

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

İLİŞKİSEL EKONOMİ PERSPEKTİFİNDEN TÜRK
BİSİKLET ENDÜSTRİSİNDE BAĞLAMSALLIK,
YÖRÜNGE BAĞIMLILIĞI VE OLUMSALLIK

Esin AVCI

YÜKSEK LİSANS

Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı

Bölge Planlama Programı

Danışman

Prof. Dr. Yiğit EVREN

Ağustos, 2024

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**İLİŞKİSEL EKONOMİ PERSPEKTİFİNDEN TÜRK BİSİKLET
ENDÜSTRİSİNDE BAĞLAMSAALLIK, YÖRÜNGE
BAĞIMLILIĞI VE OLUMSAALLIK**

Esin AVCI tarafından hazırlanan tez çalışması 08.08.2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Bölge Planlama Programı **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Yiğit EVREN
Yıldız Teknik Üniversitesi
Danışman

Jüri Üyeleri

Prof. Dr. Yiğit EVREN, Danışman
Yıldız Teknik Üniversitesi

Doç. Dr. Ebru SEÇKİN, Üye
Yıldız Teknik Üniversitesi

Doç. Dr. Tansel ERBİL, Üye
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi

Danışmanım Prof. Dr. Yiğit EVREN sorumluluğunda tarafımca hazırlanan “İlişkisel Ekonomi Perspektifinden Türk Bisiklet Endüstrisinde Bağlamsallık, Yörünge Bağımlılığı ve Olumsuzluk” başlıklı çalışmada veri toplama ve veri kullanımında gerekli yasal izinleri aldığımı, diğer kaynaklardan aldığım bilgileri ana metin ve referanslarda eksiksiz gösterdiğimi, araştırma verilerine ve sonuçlarına ilişkin çarpıtma ve/veya sahtecilik yapmadığımı, çalışmam süresince bilimsel araştırma ve etik ilkelerine uygun davrandığımı beyan ederim. Beyanımın aksinin ispatı halinde her türlü yasal sonucu kabul ederim.

Esin AVCI

İmza



Aileme

ve

Arkadaşlarıma

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam boyunca bilgi birikimiyle yolumu aydınlatan ve uzun bir araştırma sürecinin her adımında destekleyici olan tez danışmanım Prof. Dr. Yiğit EVREN'e çok teşekkür ederim. Tez savunma sınavımda değerli görüşleriyle çalışmama katkı sağlayan jüri üyelerim Doç. Dr. Ebru SEÇKİN'e ve Doç. Dr. Tansel ERBİL'e teşekkürlerimi sunarım.

Araştırmamın saha çalışması kısmında sorularıma yanıt veren Bisiklet Endüstrisi Derneği yetkililerine ve görüşmeler aracılığıyla düşüncelerini paylaşan tüm firma yöneticilerine teşekkür ederim.

Son olarak, her zaman yanımda olup bana en büyük desteği veren canım annem, babam, ablam ve kardeşim olmak üzere biricik aileme ve sevdiklerime sonsuz teşekkürler...

Esin AVCI

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR	iv
KISALTMA LİSTESİ	vii
ŞEKİL LİSTESİ	viii
TABLO LİSTESİ	ix
HARİTA LİSTESİ	x
ÖZET	xi
ABSTRACT	xiii
1 GİRİŞ	1
1.1 Literatür Özeti	1
1.2 Tezin Amacı	2
1.3 Yöntem	2
2 İLİŞKİSEL YAKLAŞIM	4
2.1 Giriş	4
2.2 İlişkisel Yaklaşımın Kökenleri ve Metodolojisi	4
2.3 İlişkisel Yaklaşımında Kavramsal Araçlar	8
2.3.1 Bağlamsallık	11
2.3.2 Yörünge Bağımlılığı	12
2.3.3 Olumsuzluk	12
2.4 Bölüm Sonucu	14
3 İLİŞKİSEL YAKLAŞIMI SAHADA UYGULAMAK İÇİN ALTERNATİF ARAŞTIRMA TASARIMI KURGULARI	15
3.1 Giriş	15
3.2 El Paso Kovboy Çizme Endüstrisi	15
3.3 İstanbul Kuyum Endüstrisi	17
3.4 Türk Şarap Endüstrisi	20
3.5 Bölüm Sonucu	22
4 BİR ULAŞIM ARACI OLARAK BİSİKLET VE ÜRETİMİ	23
4.1 Giriş	23
4.2 Bisiklet Nasıl Bir Metadır?	23
4.3 Bisiklet Kültürü	25
4.4 Dünyada Bisiklet Endüstrisi	26
4.5 Bölüm Sonucu	28

5 SAHA ÇALIŞMASI	30
5.1 Giriş.....	30
5.2 Türk Bisiklet Endüstrisindeki Üretici Firmalar, Üretim ve Dış Ticaret Bilgileri	30
5.3 Türkiye’de Bisiklet Endüstrisinin Bağlamsallığı.....	35
5.3.1 Türk Bisiklet Endüstrisinin Tarihsel Bağlamı	36
5.3.2 Türk Bisiklet Endüstrisinin Mekânsal Bağlamı	43
6 SONUÇ	47
KAYNAKÇA	50
A FİRMA YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU	55
TEZDEN ÜRETİLMİŞ YAYINLAR	57



KISALTMA LİSTESİ

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
A.Ş.	Anonim Şirketi
BİSED	Bisiklet Endüstrisi Derneği
BMX	Bicycle MotoCross
Eurostat	European Statistics
ITDP	Institute for Transportation and Development Policy
ÖİK	Özel İhtisas Komisyonu
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
T.C.	Türkiye Cumhuriyeti
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 2.1 Ekonomik eylemin mekânsal bakış açısı üzerinden ilişkisel kavramsallaştırması [1].....	9
Şekil 4.1 2022 yılı AB ülkeleri ve Türkiye bisiklet üretim miktarı [21] [22]	27
Şekil 4.2 2022 yılında AB'ye ihraç edilen bisikletlerin üretim miktarı [23].....	28
Şekil 4.3 2022 yılında AB'ye ihraç edilen bisikletlerin değeri [23].....	28
Şekil 5.1 1965-2022 yılları arasında Türkiye'de toplam bisiklet üretimi [22] [25] [26] [27]	33
Şekil 5.2 1999-2022 yılları arasında Türkiye'den AB'ye bisiklet ihracatı [23]....	34
Şekil 5.3 1999-2022 yılları arasında AB'den Türkiye'ye bisiklet ithalatı [23].....	35
Şekil 5.4 Türk bisiklet endüstrisinin tarihsel bağlamı (Yazar tarafından oluşturulmuştur.).....	37
Şekil 5.5 Mikromobilité nedir? [30]	42

TABLO LİSTESİ

Tablo 2.1 Ekonomik coğrafyada değişen araştırma tasarımları [7]	8
Tablo 5.1 Türkiye’de iki tekerlekli araçlar sektöründe üretim yapan firmalara ait genel bilgiler (1991) [25]	31
Tablo 5.2 Türk bisiklet endüstrisinde üretim yapan firmalara ait kuruluş tarihi ve yeri bilgileri [25] [26] [27].....	31
Tablo 5.3 Bisikletler ve diğer motorsuz tekerlekli taşıtlar illere göre kayıtlı üretici, çalışan sayısı ve üretim kapasitesi [28].....	33
Tablo 5.4 Türk bisiklet endüstrisinin tarihsel gelişimi (Yazar tarafından oluşturulmuştur.).....	37
Tablo 5.5 Bisiklet endüstrisindeki üretim organizasyonu kriterleri (Yazar tarafından oluşturulmuştur.).....	43

HARİTA LİSTESİ

Harita 5.1 Türk bisiklet endüstrisinin mekânsal bağlamı (Yazar tarafından oluşturulmuştur.).....	44
---	----



İlişkisel Ekonomi Perspektifinden Türk Bisiklet Endüstrisinde Bağlamsallık, Yörünge Bağımlılığı ve Olumsuzluk

Esin AVCI

Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı

Bölge Planlama Programı

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Prof. Dr. Yiğit EVREN

Ekonomik faaliyetlerin mekânsal örgütlenmesi ve işleyişine dair konular, başta planlama ve ekonomik coğrafya olmak üzere, pek çok disiplinin uğraş alanı içinde yer almıştır. Geçtiğimiz yüzyılın başlarında neoklasik geleneğin etkisiyle model temelli ortaya çıkan metodolojik ve kuramsal kavrayış zemini, zaman içinde evrim geçirerek, daha gerçekçi, kapsamlı ve derinlikli açıklamalara olanak tanıyan zengin ve çoklu bir yapıya dönüşmüştür. Günümüzde, her ne kadar baskın evrimsel paradigmanın gölgesinde kalmış görünse de, ilişkisel yaklaşım, sözü edilen kavrayış yelpazesinin önemli bir parçası olarak son yirmi yıldır planı ve coğrafyacılar ilham olmayı sürdürmektedir. İktisadi eylemi bir sosyal eylem olarak gören bu anlayışta vurgu, ekonomik gelişmenin (veya gelişmemenin) aktörleriyle, bu aktörleri kuşatan yapılar ve bunlar arasındaki çok katmanlı bağlantılar üzerinedir. Bu karmaşık örüntünün incelenmesinde “bağlamsallık”, “yörünge bağımlılığı” ve “olumsallık” üçlü bir analitik çerçeve olarak değerlendirilebilir [1]. Buna göre: (1) bağlamsallık, ekonomik eylemlerin çeşitli sosyal ve kurumsal ilişkilerin oluşturduğu ağlara gömülü olma halini; (2) yörünge bağımlılığı, ekonomik eylemlerin daha önceden gerçekleşen eylemler ve verilmiş

kararlardan etkilenme durumunu; (3) olumsuzluk ise, bu eylemlerin rastlantısal ve açık uçlu olma halini tarifler.

Bu tez, ilişkisel yaklaşım perspektifinden Türkiye’deki bisiklet endüstrisinin mekânsal ve organizasyonel örgütlenmesini analiz etmeyi amaçlamaktadır. 1960’lardan itibaren ülke ekonomik peyzajının önemli bir parçasını oluşturan bu sektör, 2022 yılı itibariyle Avrupa Birliği’ne en çok bisiklet ihraç eden ilk beş ülke arasında yer almaktadır. Nitel araştırma olarak kurgulanan bu çalışmada ana amaç, sektörün gömülü olduğu mekânsal, zamansal ve kurumsal bağlamın ve bu yapının değişiminin ortaya konmasıdır. Bu kapsamda, bisiklet üreticisi 7 firma ve dernek temsilcileriyle bir dizi yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme yapılmıştır.

Çalışma sonucunda Türkiye’de bisiklet endüstrisinin sektörel ihtiyaçlar ve kullanıcı eğilimlerinin farklılaşması doğrultusunda bir yapısal dönüşüm geçirdiği, zaman içerisinde sektörün yerel ekonomik gelişme bağlamında fırsat pencereleri yakaladığı fakat bu fırsat pencerelerinin değerlendirilemediği, firmaların yer seçiminde güçlü memleket etkisiyle belirli odaklarda ve bulundukları yerlerde yoğunlaşarak sektörün coğrafyasını oluşturduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İlişkisel ekonomik coğrafya, bisiklet endüstrisi, bağlamsallık, yörünge bağımlılığı, olumsuzluk.

Contextuality, Path Dependency and Contingency in the Turkish Bicycle Industry from the Perspective of Relational Economics

Esin AVCI

Department of City and Regional Planning
Master of Science Thesis

Supervisor: Prof. Dr. Yiğit EVREN

The spatial organization of economic actions and their functioning has been studied by many disciplines especially planning and economic geography. The methodological and theoretical ground of understanding which is emerged in base of model by the influence of neoclassic tradition at the beginning of last century, has been become a diversified and multiple structure that opens more realistic, more comprehensive and more in-depth explanations by evolving over time. Relational approach which is nowadays seen as it had been overshadowed by dominant evolutionary paradigm has been maintained being an inspiration to planners and geographers in the last 20 years as an important piece of range of understanding which is mentioned. In this understanding that sees economic action as social action, the emphasis is on the actors of economic development (or not), structures of these actors and multi-layered relations between them. “Contextuality”, “path dependency” and “contingency” can be considered as a triple analytical framework in observing this complex pattern [1]. According to this; (1) contextuality identifies economic actions being embedded to the networks which created by various social and institutional relationships; (2) path dependency defines situation that economic actions affected by previous actions and decisions that have been made; (3) contingency explains that these actions are being open-ended and coincidental.

This thesis aims to analyze spatial and organizational organisation of bicycle industry in Turkey from the perspective of relational approach. This sector puts in an appearance among the top five countries that export the most bicycles to the European Union since 2022 which have been formed an important part of economic landscape of the country. The main goal of this study which is designed as qualitative research is presenting spatial, temporal and institutional context that this sector is embedded and alteration of this structure. In this extent, a series of semi-structured in-depth interviews were conducted with 7 firms that manufacturing bicycles and a few representatives associations.

According to the results of the study, it has been observed that bicycle industry has been undergone structural transformation in line with differentiation of sectoral needs and user tendencies, in the course of time, this industry had caught window of opportunities in context of local economic development but the opportunities had never been evaluated and firms created geography of the industry concentrating on the places where they are located and in certain foci with the strong hometown effect in location selection.

Keywords: Relational economic geography, bicycle industry, contextuality, path dependency, contingency.

1.1 Literatür Özeti

Ekonomik eylemler zamansal, mekânsal ve toplumsal birçok faktöre yönelik olarak gelişen koşullar altında değişmekte ve şekillenmektedir. Geçmişteki ekonomik eylemler değişken yapısıyla birlikte günümüzdeki ve sonraki aşamada gelecekteki kararlara da etki etmektedir. Bathelt ve Glückler ekonomik eylemin ve etkileşimlerinin uygulaması için ilişkisel yaklaşımın kavramsallaştırmasını bağlamsallık, yörünge bağımlılığı ve olumsuzluk üzerinden yapmaktadır. Ekonomik eylemlerin zamana ve mekâna özgü şartlarla oluşan yapısı, hem geçmişin hem günümüzün izlerini taşıyarak oluşturduğu yolu ve gelecekte izleyeceği yörüngesi ekonomik eylemlerin bağlamsallığı, yörünge bağımlılığı ve olumsuzluğu üçlemesini ifade etmektedir.

İlişkisel yaklaşımda mekân ekonomik eylemlerin anlaşılmasında bir araç olarak görülmekte, aktörler ve yapılar arasındaki ilişkiler ile ele alınmaktadır. Dolayısıyla ekonomik eylem sosyal eylem olarak kabul edilmektedir ve bağlamsaldır. Bağlamsallık ise yörünge bağımlı bir gelişime yol açmakta, yerleşik kararların, rutinlerin ve geçmiş eylemlerin izleri mevcut eylemlere yansımaktadır. Yörünge bağımlı gelişime rağmen ekonomik eylemler tahmin edilemeyen gelişmelere olanak veren yapısı ve açık uçlu olma hali ile olumsuzdur.

İlişkisel yaklaşım üzerine çalışan bazı araştırmacılar yaklaşımı farklı yönlerden ele almışlardır. Ettlinger ilişkisel yaklaşımı kültür ve ekonomiyi odak alan araştırmaların birleşiminin bir yöntemi olarak görmekte ve bu yaklaşımın yeni bir paradigma olmanın aksine ekonomik coğrafyanın yeterli düzeyde incelenmemiş bir çerçevesi olduğunu vurgulamaktadır. Dicken, Kelly, Olds ve Yeung bu yaklaşımın ampirik çalışma için bir metodoloji ve çıkış noktası olduğunu söylemektedir. Dicken ve Malmberg ise perspektif olarak değerlendirmekte ve ilişkisel perspektifin kavramsal başlangıcı olarak tanımlamaktadır [2].

1.2 Tezin Amacı

Bu çalışma ilişkisel ekonomik coğrafyanın temel önermeleri olan bağlamsallık, yörünge bağımlılığı ve olumsuzluk kavramları ile birlikte bisiklet endüstrisinin mekânsal ve organizasyonel örgütlenmesini analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Türk bisiklet endüstrisinin bağlamını anlayabilmek için ikincil veriler, sektör temsilcileri ve firmalar gibi belirlenen veri kaynaklarından hareketle sektörün tarihsel gelişimi, mekânsal dağılımı, üretim miktarı ve dış ticaret göstergeleri doğrultusunda bir değerlendirme yapılmış, endüstrinin küresel bağlamıyla da karşılaştırılarak ilişkisel yaklaşımın kavramsallaştırması Türk bisiklet endüstrisi üzerinden ele alınmıştır.

Tez çalışması için kurgulanan araştırma soruları aşağıda yer almaktadır.

Araştırma soruları:

İlişkisel ekonomik coğrafyada önerilen bağlamsallık, yörünge bağımlılığı ve olumsuzluk Türk bisiklet endüstrisinin mekânsallığını anlamada ne tür bir altlık sunar?

Türkiye’de bisiklet endüstrisinin zamansal, mekânsal ve kurumsal bağlamı son 60 yılda nasıl değişti?

1.3 Yöntem

İlk olarak çalışma kapsamında araştırma konusunu sınırlandırmak ve nasıl yürütüleceğine dair bir yol belirlemek için keşfedici araştırma yapılmış ve araştırma soruları hazırlanmıştır. Konuya ilişkin literatür taraması ve kavramsal tartışma yapıldıktan sonra araştırma tasarımı kurulmuştur. Çalışma nitel araştırma olarak kurgulanmıştır. İstatistikler, basılı dokümanlar ve sektör raporları incelenmiştir. Raporlardaki ve kayıtlardaki veri eksikliğinden dolayı istatistiklerin yer aldığı bazı grafiklerde boşluklar bulunmaktadır.

Saha çalışması için nitel araştırma yöntemlerinden biri olan kartopu örnekleme yöntemi ile görüşmeciler seçilmiştir. 2024 yılı Mart, Nisan ve Mayıs aylarında Türkiye’nin farklı bölgelerinde yer alan bisiklet üreticisi 7 firma ve 3 Bisiklet Endüstrisi Derneği (BİSED) temsilcileriyle 10 adet yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşmecilere Türk bisiklet

endüstrisinin öyküsünü anlamak üzere hazırlanan toplam 6 soru yöneltilmiştir (Bkz: Ek-A). Yüz yüze ve Zoom toplantıları üzerinden çevrimiçi gerçekleştirilen ve her biri yaklaşık bir saat süren mülakatlar sonucunda yapılan çıkarımlar 5.bölüm içerisinde sunulmuştur.



2

İLİŞKİSEL YAKLAŞIM

2.1 Giriş

Ekonomik coğrafya disiplinine yönelik olarak hazırlanmış birçok çalışmada geleneksel ve modern ekonomik coğrafya ayrımı yapılmaktadır. 1950'ler ya da II. Dünya Savaşı öncesindeki ekonomik coğrafya geleneksel ekonomik coğrafya olarak tanımlanırken, 1950 sonrası dönem modern ekonomik coğrafyayı ifade etmektedir. Modern ekonomik coğrafya döneminde yer alan yaklaşımlar bölge bilimi yaklaşımı, yapısalcı yaklaşım, davranışsalcı yaklaşım, Marksist yaklaşım, feminist yaklaşım, kurumsalcı ekonomik coğrafya yaklaşımı, yeni ekonomik coğrafya yaklaşımı ve bu çalışmaya konu olan ilişkisel yaklaşım olarak sıralanmaktadır [3].

Yerel ve bölgesel ekonomik gelişmenin 1980'ler ve 1990'larda temellendiği konular ağırlıklı olarak uluslararası insan, mal, sermaye ve bilgi akışıdır. Bu kapsamda rekabet ve sürdürülebilirlik gibi anahtar kelimeler ışığında literatür bölgelerin nasıl çalıştığını sorgulamıştır. Özellikle bu bağlamda kümelenme meselesi araştırmacılar tarafından ilgi görmüş ve endüstriyel kümelenmenin dinamiklerine dikkat çekilmiştir. 2000'lerle birlikte ise küresel ekonomide yaşanan irili ufaklı krizler yeni bir paradigma ihtiyacını doğurmuş ve evrimsel ekonomik coğrafya araştırmacılara baskın bir çerçeve sunmuştur. Evrim, ortaya çıkış, yakınsama, farklılaşma, endüstriyel çeşitlilik ve çatallanma gibi anahtar sözcüklerle aslında bölgelerin nasıl değiştiği anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu süreçle de eş zamanlı olarak iktisadi eylemi bir sosyal eylem olarak gören ilişkisel yaklaşım ortaya çıkmıştır.

2.2 İlişkisel Yaklaşımın Kökenleri ve Metodolojisi

Alman ekolü içerisinde gelişen ilişkisel yaklaşım coğrafya disiplini dışında ekonomi, sosyoloji ve iktisat gibi birçok disiplinle ilişkilidir [4]. Neo-klasik ekonomik coğrafya tartışmaları, 1940 ve 1950'lerde süregelen bölge bilimi, 1980'ler ve 1990'larda yer alan yeni yaklaşımlar 2000'ler sonrasında ilişkisel

yaklaşımına konu olmuştur. İlişkisel ekonomik coğrafya, neo-klasik ekonomik coğrafya ve bölge bilimi geleneğini reddeden bir yapıya sahiptir.

Neo-klasik ekonomik coğrafya odaklandığı noktalar dışında bazı bölgesel ekonomilerin az gelişmiş kalmasının altında yatan nedenleri açıklamayı ve ekonomik aktörlerin etkileşimleriyle farklı sonuçlar yaratan sosyo-politik kümelenmelerin analizini ihmal etmektedir [4]. Ekonomik coğrafyadaki ilişkisel dönüş ise bu sınırları genişleterek sorulara yanıt vermeye çalışmaktadır.

Ekonomik coğrafya disiplini yerellik tartışması ve bölgenin yeniden keşfi tartışmaları sonrası yeni bir arayışa girmiştir. Yapısalcı yaklaşımın faydalı bir paradigma olması fakat farklı yönlerden değerlendirildiğinde yeterli olmaması, aktör ve yapı ikiliğinin eksik kalması gibi sebepler ekonomik coğrafyayı bir vicdan muhasebesi içine sokmuştur. Disiplinin bundan sonra izleyeceği yol üzerine bir tartışma ortaya çıkmıştır. Burada asıl olan ekonominin somut olmayan yönünü tartışmalara dahil etmenin yöntemini bulmaktır. 1990’larda büyük yol ayrımına giden süreçte, ekonomik coğrafyada ampirik dönüş, yorumlayıcı dönüş, normcu dönüş, kurumsal dönüş, politik dönüş, kültürel dönüş ve ekonomik dönüş olmak üzere çeşitli dönüşler yaşanmıştır [5]. Bu tartışmalar arasında ilişkisel dönüş ya da ilişkisel yaklaşım olarak adlandırılan paradigma öne çıkmıştır. Ekonomik coğrafyacılar ilişkisel dönüş ile ekonomik eylemlerin mekânsal organizasyonlarındaki değişiklikleri aktörler ve yapılar arasındaki ilişkiler ile açıklama eğilimi göstermektedir [6].

İlişkisel yaklaşım mekânı aktör olarak görmez bunun yerine ekonomik aktörlere, onların arasındaki ilişkilere, kurumlara ve süreçlere odaklanır. Bathelt ve Glückler ekonomik eylemin açıklayıcı tek faktörünün mekân olmadığını söylemektedir. Burada mekân eylemleri anlamak için bir araç olarak görülmekte ve coğrafi lens olarak ele alınmaktadır. Analizlerinde merkezine ekonomik eylem ve etkileşimleri alan ilişkisel yaklaşımda ekonomik eylem sosyal ve ekonomik ilişki yapılarına gömülü ve bağlam bağımlıdır [1].

Alman ekolünde ekonomik coğrafyada gelişen üç büyük paradigmatik yaklaşımdan söz edilmektedir. Bunlar sırasıyla bölgesel coğrafya ve sentez bilimi, bölge bilimi veya mekânsal analiz ve ilişkisel ekonomik coğrafyadır. Burada ilişkisel yaklaşımın

metodolojisi bölge biliminden ilişkisel ekonomik coğrafya paradigmasına geçiş ile ifade edilmektedir.

Bölge bilimi 1950'lerin sonlarında Isard tarafından ekonominin mekânsal düzeni ve organizasyonu bilimi olarak kurulmuştur. Amacı ekonominin mekânsal düzenine ilişkin teoriler ve modeller geliştirmektir ve bu yaklaşımda neo-klasik ekonomik coğrafyanın teorilerine vurgu vardır. Bölge biliminin incelediği bir konu bölgelerin neden eşit gelişmediğini, bazı bölgelerin diğer bölgelerden neden daha hızlı büyüdüğünü açıklamaktır. Burada bölgesel altyapı, işgücü, mekânsal özellikler ve maliyet gibi faktörler ile analiz yapılmaktadır. Fakat bu yaklaşım bölgeleri karakteristik özelliklere sahip ekonomik aktörler gibi ele almaktadır ve bu bir sorundur, bölgelerin gerçek aktörler olmadığı göz ardı edilmektedir [1].

Bölge biliminin odaklandığı bir başka nokta mekânsal dağılımlar, yer seçimi dinamikleri ve analizleridir. Burada lokasyon kararlarını belirleyen değişkenler mekânsal nitelikler olarak görülmektedir. Bu görüşten farklı olarak ekonomik coğrafyada ilişkisel ekonomik coğrafyaya doğru giden son tartışmalarda firmaların var olan mekânsal niteliklere göre karar vermediği, mekânsal nitelikleri kendilerinin oluşturduğu söylenmektedir. Bu yeni tartışmaların oluşturduğu görüşlerde mekânsal yapılar sosyal olarak inşa edilmiş görülmekte, bölgesel aktörler ve aktör grupları (firmalar, organizasyonlar vb.) arasındaki etkileşimden kaynaklandığı ifade edilmektedir [1].

Bathelt ve Glückler çalışmalarında bölge bilimi ve ilişkisel ekonomik coğrafya arasındaki farklılıkları beş boyutta ele almıştır (Tablo 2.1). Bu beş boyut mekân kavramı, bilgi nesnesi, eylem kavramı, epistemolojik bakış açısı ve araştırma hedefi olarak sıralanmaktadır.

Mekân kavramı

Bölge biliminden farklı olarak ilişkisel yaklaşım mekân ve ekonomik eylem arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır. Bölge bilimi mekânı ekonomik eylemi sınırlayan kapalı bir kap olarak görür ve mekânı ekonomik eylemden bağımsız tanımlanabilecek bir varlık olarak inceler, buna karşılık ilişkisel ekonomik coğrafya mekânı bir perspektif olarak görmektedir. Bölge biliminde mekânsal yapılar süreçlerin kavramsallaştırması sosyal ve ekonomik boyutta yeterli olarak

yapılmamıştır. İlişkisel yaklaşımda ise mekân sosyal ve ekonomik yapılardan ve ilişkilerden ayrı bir araştırma nesnesi olarak ele alınmamaktadır [1].

Bilgi nesnesi

Bölge bilimindeki mekân ekonomisini, mekânsal sistemleri ve mekânsal kategorileri odak alma fikrine karşılık ilişkisel yaklaşımda ekonomik eylem ve etkileşim bilginin veya araştırmanın nesnesi olarak kabul edilmektedir [1]. İlişkisel ekonomik coğrafyada yapılan analizler münferit ve kolektif aktörlerin davranışları, stratejileri ve bunları nasıl eyleme döktüklerine yönelik bir anlayışa dayanmaktadır.

Eylem kavramı

Bölge bilimi neoklasik iktisada paralel olarak ekonomik aktörlere ilişkin atomistik bir görüşü benimsemektedir. İlişkisel yaklaşım ise aktörlerin eylemlerinde bağlamsallığı vurgulamaktadır [1]. İlişkisel yaklaşımın benimsediği görüşler doğrultusunda bir firmayı veya sektörü ele aldığımızda, firmaların bağımsız varlıklar olmadığı, sektörle ilişkili üretime yakın başka firmalarla, tedarikçisiyle, tasarımcısıyla, tüketicisiyle etkileşimde olduğu, güçlü ya da zayıf bağlar kurduğu ve analizlerin buna göre yapılması gerektiği anlaşılmaktadır.

Epistemolojik bakış açısı

“Bölge biliminde kullanılan analiz ilkeleri bir olayın herhangi bir zamanda ve herhangi bir yerde bu olayla bağlantılı olarak meydana gelen belirli sonuçları olduğunu varsaydığından evrensel olma iddiasındadır. Bu söyleme zıt olarak ilişkisel yaklaşımdaki eleştirel gerçeklik olumsuzluk ilkesine dayanan bağlamsal bir açıklama kurmaktadır.” [1, p. 127] Sayer bu yaklaşımla, olaylar arasındaki ilişkileri iki farklı şekilde birbirinden ayırmaktadır. Bunların ilki iki olayın her zaman belirli bir bağlamdan bağımsız birbiriyle ilişkili olarak meydana geldiği zorunlu ilişkiler, ikincisi ise iki olayın belirli koşullar altında birbiriyle bağlantılı olarak meydana geldiği olumsal ilişkilerdir.

Araştırma hedefi

İlişkisel ekonomik coğrafya ekonomik iradelere, mekândaki eylemlerinin ve etkileşimlerinin nasıl gerçekleştiğine odaklanmaktadır. Mekânı bir perspektif olarak görme anlayışını benimseyerek (coğrafi mercek olarak adlandırılan kavram ile açıklanan durum), ekonomik eylemi ilişki yapıları içinde yer alan ilişkisel bir

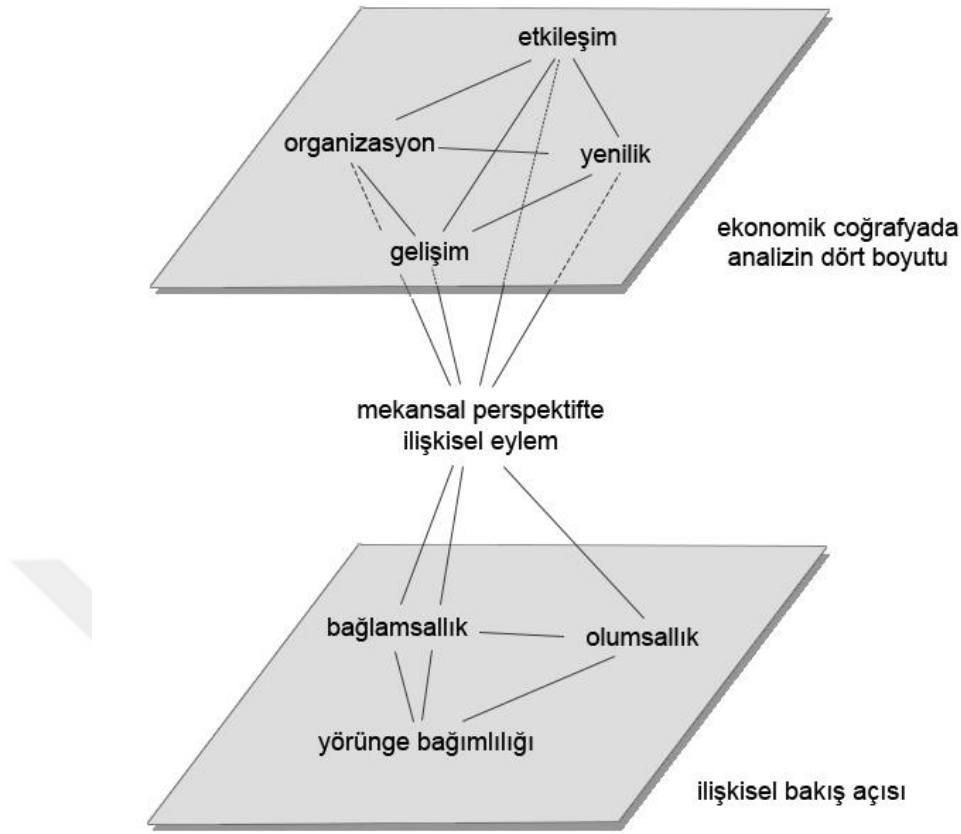
süreç olarak görerek ve bağlamsal eylem ve gelişmeyi ele alırken olumsallık ilkesini de dahil ederek odaklandığı noktalara dair araştırma tasarımını kurgulamaktadır. “*Bölge biliminden ilişkisel yaklaşıma geçiş, ekonomik coğrafyadaki analizler için temel sonuçlara sahiptir ve bağlamsallık, yörünge bağımlılığı ve olumsallık önermelerine dayanır.*” [1, p. 128]

Tablo 2.1 Ekonomik coğrafyada değişen araştırma tasarımları [7]

Araştırma tasarımının boyutları	Bölge bilimi	İlişkisel ekonomik coğrafya
Mekân kavramı	Mekânı ekonomik eylemi sınırlayan bir kap olarak görmek	Mekânı bakış açısı olarak görmek (coğrafi mercek)
Bilgi nesnesi	Eylemin mekânsal olarak ortaya çıkan sonuçları, mekânsal sistemleri odak alma fikri	Ekonomik eylem ve etkileşimi bilginin odağı kabulü
Eylem kavramı	Ekonomik aktörlere ilişkin atomistik bir görüşü benimsemek	Aktörlerin eylemlerinde bağlamsallığı vurgulamak
Epistemolojik bakış açısı	Neo-pozitivizm/eleştirel rasyonalizm	Eleştirel gerçekçilik/evrimsel bakış açısı
Araştırma hedefi	Ekonomik davranışın mekânsal yasalarının keşfi	Ekonomik eylemi ilişki yapıları içinde yer alan ilişkisel bir süreç olarak görme

2.3 İlişkisel Yaklaşımda Kavramsal Araçlar

Bathelt ve Glückler tarafından ilişkisel yaklaşım üzerine ekonomik coğrafyada analizin dört boyutu ve ilişkisel bakış açısının temel önermelerini içeren bir model oluşturulmuştur (Şekil 2.1). Bu modelde ekonomik coğrafyanın dört boyutu etkileşim, organizasyon, yenilik ve gelişim olarak ifade edilirken ilişkisel bakış açısındaki bağlamsallık, yörünge bağımlılığı ve olumsallık ile ekonomik eylemlerin özelliklerine vurgu yapılmaktadır.



Şekil 2.1 Ekonomik eylemin mekânsal bakış açısı üzerinden ilişkisel kavramsallaştırması [1]

Organizasyon toplumsal ve mekânsal olarak verimli bir işbölümü oluşturmayı, ek olarak emek ve üretim süreçlerini bütünleştirmeyi içermektedir. Firmaların kendi içinde ve üretim yapan diğer firmalarla etkileşimlerinde işgücü, hammadde, ara ürünler, makineler ve ekipmanların koordinasyonu söz konusudur [1]. Örneğin bir sektörde faaliyet gösteren firmalarda üretimin ne kadarının firma içerisinde yapılacağı ve ne kadarının tedarikçilerden alınacağı kararları da endüstriyel organizasyon sorununa çözüm olarak görülmektedir. Endüstriyel üretimin organizasyonu konumsal faktörler, bölgesel özellikler, kurumsal ve mekânsal yakınlık, resmi kurumlar ve otoriteler gibi birçok nokta ile ilişkilidir.

Gelişim boyutu geçmiş yapılar ve süreçlerin günümüz kararlarına etkisini analiz etmede fayda sağladığı için önemlidir. Kararlar bir noktada geçmişte gerçekleştirilmiş eylemleri ve sonuçlarını izlediği için yörünge bağımlıdır. Geçmişte yapılan seçimler günümüzde gerçekleştirilen eylemler için potansiyel

yaratır fakat başka bir açıdan önceki kararlardan hemen vazgeçilemeyeceği ve değiştirilemeyeceği için mevcut eylemlerin çözüm kümesini sınırlar [1].

Yenilik boyutunda yeni teknolojiler ile birlikte sektör kümelerindeki bilgi yayılım süreçleri ve teknolojik değişimin etkilerinin mekânsal perspektifle ilişkili oluşu etkilidir. Teknolojik değişimlerle birlikte gelen yenilikler firmaların içinde ve arasında farklı aktörlerle paylaşılan sosyal işbölümüne sebep olmakta ve bu sebeple etkileşimli bir sosyal süreç yaratmaktadır. *“Yeni teknolojiler ve bilgi üretme süreci, aktörlerin deneyimlerine bağlı olduğu için yörünge bağımlıdır.”* [1, p. 135]

Aktörler ve aktör toplulukları arasındaki etkileşimler ekonomik coğrafyada analizin dört boyutundaki başka önemli bir unsurdur. Üretim organizasyonları ve yenilik üretme etkileşimler sonucu oluşmaktadır. Bu yaklaşımla birlikte yenilik yapma süreçlerine dahil olan firmalar arasındaki deneyim paylaşımlarıyla etkileşimin kapsamının zamanla nasıl değiştiği anlaşılmaktadır [1]. Farklı mekânsal ve organizasyonel düzeylerdeki aktör iradeleri arasındaki etkileşimler firmaların rutinlerini takip etmelerine, iyileştirmelerine ve yenilemelerine imkân sağlamaktadır.

Ekonomik eylemin ve etkileşimlerinin uygulaması için ilişkisel yaklaşımın kavramsallaştırması bağlamsallık, yörünge bağımlılığı ve olumsuzluk üzerinden yapılmaktadır. *“Bu eylem kavramsallaştırması bağlamsallık, yörünge bağımlılığı ve olumsuzluğun temelde ekonomik süreçleri yapılandırıldığını ve bunların zaman içinde sonuçlarını şekillendirdiğini kabul etmektedir.”* [7, p. 220] İlişkisel yaklaşım ekonomik eylemin sosyal ilişkiler yapılarına gömülü olduğunu söyler ve buna ek olarak ekonomik eylemin kurumsal yapılar ile olan ilişkisine de vurgu yapar. Bireysel tercihler, değerler, ihtiyaçlar, hedefler ve stratejiler aktör iradelerinin ilişkileri doğrultusunda şekillendirildiği için ekonomik eylem sosyal eylem olarak görülür ve bağlamsaldır. Bağlamsallık ise yörünge bağımlı bir gelişime yol açar. Bunun sebebi yerleşik olan kararların ve geçmiş eylemlerin mevcut eylemler üzerindeki kuvvetli etkisidir. Bu bazı durumlarda gelişmeye destek sağlasa da bazı durumlarda yenilikçi olmayı engellemekte ve gelişmeyi sınırlandırmaktadır. Ekonomik aktörler yenilik yapabilme, yeni teknolojik gelişmelere ve dinamik koşullara uyum sağlayabilme kabiliyetine sahip oldukları ve bu sayede ekonomik eylemin yörüngesini değiştirebilecekleri için olumsuzdurlar [7].

2.3.1 Bağlamsallık

Ekonomik eylemler zamana, mekâna ve topluma özgü koşullar altında şekillenmektedir. Ekonomik eylemlerin farklı koşulların etkileri altında gömülü olma hali bağlamsallığı ifade etmektedir. Granovetter gömülülüğü kültür ve ekonomik eylem arasındaki ilişki ile açıklamaktadır. Bireyler, tüketiciler, çalışanlar gibi münferit aktörler ve firma, hükümet organları, organizasyonlar gibi kolektif aktörlerin kararları ekonomik faillerin sosyal ve kurumsal ilişkiler ağları tarafından şekillendirilerek oluşturulur.

Gömülülük sosyal ve ekonomik eylemlerin ilişkiselliğini ifade ederken bağlamsallık, yörünge bağımlılığı ve olumsuzluğu da inceleyen bir kavramdır. İlişkiyel yaklaşımın kavramsallaştırmasını yaparken kolaylaştırıcı bir etkisi olmakla birlikte gömülülük kavramına eleştiriler de getirilmiştir. Ekonomik eylemin gömülü olma halinin nasıl bir süreçte geliştiği, ekonomik ilişkilerin gömülülüğü derecesine göre mi değerlendirildiği, aktörler ve firmalar için nasıl etkiler yaratacağı tartışma konusu olmuştur [7].

Mekânı coğrafî bir lens olarak gören ve bu perspektiften ele alan ilişkiyel yaklaşımda ekonomik etkileşimin kavramsallaştırılmasına yönelik olarak ortaya konulan özellikler hakkındaki söylemler nicel ve nitel yöntem seçimi tartışmaları ile ilişkilidir. İlişkiyel yaklaşım üzerine yapılan çalışmalarda araştırmacılar nitel, yorumlayıcı çalışmaya öncelik vermektedir. Faillerin eylemlerinin, sosyal ilişkilerin ve kurumsal koşulların bağlamsallığını açıklamak için yeterli detaylandırmayı yapmaktadırlar. “*Nitel araştırma, ekonomik etkileşimin bağlamsallığına ve ilgili aktörlerin algılarına ve yorumlarına duyarlı olduğu için ekonominin ilişkiyel bir perspektifini tamamlar.*” [7, p. 57]

Bir sektörün bağlamını incelerken sektör için üretim yapan firmaların genel eğilimlerini sorgulamak gerekmektedir. Bu araştırma sadece firma ile sınırlı kalmamalı aktörlerin, iradelerin ve yapıların etkileri de araştırmaya dahil edilmelidir. Sektördeki firmaların üretimde belirli bir varlık gösterdiği zamandan itibaren hangi koşullarla karşılaştığı, endüstrinin ne sebeple değişip nasıl geliştiği sektörün bağlamsallığını anlamak için sorulması gereken sorular arasında yer almalıdır.

2.3.2 Yörünge Bağımlılığı

Ekonomik eylemler geçmişte alınmış kararlardan ve uygulamalardan bağımsız olarak düşünülemez. Eylemlerin, olayların ya da bir sektörün oluşumunun yalnızca o an bulunan şartlara göre değil geçmişteki tecrübeler ve günümüzdeki koşullarla birlikte şekillenmesi yörünge bağımlılığını ortaya çıkarmaktadır. Bazı durumlarda geçmişteki eylemler kalıcı bir etkiye sahip olabilir. Bu noktada yörünge bağımlılığı kavramı ile ilişkili bir başka kavram olan kilitlenme durumundan söz edilmektedir. Bir ekonominin, toplumun veya firmanın değişen dinamik koşullara uyum sağlama ve strateji geliştirme yerine alışkanlıklarına ve sabit davranışlarına bağımlı kalma ve yenilikçi olamama haline kilitlenme etkisi denilmektedir [8].

Birçok çalışmada yörünge bağımlılığının temelinde tarihin önemine vurgu yapılmakta, kararların tarihsel koşullandırılma ile verildiği düşünülmektedir. Fakat yörünge bağımlılığını sadece geçmiş kararların önemli olduğu bir bakış açısıyla değerlendirsek kavrama sınırlı bir çerçeveden bakmış oluruz. Yörünge bağımlılığının daha geniş bir çerçevede incelenmeye ihtiyacı vardır [9].

Yörünge bağımlılığı ilişkisel ekonomik coğrafya, evrimsel ekonomik coğrafya gibi çeşitli modellerde farklı anlamlar taşımaktadır. Olaylar ve eylemlerin sabit kalmayan ve sürekli değişim içerisinde olan yapısı sebebiyle yörünge bağımlılığı yeni sonuçlar üretilen dinamik bir süreci yansıtabilir. Başka bir anlamda ise olayların mekânsal sonuçlarının rutinler ve kurumları takip ederek geçmişteki yapılara bağlı şekilde gerçekleştiği ifade edilmektedir [10].

Geçmiş ekonomik eylemler mevcut eylemleri ve kararları etkilemekte, hatta bazı durumlarda sınırlamaktadır. Bu sebeple gelişme yörünge bağımlı olarak gerçekleşmektedir. Ekonomik eylemin yörüngesi ve bir sektörün rotası nedir sorularının cevaplarını bulmaya yönelik olarak ekonomik eylemin geçmişten günümüze kadar taşıdığı süreci ifade etmektedir. Yörünge bağımlılığı gelecekteki eylemleri de bir noktaya kadar etkilemektedir.

2.3.3 Olumsuzluk

Ekonomik coğrafyada olumsuzluk ilkesi, bir olayın her zaman başka bir olaya neden olmadığını söylemektedir. Aynı ön koşullar altında bir zaman diliminde ve bir yerde eylemlerin sonuçları aynı çıktılarına sahip değildir. Bu durum ekonomik eylemin olumsuzluğunu ve öngörülemez oluşunu ifade etmektedir [7].

Yörünge bağımlılığı gelecekteki eylemleri bir dereceye kadar etkilese de ekonomik faillerin gelecekteki eylemlerinde yerleşik olan kararları takip etme zorunluluğu yoktur. Bu yörünge bağımlı gelişime rağmen ekonomik eylem tahmin edilemeyen gelişmelere de olanak vermektedir. Olumsuzluğun açık uçlu olma hali bu farklı ihtimalleri içeren gelişmelerden kaynaklanmaktadır. Burada ekonomik eylemin gelecek için yörüngeleri ve bir sektörün rotası ne olacak soruları tartışılmaktadır.

Mekânsal olarak farklılaşmış bağlamlarda yer alan sosyal ilişkiler süreçlerle etkileşime girerek farklı sonuçlar yaratmaktadır. Olumsuzluğun coğrafya literatüründeki kullanımında, bu sosyal ilişkilerin çeşitliliğinin benzer süreçlerden kaynaklanan çoklu sonuçlar olasılığına sebebiyet verdiği işaret edilmektedir. Tarihin ve coğrafyanın gelişiminin ne yönde ilerleyeceğinin bilinmezliğine denk gelen tesadüflik ya da şans olumsuzluğun başka bir açıdan ifadesidir [11].

Schaefer tarafından tercüme edilen Hettner'in görüşünde benzer koşulların aynı sonuçları doğurduğunu söylemek insanların birbirlerinden farklı olduğu; yer, zaman ve doğal koşullar altında davranışlarının farklılık gösterebileceği gerçeğini göz ardı etmektir. Böyle bir ifade doğru olmadığı gibi, benzer insanların da farklı doğa koşullarında davranışlarının aynı kalacağını söylemek mümkün değildir. İnsan ile çevre arasında tüm zamanlar için geçerli sayılabilecek mutlak bir ilişki yoktur [11].

İktisadi eylemin açık uçlu olma halinden bahsedilirken tam da bu noktada ekonomik coğrafya disiplini içerisindeki çok ilişkili bir başka kavram olan fırsat pencerelerinden söz etmek mümkündür. Fırsat penceresi sektörlerin önünde tarihsel, teknolojik ve politik birtakım unsurlar etrafında belli bir süreliğine açılan sonra da kapanan imkânlar zincirini tariflemektedir.

Yeni ortaya çıkan endüstrilerin büyüme süreçlerinin ilk aşamalarında yerel yapılar ve koşulların farklı etkileriyle mekânsal göstergeleri değişken ve belirsizliğe sahiptir. Teorik bir çerçeveden bakıldığında konumsal fırsat penceresi kavramı yeni ortaya çıkan endüstrilerin mekânsal oluşumlarını belirsizlik, yaratıcılık ve rastlantısallık açısından tanımlamaktadır. Araştırmacılar bu kavramla mekânsal çevrenin yeni endüstrilerin konumlandığı yerler üzerindeki etkilerinin boyutlarını tartışmaktadır [12].

Perez ve Soete (1988) tarafından uluslararası ticaret teorisi alanında uygulanan “fırsat penceresi” kavramı ise ülkelerin teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilmesi noktasındaki geçici fırsat durumlarını yansıtmaktadır. Bir işin temelini oluşturan teknik bilgileri kapsayan yeni teknolojiler geri kalmış ülkelerin var olan gelişme kısıtlamalarını veya giriş engellerini ortadan kaldırmak için tasarlanmıştır. Tüm ülkeler yeni temel teknolojileri üretme ve taklit etme konusunda eşit kapasitelere sahip değildir; Perez ve Soete dezavantajlı konumun üstesinden gelmenin yolunun bu teknolojik geçişlerin yarattığı geçici fırsat pencerelerinden geçebilmek olduğunu söyleyerek konuyu irdelemektedir. Bilimsel ve teknik bilgi, altyapı olanakları ve kurumsal koşullar gibi faktörler giriş maliyetlerini azaltması açısından önem kazanmaktadır. Yeni bir teknolojiyi özümseme aşamasında eşik seviyesinin oldukça düşük olmasından kaynaklı fırsat penceresi geçici olarak açıktır. Ülkeler bu noktada kurumsal avantajlara, bilimsel ve teknik bilgiye ihtiyaç duymaktadır [12].

Konum ve altyapı avantajlarına, bir ülkenin bilimsel-teknik personel ve becerilerine herhangi bir şekilde aniden sahip olunamayacağı gibi bunlar önceki gelişmelere, doğal kaynaklara, sosyal, kültürel ve politik faktörlerin sonuçlarına bağlı olarak oluşmaktadır. Fırsatları değerlendirebilmek ve uygun koşullardan yararlanabilmek onları tanıma yeteneği, uygun strateji tasarlama yeterliliği, bunu mümkün kılacak toplumsal koşulları ve siyasi iradeyi gerektirmektedir [13].

2.4 Bölüm Sonucu

Bölge bilimi ve çeşitli ekonomik coğrafya tartışmaları 2000’ler sonrasında ilişkisel yaklaşıma konu olmuştur. İlişkisel ekonomik coğrafya mekânı aktör olarak görmemekte, bunun yerine ekonomik aktörlere, aktörler ve yapılar arasındaki karmaşık ilişkilere, kurumlara ve süreçlere odaklanmaktadır. Bu noktalarda neoklasik ekonomik coğrafya ve bölge bilimi geleneğinden ayrılmakta, onların zıtlığında gelişmektedir. İlişkisel yaklaşım aktörler ve yapılar arasındaki etkileşime yaptığı vurguyla bir endüstrinin bağlamını anlamak ve üretim ağında nasıl şekillendiğini tespit etmek için en elverişli zemini oluşturmaktadır.

İLİŞKİSEL YAKLAŞIMI SAHADA UYGULAMAK İÇİN ALTERNATİF ARAŞTIRMA TASARIMI KURGULARI

3.1 Giriş

İlişkisel yaklaşım iktisadi eylemin gerçek aktörleri üzerinden yapılan bir anlatı ve sosyal alanla bağ kuran bir araştırma zemini sağlamaktadır. Bu sosyal eylemi gerçekleştiren icracılar firmalar, firmaların içerisindeki karar verici bireyler, politika yapıcılar, işçiler ve tüketiciler gibi aktörlerdir. Aktörler birbirleriyle iletişim kurar, etkileşime geçer, güç ilişkileri içerisinde bazen işbirliği yapar bazen rakip olurlar ve birbirlerine temas ederek eylemi icra ederler. Bu bölümde ilişkisel yaklaşımın bağlamsallık, yörünge bağımlılığı ve olumsuzluk kavramsallaştırmasıyla sahadaki uygulamasını görebilmek için örnekler üç farklı sektör üzerinden değerlendirilmiştir. Üç örnek de ilişkisel yaklaşımı operasyonel hale getiren ve kuramsal düzlemdeki bakış açısını sahadaki bir olguyu açıklamak üzere kullanan somut kanıtlardır. Bunlardan birincisi El Paso çizme endüstrisi, ikincisi İstanbul kuyum endüstrisi, üçüncüsü ise Türk şarap endüstrisi örneğidir.

3.2 El Paso Kovboy Çizme Endüstrisi

Gibson'ın çalışmasında iktisadi eylem tasarımlarını kopyalamayacaklarına dair birbirlerine duydukları güven ile aralarında sorgusuzca malzeme-makine alışverişi gerçekleştiren zanaatkarların işbirliği üzerinden yazılı olmayan etik kurallara sahip bir eylem anlatısıyla yapılmaktadır. Süreç içerisinde farklı koşullar ve krizlerle karşılaşılrsa da Teksas El Paso'da nesiller arası beceri transferini kullanarak aile içi üretim yapmayı sürdüren üreticiler başarılı olmuştur. Bu bölgede endüstri için en önemli olan şey çizme üretiminde gömülü sosyal ağlara ve bölgesel kültürel geleneklere sahip olmalarıdır. Bazı firmalar işçilik maliyetlerini düşürmek için vasıfsızlaştırma yoluna başvursalar da çizmenin derisi ile ilgili temel beceriler işçilerin dokunsal bilgilerinde (deriye sürekli maruz kalma, ellerde uygulama ve burunda koku yoluyla hafızaya yerleşme) yer aldığı için mekanize edilme durumu sınırlı seviyede kalmıştır [14].

Çağdaş zanaat üretimi ve emek süreci yere ve yola bağımlıdır. Emek-yoğun seri imalatın politik-ekonomik tarihi, kültür ekonomisinde kovboy imgesinin ilgi çekici yanı ve bu ilginin sürekli pazarlanabilirliği El Paso'daki çizme endüstrisinin çıkış noktasının dayanaklarıdır.

Çalışmada endüstrinin mekânsallığını öncelikle ihtiyaçlar doğrultusunda gelişen yer seçimi dinamiklerinin oluşturduğu, bazılarının ise krizler karşısında yer seçimlerinin avantajlarını kullanarak dayanıklı kalabildiği görülmüştür. Üretilen ilk kovboy çizmeleri günlük tarım işleri için kullanılmak üzere yapılmıştır. Sektör özel ölçüler üzerine sipariş verilebilen bir veya iki tamir atölyesiyle başlamış ve atölyelerin konumları tarım işçilerinin ihtiyaçlarına erişim endişesi sebebiyle kırsal bölgelere yönlendirilmiştir. Üretim hacimlerinin artmasıyla birlikte talebe yönelik olarak El Paso'da ilk fabrika açılmış ve zanaat üretimindeki teknikler değiştirilmeden üretime devam edilmiştir. Süreç içerisinde kovboy çizmesi tasarımının ve üretim yöntemlerinin maddeselliğinin iş bölümü standardizasyonu fırsatını kısıtladığı, bunun da teknolojik kilitlenmeye yol açtığı belirtilmiştir [14].

II. Dünya Savaşı sırasında birçok üretici fabrikalarını kapatmak zorunda kalmıştır. Savaş gibi büyük bir kriz çoğu üretici için sarsıcı bir etki yaratırken az sayıda üretici için bir imkânlar örüntüsü sunmuştur. Bu fırsat penceresinden geçebilen üreticiler orduya yakın konumlarının avantajını kullanarak ve asker botları üretimine geçerek hayatta kalabilmiştir. Savaş zamanı üretimin acil olarak yapılması gerekliliği iş görevlerinin yeniden düzenlenerek bölünmesine ve basitleştirilmesine sebep olmuştur.

Üretimdeki yapısal dönüşüm tamamen kullanıcı cephesindeki yoğun talebe bağlı olarak gelişen süreçle ilgilidir. Savaş sonrasında yerli üretimin hızlanması ve ikinci bir popüler kovboy dalgası ile birlikte El Paso'da bulunan fabrikalar savaş öncesindeki işgücünü ve tasarımlarını korumaya yönelik bir strateji geliştirmiş fakat bunun yanı sıra üreticiler zanaatkâr üretim biçiminden seri imalatçılara dönüşmüşlerdir. Üretim hacminin genişlemesiyle standardizasyon ve bazı üretim süreçlerinde mekanikleştirmeye gidilmiş ve bununla birlikte işçiler üretimde daha az söz sahibi olmaya başlamıştır. Her bir çift çizme için farklı tasarım ve montaj süreci yerine az sayıda belirli tasarımlarla kitle ölçeğinde üretime geçilmiş, iş bölümleri yeniden düzenlenmiştir. Fakat kovboy çizmesinin kendine özgü tasarımı ve özel bir yapısı olması sebebiyle üretimin her noktasında uygulanamamıştır [14].

El yapımı çizmenin daha sağlıklı ve seri üretim ürünlerden daha rahat olduğu fikriyle bir ihtiyaç olarak pazarlanması sonucunda tarım işçileri dışında yöneticiler ve iş adamları gibi çeşitli gruplarla yeni pazarlar yaratılmıştır. 1960'lara gelindiğinde Western giyim yerleşik bir hal almış ve sosyal statünün bir gerekliliğiymiş gibi görülmeye başlamıştır.

1980'lerde Western akımının popülaritesini kaybetmesiyle birlikte firmalar borç ve fazla stok yükü altında kalmış, Çin'de üretimde makineleşmeye gidilmesi ve Meksika'da ucuz deri işçiliği becerileriyle üretimin bu bölgelere kayması endüstrideki çöküşün başka bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Endüstrinin oluşumundan bu yana ilk kez rekabet baskısıyla karşı karşıya kalınmasıyla zanaata dayalı üretim tarzından sapma yaşanmıştır ve bu dönemde El Paso'daki fabrikalar pazardaki konumunu korumak için maliyetleri düşürme ve üretimde mekanizasyon politikasını uygulamaya koymuştur. Seri üretimin yoğunlaşmasıyla birlikte endüstrinin düşüşe geçmesine rağmen tamamen yok olmamasının sebebi El Paso'daki bazı atölyeler ve fabrikaların ölçüye göre ve el ile yapılan üretim biçimini sürdürerek hayatta kalması ve uluslararası pazara hizmet vermeye devam etmesidir [14].

Endüstride El Paso'yu özel kılan şey yüksek maliyetli ve kaliteli malzemelerle, özgün işçilik teknikleriyle ve tasarım çeşitliliğiyle üretim yapılmasına önem verilmesidir. Üreticiler arasındaki güvene dayalı işbirliği, beceri aktarımı, vasıflı işgücüne ve hammadde tüccarlarına yakınlık zanaat üretiminin coğrafyasını şekillendirmiştir. El Paso artık seri imalat şehri değil, zanaata dayalı kültürel üretimin merkezi ve “dünyanın el yapımı çizme başkenti” olarak anılmaktadır.

3.3 İstanbul Kuyum Endüstrisi

Ökten ve Evren'in çalışmasında mekân öncelikle geleneksel kuyumculuk merkezinde kümelenmeyi gösteren mutlak mekân perspektifinden bir anlatı ile ele alınmıştır. İktisadi eylemin fizik mekânda tutunduğu mekânsal bağlam İstanbul'da mücevherat üretiminin mekânsal izlerinin görüldüğü üç farklı bölge kümesiyle ifade edilmektedir. Üretimde öne çıkan ilk bölge Güngören, Bahçelievler ve Bağcılar'ın oluşturduğu bir üçgen, konut ve sanayi fonksiyonlarının yer aldığı bir kentsel yerleşim alanıdır. İkinci bölge kuyum üretimi için özel olarak amaca yönelik inşa edilmiş bir yer olan Kuyumcukent'tir. Üçüncü ve son bölge bu kümeler

arasında varlığı en eski olan, zanaatkârların ve elit kuyumcuların çoğunluğunun burada yer aldığı şehrin tarihi kısmıdır, Kapalıçarşı ve çevresinde yerleşim göstermektedir [15]. Fakat bu çalışmada kuyum endüstrisinin İstanbul'daki mekânsal coğrafyası sadece mutlak mekâncı bir bakış açısıyla değil onun ötesine geçen bir kavrayışla ele alınmaktadır.

Beş asırdan daha uzun zamandır süregelen tarihi ve 2000'den fazla zanaatkârıyla İstanbul mücevherat üretiminde önemli bir merkezdir. Tarihi Yarımada olarak adlandırılan bölge kuyum endüstrisinde zanaatkârlığın ve ticaretin odak noktası haline gelmiştir. 1950'lerin ortalarından 1970'lerin ortalarına kadar İstanbul'da sektörün uluslararası düzeyde düşüşe geçen bir yapısı olmuştur. Bunun sebebi o dönemde yapılan sosyal ayrımcılık politikaları sonucu Kapalıçarşı'da faaliyet gösteren ve kuyum ticaretinde önemli rol oynayan birçok gayrimüslim ustanın ülkeyi terk etmesidir. 1970'lerden 1990'lara kadar olan süreçte İstanbul mücevher pazarında uluslararası düzeydeki yerini geri kazanmak için uğraş vermiştir. Buna bağlı olarak 1990'larda büyük ölçekli üreticiler ortaya çıkmıştır [15].

2000'lerin başında gelişen üretim faaliyetleriyle birlikte sektörde değişimler yaşanmıştır. Tasarım ve üretim teknolojilerinin dijitalleşmeye yönelik yeniliklerle tanışması karşısında yerel üreticiler ürünlerde standardizasyona gitmiş ve farklı stratejiler geliştirme yoluna başvurmuştur. Süreç içerisinde değişen koşullara uyum sağlayamayan küçük ölçekli üreticiler büyük ölçekli üreticilerle rekabet etmekte zorluk yaşamış ve zanaatkârların sayısında ciddi şekilde bir azalma meydana gelmiştir [15].

Zanaatkâr çekirdeğinde karşılıklı güven ilişkisine dayalı, geleneksel iş yapma pratiklerini benimsemiş çok sayıda küçük ölçekli üretici yer almaktadır. Bu merkezdeki usta-çırak ilişkileri sadece atölyeler ile sınırlı olmamakla birlikte, han avlusu kuyum ustalarının birbirleriyle konuştukları, öğrendikleri ve rekabet ettikleri buluşma mekânları olarak yer almaktadır. Aynı cami veya kiliseyi ziyaret etmek gibi sosyal faaliyetlerle ibadet mekânları iletişim ve etkileşim mekânları haline gelmektedir. Bu çalışmada mekân, iktisadi eylemi öncülleyen fizik mekânın da silikleştiği soyut bir düzleme dönüşmektedir. İktisadi eylemin usta-çırak ilişkisi tarafından süzülün ve yazılı çizili kurallar tarafından yönetilmediği bir eylem anlatısı vardır.

Yerel yönetimlerin birbirleriyle uyum sağlamayan görüşleri mekânsal planlama kararlarında kendini göstermektedir. Bu kararlar üreticilerin yer değiştirmesini zorunlu kılmıştır. Hükümetin şehrin tarihi merkezinin koruma alanı olması sebebiyle imalat faaliyetlerinin durdurulup turizm amaçlı kullanıma açılması yönündeki açıklamaları, Kapalıçarşı ve çevresindeki üretim atölyelerinin çepere taşınması doğrultusunda oluşturulan hükümet politikaları, mücevher üretimi ile uğraşan ustaların üretim lisanslarının durdurulması gibi yıldırıcı politikalar süreç içerisinde etkili olan koşullardan birkaçıdır. Planlama kararları yoluyla yaratılan kuyumcuları desantralize etme uygulaması, kuyumcuların bu politikalar karşısında 500 yıllık kök salmış yapıları ve birikimleri sayesinde direnme öyküsü kuyum endüstrisinin politik bağlamını oluşturmaktadır. Bu koşullara karşı üreticiler iki farklı strateji belirlemiştir. Bunlardan birincisi savunma stratejisi ikincisi ise hücum stratejisidir.

Baskılara ve fiziki dezavantajlara rağmen şehrin tarihi merkezinde kalmayı tercih eden yani savunma stratejisini benimseyen zanaatkârların en önemli sebepleri Kapalıçarşı'nın kuyumculuk sektöründeki merkezi rolü, kümelenme ile birlikte ortaya çıkan aktörler arasındaki güçlü bağlar ve bunların avantajları, mekânsal olarak gömülü olan rutinler, esnek alıcı tedarikçi ilişkileri kümesi ve bölgenin aktörler için sosyal açıdan güven duygusu yaratan bir sembol haline gelmiş olmasıdır.

Geleneksel uygulamalara ve eski çalışma rutinlerine bir dereceye kadar bağlı olan, iş yapma biçimlerini sürdüren fakat bunlara ek olarak yenilikçi bakış açısıyla yeni yöntemler geliştiren ve risk alan yani hücum stratejisini benimseyen üreticiler bunu çeşitli yollar ile yapmıştır. Malzeme ve teknik bilgilerini geçmişte kullanılan özgün formları tekrar hayata geçirerek ve yeni tasarımlar ortaya koyarak kullanmış, bu sayede zanaatkâr çekirdeğinde küçük ama esnek bir zanaatkâr topluluğu yaratılmıştır. Uluslararası fuarlara katılımla, etkin sosyal medya kullanımıyla, niş uzmanlıklara yönelik eğitim uygulamalarıyla kümelenmenin bilgi tabanı zenginleştirilmiştir. İş yapma biçimlerini daha ekonomik bir bakış açısıyla yenilemek, yeni tasarım teknikleri kullanmak, sektöre yeni bir sosyo-kültürel perspektiften bakmak ve işletme yönetimi ile farklılık yaratmak bu stratejiye yönelik olarak geliştirilmiştir [15].

Çalışma geleneksel kuyumculuk merkezinde kümelenmiş, değişen sosyo-ekonomik, kurumsal ve politik koşullara karşı hem uyum sağlamaya hem de mücadele etmeye çalışan aktörleri ve eylemlerini analiz etmektedir. Her sanayi bölgesinin kendi tarihi ve yerel dinamikleri ile şekillendiği bu sektör örneğinde de görülmektedir.

3.4 Türk Şarap Endüstrisi

Evren ve Akdoğan-Odabaş'ın çalışmasında Türk şarap endüstrisinin yörüngesinde yer alan farklı kültürel, politik ve ekonomik koşullar karşısında değişken firma davranışlarıyla, kurumsal ve bölgesel ekonomik dayanıklılık keşfi için yaratıcı bir örnek sunulmaktadır.

Kültürel açıdan bakıldığında Müslümanların çoğunlukta yaşadığı bir ülkede alkollü içecek üretmek, satmak ve tüketmek yasalarla engellenmemiş olsa da dini olarak kabul edilemez görüldüğü için toplumun kayda değer bir kesiminde hoş karşılanmamaktadır. Bunun yanında yerel endüstrinin ısrarcı karşıt ulusal politikalarla karşı karşıya gelmesi ve üretimde bazı katı kuralların devreye girmesiyle sektör için örgütsel bir kriz söz konusu olmuştur. Tüm bunlara ek olarak hükümetin vergilendirme ve fiyatlandırma politikaları tüketici cephesinden bakıldığında Türk şaraplarını fiyat açısından neredeyse ulaşılamaz hale getirmektedir [16]. Birçok üretici karşılaşılan kurumsal zorluklara esnek cevap verebilme yeteneğine sahip olmamakla birlikte, böyle bir politik bağlam içerisinde pazarda tutunabilme ve ekonomik olarak varlığını sürdürebilme sektördeki oyuncuların kapasitelerine bağlı olarak değişmektedir.

Erken Cumhuriyet döneminden itibaren alkollü içkiler yasağının kaldırılması, alkollü içkiler tekelinin devlete geçmesi, endüstrinin hükümet tarafından göz ardı edilmesi, devlet destekli gelişim gösteren sektörel yapıdan devletin üretim üzerinde artan kontrol mekanizmasını kullandığı yapıya geçiş, Tekelin özelleşmesi, üretim ve satışa dair üreticileri olumsuz etkileyen yaptırımlar (örn; alkollü içkilere internet satışı, reklam ve tanıtım yasağı) ve sürekli artış gösteren vergilerin oluşturduğu bu inişli çıkışlı tablo sektörün kuramsal bağlamını ortaya koymaktadır. Çalışmada bu yörüngede tutunmaya, dayanıklı olmaya ve hayatta kalmaya çalışan üreticilerin neyi yapabildikleri ve neyi yapamadıklarının öyküsü aktarılmaktadır.

Endüstrinin bağlamı aktörler, aktörlerin tipolojileri ve aktörlerin eylemleri gruplanarak analiz edilmektedir. İktisadi eylem aktörlerin hata yaptıkları, önyargılarının yer aldığı ve aynı olaylar karşısında farklı stratejiler benimsedikleri bir anlatı üzerinden yapılmaktadır. Aktörlerin tipolojilerine göre şarap üreticileri 3 gruba ayrılmaktadır; bunlardan birincisi geride kalmışlar, ikincisi elit grup ve üçüncüsü ara buluculardır. Gruplamanın yapılabilmesi için öncelikle endüstriye dair imalatçıların kademeli piramit yapısı oluşturulmuştur. Piramidin tepesinde Trakya genelinde üzüm bağlarına, kendi arazilerinde kendi tesislerine ve aynı zamanda birden fazla üretim tesisine sahip sektörün köklü ve büyük firmaları yer almaktadır. Bu çalışmanın asıl vurgusu ise piramidin alt kademelerinde yer alan küçük ve orta ölçekli firmalardır. Piramidin üstünde yer alan firmalarla karşılaştırıldıklarında dayanıklı olma hepsi için zorlayıcı olsa da bu üreticiler daha etkin stratejiler geliştirmek zorundadır [16].

Küçük ve orta ölçekli firmalar da ekonomik faaliyetlerine göre piramitte kendi içinde üç gruba ayrılmaktadır. Piramidin tabanında yer alan gruptaki üreticiler sadece şarap üretimine odaklanan şarap imalathanelerinden oluşmakta ve geride kalmışlar olarak adlandırılmaktadır. Diğer iki gruptan biri kendi bağları olan şarap imalathanelerinden diğeri ise bunların hepsine sahip olup aynı zamanda ziyaretçilere özel deneyimler yaratmak üzere turizm sektörüyle de bağ kuran şarap imalathanelerinden oluşmakta; iki grubun benzer bazı nitelikleri sebebiyle rekabetçi elitler adı verilen bir grupta birleştirilmektedir [16].

Geride kalmışlar olarak adlandırılan gruptaki işletmeler değişime karşı gösterdikleri dirençle, yeni fikirleri, teknolojileri ve yöntemleri kabul etme ve adapte olma konusundaki tereddütleriyle sektörün en zayıf ve kırılgan halkaları olarak tanımlanabilirler. Buna karşın elit grup kalitelerine ve uzman bilgilerine güvenerek; yasalar, yasaklar, yaptırımlar ve zorluklar karşısında vizyonlarını kullanarak yaratıcı yeni stratejilerle sürekli kendilerini geliştirmektedir. İki grup arasında bağlam bağımlı sosyo-ekonomik bir ayrımın olduğu ve her üreticinin kendi dayanıklılık öyküsüyle değerlendirilmesi gerektiği bu örnek özelinde görülmektedir.

3.5 Bölüm Sonucu

Bağlam zamansal, toplumsal, hukuksal, ekonomik ve dijital bağlam gibi çok katmanlı bir varlık olarak ilişkisel yaklaşımın kavramsallaştırmasında önemli düzeyde yer tutmaktadır. Çalışmanın bu bölümündeki örneklerde kovboy çizme endüstrisinin bağlamı seri üretime karşı zanaata dayalı kültürel üretimlerine güvenen, gömülü sosyal ağlar ve bölgesel kültürel gelenekler etrafında gelişen sektörün hayatta kalma hikâyesidir. Kuyumculuk sektörünün bağlamı yasalara, devlet politikalarına ve çelişkili kararlara karşı Kapalıçarşı'da 500 yıllık kök salmış birikimleriyle direnen zanaatkârların öyküsüdür. Şarap endüstrisinde ise aktörlerin hataları, kusurları, önyargıları ve farklı dayanıklılık öykülerinin yer aldığı bir bağlam vardır. Örneklerden her sektörün ve hatta her üreticinin öyküsünün kendine özel olduğu, nitel ve mikro düzeyde bir araştırma tasarımı kurgusu için aktörler ile birebir konuşmayı ve sahadan direkt bilgi almayı gerektiren bir çalışma yönteminin Türk bisiklet endüstrisine uygulanmasının sektörün bağlamını anlamak adına uygun olacağı görülmektedir.

Araştırmanın saha çalışması bölümünde sektörde faaliyet gösteren ana üreticiler ve önemli oyuncularla yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Ek-A bölümünde yer alan sorular sosyal eylemi gerçekleştiren firmaların içindeki yöneticilere ve dernek temsilcilerine yöneltilerek görüşmelerde sektöre dair istatistiklere yansımaya ulaşmaya çalışılmıştır. Bisiklet endüstrisinde bölümdeki örneklerde görüldüğü gibi aktörlerin eylemi icra ettikleri mekânların iletişim mekânları haline gelmesi durumunun, aktörler arası işbirliğinin ve böyle bir mekânsallığın söz konusu olmadığı görülmüştür. Zamansal bağlam ise Türk bisiklet endüstrisini anlamak için en önemli değişkenlerden biri olarak ele alınmıştır. Saha çalışmasıyla görünen tablo 1960'lardaki ve 2020'deki Covid-19 pandemisi döneminde bisikletin zamansal bağlamının ne üreticiler için ne de kullanıcılar için aynı olmadığı yönündedir. Türk bisiklet endüstrisinin bağlamsallığına 5.bölümde ayrıntılı şekilde yer verilmiştir.

Bu çalışma bağlamsallık, yörünge bağımlılığı ve olumsuzluk üçlü analitik çerçevesinin sahadaki izdüşümlerini aramaya yönelik bir tasarım kurgusuyla hazırlanmıştır. Amaç gerçek iktisadi eylemin peşinden koşmak ve buradan bir öykü inşa etmektir.

4

BİR ULAŞIM ARACI OLARAK BİSİKLET VE ÜRETİMİ

4.1 Giriş

Birinci Dünya Savaşı ile 1950'lerin sonları arasında bisiklet batı dünyasının birçok yerinde halka açık tüm yollarda göze çarpmaktadır. Rakamlara göre bisiklet kullanımının en çok kullanıldığı dönemin 1900'lerdeki bisiklet patlaması değil Birinci Dünya Savaşı ve 1950'ler arasındaki zaman aralığı olması bu mevcudiyeti açıklamaktadır. Sonraki süreçte işçi sınıfının faydacı şekilde kullanımı arttıkça bisiklet yerini motosiklet ve otomobil kullanımına bırakmış, dünyanın birçok yerinde sahiplik ve kullanım açısından hızla düşüş yaşayan bir grafik ortaya çıkmıştır. Kamuoyunda otomobil kullanımı için teknolojik ve ekonomik bir gelişme imajı yaratılmış, bisiklet kullanımı ise modası geçmiş, yavaş ve güvensiz olarak motorlu trafiğin verimli ve hızlı akışına engel bir araç olarak görülmüştür. 1970'lerden günümüze birçok aktör grubu (bisiklet aktivistleri, politika yapıcılar, sosyal bilimciler, şehir plancıları, halk sağlığı uzmanları) tarafından bisikletin avantajları çevre dostu, sürdürülebilir, sağlıklı, bütçe için ideal bir alternatif sağlayan ve sosyalleşmeye yardımcı olan bir ulaşım aracı olarak vurgulanmaktadır [17].

4.2 Bisiklet Nasıl Bir Metadır?

19.yüzyılın başlarından itibaren iki tekerlekli ve insan gücüyle çalışan çeşitli ulaşım araçlarının yapımı denenmektedir. Bireysel ulaşımı sağlamak amaçlı üretilen ilk makine olan bisiklet modern teknolojinin evriminde ve erken aşama otomobil gelişiminde büyük bir rol oynamaktadır. Sosyolojik açıdan birçok incelemeye konu olan bisiklet toplum üzerinde doğrudan etkiye sahiptir. Yapısal ve mekanik olarak çok verimli bir araç olarak görülen bisiklet zamanla sosyal ve ekonomik değişikliklere de yol açmıştır [18].

Günümüzdeki bisiklet görüntüsünün ilkel halini oluşturan tarihteki ilk araçlar mekanik pedal çevirme sistemine sahip olmayan ve sürücünün ayaklarıyla iterek hareket edebildiği bir yapıdan oluşmaktadır. Halk arasında yaya hobi atı ve koşu

makinesi olarak adlandırılan ilk iki tekerlekli araç “Draisienne” 1816 ve 1818 yılları arasında Alman Baron Karl von Drais tarafından tasarlanmış ve sunulmuştur. 1839’da İskoç Kirkpatrick Macmillan bisikleti form olarak biraz daha geliştirmiş fakat model popülerlik kazanamamıştır. Ticari olarak ilk kez adından söz ettiren araç ise 1863’te Paris’te Pierre ve Ernest Michaux tarafından geliştirilen Fransız velespitidir. Latince “hızlı” ve “itme” kelimelerinin birleşimi anlamına gelen ve pedalları ön tekerleğe sabitlenmiş olan bu bisiklet kullanıcılar için daha hızlı pedal çevirme ve hareket edebilme fırsatı sağlamıştır. 1870’te İngiliz James Starley ve William Hillman tarafından vitesli ve ön tekerleği arka tekerleğine göre çok büyük olan yüksek tekerlekli bir bisiklet modeli geliştirilmiş fakat kullanıcılar tarafından konforlu bulunmamıştır [18]. İlk dönemlerde bisiklet için ahşap ve demir malzeme kullanılırken, teknoloji ilerledikçe çelik boru ve telli tekerlekler tercih edilmeye başlamıştır. Sonraki yıllarda ise zincirli aktarıcılar gibi belirli mekanik standartları karşılayan asıl bisiklet olarak adlandırabileceğimiz modeller gelişmiştir [17].

Yirminci yüzyılın başlarına kadar bisiklet, sahiplerinin pahalı ve şık lüks bir eşya olarak başkaları tarafından görülmesini istediği gösterişçi tüketimin bir ürünüdür. O dönem için ortalama bütçenin üstünde bir ürün olarak değerlendirilen bisiklet, üretime yapılan aşırı yatırımla birlikte ürün döngüsünde fazlalığa yol açmıştır [19]. Bu durum 1890’ların ortasından itibaren seri üretimle ikinci el bisiklet pazarının yaygınlaşmasına, fiyatların düşmesine sebep olmuştur. Tüccarlar, esnaflar ve zanaatkarlar tarafından mal taşıma ve hizmet sunma kullanımı ve işçi sınıfı tarafından kullanımıyla ticari bir araç olarak daha erişilebilir hale gelmiş ve bisikletin sosyal statüsünde düşüş yaşanmıştır. 20.yüzyılın başlarında bisiklet için geliştirilen yorumlayıcı çerçeve üst sınıfların modernitenin bir unsuru olarak gördükleri bu aracı önemli hale getirip yaygınlaştırdıkları ve yükselişe geçirdikleri, alt sınıfların kullanımı sonucunda ise modası geçmiş bir araç olarak düşüşe geçtiği bir hikâyeden oluşmaktadır. Bu elitist bir önyargı içeren son derece tartışmalı bir bakış açısıdır [17].

Bisiklet daha pratik ve düşük maliyetli olması sebebiyle posta ve telgraf hizmetlerinde, polis, itfaiye ve orduda alternatif bir araç olarak kullanılmaya başlamıştır. Bunun yanında sadece spor ve eğlence amaçlı kullanımı da mevcut olup, ticarileşen ve medyada yer alan ilk kitlesel seyirci sporudur. Toplumsal normların etkisiyle ortaya çıktığı ilk zamanlarda bisikletin kullanıcı profilini sadece

genç erkekler oluşturmaktadır. Zamanla daha konforlu ve güvenli modellerin piyasada yer almasıyla kadınlar ve yaşlı erkekler de dahil olmak üzere daha geniş bir kullanıcı grubuna hitap etmeye başlamıştır. Bazı yazarlar bu konuda bisikletin kadınların bireysel özgürlüğünü önemli derece arttırdığı, sosyal izolasyondan çıkardığı ve enformel etkileşim biçimlerine olanak sağladığı görüşündedir [17].

Bisiklet öncelikle zanaatkârlar tarafından özel üretimi yapılan ürünler olarak yer alan yerel bir üretim biçimine sahipken, endüstriyel çağda seri üretime geçişle yaygınlaşarak küresel üretim ağlarına tutunmuştur. Faydacı kullanımlarının yanı sıra bisiklet yarışları markalaşma anlamında sporu üst seviyeye çıkarmıştır. Giro d'Italia ve Tour de France gibi dünya çapında önemli bir yere sahip olan kaliteli organizasyonlar bisikletleri metalaştırmıştır [19].

4.3 Bisiklet Kültürü

Yirminci yüzyıldaki gelişmeler ülkelere göre bisiklet kültürlerinin farklılık göstermesine sebep olmuştur. Hollanda ve Danimarka'da bisiklet kullanmak erken yaşlardan itibaren insanların hayatlarının bir parçası haline gelmiş; Fransa, Belçika ve İtalya'da bisiklet yarışları çokça takip edilen ve gurur duyulan organizasyonlar olarak yer almış; İngilizce konuşulan ülkelerde, Almanya'da ve diğer birçok batı ülkelerinde ise bu tarz bir farkındalık gelişmemiştir.

Hollanda'da bisikletçilerin yer aldığı reklam görselleri tipik manzaralar, tarihi kasabalar, geleneksel kostümler giyen halk ve bayrağın renklerinden oluşan bir bütün ile ulusal değerlerle bağdaştırılıp kalıcı bir şekilde aşılaraq gömülülük imajının altını çizmektedir. Aynı zamanda Hollanda kraliyet mensupları ve kabine bakanlarının bisiklet kullanımını özendirici tutumları, henüz 1920'lerde bisiklet altyapısına yatırım yapılmaya başlanması ve Danimarka'da özellikle kadınların iki tekerlekli araçlar üzerindeki görselleri özgürlük ve eşitlikle ilişkilendirilmesi bu iki ülkede bisiklet kullanımının ve gelişiminin diğer ülkelere kıyasla çok üst düzey olduğunu göstermektedir. Otomobil kullanmanın ağır vergilere tabi olması sebebiyle her iki ülkede de otomotiv sektörünün büyümesi batı dünyasının diğer bölgelerine göre daha yavaş gerçekleşmiştir. Bu duruma zıt olarak ABD, İngiltere, Kanada ve Avustralya'da araba kullanımı çok daha hızlı şekilde yerleşmiş, bisiklet politikalarının yeterli olmaması sebebiyle ulaşımdan ziyade eğlence ve spor amaçlı

kullanılmıştır. Almanya'nın otomotivde çok güçlü bir sanayi altyapısına sahip olması sebebiyle trafikte hakimiyet otomobillerdedir [17].

Asya'da ise ulaşım amaçlı kullanımla ve günlük hayata entegrasyonla bisiklet kültürünü besleyen dünyanın önde gelen bisiklet ülkeleri yer almaktadır. Bu durumun hem bir tercih hem de mecburiyetin sonucu olduğunu söylemek mümkün olabilir. Bisikletin genellikle motorlu taşıtlar almaya imkânı olmayan kişiler tarafından kullanıldığı görülmektedir. Tüm Asya ülkelerinin bazı noktalarda birbirinden ayrışan, kendine özgü kullanım coğrafyaları bulunmaktadır. Günümüzde mikromobilitenin gelişimiyle Hindistan, Endonezya, Güney Kore ve Tayvan'da bisiklete alternatif olarak yeni ulaşım araçları scooter; Çin'de ise elektrikli bisiklet olarak yerini almıştır [19].

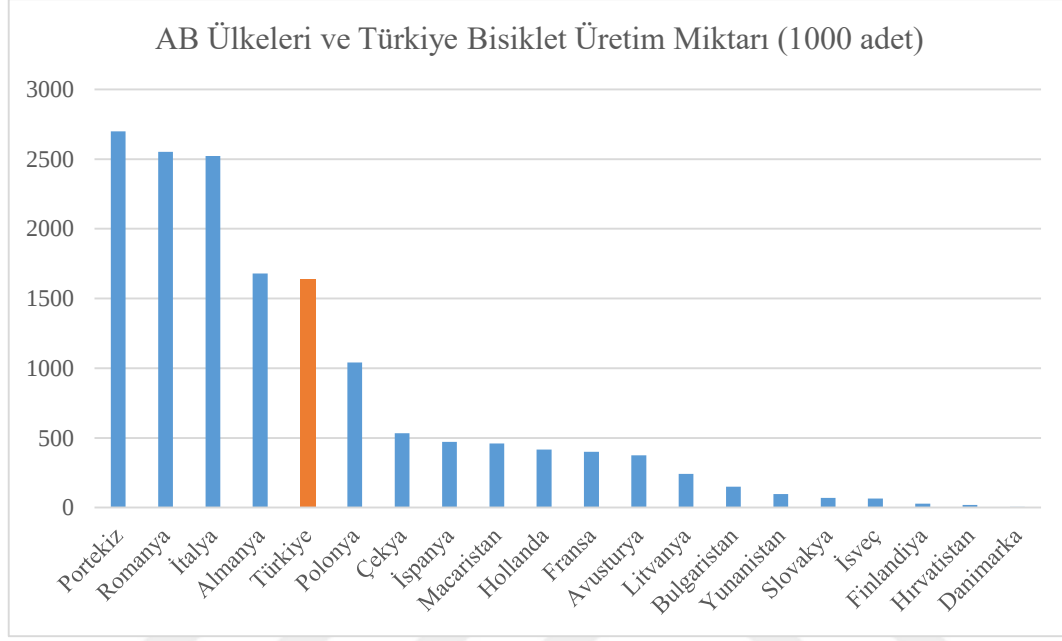
Ülkelere göre bisiklet kullanma kültürü farklılaştığı gibi bisiklete binme ve tercih edilen bisiklet modelleri de yerel kültüre göre değişiklik göstermektedir. Japonya'da tren istasyonlarına ve indikten sonra varacakları noktaya kadar olan seyahatlerinde bir aktarma aracı gibi kullanılan katlanır bisikletler çok yaygındır. Bunun yanı sıra ABD'de gençler tarafından daha çok kullanılan BMX'ler, Afrika'da toprak yollara göre tasarlanmış sağlam bisikletler tercih edilmektedir [19].

4.4 Dünyada Bisiklet Endüstrisi

Uzak doğu ve Avrupa'nın bazı ülkelerinde bisiklet endüstrisinin üretim tarihçesi Türkiye ile karşılaştırıldığında daha eskiye dayanmaktadır. Bu ülkelerde tüketici tarafından bisiklet kültürünün benimsenmesi ve ulaşımında aktif olarak kullanılması birbirini besleyerek sektörün gelişimine yol açmıştır. Hollanda Bisikletçiler Birliği verilerine göre ülkede kişi başına düşen ortalama bisiklet sayısında 1,3 bisiklet ile Hollanda birinci sırada yer almaktadır. Sonrasında sırasıyla 0,8 bisiklet ile Danimarka, 0,6 bisiklet ile Japonya, 0,5 bisiklet ile Belçika, 0,4 bisiklet ile Çin ve 0,3 bisiklet ile ABD yer almaktadır [20].

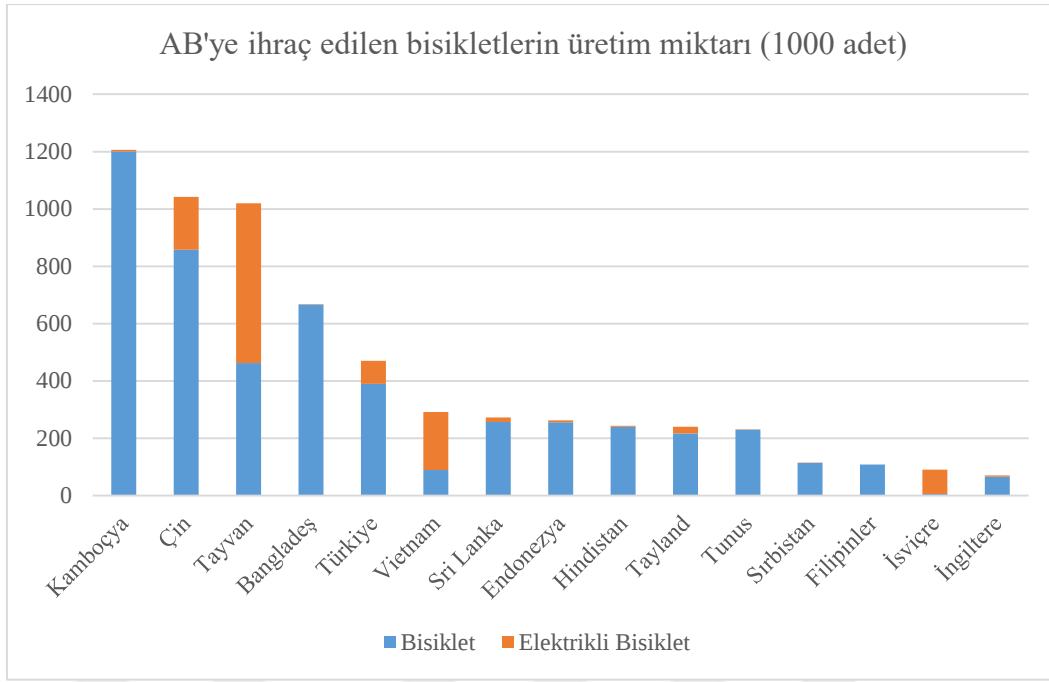
2022 yılında AB'de toplam 14,7 milyon adet bisiklet üretilmiştir. 2021 yılı ile kıyaslandığında bisiklet üretiminde önceki yıla göre %10'luk bir artış ve son 10 yıllık dönem (2012-2022) baz alındığında ise %29'luk bir artış görülmektedir. Şekil 4.1'de AB üye ülkeler ve Türkiye olmak üzere verileri bulunan toplam 20 ülkenin

2022 yılında ürettikleri bisiklet üretim miktarı adet bazında gösterilmektedir. 2022 yılında en büyük üretici 2,7 milyon adet ile Portekiz olurken onu sırasıyla 2,6 milyon adet ile Romanya, 2,5 milyon adet İtalya, 1,7 milyon adet ile Almanya ve 1 milyon adet ile Polonya takip etmektedir [21]. Türkiye 1,6 milyon adet bisiklet üretimi ile Almanya'nın hemen arkasında yer almaktadır.

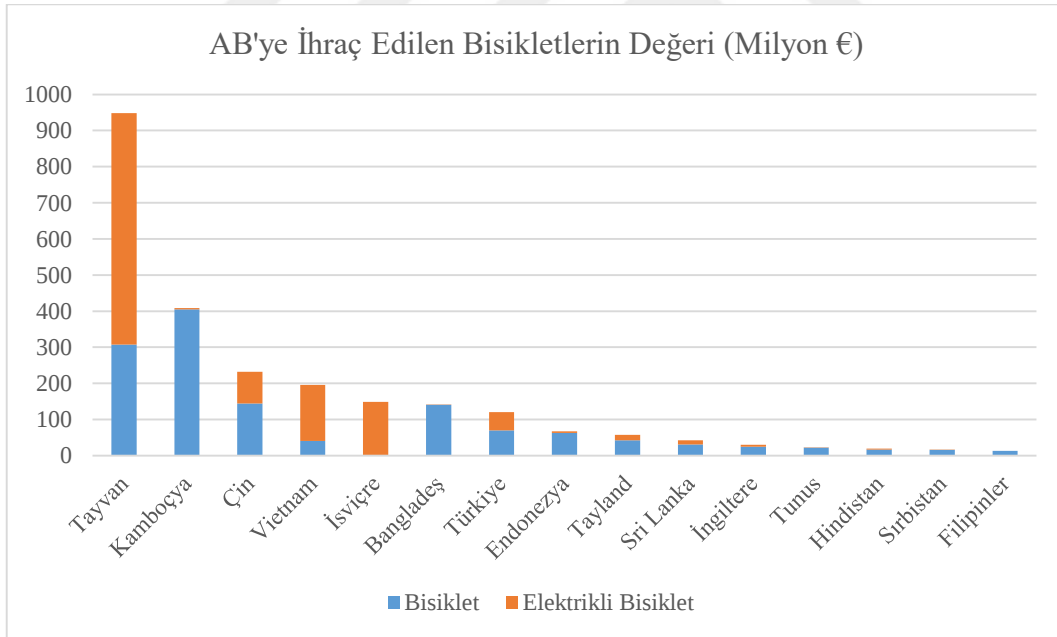


Şekil 4.1 2022 yılı AB ülkeleri ve Türkiye bisiklet üretim miktarı [21] [22]

Avrupa Birliği ülkeleri 2022 yılında 1,2 milyonu elektrikli bisiklet olmak üzere toplamda 6,4 milyon adet bisiklet ithal etmiştir. Avrupa İstatistik Ofisi verilerine göre ise Türkiye 469.000 adet ile AB'ye 2022 yılında en çok bisiklet satan 5. ülke olarak yer almaktadır (Şekil 4.2). Bu istatistikler AB'nin ithal ettiği her 100 bisikletten 7,3'ünün Türkiye'den gönderildiğini göstermektedir. AB ülkelerinin ithal ettikleri bisikletlerin toplam değeri ise 2,5 milyon Euro'dur. Hem üretim miktarı hem de değer açısından bakıldığında Avrupa Birliği'ne ihraç edilen bisikletlerin ana kaynağının Kamboçya ve Tayvan olduğu görülmektedir. İhraç edilen bisikletlerin değeri sıralamasında Türkiye 119 milyon Euro ile 7. sırada yer almaktadır (Şekil 4.3). Üretimin büyük çoğunluğunu elektrikli bisiklet üzerine gerçekleştiren İsviçre adet bazında 14. sıradayken değer bazında Türkiye'nin iki sıra önüne geçerek 5. sırada yer almaktadır. Buradan da anlaşılabileceği üzere elektrikli bisiklet üretimi yeni dönemde bisiklet pazarında ülkeler için ciddi bir potansiyel oluşturmaktadır.



Şekil 4.2 2022 yılında AB'ye ihraç edilen bisikletlerin üretim miktarı [23]



Şekil 4.3 2022 yılında AB'ye ihraç edilen bisikletlerin değeri [23]

4.5 Bölüm Sonucu

Kimlik sosyal yapının büyük rolüyle inşa edilir; kültür, o kültürü benimsemiş kurumlar ve siyasi yapılarla güçlendirilir [19]. Bir davranış biçiminin, bir durumun, bir aracın kullanımının bile toplumda yerleşmesi için kimliğin oluşturulması ve

çeşitli unsurlarla desteklenmesi gerekmektedir. Bölümde bahsi geçen Hollanda'nın erken yaşta bireylere bisiklet kullanımını rutinlerinin bir parçası haline getirmelerine yönelik çabaları, bazı uygulamaların devlet politikası haline getirilmesi ve bunu yerel kültürün bir unsuru gibi kabul etmeleri bugün onların kişi başına düşen ortalama bisiklet sayısı bazında dünyada 1.sırada yer almalarını sağlamaktadır. Bunun yanında bir kimlik inşasıyla değil coğrafyanın ihtiyaçları doğrultusunda kullanım ve yaygınlaşma da söz konusudur. Sosyolojik açıdan bakıldığında bisiklet kullanımı eşitliğin ve özgürlüğün simgesi olarak birçok olay ile bağdaştırılmaktadır.

Önceleri bireyler tarafından sosyal statünün bir aracı olarak görülen bisiklet sonrasında hizmet birimlerinde faydacı kullanımıyla, spor faaliyetleriyle, ulaşım amaçlı kullanımıyla etki alanını farklı şekillerde genişletmiştir. Bisiklet modern çağın ekonomik ve sosyal coğrafyalarına farklı, kapsamlı ve incelikli şekilde dokunan bir nesnedir.

5.1 Giriş

İktisadi eylemi bir sosyal eylem olarak gören ilişkisel yaklaşım ve bu yaklaşımın bağlamsallık, yörunge bağımlılığı ve olumsuzluk kavramsallaştırması sektörün mekânsal ve organizasyonel örgütlenmesini analiz etmek için en uygun altlığı sağlamaktadır. Bu sebeple çalışma teorik altlığı ilişkisel ekonomik coğrafyaya, saha araştırması ise Türk bisiklet endüstrisine dayandırılarak hazırlanmıştır. Keşfedici araştırma kapsamında elde edilen ilk aşama bulgular, Türkiye'deki bisiklet endüstrisinin az sayıdaki üreticinin, sınırlı teknolojik imkânlarla, ağırlıklı olarak iç pazara yönelik standartlaşmış bir üretim organizasyonunu icra ettiği bir yapıdan, 2000'li yıllarla birlikte, üretim hacmini artırarak ürün yelpazesini çeşitlendirmiş, teknolojik gelişmelerle kısmen uyumlu ve dış piyasalara eklemlenen yeni bir düzene geçme eğilimi içine girdiğine işaret etmektedir.

Elde edilen bulgular sektörün bağlamını son derece yüzeysel bir şekilde açıkladığı için raporlara ve istatistiklere yansımayan sektörel durum saha çalışmasıyla analiz edilmeye çalışılmıştır. Üreticiler ve STK'larla yapılan görüşmeler Türk bisiklet endüstrisinin bağlamsallığı başlığı altında hem tarihsel hem de mekânsal bağlam üzerinden değerlendirilmiştir. Analizler 7 üretici firma ve 3 dernek temsilcisi çıkarımları üzerinden yapılmıştır.

5.2 Türk Bisiklet Endüstrisindeki Üretici Firmalar, Üretim ve Dış Ticaret Bilgileri

Türkiye'deki ilk bisiklet fabrikası bisiklet sporunda İstanbul ve Türkiye şampiyonlukları olan, daha önce ülkemizi olimpiyatlarda temsil etmiş Cavit Cav tarafından 1960 yılında İstanbul'da kurulmuştur. Önceleri atölyesinde üç tekerlekli çocuk bisikletleri, iki tekerlekli bisikletler, bebek arabaları, tekerlekli sandalye ve üç tekerlekli çöp arabası üretimi gerçekleştiren Cavit Cav üretim, pazarlama ve satış konusundaki başarılarıyla Cav Bisiklet Fabrikasını hayata geçirmiştir. Fakat birkaç yıl sonra dönemin ekonomik koşulları sebebiyle fabrika satışa çıkarılmış, 1962 yılında mahkeme tarafından iflasına karar verilmiştir [24].

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyonu Raporunda iki tekerlekli araçların üretimi ve satışında faaliyet gösteren dört kuruluştan bahsedilmektedir (Tablo 5.1). Bu kuruluşların bünyelerinde bisiklet, motorlu bisiklet ve motosiklet gibi farklı ürün çeşitleri bulunmaktadır. İlk olarak Bisan Bisiklet Sanayii A.Ş. 1958 yılında bisiklet parçaları ithal ederek bisikletleri montaj olarak üretmeye başlamış ve sonrasında 1963 yılında İzmir’de kurulan fabrikasında komple bisiklet üretimi gerçekleştirmiştir. 1965 yılında kurulan Çelik Montaj Tic. ve San. A.Ş. İstanbul’da yer almakta, motosiklet ve moped imal etmektedir. 1966 yılında İstanbul’da kurulan Beldesan Motörlü Vasıtalar Sanayii A.Ş. başlangıçta yalnızca moped üretirken ilerleyen yıllarda bisiklet üretimini de faaliyetleri arasına eklemiştir. 1974 yılında İzmir’de kurulan Egemosan Motorlu Araçlar San. ve Tic. A.Ş. bünyesinde moped, 1975 yılında ise İstanbul’da kurulan Bebimot Belde Bisiklet ve Motor Sanayii A.Ş. bünyesinde bisiklet üretimine başlanmıştır.

Sektörde faaliyet gösteren tüm kuruluşlar özel teşebbüs statüsünde bulunmaktadır. Bu kuruluşlar dışında yaklaşık olarak 5-6 tane atölye niteliğinde küçük imalatçıları Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde (1985-1989) bisiklet üretimi faaliyetlerine başlamışlardır. Bu dönemden sonra 1992 yılında İzmir’de Bianchi, 1997 yılında İstanbul’da Beldeyama bisiklet üretimi gerçekleştirmiştir (Tablo 5.2).

Tablo 5.1 Türkiye’de iki tekerlekli araçlar sektöründe üretim yapan firmalara ait genel bilgiler (1991) [25]

Firmalar	Kuruluş Tarihi	Yer	Mülkiyet Türü	Toplam Kapasite (adet/yıl)	Personel Sayısı	Yabancı Sermaye
BİSAN	1963	İzmir	Özel	Bisiklet 100000	317	Yok
ÇELİK MONTAJ	1965	İstanbul	Özel	Motosiklet 7000 Moped 25000	359	Yok
BELDESAN	1966	İstanbul	Özel	Moped 30000 Bisiklet 45000	525	Yok
EGEMOSAN	1974	İzmir	Özel	Moped 54940	413	Yok

Tablo 5.2 Türk bisiklet endüstrisinde üretim yapan firmalara ait kuruluş tarihi ve yeri bilgileri [25] [26] [27]

Firma	Kuruluş Tarihi	Kuruluş Yeri
BİSAN	1963	İzmir
BELDESAN	1966	İstanbul

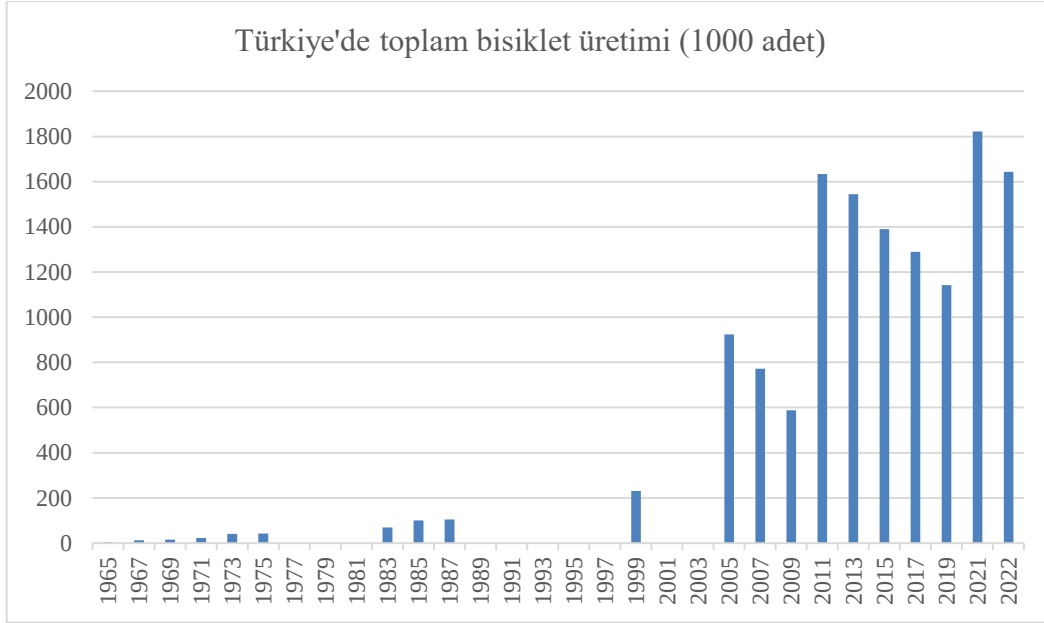
Tablo 5.2 Türk bisiklet endüstrisinde üretim yapan firmalara ait kuruluş tarihi ve yeri bilgileri [25] [26] [27] (devamı)

BEBİMOT	1975	İstanbul
BIANCHI	1992	İzmir
BELDEYAMA	1997	İstanbul

1960'lı yıllarda Türkiye'de bir firmanın üretebileceği ortalama yıllık bisiklet kapasitesi 20.000 adet iken 1970'li yıllara geldiğimizde bu sayı 45.000'e yükselmiş, 1980'li yıllarda 110.000'e çıkmış, 1990'lı yılların sonunda 1.000.000 adete ulaşmıştır. Sektörün Türkiye'de varlığını gösterdiği ilk yıllarda firmalar yoğunlukla İstanbul ve İzmir illerinde dağılım göstermektedir (Tablo 5.2). Dördüncü Kalkınma Planı raporlarında bu yer seçimlerinin nedenleri öncelikle yol, su, elektrik ve haberleşme gibi altyapı tesislerinin mevcudiyeti olarak gösterilmektedir. Sosyo-ekonomik gelişmişlik, ulaştırma imkânları, limanlara yakınlık, hammadde temininde kolaylık ve vasıflı personel varlığı da yer seçim kararlarını etkileyen diğer faktörler arasında yer almaktadır [26].

Türkiye'de yıllara göre yurtiçi bisiklet üretim miktarı dalgalı bir grafikte seyretmektedir. Şekil 5.1'de 60 yıllık bir süreçte Türkiye'de adet bazında bisiklet üretimindeki değişiklik yer almaktadır. TÜİK verilerine göre 2022 yılında bisikletler ve motorsuz tekerlekli taşıtlarda yıllık 1.6 milyon adet üretim gerçekleşmiştir. Bu veriler bize son 15 yıla baktığımızda üretimde artışın yaklaşık iki katına çıktığını söylemektedir.

Ekonomik gelişmeler açısından dünyanın birçok ülkesini ve sektörünü olumsuz yönde etkileyen 2008 küresel ekonomik krizi Türkiye bisiklet sektöründe de kendini göstermiştir. 2019 yılının sonlarında Çin'de ortaya çıkan ve tüm dünyayı birkaç yıl boyunca etkisi altına alan Covid-19 (Koronavirüs) pandemisi de ülkeleri ekonomik açıdan olumsuz etkilemiş; bisiklet endüstrisi önceleri çoğu sektör gibi dezavantajlı duruma düşse de sonraki aşamalarda bu etki olumlu yöne doğru kaymıştır. Bisiklet yan sanayisinde Uzak doğu ülkelerinin (özellikle Çin'in) baskın olmasından kaynaklı yedek parça tedarikinde belirsizlikler, kapanmalar, sipariş ertelemeleri ve iptaller meydana gelmiştir. Sonraki süreçte ise ekonomik, sosyal ve çevresel boyutta sürdürülebilir bir araç olan bisikletin bireysel sporlara ilginin de artmasıyla birlikte kullanımı popüler hale gelmiş, sektör olarak canlanmıştır.



Şekil 5.1 1965-2022 yılları arasında Türkiye’de toplam bisiklet üretimi [22] [25] [26] [27]

TOBB verilerine göre 2024 yılı itibariyle Türkiye’de bisiklet ve diğer motorsuz tekerlekli taşıtlar imalatında 23 farklı ilde 73 kayıtlı üretici bulunmaktadır (Tablo 5.3). Veriler mühendis, teknisyen, usta, işçi ve idari personel olmak üzere toplamda 5348 çalışan ve üretim kapasitesinin 11.9 milyon adet olduğunu söylemektedir. Büyük ölçekli firmalar yoğunlukta İstanbul ve İzmir’de olmak üzere diğer orta-küçük ölçekli firmalar Türkiye’nin farklı bölgelerinde yer almaktadır.

Tablo 5.3 Bisikletler ve diğer motorsuz tekerlekli taşıtlar illere göre kayıtlı üretici, çalışan sayısı ve üretim kapasitesi [28]

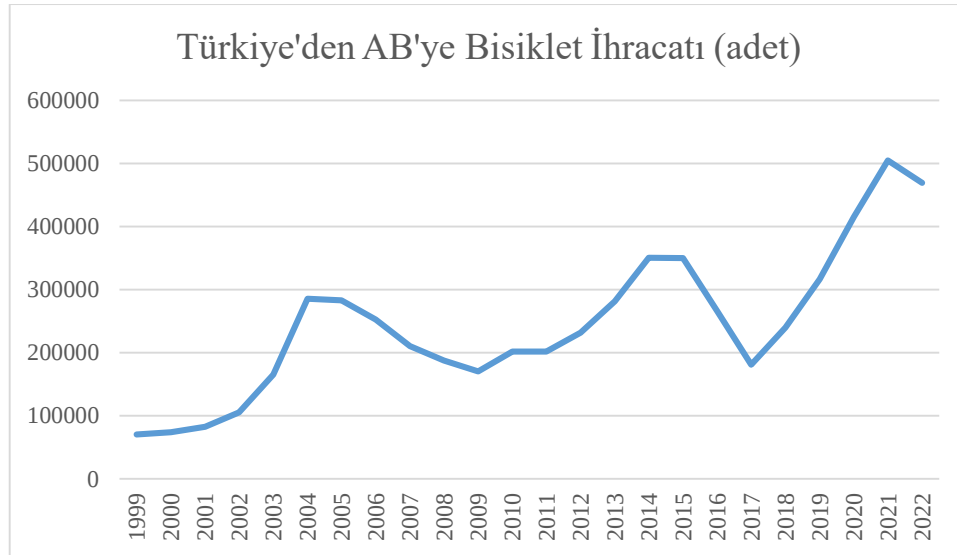
İl Adı	Kayıtlı Üretici	Çalışan Sayısı	Üretim Kapasitesi (adet)
ADANA	7	267	448.993
ANKARA	1	5	*
AYDIN	1	19	*
BALIKESİR	1	6	*
BİLECİK	1	155	*
BURSA	1	7	*
DENİZLİ	1	41	*
ESKİŞEHİR	1	266	*
GAZİANTEP	4	162	332.780
ISPARTA	1	9	*
İSTANBUL	24	891	4.104.617
İZMİR	11	590	1.072.190
KAYSERİ	2	128	*

Tablo 5.3 Bisikletler ve diğer motorsuz tekerlekli taşıtlar illere göre kayıtlı üretici, çalışan sayısı ve üretim kapasitesi [28] (devamı)

KIRKLARELİ	2	1066	*
KOCAELİ	4	460	306.464
KONYA	1	74	*
MANİSA	1	501	*
NİĞDE	1	43	*
SAKARYA	1	5	*
SİNOP	1	47	*
SİVAS	1	5	*
ŞANLIURFA	1	23	*
DÜZCE	4	578	92.540
Toplam	73	5348	11.912.192

* Kayıtlı üretici sayısı 3 ve daha az ise üretim kapasitesi bilgileri verilmemektedir.

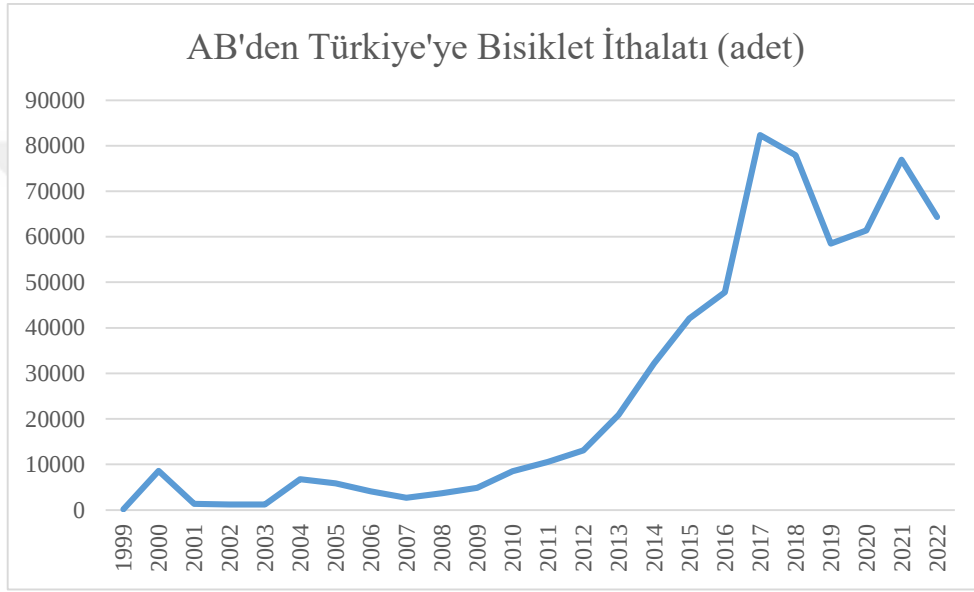
Özellikle Covid-19 pandemisiyle birlikte sektörde Çin'in yarattığı boşluktan yararlanılarak Avrupa'ya ihracatta bir atılım gerçekleştirilmiştir. Bu durumun etkileri 2019 yılından sonra Türkiye'den AB'ye yapılan bisiklet ihracatında sürekli bir artış ile gözlemlenmektedir. 2021 yılından 2022 yılına geçişte düşüşün meydana gelme sebebi ise kademeli normale dönüş ile birlikte tüketicinin ürünlere olan talebinin azalmasıyla açıklanabilir. 2022 yılında Türkiye Avrupa Birliği'ne 79.382'si elektrikli bisiklet olmak üzere toplamda 469.351 adet bisiklet ihraç etmiştir (Şekil 5.2).



Şekil 5.2 1999-2022 yılları arasında Türkiye'den AB'ye bisiklet ihracatı [23]

T.C. Dış Ticaret rejiminin mamul olarak karayolları taşıt ithalatını zorunlu haller (Karayolları, belediyeler, ordu gibi resmi kuruluşların ihtiyaçları) dışında yasaklaması sebebiyle Türkiye’de 1984 yılına kadar sadece bedelsiz ithalat yolu ile yarı mamul ithalatı söz konusudur. 1984 yılında yeni ithal rejimi ile durumun değişmiş ve bisiklet ithalatı ilave fon ödemek suretiyle libere edilmiştir [25]. Bu tarihten sonra sektörde komple ürün ithalatı serbest bırakılmıştır.

2022 yılında Türkiye Avrupa Birliği’nden 848’i elektrikli bisiklet olmak üzere toplamda 64.315 adet bisiklet ithal etmiştir (Şekil 5.3).



Şekil 5.3 1999-2022 yılları arasında AB’den Türkiye’ye bisiklet ithalatı [23]

5.3 Türkiye’de Bisiklet Endüstrisinin Bağlamsallığı

Türkiye’de bisiklet sadece karne zamanlarında çocuklar için tercih edilen güzel bir hediye iken; şimdilerde sağlıklı yaşama, sürdürülebilirliğe, mikromobiliteye, pandemiden sonra ise bireysel sporlara verilen önem ile birlikte tüketici kitlesini her geçen gün arttıran bir ulaşım aracı haline gelmiştir. Endüstriye dair ilk kayıtlarda bisiklet motosiklet üretimiyle bir olarak yolcu taşıyan taşıtlar kategorisinde yer almakta, ilerleyen yıllarda ise iki tekerlekli taşıt araçları kategorisinde daha ayrıntılı ve kendi özelinde değerlendirilmektedir. Günümüzde Türkiye bisiklet ve elektrikli bisiklet üretiminde ve ihracatında küresel pazarda rekabet edebilen bir oyuncu olarak kendinden söz ettirmektedir.

5.3.1 Türk Bisiklet Endüstrisinin Tarihsel Bağlamı

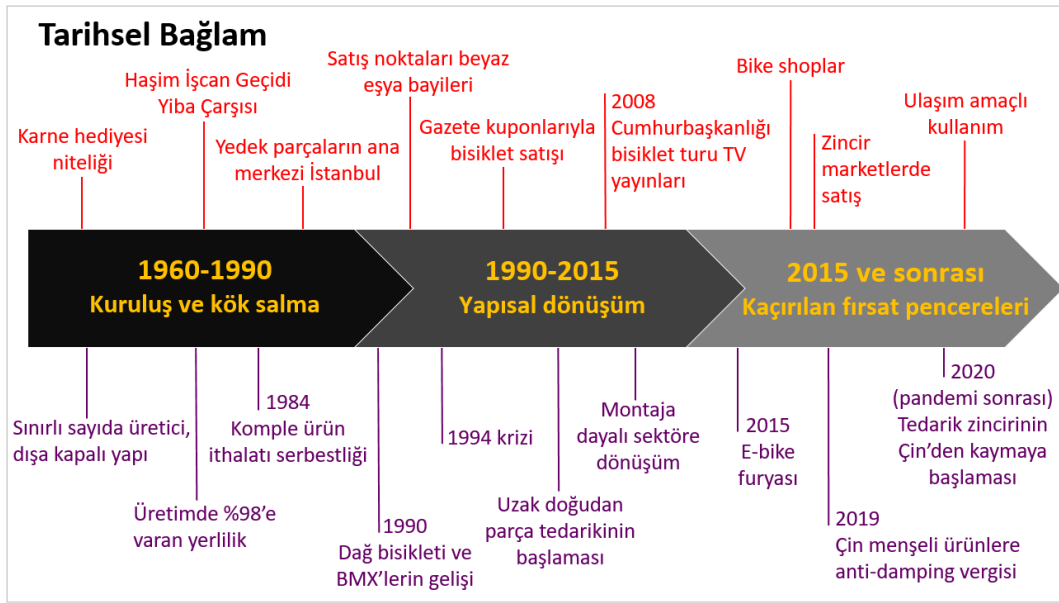
Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Karayolu Taşıtları İmalat Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporunda sektörün tanımı ve sınıflandırması “*Bir veya iki silindirli, iki zamanlı benzinli motor imali ile 50 cm³ silindir hacimli benzinli motor ile mücehhez motorlu bisiklet, bisiklet ve 50 cm³ üzerinde motorla mücehhez motorsiklet ve bu ürünlerle ilgili tüm yedek parçaların üretilmesi bu sektörün ana mallar itibariyle kapsanan faaliyetleridir*” olarak yapılmaktadır [25, p. 103]. Bisiklet Türkiye’de 1890’lı yıllardan beri kullanılmakta, 1960’lı yıllardan itibaren ise firma ölçeğinde üretimi gerçekleştirilmektedir. Başlangıçta Türkiye genelinde üretici sayısı 10’u geçmez iken günümüzde 100’den fazla kayıtlı üretici bulunmaktadır.

Türkiye’de bisiklet üretiminin tarihsel gelişimini 3 farklı aralıkta inceleyebiliriz (Tablo 5.4). Bu sınıflandırmada birinci dönem 1960-1990 yıllarını, ikinci dönem 1990-2015 yıllarını, üçüncü dönem 2015 sonrası kapsamaktadır. Şekil 5.4’te bu sınıflandırmalar ve bisiklet endüstrisinin üretici ve tüketici cephesinden değerlendirildiği tarihsel bağlam yer almaktadır. 1960 öncesi dönemde Türkiye’de üretime dair somut bir çalışma olmasa da kayıtlarda Osmanlı Devleti’nde bisikletin 19. yüzyılın sonlarında görülmeye ve kullanılmaya başlandığı yönünde bilgilere ulaşılmaktadır. Öncelikle sportif faaliyet olarak değerlendirilen bisiklet için İstanbul, İzmir ve Selanik’te yarışlar düzenlenmiştir. 1880 yılından sonra İstanbul’a bisiklet ithal edilmeye başlanmış, 1890-1895 yılları arasında gelen bisiklet sayısında artış gözlemlenmiştir. Gün geçtikçe gördüğü ilgi artan bisiklet yarışları Birinci Dünya Savaşı yıllarında duraklama sürecine girmiştir [29]. Ülkeye yeni bisiklet girişi kesilirken, mevcut bisikletlerde yedek parça ve lastik sorunu gündeme gelmiştir.

1900’lü yıllara gelindiğinde bisiklet farklı alanlarda karşımıza çıkmaya başlamış, kamu birimlerine hizmet için posta, polis ve ordu teşkilatında etkili olarak kullanılmıştır. Cumhuriyet döneminde ise bisiklet toplum tarafından karşılık bulmuş ve günlük hayatta kullanımı artmıştır. Aynı zamanda sporcu ve yarışma sayıları da giderek artarken sportif faaliyetlerin sistemli bir şekilde yönetilmesi için 1923 yılında Bisiklet Federasyonu (Bisiklet Heyet-i Müttehidesi) kurulmuştur. Bisiklet sporunda Birinci Dünya Savaşı yıllarında yaşanan sorunlar İkinci Dünya Savaşı yıllarında da görülmüş yeniden durgunluk dönemine girilmiştir [29].

Tablo 5.4 Türk bisiklet endüstrisinin tarihsel gelişimi (Yazar tarafından oluşturulmuştur.)

Dönem	Özellik
1960-1990	Kuruluş ve kök salma
1990-2015	Yapısal dönüşüm
2015 ve sonrası	Kaçırılan fırsat pencereleri



Şekil 5.4 Türk bisiklet endüstrisinin tarihsel bağlamı (Yazar tarafından oluşturulmuştur.)

Kuruluş ve kök salma (1960-1990)

Türkiye’de bisiklet üretiminin başladığı birinci dönem 1960 ve 1990 yılları arasında kapsayan kuruluş ve kök salma aşamasıdır. Sektör sınırlı sayıda üreticiyle kendisine hizmet eden, dışa kapalı bir yapıya sahiptir. Gümrük duvarı ile iç piyasayı koruyan, dışarıdan parça alımı ile minimum seviyede kısmi ithalat yapılan, yabancı sermayenin üretici olarak henüz piyasaya girmediği bir dönemden söz edilmektedir. 1970’li yılların sonlarında bisiklet üretim ve satışlarında daralma meydana gelmiş, 1980’li yılların ilk yarısında ise ekonomik durumdaki gelişmeler, modernleşme eğilimleri ve sağlıklı yaşama duyulan ilgi ile sektör yeniden gelişme sürecine girmiştir. İthalat kısıtlamalarından dolayı 1980 yılına kadar bisikletin birkaç parçası

hariç büyük çoğunluğu Türkiye’de üretilmiştir. Bu durum yan sanayinin de gelişmesine olanak vermiş, bisiklet üretimindeki yerlilik oranı çok yüksek seviyelere ulaşmıştır. Yeni ithal rejimi ile birlikte 1984 yılından itibaren komple ürün ithalatı serbest bırakılmıştır. Yeni üreticilerin sayılarının artması, bisiklet ithalatının libere edilmesiyle 1987 yılında Türkiye’de yaklaşık 7000 adet civarında bisiklet ithal edilmiştir. Bir üretici konu hakkındaki görüşlerini şu şekilde dile getirmiştir:

“...1985’e kadar arkadaki ruble hariç bütün her şeyin Türkiye’de üretildiği bir devirdi. Bisikletteki yerlilik %98’lere ulaşırdı...”

Tüketiciler cephesinde ise o dönem için pahalı bir ürün sayılabilecek olan bisikletin toplumsal bağlamını karne hediyesi olgusu belirlemektedir. Bir üreticinin tüketici eğilimleriyle ilgili ifadeleri şu şekildedir:

“...2010’lu yıllara kadar bisiklet sınıf geçme hediyesi niteliğinde bir üründü. Ulaşım amaçlı kullanımı söz konusu değildi. Sezonlar olarak ağırlıkta karne döneminin çok kısa öncesi ve sonrası tarihlerde satışların yoğun olduğu bir süreçti...”

Sektördeki ilk satış noktalarını İstanbul Fatih bölgesinde Haşim İşcan Geçidi, Ankara Ulus bölgesinde Yıba Çarşısı oluşturmaktadır. Tarihsel olarak ilk olmasının yanı sıra yıllar içerisinde sembolik bir anlamı da oluşmuş durumdadır. 1990’larda bisiklet yedek parça satışlarının ana merkezini İstanbul olması burada yapılan firmalar için yer seçiminin önemli nedenlerinden biridir. Görüşmeler sırasında bir üretici o dönemi şu sözlerle ifade etmiştir:

“...gerçek bisikletçiler bir Haşim İşcan Geçidiyle Yıba Çarşısı taraflarındaydı sonra tüm Türkiye’ye yayıldı...”

Yapısal dönüşüm (1990-2015)

1990-2015 yılları arası yapısal dönüşüm dönemidir. 1990’larda dağ bisikleti ve BMX’lerin Türkiye’ye gelmesiyle birlikte sektörde yeni bir dönem başlamıştır. İç pazarda ciddi bir talep oluşmuş, 1992 yılında sektör için önemli bir gelişme gerçekleşerek bisiklet ihracatına başlanmıştır. Fakat 1994 krizi bisiklet endüstrisinde üretim yapan orta ölçekli tüm firmaların önünü kesmiş, 1990’lı yıllarda sektörün önündeki fırsat penceresini bir bakıma kapatmıştır. Bu duruma bir üretici şu sözleri ile dikkat çekmiştir:

“...Aslında dünyadaki dağ bisikleti furyası sırasında Türkiye bisiklet sektöründe söz sahibi olabilirdi. Ama bu treni kaçırdık...”

Uzak doğudan parça tedarikinin başlamasıyla özellikle Çin ve Tayvan’ın sunduğu fiyat avantajı Türkiye’de kök salmaya başlayan bisiklet yan sanayisinin gelişimine sekte vurmuştur. Dolayısıyla Türkiye’de bisiklet yan sanayisi bir gerileme trendine girmiştir. Türkiye’nin kendi yan sanayisine ihtiyacı kalmamış, 2004’lerden sonra tamamen bitme noktasına gelmiş ve bisiklet endüstrisi montaja dayalı bir sektöre dönüşmüştür. Sektörün bu koşullar altındaki tutumuna bir üreticinin şu sözleri örnek olarak gösterilebilir:

“...insanlar Çin ve Tayvan işini keşfedince yan sanayi düşüşe geçti ve firmalar artık parça üretmemeye başladı. Sektör bir anlamda pandemiye kadar tembelleşti, montaja dayalı bir sektör haline döndü...”

Satış noktalarının sermaye yapılarının sınırlı olması sebebiyle o dönemde vade yapabilme gibi imkânları bulunmamaktadır. Bayi yapılarının sermayelerinin daha kuvvetli olması sayesinde ise Anadolu’da senetle vade yapılmaktadır. Bu sebeple sektörün pazara giriş ve satış noktalarını çoğunlukla beyaz eşya sektörü oluşturmaktadır. Sektörün 2000’li yıllardaki satış noktalarıyla ilgili bir üretici görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“...Pazar olarak baktığımızda genelde 2005’li yıllara kadar satış noktaları çok büyük oranda beyaz eşya sektörüydü. Bir de o dönemlerde bisiklet yedek parça satışı yapan daha küçük işletmelerde satışlar olmaktaydı...”

Türkiye’nin önemli bisiklet üreticilerinden biri olan Bisan’ın İhlas Grubu’na devriyle birlikte gazete kuponlarıyla bisiklet satılan bir süreç başlamıştır. Türkiye’de 2000’li yıllara kadar çocuk bisikleti, hizmet bisikleti gibi türler kullanılmıştır. Türkiye Bisiklet Federasyonu tarafından 1963 yılından itibaren düzenlenmekte olan Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu’nun 2008’de televizyonda yayınlanmaya başlamasıyla halk tarafında olumlu bir algı oluşmuş ve bisiklete olan talep artmıştır. Firmalar bu dönemden sonra yol ve yarış bisikleti üretmeye başlamıştır. Dernek temsilcileriyle yapılan görüşmelerde geçen şu sözler süreci daha net anlatmaktadır:

“...2008 senesine kadar yol bisikleti kullanılmazdı. Cumhurbaşkanlığı Türkiye Bisiklet Turu televizyonda yayınlanmaya başlayınca talep arttı, kaliteli üst segment bisiklet geldi. Başlangıçta 250-300 yarışçı gelirken 3-4 sene sonra 1000 yarışçı oldu...”

Kaçırılan fırsat pencereleri (2015 ve sonrası)

2015 ve sonrası Türk bisiklet endüstrisi için birtakım yeni fırsat pencerelerinin açıldığı fakat bu fırsatların kaçırıldığı bir döneme işaret etmektedir. İlk fırsat penceresi küresel bisiklet üretiminde yaşanan teknolojik gelişmelerle ilgili olan e-bike furçasının başladığı dönemdir. Elektrikli bisiklet üretiminde önemli olan parçalar motor, li-ion (lityum iyon) batarya, kontrolör (beyin) ve ekrandan oluşmaktadır. Elektrikli bisikletin devreye girmesi ve yaygınlaşması bu alanda oyunun kurallarını değiştirmekte, talep arttığı için ülkeler üretime ağırlık vermektedir. Bu durum Türkiye için önemli bir potansiyel sunmakta, özellikle İzmir ve Manisa bölgesindeki batarya üretimi gibi (Vestel 2020 yılından beri bu üretimi gerçekleştirmektedir) Türkiye’nin yatırımları ve biriktirdiği bilgi birikimi bir fırsat penceresi sunmaktadır. Bugün dünyada satılan iki bisikletten birinin elektrikli bisiklet olduğunu da düşündüğümüz zaman bu aslında ne kadar önemli bir fırsat penceresi olduğunu bize söylemektedir.

Avrupa Komisyonu (European Commission) 1993 yılında Çin’den ithal edilen temel bisiklet parçalarına (bisiklet çerçeveleri, çatallar, gidonlar veya dişliler) anti-damping vergileri uygulayan bir düzenlemeyi kabul etmiştir. 2019 yılında bu düzenleme pedal destekli elektrikli bisiklet ithalatını kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Anti-damping vergisi oranı farklılık gösterse de ortalama %33,4 olarak uygulanan vergiyle birlikte Çin’den AB’ye elektrikli bisiklet satışının önüne geçilmiştir. Dünyanın en büyük bisiklet pazarlarından biri olan Avrupa Birliği’nin kendi üreticilerini korumak için Uzak doğudan bisiklet ithalatına getirdiği anti-damping yasası özellikle Çin’i ve Tayvan’ı hedeflemektedir. Türkiye buradan kendine gümrük birliğinin getirdiği avantajları da kullanarak aslında önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Bisiklet sektöründe uygulanan anti-damping uygulamasıyla ilgili iki farklı üretici durumu şu sözlerle ifade etmiştir:

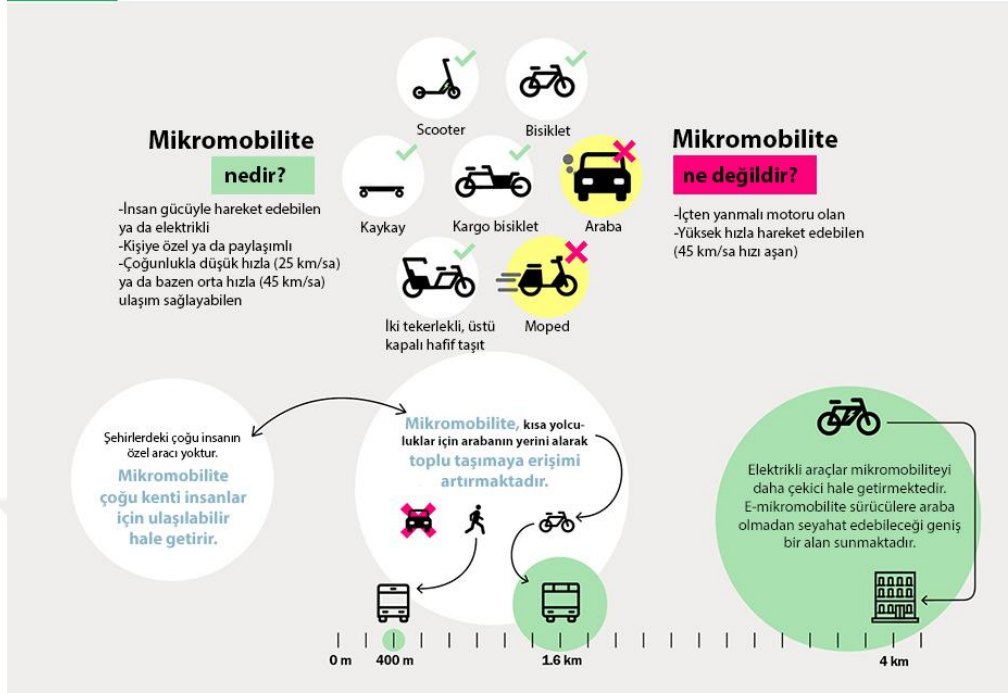
“...Anti-damping kuralları aslında CKD bir montaj bisikletin malzemelerini parçalanmış getirip toplanmasına ek ilave vergiler

koyuyor. Bir yerlileşme atağının gelmesi lazım çünkü artık gümrük mevzuatları çok acımasız...”

“...Türkiye’nin Avrupa’ya ihracatında en önemli faktör AB ülkelerine ithalatta Çin menşeli ürünlere anti-damping uygulaması var. Türkiye’den Avrupa’ya ihracat yapılabilmesi için ürünün menşei kazanması gerekiyor. Elektrikli bisikletlerde çok daha yüksek oranlarda %45’lere varan yerlilik gerektiriyor...”

Covid-19 pandemisiyle birlikte görünen tablo tedarikin tek bir ülkeden olmasının dünya genelinde sektörü olumsuz etkilediği yönündedir. Bu sebeple tedarik zinciri Çin’den kaymaya başlamıştır. Çin’in sektördeki rolünden doğan boşluğu ise Vietnam, Bangladeş ve Türkiye gibi ülkeler doldurmaya çalışmaktadır. Dolayısıyla üçüncü fırsat penceresi pandemiyle birlikte dünya ve Türkiye genelinde bisiklet pazarında talebin artması bisikletin aslında bir karne hediyesi olmaktan çıkıp ulaşım amaçlı kullanılan, mikromobilitiyi ve trendleri destekleyen bir ürün haline gelmesidir. Bu bağlamda hem bireysel tüketiciler hem yerel yönetimler hem de özel firmalar mikromobilité araçlarını kiralama yoluyla aslında sektörü beslemektedir.

ITDP’nin (Institute for Transportation and Development Policy) tanımına göre mikromobilité genellikle 25 km/sa altındaki hızlarda gidebilen, 10 km uzaklıktaki yolculuklar için ideal olan küçük ve hafif araçların kullanıldığı bir sistemi ifade etmektedir (Şekil 5.5). İnsan gücüyle hareket edebilen ya da elektrikli olan, kişiye özel ya da paylaşımlı kullanılabilen, çoğunlukla düşük hızla (25 km/sa), bazen orta hızla (45 km/sa) ulaşım sağlayabilen araçlar olarak sınıflandırılmaktadır. Bu araçlar arasında bisiklet, kargo bisiklet, scooter, kayak yer almaktadır [30].



Şekil 5.5 Mikromobilite nedir? [30]

Bu fırsat penceresine başka bir açıdan bakıldığında Covid-19 pandemisinin sürecin başlangıcında sektörü çok olumlu etkilediği görülmektedir. Artan tüketici talebiyle birlikte hem dünya genelinde hem de Türkiye’de ortalamanın çok üzerinde bisiklet satışları gerçekleştirilmiştir. Önceki yıldan kalan stoklar dahil tüm ürünler firmalar tarafından sıfırlanmıştır. Bu arada tüm sektörlerde olduğu gibi bisiklet sektöründe de ciddi bir tedarik sorunu başlamıştır. Ana üreticiler ve yan sanayiler teslimat termin sürelerinin uzaması gibi sorunlarla karşılaşmıştır. Sonraki süreçte bisiklet ve parça üreticileri bir sonraki dönem siparişlerini kapasitelerinin çok üzerinde bir mal alımıyla gerçekleştirmiştir. 2021’in ikinci yarısından itibaren geçilen kademeli normalleşme süreciyle tüketicinin bisiklete karşı ilgisi azalmaya başlamıştır. Bu durum sektörü krize sokmuş, birçok firma kapanma ya da iflasın eşiğine gelmiştir. Sektör için 2025 yılında normale geçiş süreci beklenmektedir. Pandeminin sektöre etkisini bir üretici şu sözleriyle ifade etmiştir:

“...Pandemi döneminden sonra sektör çöküşte. 2020-2021’de inanılmaz bir satış oldu. 2021’in altıncı, yedinci ayından sonra iş tam tersine döndü. İyi geçmiş gibi gözükten iki senenin acısını sektör komple globalde çekiyor...”

5.3.2 Türk Bisiklet Endüstrisinin Mekânsal Bağlamı

Türkiye’de bisiklet endüstrisinin yerelde belirli odaklardan ve bulundukları yerlerden filizlenen bir sektör olduğunu söylemek mümkündür. Endüstri 1960’lardan başlayıp 2005’lere kadar birkaç ana üreticinin ve küçük ölçekli diğer oluşumların yer aldığı, 1990’lara kadar atölye mantığı ile yürütülen ve kısa dönemli kârlara odaklanan bir yapılanmaya sahiptir. Çoğunluğu aile işletmeleri olan bu firmalar günümüzde 2. ve 3. kuşak tarafından yönetilmektedir. Bu duruma bir firma yetkilisinin şu sözleri örnek olarak gösterilebilir:

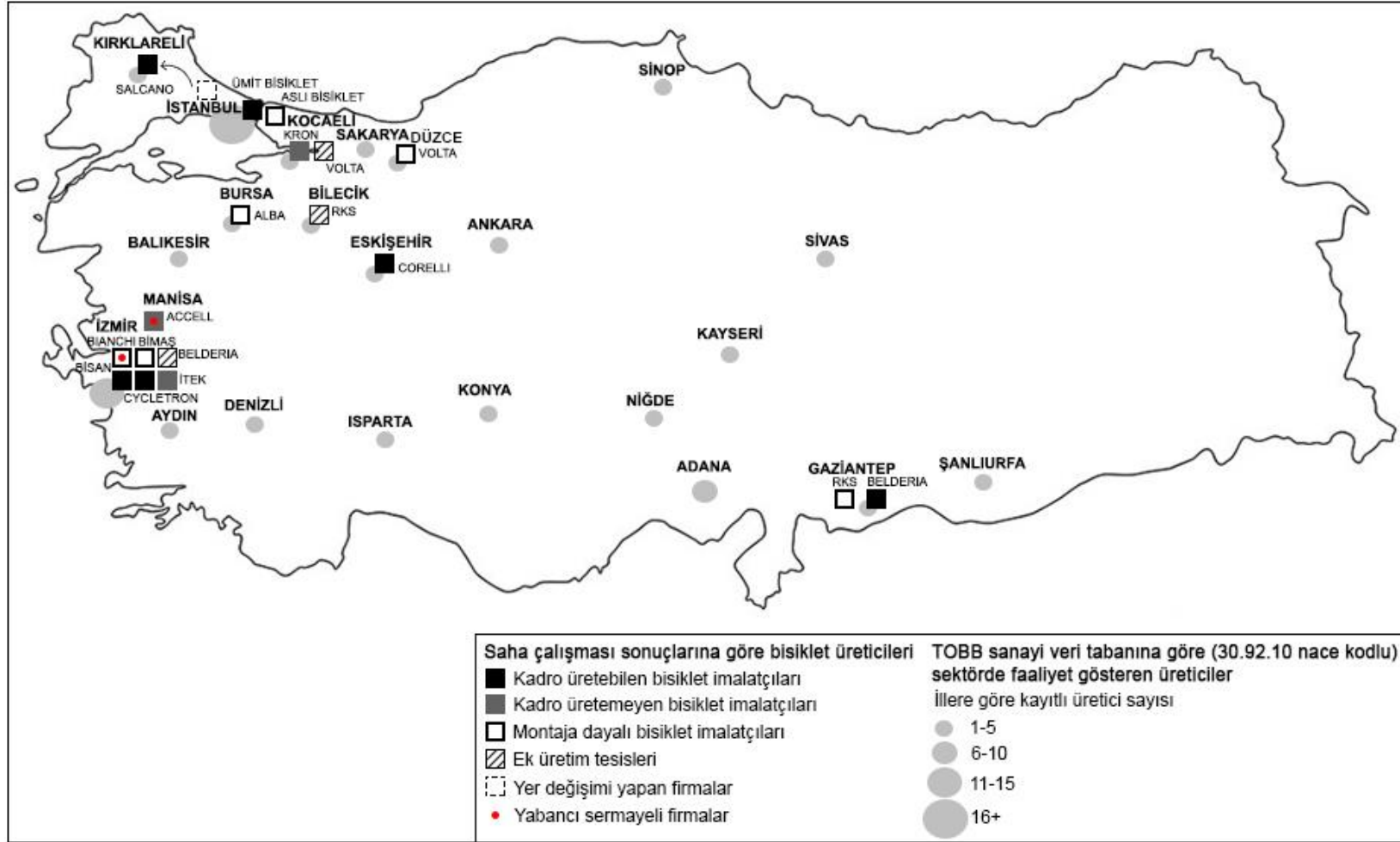
“...Firmalar genelde aile firması, 2. jenerasyon tarafından yönetiliyorlar ve rekabet öncesi iş birliğine inanmıyorlar...”

Bisiklet endüstrisinde montaj üretimi yapabilme, boyahane tesisine sahip olma, jant üretebilme ve çelik, alüminyum veya karbon kadrolardan birini üretebilme kriterlerini sağlayabilmek önem taşımaktadır (Tablo 5.5). Bu kriterlerden sadece bir ya da ikisini yerine getirebilen firmaların ihracat yapabilme şansı olmamakla birlikte iç pazardaki rekabetin yeterli olmadığını bilen ve dış pazara açılmak isteyen üreticilerin bu koşulların hepsini sağlaması gerekmektedir.

Tablo 5.5 Bisiklet endüstrisindeki üretim organizasyonu kriterleri (Yazar tarafından oluşturulmuştur.)

	Montaj üretim	Boyahane mevcut	Jant üretimi	Alüminyum kadro üretimi	Çelik kadro üretimi	Uzm. yan sanayi	Elektrikli bisiklet üretimi	Distribütör firma
Firmalar								

Türk bisiklet endüstrisinin mekânsal bağlamını ortaya koyabilmek amacıyla sektördeki firmalara ilişkin bütünleşik bir değerlendirme yapılmış; bisiklet üreticilerinin üretim organizasyonu açısından sınıflaması ve tablo 5.3’teki kayıtlı üreticiler verisini içeren bir harita oluşturulmuştur (Harita 5.1). İstatistiklerin söylediklerinin aksine bu sınıflandırmayla birlikte görünen tablo Türkiye genelinde endüstride uzmanlaşmış 15 üreticinin ve yaklaşık 1500-2000 çalışanın olduğu yönündedir. Harita 5.1’de bisiklet üreticileri kadro üretebilen bisiklet imalatçıları, kadro üretemeyen bisiklet imalatçıları, montaja dayalı bisiklet imalatçıları ve yabancı sermayeli firmalar olarak gruplara ayrılmıştır. Türkiye’de bu koşulların hepsini sağlayarak ihracat yapma becerisine sahip olan 5-6 firma bulunmaktadır.



Harita 5.1 Türk bisiklet endüstrisinin mekânsal bağlamı (Yazar tarafından oluşturulmuştur.)

Endüstrideki uzmanlaşmış firmaların yaklaşık olarak %50'sinin İzmir-Manisa bölgesinde yoğunlaştığı görülmektedir. Yatırımcıların farklı yerlerde konumlanma sebepleri arasında iyi bir teşvik alınması, kuruluşunda yer aldıkları organize sanayi bölgelerinde kalma isteği, hali hazırda bulundukları konumda farklı sektörler dahi olsa birçok tesise sahip olunması gibi faktörler bulunmaktadır. Bisiklet endüstrisindeki firmaların mekânsal olarak kümelenmeye ihtiyaç duymaması şartı da üretim coğrafyasının yayılım göstermesindeki nedenlerinden biridir. Sektörün coğrafyası planlı olarak oluşturulmamıştır. Bu konuyla ilgili firma yetkilileri görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir:

“...Firmaların yer seçimi eğilimleri tamamen bulundukları coğrafyada kalmaları ile ilişkili...”

“...Sektöre ilave firmaların girişiyle Sakarya, Gaziantep, Adana ve diğer taraflara yayıldı. Bu işi yapanların kaldıkları bölgelere göre o yerler oluştu, planlı bir şey değildi...”

“...Temel neden yatırımcıların farklı yerlerde olması. Eskiden bisiklet Gaziosmanpaşa Şemsipaşa Mahallesi 5. Sokaktaydı. 1990'lara kadar mahalle arasında bir sokakta Türk bisikletinin büyük bir kısmı üretiliyordu. Orada bir kümelenme vardı, resmen bisikletçiler sokağı gibiydi...”

Bir küme birbirlerinden öğrenen, rekabet eden, yoğun ilişkilere sahip olan ve birbirleriyle temasa geçen aktörlerden oluşmaktadır. Bisiklet sektöründe otomotiv endüstrisindeki gibi firma ve çevresinde tedarikçilerinin olduğu bir organizasyon bulunmamaktadır. Yan sanayinin gelişmemiş olması, üreticilerin rekabet öncesi işbirliğine inanmamaları, yer seçimlerinde farklı önceliklerinin olması gibi sebeplerden dolayı böyle bir mekânsallıktan söz etmek mümkün değildir. İstatistiklerin aksine bisiklet endüstrisinin hacmi bu bölümde anlatıldığı üzere uzmanlaşmış 15-16 üreticiden ve aslında 5-6 ana oyuncudan oluşmaktadır. Burada birbirlerinden haberi olan fakat kendi içlerinde daha izole kalmış, 3.nesillerin yürüttüğü fakat yenilik yapma konusunda hala 1.nesil yöneticilerinin izini takip eden bir sektör yapılanması vardır. Kümelenme konusuyla ilgili firma yetkililerinin açıklamaları şu şekildedir:

“...Otomotiv endüstrisi ile karşılaştırıldığında yan sanayi gelişimi açısından oldukça zayıf bir ağı sahiptir...”

“...Yan sanayisinin gelişmemiş olması nedeniyle kümelenme istenilen seviyede değil...”

Türk bisiklet endüstrisi emek yoğun entegre/montaj (in-house) üretimin hakim olduğu bir sektördür. Zaman içerisinde yer değişimleri, firma ortaklıkları, yavrulama gibi gelişmeler yaşanmış, büyük üretici grupları bu sektöre girmiş ve çıkmıştır. Görüşmelerden yapılan çıkarımlarda sektörün bulunduğu yerde yoğunlaştığı ancak kurulduğu yerde kalma gibi bir zorunluluğu olmadığı görülmektedir. Türkiye’de bisiklet endüstrisi esnek bir sektördür, mekânsal olarak yer değiştirmekte ve yavrulamaktadır.

Bu çalışmanın sonuçları 3 bölümde ele alınmıştır. Bunlardan birincisi yapısal dönüşüm, ikincisi değerlendirilemeyen fırsat pencereleri, üçüncüsü sektörün coğrafyasıdır.

Yapısal dönüşüm

Bisiklet endüstrisindeki yapısal dönüşümü üretici cephesi ve tüketici cephesi olmak üzere iki şekilde ele alabiliriz. Üretici cephesindeki yapısal dönüşüm tamamen maliyetleri düşürücü imkânlar ve teknolojik gelişmelerle ilgili bir süreçte işlemektedir. Sektörün kendisi A'dan Z'ye her şeyini üretirken daha ucuza parça bulunabilen imkânların olmasıyla bir anda yerli tedarik ağıyla çalışma disiplini bozulmuştur. Sonrasında Uzak doğudan ithalatla parçaları birleştirerek montaja dönüşen, günümüzde ise montajcı yapıdan kurtulmaya çalışan bir yapısal dönüşüm öyküsü vardır. Yeni teknolojilerin gelişmesiyle birlikte üreticilerin ihracat yapabilmelerinin ön koşulu artık daha hafif ve daha dayanıklı bisiklet kadroları üretmektir. Dolayısıyla üreticiler yapısal anlamda da üretim teknolojilerini ve örgütlenmelerini yeniden düşünmek durumundadır.

Tüketici cephesi açısından bakıldığında ise bisiklet bir kültür meselesi ve toplumsal anlamda benimsenmekle ilgilidir. Türkiye'de bir karne hediyesi, dönemsel olarak tüketiminin yapıldığı bir eğlence ürünü olarak görülmekteyken giderek bugün yavaş da olsa toplumda her yaş grubunun kullanabildiği bir ürüne doğru dönüşmektedir. Bu da beraberinde toplumdaki bisiklet algısını ve talepleri de değiştirmektedir. Tüketici cephesindeki yapısal dönüşümü üretici cephesindeki yapısal dönüşümden kopartarak açıklamak pek de mümkün değildir.

Değerlendirilemeyen fırsat pencereleri

Fırsat penceresi metaforu bölgelerin yerel ekonomik gelişme bağlamında analitik bir çerçeve sunması bakımından önemlidir. Bu kavram belli iktisadi sektörlerin, yerel ekonomilerin tarihsel evrim sürecinde kısıtlı bir süreyle önlerine açılan gelişme kapılarını işaret etmektedir. Bu gelişme kapıları teknolojik anlamdaki yeni buluşlarla olabileceği gibi birtakım toplumsal ve politik olaylar çerçevesinde de

gerçekleşebilmektedir. Örneğin bütün dünyayı etkileyen Covid-19 pandemisi bir olumsuzluk, herkesi evlerine kapatan bir engelleyiciyken aslında bisiklet endüstrisi için bir iktisadi fırsat penceresi, gelişmenin bir vesilesi olmuştur. Fakat çalışma kapsamında yaptığımız görüşmeler bu fırsat penceresinin kapanmakta olduğunu hatta stok fazlası sorunu, sipariş iptalleri, talep azalması, tüketicinin ilgisini kaybetmesi gibi sebepler yüzünden üreticiler tarafından sürecin iyi planlanamadığını ortaya koymaktadır. Bu araştırma bir kez daha fırsat pencerelerinin bölgelerin gelişme yörüngelerinde zaman kısıtı içerisinde birtakım fırsatlar sunan bir kavram olduğunu bize hatırlatmaktadır. Fırsat pencerelerinden yararlanamama durumu bisiklet endüstrisi özelinde sektör içi dinamikler ve sektör dışı dinamikler olmak üzere iki farklı açıdan değerlendirilebilir.

Sektör içi dinamikleri öncelikle Türk bisiklet endüstrisinin sektör olarak küçük olması ve ölçek ekonomisini yakalayamaması sorunu oluşturmaktadır. Ölçek ekonomisinin yakalanamamasından kaynaklanan fırsat pencerelerinin içinden geçememe durumu vardır. Sektördeki asıl fırsat yüksek katma değerli ürünler yapmak fakat bu noktada gereken sağlam iç pazar ve onu besleyebilecek bir bisiklet kültürü şu an için Türkiye’de bulunmamaktadır. Ölçek ekonomisini yakalayamadığı için yüksek katma değerli ürünlere yatırım yapma cesareti gösterecek yatırımcılar da yoktur. Sektörde düşük katma değerli ürünlere kilitlenme sorunu ortaya çıkmaktadır. Bu sebeplerden ötürü zaman içerisinde büyük sermayeli gruplar sektöre girmiş ve çıkmıştır. Mevcuttaki ana oyuncuların güç birliği yaparak tek bir çatı altında birbirleriyle etkileşime geçebileceği bir bağlam da bulunmamaktadır.

Sektör dışı dinamikleri oluşturan ilk unsur ise Türkiye’nin bisikleti bir ulaşım aracı olarak gören kurumsal yönünün gelişmemiş olmasıdır. Kalkınma Planları, Ulusal Akıllı Ulaşım Sistemleri Strateji Belgesi ve Eylem Planı, Bütünleşik Kentsel Gelişme Stratejisi ve Eylem Planı, Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı, Yeşil Mutabakat Eylem Planı gibi birçok plan kararlarında bisiklet; kentsel ulaşım sisteminin oluşturulması, sıfır emisyonlu ulaşım türlerinin yaygınlaştırılması ve kent içi ulaşımında mikromobilitenin geliştirilmesi gibi stratejik amaçlar doğrultusunda ele alınmaktadır. Geçmişten günümüze çeşitli eylem planları ve üst ölçekli plan kararlarında kentsel altyapı hedefleri kapsamında bisiklet yolu inşası, paylaşımlı sistemlerin kurulması, toplu taşıma ile entegrasyon sağlamak için gerekli

altyapıların sağlanması, yasal ve finansal destek verilmesi gibi kararlar yer alırken bisikletin toplumda hala yerleşik bir pratik haline gelmemesinin sebebi olarak Larsen'in çalışmasında bahsedilen üçlü sarmaldaki kopukluk gösterilebilir. Bu üçleme için planlama politikaları doğrultusunda normalleştirilerek ve rutinleştirilerek toplumda anlamının değişmesi, maddi kapasitenin olması ve toplum içindeki bilginin yerleşerek bilişsel kapasitenin oluşması gerekmektedir [31]. Shove ve diğ. (2012) üç ögeli materyaller, anlamlar ve yeterlilikler çerçevesinde bisikletin nasıl sosyal pratik haline getirebileceği meselesi bundan sonraki çalışmalarda ele alınabilir.

Sektör dışı dinamikleri oluşturan ikinci unsur ekonomik dalgalanmalardan kaynaklı fiyat ve maliyet rekabeti içerisinde üreticilerin kaygan bir zemin üzerinde icra ettikleri sektörün dayanıklılığı düşük ve kırılgan yapısıdır. 2000'li yıllardan sonra Türkiye'de otomobil üretimine ve otomotiv sanayi sektörünün gelişimine verilen önem ile otomotivdeki kümelenmenin başarılı bir model haline gelmesi ve bisiklet endüstrisinin önüne geçmesi, Türkiye'de kentlerin bisiklet kullanımını zorlayan topografyalara sahip olması gibi dışsal dinamikler de sürece etki etmiştir.

Sektörün coğrafyası

Bisiklet endüstrisi Türkiye'de belli odaklarda yoğunlaşmakta, bu odaklar üreticilerin büyük oranda batıda konumlanması ve doğuda neredeyse hiç firmanın bulunmaması gibi yer seçimi kararlarıyla kısmen de olsa ülke sanayi coğrafyasıyla paralellik göstermektedir. Firma sayısı bakımından sektörün büyüklüğü göz önüne alındığında endüstride üretim yapan firmaların sayıca çok az olması durumu bu yoğunlaşmanın tekstil endüstrisinde olduğu gibi bir yığılma olarak değerlendirilememesine neden olmaktadır. Üretim organizasyonu açısından bakıldığında ise genellikle tek bir çatı altında in-house üretimin hakim olduğu bir sektör olmasından kaynaklı otomotiv endüstrisinde gözlenen ve yığılmayı destekleyen bir ana sanayi-yan sanayi kurgusundan bu sektör özelinde söz etmek pek mümkün değildir. Öte yandan sektörde üretim yapan firmaların çoğunlukla aile işletmeleri olması sebebiyle yer seçiminde güçlü memleket etkisinin (hometown effect) ve kurucu firmaların sahiplerinin en iyi bildikleri coğrafyalarda yer seçmek gibi kişisel tercihlerinin hakim olduğu; bulundukları yerlerden filizlenen bir yapıyla oğul verme/yavru lamaya bağlı ortaya çıkan, planlı şekilde oluşturulmamış bir üretim coğrafyası olduğu görülmektedir.

- [1] H. Bathelt ve J. Glückler, «Toward a relational economic geography,» *Journal of Economic Geography*, cilt 3, no. 2, pp. 117-144, 2003.
- [2] İ. Kaygalak, Mekan ve Ekonomi: Ekonomik Coğrafyada Yeni Yaklaşımlar, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2020.
- [3] İ. Kaygalak, «Anglo-Amerikan ve Batı Avrupa Ekonomik Coğrafyasının Gelişim Tarihi,» %1 içinde *Prof. Dr. İlhan Kayan'a Armağan*, İzmir, Ege Üniversitesi Yayınları, 2013, pp. 699-723.
- [4] J. S. Boggs ve Rantisi, «The 'relational turn' in economic geography,» *Journal of Economic Geography*, cilt 3, no. 2, pp. 109-116, 2003.
- [5] Y. Evren, «Ekonomik Coğrafyada Yeni Kuramlar,» 13 Mayıs 2022. [Çevrimiçi Ders Sunumu]. Available: <https://online.yildiz.edu.tr/>.
- [6] H. W.-c. Yeung, «Rethinking Relational Economic Geography,» *Transactions of the Institute of British Geographers*, cilt 30, no. 1, pp. 37-51, 2005.
- [7] H. Bathelt ve J. Glückler, *The Relational Economy - Geographies of Knowing and Learning*, New York: Oxford University Press, 2011.
- [8] A. N. Ökten ve S. Oğuztimur, «Bölgesel Gelişme ve Planlama Kuramları,» 26 Ekim 2021. [Çevrimiçi Ders Sunumu]. Available: <https://online.yildiz.edu.tr/>.
- [9] J. Sydow, G. Schreyögg ve J. Koch, «Organizational Path Dependence: Opening the Black Box,» *The Academy of Management Review*, cilt 34, no. 4, pp. 689-709, 2009.
- [10] R. A. Boschma ve K. Frenken, «Why is economic geography not an evolutionary science? Towards an evolutionary economic geography,» *Journal of Economic Geography*, cilt 6, no. 3, pp. 273-302, 2006.
- [11] J. P. J. III ve R. Q. Hanham, «Contingency, Realism, and the Expansion Method,» *Geographical Analysis*, cilt 27, no. 3, pp. 185-207, 1995.
- [12] R. A. Boschma, «New Industries and Windows of Locational Opportunity: A Long-Term Analysis of Belgium,» *Archive of Scientific Geography*, cilt 51, no. 1, pp. 12-22, 1997.
- [13] C. Perez ve L. Soete, «Catching up in technology: entry barriers and windows of opportunity,» *CORE*, pp. 458-479, 1988.

- [14] C. R. Gibson, «Material inheritances: how place, materiality, and labor process underpin the path-dependent evolution of contemporary craft production,» *Economic Geography*, cilt 92, no. 1, pp. 61-86, 2016.
- [15] Y. Evren ve A. N. Ökten, «Stickiness and slipperiness in İstanbul's old city jewellery cluster: a survival story,» *Journal of Economic Geography*, cilt 17, no. 4, pp. 893-911, 2017.
- [16] Y. Evren ve E. Akdoğan-Odabaş, «Towards a comprehensive agency-based resilience approach: myopia and hypermetropia in the Turkish wine industry,» *ZFW - Advances in Economic Geography*, pp. 1-16, 2024.
- [17] H. Oosterhuis, «Cycling, modernity and national culture,» *Social History*, cilt 41, no. 3, pp. 233-248, 2016.
- [18] S. S. Wilson, «Bicycle Technology,» *Scientific American*, cilt 228, no. 3, pp. 81-91, Mart 1973.
- [19] G. Norcliffe, «For a Geography of Cycling,» %1 içinde *Critical Geographies of Cycling: History, Political Economy and Culture*, New York, Routledge, 2016, pp. 1-22.
- [20] Bicycle Dutch, 2 Şubat 2018. [Çevrimiçi]. Available: <https://bicycledutch.wordpress.com/2018/01/02/dutch-cycling-figures/>.
- [21] European Commission, «EU produced 14.7 million bicycles in 2022,» 14 Eylül 2023. [Çevrimiçi]. Available: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20230914-1>.
- [22] Türkiye İstatistik Kurumu, «TÜİK Yıllık Sanayi Ürün İstatistikleri,» 31 Ocak 2024. [Çevrimiçi]. Available: <https://data.tuik.gov.tr/>.
- [23] European Commission, «Eurostat International trade in goods,» 13 Kasım 2023. [Çevrimiçi]. Available: <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/>.
- [24] M. Demirci ve S. Şahinoğlu, «Anatomiye Adanmış Bir Beden: Cavit Cav Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Anatomi Anabilim Dalında Bir İlk,» *Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi Mecmuası*, cilt 70, no. 3, pp. 143-150, 2017.
- [25] Devlet Planlama Teşkilatı, «Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Karayolu Taşıtları İmalat Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu,» TC Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara, 1991.
- [26] Devlet Planlama Teşkilatı, «Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Karayolları Taşıtları İmalat Sanayi Özel İhtisas Komisyonu Raporu,» TC Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara, 1977.

- [27] Devlet Planlama Teşkilatı, «Sekizinci Kalkınma Planı Karayolu Taşıtları İmalat Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu,» TC Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara, 2001.
- [28] Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, «TOBB Üretici Dağılımı İstatistikleri,» 14 Mart 2024. [Çevrimiçi]. Available: <http://sanayi.tobb.org.tr/>.
- [29] M. Süme ve S. Özsoy, «Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Bisiklet Sporuna,» *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, no. 24, pp. 345-360, 2010.
- [30] Institute for Transportation and Development Policy, «Defining Micromobility: Institute for Transportation and Development Policy,» 30 Nisan 2024. [Çevrimiçi]. Available: <https://itdp.org/multimedia/defining-micromobility/>.
- [31] J. Larsen, «The making of a pro-cycling city: Social practices and bicycle mobilities,» *Environment and Planning A: Economy and Space*, cilt 49, no. 4, pp. 876-892, 2016.
- [32] 100 sene 100 nesne, "Bir Tanı(dı)k Nesne: Bisiklet-Aydan Çelik," 2 Mayıs 2021. [Online]. Available: <https://100sene100nesne.com/bisiklet/>. [Accessed 22 Nisan 2024].
- [33] Confederation of the European Bicycle Industry, «2020 European Bicycle Industry and Market Profile,» CONEBI, Brussels, 2020.
- [34] Confederation of the European Bicycle Industry, «2021 European Bicycle Industry and Market Profile,» CONEBI, Brussels, 2021.
- [35] European Commission, «Bicycles: trade value surged in 2022,» 2 Haziran 2023. [Çevrimiçi]. Available: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/edn-20230602-1>.
- [36] Turkishtime; BİSED, «E-Bisiklet Sektörü,» Turkishtime Dergi, İstanbul, 2019.
- [37] Confederation of the European Bicycle Industry, «European Bicycle Industry&Market Report 2018 edition (2017 statistics),» CONEBI, Brussels, 2018.
- [38] Confederation of the European Bicycle Industry, «European Bicycle Market 2016 edition Industry&Market Profile (2015 statistics),» CONEBI, Brussels, 2016.
- [39] Confederation of the European Bicycle Industry, «European Bicycle Market 2017 edition Industry&Market Profile (2016 statistics),» CONEBI, Brussels, 2017.

- [40] WRI Türkiye, «Türkiye Kent İçi Bisikletli Ulaşım Strateji Planı-2030,» WRI Türkiye, İstanbul, 2022.
- [41] World Bicycle Industry Association, «WBIA 2022 Global Market Report,» WBIA, 2022.
- [42] T.C. Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı, «Enerji Verimliliği 2030 Stratejisi ve II. Ulusal Enerji Verimliliği Eylem Planı (2024-2030),» Ankara, 2024.
- [43] T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, «KENTGES Bütünleşik Kentsel Gelişme Stratejisi ve Eylem Planı 2010-2023,» Ankara, 2010.
- [44] T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, «On İkinci Kalkınma Planı (2024-2028),» Ankara, 2023.
- [45] T.C. Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı, «Ulusal Akıllı Ulaşım Sistemleri Strateji Belgesi ve 2020-2023 Eylem Planı,» Ankara, 2020.
- [46] T.C. Ticaret Bakanlığı, «Yeşil Mutabakat Eylem Planı 2021,» Ankara, 2021.
- [47] Confederation of the European Bicycle Industry, "2019 European Bicycle Industry and Market Profile," CONEBI, Brussels, 2019.
- [48] H. Bathelt, A. Malmberg ve P. Maskell, «Clusters and Knowledge: Local buzz, Global Pipelines and the Process of Knowledge Creation,» *Progress in Human Geography*, cilt 28, no. 1, pp. 31-56, 2004.
- [49] H. Bathelt ve J. Glückler, «Institutional Change in Economic Geography,» *Progress in Human Geography*, cilt 38, no. 3, pp. 340-363, 2014.
- [50] H. Bathelt ve J. Glückler, «Relational research design in economic geography,» %1 içinde *The New Oxford Handbook of Economic Geography*, New York, Oxford University Press, 2018, pp. 179-195.
- [51] A. Bennett ve C. Elman, «Complex Causal Relations and Case Study Methods: The Example of Path Dependence,» *Cambridge University Press*, cilt 14, no. 3, pp. 250-267, 2006.
- [52] M. Bopp, D. Sims ve D. Piatkowski, «Chapter 1 - The Bicycle: A Technological and Social History,» %1 içinde *Bicycling for Transportation An Evidence-Base for Communities*, Amsterdam, Elsevier, 2018, pp. 1-19.
- [53] S. Cesbron ve S. Luckhurst, «Cycling as a new technology,» European Cyclists' Federation, Brüksel, 2015.

- [54] Y.-S. Chen, M.-J. J. Lin, C.-H. Chang ve F.-M. Liu, «Technological innovations and industry clustering in the bicycle industry in Taiwan,» *Technology in Society*, cilt 31, no. 3, pp. 207-217, 2009.
- [55] P. Dicken, P. F. Kelly, K. Olds ve H. W.-C. Yeung, «Chains and networks, territories and scales: towards a relational framework for analysing the global economy,» *Global Networks*, cilt 1, no. 2, pp. 89-112, 2001.
- [56] P. Dicken ve A. Malmberg, «Firms in Territories: A Relational Perspective,» *Economic Geography*, cilt 77, no. 4, pp. 345-363, 2001.
- [57] M. Gylling, J. Heikkilä, K. Jussila ve M. Saarinen, «Making decisions on offshore outsourcing and backshoring: A case study in the bicycle industry,» *International Journal of Production Economics*, cilt 162, pp. 92-100, 2015.
- [58] R. Hassink ve C. Klaerding, «Relational and evolutionary economic geography: competing or complementary paradigms?,» *Papers in Evolutionary Economic Geography*, cilt 9, no. 11, pp. 1-31, 2009.
- [59] R. Martin ve P. Sunley, «Path dependence and regional economic evolution,» *Journal of Economic Geography*, cilt 6, no. 4, pp. 395-437, 2006.
- [60] P. Sunley, «Relational Economic Geography: A Partial Understanding or a New Paradigm?,» *Economic Geography*, cilt 84, no. 1, pp. 1-26, 2008.
- [61] S.-Y. T. T. Tai, F. Veraart ve M. Davids, «How the Netherlands became a bicycle nation: Users, firms and intermediaries, 1860-1940,» *Business History*, cilt 57, no. 2, pp. 257-289, 2015.
- [62] D. Yamamoto, «Production Linkages in and between Places: The Recent Development of the Bicycle Industry Agglomeration in Osaka,» *Annals of Japan Association of Economic Geographers*, cilt 50, pp. 95-117, 2004.
- [63] A. Zarina, «Path dependence and landscape: Initial conditions, contingency and sequences of events in Latgale, Latvia,» *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, cilt 95, no. 4, pp. 355-373, 2013.
- [64] H. Zhang, S. A. Shaheen ve X. Chen, «Bicycle Evolution in China: From the 1900s to the Present,» *International Journal of Sustainable Transportation*, cilt 8, no. 5, pp. 317-335, 2014.

A

FİRMA YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU

Firma:

İsim:

Firmadaki pozisyonu:

- Bisiklet üretimini, diğer sanayi sektörlerinden ayıran temel farklar neler? Bu sektör, örneğin üretim organizasyonu bakımından otomotiv endüstrisinden nasıl farklılaşır?
- Türk bisiklet endüstrisi, dünyadaki diğer ülkelerle kıyaslandığında nasıl bir role/pozisyona sahip? Üretim hacmi, teknolojik düzey, üretim maliyetleri, yenilik yapabilme, tasarım vb. açılardan dünya bisiklet liginde neredeyiz? Bu rol/pozisyon geçmiş yıllarda neydi?
- Türkiye’de bu sektörün 1960’lı yıllardan günümüze kadarki gelişimini düşündüğümüzde, sektörün tarihçesini kaç döneme ayırabiliriz? Bu dönemler hangi yılları kapsıyor ve birbirinden hangi bakımlardan nasıl farklılaşıyor? (Sektörde “oyunun kuralları” yıllar itibariyle değişti mi? Değiştiyse nasıl?)
- Günümüzden on yıl sonrasını düşündüğümüzde bu sektörü nerede görüyorsunuz? (Şirket evlilikleri, yabancı sermaye yatırımları, butik üreticilerin yükselişi gibi konular bağlamında beklentileriniz neler?)
- Sektörde faaliyet gösteren üretici firmaların yer seçim eğilimlerini göz önünde bulundurduğumuzda, örneğin bir otomotiv endüstrisinde olduğu gibi, belirli sanayi kentlerinde kümelenme eğilimi görmüyoruz. Bu

durumun temel nedeni nedir? Bu sektörde firmalar yer seçim kararlarını verirken sizce en çok neyi gözetenek karar veriyorlar?

- Sektörde üretim yapan firmalar birbirinden nasıl farklılaşıyorlar? BİSED üyeleri sizce nasıl gruplanabilir? (Üretim miktarı, kullanılan teknoloji, yabancı ortaklık olup olmadığı, aile şirketi olma durumu veya kuruluş yılına göre mi bir sınıflama daha gerçekçi bir sınıflama olur?)



TEZDEN ÜRETİLMİŞ YAYINLAR

Konferans Bildirileri

E. Avcı ve Y. Evren, «Türk Bisiklet Endüstrisinde Bağlamsallık, Yörünge Bağımlılığı ve Olumsuzluk,» 23. *Ulusal Bölge Bilimi ve Bölge Planlama Kongresi*, Eskişehir, 2024, p. 96.

