, C. ve Ventura, E. (2005). Logistic-Production, Logistic-Marketing and External Integration. *International Journal of Operation & Production Management*. 25 (1): 20-38.

Glaeser, E. L., Kallal, H. D., Scheinkman, J. A. ve Shleifer, A. (1991) *Growth in Cities*. National Bureau of Economic Research.

Gunasekaran, A. ve E.W.T. Ngai. (2004). Information Systems in Supply Chain Integration and Management. *European Journal of Operational Research*. 159: 269-295.

Head, K., Ries, J. ve Swenson, D. (1995). Agglomeration benefits and location choice: Evidence from Japanese manufacturing investments in the United States. *Journal of International Economics*. 38(3-4): 223-247.

Henderson, J. V. (1974). The Sizes and Types of Cities. *The American Economic Review*. 64(4): 640-56.

Henderson, J. V., Kuncoro, A. ve Turner, M. (1995). Industrial Development in Cities. *Journal of Political Economy*. 103(5): 1069.

İşgüden, T. (1995). *Gelişme Kuramları: Gelişme İktisadı: Kuram, Eleştiri, Yorum*, (Ed. Tamer İşgüden-Fuat Ercan-Mehmet Türkay). İstanbul: Beta Yayınları.

Kalça, A. ve Atasoy, Y. (2008). Ekonomik Büyüme Aracı Olarak Bilgi Yayılımları ve İnovasyon, *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*. 3(2): 95-110.

Karaalp, H. S. ve Erdal, F. (2012). Sanayileşmenin Bölgesel Yığılması ve Komşu İllerin Büyümesi Gelir Farklılıklarını Artırır mı? Türkiye için Bir Beta Yakınsama Analizi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*. 12(4): 475-486.

Karakayacı, Ö. (2010). Ekonomik Büyüme ve Girişimcilik Aktivitelerinde Kümeleşmenin Rolü: Bursa ve Konya Sanayi Kümeleri Örneğinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Megaron*. 5(3): 149-59.

Karataş, N. (2006). Firma Kümelenme Eğilimleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma: İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi Örneği. *Planlama*. 37(3): 47-57.

Khandwalla, P. N. (1987). Generators of Pioneering-innovative Management: Some Indian Evidence. *Organization Studies*. 8(1): 39-59.

Kıymalıoğlu, Ü. (2004). Yığılma Ekonomileri. *DPT-PAÜ Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu*. 1: 364-384.

Kıymalıoğlu, Ü. ve Ayoğlu, D. (2006). Türk İmalat Sanayinde Yığılma Ekonomileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*. 7(2): 198-209.

Kıymalıoğlu, Ü. ve Ayoğlu, D. (2007). Türk İmalat Sanayiinde İllere Göre Yerleşme ve Kentleşme Ekonomilerinin Belirlenmesi. *BİLİG*. 43: 170-175.

Kök, R., Şimşek, N. ve Duygulu, E. (2010). *Türkiye’de Organize Sanayi Bölgelerinin Performans Değerlendirmesi ve Strateji Geliştirme*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.

Kumral, N. ve Çağaçan, D. (2006). An Industrial Cluster Study: As a Basis for The Aegean Region’s Development Policy. *Ege University Working Papers in Economics*. 6(1): 1-22.

Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. *Journal of Political Economy*. 99(31): 483-499.

Krugman, P. (1999). The Role of Geography in Development. *International Regional Science Review*. 22(2): 22-142.

Kum, M. (2011). İktisadın Yeni Coğrafi Açılımı: Yeni Ekonomik Coğrafya Yaklaşımı. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 30: 235-255.

Kumral, N. (2004). Endüstriyel Yerelleşme: Türkiye NUTS1 Bölgeleri Örneği. *İktisat İşletme ve Finans*. 215: 66-75.

Küçüker, C. (1998). Kentsel Büyüme Dinamikleri. Anadolu’da Hızla Sanayileşen Kentler: Denizli Örneği, *Beşinci Ulusal İktisat Sempozyumu* (ss. 40-82), Türk Ekonomi Kurumu. Ankara.

Küçüker, C. (2000). Yeni Ekonomik Coğrafya ve Kalkınma. *Ekonomik Yaklaşım*. 11(38): 1-45.

Küçüker, C. (Nisan, 2012). Endüstriyel Kümelenme Yaklaşımları: Bir Değerlendirme. <http://tek.org.tr/dosyalar/balkanlar6.pdf>, (04.07.2014).

Lai, K. H. ve Wong, C. W. Y. (2012). Green logistics management and performance: Some empirical evidence from Chinese manufacturing exporters. *Omega*. 40(3): 267-282.

Li, D. Lu, Y. ve Wu, M. (2012). Industrial agglomeration and firm size: Evidence from China. *Regional Science and Urban Economics*. 42(1-2): 135-143.

Lin, L., Li, H.Y ve Yang, C-H. (2011). Agglomeration and productivity: Firm-level evidence from China's textile industry. *China Economic Review*. 22(3): 313-329.

Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the Characteristics of the Entrepreneurial Personality. *International Journal of Entrepreneuria/ Behavior & Research*. 6(6): 295-299.

Manchester. www.manchester2002-uk.com/business/trafford-park.html, (16.05.2014)

Mankiw, N. G., Romer, D. ve Weil, D. N. (1992). A Contribution to the Empirics of Economic Growth. *The Quarterly Journal of Economics*. 107(2): 407-437.

Martin, R. (1999). The New Geographical Turn in Economics: Some Critical Reflections, *Cambridge Journal of Economics*. 23: 65-91.

Mimoza. http://mimoza.marmara.edu.tr/~mujdat.soyturk/papers_web/bilisim_01.pdf, (03.07.2014).

Molina - Morales, F. X. (2002). Industrial districts and innovation: the case of the Spanish ceramic tiles industry. *Entrepreneurship & Regional Development*. 14(4): 317-335.

Myrdal, G. (1963). *Economic Theory and Underdeveloped Regions*. London: Methuen & Co.

Murphy, P.J., Liao, J. ve Welsh, H. P. (2006). A Conceptula History of Entrepreneurial Thought. *Journal of Management History*. 12(1): 12-15.

Nakamura, R. (1985). Agglomeration Economics in Urban Manufacturing Industries: A Case of Japanese Cities. *Journal of Urban Economics*. 17: 108-124.

Ottaviano, G. I. P. ve Thisse, J. F. (2001). On Economic Geography in Economic Theory: Increasing Returns and Pecuniary Externalities. *Journal of Economic Geography*, 1: 153-179.

Önder, A. Ö., Karadağ, M. ve Deliktaş, E. (2007) The Effects of Public Capital on Regional Convergence in Turkey. *Ege University Department of Economics Working Paper*. 7(1): 1-24.

Öz, Ö. (2006). *Clusters and Competitive Advantage: The Turkish Experience*. Newyork: Palgrave.

Özdemir, A. ve Kök, G. (2008). Organize Sanayi Bölgelerinin Sorunları ve Çözümleri. *Sempozyum Bildirileri Kitabı* (ss. 185-222), Dokuz Eylül Üniversitesi Matbaası. İzmir.

Özdemir, A. (2013). *Yönetim Biliminde İleri Araştırma Yöntemleri ve Uygulamalar*. 3.Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Özdemir, R. A. ve Taşçı, H. M. (2008). Kentleşme ve Kentsel İstihdam, Ekonomik Büyüme İçin Önemli Bir Potansiyel midir? *Balıkesir Üniversitesi Maliye Dergisi*. 155: 55-71.

Öztürk, N. (2006). *Türkiye’de Bölgesel Kalkınma ve Güneydoğu Anadolu Projesi*. 1. Baskı. Ankara: Türkiye Ziraat Odaları Birliği Yayını.

Öztürk, N. ve Uzun, M. (2010). Bölgesel Kalkınma Dinamikleri: Bölgesel Dengesizliklerin Ortaya Çıkmasında Rol Oynayan İktisadi Etmenler. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 11(2): 91-110.

Paksoy, T., Güleş, H. K. ve Altıparmak, F. (2003). Tedarik Zinciri Yönetiminde Dağıtım Ağlarının Tasarımı ve Eniyilemesi: Çok Aşamalı Karma Tam Sayılı Bir Doğrusal Programlama Modeli. *Journal Of Faculty of Business*. 4(2): 1-25.

Peet, R. ve Hartwick, E. (2009). *Theories of Development: Contentions, Argument. Alternatives*. Newyork : The Guilford Press.

Peltola, S. (2012). Can an old firm learn new tricks? A Corporate Entrepreneurship Approach to Organizational Renewal. *Business Horizons*. 55(1): 43-51.

Porter, M. (1998). Clusters and New Economics of Competition. *Harvard Business Review*. 76(6): 77-90.

Porter, M. (2010). *Rekabet Üzerine*. Çev. Kıvanç Tanrıyar. İstanbul: Optimist Yayınları.

Ramírez, A. (2012). Product return and logistics knowledge: Influence on performance of the firm. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*. 48(6): 1137-1151.

Rizov, M., Oskam, A. ve Walsh, P. (2012). Is there a limit to agglomeration? Evidence from productivity of Dutch firms. *Regional Science and Urban Economics*. 42(4): 595-606.

Romijn, H. ve Albu, M. (2002). Innovation, Networking and Proximity: Lessons From Small High Technology Firms in the UK. *Regional Studies*, 36(1): 81-86.

Ronde, P. ve Hussler, C. (2005). Innovation in regions: what does really matter?. *Research Policy*. 34(8): 1150-1172.

Schmitz, H. ve Nadvı, K. (1999). Clustering and Industrialization, Introduction. *World Development*. 27(9): 1503-1514.

Scitovsky, T. (1954). Two concepts of external economies. *The Journal of Political Economy*. 62(2): 143-151.

Scott, A. J. (2004). A perspective of Economic Geography. *Journal of Economic Geography*. 4: 479-99.

Silvestre, B. ve Dalcol, P. (2009). Geographical proximity and innovation: Evidences from the Campos Basin oil & gas industrial agglomeration - Brazil, *Technovation*, 29(8): 546-561.

Tetik, S. (2003). İşletme Performansını Belirlemede Veri Zarflama Analizi. *Yönetim ve Ekonomi*. Celal Bayar Üniversitesi. Manisa. 10(2): 221-230.

Thirlwall, A. P. (1994). *Growth and Development*. 5th Edition. London: McMillan Press.

Tiftik, H. ve Zincirkıran, M. (2013). Effect of Clustering Activities to Competitive Power in Terms of SME's Innovative Management Approach. *Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences*. 5(3): 533-550.

Tübitak (2003). *Bilim ve Teknoloji Politikaları Çalışma Grubu Raporu*, (Ankara:TÜBİTAK). 1-43.

Webb, W. J., Ketchen, D. J. JR. ve Ireland, D. R. (2010). Strategic entrepreneurship within family - controlled firms: Opportunities and challenges. *Journal of Family Business Strategy*. 1(2): 67-77.

Wikipedia. http://tr.wikipedia.org/wiki/Bat%C4%B1_Trakya_T%C3%BCrkleri#CITEREFWestern_Thrace_Minority_University_Graduates_Association2009, (10.05.2014).

Yang, Y. (2012). Agglomeration density and tourism development in China: An empirical research based on dynamic panel data model. *Tourism Management*. 33(6): 1347-1359.

Yıldırım, E. (1999). Anthony Giddens'in Yapılanma Teorisi, *Bilgi*. 1: 25-44.

Zehir, C., Muceldili, B. ve Zehir S. (2012). The impact of Corporate Entrepreneurship on Organizational Citizenship Behavior and Organizational Commitment : Evidence From Turkey SMEs. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58: 924-933.

EK

EK 1: Anket Formu

Yunanistan’da Gümölcine, İskeçe ve Dedeaağaç Organize Sanayi Bölgelerinin Endüstriyel Yığılma Ekonomilerine Yönelik Algı Analizi Değerlendirmesi ve Strateji Geliştirme

İl Adı:.....

OSB Adı:.....

İşletmenin Sektörü.....

(NACE Kodu).....

1.Görüşme Tarihi...../...../2014

Görüşme Tamamlandı ☐ Görüşme Süresi.....Saat/.....Dakika

Görüşme Yarım Kaldı ☐ Randevu Tarihi/...../2014

Saat:.....

2.Görüşme Tarihi...../...../2014

Görüşme Tamamlandı ☐ Görüşme Süresi.....Saat/.....Dakika

I - İŞLETMEYE İLİŞKİN GENEL BİLGİ SORU GRUBU

Bu soru grubu her bir işletmenin profilini yansıtan genel bilgileri içermektedir. Bu bilgiler OSB bütünü içerisinde dikkate alınacak ve Türkiye’de OSB’lere ilişkin karakteristik özelliklerin değerlendirilmesine referans olacaktır.

A - FİRMA SAHİBİ YA DA YÖNETİCİSİNE İLİŞKİN BİLGİLER

1) Adı – Soyadı:

2) Konumu:

Sahip	1	Profesyonel Yönetici	3
Ortak	2	Diğer.....	

3) Öğrenim Durumu:

İlk-Orta	1	Üniversite	3
Lise	2	Lisansüstü	4

4) Yaşı:.....(Açık olarak yazılacak)

5) Bildiğiniz dil/diller:

İngilizce	1	Fransızca	3
Almanca	2	Diğer	4

B - FİRMA HAKKINDA GENEL BİLGİLER

1) Kayıtlı Unvanı:

2) Adresi:

3) İletişim Bilgileri

a) Telefonu: () c) e-posta:

b) Faks: () d) web adresi: www.....

4) Faaliyette bulunduğunuz OSB’nin adı:

5) Kuruluş Yılı:

6) Hukuki Statü:

A.Ş	1	Limited	3	Şahıs İşletmesi	5	Diğer.....
Kolektif	2	Komandit	4	Kooperatif	6	

7) Ortak Sayısı: _____ Adet

8) Yönetim Kurulu Üye Sayısı: _____

9) Yönetim Kurulunda Bulunan Aile Dışı Üye Sayısı: _____

10) Kuruluş Şekli:

Yeni Kuruluş	1	Üçüncü şahıstan devralma	3	Diğer....
Aileden devralma	2	Çalışanlar olarak devralma	4	

11) Faaliyet Konusu (Sektörü):

Sektör kodlaması (NACE) : [] , [] , []

- 12) Firmanın misyon / varlık nedeni: _____
13) Firmanın vizyon / hedefi: _____

II – FİRMANIN FAALİYET GÖSTERDİĞİ ORTAMA İLİŞKİN SORU GRUBU

Bu bölümde kuruluşunuzun faaliyetlerini yürütmekte olduğu OSB çevresini değerlendirmeniz istenmektedir.

Çevrenizi değerlendirirken lütfen şu noktaları göz önünde bulundurarak aşağıda yer alan her ifade için yalnızca bir seçeneği işaretleyiniz:

— Faaliyetlerinizi yürütürken ilişkide bulunduğunuz örgütün işlem çevresini oluşturan elemanlar; kuruluşunuzdaki diğer bölümler, karar verici organlar, rakip kuruluşlar, tedarik ve satın alma çevresi, hükümet organları, müşteriler, sendikalar, SSK, Bağ-Kur, Emekli Sandığı vb kuruluşlar şeklindeki faktörler olabilir.

— Faaliyetlerinizi yürüttüğünüz çevrenin istikrarlı-dinamik, basit-karmaşık olup olmaması vb. özellikler olabilir.

— (1) Hiç (2) Az (3) Kısmen (4) Oldukça (5) Büyük ölçüde

		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Kuruluşunuzun faaliyetleri ile ilgili karar alırken, işlem çevresini içeren faktörlerin ne kadarını dikkate almak zorunluluğu duyuyorsunuz?	1	2	3	4	5
2	Kuruluşunuzun amaçlarını gerçekleştirmesi açısından, kuruluşunuzun çevresini oluşturan faktörler ne kadar önem taşır?	1	2	3	4	5
3	Kuruluşunuzun amaçlarını gerçekleştirmesi açısından, işlem çevresine ilişkin faktörler arasında ne ölçüde ilişki vardır?	1	2	3	4	5
4	Kuruluşunuzun amaçlarını gerçekleştirmesi açısından, önem taşıyan işlem çevresine ilişkin faktörler ne ölçüde çeşitlilik gösterirler?	1	2	3	4	5
5	Kuruluşunuz açısından önem taşıyan işlem çevresine ilişkin faktörlerde zaman içerisinde (6 ay - 1 yıl gibi) ne kadar sık değişim meydana gelir?	1	2	3	4	5
6	İşlem çevresinde meydana gelen değişimlerin nedenlerini ne ölçüde tahmin edebilirsiniz?	1	2	3	4	5
7	İşlem çevresini oluşturan faktörlerin kuruluşunuz üzerindeki etkileri hakkında ne derece bilgi sahibisiniz?	1	2	3	4	5
8	İşlem çevresine ilişkin kararları almak açısından gerekli bilgileri elde etmek ne derece güçtür?	1	2	3	4	5

III – FİRMALARIN DURUMUNU İYİLEŞTİRMeye VE BEKLENTİLERİNİ SORUNLARINI ORTAYA KOYMAYA YÖNELİK SORU GRUBU

B – KÜMELENME SORULAR

Aşağıdaki soruları cevaplarken en fazla ilişkiniz olan kurum/işletme (en fazla ilişkiniz olan 1. Olmak üzere) en azına doğru sıralayarak belirtiniz. (“En fazla ilişki” konusunda en fazla ciro yaptığınız firma gibi düşünebilirsiniz)
Sorulara cevap verirken son iki senelik dönemi göz önünde bulundurunuz.

		Aynı Sanayi Bölgesinde (1)	Aynı Şehirde (2)	Farklı Şehirde (3)	Yurt Dışında (4)	Kodlama İçin kullanılacak (Kullanmayınız)
1	Kullandığınız Makina ve Ekipmanı Satın Aldığınız Tedarikçiler/Üreticiler					
2	Yedek Parçalarınızı Satın Aldığınız Tedarikçiler/Üreticiler?					
3	Bakım Hizmeti Aldığınız İşletmeler?					
4	Kullandığınız Hammadde/Yarı mamullerinizi Satın Aldığınız Tedarikçi/Üreticiler?					
5	Ürünlerinizi Sattığınız Müşteriler?					
6	Rakipleriniz Olan Üreticiler?					

a)Tedarik Zinciri Yönetimi uygulamalarınız ile ilgili mevcut durumumuzu doğru olarak yansıtan seçeneği işaretleyiniz.

(1)Kesinlikle katılmıyorum (2)Katılmıyorum (3)Kararsızım (4) Katılıyorum (5) Kesinlikle katılıyorum

			1	2	3	4	5
1	Tedarikçi seçerken en önemli kriter olarak kaliteyi dikkate alırız.	1	1	2	3	4	5
2	Tedarikçilerimizle olan problemlerimizi ortaklaşa çözeriz.	2	1	2	3	4	5
3	Ürün ve girdi kalitesini geliştirmede tedarikçilerimize yardımcı oluruz.	3	1	2	3	4	5
4	Sürekli iyileştirme programımıza kilit tedarikçilerimizi dahil ederiz.	4	1	2	3	4	5
5	Stratejik planlarımızı belirlerken kilit tedarikçilerimizi dahil ederiz.	5	1	2	3	4	5
6	Yeni ürün geliştirme süreçlerine kilit	6	1	2	3	4	5

	tedarikçilerimiz aktif olarak katılırlar.						
7	Güvenilirlik, yanıt verme ve diğer standartlarını belirlerken müşterileri dikkate alırız.	7	1	2	3	4	5
8	Müşteri memnuniyetini sıklıkla ölçer ve değerlendiririz.	8	1	2	3	4	5
9	Gelecekteki müşteri beklentilerini sıklıkla belirlemeye çalışırız.	9	1	2	3	4	5
10	Müşterilerimizin bilgi alma ve yardım isteklerini dikkate alırız.	10	1	2	3	4	5
11	Müşterilerimizle olan ilişkimizin önemini periyodik olarak değerlendiririz.	11	1	2	3	4	5
12	Rekabetçi fiyatlar sunabiliriz	12	1	2	3	4	5
13	Rakiplerimizle aynı düzeyde ya da onlardan daha düşük fiyatlar sunabiliriz.	13	1	2	3	4	5
14	Kalite tabanlı rekabet edebiliriz.	14	1	2	3	4	5
15	Güvenliği yüksek ürünler sunabiliriz.	15	1	2	3	4	5
16	Uzun ömürlü/dayanıklı ürünler sunabiliriz.	16	1	2	3	4	5
17	Müşterilerimiz için yüksek kaliteli ürünler sunabiliriz.	17	1	2	3	4	5
18	Gereken ara ürünleri zamanında teslim ederiz.	18	1	2	3	4	5
19	Müşteri siparişlerini zamanında teslim ederiz	19	1	2	3	4	5
20	Güvenilir teslimatı sağlarız	20	1	2	3	4	5
21	Müşteriye özel ürünler sağlarız.	21	1	2	3	4	5
22	Müşteri ihtiyaçlarını karşılamak için ürünlerimizde değişiklik yaparız.	22	1	2	3	4	5
23	“Yeni” özellikler ile müşteri taleplerine daha iyi cevap verebiliriz.	23	1	2	3	4	5
24	Pazara hızlı bir şekilde ürün sunabiliriz.	24	1	2	3	4	5
25	Yeni ürün sunmada pazarda ilk olabiliriz	25	1	2	3	4	5
26	Pazar zamanlılığımız endüstri ortalamasından düşük	26	1	2	3	4	5
27	Hızlı ürün geliştirebiliriz	27	1	2	3	4	5

b)Üretmiş olduğunuz ürünlerin başarısızlığa uğramasında aşağıdaki faktörlerden hangileri daha çok etkili olmaktadır. Etkilenme düzeylerini belirtiniz.

Kesinlikle katılmıyorum(1) Katılmıyorum(2) Kararsızım(3) Katılıyorum(4)
Kesinlikle katılıyorum(5)

			1	2	3	4	5
1	Talep yetersizliği	1	1	2	3	4	5
2	Yüksek fiyatla satış politikaları	2	1	2	3	4	5
3	Maliyetlerin beklenenden yüksek olması	3	1	2	3	4	5
4	Ürünün teknik bakımdan kusurlu çıkması	4	1	2	3	4	5
5	Gerekli tüketici araştırmasının yapılmaması	5	1	2	3	4	5
6	Rakiplerin daha iyi ve yeni ürünler sunması	6	1	2	3	4	5

7	Etkin olmayan tutundurma (reklam, promosyon vs.) politikası	7	1	2	3	4	5
8	Düşük ürün kalitesi	8	1	2	3	4	5
9	Dağıtım kanallarının yetersizliği	9	1	2	3	4	5
10	Tüketici ihtiyaçlarının değişmesi	10	1	2	3	4	5
11	Ürünün tüketici ihtiyaç ve isteklerini karşılayamaması	11	1	2	3	4	5
12	Ürünün tek bir pazara hitap edecek şekilde üretilmesi	12	1	2	3	4	5
13	Teknolojideki gelişmelere ayak uyduramama	13	1	2	3	4	5
14	Hatalı marka seçimi ve tasarımı	14	1	2	3	4	5
15	Kültürel farklılıkların dikkate alınmaması	15	1	2	3	4	5

IV– FİRMALARIN ÜRETİM FİNANSMAN YÖNETİM VE PERFORMANSINA YÖNELİK SORU GRUBU

C – GİRİŞİMCİLİK VE YÖNETİM YÖNELİMLİ SORU GRUBU

1 - Kuruluş Yapısına Yönelik 1-13 soruları aşağıdaki ölçeğe göre yanıtlayınız.

(1) Hiç (2) Az (3) Kısmen (4) Oldukça (5) Büyük ölçüde

			1	2	3	4	5
1	Kuruluşunuzda görevlerinizi yerine getirmenizi koordine etmek üzere hazırlanmış ne kadar kural ve yöntem vardır?	1	1	2	3	4	5
2	Bu kural ve yöntemler kuruluşunuzdaki faaliyetlerin nasıl kontrol ve koordine edileceğini ne derecede kesinlikle belirler?	2	1	2	3	4	5
3	Bu kural ve yöntemler kuruluşunuzda ne derecede titizlikle izlenmektedir?	3	1	2	3	4	5
4	Bu kural ve yöntemler ne oranda yazılı bülteni yönerge ve raporlar biçiminde dağıtılırlar?	4	1	2	3	4	5
5	Kuruluşunuzda ne kadar farklı görev unvanı vardır?	5	1	2	3	4	5
6	Kuruluşunuzda size doğrudan rapor veren astlarınızın kaç ı aynı temel görevi yerine getirirler?	6	1	2	3	4	5
7	Kuruluşunuzda size doğrudan rapor veren astlarınızın kaç ı bir başkasının görevini yapabilir?	7	1	2	3	4	5
8	Kuruluşunuzda görevliler birbirlerinin görevlerini yapmak üzere ne sıklıkta yer değiştirirler?	8	1	2	3	4	5
9	Kuruluşunuzda size doğrudan rapor veren görevlilerin görevlerini yerine getirebilmeleri için gerekli becerilerini geliştirmek üzere iş başında ya da dışında haftada kaç saat yetiştirme programlarına zaman harcanmaktadır?	9	1	2	3	4	5
10	Kuruluşunuzda çalışanların kaç ı şimdiki görevleri	10	1	2	3	4	5

	ile ilgili uzmanlık eğitimi görmüşlerdir?						
11	Kuruluşunuzda yeni çalışmaya başlayanlara görevleriyle doğrudan ilgili olarak ne kadar süreli bir oryantasyon programı uygulanmaktadır?	11	1	2	3	4	5
12	Karar verme yetkinizin olmadığı durumlarda zamanınızın ne kadarını varsa üstünüzün ya da bağlı olduğunuz bir üst kurumun karar vermesini beklemekle geçirirsiniz?	12	1	2	3	4	5
13	Kuruluşunuzun faaliyetleri ile ilgili karar almadan önce ne derecede astlarınıza danışmaktasınız?	13	1	2	3	4	5

2 - Kültür Boyutlarına yönelik özellikler

(1) Hiç (2) Az (3) Kısmen (4) Oldukça (5) Büyük ölçüde

			1	2	3	4	5
1	Bu kurumda çalışanlar iş ile ilgili kararları yetkileri dâhilinde kendileri verirler.	1	1	2	3	4	5
2	Bu kurumda amirin haberi olmadan hiç bir şey yapılmaz.	2	1	2	3	4	5
3	Bu kurumda amirler yapılaması gerekeni söyleyip gerisini çalışana bıraktıklarında daha verimli çalışılır.	3	1	2	3	4	5
4	Bu kurumda işle ilgili yenilik teklifinde yöneticiler çalışanları teşvik eder.	4	1	2	3	4	5
5	Bu kurumda yöneticiler çalışanların yenilikçi fikirlerine ön yargılı yaklaşırlar.	5	1	2	3	4	5
6	Bu işletmede işin yapılması konusunda yeni bir fikir olsa bile arkadaşlarının alay edeceği düşünülerek açıklamaktan çekinilir.	6	1	2	3	4	5
7	Bu işletmede çalışanlar görevleri ile ilgili riskleri rahatlıkla alabilirler.	7	1	2	3	4	5
8	Bu işletmede tereddütlü konularda risk almaktansa amirlere danışma tercih edilir.	8	1	2	3	4	5
9	Bu işletmede yapılan her şey yöneticiler tarafından kontrol edilir.	9	1	2	3	4	5
10	Bu işletmede uygulanan kurallar çalışanların güvenliği ve rahatlığı içindir.	10	1	2	3	4	5
11	Bu işletmede çalışanlar daima amirlerinin kontrolü altında olduklarını hissetmelidir.	11	1	2	3	4	5
12	Bu işletmede kişisel gelişime önem verilir.	12	1	2	3	4	5
13	Bu işletmede daha yüksek eğitim almak isteyenlere yöneticiler yardımcı olmaz.	13	1	2	3	4	5
14	Bizim işletmemizde iş ile ilgili konularda çalışan kendini yetiştirdiği ölçüde terfi eder.	14	1	2	3	4	5
15	Bizim işletmemizde yeni bir şeylerin yapılması için girişimcilik davranışları desteklenir.	15	1	2	3	4	5
16	Bizim işletmemizde girişimci ve atılgan insanlar	16	1	2	3	4	5

	pek hoş karşılanmaz.						
17	Bu işletmede girişimci fikirleri olanlar her zaman desteklenir.	17	1	2	3	4	5
18	İşletmemizde işlerin daha iyi yapılması için birimler arasında rekabet olması istenir.	18	1	2	3	4	5
19	İşletmemizde işletme içindeki rekabetin işletmemizi zayıflattığı düşüncesindeyim.	19	1	2	3	4	5
20	İşletmemizde rekabetin işletmenin amaçlarına ulaşmasındaki katkısı göz ardı edilemez.	20	1	2	3	4	5
21	Kurumumuzda yöneticiler takım çalışmasını destekler.	21	1	2	3	4	5
22	Bu işletmede önemli olan görevlerin tam olarak yapılmasıdır. O nedenle çalışanların durumu diğer çalışanları ilgilendirmez.	22	1	2	3	4	5
23	Önemli olan bireysel başarıdan çok kurumun başarısıdır.	23	1	2	3	4	5
24	Bu işletmede herkes kurumun amaçlarını bilerek çalışır.	24	1	2	3	4	5
25	Bu kurumda herkes kendinden beklenen performansı göstermelidir.	25	1	2	3	4	5
26	Bu işletmede çalışanların işle ilgili yetenekleri yeterli düzeydedir.	26	1	2	3	4	5

3 - Girişimcilik Profiline Yönelik Özellikler

Yaşadığınız ortamı ve ülkemizi göz önünde bulundurarak, aşağıda yer alan ifadeler ile ne ölçüde aynı görüşte olup olmadığınızı ölçeği dikkate alarak ve uygun ölçek değerini işaretleyerek belirtiniz.

(1) Kesinlikle aynı fikirde değilim (2) Aynı fikirde değilim (3) Kısmen aynı fikirdeyim (4) Aynı fikirdeyim (5) Kesinlikle aynı fikirdeyim

Merkezi yönetim (Hükümet, Bağlı (bakanlık) kurum ve kuruluşlar),
Yerel Yönetim (Valilik, Büyükşehir belediyesi, İlçe belediyesi, Özel idare v.b.),
Meslek Odaları, (TOBB, TURMOB, MMO, Sanayi odası, Ticaret Odası, Esnaf ve Zanaatkar Odaları v.b.) gibi KURULUŞLAR BİREY/BİREYLERE;

			1	2	3	4	5
1	Kendi işlerini kurmalarında yardımcı olur.	1	1	2	3	4	5
2	Yeni ve küçük işletme kurulması için her türlü yasal zorunluluk ve düzenlemeyi en aza indirerek kolaylık sağlar.	2	1	2	3	4	5
3	Yeni bir iş kurmak istediklerinde (kredi, ekonomik fırsatlar, banka kredileri, yatırım indirimi ve muafiyet vb. gibi) uygun özel teşvik olanakları sağlar.	3	1	2	3	4	5
4	Yeni iş geliştirilmesine yardımcı olur.	4	1	2	3	4	5
5	Daha önce bir işte başarısız olursa bile yeniden işe başlanmasında her türlü yardımı yapar.	5	1	2	3	4	5

6	Yeni işe başlanmasında her türlü kolaylığı sağlar.	6	1	2	3	4	5
7	Kurulacak olan iş ile ilgili yasal mevzuata yönelik bilgilere ulaşmalarında yardımcı olur	7	1	2	3	4	5
8	İş kurarak zarar ettiklerinde zararlarının karşılanmasında yardımcı olur (zararlarını yüklenir).	8	1	2	3	4	5
9	Yeni bir iş kurmak istediğinde diğer tüm bireylere sağladığı benzer fırsatlardan adil olarak yararlanmalarında yardımcı olur.	9	1	2	3	4	5
10	Yeni bir iş kurmak istendiğinde istikrar ve belirsizliği azaltmak için her türlü çabayı harcar.	10	1	2	3	4	5
11	Yeni bir iş kurmak için gerekli olan teknoloji transferinde her türlü kolaylığı sağlar.	11	1	2	3	4	5
12	Yeni fikirlerin işe dönüştürülmesi (hayata geçirilmesi) övgü alan bir kariyer yoludur.	12	1	2	3	4	5
13	Ülkemde yenilikçi ve yaratıcı düşünce başarıya giden bir yol olarak görülür.	13	1	2	3	4	5
14	Girişimciler takdir edilir.	14	1	2	3	4	5
15	Ülkemde işadamları olanlara hayranlık duyulur.	15	1	2	3	4	5
16	İnsanlar, kendi işlerini kuran bireyleri büyük ölçüde takdir etme eğilimindedirler.	16	1	2	3	4	5
17	Girişimciler her türlü toplumsal desteği görür.	17	1	2	3	4	5
18	Bu ülkede girişimciye güvensizlik vardır.	18	1	2	3	4	5
19	Girişimci olmak bireyin kendini ispatlamasının bir yolu olarak görülür.	19	1	2	3	4	5
20	Girişimci olmak bireyin özgüvenin bir göstergesi olarak görülür.	20	1	2	3	4	5
21	Girişimci olmak itibar sağlamanın (saygınlığın) bir göstergesi olarak kabul edilir	21	1	2	3	4	5
22	Girişimci olmak sosyal statünün temsili olarak görülür.	22	1	2	3	4	5
23	Girişimci olmak rahat yaşam ve çok para kazanmak olarak görülür.	23	1	2	3	4	5
24	Girişimci olmak bağımsızlık olarak görülür.	24	1	2	3	4	5
25	Girişimciler topluma fayda sağlayan bireyler olarak görülür.	25	1	2	3	4	5
26	Girişimciler gelir dağılımına olumlu katkıda bulunan bireyler olarak görülür.	26	1	2	3	4	5