

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**KENT REKABETÇİLİĞİNDE KÜMELENME STRATEJİSİNİN OLUMLU ETKİSİ
VE KÜMELERİN KENT REKABETÇİLİĞİ ALGISI:
KENT REKABETÇİLİĞİ VE
DİYARBAKIR MERMER KÜMESİ ÖRNEĞİ**

Osman EROĞLU

DOKTORA TEZİ

ADANA / 2013

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**KENT REKABETÇİLİĞİNDE KÜMELENME STRATEJİSİNİN OLUMLU ETKİSİ
VE KÜMELERİN KENT REKABETÇİLİĞİ ALGISI:
KENT REKABETÇİLİĞİ VE
DİYARBAKIR MERMER KÜMESİ ÖRNEĞİ**

Osman EROĞLU

Danışman: Prof. Dr. Azmi YALÇIN

DOKTORA TEZİ

ADANA / 2013

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından İşletme Anabilim Dalında **DOKTORA TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

BAŞKAN : Prof. Dr. Azmi YALÇIN
(Danışman)

ÜYE : Prof. Dr. Hüseyin ÖZGEN

ÜYE : Prof. Dr. Ünal AY

ÜYE : Prof. Dr. Murat TÜRK

ÜYE : Doç. Dr. Mehmet ÖZMEN

ONAY

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

...../...../2013

Prof. Dr. Azmi YALÇIN
Enstitü Müdürü

NOT: Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndaki hükümlere tabidir.

ÖZET

KENT REKABETÇİLİĞİNDE KÜMELENME STRATEJİSİNİN OLUMLU ETKİSİ VE KÜMELERİN KENT REKABETÇİLİĞİ ALGISI: KENT REKABETÇİLİĞİ VE DİYARBAKIR MERMER KÜMESİ ÖRNEĞİ

Osman EROĞLU

Doktora Tezi, İşletme Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Azmi YALÇIN

Nisan 2013, 188 sayfa

Son yıllarda küreselleşme ile birlikte ülkeler arasındaki sınırların hızla ortadan kalkması ve ulaşım alanıyla iletişim alanındaki teknolojik gelişmelerin ivme kazanmasıyla rekabetçilik kavramı dünya gündeminin ilk sıralarında yer almaya başladı. Aynı zamanda, yapılan birçok araştırmada, küresel ölçekteki ekonomik büyümenin yadsınamaz bir gerçek olduğu ve bu büyümenin daha çok yerel düzeydeki süreçlerin mekânsal yansımasının bir sonucu olarak ortaya çıktığı vurgulanmaktadır. Başka bir ifadeyle, belli coğrafi bölgelerde, belli endüstriyel faaliyetlerle ilgili yığılmaların, başarılı rekabetçi kümelenmeler oluşturması daha geniş alanlardaki rekabetin temelini oluşturmaktadır.

Rekabetçilik ve ekonomik kalkınma ile birlikte, kentler giderek daha fazla anahtar bir mekânsal ölçek halini almaya başlamışlardır. Kentler kendi aralarında rekabet avantajını kazanmak ve ekonomik faaliyet paylarını yükseltmek için mücadele etmektedirler. Ekonomik faaliyetlerin kümelenmesi, kentlerin sürdürülebilir rekabet avantajı kazanabilmeleri için en önemli unsurdur. Bu çalışma kent rekabetçiliğinde kümelenme stratejisinin fayda etkisini ve kümelerin, kent rekabetçiliği kavramını nasıl algıladıklarını, Diyarbakır özelinde mermer kümelenmesi örneği ile ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Rekabetçilik, Kent Rekabetçiliği, Mekân, Yığılma ve Kümelenme.

ABSTRACT**THE AFFIRMATIVE EFFECTS OF CLUSTERING STRATEGY ON CITY
COMPETITIVENESS AND THE PERCEPTION OF CLUSTERS ABOUT CITY
COMPETITIVENESS: CITY COMPETITIVENESS AND THE CASE OF
MARBLE CLUSTER IN DİYARBAKIR****Osman EROĞLU****Ph.D. Thesis, Business Department****Supervisor: Prof. Dr. Azmi YALÇIN****April 2013, 188 pages**

In recent years, because of the narrowing of boundaries among countries exponentially and acceleration of the communication and transportation technologies, the concept of competition has begun to be one of the top subjects on the global agenda. At the same time, a lot of research underscore that the global economic growth is an inevitable fact and this growth is mostly the result of the spatial reflection of local processes. In other words, the creation of successful competitive clusters by agglomeration of certain industrial activities and in certain places forms the basis of competition in wider areas.

Because of competitiveness and economic development, cities have increasingly become a key spatial unit. Cities compete with each other to gain competitive advantage and to raise their share of economic activity. Clustering of the economic activities is the most important element for cities to gain a sustainable competitive advantage. This study aims to unfold the effectiveness of the clustering strategy in city competitiveness and the city competitiveness perception of clusters within the context of marble sector in Diyarbakır.

Key Words: Competitiveness, City Competitiveness, Location, Agglomeration and Clustering.

ÖNSÖZ

Doktora öğrenimim süresince ve tezin hazırlanmasında engin bilgisini, desteğini ve deneyimini benden esirgemeyen, beni daima motive eden ve destekleyen tez danışmanım değerli hocam Prof. Dr. Azmi YALÇIN'a katkıları için sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Aynı şekilde burada doktora eğitimimizi zevkli ve verimli hale getiren başta Prof. Dr. Hüseyin ÖZGEN olmak üzere, Çukurova Üniversitesi İşletme Anabilim dalı öğretim üyeleri Prof. Dr. Ünal AY ve Doç. Dr. Ali DANIŞMAN'a emekleri, katkıları ve yardımları için teşekkürü borç bilirim. Doktora süresince Diyarbakır'daki yoğun mesaim dolayısıyla bana oldukça yardımcı olan sevgili arkadaşım Arş. Gör. Dr. Özge DEMİRAL'a da yardımlarından dolayı teşekkür ederim.

Bu tez çalışmasının kavramsal olarak şekillendirilmesinde ve saha çalışmasında bana sağladıkları ciddi katkılardan dolayı Düzce Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. İsmail Hakkı ERASLAN'a ve 18 Mart Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Murat KASIMOĞLU'na katkılarından dolayı teşekkür ederim. Türkiye'nin Şehirleri Sürdürülebilirlik Araştırması anketini kendi çalışmamda da kullanmam hususunda paylaşımlarını esirgemeyen Boğaziçi Üniversitesi Öğretim Üyeleri Prof. Dr. Refik ERZAN'a, Doç. Dr. Begüm ÖZKAYNAK'a ve Yrd. Doç. Dr. Zeynep KADİRBEYOĞLU'na da teşekkür ederim. Tez çalışmamı vize sınavları döneminde zaman ayırarak redakte eden sevgili Şahin ABAN'a teşekkür ederim. Aynı zamanda bu tezin yazılmasına katkı sağlayan işçisinden yöneticisine Diyarbakır mermercilik sektörü bileşenlerinin hepsine teşekkürü bir borç bilirim.

İlk tanıştığımız günden itibaren beni akademik hayata teşvik eden, saygın tutum ve davranışlarıyla bana örnek olan, tez çalışmamı büyük bir sabırla redakte eden, her zaman desteğini ve bana olan güvenini hissettiğim değerli dostum ve meslektaşım Dicle Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Hakan SAMUR'a her şey için çok teşekkür eder ve şükranlarımı sunarım.

Yaşamım boyunca bana daima destek olan ve sahip olduğum her şeyde değerli katkıları bulunan sevgili babam Nedim EROĞLU'na, annem Zeynep EROĞLU'na, kız kardeşlerim Olcay ABAN ve Pınar BAYRAM'a ve eşim Canan'a gösterdikleri sabır ve anlayış için en içten duygularıyla teşekkür ederim.

Osman EROĞLU

Nisan 2013, Adana

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
ÖNSÖZ.....	iii
KISALTMALAR.....	vii
TABLolar LİSTESİ.....	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
EKLER LİSTESİ.....	xii

BÖLÜM 1

GİRİŞ

1.1. Çalışmanın Önemi.....	3
1.2. Çalışmanın Amacı.....	5
1.3. Çalışmanın Kapsamı.....	6
1.4. Çalışmanın Yöntemi.....	7
1.5. Çalışmanın Planı.....	7

BÖLÜM 2

REKABET, YIĞILMA EKONOMİLERİ VE İLGİLİ KURAMLAR

2.1. Rekabet.....	9
2.1.1. İlgili Teoriler Üzerinden Rekabet Kavramına Bakış.....	13
2.2. Rekabet Avantajı.....	14
2.3. Michael Porter’ın Jenerik Stratejileri.....	16
2.3.1. Maliyet Liderliği Stratejisi.....	17
2.3.2. Farklılaştırma Stratejisi.....	18
2.3.3. Odaklanma Stratejisi.....	20
2.3.3.1. Odaklanmış Maliyet Liderliği Stratejisi.....	20
2.3.3.2. Odaklanmış Farklılaştırma Stratejisi.....	20
2.4. Yığılma Ekonomileri.....	21
2.5. Yerleşme Ekonomileri.....	22
2.6. Yerleşim Kuramı.....	24

2.7. Yeni Kuramsal Kuram.....	25
2.8. Ağ Kuramı.....	26
2.9. Merkezi Yerler Kuramı.....	27
2.10. Kümelenme Kuramı.....	27

BÖLÜM 3

KÜMELENME, REKABETÇİLİK VE KENT REKABETÇİLİĞİ

3.1. Kümelenme Kavramına Genel Bir Bakış.....	29
3.2. Kümelenmenin Genel Özellikleri.....	32
3.3. Kümelenmenin Avantajları.....	33
3.4. Sanayi Bölgeleri ve Ağ Yapılarının Kümelenmeyle İlişkisi.....	34
3.4.1. Sanayi Bölgeleri.....	34
3.4.2. Ağ Yapıları (Networks).....	35
3.5. Porter'ın Kümelenme Yaklaşımı.....	36
3.5.1. Porter'ın Elmas Modeli.....	37
3.5.1.1. Girdi Koşulları.....	37
3.5.1.2. Talep Koşulları.....	38
3.5.1.3. İlgili ve Destekleyici Sektörler.....	39
3.5.1.4. Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet.....	40
3.6. Dünya'da ve Türkiye'de Kümelenme Örnekleri.....	41
3.7. Kümelenme ve Rekabetçilik İlişkisi.....	47
3.8. Kümelenme ve Bölgesel Kalkınma.....	50
3.9. Kümelenme ve Kolektif Verimlilik.....	51
3.10. Kümelenme ve Dışsallıklar.....	52
3.11. Kümelenme ve Bilgiye Erişim.....	53
3.12. Kümelenme ve Uzman Kaynaklara Düşük bir Maliyetle Erişim.....	53
3.13. Kümelenme ve Tamamlayıcılar.....	54
3.14. Kümelenme ve Yeni İş Oluşumu.....	55
3.15. Kümelenme ve İnovasyon.....	56
3.16. Kümelenme ve Bilgi Üreten Kurumlar.....	57
3.17. Kümelenme ve Devletin Rolü.....	58
3.18. Kent Rekabetçiliğine Genel Bir Bakış.....	61
3.19. Kentlerin Yeni Rollerini.....	66

3.20. Kent Rekabetçiliği Kavramı.....	69
3.21. Kentlerin Birbirleriyle Olan Rekabeti.....	72
3.21.1. Rekabetçilik Endeksleri.....	76
3.21.1.1. Uluslararası Düzeyde Rekabetçilik Endeksleri.....	76
3.21.1.2. Ulusal Düzeyde Rekabetçilik Endeksleri.....	82
3.22. Dünya'daki Kentlerin Rekabetçilik Analizi.....	84
3.23. Türkiye'deki Kentlerin Rekabetçilik Analizi.....	85
3.24. Kent Rekabetçiliğinde Devletin Rolü.....	104
3.25. Kent Rekabetçiliği İçin Kümelenme Stratejisi.....	105

BÖLÜM 4

DİYARBAKIR İLİ ULUSLARARASI REKABETÇİLİK VE MAKRO DÜZEY KÜMELENME ANALİZİ

4.1. Giriş.....	109
4.2. Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslararası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi Araştırmasının Aşamaları.....	110
4.3. Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslararası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi Araştırmasının Sonuçları.....	111

BÖLÜM 5

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ, BULGULAR, DEĞERLENDİRMELER, SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Araştırma Yöntemi.....	125
5.2. Bulgular ve Değerlendirmeler.....	126
5.3. Sonuç.....	151
5.4. Öneriler.....	152
5.5. Çalışmanın Kısıtları ve Yazına Katkısı.....	154
KAYNAKÇA.....	156
EK-1 KÜMELENME ANKET FORMU.....	177
EK-2 KENT REKABETÇİLİĞİ ANKET FORMU.....	180
ÖZGEÇMİŞ.....	187

KISALTMALAR

AB: Avrupa Birliği

BMKP/UNDP: Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı

CAT: Türkiye'nin Rekabet Avantajı

DESOB: Diyarbakır Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği

DİTİB: Diyarbakır Ticaret Borsası

DTİ: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı

DPT: Devlet Planlama Teşkilatı

DTM: Dış Ticaret Müsteşarlığı

DTSO: Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası

ECEIS: Avrupa Yenilikçilik Değerlendirme Raporu

ECORSY: Hollanda Araştırma ve Danışmanlık Merkezi

ETSO: Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası

GCI: Küresel Rekabetçilik Endeksi

GSYİH: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla

JESSICA: Kentsel Alanlarda Sürdürülebilir Yatırımların Sağlanması için Ortak Avrupa Desteği

IMD: Yönetim Geliştirme Enstitüsü

İTKİB: İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı Birlikleri

KOBİ: Küçük ve Orta Bütçeli İşletmeler

NCC: Ulusal Rekabet Kurumu

OECD: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü

URAK: Uluslararası Rekabet Araştırma Kurumu

UNIDO: Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı

WEF: Dünya Ekonomik Forumu

TABLOLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1: Firma Düzeyinde Rekabet Gücü Tanımları.....	10
Tablo 2: Rekabet Gücü-Düşünceler Çeşitliliği.....	11
Tablo 3: Ağ Yapılar ile Kümeler Arasındaki Temel Farklılıklar.....	36
Tablo 4: Kalkınma Planlarında Temel Yaklaşımlar ve Dönemlere Göre Planlar.....	62
Tablo 5: Bölgesel Rekabet Gücünde Kullanılan Değişkenler.....	64
Tablo 6: Bölgesel Rekabet Edebilirlik Faktörleri.....	66
Tablo 7: Dünya Ekonomi Forumu Global Rekabet Gücü Raporu'na Göre Global Rekabet Gücü Sıralaması.....	78
Tablo 8: Dünya Ekonomi Forumu'nun İş Rekabet Gücü Endeks Sıralaması.....	79
Tablo 9: Dünya Bankası'nın İş Yapma Kolaylığı Sıralaması.....	80
Tablo 10: Yönetim Geliştirme Enstitüsü Dünya Rekabet Gücü.....	81
Tablo 11: Konularına ve Ölçeklerine Göre Endeksler.....	83
Tablo 12: Küresel Kentsel Rekabetçilik Endeksi Sisteminde En İyi 20 Kent'in Dağılımı.....	85
Tablo 13: DPT Araştırmasında Kullanılan Değişkenler.....	86
Tablo 14: DPT İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması.....	87
Tablo 15: Kara (2008) Bölgesel Rekabetçilik Analizinde Kullanılan Değişkenler.....	89
Tablo 16: Kara (2008) Düzey 2 Bazında Bölgesel Rekabet Edebilirlik Sıralaması.....	91
Tablo 17: Kara (2008) İller Bazında Rekabet Edebilirlik Sıralaması.....	92
Tablo 18: EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) Ekonomik Etkinlik ve Canlılık Endeksinde Kullanılan Değişkenler.....	93
Tablo 19: EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) Emek Piyasaları Endeksinde Kullanılan Değişkenler (%).....	94
Tablo 20: EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) İnsan Sermayesi Endeksinde Kullanılan Değişkenler.....	94
Tablo 21: EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) Yaratıcı Sermaye Endeksinde Kullanılan Değişkenler.....	95
Tablo 22: EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) Sosyal Sermaye Endeksinde Kullanılan Değişkenler.....	95
Tablo 23: EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) Fiziki Altyapı Endeksinde Kullanılan Değişkenler.....	96
Tablo 24: EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) Rekabet Endeksi.....	97

Tablo 25: URAK (2011) Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi Alt Endeksi’ne Ait Değişkenler, Ağırlıklandırmalar, Hesaplama Yöntemleri ve Başvurulan Kaynaklar.....	98
Tablo 26: URAK (2011) Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik Alt Endeksi’ne Ait Değişkenler, Ağırlıklandırmalar, Hesaplama Yöntemleri ve Başvurulan Kaynaklar.....	99
Tablo 27: URAK (2011) Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli Alt Endeksi’ne Ait Değişkenler, Ağırlıklandırmalar, Hesaplama Yöntemleri ve Başvurulan Kaynaklar.....	100
Tablo 28: URAK (2011) Erişilebilirlik Alt Endeksi’ne Ait Değişkenler, Ağırlıklandırmalar, Hesaplama Yöntemleri ve Başvurulan Kaynaklar.....	102
Tablo 29: URAK (2011) İllerarası Rekabetçilik Endeksi.....	103
Tablo 30: Diyarbakır’da Öne Çıkan Sektörler.....	111
Tablo 31: Diyarbakır’da Faaliyet Gösteren Tüm Sektörlerin Uluslararası Rekabetçilik Gücü Düzeyi Matrisi.....	112
Tablo 32: Kentinizde Yaşamının En Önemli 3 Avantajına Ait İstatistikler.....	137
Tablo 33: Kentinizde Yaşamının En Önemli Birinci Avantajına Ait Değerler.....	137
Tablo 34: Kentinizde Yaşamının En Önemli İkinci Avantajına Ait Değerler.....	137
Tablo 35: Kentinizde Yaşamının En Önemli Üçüncü Avantajına Ait Değerler.....	138
Tablo 36: Kentinizde Yaşamının En Önemli 3 Dezavantajına Ait İstatistikler.....	138
Tablo 37: Kentinizde Yaşamının En Önemli Birinci Dezavantajına Ait Değerler.....	139
Tablo 38: Kentinizde Yaşamının En Önemli İkinci Dezavantajına Ait Değerler.....	139
Tablo 39: Kentinizde Yaşamının En Önemli Üçüncü Dezavantajına Yönelik Değerler.....	140
Tablo 40: Sektörün Türkiye Geneline Rekabet Halinde Olduğu Kentlere Ait İstatistikler.....	142
Tablo 41: Sektörün Türkiye Geneline Rekabet Halinde Olduğu Birinci Kente Ait Değerler.....	142
Tablo 42: Sektörün Türkiye Geneline Rekabet Halinde Olduğu İkinci Kente Ait Değerler.....	142
Tablo 43: Türkiye Geneline Rekabet Halinde Olduğu Üçüncü Kente Ait Değerler.....	143

Tablo 44: Sektörün Yakın Kentler Arasında Rekabet Halinde Olduğu Kentlere Ait İstatistikler.....	143
Tablo 45: Sektörün Yakın Kentler Arasında Rekabet Halinde Olduğu Birinci Kente Ait Değerler.....	143
Tablo 46: Sektörün Yakın Kentler Arasında Rekabet Halinde Olduğu İkinci Kente Ait Değerler.....	143
Tablo 47: Sektörün Yakın Kentler Arasında Rekabet Halinde Olduğu Üçüncü Kente Ait Değerler.....	144
Tablo 48: Kenti Rekabetçi Kılacak Diğer Sektörlere Ait İstatistikler.....	144
Tablo 49: Kenti Rekabetçi Kılacak Birinci Sektöre Ait Değerler.....	145
Tablo 50: Kenti Rekabetçi Kılacak İkinci Sektöre Ait Değerler.....	145
Tablo 51: Kenti Rekabetçi Kılacak Üçüncü Sektöre Ait Değerler.....	146
Tablo 52: Diyarbakır Mermer Sektörü Tarafından Yüksek Puan Alan Konular.....	147
Tablo 53: Diyarbakır Mermer Sektörü Tarafından Düşük Puan Alan Konular.....	148
Tablo 54: Diyarbakır Mermer Sektörü Tarafından Türkiye Ortalamasından Yüksek Puan Alan Konular.....	148
Tablo 55: Diyarbakır Mermer Sektörü Tarafından Türkiye Ortalamasından Düşük Puan Alan Konular.....	149

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa

Şekil 1: Rekabeti Etkileyen Beş Faktör Gücü.....	15
Şekil 2: Porter’ın Jenerik Stratejiler Matrisi.....	17
Şekil 3: Organizasyon Yapısı ve Değer Zinciri.....	18
Şekil 4: Coğrafi Yakınlığın Avantajları.....	24
Şekil 5: Elmas Modelinde Unsurlar Arası Etkileşim.....	41
Şekil 6: Kaliforniya Şarap Kümelenmesi.....	45
Şekil 7: Norveç Deniz Kümelenmesi.....	46
Şekil 8: Rekabet Gücü Düzeyi, Kümelenme Düzeyi ve Küme Yaşam Döngüsü Arasındaki Korelasyon.....	49
Şekil 9: Bölgesel Rekabet Edebilirlik Piramidi.....	75
Şekil 10: Diyarbakır Bölgesi Et ve Et Ürünleri Sektörlerinin Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu (Düşük).....	114
Şekil 11: Diyarbakır Süt ve Süt Ürünleri Sektörlerinin Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu (-Düşük).....	115
Şekil 12: Diyarbakır İli İnşaat Malzemeleri Sektörü Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu (Düşük).....	116
Şekil 13: Diyarbakır İli Gıda Paketleme ve Ambalaj Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu (-Düşük).....	118
Şekil 14: Diyarbakır İli Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu (Düşük).....	119
Şekil 15: Diyarbakır İli Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu (Düşük).....	121
Şekil 16: Diyarbakır Yöresi Ticaret Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu (-Düşük).....	122
Şekil 17: Diyarbakır Mermer Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu (+/- Orta).....	123

EKLER LİSTESİ

	Sayfa
EK-1. Kümelenme Anket Formu.....	177
EK-2. Kent Rekabetçiliği Anket Formu.....	180
Özgeçmiş	187

BÖLÜM 1

GİRİŞ

Bu doktora tezi temel olarak kent rekabetçiliğini artırmada kümelenmenin faydaları ve pozitif etkileri ile birlikte kümelerin kent rekabetçiliği kavramını nasıl algıladıklarını bir örnek-olay üzerinden ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Diğer bir deyişle bir anlamda aile gibi davranarak firmaların, tedarikçilerin, bilgi üreten kurumların, müşterilerin, yerel ve merkezi düzeydeki ilgili kamu kuruluşu ve sivil toplum kuruluşlarının belli bir coğrafi alana (burada teze konu kent olan Diyarbakır'a) yoğunlaşarak nasıl rekabetçi olabileceklerini ve gelişebileceklerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın çerçevesini daha iyi açıklayabilmek açısından bu giriş bölümünde, her biri, sonraki bölümlerde daha detaylı bir şekilde ele alınacak olan rekabetçilik, rekabetçilik ve mekân ilişkisi, kent rekabetçiliği ve kümelenme kavramları üzerinde kısaca durulacaktır. Ayrıca, yine bu bölümde, çalışmanın önemi ve amaçları üzerinde durulacaktır.

Son yıllarda, işletme biliminin başlıca konuları arasında yer alan küreselleşme yani ülkeler arasındaki sınırların gittikçe artan bir hızla ortadan kalması, iletişim ve ulaşım teknolojilerinin küresel ölçekte yayılması ve bilgi teknolojilerinin ivme kazanmasıyla (Özgen ve Yalçın, 2006, s.25) rekabetçilik kavramı dünya gündeminin ilk sıralarında yer alan bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Dünya'nın önemli güç merkezleri birbirleriyle olan rekabette geri kalmamak için ellerinden geleni yapmaktalar ve örneğin Avrupa Birliği, Çin'le ve ABD'yle girdiği yarışı kaybetmemek için kendisini dünyanın en rekabetçi, dinamik ve bilgi temelli ekonomisi yapacağını düşündüğü Lizbon Stratejisi (2000-2010 arası) ve onun devamı niteliğindeki Avrupa 2020 Stratejisi gibi araçları devreye sokmaktadır. Rekabet kavramı temelde firma düzeyinde ele alınmakla birlikte modern anlamda rekabet, kavramın sektörler, bölgeler ve ülkeler üzerindeki yansımalarını da içermektedir. Bu yansımalar mikro (firma düzeyinde), mezzo (sektör düzeyinde) ve makro (bölge veya ülke düzeyinde) olarak karşımıza çıkmaktadır (Türker, 2009, s.56).

Michael Porter (1990a) uluslar arası düzeyde rekabet gücünün unsurlarını araştırdığı “*Ulusların Rekabet Avantajı*” (Competitive Advantage of Nations) adlı

çalışmasında, günümüzün küresel dünyasında rekabetin, gelişen ve gelişmekte olan ülkelerin en önemli kilometre taşlarından biri olduğunu vurgulamaktadır. Bir ülkenin rekabetçiliği, aynen işletmelerde görüldüğü gibi, o ülkenin benzer ekonomik gelişmeler gösteren ülkelerle kıyaslandığında, uluslararası pazardaki pozisyonunu ifade etmektedir. Şirketlerin, uluslararası pazarda hayatta kalması ve rekabet avantajı sağlaması için önem arz eden bu pozisyon; bulunduğu ülkenin kamu kurumlarının yeterliliğini, eğitim-öğretim, sağlık, bilgi, teknoloji ve iletişim yapılarının mükemmelliğini ve ülkenin ekonomik ve politik istikrarını içerir. Bunun yanında, her ne kadar son yıllarda küreselleşme süreci ile birlikte coğrafi uzaklığın öneminin azaldığı vurgulansa da, rekabetçiliğin küresel olarak yeniden yapılandığı ve rekabetçiliğin çeşitli mekânlarla önemli ilişkileri olduğu ortaya atılmıştır.

İşte rekabetçilikle mekânlar arasındaki ilişkinin önemli yansımalarından biri de, 1970’lerden itibaren fordist üretim modelinin gerileme gösterip yerine yeni bir tür olan esnek üretim modelinin geçmesiyle ortaya çıkan ve yerel faktörlere dayanan bölgesel yoğunlaşmalardır (Beceren, 2004, s.282). 1980’lerden beri yapılan ve sayısı gittikçe artan çalışmalarda, endüstriyel rekabetçiliğin gittikçe güçlendiği fakat aynı zamanda coğrafi olarak da lokalize olduğu ve mekânsal rol’ün işletmelerin performansı üzerindeki etkisinin “yeniden yapılandığı” ortaya atılmıştır (Malmberg, Solvell ve Zander, 1996). Bu konuda araştırma yapan bilim insanları mekân’ın rekabetçiliğe katkısını şu tanımlarla ifade etmişlerdir: “lokalize dış ekonomiler (localized external economies)” (Marshall, 1890), “avantajlı kentler (edge cities)” (Garreau, 1991), “yeni endüstriyel bölgeler (new industrial districts)” (Scott, 1998), “yığılma ekonomileri (agglomeration economies)” (Scott, 1998; Swann, Prevezer ve Stout, 1998; Beardsell ve Henderson, 1999; Fan ve Scott, 2003), “yaratıcı kent (creative city)”, “yenilikçi kent (innovative city)”, “öğrenen kent (learning city)” Pelkonen (2005, s.685), “Bölgesel İnovasyon Sistemi” ya da “Bölgesel İnovasyon Ağı” (Hotz ve Hart, 2000) ve “kümelenme (cluster)” (Porter, 1990a).

Son yıllarda yapılan birçok çalışmada küresel ekonominin büyümesinin yadsınamaz bir gerçek olduğu ancak bu büyümenin daha çok yerel düzeydeki süreçlerin mekânsal yansımasının bir sonucu olarak ortaya çıktığı vurgulanmaktadır. Ekonomistler, akademisyenler, politikacılar ve ilgili diğer bilim dallarının mensupları yaptıkları araştırmalarında yerel boyutun artan öneminin etkisini eskisinden daha fazla ön plana çıkarmaktadırlar (Krugman, 1991; 1995; Porter, 1990a; 1990b; 1994; 1995;

1998a; 1998b; 2000a; 2000b; 2001, 2006 Henderson, 1986). Michael Porter’a (1994) göre dünyanın en uygun ve isabetli ekonomik alanlarının çoğu, ulusal ölçekten daha küçük, bilişim teknolojilerinin gelişmesinde önemli bir yere sahip ve Amerika’da ortaya çıkan ilk kümelenme örneği durumundaki “Silikon Vadisi (Slicon Valley)” gibi bölgelerden oluşmakta ve sonuç odaklı ekonomik planlar da genellikle yerel düzeyde ortaya çıkmaktadır. Dahası Porter (1998b), bu bölgelerin alışılmışın dışında başarı göstermesi sonucu ekonomik coğrafyanın belli bölgelere yönelmek zorunda kaldığını ve küresel ekonomide sürdürülebilir ve kalıcı rekabet avantajı sağlamanın yolunun da artık uzak rakiplerin karşılık veremeyeceği, giderek artan *yerellikten* geçtiğini ileri sürmektedir.

1.1. Çalışmanın Önemi

Bir önceki kısımda da açıklamaya çalışıldığı gibi dünyada yaşanan hızlı değişimler, teknolojik yenilikler ve küreselleşme sonucunda coğrafi uzaklığın öneminin azaldığı tezi ortaya atılmış olsa da bütün veriler bunun tersini yani coğrafi konumun ve mekânların rekabet açısından kritik öneminin arttığını göstermektedir (Alsaç, 2010, s.1). Çünkü endüstrinin içinde bulunduğu coğrafyanın, ulusun, bölgenin veya kentin değişkenleri, rekabet gücü avantajının altında yatan yetenek ve teknolojinin önemli bir kaynağıdır.

Ekonomik gelişim, büyüme ve bölgesel kalkınmanın dinamosu olarak görünen mekân’ın rolü son yıllarda yapılan çalışmalarla tanınıp gündeme taşınmış ve dünyanın farklı bölgelerinde bu olgunun oldukça başarılı örnekleri ön plana çıkarılmıştır. İnovasyon ve teknolojiye dayalı kalkınan bölge olarak tanımlanan Silikon vadisi (Slicon Valley) bu çerçevede en popüler ve başarılı örneklerden biri olarak hemen dile getirilebilir. Yeni endüstriyel mekânlar modeli çok sayıda ekonomistin ve akademisyenin dikkatini çekmiş, yığılma ve mekânsal yakınlığa çok ciddi vurgular yapılmıştır. Bu çerçevede bölgelerin ve daha küçük mekânlar olarak kentlerin kalkınma ve sürdürülebilir rekabetçilikle ile bağlantılarını araştırma ve anlama yönündeki çabalar son yıllarda gittikçe artmaya başlamıştır. Böylece mekânsal rekabetçilik ile ilgili tartışmalar devam ederken, ilgili yazın, rekabetçiliğe ivme kazandıran yeni bir değerler dizisi olarak “Kent Rekabetçiliği” kavramı katıldı.

Son yıllarda, kentlerin, bölgelerin ve ulusların rekabet gücünü ölçmek için bir dizi çalışma yapılmıştır. Bu perspektifle uluslararası düzeyde yayınlanan iki önemli

çalışma, Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum-WEF) tarafından yapılan Küresel Rekabetçilik Endeksi ve Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (International Institute of Management Development-IMD) tarafından yayınlanan Dünya Rekabetçilik Yıllığı'dır. Bunların dışında, Yıllık Rekabet Raporu (National Competitiveness Council- NCC), Üyeler Arasında Büyüme Farklılıkları (OECD, 2001) ve Bölgesel Rekabet ve Bölgelerin Durumu (Department of Trade and Industry-DTI) gibi çalışmalar diğer uluslararası düzeyde yapılan rekabetçilik endeksi örnekleridir.

Türkiye'de bu alanda en bilinen çalışma ise 2007'den itibaren her yıl Koç Holding Yönetim Kurulu üyesi Ali Koç'un başkanı olduğu Uluslararası Rekabet Araştırma Kurumu (URAK) tarafından 81 ilde yapılan kentler arası rekabetçilik araştırmasıdır. Bu araştırma sonuçları akademisyenlerin, ekonomistlerin, iş dünyasının ve yerel yönetimlerin ilgisini giderek daha fazla çekmektedir.

Rekabetçilik ve ekonomik kalkınma ile birlikte, kentler giderek anahtar bir mekânsal ölçek olarak kabul görmüştür (Herrschel ve Newman, 2002). Günümüzde geleneksel kalkınma planlarının geçerliliğini ve etkinliğini yitirmeye başlaması ile, bölgesel kalkınma yazınında, kentlerin rolü gittikçe merkezi bir konuma kaymaktadır (Giordona ve Roller, 2003). Aynı şekilde, rekabetçiliğin yerel kalkınmaya katkısı şiddetli bir şekilde kentleri daha girişimci duruşa sahip olmaya ve bölgelerinin en iyisi olma çabasına yöneltmekte; hatta serbest sermayenin, kentin yerlilerinin ve ziyaretçilerin ilgisini kente odaklamayı öncelikli hedef haline getirmektedir (Harvey, 1989; Jessop, 1998). "Kentsel bölgeler küresel ekonominin temel motoru olarak işlevsel hale geliyor" (Scott, 2001, s.4) ve daha genel olarak ekonomik ve üretkenlik artırıcı süreçler ve yenilik siteleri olarak "kentler geri dönüyor" (Core Cities Working Group, 2004, s.5; Parkinson, Hutchins, Simmie, Clark ve Verdonk, 2004, s.9). "Son birkaç yılda, tüm dünyada süper yığılmalar veya kentsel bölgeler ortaya çıkmıştır" (Scott ve Storper, 2003, s.581). Ekonomistler ve araştırmacılar tarafından yapılan araştırmalarda, belli coğrafi bölgelerde belli endüstriyel faaliyetlerle ilgili yığılmaların yoğunluk kazandığı ortaya atılmıştır (Fujita, Krugman ve Venables, 1999; Marshall, 1890). Bütün bu anlatılanlardan hareketle denebilir ki kent rekabetçiliği son yıllarda gerçek bir olgu olarak ortaya çıkmıştır ve kentler kendi aralarında rekabet avantajı kazanmak ve ekonomik faaliyet paylarını yükseltmek için mücadele etmektedirler. Ekonomik faaliyetlerin kümelenmesi, kentlerin sürdürülebilir rekabet avantajı kazanabilmeleri için en önemli unsurdur. Bu çalışma kent rekabetçiliğinde kümelenme stratejisinin fayda

etkisini ve kümelerin yazında yeni olan kent rekabetçiliği kavramını nasıl algıladıklarını ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

1.2. Çalışmanın Amacı

Rekabetçilikle mekânlar arasındaki ilişkinin artması ve bu bağlamda özellikle kentlerin ön plana çıkması, kentlerin rolünü geleneksel ticari yaklaşımlardan uzaklaştıran yeni yaklaşımların popülerlik kazanmasına zemin hazırlamıştır. Bunlardan biri de birçok ülke tarafından uygulanan ve başarısı kanıtlanmış kümelenme yaklaşımıdır. Özellikle 1990'lı yıllarla birlikte, küreselleşmenin etkisi ve teknolojik gelişmeler ulusal ekonomilerin önündeki engellerin kalkması ve rekabetin artan önemi ülkelerin, bölgelerin hatta kentlerin geleneksel ticaret yaklaşımlardan uzaklaştırmış ve birçok ülke tarafından uygulanmış ve başarısı kanıtlanmış kümelenme yaklaşımı ortaya çıkmıştır. Kümelenme 1990'lı yıllarda Michael Porter tarafından yazına kazandırıldıktan sonra hızla popülerliği artan ve pek çok çalışmayı etkileyen bir kavram olmuştur. Böylece kümelenme politikaları sanayileşmiş ekonomilerde bölgesel kalkınmaya yeni bir model geliştirmek için ilgili çevreler tarafından sarfedilen son yirmi yılın çabasını yansıtan bir olgu durumuna gelmiştir. Yani kentlerin rekabetçiliğini artırmaya yönelik arayışlarda yeni bir paradigma olarak kümelenme yaygınlık kazanmıştır. Kloosterman ve Boschma (2005) sürdürülebilir rekabetçilikte ve gelişmiş ekonomilerde yaşamının standartlarını devam ettirmek için kümelenmenin çok önemli köşe taşları olduğunu ifade etmişlerdir.

Ulusal devletler azalan kaynaklar karşısında güç kaybeden sanayileri desteklemek ve ekonomik kalkınma için yerel ve bölgesel yaklaşımın ortaya attığı bölgesel ekonomi politikalarını artık her zamankinden daha fazla düşünmeye başlamıştır (Moulert ve Seika, 2003). Kümelenme kavramının son yıllarda giderek önem kazanmasının temelinde fordist üretim biçiminden post-fordist üretim biçimine geçilmesi, Küreselleşme ve bilgi teknolojilerinin gelişimi ile kentlerin, bölgelerin ve ulusların rekabetçi olma çabası yatmaktadır. Bu yeni model, az gelişmiş bölgeler için ekonomik zayıflıkla mücadele için bir politika aracı, bazı bölgelerde ekonomik büyüme süreci, rekabet edebilirlik olgusu ve yenilik sağlama alanı gibi önemli faktörleri içeriyor.

Kümelenme yaklaşımında ekonomik büyüme yerel bir süreç olarak ele alınır ve kent küme sanayileri yenilik yapmada, rekabetçilikte ve refah düzeyini artırmada en

önemli ekonomik birimler olarak kabul edilir. Kümelenme yaklaşımı ile birlikte kentlerin fark yaratarak oluşturdukları kümelerin, kendine mensup firmalarla ve yakınında bulunan destekleyici firmalarla birlikte deneyimli bir işgücü, verimlilik artışı, yenilikçilik, daha hızlı büyüme ve rekabet avantajı gibi önemli faktörleri oluşturdukları görülmektedir. Bu önemine binaen, endüstri içindeki kümelenme, teşvik programları endüstriyel ve bölgesel kalkınma politikalarında gittikçe önem kazanmaktadır. Türkiye’de kamu politikalarında kümelenme, 2007-2013 dönemini kapsayan Dokuzuncu Kalkınma Planı’nda ve 2009 yılında yürürlüğe giren Yeni Teşvik Sistemi’nde ana hedeflerden biri olarak yer almıştır. Bu planda, kümelenmenin desteklenmesi hususunda hem rekabet gücünün artırılması hem de bölgesel gelişmenin sağlanması eksenlerine vurgu yapılmıştır.

Son yıllarda, dünyanın birçok bölgesinde kümelenme tabanlı stratejiler ekonomik kalkınma için kullanılmaktadır ve bu araştırmanın amacı, kümelenme temelli stratejileri kent rekabetçiliği ile ilişkilendirmek ve kümelenmenin kent rekabetçiliğini arttırdığını ortaya çıkarmaktır. Çalışmada, günümüz dünyasında ulusal politikaların en temel hedefi haline gelen kent rekabetçiliği kavramı ve bu kavram temelinde kümelenmenin olumlu etkisini ve en güçlü kümenin kent rekabetçiliğini nasıl algıladığı Diyarbakır özelinde incelenecek; ülkemiz ulusal, bölgesel ve kentsel politikaları ve araçları açısından yeni açılımlar ve öneriler ortaya konmaya çalışılacaktır. Çalışmanın sonucunda; kentlerin rekabet gücü elde etmek adına zayıflıklarını gidermek veya avantajlı oldukları alanları daha da güçlendirmek açısından kümelenmenin önemini ve kümelerin kent rekabetçiliğini nasıl algıladıklarının ortaya çıkarılması hedeflenmektedir.

Araştırmanın amacı kapsamında oluşturulan temel araştırma soruları şunlardır:

1. Kümelenme stratejisi ile yazında yeni olan kent rekabetçiliği arasında bir ilişki var mıdır?
2. Kümeler kent rekabetçiliği kavramını nasıl algılamaktadırlar?
3. Kümelenme stratejisi ile kent rekabetçiliği artar mı?

1.3. Çalışmanın Kapsamı

Bu çalışmanın kapsamı Diyarbakır ili ile sınırlanmıştır. Diyarbakır ilinde tarım, sanayi, hizmet sektörü vb.sekiz sektörün makro düzey kümelenme analizi sonucunda karşımıza en güçlü sektör olarak “mermercilik” çıkmıştır. Bu çalışmada Diyarbakır

mermercilik sektörü evren olarak seçilmiş ve Mermerciler Odasına kayıtlı bulunan 24 fabrikadan 22 fabrikanın yöneticilerine mülakat ve anket uygulanmıştır.

1.4. Çalışmanın Yöntemi

Bu çalışmanın araştırma yöntemi iki temel kaynağa dayanarak oluşturulmuştur. Bunlardan birincisi çalışmanın Diyarbakır ayağındaki anket kısmına katkıda bulunan “Diyarbakır İli Tarım, Sanayi ve Hizmet Sektörlerinin Uluslararası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi Araştırmasının Sonuçları” başlıklı araştırmadır. 2010 yılında KOSGEB ve Diyarbakır Valiliği tarafından Diyarbakır’ın ekonomik gelişimini sağlıklı ve planlı bir şekilde gerçekleştirmek, geliştirmek ve sürdürülebilir hale getirmek amacıyla yürütülen çalışma, Diyarbakır’daki kümelerin haritasını ortaya çıkarma ve buna göre hangi küme üzerinde yoğunlaşmam gerektiği hususunda tezime metodolojik kolaylık sağladı. Söz konusu araştırmada Elmas Modeli ile analizi yapılan ekonomik faaliyet kollarından sadece mermercilik sektörünün küresel rekabetçilik pozisyonunun orta düzey, diğer sektörlerinkinin ise düşük düzey olarak tespit edilmesi sonucunda kent rekabetçiliğinde kümelenmenin olumlu etkisi ve kümelerin kent rekabetçiliği algısı çerçevesindeki doktora tezimin yönelimi mermer kümesine doğru olmuştur.

Araştırma yönteminin ikinci temel kaynağı ise mermer kümesinin 22 fabrikasına uygulanan 3 bölümlük ankete dayanmaktadır. Sektörü tanımaya yönelik 15 soruluk birinci bölümden sonra gelen ikinci bölüm 34 sorudan oluşmaktadır ve bu sorular Boğaziçi Üniversitesi ve MasterCard tarafından yürütülen Türkiye’nin Şehirleri Sürdürülebilirlik Araştırmasında (Erzan, Kadirbeyoğlu ve Özkaynak, 2011) kullanılan anketten alınmıştır. Anketin üçüncü bölümü kent rekabetçiliği ve kümelenmeye ilişkin 16 adet soruya ayrılmıştır. Aynı zamanda, görüşülen kişilerle anket formunun dışında ortalama 30 dakika süren mülakatlar da yapılmıştır.

1.5. Çalışmanın Planı

Bu araştırmanın sonucunda hazırlanan doktora tezi çalışması beş bölüm olup, birinci bölümü giriştir. Bu bölümde, çalışmanın önemi, amacı, kapsamı, yöntemi ve planı hakkında bilgiler yer almaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde kent rekabetçiliği ve kümelenme kavramlarının temelini oluşturan rekabet ve rekabet avantajı kavramları incelenmiş ve çalışma Michael Porter’ın jenerik stratejileri ile desteklenmiştir. Kümelenme kavramının

doğmasına neden olan *yığılma* ekonomileri ve ilgili kuramlar irdelenmiştir. Bu çerçevede yerleşme ekonomileri, yerleşim kuramı, yeni kuramsal kuram, ağ kuramı, merkezi yerler kuramı ve kümelenme kuramı incelenmiştir.

Üçüncü bölümde bu çalışmanın iki önemli başlığından biri olan kümelenme, kavramsal çerçevesiyle incelenmiştir. Kümelenmenin kent rekabetçiliğine olumlu etkisi bu çalışmanın ilk aşaması olan kümelenme ve rekabetçilik ilişkisiyle ilişkilendirilerek güçlü bir yazın taraması ile oldukça detaylı bir şekilde ortaya konmuştur. Bu bölümde ortaya konan kümelenme ve rekabetçilik ilişkisi kent rekabetçiliğine kaymıştır ve yeni bir kavram olan “kent rekabetçiliği” detaylı bir şekilde incelenmiştir.

Dördüncü bölümde Porter’ın Elmas modeli ile çalışmamızın yapıldığı Diyarbakır kentinde tez için ihtiyaç duyulan kümelenme haritası çıkarılmış ve karşımıza en güçlü küme olarak mermer kümesi çıkmıştır. Bu bölümde, Diyarbakır mermercilik sektörünün ve diğer yedi sektörün uluslararası rekabetçilik analizi yapılmıştır.

Beşinci bölüm, araştırma yöntemi, bulgular, değerlendirmeler, sonuç ve önerilerden oluşmaktadır. Ayrıca bu bölümde, araştırma için sağlanan veriler istatistik programı kullanılarak analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Bu bölümde araştırma sonuçları değerlendirilerek Diyarbakır kentinin en güçlü sektörü olan mermercilik sektörüne ve Diyarbakır kentine sektörel bazlı öneriler bulunmaktadır.

BÖLÜM 2

REKABET, YIĞILMA EKONOMİLERİ VE İLGİLİ KURAMLAR

2.1. Rekabet

Günümüzde sıkça kullanılan rekabet ve rekabet avantajı kavramlarının tanımlanması hususunda tüm taraflarda henüz bir fikir birliği olmadığı ve farklı bilim adamları ve kurumlar tarafından farklı tanımlar üzerinde yoğunlaşıldığı görülmüştür.

Küreselleşme ve bilgi toplumuna geçiş sürecinde dünyada yaşanan hızlı ve çok yönlü yapısal değişimler, “rekabet” kavramını küresel ekonomide gözlenen en önemli olgu haline getirmiştir. Günümüzün küreselleşen dünyasında rekabetçilik ülkeler, bölgeler, kentler ve firmalar arasındaki farklılığı ortaya çıkarmada bir dönüm noktası olmuş ve bir mekânın rekabetçiliği, o mekânın benzer ekonomik gelişme gösteren diğer mekân ekonomileriyle kıyaslanma ve uluslararası pazardaki konumunu belirleme açısından en önemli unsur halini almıştır.

Küreselleşme süreci, özellikle 1980’lerden beri, ekonomik birimlerin (firmalar, kentler, bölgeler ve ülkeler) küresel pazarda sahip oldukları payı koruma ve artırma yönünde rekabet etmeleri gerekliliğini ortaya koymuş ve bu sayede daha rekabete dayalı bir ortam oluşturmuştur. Firma düzeyinden başlayıp, kent, bölge ve ülke düzeyine kadar farklı ekonomik birimler için yazında kullanılmaya başlanan rekabet kavramı hakkında yakın dönemde birçok çalışma yapılmıştır. Rekabetin firma düzeyinde ele alınışına örnek olarak Özgen ve Yalçın’ın (2006, s.23) tanımlamasını verebiliriz: “pazarda faaliyet gösteren işletmeler arasındaki yarışma”. Hatta meşhur iktisatçı Adam Smith bile rekabeti, “işletmeler arasındaki savaş” şeklinde tanımlamıştır. Bunun yanında, rekabet tanımını işletmeler arası boyutun ötesine taşıyanlar da olmuştur. Örneğin: Porter rekabeti kent, bölge ve ülke düzeyinde ele almıştır. Firma düzeyinde rekabet tanımı, ülke ve bölge düzeyine nazaran daha net olup firmaların rekabet etme, büyüme ve kârlı olma kapasitelerine dayanmaktadır. Bu düzeyde rekabet edebilirlik, firmaların ürünlerini serbest piyasa gerekliliklerine uygun fiyat ve kalitede, sürekli ve kârlı bir şekilde üretebilmeleri olarak anlaşılmaktadır (Martin, 2004). Diğer tanımlar için **Tablo 1’e** bakınız.

Tablo1

Firma Düzeyinde Rekabet Gücü Tanımları

Yazar(lar)	Yıl	Tanımlar
President's Commission on Industrial Competitiveness	1985	Bir firmanın, yurtiçi veya yurtdışı rakiplerinden daha düşük maliyetle ya da daha üstün kalitede mal veya hizmet üretmesidir.
World Economic Forum	1989	Girişimcilerin rakiplerine kıyasla fiyat ve fiyat dışı özellikleri açısından daha çekici olan mal ve hizmetleri dizayn etme, üretme ve satma yeteneğidir.
Sharples, Milham	1990	Üretilen ürün ya da hizmetlerin mümkün olan en uygun fiyatlarla, uygun zamanda ve uygun yerde müşterilerine teslim edilmesi, bu işlemler sırasında en azından tüketilen kaynakların fırsat maliyeti kadar kazancın elde edilmesidir.
Ghose, Kharas	1993	Firmanın, yerli ve yabancı rakip firmalara kıyasla, ürün fiyatı ve/veya ürün kalitesi tesliminde dakiklık ve satış sonrası servis gibi fiyat-dışı unsurlar açısından şu anda ve gelecekte aynı durumda veya rakiplerinden daha üstün olmasıdır.
Feurer, Chaharbaghi	1994	Müşteri değerleri, hissedar değerleri ve organizasyonun değişen rekabetçi ortamı içinde faaliyet gösterme ve bu ortama tepki verme kabiliyetidir.
TÜSİAD	1997	Müşterilerin, şirketin sunduğu mal ve hizmetleri alternatifleri karşısında tercih etmelerini sürdürülebilir bazda sağlama yeteneğidir.
Cockburn, Siggel, Coulibaly, Vezina	1998	Firmaların belirli bir pazarda ürünlerini rakiplerinin fiyatlarına eşit ya da daha düşük bir fiyatla satabilme yeteneğidir.

Kaynak: Karaaslan ve Tuncer, 2010, s.25.

Ülkeler, bölgeler ve kentler düzeyinde rekabet kavramının tanımlanmasında ise firma düzeyine göre bazı zorluklar ve görüş ayrılıkları bulunmaktadır. Ülkelerin, bölgelerin ya da kentlerin rekabetçiliklerini artırmak iktisadi politikanın temel amacı olarak ifade edilmekle birlikte, makro ekonomik düzeyde rekabetin ne anlama geldiği konusunda tartışmalar mevcuttur. Rekabet edebilirliğin tüm çevrelerce kabul gören ortak bir tanımı bulunmamaktadır.

Ulusal rekabet edebilirlik tanımı, ilk kez Porter'ın araştırmasında, bir ulusun bazı kilit sanayi sektörlerinde diğer ülkelere göre daha avantajlı duruma ulaşmak, ya da avantajlı durumunu korumak üzere yenilik geliştirme becerisinin bir sonucu olarak ortaya konmuştur (Porter, 1990a). Bölgeler istihdam, fırsat ve zenginlik yaratacak olan firma ve fertlerden meydana gelen, ekonomik aktörleri ve aktiviteleri yaratmak, geliştirmek, bölgeye çekmek ve hatta bölgede tutmak için rekabet ederler. Dünya Ekonomik Forumu'nun (World Economic Forum-WEF) (2009) tanımına göre rekabet bir ülkenin sermaye başına GSYİH'sının yüksek oranda sürdürülebilir büyümeye ulaşabilme yeteneğidir. Scott ve Lodge (1985) ulusal düzeyde rekabeti, bir ülkenin kendi kaynakları üzerinden yüksek gelir elde ederken uluslararası ticarete ürünleri oluşturma, üretme, dağıtma ve hizmete sunma kabiliyeti olarak tanımlıyorlar. Ulusal Rekabet Kurumu (National Competitiveness Council-NCC) (2011) rekabeti bir ülkenin uluslararası pazarda verimli ve başarılı bir şekilde yarışabilme kabiliyeti olarak tanımlıyor. WEF, benzer tanımlarla birlikte raporunda rekabeti bir kentin veya bölgenin kurumlarının, politikalarının ve faktörlerinin üretkenlik düzeyi olarak tanımlıyor. Diğer tanımlar için **Tablo 2'**ye bakınız.

Tablo 2

Rekabet Gücü-Düşünceler Çeşitliliği

Rekabet Gücü Tanımları	Tanımı Yapan
Bir ülkenin kişi başına düşen GSYİH'sını yüksek oranda sürdürebilme yeteneğidir.	World Economic Forum, Global Competitiveness Report, 1996, pg.19.
Rekabet gücü mutlak değildir, görecelidir. İştirakçilerin ve rekabet ortamındaki tüketicilerin değerlerine, rekabet ortamındaki etki-tepki yeteneği ile oluşan finansal güce ve uygulanan gerekli stratejik değişikliklerdeki insan potansiyeline ve teknolojiye göre değişmektedir. Eğer uygun bir denge sağlanıp, çatışmacı doğası olan bu faktörler arasında odaklanıldığı takdirde rekabet gücü sürdürülebilir.	Feurer, R. And Chaharbaghi, K., "Management Decision", 1994, Vol.32, No. 2, pp.49
Ulusal rekabet gücü, bir ülkenin uluslararası ticarete ürünleri yaratabilme, üretebilme, dağıtabilme ve/veya sunabilme yeteneğidir.	Scott, B.R. and Lodge, G.C., "US Competitiveness in the World Economy", 1985, pg.3.
Rekabet gücü hem etkiyi (mümkün olan en düşük maliyetlerle amaçlara ulaşma) hem de etkinliği içermektedir. Önemli olan kritik endüstriyel amaçların seçimidir.	Buckley, P.J. et al, "Measures of International Competitiveness: A Critical Survey", Journal of Marketing Management, 1988.
Rekabet gücü verimlilik, etkinlik ve kârlılığın unsurlarını ifade etmektedir. Rekabet gücü en güçlü anlamıyla, hedeflenen amaçları gerçekleştirmek için yaşam standardını yükseltmek ve sosyal refahı artırmak için kullanılan bir araçtır. Rekabet gücü, küresel	Competitiveness Advisory Group, (Ciampi Group), "Enhancing European Competitiveness". First report to the President of the Commission, the Prime Ministers and the Heads of State, June 1995.

olarak, uluslararası uzmanlaşma bağlamında verimlilik ve etkinlik artışı ile insanların kazançlarının enflasyonist olmayan bir yolla artırma temelini sağlamaktadır.	
Rekabet gücünün temel anlamı yaşam standardını yükseltmek, işsizlere iş sağlamak ve yoksulluğu yok etmek olmalıdır.	Competitiveness Advisory Group, (Ciampi Group), "Enhancing European Competitiveness". Second Report to the President of the Commission, the Prime Ministers and the Heads of State, December 1995.
Rekabet gücü, serbest ticaret ve adil piyasa koşulları altında bir ülkenin uluslararası piyasa koşullarına uygun mal ve hizmet üretebilmesi ve aynı zamanda vatandaşlarının uzun dönemde reel gelirlerini artırmaya odaklanabilmesidir.	OECD.
Endüstriyel rekabet gücü bir firmanın veya endüstrinin dış rakiplerinden kaynaklanan zorluklarla mücadele edebilme yeteneğidir.	US Department of Energy.
Uzun vadede vatandaşların yaşam standartlarını yükseltip, sürdürülebilirliğini sağlayarak uluslararası piyasa koşullarına uygun bir şekilde mal ve hizmet üretebilme yeteneğidir.	The First Report to the President and Congress, 1992. US Competitiveness Policy Council.
Bir firma yurtiçi ve yurtdışı rakiplerine göre daha kaliteli ve ucuza mal ve hizmet üretirse rekabetçi olabilir. Rekabet gücü, bir firmanın uzun dönem kârı ve çalışanlarının ücretlerini ödeme ve sahiplerine üst düzey kâr sağlayabilme yeteneği ile eşanlamlıdır.	Report of the Select Committee of the House of Lords on Overseas Trade, 1985.
Firma düzeyindeki rekabet avantajı, tüketicilerin satın alma tercihlerinde istekli oldukları sürekli ve kârlı mal ve hizmetleri rakiplerinininki gibi teslim edebilme yeteneğidir.	Department of Enterprise, Trade and Employment, UK.

Kaynak: (Garelli, 2006, s.616-617) Karaaslan ve Tuncer (2010, s.24-25) tarafından derlenmiştir.

Küresel ekonomideki dönüşümden etkilenecek, yapısal dönüşüme ve değişime uyum sağlayabilen, rekabet gücü yüksek bazı bölgeler, hem ulusal hem de küresel ölçekte temel aktörler haline gelirken, bazıları duraklamakta ve ekonomilerini yeniden yapılandırma sürecine girmektedirler.

Üretkenlik, temel olarak rekabette ekonomik büyüme düzeyinin ve sürdürülebilir büyüme potansiyelinin çakışımını kapsıyor. Rekabetçi yerel ekonomiler kentler için daha fazla gelir sağlarken, daha hızlı büyümeye temel oluştururlar. Genellikle kabul gören olgu ekonominin kürselleşmesi ile rekabetin; ulusların, bölgelerin ve hatta kentlerin en önemli gündem maddelerinden biri haline gelmiş olmasıdır. Porter'a göre rekabet üstünlüğü lokalize edilmiş bir süreç içinde oluşturulabilir ve sürdürülebilir çünkü rekabeti üstün kılan husus ulusun, bölgenin ya da kentin sahip olduğu yetenek unsurlarıdır.

2.1.1. İlgili Teoriler Üzerinden Rekabet Kavramına Bakış

Uluslararası rekabet gücünü belirleyen faktörler, Karaaslan ve Tuncer (2010, s.26) tarafından Adam Smith'in Mutlak Üstünlük Teorisi, David Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi, Heckscher-Ohlin Teoremi, Paul Krugman'ın Yaklaşımı, Michael Porter'ın Elmas Modeli ve Cho ve Moon'un Dokuz Faktör Modeli gibi temel düşünceler ile açıklanmıştır.

Ulusların Zenginliği (The Wealth of Nations) (1776) eserinde açıklandığı gibi Adam Smith'in Mutlak Üstünlük Teorisinin temelinde, bir malın diğerlerine göre bir ülkede daha prodüktif üretilmesi yatmaktadır. Smith'e göre bir ülke başka ülkelere göre hangi malı daha düşük maliyetle üretiyorsa, o malın üretiminde uzmanlaşmalı ve o malı ihraç etmeli; karşılığında da pahalıya üretebildikleri malları dış ülkelere ithal etmelidir. Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlük Teorisi ise bir ülkenin, üretiminde diğer mallara göre yüksek oranlarda verimlilik sağladığı malların üretiminde uzmanlaşması ve bunları ihraç etmesidir (Karaaslan ve Tuncer, 2010, s.26). Smith bir ülkenin, üretmediği veya diğer ülkelere göre daha pahalıya üretebildiği ürünleri ithal ederek nasıl avantajlı konuma gelebileceği konusunu ele almaktadır. Ricardo ise diğerlerine göre bütün sektörlerde mutlak üstünlüğe sahip bir ülkenin sadece karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu ürünlerde uzmanlaşarak, uluslar arası rekabette nasıl avantajlı konuma gelebileceğini açıklamaya çalışmaktadır (Kibritçioğlu, 1996). Mutlak ve rekabetçi üstünlükler teorisi, bazı bölge ya da ülkelerin daha düşük hammaddeye sahip olma ya da emeği daha etkin kullanma gibi bir takım sebeplerden dolayı bazı malları üretmekte diğerlerine göre mutlak olarak daha etkin olmalarına karşın; öteki bölgelerin de diğer malları üretmede daha etkin olabildiklerini ifade eder (Becerren, 2004, s.281).

Heckscher-Ohlin Teorisine göre uluslar hangi üretim faktörüne en yoğun bir şekilde sahiplerse o üretim faktörleri ile en iyi şekilde donatılmış olan malları ihraç etmelidirler (Karaaslan ve Tuncer, 2010, s.27). Krugman Yaklaşımı, rekabet gücünün ülke düzeyinde kullanılması durumunda herhangi bir anlamı olmayan, sadece verimlilik kavramının başka bir ifadesi durumunda kullanılan bir kavram olduğunu düşünmektedir (Krugman, 1994, s.28-44). Porter'ın tezine göre yüksek yoğunluktaki yerel rekabet uluslararası başarıya neden olmaktadır. Porter'ın paradigması olan "Uluslararası Rekabet Avantajı" en iyi şekilde "Elmas Modeli" ile açıklanabilir. Elmas Modeline göre yerel rekabet koşulları anahtar unsurlardan oluşmaktadır. Eğer başarı sürdürülmek

isteniyorsa bu koşulların (Firma stratejisi, yapısı ve rekabeti, faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici endüstriler) tamamı teşvik edilmelidir.

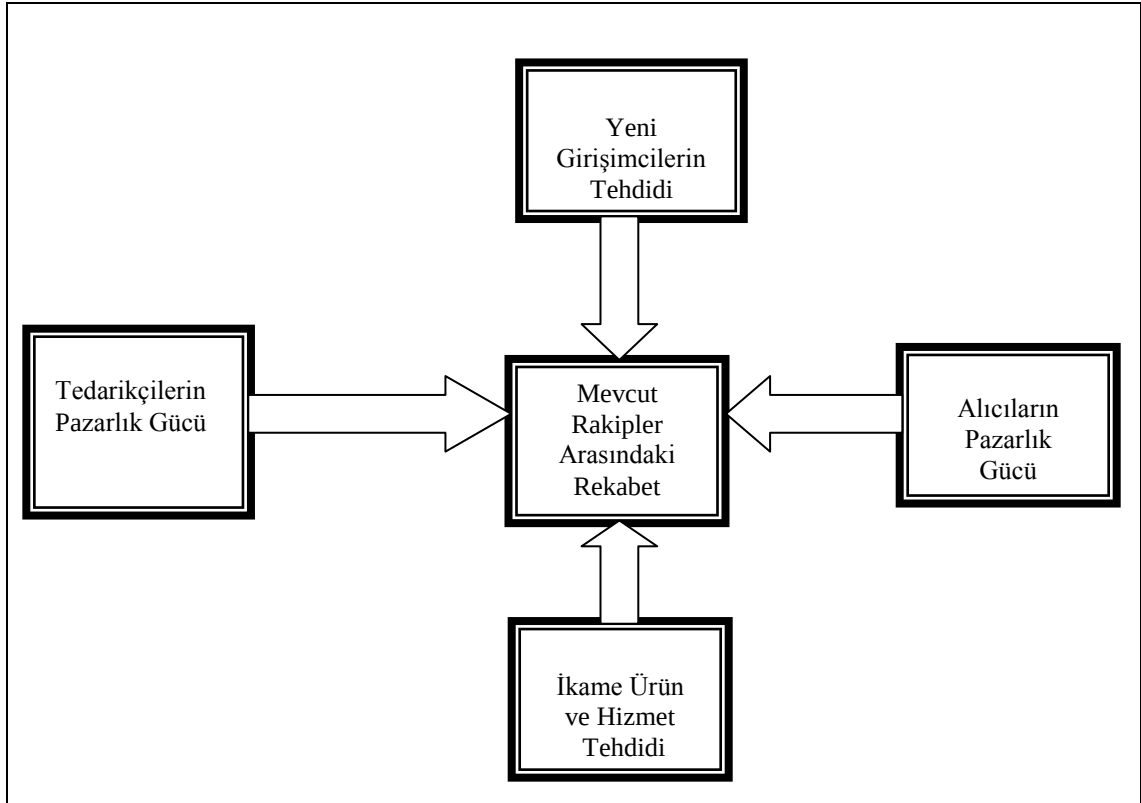
2.2. Rekabet Avantajı

Rekabet avantajı kavramı, strateji yazınında uzun bir geçmişe sahip olup son yıllarda işletme stratejileri ve bölgesel kalkınma politikalarının en önemli kavramlarından biri haline gelmiştir. Diğer kaynaklarla kıyaslandığında rekabet avantajı değer yaratma stratejisi olarak tanımlanmıştır (Barney, 1991, s.106). Stratejik yönetim yazını yaygın olarak sürdürülebilir üstün performansın rekabet avantajından kaynaklandığını savunur (Grant, 1998; Roberts, 1999; Powell, 2001, Barney, 1997). Rekabet avantajı, bir şirketin pazarda arzu edilen pozisyonu korumasına ve güçlendirmesine yönelik yardım eden stratejilerin sonucudur (Porter, 1985). Barney’e (1991) göre bir firmanın rekabet avantajına sahip olabilmesi için aynı anda herhangi mevcut veya potansiyel rakipler tarafından uygulanmayan bir değer yaratma stratejisine sahip olması gerekmektedir.

Michael Porter’ın 1990’da yayınlanan “Ulusların Rekabet Avantajı” başlıklı kitabında, stratejik yönetimle uluslararası ekonomiye ait teorik yaklaşımlar arasında güçlü bir köprü kuruluyor ve “rekabete” dayalı olarak geliştirilmiş stratejiler, ulusal politikaların temelini teşkil ediyor. Porter bazı ülkelerin belli sektörlerindeki şirketlerin uluslararası başarı, ilerleme, refah ve rekabet avantajına sahip olmalarının nedenlerini ortaya çıkarmaya çalıştı. Porter (1990a, s.6) “ulusal düzeyde rekabet gücünün tanımının sadece ulusal verimlilik olduğunu” ileri sürdü.

Michael Porter daha önce 1985’de yayınladığı “Rekabet Avantajı” (Competitive Advantage) adlı kitabında ise günümüzde yaygın bir şekilde kabul gören bir sektörde rekabetin niteliğini ve düzeyini belirleyen beş önemli faktör ortaya atıyor (Şekil 1’e bakınız):

1. Alıcıların Pazarlık Gücü (Bargaining Power of Buyers)
2. İkame Ürün ve Hizmet Tehdidi (Threat of Substitutes)
3. Tedarikçilerin Pazarlık Gücü (Bargaining Power of Suppliers)
4. Mevcut Rakipler Arasındaki Çekişme (Rivalry Among Existing Competitors)
5. Yeni Girişimcilerin Tehdidi (Threat of New Competitors)



Şekil 1. Rekabeti Etkileyen Beş Faktör Güç

Kaynak: Porter, 1985, s.5.

Porter'ın rekabeti etkileyen beş faktör gücü hep birlikte sektörde rekabetin doğasını ve niteliğini belirlediği gibi firmaların kendi rekabetçi habitatlarında geliştirecekleri rekabet stratejilerini de şekillendirir. Porter'a (1985) göre yeni girecek firmaların tehdit oluşturmadığı bir sektörde, çok güçlü pazar gücüne sahip bir firma bile kendi ürününden üstün ve düşük maliyetli bir ikame ürün ile karşılaşırsa rekabet gücü azalacaktır. Mevcut rakipler arasındaki çekişme fiyat indirimi, yeni ürün sunumu, reklam kampanyaları ve hizmet iyileştirme gibi şekiller alır. Ortada ikame bir ürün yoksa ve sektöre girişler bloke edilmiş olsa bile mevcut rakipler arasındaki yoğun rekabet, rekabet gücünü sınırlandıracaktır. Güçlü tedarikçiler daha yüksek fiyatlar koyarak, kalite ve hizmetleri sınırlandırarak ya da sektör katılımcılarının maliyetleri aktarmasını sağlayarak, değer in çoğunu ele geçirirler. Güçlü alıcılar ise fiyatların düşürülmesi için baskı yaparak, daha yüksek kalite ya da daha çok hizmet talep ederek ve genellikle sektör katılımcılarını birbirine düşürerek daha çok değer elde edebilirler.

Firmalar, uzun dönemli bir başarının temel ölçütü olan Porter'ın beş faktör gücünü esas alarak kârlı ve sürdürülebilir rekabet avantajı pozisyonuna sahip olurlar. Porter rekabet gücünün belirlenmesinden çok, rekabet ortamının analiz edilmesi ve en

uygun stratejilerin geliştirilmesi amacına yönelir. Porter’a (1980, 1985) göre rekabet avantajı için, rakipleri karşısında zayıf ve güçlü yönleri bulunan firmaların üç şekilde rekabet üstünlüğüne sahip olabileceğini belirtmektedir. Porter bu rekabet stratejilerine, “Jenerik Stratejiler” adını vermiş bu kavram strateji yazınına yerleşmiştir. Porter günümüz piyasa şartlarında rekabet üstünlüğünün; maliyetleri düşürme; farklılaşmayı sağlama ve temel yeteneklerde odaklanma gibi piyasaya yönelik yeni stratejilerin geliştirilmesi ile mümkün olacağını ifade etmektedir.

2.3. Michael Porter’ın Jenerik Stratejileri

Uzun vadede ortalamanın üzerinde kârlılık, sürdürülebilir rekabet avantajı ile sağlanır ve jenerik stratejilerin temelini rekabetçi stratejiler oluşturur. Bir firma uzun dönemde ortalamanın üzerinde kârlılık için ya bilinen bir mal veya hizmeti en düşük fiyattan satar, ya da müşterinin daha fazla ödemeyi kabul edeceği bir farklılaştırma uygular. Düşük maliyet ve farklılaştırma bir firmanın sahip olabileceği iki temel rekabetçi avantajdır. Porter’a (1985) göre işletme iki temel rekabetçi avantajdan birini elinde bulundurabilir ve firmalar, endüstride ortalamanın üzerinde performans elde edebilmek için bu rekabet stratejilerinden birini kabul etmek zorundadır. Bununla birlikte, bir firma maliyet veya farklılaştırma üstünlüğünü ya genel pazarda ya da pazarın özel bir bölümünde odaklanarak sağlamaya çalışır. Odaklanma stratejide, maliyet ve farklılaştırma odaklanması olarak iki şekilde incelenebilir (**Şekil 2’e** bakınız). Jenerik stratejilerin ayrıcalıklı olmaması, birbirini tamamlamaması ve özellikle çok maliyetli olmasından dolayı pek az sayıda firma bu stratejilerin bir kaçını aynı anda uygulayabilir (Porter, 1980).

		Rekabetçi Avantajı	
		Düşük Maliyet	Farklılaşma
Rekabetçi Amaçlar	Geniş Hedef	Maliyet Liderliği	Farklılaşma
	Dar Hedef	3A. Maliyete Odaklanma	3B. Farklılaşmada Odaklanma

Şekil 2. Porter'in Jenerik Stratejiler Matrisi

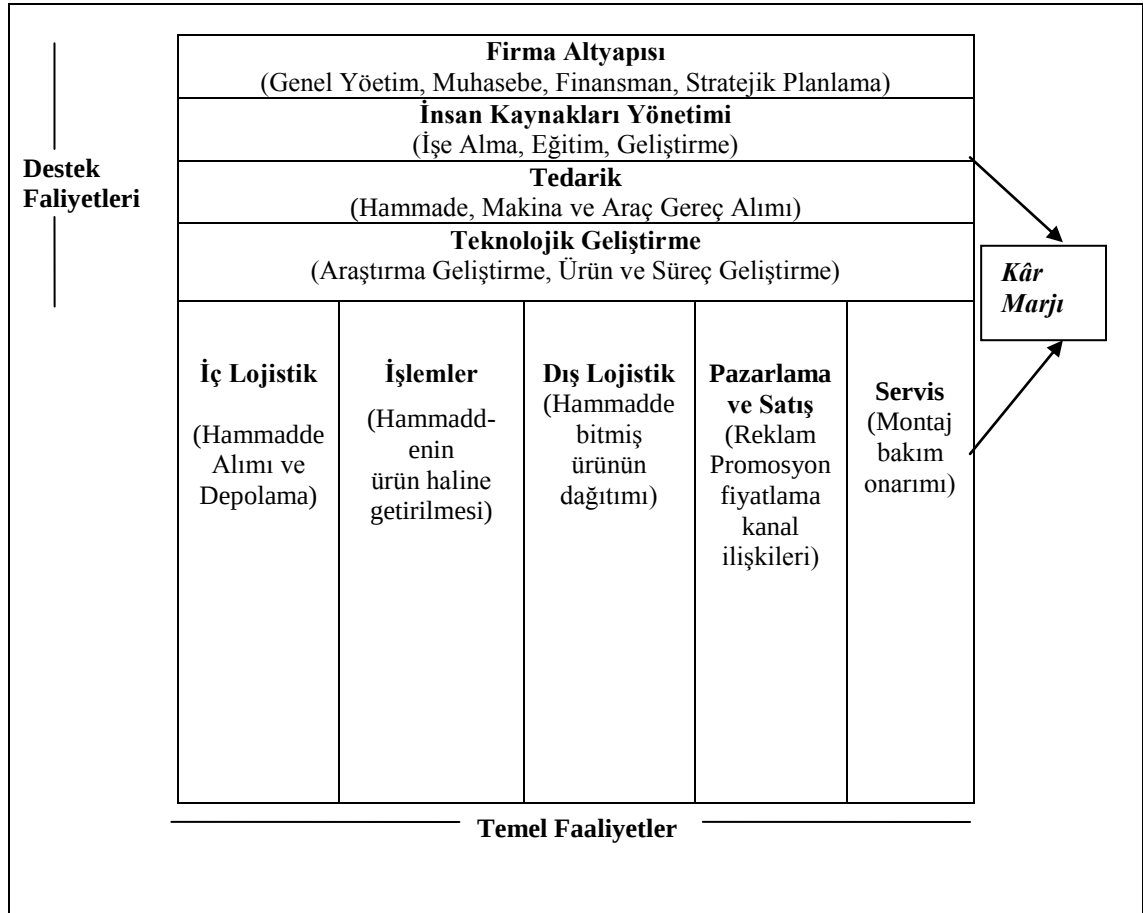
Kaynak: Porter, 1985, s.12.

2.3.1. Maliyet Liderliği Stratejisi

Maliyet liderliği stratejisini belirleyen ana tema, firmanın sektördeki rakiplerine göre en düşük maliyetli üretici ve dağıtıcı olmasıdır. Maliyet kaynaklarının yapısı çeşitlidir ve endüstrisine göre değişiklik gösterir. Bu yapılar ölçek ekonomileri, özel teknoloji, hammaddeye ve diğer faktörlere ayrıcalıklı erişim olarak sıralanabilir. Düşük maliyetli üretici maliyet avantajı için tüm kaynakları bulmak ve kullanmak zorundadır. Eğer bir firma toplam maliyet liderliği sağlayıp sürdürebiliyorsa, o zaman kendi sektöründe ortalamanın üzerinde bir performans sağlar (Porter, 1985). Porter (1980, s.36) göre Emerson Electric, Texas Instruments, Black and Decker, Du Pont ve Briggs and Stratton maliyet liderliği stratejisini başarılı şekilde uygulayan şirketlerdir.

Fiyat duyarlı pazarlarda, düşük maliyet stratejisi pozisyonu rekabet avantajı sağlar (Thompson ve Strickland, 1996). İlgili sektördeki diğer firmalarla kıyaslandığında maliyet liderliği stratejisinin oluşumu için firmaların inovasyon, üretim, satış, ürün dağıtım ve hızlı hizmet gibi alanları daha az girdi ve en düşük maliyetle gerçekleştirmeleri gerekir. Bu stratejiyi benimseyen firmalar değer zincirindeki her faaliyetin maliyetini en aza indirmeye çalışırlar (Thompson ve Strickland, 1996). Firmalar düşük maliyetler nedeniyle, ürettikleri ürünleri rakiplerine göre daha ucuz fiyatlandırarak pazar paylarını artırır. Porter'ın (1985) firmanın maliyet lideri

durumuna erişmesi için ne gibi çabalarda bulunması gerektiğine ilişkin açıklamaları Şekil 3’de gösterilmektedir.



Şekil 3. Organizasyon Yapısı ve Değer Zinciri

Kaynak: Porter, 1985, s.60.

Genel olarak, maliyet lideri olabilmek için firmaların en düşük maliyetli üretici ve/veya dağıtıcı olmaya yönelik politikalar geliştirmesi gerekir. Böylece, düşük maliyet lideri pazardaki rakiplere oranla daha düşük üretim veya dağıtım maliyetlerine sahip olduğundan dolayı rekabet avantajı kazanır.

2.3.2. Farklılaştırma Stratejisi

Farklılaştırma stratejisi, firmanın mal ve hizmetlerinde farklılaştırma olarak düşünülmektedir ve firmanın müşteriler tarafından bazı boyutlarıyla kendi sektöründe değerli bulunmasıdır. Firma, sektörde birçok müşteri için rakiplerinden farklı olarak önemli ve benzersiz sayılan birtakım özelliklerinden gelen konumlarıyla müşterinin

ödemeyi kabul ettiği daha yüksek bir fiyatı uygulayarak, sektör ortalaması üzerinde bir gelir elde etmeye çalışır. Farklılaştırma stratejisinin asıl hedefi, firmanın sunduğu ürün veya hizmeti farklılaştırarak, tüm sektörde müşterilerini benzersiz ve ayrıcalıklı kılmayı (Porter, 1985, s.14) ve müşteriye özel ürünün tarzlığını içerir (Akan, Allen, Helms ve Spralls, 2006). Wren'e (2007) göre firmanın ürettiği mal ve hizmeti daha yüksek fiyata sunabilmesi için gereken farklılaştırma stratejisi ürün kalitesi, gelişmiş performans, prestij, özellikler, hizmet yedekleme, teknoloji, garanti ya da marka imajına sahip olunarak sağlanır. Farklılaştırma, ürünün ayrıcalıklı teknik özelliklerinden, gösterişinden, dizayn farklılığından, güvenliğinden, kalite ve dayanıklılığından, ekstra müşteri hizmetlerinden veya işletmenin yıllardan beri oluşmuş olan üstün ve farklı ürün imajı yolu ile doğar (Hill ve Jones, 1989, s.130). Standart ürünlerden memnun olmayan müşteriler için, müşterilerin ihtiyaçlarını ve davranışlarını önemseyen farklılaştırma stratejisini benimseyen firmalar rekabet avantajı kazanır (Thompson ve Strickland, 1996). Porter (1980, s.37) "Caterpillar Traktörleri, yalnızca satıcı ağıyla ve mükemmel yedek parça hizmetleriyle değil, arıza süresi çok pahalı olan ağır ekipmanlar için hayati önem taşıyan, son derece yüksek kaliteli dayanıklı ürünleriyle de tanınır".

Aşağıda farklılaştırma stratejisinde takip edilmesi gereken adımlar sıralanmıştır (Porter, 1985, s.162-163):

1. Gerçek alıcının kim olduğunu belirleme
2. Alıcının değer zinciri ve firma üzerindeki etkisini belirleme
3. Alıcının sıralanan satın alma kriterlerini belirleme
4. Bir firmanın değer zinciri içerisindeki benzersiz mevcut ve potansiyel kaynaklarını değerlendirme
5. Farklılaştırmanın mevcut ve potansiyel kaynaklarının maliyetini belirleme
6. Alıcı için en önemli farklılığı belirleyerek gruplaşmış değerli aktivitelerin seçilmesi
7. Sürdürülebilir olabilmesi için farklılaştırma stratejisinin test edilmesi
8. Farklılaştırmanın seçilen formlarını etkilemeyen aktivitelerin maliyetini azaltma

Firmalar farklılaştırma stratejisi ile birlikte müşterileri için ayrıcalıklı özellik taşıyan firmalar olmaya çalışmakta, müşteriler tarafından oldukça önemli sayılan bazı özellikleri seçerek bunları gerçekleştirmeye çabalamaktadırlar. Farklılaştırma stratejisi, eğer gerçekleştirilebilirse, sektörde ortalamanın üstünde bir kazanç sağlar ve beş rekabet gücü ile başa çıkabilmek için firmalara sürdürülebilir bir pozisyon sağlar.

2.3.3. Odaklanma Stratejisi

Porter’ın jenerik stratejilerinden olan odaklanma firmanın, endüstrinin belli bir kesimine, pazardaki belli bir bölüme, belli bir tüketici grubuna, ürün grubuna ya da coğrafi bir alana düşük maliyet ya da farklılaştırma stratejisi ile yoğunlaşmasıdır (Porter, 1980). Odaklanma stratejisi diğer jenerik stratejilerden farklı olarak endüstri içinde, dar bir müşteri kapsamlı rekabet hedefine dayanmaktadır. Firmalar bu stratejiyi uygularken pazarın belli bir bölümünü seçer ve diğerlerini devre dışı bırakır. Örneğin; Porter (1980, s.39) “Illinois Tool Works, tokalar için belirli alıcı ihtiyaçlarına yönelik ürünler tasarlayabileceği ve geçiş maliyetleri oluşturabileceği uzmanlık ürünleri pazarına odaklanmıştır”.

Bu stratejiyi benimseyen firma endüstrinin tümünden ve potansiyel alıcılardan vazgeçerek daha çok rekabetin az olduğu belli bir segmente veya endüstrinin bir alt koluna odaklanır (Wren, 2007). Odaklanma stratejisinde, daraltılmış bir alt pazar ile birlikte pazara uygun mal ve hizmetler üretebilen varlık ve yeteneklere sahip firmalar rekabet avantajı kazanır. Odaklanmayı başaran bir firma sektör açısından ortalamanın üstünde bir kazanç sağlar. Odaklanmış stratejiler, sektörde rekabete etki eden beş faktör gücüne karşı firma açısından kalkan görevi görür.

Odaklanma stratejisi, farklılaştırma veya maliyet liderliğini ya da her iki stratejiyi birlikte gerçekleştirebilir.

2.3.3.1. Odaklanmış Maliyet Liderliği Stratejisi

Firmanın odaklanma stratejisi, firmanın düşük maliyetle dar müşteri kesimine odaklanmasıdır. Diğer bir deyişle firmanın belli bir müşteri grubuna odaklanmış olarak, maliyet liderliği stratejisini uygulamasıdır. Bu stratejiyi benimseyen firma, kendisine seçmiş olduğu pazarda maliyetlerini en aza indirerek rakiplerine karşı rekabet avantajı kazanır.

2.3.3.2. Odaklanmış Farklılaştırma Stratejisi

Odaklanmış farklılaştırma stratejisi firmanın odaklanma stratejisinde, farklılaştırma ile dar bir pazar kesimine veya belli bir bölgeye odaklanmasıdır. Seçilen odakta rekabet avantajı kazanabilmek için firmanın, müşterilerin olağanın üstünde olan

ihtiyaçlarını karşılama ve rakiplerinin sunamadığı üstün ayrıcalıkları müşterine sunabilme yeteneğine sahip olmalıdır.

OECD'ye göre bölgesel rekabet edebilirlik; firma ve ulusal ekonomi düzeyindeki iki kavramdan yola çıkarak, firmaların, endüstrilerin, bölgelerin, ülkelerin veya ülke birliklerinin uluslararası rekabete açık iken, sürdürülebilir ve göreceli olarak yüksek faktör geliri ve faktör istihdam seviyesi yaratabilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (OECD, 1997, s.35). Ülkeler, ulusal büyümenin dinamikleri olan bölgelerin ve özellikle de kentlerin, rekabet edebilirlik düzeylerini geliştirmeye çalışmakta ve geri kalmış bölgelerin etrafındaki negatif çemberleri kırarak, ülke genelinde etkin üretim ilişkilerini temel alan etkin bir mekânsal organizasyonun kurulması için müdahalelerde bulunmaktadır. Bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarının geleneksel yollarla azaltılması yerine, her bir bölgenin ihtiyaçlarını, güçlü yanlarını ve önceliklerini dikkate alan ve bölgelerin tamamının rekabet edebilirliğinin artırılmasını hedefleyen yeni bir yaklaşıma geçiş yaşanmaktadır.

Bölgesel rekabet edebilirlik konusu başta OECD ve Avrupa Birliği olmak üzere birçok kuruluşun ve ülkenin en önemli gündem maddelerinden biri haline getirilmiştir. Ayrıca, ulusal politikalar ve yatırım tercihleri ulusal ekonominin büyümesini ve kapasitesini büyük oranda etkilemesine rağmen, rekabet edebilirliğin en önemli unsurlarının ulusal düzeyde olmadığı, bir bölge ekonomisinin neden başarılı olduğu araştırıldığında, bunda ulusal politika ve koşulların etkisinin sınırlı olduğu, yüksek beceriye sahip rekabetçi kuruluşların bulunduğu bölge düzeyinin daha önemli bir hale geldiği ileri sürülmektedir (Porter, 2003, s.571).

2.4. Yığılma Ekonomileri

Yığılma ekonomileri kavramı oldukça eski sayılabilecek bir geçmişe sahip olup, yığılma ekonomilerinin yararları üzerine akademisyenler, ekonomistler ve iş dünyası temsilcileri tarafından uzun süredir yapılan tartışmalar mevcuttur. Yığılma ekonomileri, birey ve firmaların dolayısıyla ekonomik faaliyetlerin belirli bir coğrafî alanda toplanması ile ortaya çıkan etkiler olarak tanımlanmaktadır (Nakamura, 1985, s.108). Başka bir ifade ile, ekonomik etkinliklerin belirli bir coğrafî bölgede toplanması ve bunun sonucunda maliyetlerde azalma etkilerine *yığılma ekonomileri* denir. Yığılma ekonomileri ile ilgili, kendisinden sonra da yazına da ciddi katkılar sunan ilk özgün

çalışma Alfred Marshall tarafından sanayi bölgeleri üzerinde yapılan incelemeleri içeren 1890 tarihli “Ekonominin İlkeleri” (Principles of Economics) adlı eserdir. Fakat Marshall yığılma ekonomileri kavramı yerine yerelleşme ekonomileri kavramını kullanmıştır.

Alfred Marshall tekstil ve hazır giyim imalatı sektörlerinin İngiltere’de Lancashire ve çevresinde kümелendiğine tanık olunca “Endüstrilerin, belirgin coğrafik bölgelerde ve üretimle ilgili alanlarda uzmanlaşmış münferit şehirlerde kümелendiğini” açıkladı. Marshall *öğrenme, yenilikçilik ve ihtisaslaşmış uzmanlaşmayı* “dışsal ekonomi”lerin dinamikleri olarak vurguluyor ve bu dinamikleri firmaların neden birbirlerine yakın yerleşerek daha verimli hale geldikleriyle ilişkilendiriyor. Marshall “lokalize dışsal ekonomileri” (localized external economies) bilginin yayılması, ihtisaslaşmış işgücü becerileri ve bağımlılıklar veya yerel pazarlardaki bağlantılar olarak tanımlıyor. Marshall’ın yukarıda bahsedilen klasik eseri sanayi faaliyetlerinin coğrafi kümelenmesinde en etkili çalışmalardan biridir. Marshall belli bölgelerdeki belli sanayilerin coğrafik olarak yığılmalarını incelemiştir ve Marshall’ın İngiliz sanayi bölgeleri araştırması firmaların sınırlı alanlarda yığılmalarının araştırılması hususunda daha sonra yapılan çalışmalara esin kaynağı olmuştur.

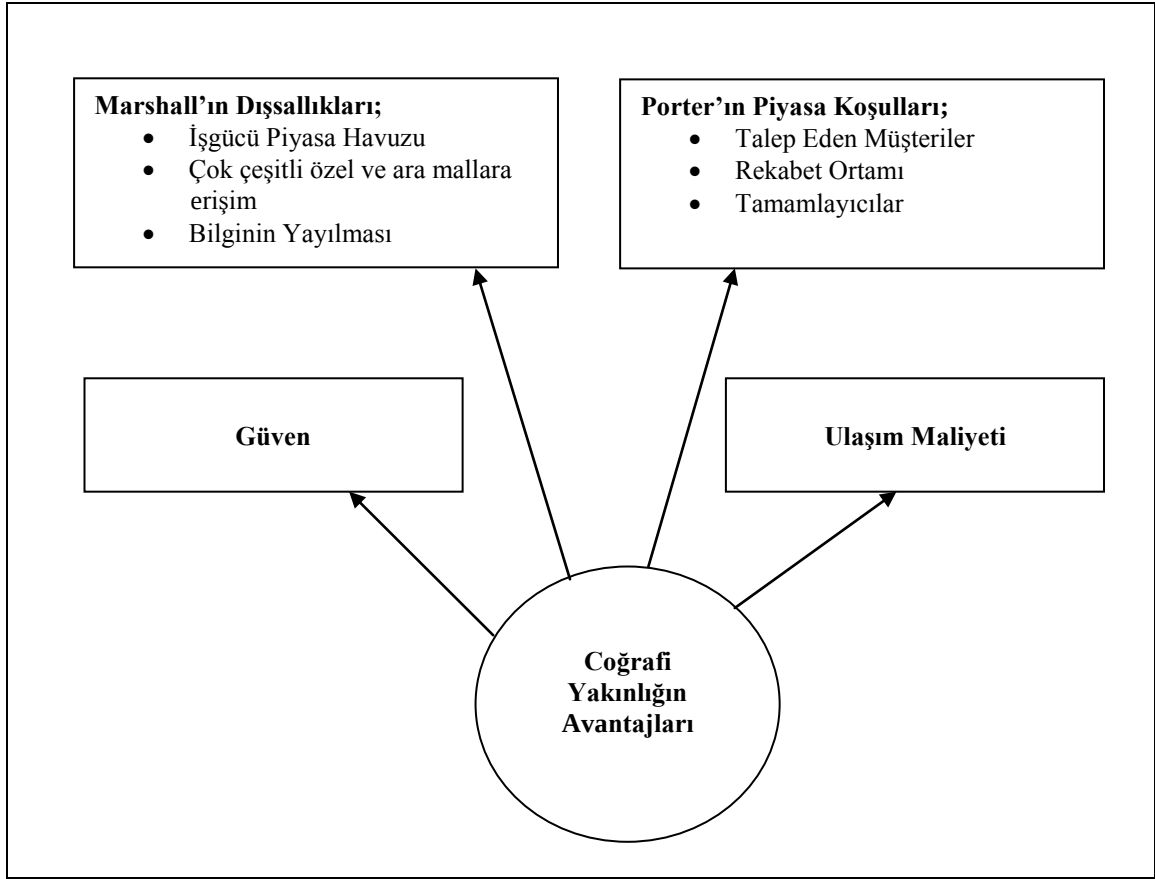
Yığılma ekonomilerinin kaçınılmaz sonucu olarak 1990’lı yıllarda diğerlerinin yanı sıra California’da Silikon Vadisi ve Boston’da Rota (Route)-128 bilişim kümeleri ortaya çıktı ve bunların başarısı, mekânsal önemi Thompson’a göre çevre unsurlarının göstereceği özellikler, organizasyonun yapı ve işleyişini etkileyen önemli bir faktördür.

2.5. Yerelleşme Ekonomileri

1980’li yılların başından bu yana özellikle neo-liberal ideolojiye ve küreselleşme sürecine uygun olarak, ekonomik coğrafya alanı ve ilgili alanlardaki önemli çalışmalar dalgalanmalara neden olup; önceki *yerelleşme* çalışmalarını genişletti ve seçilmiş bölgelerin ulusal kalkınma üzerinde güçlü bir itme etkisi uygulama yeteneğine sahip olduğunu vurguladı. Yerelleşme ekonomileri aynı alanda yerleşmiş aynı endüstriye dâhil olan firmaların oluşturduğu yığılma ekonomileridir. Yavan (2006, s.134) yerelleşme ekonomilerini, aynı sektörde faaliyet gösteren firmaların belirli bir coğrafi konumda toplanmaları sonucu oluşacak dışsallıklar yoluyla elde edilen faydaları ve avantajları içeren ekonomiler olarak tanımlamaktadır. Mekânsal yakınlığın maliyet azaltıcı dışsal etkisi, firmaları belli alanlarda kümelenmeye teşvik etmektedir. Son

yıllarda yerelleşme ekonomilerinin önemi üzerine, farklı alanlarda oldukça fazla sayıda çalışma yapılmıştır.

Bununla birlikte, rekabet stratejileri gurusu Michael Porter, Marshall'ın ilk defa 1890'da kullandığı "lokalize dışsal ekonomiler" (localized external economies) kavramını 1998 tarihli Harvard Business Review makalesinde detayları ile yeniden tanımladı ve kümelenme kavramını günümüzün popüler konusu haline getirdi. Porter'ın, 1990 yılında "Ulusların Rekabet Üstünlüğü" The Competitive Advantage of Nations isimli eserinde kullandığı kümelenme kavramı artık, ulusal ve uluslararası ölçekte kullanılan en etkin ve yaygın bölgesel kalkınma politikalarından biridir. Porter'a (1995;1998b) göre bölgesel, yerel ve sektörel rekabet gücünü artırıcı aynı zamanda da bir kalkınma modeli olarak görünen kümelenme; karşılıklı bağımlı tedarikçiler içeren firmaların, bilgi üreten kurumların (üniversiteler, araştırma kurumları vs.), destekleyici kurumların, müşterilerin, yerel yönetimlerin, sektörel sivil toplum kuruluşlarının ve sektörü destekleyen ilgili kamu kurumlarının yoğunlaşmaları olarak tanımlanmaktadır. Porter'ın kümelenmesi ile Marshall'ın lokalize dışsal ekonomilerinin temelinde firmaların bağlantıları ve coğrafi yakınlıkları yatmaktadır ve **Şekil 4**'de coğrafi yakınlığın avantajları sayılmaktadır.



Şekil 4. Coğrafi Yakınlığın Avantajları

Kaynak: Lublinksi 2002, s. 28 Alsac (2010) tarafından uyarlanmıştır.

2.6. Yerleşim Kuramı

Yerleşim kuramı; firmaların niçin belli alanlarda yığılma güçleri olduğunu ve niçin belli bölge ve kentlerde toplandıklarını inceleyen alansal ekonominin kurucusu kabul edilen J. H. Von Thünen tarafından geliştirilen ve bölgesel iktisadın temelini oluşturan tarımsal yerleşimin anlatıldığı kuramdır. Yerleşim teorisinin en önemli ismi olan Thünen uzaklık ve alanın rollerini “mekân” boyutuyla aydınlatan coğrafi bir model ortaya koymuştur. Von Thünen, bölgelerin canlanmasında taşıma maliyetleri ve dışsallıkların öneminden bahsetmektedir. Alfred Weber'in, “Endüstrilerin Yerleşim Teorisi” (1929) adlı kitabı yerleşim kuramının ekonominin özel bir alanı olarak algılanmasında önemli bir adımdır. Weber (1929) Marshall'ın öncü fikirlerini daha ileriye taşıyarak önemli bir kilometre taşı olan yerleşim kuramına yoğunlaşmış ve daha düşük üretim ve taşıma maliyetlerinin, belli yerlere yığılmayla mümkün olacağına vurgu yapmıştır. Coğrafi yoğunlaşmayla ilgili olarak, Marshall'dan (1890) sonra da birçok araştırmacı bölgelerin önemli bir özelliği olan coğrafi yakınlığa ilgi gösterdiler

(Pyke, Becattini ve Spengenberger, 1990; Becattini,1991a, b; Asheim, 1994, 2000; Van Dijk, 1994; Begg, 1999, Krugman, 1991, 2002; Porter, 1998a, b, 2000a, b, 2001, 2003). Yerleşim kuramı, ekonomik faaliyetlerin coğrafi konumu ile ilgili olarak, ekonomik coğrafya, bölgesel bilim ve mekânsal ekonominin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Firmalar kârlarını maksimize edecek yerleri seçerler ve yerleşim kuramı, ekonomik faaliyetlerin nerede ve niçin bulunduğuna vurgu yapar.

Coğrafi yığılmadaki yerleştirilmiş ölçek ekonomilerinin iktisat tarihindeki yeri Adam Smith'in işgücü uzmanlaşmasındaki ilk gözlemlerine ve Marshall'ın (1890) firmaların neden aynı bölgede lokalize olmaya devam etmelerini sorgulamasına dayanmaktadır. Marshall, bir yerde faaliyet gösteren firmaların neden birbirine yakın yerleşerek daha verimli olduklarına ilişkin üç sebep ortaya koymuştur. Bunlar, iş gücü havuzu, ihtisaslaşmış tedarikçiler ve bilginin yayılması olarak bilenen *Marshall'ın Dışsallıkları*dır (Cortright, 2006, s.8). Öncelikle, Marshall'a göre firmaların bir yerde yoğunlaşmalarıyla ortak özelliklere sahip yetenekli uzman iş gücü havuzunun oluşturulması ve geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu firmaların coğrafi yakınlık içinde lokalize olmalarının tedarikçiler için iyi bir pazar oluşturduğu ve onların ihtisaslaşma için ihtiyaç duydukları ölçeği sağladığı belirtilmektedir. Bölgedeki uzmanlaşmış tedarikçiler ve artan ihtisaslaşma girdi fiyatlarını düşürmekte ve verimliliği artırmaktadır. Son olarak, Marshall'ın bilginin yayılması olarak ifade ettiği durumla, firmalar coğrafi yakınlığı kullanarak bilgi ve fikir akışında bulunmaktalar ve inovasyon süreçlerinin temellerini atmaktadırlar.

2.7. Yeni Kuramsal Kuram

Yeni kuramsal kuramın ortaya attığı görüş, örgütlerin kaynak, kararlılık, meşruiyet ve süreklilik gibi olguları kazanmak ve dış çevrelerindeki toplumsal kurumların kurallarına ve ihtiyaçlarına adapte olmak için refleksler geliştirdikleri ve kümелendiği yönündedir (DiMaggio ve Powell, 1983, Meyer ve Rowan, 1977). Meyer ve Rowan (1977) örgüt kuramının en önemli konularından biri olarak görünen rasyonel örgüt yapılarının oluşumunda, dikkatleri örgütlerin içinde yerleşik oldukları kurumsal çevreye çekerler.

Örgütlerin kurumsal çevreler içinde yerleşik olduğu fikri ciddi bir şekilde ilk olarak yeni kurumsal kuram tarafından dile getirilmiştir. Diğer bir deyişle yeni kuramsal kuram, dışsal kurumsal faktörler tarafından belirlenen bir süreç olarak görülmüş ve

örgütlerin dışsal belirsizliklerle baş edebilmek üzere çevrenin kurumsal yapısıyla uyumlu hale gelmelerinin sonucu olarak değerlendirilmiştir (Shulock, 1998). Her örgüt dış kurumsal çevrenin paylaştığı yapıları, sistemleri ve uygulamaları bir bağlamda kendi kurumsal çevresiyle bağdaştırarak diğer örgütlerle paylaşım içersine girer (Granovetter, 1985). Örgütler çevresiyle etkileşen, sınırlı aktörler olarak görülmek yerine çevrede yerleşik aktörler olarak görülmektedir. Bu yerleşikliğin, örgütsel yapı ve kimliklerle rutin faaliyetleri belirleyici olabileceği kabul edilmektedir (Meyer, 1994, s.32).

2.8. Ağ Kuramı

Ağ kuramı, bireylerin, grupların ve örgütlerin birbirleri ile ilişkilendirilecek nedenler aralığını inceler. Ağ, belirli bir amacı olan ve sözleşmeli bir yapı içerisinde birbirleriyle bağlantılı olan sınırlı sayıdaki bir grup işletmedir (Piore ve Sabel, 1984). Gelsing (1992) tarafından yapılan ayrıma göre, ticaret ağyapıları ticari mal ve hizmet üreticileri arasında bağlantı sağlayan; bilgi ağyapıları ise bilgi akışı ve mal akışına bağlı olmayan ve bilginin değişimi üzerine odaklanan ağyapılar olarak tanımlanmaktadır. Ağyapılar; yeni pazarlar, ortak ürün geliştirme, ortak üretim veya ortak pazarlama gibi belirli paylaşılmış hedeflere ulaşmak için bir araya gelen bir dereceye kadar küçük işletme grupları ve üyelik aidatından öte kazanç ve kaynakların paylaşımını sağlayan resmi bir anlaşma gerektiren yapılardır (Rosenfeld, 2001).

Lynch, Halcro, Johns ve Buick, (2000) diğer araştırmacıların ağ kuramının faydaları üzerine yaptıkları araştırmaları özetleyerek, örgütlerin “öğrenme ve değişim”, “topluluk” ve “ticari faaliyetler” faktörlerine dayalı olarak uzun dönemli avantajlar sağladıklarını ortaya atmaktadırlar. Bu faktörler ağ üyelerinin bulundukları topluluk içinde uzun dönemli sürdürebilir ticari çıkarlar kurduklarını ve ticari çıkarları geliştirdiklerini ifade etmektedir. Ağ içindeki yakınlık, firmaların düzenli olarak uzun dönemli sosyal etkileşimde bulunmalarını ve aralarında güvenin ve işbirliğinin artmasını sağlamaktadır.

Ağlar, belirli bir coğrafi konumda istikrarlı ve yüksek performanslı bölgesel kümelerin oluşumunda ve gelişiminde önemli roller üstlenmektedir. Firmaların içinde bulundukları ağ ile birlikte önemli kaynak ve bilgi erişimine ulaştıkları ifade edilebilir (Uzzi, 1996). Ağların bu açıdan bakıldığında, coğrafi yakınlık ile birlikte firmalara kazandırdıkları en büyük avantaj bilgi erişimi ve yaratma olarak karşımıza çıkmaktadır.

Powell ve arkadaşları (1999) biyoteknoloji firmalarının performansında, içinde bulundukları ağın önemli ve yararlı etkileri olduğundan söz etmişlerdir.

Ağ kuramı kapsamında, ağların bilgi transferi yoluyla yenilik difüzyonunu kolaylaştırdığı ve geliştirdiği yazında kabul görmüştür (Ahuja, 2000; Tsai, 2001; Kraatz, 1998). Bilginin hızlı bir şekilde yayılması ve ağ üyeleri arasında etkili iletişim bağlantılarının kurulmasıyla birlikte ağ üyeleri arasında yenilik yapma önemli bir kaynak haline gelmiştir. Ağ üyeleri arasındaki güçlü bağlantıları ve sürekli etkileşimi sayesinde Toyota'da bir dizi yenilikler ortaya çıkarılmış, maliyetler azaltılmış ve pazar ortalamasının üzerinde zaman tasarrufu sağlamıştır (Dyer ve Nobeoka, 2000).

2.9. Merkezi Yerler Kuramı

Alman coğrafya bilgini Walter Christaller'ın 1933'de Von Thünen modelini geliştirerek ortaya çıkardığı Merkezi Yerler Kuramı; kentlerin, çevrelerinin ve kuruldukları yerlerin birbirini tamamladığını ve karşılıklı olarak birbirine bağlı olduğunu kabul etmektedir. Christaller ve Lösch'ün ayrı ayrı ortaya koydukları merkezi yerler kuramı iktisadi coğrafyanın gelişimi, ekonomik faaliyetlerin ve faktörlerin yığılmasına ilişkin önemli bir kuram sayılmaktadır. Merkezi Yerler Kuramı, pazar alanını mekânsal bağlamda açıklayan bir kuramdır ve geleneksel olarak, çoğu hizmetlerin neden yerel ve yurt içinde temin edildiğini açıklamaya çalışır (Christaller 1966; Lösch 1954). Merkezi yerler kuramı, ulaşım maliyetlerinin üreticileri iç içe geçmiş pazar alanlarında kümelenmeye yönelttiğini savunuyor.

Bir kentin ya da kasabanın, bir bölgenin odak merkezi haline gelmesi durumu teorik olarak Christaller'ın Merkezi Yerler kuramında yer alan klasik bir bakış açısıyla formüle edilmiştir. Bu kurama göre, bir kentin sunduğu mal ve hizmetlerin belli süreler içindeki niceliği ile onun uzamsal piyasa etkisi, nüfus yoğunluğu ve bu nüfusun talep gücü arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Christaller ve Lösch tarafından geliştirilen Merkezi Yerler Teorisi, bir ülkedeki kentsel sistemin sunulan mal ve hizmetler açısından fonksiyonel bir hiyerarşik yapı şeklinde büyüyeceğini öngörür.

2.10. Kümelenme Kuramı

Kümelenme konusunda çok sayıda araştırma yapılmasına rağmen, kümelenme ile ilgili net bir tanıma ulaşılmadığı görülmektedir. Ekonomik üstünlük için işbirliği ve dayanışma içinde olan işletmelerin coğrafi olarak kümelenme fikri yeni değildir ve bu

tip endüstri bölgelerinin 19. yy'da var olduğu bilinmektedir (Piore ve Sabel, 1984). Mekânsal olarak bir araya gelmiş endüstrilerin önemi ve yararları, kümelenme teorisinin düşünsel öncülerinden olan Marshall tarafından 1890'da Ekonominin İlkeleri kitabının özel sanayi bölgelerinin dışsallıkları hakkındaki bölümünde ortaya atılmıştır.

Kümelenme ile ilgili sayısız tanım olmasına rağmen, ağırlıklı olarak Porter'ın tanımı kullanılmaktadır. Kümelenme yaklaşımını akademik anlamda ilk ele alan ve sonra dünyada popülerlik kazanmasına ciddi katkılar sunan Michael Porter kümelenmeyi şu şekilde tanımlamaktadır: "Kümelenme birbiriyle bağlantılı olan işletmelerin ve kurumların belirli yerlerde coğrafi olarak yoğunlaşmalarıdır. Kümelenmeler, rekabet açısından önemli olan birbiriyle bağlantılı endüstrileri ve diğer kurumları içine alır. Bunlar bileşen, makine ve hizmet sağlayan ihtisaslaşmış tedarikçileri ve ihtisaslaşmış altyapı sağlayıcıları kapsar. Kümelenmeler genelde dikey olarak tedarik kanallarını ve müşterileri, yatay olarak tamamlayıcı ürünler üretenleri ve yetenekler, teknoloji veya ortak girdi kullanımı yönünden ilgili olan sanayilerdeki işletmeleri kapsayacak şekilde genişler. Son olarak, kümelenmeler kamu kurumlarını ve üniversiteleri, standart belirleyici ajansları ve danışmanları, mesleki eğitim kurumlarını ve sendikalar gibi ihtisaslaşmış eğitim, öğretim, araştırma, bilgi ve teknik destek sağlayan diğer kurumları kapsar." (Porter, 1998b, s.78).

BÖLÜM 3

KÜMELENME, REKABETÇİLİK VE KENT REKABETÇİLİĞİ

3.1. Kümelenme Kavramına Genel Bir Bakış

İngilizcede “cluster” olarak kullanılan kelime, Türkiye’de yapılan ilgili araştırmalarda karşımıza küme ya da kümelenme olarak çıkmaktadır. Küme, Türk Dil Kurumu Sözlüğünde karşımıza “birbirine benzer veya aynı cinsten olan şeylerin oluşturduğu bütün, takım, öbek, grup” olarak çıkmaktadır. Türkiye’de “cluster” alanında en kapsamlı ve etkin araştırmaları yapan ve 1999’da yazın’ın gurusu Michael Porter’la çalışmaya başlayan Melih Bulu ve İsmail Hakkı Eraslan çalışmalarında kümelenme kavramını kullanmışlardır. Kümelenme, küme oluşumuna yönelik bir politika olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada *cluster* kelimesinin karşılığı olarak *kümelenme* kullanılacaktır.

Kümelenme kavramı yeni değildir ve tartışma konusu olmaya devam ederken, genel bir kümelenme modeline dayalı ulusal, bölgesel ve kentsel programlar ve politikalar üretilmeye devam etmektedir. Kümelenme özellikle küreselleşmenin etkisi ile ekonomik kalkınma ve rekabetçilikle birlikte son yirmi yılda aktif hale gelmiştir. Son dönemde uluslararası ve ulusal ölçekte yapılan en etkin ve yaygın sektörel ve bölgesel kalkınma planlarında da kullanılmaktadır.

Porter ile birlikte 1998 yılından sonra dünyada hızla popüler hale gelmiş kümelenme yaklaşımının kökeni 19. yy’da Marshall’ın endüstri bölgelerinde var olan yerleşme ekonomilerine ilişkin yığılma modeline dayanmaktadır (Piore ve Sabel, 1984). Önceki bölümde de bahsettildiği gibi Alfred Marshall 1890 yılında yayınladığı ve kümelenme yazınına ciddi katkı sağlayan “Ekonominin İlkeleri” (Principles of Economics) adlı çalışmasında kümelenmenin temelini oluşturan ve birbirine oldukça yakın görünen sanayi bölgelerini (Industrial District) “birbiriyle bağlantılı sanayiler zaman içerisinde istikrarlı bir şekilde yerelde yoğunlaşmış ilişkilerden oluşur” şeklinde tanımlıyor. Kümelenme ve sanayi bölgelerinin temel özellikleri coğrafi yakınlık ve firmalar arası ilişki ağlarıdır. Marshall’ın çalışması benzer işletmelerin belli bir yer yığılmaları ile birlikte ortak işgücünün bu bölgeye çekileceğini, bölgede ihtisaslaşmanın

oluşacağını, işletmeler arası bilgi paylaşımının artacağını ve inovasyon süreçlerinin geliştirileceğini ifade etmiştir. Marshall'ın çalışması 1970'li yıllarda kuzeydoğu İtalya'da ortaya çıkan yeni sanayi bölgeleri ile tekrar gündeme taşınmıştır. “Bu bölgeler, yoğunlukla geleneksel sektörlerde faaliyet gösteren küçük işletmeleri barındırmasına rağmen kaydettikleri hızlı büyüme, küresel piyasalardan pay alma ve sağladıkları istihdam nedenleri ile yeni sanayi bölgeleri adıyla anılmaya başlamıştır” (Alsaç, 2010, s.11). Kümelenmenin bir kökü de 19. Yüzyılın başlarında geliştirilen ulusal ve bölgesel uzmanlaşmaya yönelik olan Ricardo'nun “Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi'ne” dayanmaktadır. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi: bir ülkenin bir mal ya da hizmeti öteki mal ve hizmetlere göre daha düşük maliyetle üretebilmesidir. Ricardo'ya göre eğer bir ülke diğer ürünlerden daha fazla verim aldığı bir ürünün üretiminde belli bir yerde uzmanlaşırsa, bu alanda daha verimli ve rekabetçi bir pozisyonu yakalar.

Kümelenme tanımı içinde kullanılan en önemli kavram “işletmelerin coğrafi yakınlık ve karşılıklı bağımlılıktan gelen yoğunlaşmasıyla birlikte oluşan sinerjidir” (Rosenfield, 1997, s.4). Hill ve Brennan (2000, s.66) kümelenmeyi, “diğer endüstrilerle yakın alış-satış ilişkisi olan, ortak teknolojiyi kullanan ya da uzmanlaşmış bir işgücü havuzunu paylaşan benzer endüstrideki rekabetçi işletmeler veya kuruluşların coğrafi toplanması” olarak tanımlamışlardır. Birleşmiş Miletler Sınaî Kalkınma Teşkilatı (UNIDO) kümelenmeyi: “birbiri ile ilişkili veya birbirlerinin tamamlayıcısı olan ürünleri üreten ve satan kuruluşların sektörel ve coğrafi temelde yoğunlaşmaları” şeklinde tanımlamaktadır.” Roelandt ve Hertog (1999, s.9) kümelenmeyi: “bir değer katma zincirinde birbiriyle güçlü bir şekilde karşılıklı bağımlı işletmelerin üretim ağı” olarak görmüşlerdir. Swann (1998, s.1) “Coğrafi ve teknolojik anlamda kümelenme, belirli bir yerde ilgili sanayilerdeki büyük firma grubudur” derken; bir başkası: “Ekonomik kümeler sadece ilgili ve birbirine destek olan endüstriler değil, daha ziyade birbiriyle ilişkilerinden dolayı daha rekabetçi olan, ilgili ve birbirine destek olan kuruluşlardır” şeklinde kümelenmeyi tanımlamaktadır (Feser, 1998, s.26). Enright: (1996, s.1) “Bölgesel küme, üye firmalarının birbirine yakın olduğu sınaî kümedir”. Crouch ve Farell ise: (2001, s.163) “Genel anlamıyla kümelenme; benzer faaliyetler yürüten firmaların, belirli bir alanda herhangi bir zorunluluk olmaksızın, birbirine yakın kurulma eğilimidir” demektedir. Morosini (2004) kümeleri: “belli bir coğrafi bölgede yakın mesafeye yerleşmiş olan sosyal topluluk üyeleri ve ekonomik birimlerin bir topluluğu tarafından karakterize edilen sosyo-ekonomik bir varlık” olarak tanımlamıştır.

Swann ve Prevezer: (1996, s. 139) “kümeler bir sanayi içersinde belirli bir coğrafi alanda kurulmuş işletme gruplarıdır” demiştir. Bir başka tanıma göre ise: “Belli bir pazar alanında, rekabet ve işbirliğine dayalı iş büyümelerine yönelik paylaşılan, kalkınma vizyonuna sahip yerleşmiş girişimci destek alt yapısını içeren dikey ve yatay ilişkilerde yer alan coğrafi olarak yakın işletmeler bir kümedir (Cooke, 2001). Diğer kümelenme tanımları da bu listeye eklenebilir: “Kümelenme, işletmelerin sektörel ve coğrafi yoğunlaşması ile ilk olarak dışsal ekonomilerin (hammadde ve bileşenlerin uzmanlaşmış tedarikçileri veya sektörde özel beceri havuzu gelişimi) gelişmesini ve ikinci olarak da teknik, idari ve mali konularda uzmanlaşmış hizmetlerin yükselişini destekler” (OECD, 1999, s.270). “Kümelenme, piyasa içi ve dışındaki sistemde bağlantıları olan işletmelerin ve kurumların rekabet, işbirliği ve birbirine bağlı konstrasyonudur” (DTI, 1998, s.22). “Kümelenme, bir ürün veya bir dizi benzer üretim zincirleri konsantrasyonu olup bağlantılı kurumlarla birlikte bu konstrasyonların rekabet gücünü etkiler” (Redman, 1994). “Kümeler, önemli bir ekonomik birimi oluşturan birbirine bağlı işletmelerin grupları” olarak tanımlanır (Uzzi 1997). Voyer’e (1997) göre kümelenme; “Bir ya da birden fazla endüstriyel sektörde olan imalatçıları, tedarikçileri ve hizmet sağlayıcıları barındıran işletmelerin bölgesel olarak biraraya gelmesidir.” Yazında sanayi kümelerinin tanımlamasında önemli olan iki kriteri belirlemektedir: Ekonomik faaliyetler doğal mekansal olarak konsantrasyonlu olmalı ve ekonomik etkenler arasında belirli düzeyde etkileşim olmalı (Braunerhjelm ve Carlsson, 1999).

“Kümelenme birbiriyle bağlantılı olan işletmelerin ve kurumların belirli yerlerde coğrafi olarak yoğunlaşmalarıdır. Kümelenmeler, rekabet açısından önemli olan birbiriyle bağlantılı endüstrileri ve diğer kurumları içine alır. Bunlar bileşen, makine ve hizmet sağlayan ihtisaslaşmış tedarikçileri ve ihtisaslaşmış altyapı sağlayıcıları kapsar. Kümelenmeler genelde dikey olarak tedarik kanallarını ve müşterileri; yatay olarak da tamamlayıcı ürünler üretenleri ve yetenekler, teknoloji veya ortak girdi kullanımı yönünden ilgili olan sanayilerdeki işletmeleri kapsayacak şekilde genişler. Son olarak, kümelenmeler kamu kurumlarını ve üniversiteleri, standart belirleyici ajansları ve danışmanları, mesleki eğitim kurumlarını ve sendikalar gibi ihtisaslaşmış eğitim, öğretim, araştırma, bilgi ve teknik destek sağlayan diğer kurumları kapsar.” (Porter, 1998b, s.78).

Kümeler, teknolojik bölgeler, yenilikçi çevre, öğrenen bölgeler ve bölgesel yenilik sistemleri gibi yeni kavramlar, endüstriyel kalkınma ve bölgesel ekonomiler ile ilgili yeni geliştirilmiş olan teorik ve ampirik yapıları tanımlamaktadır (Doloreux, 2002). Cortright (2006) kümelenmeyi bölgesel bilim (endüstriyel organizasyonun kültür üzerindeki etkisi), şehircilik (şehircilik kavramının yenilik üzerinde çeşitlilik sağlaması) ve ekonomik kalkınma (yerel küçük firmaların desteklenmesi) ile ilişkilendirmiştir.

Kümeler, belirli bir coğrafi bölgede yoğunlaşan, oluşan yakınlık nedeniyle rekabetçi bir üstünlük elde eden, bulundukları konum nedeniyle ihtisaslaşmış tedarikçi ve alıcı (pazarlama) avantajları bulunan, bölgedeki fiziksel imkânlar, eğitim ve araştırma imkânları, finansal kurumlar ve işgücü avantajları ile desteklenen birbiriyle ilişkili endüstri dallarındaki firmaların oluşturduğu bir ilişki sistemi olarak tanımlanmaktadır (Blakely ve Bradshaw, 2002).

3.2. Kümelenmenin Genel Özellikleri

Yazın'ın ve Porter'ın kümelenme tanımlarında ortak olarak karşımıza çıkan iki temel özellikten birincisi kümedeki firmaların coğrafi yoğunlaşmaları ve yakınlıkları, ikincisi kümede birbirine yakın olan firmaların birbirine bağlı ve/veya ilişkili olmalarıdır. Bu iki temel özelliğe ilk defa Marshall'ın yerelleşme ekonomilerine ilişkin çalışmasında rastlanmaktadır. Bekar ve Lipsey (2001), Yazın'daki küme tanımlamalarının çoğunda rastlanan genel özellikleri özetlemişlerdir. Birincisi genel karakter, yani bazısı kent alanlarını ve bölgelerini ve hatta bazen ulusal sınırları aşan ölçekte olan şehrsel yığınlaşmaların formundan alınan ve çoğu kümelerde görülen coğrafi unsurdur. İkincisi, küme karakteristiği, yani kendi aralarında ve diğer kuruluşlarla (yerel üniversiteler, devlet araştırma laboratuvarları ve teknoloji ve iş alt yapısı desteği sunan diğer birimler gibi) güçlü biçimsel ve biçimsel olmayan ilişkilere sahip işletmelerin toplulukları olmasıdır. Üçüncü özellik olarak ise, kümelerin büyük ölçekli olması ile kritik ara girdiler için kendi talebini karşılayabilme kabiliyeti belirtilmiştir.

Coğrafi kapsam olarak bir ulusa, bölgeye veya kente yayılan kümelenmenin temel özelliklerinden biri de aynı sektörde ve bölgede bulunan işletmelerin aynı değer zincirinde faaliyet göstermeleridir. Kümelenme bir coğrafi alandaki rekabet avantajının coğrafi konumsal yansıması olarak Asheim, Cooke ve Martin (2000, s.10) tarafından açıklanmıştır. Küme içerisindeki firmaların dışında kalanlara oranla rekabet avantajına sahip oldukları gözlenmiştir. Henderson (1986) endüstrinin coğrafi konumunun

verimliliği artırdığına yönelik önemli vurgular yapmıştır. Küme içerisinde bir bölgenin rekabet avantajını artırmaya katkıda bulunacak temel aktörler vardır, bunlar kamu kurumları, eğitim ve öğretim kurumları, mali kurumlar ve meslek kuruluşlarını içermektedir (Sölvell, Lindqvist ve Ketels, 2003, s.18). Bir küme içerisindeki firmalar birbiriyle rekabetten öte, işbirliğine giderler.

Rabellotti (1995) kümellenmenin temel özelliklerini şu şekilde tanımlamıştır:

- Sektör olarak ihtisaslaşmış küçük ve orta ölçekli işletmelerin coğrafi kümeleşmesi,
- Mal, bilgi ve insangücünün değişimine dayalı ileriye ve geriye bağlantılar,
- Ekonomik birimlerle ilişkili ve davranışsal kodu yaratan genel kültür ve sosyal geçmiş,
- Küme içerisinde faaliyet gösteren ekonomik birimleri destekleyen kamu kurumların ve özel yerel kurumların ağı yapısı.

3.3. Kümelenmenin Avantajları

Kümelenme işlevsel olarak birbirine bağlı olan firmalar arasında bilgi, ürün ya da teknoloji akışı yoluyla oluşmaktadır. Müşteriler, üreticiler ve rakipler ister belli bir yakın coğrafyada konumlanmış, ister tamamlayıcı uzmanlıkla bağlantılı kurulmuş olsun etkililiği teşvik eder ve uzmanlaşmayı artırır. Bunun yanında kümelenme, rekabet ve işbirliğinin geliştirilmesiyle yeni bir çeşit organizasyon yapısı sunmaktadır (Porter, 1998b). Kümelenme dünya ekonomisinde önemli bir yer edinmeye başlamış ve bölgesel kalkınma üzerinde artan bir etki oluşturmuştur. Preissl ve Solimene (2003) kümelenmenin avantajlarını üç ana başlık altında toplamıştır: Yığınlaşma, etkileşim ve ekonominin düzeyinden kaynaklanan avantajlar.

Porter (2000b) kümelenmenin avantajlarını şu şekilde tanımlamaktadır;

- Uzmanlaşmış girdi ve elemanlara ulaşım imkânı
- Bilgiye ulaşım imkânı
- Tamamlayıcılar
- Enstitü ve kamu mallarına ulaşım imkânı
- Teşvik ve performans ölçümü

Herhangi bir sektördeki kümelenmenin varlığı sektörel rekabetçiliği üç temel açıdan etkiler: Verimlilik, yenilik ve yeni iş biçimi (Porter, 1998b). Kümelenmenin temel amacı rekabet avantajı sağlamaktır. Küme içerisindeki rekabetçi ve işbirlikçi

tutumların etkileşimi yeni ürün oluşumunda ve yaratıcılıkta önemli dinamikleri harekete geçirmektedir. Küme içindeki işletmeler arasında güvenden kaynaklı işbirlikleri ile riskler minimize edilmekte ve rekabetçi pozisyonlar maksimize edilmektedir (Feser ve Bergman, 2000).

Bir başka çalışmada kümelenmenin avantajları şu şekilde özetlenmiştir (Berkshire, 2006):

- Firmalar küme içerisinde normalden daha hızlı büyürler.
- Kümeler fazla sayıda yeni firmanın sektörlere girişlerini sağlar.
- Firmalar küme içerisinde daha yenilikçi olurlar.
- Bilimin küme içerisindeki gücü ile birlikte, yeni firmaların oluşumu ve gelişimi gözlenir.
- Kümelenme, dışarıdaki kalifiye işgücünü çekebilmek için fırsatlar oluşturur.
- Kümelenme, uzmanlaşmış tedarikçilere ve müşterilere yakınlık sağlar.

Sonuç olarak, kümelenmenin avantajlarını; üretkenliği artırdığı, verimliliği yükselttiği, yeni ürünlerin oluşmasına fayda sağladığı, inovasyona ortam oluşturduğu ve rekabet avantajı sağladığı şeklinde özetleyebiliriz.

3.4. Sanayi Bölgeleri ve Ağ Yapılarının Kümelenmeyle İlişkisi

Sanayi bölgeleri ve ağ yapıları kümelenme ile benzer kavramlar olup, birbirine oldukça yakın görünmekte ve zaman zaman kümelenme ile karıştırılmaktadır.

3.4.1. Sanayi Bölgeleri

Marshall sanayi bölgelerini: “Birbiriyle bağlantılı sanayilerin zaman içerisinde istikrarlı bir şekilde yerelde yoğunlaşmış ilişkilerinden oluşur” şeklinde tanımlarken; Brusco: “sanayi bölgeleri, bir şekilde homojen olan bir ürünü üreten ve piyasalarda kendilerini farklı konumlandıran işletmeler kümesidir” demektedir. Kavramla ilgili başka tanımlar da vardır bunlar Alsaç’ın (2010, s.31) sanayi bölgeleri tanımlarından derlenmiştir. Asheim sanayi bölgesini: “coğrafi olarak belirli bir üretim sisteminde yer alan küçük ve orta ölçekli işletmelerin ağ yapılanmaları” olarak tanımlar. Pyke ve Spengenberger: “Sanayi bölgeleri, çok sayıda firmanın homojen bir ürünün üretim sürecine farklı safhalarda ve farklı yöntemlerle dâhil oldukları coğrafi olarak tanımlanmış üretim sistemleridir” demektedir.

Sanayi bölgeleri kümelenme ile benzer anlamda kullanılan bir kavram olup, birbirine oldukça yakın görünmektedir. Sanayi bölgelerinin de kümelenmenin temel özellikleri olan coğrafi yakınlık ve firmalar arası ilişki ağları gibi özellikler taşıdıkları görünmektedir. Sanayi bölgeleri, firmaların faaliyetlerini etkileyen bir ilişki ağ yapısında yer alan tüm bölge firmalarını konumlandırır ve kapsar. Kümelenmeler sanayi bölgelerine kıyasla daha geniş bir sektörel yapılanmayı kapsamaktadır. Alsaç’a (2010) göre, Enright sanayi bölgeleri ve kümelenme arasındaki farkı şu şekilde açıklamaktadır: “Sanayi bölgelerinin merkezinde çoğunlukla bir sanayi ya da bir sanayi bölümü bulunurken, bölgesel kümeler genellikle bir dizi ilgili sanayii içermektedir.” Sanayi bölgelerinde genellikle üretim sistemi içerisinde yer alan firmalara vurgu yapılırken; kümelenmede firmalara, üniversitelere, araştırma kurumlarına, danışmanlık şirketlerine, müşterilere, ilgili kamu kuruluşlarına, sivil toplum kuruluşlarına ve diğer paydaşlara vurgu yapılır.

3.4.2. Ağ Yapıları (Networks)

Ağyapıları, sanayi bölgeleri gibi zaman zaman kümelenme ile karıştırılan bir kavram olup, ağyapılarının zaman zaman kümelenmenin yerine kullanıldığı görülmüştür. Akdeve’nin (2008) eserinde yer alan ağyapı tanımlarından bazıları şunlardır: Ağyapı kavramı faaliyetler, aktörler ve kaynaklar tarafından tanımlanan fonksiyonlardır (Hakansson ve Johanson, 1993). Piore ve Sabel (1984) ağyapılarını belirli bir amacı olan ve sözleşmeli bir yapı içerisinde birbiriyle bağlantılı olan sınırlı sayıdaki bir grup işletme olarak tanımlamaktadır. Ağ yapı organizasyonları, birçok ilişkinin, ortaklığın ve stratejik birleşmelerin sonucunda ortaya çıkan tüzel yapılardır (Webster, 1992). Ağyapı, işletmeye, teknolojik yeteneklere ve üretimin diğer tamamlayıcı varlıklarına yararlı olan bağlantıları kapsamaktadır (Teece, 1986). Ağyapıları, yeni pazarlar, ortak ürün geliştirme, ortak üretim veya ortak pazarlama gibi belirli paylaşılmış hedeflere ulaşmak için bir araya gelen, bir dereceye kadar küçük işletme grupları ve üyelik aidatından öte kazanç ve kaynakların paylaşımını sağlayan ve resmi bir anlaşma gerektiren yapılardır (Rosenfeld, 2001).

Tanımlardan yola çıkarak denilebilir ki, ağ yapılarında, kümelenmede görünen işbirliği hâkim olmasına rağmen, kümelenmede görünen rekabet ilişkisi bulunmamaktadır. Ayrıca kümelenmede görünen dışsal ekonomiler, ağ yapılarında

bulunmamaktadır ve coğrafi yakınlık kümelenmede olduğu gibi şart değildir (Alsaç, 2010).

Akdeve'nin (2008, s. 42) ağyapıları ve kümeler arasındaki temel farklılıkları Forsman ve Solintader (2003) ve Cooke'tan (2001) uyarlayarak açıklaması **Tablo 3**'de gösterilmiştir.

Tablo 3

Ağyapılar ile Kümeler Arasındaki Temel Farklılıklar

Özellik	Ağyapılar	Kümeler
Üyelik	Sınırlı	Açık
İlişkiler	İşbirliği yoluyla rekabet	İşbirliği beraber rekabet
Aktör	Ortak iş hedefleri	Kolektif vizyon
Temel İlişki	Biçimsel ortaklıklar	Biçimsel olmayan ilişki
Ölçek	Limitli, işletmelerarası	Geniş
Bilgi transferi şekli	İlişkiler	Coğrafi konum/Yakınlık

Kaynak: Akdeve (2008, 42) tarafından Forsman ve Solintader (2003) ve Cooke'tan (2001) uyarlanmıştır.

3.5. Porter'ın Kümelenme Yaklaşımı

Porter (1990a) kümelenmeyi birbiriyle bağlantısı olan firmalar ile diğer ilgili kurumların coğrafi bir alan içinde hem birbirleriyle ortaklık kurmaları hem de birbirlerini tamamlama açısından yakınlaşmaları şeklinde ifade etmektedir. Porter (1990a) ulusların rekabetçiliğini açıklamada kümelerden yararlanmıştır. Porter (1998b) küme kavramının tartışmasında coğrafi sınırların ve rekabet avantajının önemini vurgulayarak, kümeyi rekabet ve işbirliğini geliştiren bir organizasyon yapısı olarak sunmaktadır. Kümelenme, birbirlerine katma değer ekleyen üretim zinciri ile bağlı, karşılıklı bağımlı tedarikçileri de içeren firmalar ve/veya işletmeler, bilgi üreten kurumlar (üniversiteler, araştırma kurumları, mühendislik şirketleri vs.), destekleyici kurumlar (acenteler, danışmanlık şirketleri, bankalar, sigorta şirketleri vs.), müşteriler, kümelenmeyi destekleyen ilgili kamu kurumları (İl Özel İdareleri, KOSGEB vs.), sektörel sivil toplum kuruluşları ve yerel yönetimler, sektöre yönelik medya ve kontrol standartlarını düzenleyen kuruluşlar tarafından oluşturulmuş ağ ve bunların coğrafi bir alana yoğunlaşmaları olarak tanımlanmaktadır (Porter, 1995; 1998b). Porter (1990a) bir

ülkenin gelecekteki refahının anahtarı olarak, o ülkenin sınırları içerisinde kümelerin kurulmasıyla verimliliğin geliştirilmesini işaret etmiştir.

Porter bir ülkenin uluslararası düzeyde rekabet gücüne sahip olduğu sektörleri ve bu sektörlerin oluşumunda etkili olan sektörleri ortaya çıkarmak amacıyla yaptığı çalışmayı 1990 yılında “Ulusların Rekabet Üstünlüğü (The Competitive Advantage of Nations)” başlığıyla yayınlamıştır. Porter, Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Danimarka, Güney Kore, İngiltere, İtalya, İsveç, İsviçre, Japonya ve Singapur gibi 10 önemli ticaret ülkesinde 30’u aşkın araştırmacının yardımı ile 100’den fazla sektörü inceleyerek birçok ampirik çalışma gerçekleştirip, rekabet avantajına sahip sektörleri açıklamıştır. Belirlenen sektörler daha sonra detaylı olarak incelenmiş ve bu inceleme sonucunda, Porter (1990a) bu ampirik çalışmaya dayanarak rekabet gücünün belirleyicileri olarak bilinen *elmas modelini* ve bunu oluşturan dört unsuru ortaya atmıştır.

3.5.1. Porter’ın Elmas Modeli

Porter çalışmasında elmas modelini oluşturan dört unsuru belirli bir sistematik içerisinde tanımlamış ve bu sistematığın ülkedeki rekabetçi sektörleri kümelenmeye yönelttiğini ortaya çıkarmıştır Elmasın dört köşesinde aşağıdaki dört temel faktör bulunmaktadır.

1. Girdi Koşulları
2. Talep Koşulları
3. İlgili ve Destekleyici Endüstriler
4. Firma Yapısı, Stratejisi ve Rekabet

3.5.1.1. Girdi Koşulları

Porter girdi faktörleri arasında insan kaynakları, fiziki altyapı, bilimsel ve teknik bilgi ile piyasaya bilgi sağlayan kurumları girdi koşulları olarak değerlendirmiştir (Alsaç, 2010). Porter (1990a) en önemli girdi faktörleri olarak sürekli desteklenen, yoğun yatırım yapılan ve uzmanlaşmış faktörleri değerlendirmiştir. Ülkenin belli bir alanda rekabet üstünlüğünü sağlanmasında ilgili girdi koşullarının sektörün ihtiyaçlarını karşılamada son derece gelişmiş ve uzmanlaşmış olması gerekir. Rekabet avantajı uzmanlaşmış girdiler sağlayan ve onları sürekli geliştiren kurumların varlığı ile birlikte

ortaya çıkar. Bu, üretimde kullanılan faktörlere yönelik olup, (a) işgücünün kalitesi, becerileri ve maliyeti (b) bir ulusun fiziki kaynaklarının maliyeti, erişilebilirliği, kalitesi ve bolluğu, (c) bir ulusun bilgi kaynakları stoğu, (d) finans sanayiinde bulunan sermaye kaynaklarının maliyeti ve miktarı ve (e) bir ulusun altyapısının kalitesi ve kullanıcıya yönelik maliyetini temsil etmektedir (Hodgetts, 1993, s.42; Lo, 2003). Örneğin, Hollanda'nın çiçek yetiştirme, ambalajlama ve nakliyatla dünya ihracat lideri olmasının altında birinci sınıf araştırma enstitülerinin varlığı yatmaktadır. Aynı şekilde, Danimarka şeker hastalığı araştırmaları ve tedavisine odaklanan iki hastanesi sayesinde insülinde dünya lideri konumundadır (Porter, 1990a).

Girdi koşulları bir firmanın kalifiye işgücüne, doğal kaynaklara, her türlü altyapıya, sermayeye ve üniversite araştırma destekleri gibi hissedilir ihtiyaçlara denir. Bu girdi koşulları az gelişmiş veya tam tersi uzmanlaşmış olabilirler. Muhtemelen gelişmiş ve uzmanlaşmış girdi koşulları belli bölgelerde görülmekte ve bu bölgelerin üretkenliğini arttırmakta ve diğer bölgeler tarafından taklit edilme riskini azaltmaktadır (Porter, 1998a, s.211). Küme içersindeki firmaların yenilik yapması firmaların becerilerini ve yetkinliklerini oluşturmalarına yardımcı olan iş gücü ve bilgi kurumları gibi girdi koşullarına bağlıdır. Bir sektörde sürdürülebilir rekabet üstünlüğüne sahip olma, girdi koşullarının etkin ve verimli kullanımına ve elmas modelinin diğer unsurlarına bağlıdır.

3.5.1.2. Talep Koşulları

Bir sanayideki pazar koşullarını şunlar belirlemektedir: (a) İç pazarda talebin durumu, (b) İç pazarın büyüklüğü ve büyüme eğilimi ve (c) İç pazarın uluslararasılaşma mekanizmaları ve ulusal ürün ve hizmetlerin dış pazarlardaki durumu (Hodgetts, 1993, s.42). Yerel talep, firmaların müşterilerin güncel ve gelecekteki ihtiyaçları hakkında bilgi sağlayarak benzer gelişimleri gösteren yabancı pazarları tanımlarını sağlar. Yerel pazarın uzmanlaşması, firmaların farklılaşarak pazarı genişletmelerine yardımcı olur (Porter, 1998a, s.212). Böylelikle, uzmanlaşmış yerel talep firmaları yenilik yoluyla üretimde farklılaşmaya sürüklediği gibi yerel rekabeti de güçlendirir. Yerel talep, uzmanlaşmış pazarların gelişimine imkân sağlayarak yenilik konusunda önemli bir itici güç olur. İç pazardaki talebin doğası, gelecekteki alıcıların davranışları hakkında ipucu vermekte ve ulusal üreticilere yabancı rakipleri karşısında dünya pazarlarında

görülebilecek eğilimlere karşı bir erken uyarı görevi üstlenmektedir (Öz ve Pamuksuz, 2003).

Belli bölgedeki yerel talep, firmaları ve üreticileri yeni ürün ve hizmetler konusunda diğer bölgelere nazaran daha önce yönlendirebiliyorsa o bölgenin rekabet üstünlüğü sağlanması beklenmektedir (Porter, 1990a). Yerel pazardaki talepkar alıcılar; yerel firmalara yenilik, çeşitlilik ve kalite yönünden ileri rekabet için baskı yaparak onların yabancı rakiplere oranla rekabet üstünlüğü kazanmalarını sağlarlar. Eğer yerli alıcılar ürün ya da hizmetin dünya çapında en bilgili ve talepkar alıcılarıysa, o ülkenin şirketleri rekabet üstünlüğü kazanır (Porter, 1990a). Porter’a göre, yerel alıcıların ihtiyaçları bazen diğer ülkelerin ihtiyaçlarını öngörüyor hatta şekilleniyorsa bu olgu o ülkenin firmalarının rekabet üstünlüğü kazanmasını sağlayabilir. Sonuç olarak, yerel talep, küme firmaların rekabet üstünlüğünün oluşmasında en önemli etkenlerden biridir.

3.5.1.3. İlgili ve Destekleyici Sektörler

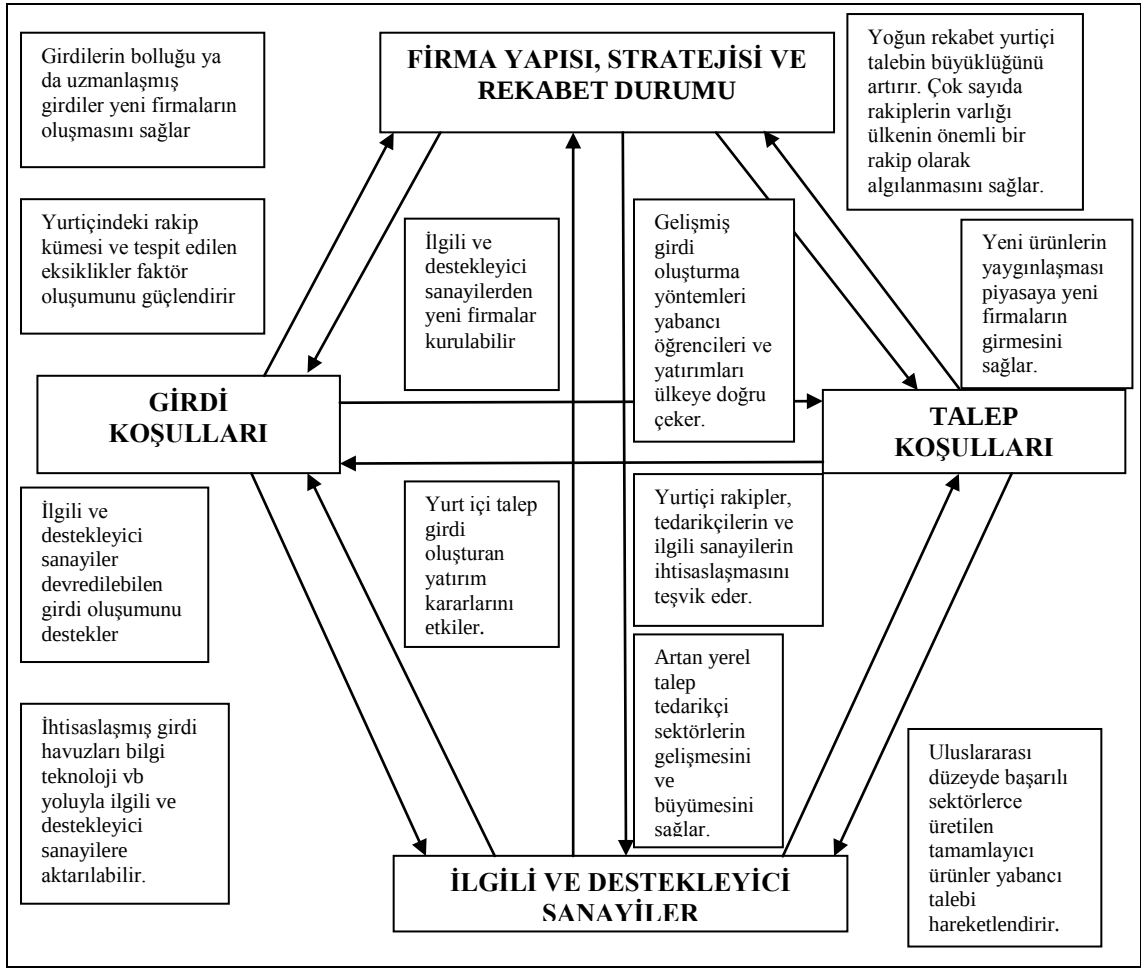
Elmas modelinin bir diğer belirleyicisi ve uluslararası ölçekte rekabeti sağlayan unsurlarından olan husus ilgili ve destekleyici sektörlerin varlığıdır. Porter Elmas Modeli’nde ilgili ve destekleyici sektörler kavramıyla, sektörün mevcut imkânlarının ve kaynaklarının ortak kullanımını ve ayrıca sektörün üretim yapması için ihtiyaç duyacağı girdileri sağlayan tedarikçileri ifade etmektedir (Alsaç, 2010). Uluslararası düzeyde rekabet edilebilir tedarikçi ve destekleyici sektörlerin varlığı maliyet avantajı sağlamanın yanında sektörün hızlı ve verimli bir şekilde gelişmesine yardımcı olur. İlgili ve destekleyici sektörlerin varlığı ve bileşimi küme içerisindeki firmaların yenilik yapma süreçlerini olumlu bir şekilde etkilemektedir (Porter, 1998a).

Küme içerisinde birbirine yakın konumlanmış tedarikçiler ve son kullanıcılar iletişim hattının yakınlığından, hızlı ve sürekli enformasyon akışından ve sürekli fikir ve inovasyon alışverişi ile rekabet üstünlüğü elde ederler (Porter, 1990a). Porter’a göre yerel ilgili bir sektör, şirketlerin yeni becerilere kucak açma ihtimalini artırarak yeni girişimlere ortam sağlar. Buna örnek olarak İsviçre’nin ilaç sektöründeki başarısı ile daha önce boyama sektöründeki başarısı arasındaki ilişkiyi gösterir.

3.5.1.4. Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet

Firmanın stratejisi ve rekabet yapısı yerel firmalar arasında rekabetçiliği etkileyen yönetmelikler, normlar ve stratejilerden oluşur. Bunlar, bir firmanın iç ve dış dünyasına yöneliktir: (a) Firmaların yönetilmeleri ve rekabet etme yöntemleri, (b) Firmaların elde etmek istedikleri hedefleri ve yönetici ve çalışanlarının motivasyonları ve (c) İlgili sanayideki rekabet gücü ve ulusal rekabet ortamının büyüklüğüdür (Hodgetts, 1993). Porter (1990a), yerel firmalar arasındaki rekabetçiliğin varlığının diğer firmaların üretkenliğini artırma ve yenilik yapma konusunda olumlu etki yaratığını ifade etmiştir. Yerel firmalar arasındaki rekabetçiliğin düşük olduğu ekonomilerde, firmalar yeniliğe dayalı stratejiler yerine taklide dayalı stratejileri benimserler (Porter, 1998a, s.176). Yerel firmalar arasındaki rekabet aynı zamanda maliyetlerin azaltılmasında, hizmet kalitesinin artırılmasında, yeni ürünlerin geliştirilmesinde itici bir güç olmuştur (Alsaç, 2010, s.20). Rekabet üstünlüğünün yaratılmasında ve sürdürülebilmesinde güçlü yerel rakiplerin varlığı önemli bir uyarıcı olmuştur; örneğin İsviçre’de Sandoz, Ciba-Geigy ve Hoffmann-La Roche ilaç şirketleri arasında rekabetle birlikte İsviçre bu sektörde dünya çapında liderlik konumuna oturmuştur (Porter, 1990a).

Porter, belirli bir endüstride rekabet edebilmek için gerekli olan girdi koşullarını insan kaynakları, fiziki altyapı, bilimsel ve teknik bilgi ve piyasaya bilgi sağlayan kurumlar olarak sıralamıştır. Talep koşulları ise toplam talep büyüklüğünü ve artış hızını, talebin farklı ürün grupları arasındaki dağılımını, müşterilerin özelliklerini ve sayısını kapsamaktadır.İlgili endüstriler kavramı ile bir sanayinin mevcut imkânlarını ve kaynaklarını ortak kullanan sektörleri; destekleyici sektörler kavramıyla da belirli bir sektörün üretim yapması için ihtiyaç duyacağı girdileri sağlayan tedarikçi sektörleri ifade etmektedir. Elmas Modelinin son unsuru olan firma yapısı, stratejisi ve rekabet ise; firmaların kurulduğu, örgütlendiği, rekabet ettikleri ve yönetildikleri yurt içi piyasa ortamıdır. Porter’ın ampirik çalışması sonucu ortaya koyduğu Elmas Modelindeki dört unsurun, ülkelerin rekabet avantajına sahip oldukları sektörleri kümelenmeye yönelten itici unsurlar oldukları ortaya çıkmıştır. **Şekil 5’e** bakınız



Şekil 5. Elmas Modelinde Unsurlar Arası Etkileşim

Kaynak: Alsaç (2010, 22) tarafından Porter'ın (1990a, 133-141) çalışmasından uyarlanmıştır.

3.6. Dünya'da ve Türkiye'de Kümelenme Örnekleri

Michael Porter'la birlikte gündemimize taşınan kümelenme kavramı günümüzde birçok ülkenin, bölgenin ve kentin ekonomik kalkınma ve rekabet programlarında yer almaktadır. Küresel değer zincirine eklenerek yerel rekabet edebilirlik düzeyini yükselten birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede sürdürülen çok sayıda kümelenme çalışmaları bulunmaktadır. Kümelenme yaklaşımının tarihsel gelişimine bakıldığında zaman Amerika'nın bu alanda öncü olduğu görülmektedir. Bilişim teknolojilerinin gelişmesinde önemli bir yere sahip olan Silikon Vadisi de Amerika'da ortaya çıkan ilk kümelenme örneği olmuştur. Dünya'daki gelişmelere paralel olarak 1999 yılında Competitive Advantages of Turkey-CAT Projesi kapsamında, Harvard Üniversitesi'nden Michael Porter'ın ekibiyle ve Türk özel sektörünün işbirliğinde Türkiye'de kümelenme

çalışmaları başlatıldı. Çerçeve (2009) dergisinde Cangel tarafından dünya genelinde hâlihazırda güçlü sektörlere yönelik önemli kümelenme örnekleri sıralanmıştır: Film Sektörü Kümelenmesi (Hollywood Örneği), Otomotiv Sektörü Kümelenmesi (Baden-Württemberg Örneği), Bilişim Sektörü Kümelenmesi (Bangalore Örneği), Enerji Sektörü Kümelenmesi (İspanya-Basque Bölgesi Örneği), Tekstil Sektörü Kümelenmesi (Çin Shaoxing County Örneği). Dünya çapında en bilinen kümelenme örnekleri, Silikon Vadisindeki bilgi teknolojileri kümesi, New York ve Londra'daki finansal kümeler, Hollywood'daki medya kümesi, Güney Almanya ve Detroit'teki otomotiv kümeleri, Stockholm ve Finlandiya'daki telekomünikasyon kümeleri, Kuzey İtalya'daki tekstil ve moda kümeleridir (Ketels, 2003, s.24).

Çerçeve (2009) güçlü bir sektörel kümelenmeye sahip olan Amerika film sektörü, özellikle dünyanın en geniş film yapımcısı olan ve şu anki yapısı itibariyle hem bir sektörü hem de coğrafi bir alanı temsil eden Hollywood bölgesinde faaliyetlerini yoğunlaştırmıştır. Almanya'nın otomotiv sektöründe edinmiş olduğu rekabet avantajı, güney batısında yer alan Baden-Württemberg eyaletinde yer alan üretici ve tedarikçilerin oluşturmuş oldukları sıkı ağlara dayanmaktadır. Baden-Württemberg otomotiv kümelenmesinin barındırdığı başlıca markalar Audi, Mercedes-Benz ve Porsche'tur. Bölge aynı zamanda otobüs, tarım araçları, iş makineleri gibi ağır vasıta üretimi yapan Kassbohrer, Neoplan, Iveco, John Deere, Evo Bus ve Mercedes-Benz gibi markaları da içinde bulundurmaktadır. Bölge, AB Komisyonu tarafından hazırlanan Avrupa Yenilikçilik Değerlendirme Raporu'na (European Commission European Innovation Scoreboard) göre Avrupa Birliği üye devletleri içerisinde en yenilikçi 10 bölgeden biri konumundadır.

Hindistan'ın Silikon Vadisi olarak bilinen Bangalore Bilişim Teknolojileri kümesinde büyük bölümü yazılım mühendislerinden ve programcılarından meydana gelen büyük bir işgücüne sahip ve 150'den fazlası çokuluslu firmaların oluşturduğu 1000'e yakın bilişim teknolojisi şirketi faaliyet göstermektedir. 1990'lı yıllarda kümelenme politikası çerçevesinde "Cluster de Energia" adıyla İspanya'nın kuzeyinde yer alan Basque Bölgesi'nde enerji kümelenmesi hayata geçmiştir. 2007 yılında 27,000 kişiye istihdam sağlayan kümelenmede toplam ihracat 2 milyon doları bulmuş; kümelenmenin 2008'deki üye sayısı 84'e kadar yükselmiştir. 1980'lerin başında küçük tekstil işletmelerinin kümelenmesiyle kümelenmesiyle dünyanın, sentetik iplik tekstili alanında faaliyet gösteren en önemli endüstriyel bölgelerinden biri olan Shaoxing tekstil

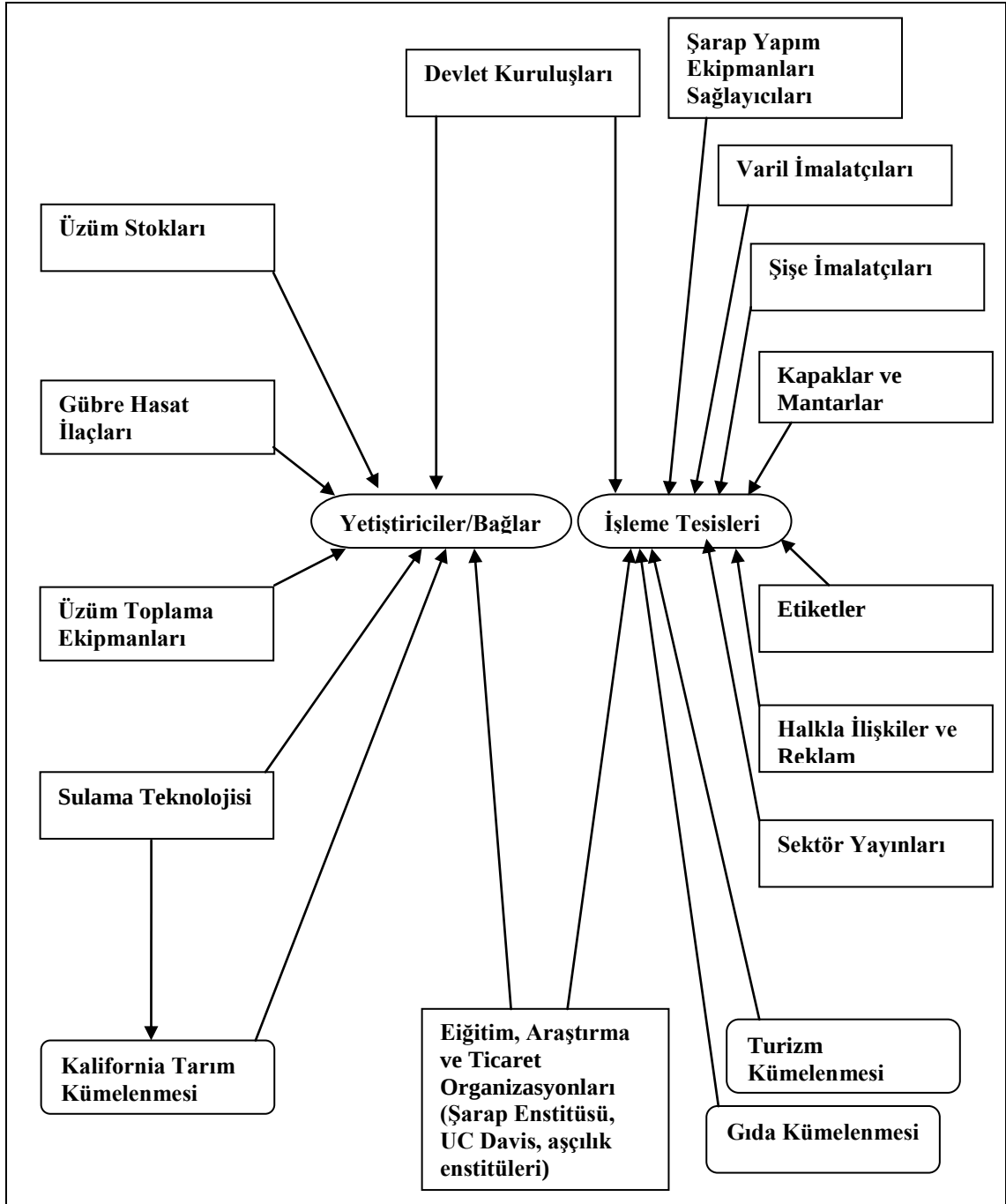
kümelenmesinin temeli atılmıştır. İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı Birlikleri'nin (İTKİB) verilerine göre Shaoxing tekstil kümesinde 2500'den fazla firma faaliyet göstermekte, kümenin yıllık üretim miktarı 2,7 milyar metreyi bulmakta ve kümede her türlü kumaş üretilmektedir.

Türkiye'de kümelenmenin temelleri 1960'lı yıllardan günümüze kadar uzanan dönemin kalkınma planlarına dayanmakla beraber değişen bölgesel gelişme paradigmaları çerçevesinde Türkiye'de uygulanan politikalar değişime uğramış, daha katılımcı ve bölgelerin içsel potansiyellerini ön plana çıkaran yaklaşımlar benimsenmiş ve kümelenme yaklaşımlarının temeli yedinci kalkınma planında atılmıştır (Alsaç, 2010). Türkiye'de kapsamlı bir kümelenme analizi yapılmamasına rağmen, kümelenme yaklaşımı ve buna bağlı geliştirilen projeler Competitive Advantage of Turkey (CAT) tarafından ülkemizde 2000'li yıllarda uygulanmaya başlamıştır. CAT daha sonra adını Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu (URAK) olarak değiştirmiş ve bir sivil toplum kuruluşu hüviyeti kazanmıştır. Türkiye'de kapsamlı bir kümelenme analizi olmamakla birlikte, çeşitli çalışmalarda il ya da bölge düzeyinde bazı sektörel yoğunlaşmalar belirlenmiştir. Bu sektörel yoğunlaşmalar Türkiye'de çok sayıda kümelenme potansiyelinin bulunduğu dair açık ipuçları sunmaktadır.

Çerveve (2009) dergisinde bu doktora çalışmasına yön veren İ.Hakkı ERASLAN tarafından aşağıda CAT/URAK çatısı altında yapılan çalışmalar ile birlikte çeşitli kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan önemli çalışmalar açıklanmıştır. Bu çalışmalardan URAK bünyesinde gerçekleştirilen çalışmalar (Sultanahmet Bölgesi Turizm Sektörü Kümelenme Geliştirme Çalışması, Bartın İli Rekabetçilik Analizi ve Kümelenme Analizi Projesi, OSTİM OSB Rekabetçilik ve Kümelenme Analizi); Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı- BMKP (UNDP) ve GAP-GİDEM tarafından gerçekleştirilen Adıyaman İli hazır giyim sektörü kümelenme analizi ve kümelenme geliştirme çalışması, Şanlıurfa ili organik tarım sektörü kümelenme analizi çalışması ve Diyarbakır ili mermercilik kümelenme analizi çalışması; İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İstanbul Metropolitan Planlama ve Kentsel Tasarım Merkezi- İMP) tarafından gerçekleştirilen İstanbul metropolitan alanı sanayi ve hizmet sektörleri rekabetçilik ve kümelenme analizleri; Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM) tarafından sürdürülmekte olan Türkiye'de Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi; İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri (İTKİB) tarafından sürdürülmekte olan Türkiye'de Moda ve Tekstil İş Kümesi Oluşturulması Projesi; Konya Sanayi Odası

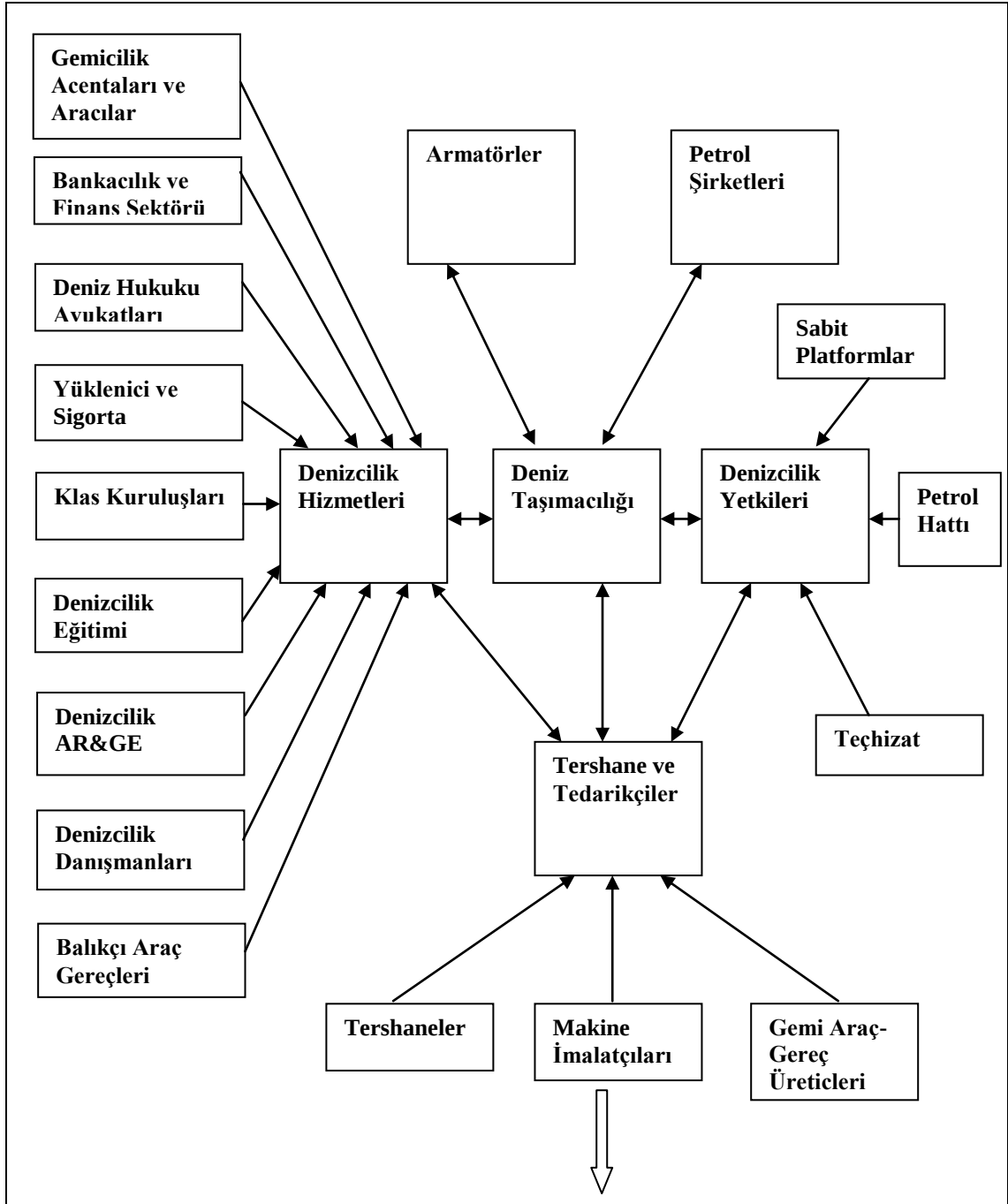
patronajlığında yürütülen kümelenme çalışmaları; Elazığ Valiliği ve Elazığ Ticaret ve Sanayi Odası (ETSO) tarafından organize edilen Kümelenme Temelli Stratejik Ekonomik Kalkınma Projesi; KOSGEB Tekirdağ İşletme Geliştirme Müdürlüğü, Tekirdağ, Çorlu, Çerkezköy, Malkara Ticaret ve Sanayi Odaları ve Tekirdağ Valiliği işbirliği neticesinde yürütülen Kümelenme Temelli Stratejik Ekonomik Kalkınma Projesi hakkında bilgiler sunulmuştur.

Kümelenme yazında sıkça incelenen başarılı sanayi ve hizmet kümelerinin arasından Kaliforniya şarap kümelenmesi ve Norveç deniz kümelenmesi örnekleri aşağıda gösterilmiştir. **Şekil 6 ve 7**'e bakınız.



Şekil 6 Kaliforniya Şarap Kümelenmesi

Kaynak: Harvard MBA öğrencileri R. Alexander, R. Arney, N. Black, E. Frost, ve A. Shivananda'nın araştırmalarına dayandırılmıştır.



Şekil 7 Norveç Deniz Kümelenmesi

Kaynak: Sven Ullring tarafından M.I.T.'e sunulmuştur.

3.7. Kümelenme ve Rekabetçilik İlişkisi

Bir işletme faaliyet gösterdiği sektör ortalamasının üzerinde kârlar elde etmeyi sürdürüyorsa, o işletme rakiplerin üzerinde rekabet avantajı sağlamaktadır. Aynı zamanda, firma ürettiği malı ve/veya hizmeti ihraç edebilme yetenek ve kabiliyetine sahipse, o üründe rekabet avantajına sahiptir. İkinci bölümde vurgulandığı gibi rekabet avantajı, maliyet ve farklılık olmak üzere iki temel boyutla açıklanır. İşletmenin, rakiplerin sunduğu faydaları daha düşük maliyete sunabilmesi maliyet avantajı; işletmelerin rekabet ettikleri ürünlerde diğer işletmelerin sahip olmadığı faydaları sunabilmesi ise farklılık avantajını ortaya çıkarmıştır. Sonuç olarak rekabet avantajı, kaynakların ve yeteneklerin daha düşük maliyet yapısına kavuşturulması veya farklı ürün oluşturulması yoluyla yaratılır.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, belli endüstrilerin belli alanlara yığılarak sanayi kümelerini oluşturdukları ve bu yolla bilgiye, teknolojiye ve deneyimli işgücü havuzuna ulaşarak işlem maliyetlerini düşürdükleri gözlenmiştir. Kümelenme, rekabet avantajının oluşumunda önemli bir uyarıcı olarak tanımlanmıştır. Küresel bir ekonomide rekabet avantajı rakiplerin ulaşamayacağı yerel unsurlara; bilgi ve ilişkilere dayanmaktadır (Porter, 1998b, s.77). Malecki (2004) Porter'ı onaylayarak küresel bir ekonomide bölgesel ve kentsel rekabetçiliğin temelini; bilginin yaratıldığı, teknolojinin paylaşıldığı ve bilgi alış verişinin olduğu yerel unsurlara bağlı olduğunu savunmuştur. Bunun yanında kümelenme teorisinin kullanımının, mekânsal ekonominin avantajlarına odaklanan politika yapıcılara, bölgesel kalkınmaya yönelik politikalar üretme imkânı verdiği ileri sürülmüştür (Novelli, Schmitz ve Spencer 2006). Porter (2000b, s.19) mekânsal yakınlığın, rekabet avantajını verimlilik artışı ile etkilediğini vurgulamıştır. Bölgenin coğrafi konumu da kalkınma ve rekabet edebilirlik açısından önemli bir rol oynamaktadır (Budd ve Hirmis, 2004, s. 1022).

Ülkelerin, bölgelerin ve kentlerin rekabetçiliğini artırmaya yönelik olarak mekânsal yakınlığın önemine vurgu yapılmış ve yeni bir paradigma olan kümelenme ile bağlantısı ortaya konmuştur. Örneğin, rekabet gücüne sahip uluslararası finansal kuruluşları genel olarak Londra'da kümelenmiş, bilgi teknolojileri kümesi ise Silikon Vadisinde yoğunlaşmıştır.

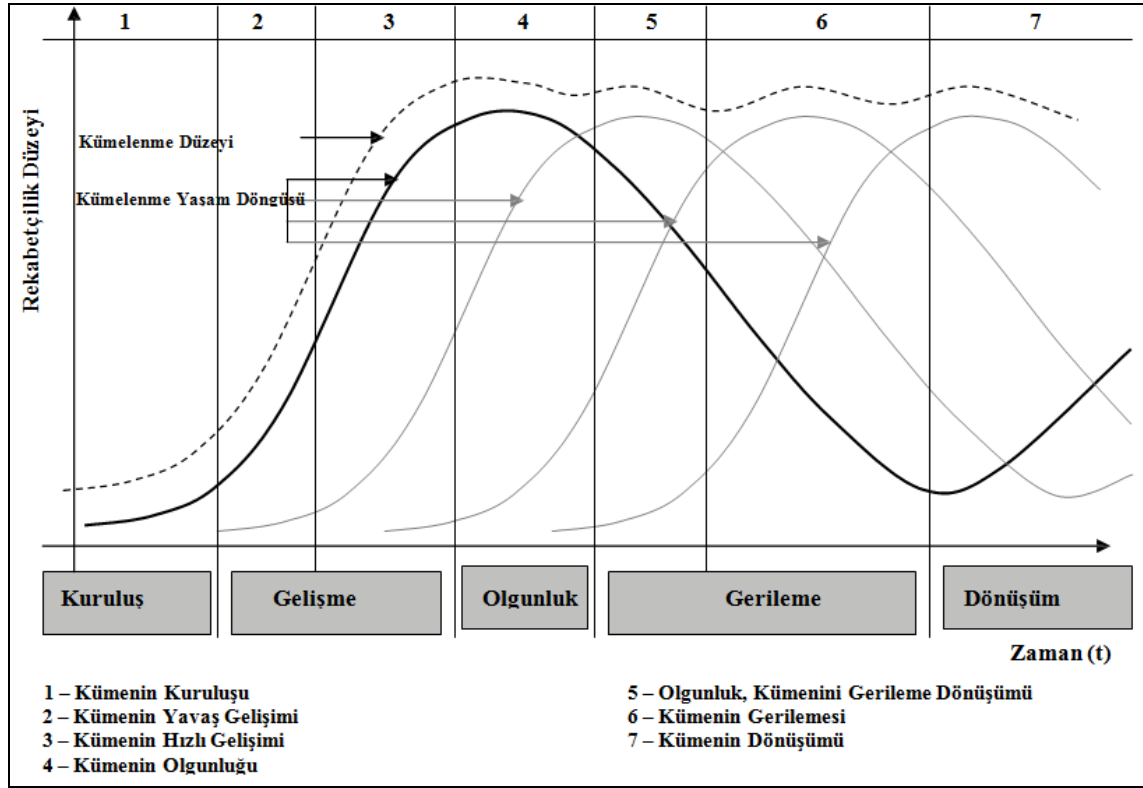
Porter, güçlü ekonomilere sahip ülkelerin rekabetçi sektörlere sahip olduğunu ve bunu kümelenme yaklaşımı ile gerçekleştirdiğini belirtmektedir. Örneğin Almanya

matbaa makineleri, otomotiv ve kimya sektörlerinde dünya'nın birçok lider üreticisine ev sahipliği yapıyor. İtalya seramik, makine teçhizat, moda-tasarım, deri işleme ve mermercilik sektörlerinde güçlü bir konuma sahiptir. Japon şirketlerin elektrik ve elektronikte ve makine teçhizat sektörlerinde üstün olmasını ve son olarak Amerika'nın havacılık ve savunma sanayi, kişisel bilgisayar, yazılım, finans ve sinema sektörlerinde önde olmasını Porter kümelenme ile açıklamıştır. Kümelenmenin son yıllarda popülerlik kazanmasındaki en önemli hususlardan biri firma, sektör, kent, bölge ve dolayısıyla ülkelerin rekabet gücünün artırılması konusundaki iddiasıdır. DPT Dokuzuncu Kalkınma Planı (2007-2013) Sanayi Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporunda, rekabetçilik gücü yüksek sektörlerin öncelikli olarak geliştirilmesi ve kümelenmelere dayalı sanayi politikaları çerçevesinde kümelenme analizine tabi tutulup, kümelenme geliştirme çabaları ile uluslararası rekabetçilik güçlerinin artırılması tavsiye edilmektedir. Kümelenme sektörel, kentsel, bölgesel ve yerel rekabet gücünü artırıcı kalkınma modeli olarak görülmektedir.

Caniels ve Romijin (2003) yığılma ekonomisinin avantajlarını ölçek ekonomileri, kapsam ekonomileri, işlem ekonomileri ve teknoloji ve bilginin yayılması olarak sınıflandırmışlardır. Rekabet avantajının lokalizasyonu ile yerel kümelenme artarak küreselleşmiş ve yerel küme firmaları daha küresel ticari işletmelere dönüşmüştür (Dicken, 2003; Enright, 2000). Kümelenmiş firmalar rekabet halinde bulundukları izole firmalara göre müşterilerin eğilimlerine daha hızlı yanıt verirler (Porter, 1999). Bir kümeye katılım firmaya yeni teknoloji, üretim ve ticarileşme alanlarında avantaj kazandırıyor (Bell ve Albu, 1999). Küme teorisyenleri, küme dışındaki bağlantıların dışarıdaki yararlı bilgiyi kümeye ithal ettiklerini vurgulamışlardır (Lazerson ve Lorenzoni, 1999).

Kümelerin yaygınlığı, rekabetçiliğin mikro ekonomisi ve rekabet avantajında coğrafi konumun rolü ile ilgili önemli bilgiler ortaya koymaktadır (Porter, 2000a). Porter'a (1998b) göre küresel ekonomide güçlü bir rekabet avantajı konumuna sahip olmak giderek daha fazla uzak rakiplerin rekabet edemeyeceği bilgi, ilişkiler, motivasyon, vb yerel faktörlere sahip olmaya bağlıdır. Kümelenme yazınına göre yakın sosyal ağlar ve yakınlık sosyal sermayenin gelişmesine yardımcı olabilir (Brown ve McNaughton, 2002) ve ayrıca rekabetçilik, çalışan katılımı ile yakından bağlantılıdır (Brusco, 1990). Navickas ve Malakauskaite'e (2010) göre rekabetçiliğin düzeyi

doğrudan bir kümenin yaşam döngüsü dinamiklerine bağlıdır ve rekabetçilik küme geliştikçe artar, düşüş fazına geçtiğinde azalır (Bkz: **Şekil 8**)



Şekil 8. Rekabet Gücü Düzeyi, Kümelenme Düzeyi ve Küme Yaşam Döngüsü Arasındaki Korelasyon

Kaynak: Navickas ve Malakauskaite, 2010, s.63.

Porter (1998b) coğrafi yoğunlaşma ile elde edilen yararları şu şekilde özetlemiştir:

- İşlem maliyetlerinin azalması,
- Bilgi yaratma ve dağıtımının güçlendirilmesi,
- Yerel kurumlar için verimli yapı,
- İşbirliği ve rekabetin yaygınlaşmasını sağlamak.

Porter (2000b) rekabet ve coğrafi konumla ilgili çalışmasında ekonomiler, geleneksel işletmeler, endüstri ve sektörel gruplar tarafından kümelerin kullanılmasının en önemli sebebinin, kümelerle rekabet kavramı arasında doğal bir uyumun bulunması ve hükümet politikası için daha uygun bir araç olması şeklinde açıklamıştır. Kümelenme yaklaşımı bölgesel rekabet avantajını üç ana yoldan etkilemektedir (Porter, 1998b, s. 80; 2000b, s.21):

- Kümelenme içinde kurulmuş olan işletmelerin üretkenliğini artırarak.

- Gelecekte verimliliği yükseltecek ve yeni ürünlerin oluşmasını sağlayacak yenilikçiliği yönlendirerek.
- Kümelenme, kendisini genişleten ve güçlendiren yeni iş alanlarının ortaya çıkmasını teşvik ederek.

Bu çerçevede, bir ülke ya da bölgede faaliyet gösteren birbiri ile ilişkili şirketlerin, uzman tedarikçilerin, hizmet sunucularının ve ilgili kurumların belirli bir yörede yoğunlaşarak kümelenmeler oluşturması ve bu şekilde rekabet edebilirliklerini artırmaları konusu son dönemde yazında önemle vurgulanmaktadır.

3.8. Kümelenme ve Bölgesel Kalkınma

Yığılma ekonomileri teorisine paralel fakat ona yaklaşan bir gelişme olmuştur. Devlet iktidarı ve bölgesel örgütlere ilişkin teoriler, firmaların endüstriyel aktivitelerini belli bir bölgede yoğunlaştırmaları için bölgenin gelişmesini amaçlayan bütüncül yaklaşımlar geliştirmiştir. Akademisyenler, ekonomistler ve kalkınma stratejistleri çalışmalarında bölgesel kalkınmada gelişmekte olan büyüme kutbu stratejilerinin amaçlarını incelemişlerdir (Perroux, 1950, 1970; Boudeville, 1966; Hirschman, 1958, 1970; Myrdal, 1957). OECD tarafından yapılan araştırmalar kümelenme yaklaşımının altında yatan kavramların ulusal ve bölgesel düzeydeki kalkınma politikalarının merkezinde yer almakta olduğunu ortaya koymaktadır (OECD, 2006a, s.12). Bir sektörün ya da bölgenin rekabetçi konumunu güçlendirmek üzere kümelenmelerden yararlanılması yaklaşımı Avrupa Komisyonu ve Dünya Bankası'nca da benimsenmektedir (Lundequist ve Power, 2002, s.685).

II. Dünya savaşıdan sonra, bölgesel kalkınma kavramı ekonomi yazına girmiş, ekonomik ve sosyal kalkınma sorunu mekânsal bir boyut kazanmıştır. 1980'lerin başlarından itibaren ve 1990'lar süresince bölgesel kalkınmaya ciddi vurgular yapılmış ve bu konuda önemli gelişmeler olmuştur. Küreselleşme ile birlikte 1990'lı yıllara kadar kendi yerel pazarlarında yerli rakiplerle rekabet halinde olan firmalar, dünyanın her yerinden yabancı firmalarla rekabet haline girdiler. Kendi pazarlarında ve bölgelerinde rekabet üstünlüğü arayan firmalar işbirliğine yöneldiler ve kümelenmenin temelini attılar. Küreselleşmenin getirdiği bu yeni paradigma her bölgedeki üretim yapısı ve örgütlenme biçimleri ile bunlarla bağlantılı teknolojik yapıları, pazar eğilimlerini ve işgücü örgütlenmelerini kümelenmeye uyum sağlamaya zorlamıştır (Çerçeve, 2009). Sanayi içinde kümelenmenin teşviki endüstriyel ve bölgesel kalkınma için yeni bir

politika haline gelmiştir. Bu bağlamda bölgesel kalkınma hususunda üretilen politikalarda, mekânsal özellikler göz önüne alınarak bölgelerin rekabet gücünün geliştirilmesi öngörülmüştür.

1990'ların sonundan bu yana bölgelerin yetenek ve dinamiklerini ortaya çıkarmada küme geliştirme yaygın olarak kullanılan bir strateji halini almıştır. 2008 yılında Science Business Innovation Board tarafından açıklanan verilere göre AB'de 2000'i aşkın kümelenme ve 70 farklı ulusal kümelenme politikası bulunmaktadır. AB ve OECD gibi ulusal ve bölgesel politika yapıcı kuruluşlar KOBİ'ler için küme gelişimini, küme içindeki firmaların ve diğer örgütlerin yakınlığından sağlanan sinerji ve koordinasyondan yararlanma şeklinde tanımlamışlardır. Andersson ve Miller (2003, s.31) tarafından ise coğrafi yakınlık, ilişki ağları ve sosyal sermayeden yararlanma olarak ifade edilmiştir.

Son on yılda bölgesel rekabet edebilirliği geliştirmede, kümelenme yaklaşımının bir araç olarak kullanılması konusuna verilen önem daha da artmış ve kümelenme bölgesel kalkınma stratejilerinin en önemli parçalarından biri haline gelmiştir. Kümeler yerel ve bölgesel kalkınma için popüler bir araştırma ve uygulama kavramı haline gelmiştir (Bergmen ve Feser, 2010). Kümelenme yaklaşımı gerek bölgelerin içsel potansiyellerine dikkat çekmesi gerekse farklı politika alanlarının bu potansiyellerin geliştirilmesi için uyum sağlaması yönleri ile önemli bir politika aracı olarak kabul edilmiştir (Alsaç, 2010, s.47). Kümelenme yaklaşımı bölgesel kalkınma açısından etkin bir destekleme aracı olarak görülmektedir.

3.9. Kümelenme ve Kolektif Verimlilik

Kolektif verimlilik, dışsal ekonomilerin ölçeği ve ortak eylemler kombinasyonu sonucu elde edilen rekabet avantajıdır. Dışsal ekonomilerin ölçeği pasif olmasına rağmen, ortak eylemler aktif ve bilinçli bir işbirliğiyle elde edilebilir (Schmitz ve Nadvi, 1999). Kolektif verimlilik, güçlü ve başarılı kümelenme temelli ekonomik kalkınma girişimlerinin özü ve can damarıdır. Küme firmaları, girdilere sahip olmada, bilgiye, teknolojiye ve gerekli kuruluşlara ulaşmada, ilişkili firmaları koordine etmede ve gelişimi ölçmede ve teşvik etmede daha kolektif hareket ederek verimlilik sağlarlar.

Kümelenme, aynı sektördeki genel şartları paylaştıkları yerel rakiplere karşı firmalara, performanslarını ölçebilecekleri ve karşılaştırabilecekleri bir öncelik sağlar. Küme içindeki firmalar coğrafi yoğunlaşmanın getirisi olan kolektif verimlilik ile

işgüçlerinin gelişmesine, bilgi beceriye ulaşma ve küme içerisindeki destekleyici kuruluşlar ile işbirliğine sahip olurlar. Schmitz ve Nadvi (1999, s.1506-07) kolektif verimliliğin ancak yerel üreticilerin ticaret ağları ile dış pazarlara bağlanması ve firmalar arası ilişkilerde güven olgusunun oluşturulmasıyla ortaya çıkacağına vurgu yapıyorlar. Firmalar arası güven bağları oluşumu bilgi akışını hızlandırır ve küme içerisindeki firmaları dışarıda kalanlara göre daha rekabetçi kılar (Porter, 2000b, s.22). Sonuç olarak rekabetçiliğin sağlanmasında en önemli kavramlardan biri olan verimlilik küme içerisindeki firmalara kolektif hareket alanı içerisinde yerel tedarik sağlayarak, ihtisaslaşmış imalatçı ve tedarikçilere ulaşma imkânı vererek ulaşım, stok ve işlem maliyetlerini düşürerek rekabet avantajı sağlarlar.

3.10. Kümelenme ve Dışsallıklar

Alfred Marshall yerelleşme ekonomilerinde ortaya attığı ve kümenin temel özelliklerinden ikisi olarak saydığı “ilişki ağları” ve “coğrafi yakınlık” konularına dayanarak açıkladığı firmaların birbirlerine yakın yerleşerek daha verimli olma durumunu; iş gücü havuzu, ihtisaslaşmış tedarikçiler ve bilginin yayılması gibi dışsallıklar olarak tanımlamıştır (Cortright, 2006, s.8). Bir bölgenin rekabet avantajını artırmaya katkıda bulunan kümeler; işletmeler, kamu kurumları, eğitim ve öğretim kurumları, mali kurumlar ve işbirliği sağlayan diğer kuruluşlardan oluşur (Sölvel, Lindqvist ve Ketels, 2003, s.180). Endüstriyel merkezler (eco-districts), yenilikçi ortam, öğrenen bölgeler (learning regions) ve bölgesel yenilik sistemleri (regional innovation systems) gibi kavramlar, tek bir firma sınırlarını aşan düzeyde, ancak belirli bir mekânla sınırlı olarak rekabet edebilirliğin sağlanmasında ve sürdürülmesinde dışsallıkların önemini ortaya koymaktadır (Kara, 2008, s.34).

Dinamik dışsallıklar, coğrafi yakınlığın sonucu olarak ortaya çıkan tedarikçiler ve taşeronlarla işbirliği içinde olunan bir ortam sağlar (Suarez-Villa ve Walrod, 1997). Resmi ve gayri resmi kuruluşlar ve diğer dışsallıklar, bilgi ve teknoloji alışverişini kolaylaştırdığı gibi koordinasyon ve işbirliğini sağlayarak kümenin rekabet gücünü artırır.

3.11. Kümelenme ve Bilgiye Erişim

Alfred Marshall firmaların birbirine yakın bölgelere yerleşerek bilgiye ulaştıklarını ve işletmeler arasında bilginin çok kolay yayıldığını ifade etmiştir. Porter, kümelenme ile birlikte işletmeler arası bilgi transferinin oluştuğunu ve bu yolla yenilikçiliğin geliştiğini ve desteklendiğini ifade etmiştir. Geniş pazarlarda, firmaların ve yerel kurumların küme içerisinde olmaları teknik ve diğer önemli bilgilere erişimi daha uygun ve düşük bir maliyetle sağladığı için firmaların mevcut verimliliği artar (Porter, 2000a). İşlem maliyetlerini azaltma dışında, küme içerisindeki firmalar küme dışındaki sanayilerin bilgilerine de erişirler. Pazar fırsatları ve potansiyeli hakkındaki bilgi erişimi, pazara yeni firmaların girişindeki riskleri ve bariyerleri azaltır.

Öte yandan, küme içerisindeki katılımcılar arasındaki etkileşim ve bilgi paylaşımı, firmaların üretkenliklerini ve verimliliklerini artırarak uzun dönemli karşılıklı çıkarlarının oluşmasını sağlayabilir. Küme içerisinde firmalar daha iyi müşteri hizmetleri, pazar, teknik konular, uzmanlaşmış işgücü ve etkin karar verme gibi spesifik bilgilere ulaşarak rekabet avantajlarını sürdürürler. Böylece, küme içerisindeki firmaların verimliliği küme dışında kalan bireysel firmalara göre, spesifik bilgilere erişimi genellikle daha düşük maliyetli olduğu için küme dışında kalan bireysel firmalara göre daha yüksektir.

Sonuç olarak, firmalar giderek artan oranda ağların ya da kümelenmelerin üyesi haline gelmekte ve bu sayede kaynakların ortak bir havuzda toplanmasından ve bilgi paylaşımının oluşturduğu üstünlüklerden yararlanmaktadırlar (Sepic, 2005, s.7).

3.12. Kümelenme ve Uzman Kaynaklara Düşük bir Maliyetle Erişim

Weber, firmaların belli bir coğrafi konumda yığılmalarının düşük ulaşım ve üretim maliyetlerinden kaynaklandığını ifade etmiştir. Marshall ekonomilerinin en önemli özelliği azaltılmış bilgi işlem maliyetidir. Yığılma ekonomilerinin ortaya çıkış nedenleri arasında ulaşım ve iletişim maliyetlerinin coğrafi konumla birlikte azalması yatmaktadır. Coğrafi konuma dayanan maliyet avantajları firmaları belli bölge, kent ve kasabalarda kümelenmeye zorlamıştır. Yığılma ekonomileri ile birlikte firmalar belli bir alanda üretim konsantrasyonu sağlayarak maliyet tasarrufu elde ederler (Parr, 2002, s.718). Storper'e (1999) göre bazı araştırmacılar yığılmayı, işlem maliyetlerini en aza indirecek çabaların sonucu olarak görmektedirler. Kent ekonomisi yazınında, şayet

firmalar herhangi bir ekonomide birbirine yakın yığılırsa yığılma dışsallıkları ile maliyetleri düşürürler (Evans, 1985). İşletmeler bir kümeye dâhil olarak uzak kaynaklardan elde edecekleri girdileri küme içindeki işletmelerden temin ederek işlem maliyetlerini düşürürler.

Firmalar, içinde bulundukları kümeler sayesinde uzmanlaşmış ve deneyimli bir işgücü havuzuna erişirler ve bu erişim işletmelerin işe alımlardaki arama ve işlem maliyetlerini düşürür. İyi gelişmiş bir küme aynı zamanda gelişmiş ve özelleşmiş uzman tedarik tabanına sahiptir ve uzaktaki bir tedarikçiden kaynak sağlamak yerine yerel tedarikçileri kullanmak işlem maliyetlerini düşürür. Kümelenmeler, kamu kurumlarının hizmetlerinin erişimine de büyük katkı sağlarlar. Kamu kurumları tarafından sunulan kalite merkezlerine, eğitim ve altyapı hizmetlerine bedava sahip olurlar. Porter, firmanın küme içerisinde yer alarak dış kurumlarla resmi ittifaklar yaptığını ya da uzak yerlerden gelen ithal girdilerle karşılaştırıldığında, parça, makine, işletme hizmetleri ve personel gibi uzmanlaşmış girdilere yüksek ya da düşük maliyetle erişim sağladığını ifade etmiştir.

3.13. Kümelenme ve Tamamlayıcılar

Bir küme, içerisindeki katılımcıların faaliyetleri arasındaki tamamlayıcıları sağlayarak performansı artırır. Kümelenme üyeleri karşılıklı olarak birbirine bağımlı olup birinin göstereceği iyi performans diğerlerini de iyi yönde etkilemektedir. Örneğin turizm sektörü kümelenmesinde ziyaretçilerin görüşleri sadece çevresel güzelliklerden (kumsallar ve tarihi mekânlar) değil ayrıca konaklama tesisleri, ulaşım hizmetleri, rehberlik, restoranlar, alışveriş merkezleri, oteller, hediyelik eşya dükkânları ve havaalanı gibi tamamlayıcı işlerin kalitesi ve verimliliklerinden de etkilenmektedir (Porter, 1998b, s.81; Çerçeve, 2009). Küme içerisinde yer alan aktörlerin kendi faaliyet alanlarında uzmanlaşarak sağlayacakları verimlilik artışından bir bütün olarak tüm küme faydalanmaktadır (Alsaç, 2010, s.50).

Poon (1994) çapraz kümelenmeyi (tamamlayıcı firmalar grubu) ve çapraz entegrasyonu (bir tek firma içinde tamamlayıcı faaliyetlerin gruplanması) araştırarak turizm işletme stratejistlerinde, bir firmanın tamamlayıcı faaliyetlere entegre olarak müşterilere sunacakları son ürüne değer kazandıracağını ifade etmiştir. Belli bir coğrafi alanda kümelenen firmaların o alanın itibarını artırması sonucunda, müşterilerin o alanda kurulmuş bir satıcı ya da imalatçıya yönelmesi olasılığı yüksektir. Örneğin,

İtalya moda ve tasarım alanında ayakkabı, deri eşya, giyim ve aksesuar firmalarının faydalandığı güçlü bir itibar kazanmıştır (Porter, 1998b). Kümenin varlığı tamamlayıcılarla birlikte müşterilerin satın alma etkinliğini artırır; çünkü müşteriler aynı anda sayısız firmanın sunduğu çok sayıda ürün ve hizmete ulaşabilirler ve buna verilecek en iyi örnek Hong Kong moda giyim kaynağının gelişimidir (Stahl, 1982).

Kümelenme kavramına göre, bölgesel rekabet üstünlüğü, belirli bir yöredeki kümelenmiş aktivitelerin varlığı ve dinamizminden kaynaklanmaktadır. Kümeler, kartopu etkisi yapmakta, sadece benzer işletmeleri değil tamamlayıcı işletmeleri de bölgeye çekmektedir. Kümelerin ekonomik kalkınma ve verimlilik açısından pozitif etkilerini gösteren birçok çalışma bulunmaktadır (Sepic, 2005, s.7).

3.14. Kümelenme ve Yeni İş Oluşumu

Porter (1998b) başarılı bir kümelenmenin iki önemli sinyalinin firmanın hızlı büyümesi ve yeni firma girişi olduğunu belirtmiştir ve bu düşünce pek çok araştırmacı tarafından desteklenmiştir (Baptista ve Swann, 1999; Beaudry, Cook, Pandit ve Swann 1998; Cook, Pandit ve Swann, 1999; Pandit, Cook, Swann, 2001a, b; Swann, Prevezer, Stout, 1998; Swann ve Prevezer, 1996). Bu araştırmacılar kümelenmenin firmaları geliştirme ve yeni firmalar oluşturma gibi güçlü fonksiyonlarını incelemiştir. Vernon ve Hoover (1959) geleneksel olarak küçük ve yeni firmaların yığılma ekonomilerinden en fazla yarar elde ettiğinin düşünüldüğünü belirtmekte ve bilişim endüstrisinden gelen kanıtlar da bu durumun devam edeceğinin göstergesidir (Beardsell ve Henderson, 1999).

Kümelenmelerde sektöre giriş problemleri ve engelleri diğer yerlere göre daha düşüktür ve kümelerde yeni iş imkânları çeşitli şekillerde ortaya çıkar. Ortak altyapı, satın alma, işgücü ve bilgiye erişim gibi avantajlar diğer firmaların kümeye olan talebini artırmaktadır (Alsaç, 2010) ve bundan dolayı yeni firmalar bağımsız yerler yerine mevcut kümelerin içinde kurulurlar. Yeni firmaların mevcut kümeler içinde kurulmaları aynı zamanda hazır müşteri profilinden yararlanma gibi avantajlar sağlamaktadır. Kümeler, firmalara endüstri ile ilgili fırsat bilgileri sağlayarak firmaların yeni girişimler inşa etmelerine imkân verecek güven ortamını oluştururlar. Örneğin, dünyanın en popüler yüksek bilişim teknolojileri kümesi olan Silikon Vadisi oldukça fazla sayıda yeni firmanın giriş yaptığı bir kümedir.

Silikon Vadisi gibi bölgelerde kurumların altyapı desteği yeni firmaların oluşumunda ve yeniliğin yükümlülüklerini azaltmada yardımcı oldular (Stinchcombe, 1965). Silikon Vadisinde aynı zamanda başarılı girişimcilik kültürüyle birlikte risk sermayesi gibi destekleyici yeni kuruluşların oluştuğu (Feldman, 2001; Kenney ve Burg, 1999) ve yeni firmaların oluşumunun daha fazla girişimciyi teşvik ederek başka yeni firmaların oluşmasına ortam sağladığı ileri sürülmektedir. Kümelenmenin yeni iş oluşumuyla sağladığı fırsatlar ve üstünlükler, kümedeki firmaların inovasyon süreçlerini hızlandırmasında önemli rol oynar. Küme içerisindeki inovasyon ve yeni firmaların oluşması aynı zamanda kümenin üstünlüklerini daha da artırır.

3.15. Kümelenme ve İnovasyon

Küreselleşme ile birlikte yenilik yapabilme bölgesel rekabetin en önemli öğelerinden biri olmuştur; bununla birlikte bölgesel yenilik stratejileri ile yenilikçi işletmelerin teşvik edilmesine olan ihtiyacı artırmıştır (Alsaç, 2010, s.50). Uluslar arası yazına göre rekabetçiliğin sağlanması için en önemli iki kavram olan inovasyon ve verimlilik bağımsız bir coğrafi konumla karşılaştırıldığında kümelenmenin sağladığı en önemli faydalardır (Çerçeve, 2009). İnovasyon, rekabet edebilirliğin sağlanması ve sürdürülmesinde temel faktörlerden biridir. Martin ve Sunley (1998) yığılmanın yerel inovasyonu ve üretkenliği artırdığını ifade etmişlerdir. Belli bir sosyo kültürel bağlamda ağ rolüne vurgu yapan bilim adamları “yenilikçi çevre” (innovative milieu) terimini ve daha kurumsal kavramı benimsiyenler ise “bölgesel yenilik sistemleri” (regional innovation systems) terimini ortaya atmışlardır. Kümelenme, firmaların inovasyon süreçlerini geliştirmede önemli roller oynamaktadır. Örneğin, Saxenian’a göre (1994) uluslararası inovasyon kümesi olarak adlandırılan Silikon Vadisindeki bilişim firmaları müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına küme dışındaki bölgelerin ulaşamayacağı hızda ve etkinlikte cevap verirler.

Kümelenmenin sağladığı yakınlık, işbirliği ve bilginin yayılması gibi fırsatlarla küme içerisindeki firmalar daha yenilikçi ve rekabetçi olurlar. Kümenin varlığı ve gelişimi, küme içerisindeki firmaların yenilikçi performansını etkileyen bir potansiyele sahiptir. Gelecekteki yenilikçi kapasitenin işareti olarak geçmişin yerel yörüngesine atıfta bulunan Schumpeter (1934) kümelenmenin uzun süreli olmasının önemine vurgu yapmıştır. Raines’e (2001, s.7) göre kümelenme yeniliği iki şekilde etkiliyor. Birincisi firmalar arasındaki ekonomik ve sosyal ağlar, yenilikçi bilginin oluşmasında ve verimli

uygulama örneklerinin yayılmasında önemli bir rol oynamaktadır; ikincisi küçük firmaların aşamalı olarak yaptıkları küçük değişiklikler yerel ekonomide büyük ölçekli yenilikçi değişimlerle sonuçlanabilmekte ve bölgedeki KOBİ'lerin tamamının gelişmesine katkı sağlayabilmektedir. Yerel tedarikçiler ve tamamlayıcılar sayesinde ihtiyaç duyulan girdiler firmalara daha kolaylıkla sağlanır ve inovasyon sürecini hızlandırır.

Yeniliklerin ortaya çıkmasında en önemli etmen yenilikçi ortam (innovative milieu) ve ağlardır. Yenilikçi ortam; ihtisaslaşma, interaktif ve sinerjik bir atmosfer, gelişmiş bir imitasyon süreci, kolektif öğrenme süreci ve güçlü yerel kimlik gibi etmenlerin bir arada bulunduğu ortamı ifade etmektedir (Martin, 2004, s.2-27). Bagnasco, sanayi bölgelerinde coğrafi olarak belli bir alana yığılan firmaların zaman içerisinde güçlü ve güvenli sosyal bağlar geliştirerek yenilikçi yapıya kavuştuklarını ve uzmanlaştıklarını ifade etmiştir (Moulaert ve Seika, 2003, s.291). Özellikle, küme içinde bilginin yayılması yerel bir sosyo ekonomik ağ ile birlikte inovasyon ve rekabet gücü için uygun koşulları oluşturur ve “işletme hizmetleri, kamu desteği, altyapı, kalifeye işgücü ve risk sermayesi gibi yerel faktörler inovasyonu güçlendirmek ve desteklemek için birbirine sıkı sıkıya bağlı hale gelir” (McDonald ve Vertova, 2002, s.45). Kümeler verimliliği yükselterek, yeni ürünlerin oluşmasını sağlayacak fırsatları oluşturarak ve bilgiye ulaşımı kolaylaştırarak inovasyonun gelişimine olanak sağlarlar (Çerçeve, 2009). Porter ve Scott (2001) kümelenmenin inovasyona ihtiyaç ve fırsat gibi potansiyel avantajlar sunduğunu belirtirler. Sonuç olarak, inovasyon üzerine yapılan yazın taramasında firmaların küme içerisinde yer alarak inovasyon yapma konusunda avantaj sağladıkları ortaya çıkmıştır.

3.16. Kümelenme ve Bilgi Üreten Kurumlar

Yığılma ekonomileri ile birlikte belli bir alanda firmaların bir araya gelmesiyle oluşan bölgesel kümeler eğitim, araştırma, hizmet, tedarikçiler ve iletişim gibi uygun altyapılarla küresel ve bölgesel fırsatlardan yararlanırlar (Moulaert ve Djellal, 1995). Kümelerin geliştirilmesi genellikle büyük bir üniversite veya araştırma enstitüsü gibi küme motorlarına bağlıdır. MIT ya da Harvard'a yapılan araştırmalar Massachusetts' te bir çok kümenin temellerini atmıştır (Porter, 1998a). Bilgi yoğun bir sanayide en önemli faktör Porter'ın Elmas modelinde önemli bir yere sahip olan kalifiye insan kaynağını

oluşturabilmektir. Günümüzde rekabet gücünde gittikçe önemi artan bilgi ve teknolojiye ulaşmada üniversiteler, okullar ve araştırma kuruluşları önemli rol oynamaktadır.

Gelişmiş ülkelerde üniversite-sanayi işbirliği çok güçlü bağlarla oluşturulmuştur. Üniversite-sanayi işbirliğinin desteklenmesi ile yapılan Ar-Ge faaliyetlerinden daha fazla yararlanılmaya başlanmıştır (Alsaç, 2010). Üniversiteler aynı zamanda kümelerde inovasyonu destekleyen önemli konumsal faktörlerdir. Ar-Ge faaliyetlerinin yayılımı ve nitelikli bilim ve mühendislik mezunları kaynağı büyük üniversitelere ve Ar-Ge faaliyetlerine yakınlıkla ilişkilendirilip ileri teknoloji kümelerinin gelişimini açıklayan hipotezlerdir (Acs, FitzRoy ve Smith, 1998, s.112). Örneğin, 3Com, Cisco, Seagate, Sun Microsystems ve Cadence gibi firmalara San Francisco Bay Area'daki kurumsal araştırma enstitüleri ve üniversiteler gibi birbirine doğrudan bağlı kurumlar tarafından uzman destek sunulmuştur (Kenney ve Goe, 2004). Üniversiteler ve kurumsal araştırma enstitüleri yeni sanayilerin oluşmasına uzman ve entelektüel destek sunarlar (National Research Council, 1999).

3.17. Kümelenme ve Devletin Rolü

Porter (2000b, 2002) devletin bir ekonomideki en önemli ve öncelikli rolünün makroekonomik ve politik istikrarı sağlamak olduğunu belirtir. İkinci rolünün ise elmas modelinde tespit edilen işletme girdilerinin yani eğitilmiş işgücünün, uygun fiziksel altyapının, doğru ve zamanında ekonomik enformasyonun ve onları temin eden kurumların etkinliğini arttırıp, kalitesini yükselterek, ekonominin genel mikro-ekonomik kapasitesini arttırmak olduğunu söyler. Üretim artışını teşvik edecek rekabeti yöneten genel mikro ekonomik kurallar ve teşvikler devletin üçüncü rolünü oluşturmaktadır. Devletin dördüncü rolü de, pozitif, farklı, uzun vadeli bir ekonomik faaliyet programını ya da devleti, ticareti, kurumları ve vatandaşları hem genel iş ortamını, hem de yerel kümelenmeleri değiştirmek üzere harekete geçiren bir değişim sürecini oluşturmak ve uygulamaktır. Devletin ekonomi alandaki son rolü ise kümelenmenin gelişimine yardımcı olmak ve kümelenmenin kalite artışını kolaylaştırmaya çalışmaktır.

Berkshire Strategy Project (2006) devletin ekonomide dört temel rolünden söz etmiştir:

1. İnsan Kaynakları, sermaye, fiziki ve teknolojik altyapı gibi işletme girdilerinin kalitesini yükseltmek;

2. Yeniliği ve yükselmeyi teşvik edecek kurallar, düzenlemeler ve teşvikler oluşturmak. Yönetmelikler, vergi politikaları ve anti tröst uygulamaları ile birlikte devlet politikalarının, firmaların rekabet edebilecekleri bir iklim etkisi yaratması;
3. Yerel kümeleri oluşturma ve oluşan kümeleri güçlendirme;
4. Son olarak, yerel firmaları ve vatandaşları uluslararası rekabetçilik konusunda eğiterek ve ekonomik stratejiler konusunda bilgilendirerek, rekabetçilik konusunda teşvik etmek.

OECD (1999, s.418-419) devletin kümelerin ortaya çıkmasını ya da kümelerin güçlenmesini kolaylaştıracak roller üstlendiğini belirtir. Bunlar;

- İstikrarlı ve öngörülebilir bir ekonomik ve politik iklimin oluşturulması;
- Akıcı ve dinamik pazar işleyişi için elverişli çerçeve koşullarını oluşturma (altyapı, rekabet politikaları, düzenleyici reformlar ve stratejik bilgi sağlama);
- Zorunlu ulusal ve bölgesel ekonomik vizyonu oluşturmada, inovasyonu ve yükselmeyi teşvik etme;
- Ağ ve bilgi paylaşımının yararlarının farkındalığının yaratılması;
- Destek ve işbirliği için uygun aşamaların sağlanması ve başlatılması;
- Ağ aracıları ve diğer aracı aktörleri bir araya getirme;
- Ağ ve bilgi alışverişi için kolaylaştırıcı ve moderatör olarak görev alma;
- İhtiyaç duyulduğunda talep eden ve arzu eden müşteri gibi davranılması;
- Resmi ve gayri resmi bilgi alışverişinin kolaylaştırılması;
- Ortak araştırma ve gelişim için rekabetçilik programları ve projelerinin oluşturulması;
- Stratejik bilgi sağlanması (teknoloji öngörü çalışmaları, stratejik kümelenme çalışmaları);
- Kamu kurumlarının (özellikle okullar, üniversiteler, araştırma enstitüleri) endüstriyel bağlarını geliştirme;
- Değişen pazar koşullarına kurallar ve düzenlemelerle uyumu kolaylaştırma, inovasyon ve yükselme süreçlerini teşvik etme;
- İnovasyon sistemi içinde, farklı aktörler arasında bilgi alış verişini ve etkileşimi harekete geçirme;
- Stratejik bilgi sağlayarak, bilgilendirme hatalarının giderme;
- İnovasyon sistemi içerisinde, kurumsal uyumsuzlukları ve örgütsel hataları ortadan kaldırma

- Kümelenme ve inovasyon süreçlerine engel olacak devlet yönetmeliklerini ve hatalarını ortadan kaldırma.

Devlet müdahaleleri ve politikaları Elmas modelindeki dört unsur üzerinde dolaylı etkilerde bulunarak bir sanayinin rekabet gücünü etkileyebilmektedir (Öz, 2002, s.510). Alsaç'a (2010) göre devletin girdi koşulları üzerindeki etkisi teşvik verilen alanlar, sermaye piyasalarına yönelik politikalar ve eğitime yönelik politikalar ile olmaktadır. Devlet, dolaylı olarak ürün standartlarını ya da düzenlemelerini, gelir ve ücret politikalarını etkileyerek müşterilerin talep durumları ve ihtiyaçları üzerinde etkili olmuştur. Gelişmiş ve uzmanlaşmış üretim girdilerini kullanan sektörler ile bu sektörlerle ilgili ve bu sektörleri destekleyici sektörler arasındaki ilişkilerin güçlendirilmesi devlet tarafından teşvik edilmektedir. Devletin rekabet koşulları önündeki hukuki engelleri kaldırması, sermaye piyasası düzenlemeleri, vergi politikası ve tekelleşme karşıtı düzenlemeleri firma yapısı, stratejisi ve rekabet durumunu etkilemektedir.

Sanayileşmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, kamu idareleri hem ulusal hem yerel düzeyde bölgesel ekonomilerin gelişmesinde ve yenilenmesinde hayati bir rol oynar. Kümelenme doğal olarak ortaya çıkmasına rağmen, devlet yerleşik ve yeni doğan kümelerin gelişimini teşvik edecek eylemlerde bulunabilir. Kümelerin başarısında ulusal, bölgesel ve yerel yönetimlere önemli görevler düşüyor. Ulusal yönetim kümeleri teşvik etmek amacıyla etkili bölgesel uzmanlaşma politikalarının geliştirilmesinde ve uygulanmasında önemli roller oynar ve bu politikalar dünyanın birçok ülkesinde anayasal olarak desteklenmiştir. Ticarileşme ile birlikte yerel yönetimlerle bankalar ortak çalışarak belli kümelerle kredi sağlayarak kümelerin gelişimine yardımcı olurlar. Çerçeve (2009) devletin belli kümelerin gelişmesinde ve rekabet gücünün devam ettirilmesi hususunda önemli roller üstlenmekte ve gerekli önemleri almakta olduğunu belirtmiştir. Örneğin, Kanada'daki cazip vergi indirimleri Amerikan film yapımcılarının bu ülkeye kaymalarına neden olmuştur. Bundan dolayı, Kaliforniya eyaleti yönetimi Hollywood film endüstrisine eyaletin mülkiyetlerini ücretsiz kullanma, eyalet çevre yolu ve otobanında yapılacak çekimlere yardımcı olması amacıyla Kaliforniya Otoban Devriyesi Film İrtibat hizmetinden faydalanabilme, çekim ve sorun giderme yardımı gibi kolaylıklar sağlamıştır.

3.18. Kent Rekabetçiliğine Genel Bir Bakış

“Rekabetçilik”, “rekabet edebilirlik”, “rekabet gücü”, “rekabet edebilme gücü” gibi sözcükler eş anlamlı olarak kullanılmaktadır ve bu çalışmada kent rekabetçiliği kavramı kullanılmıştır. Günümüzde rekabetçilik olgusunun her ne kadar mikro düzeydeki firmaları ilgilendiren bir konu olduğu yönünde yaygın bir kanaat olsa da (Martin, 2003); ülkeler, bölgeler hatta kentler de rekabet güçlerini artırmak için birbirleriyle yarışlar. Ulusal ve bölgesel kalkınma planları bölgesel rekabetin önemine vurgular yapmakta ve özellikle kent düzeyinde yapılan stratejik planlar rekabet gücünü artırmaya yönelik hedefler belirlemektedirler.

Çeşitli bölgeler ve kentler arasında geçmişi yüzyıllara dayanan yarışların varlığı bilinmektedir. Ancak, bölgesel rekabet geçmişe oranla son birkaç on yılda daha da fazla önem kazanmıştır ve bunun temel nedeni bölgelerin giderek küresel ekonominin dinamları haline gelmeleridir. “Mekânsız ekonomi” ve “coğrafyanın sonu” gibi görüşlerin aksine üretimin dünya genelinde belirli bölgelerde yoğunlaştığı, bölgesel ihtisaslaşmaların gerçekleştiği ve farklı bölgelerin/kentlerin farklı alanlarda ihtisaslaştıkları ve öne çıktıkları görülmektedir (Kara, 2008, s.8).

Türkiye’de de özellikle Sekizinci ve Dokuzuncu Kalkınma Planları ile birlikte bölgesel rekabetin önemine ve kentsel ekonomilerin küresel bir aktör olarak küreselleşme sürecinde yer almasına vurgu yapılmış ve özellikle kent düzeyinde yapılan planlarda rekabet gücü elde etmek başlı başına önemli bir hedef haline almıştır (**Tablo 4’e** bakınız). Son yıllarda ekonomik kalkınmayı geliştirme ve rekabet gücünü artırmada en önemli mekânsal ölçek, kendine ait özellikleri ve sınırları ile ortaya çıkan kentler olmuştur (Herrschel ve Newman, 2002; Hutchins ve Parkinson, 2005; Parkinson vd., 2004). Kentler kendi aralarındaki rekabette ön planda yer almak, kentin performansını ve sürdürülebilir rekabetçiliğini artırmak için yeni düzenlemelere ve politikalara yönelmektedirler.

Tablo 4

Kalkınma Planlarında Temel Yaklaşımlar ve Dönemlere Göre Planlar

Kalkınma Planları	Dönem	Özellikler	Bölge Planları
5 yıllık plan	1963-67	Büyüme kutupları / Bölgesel planlama	Doğu Marmara Planı
5 yıllık plan	1968-72	Dolaylı bölgesel planlama	Çukurova Planı / Antalya Projesi / Zonguldak Projesi / Keban Projesi
5 yıllık plan	1973-77	Sektör/İl planlama	
5 yıllık plan	1979-83	Sektör-bölge ilişkisi	
5 yıllık plan	1985-89	Bölge planlama/Fonksiyonel bölgeler	Çukurova Kentsel Gelişim Projesi/Güneydoğu Anadolu Projesi
5 yıllık plan	1990-94	Bölge Planlama	
5 yıllık plan	1995-99	Bölge Planlama/Sürdürülebilirlik	Zonguldak Bartın Karabük Bölgesel Gelişim Projesi / Yeşilirmak Havza Gelişim Projesi /
5 yıllık plan	2001-05	Stratejik Bölge Planlama/Kümelenme/İl geliştirme planları	
Ön ulusal kalkınma planı	2004-06	Rekabet Gücü	Doğu Karadeniz Bölgesel Gelişim/
Kalkınma planı	2007-2013	Rekabet Gücü/Kümelenme/İçsel Gelişim-Yerel Dinamikler	Doğu Anadolu Projesi

Kaynak: Albayrak ve Erkut, 2010, s.139.

Bölgesel rekabet edebilirlikle ilgili iki temel yaklaşım bulunmaktadır: Bunlardan birincisi, bölgesel rekabet edebilirliğin o bölgede mevcut olan firmaların rekabet edebilirliklerinin bir toplamı olduğu yönündedir (Dubarle, 2003, s.1). Bu yaklaşıma göre rekabet edebilirlik üretkenlikle (verimlilik) eş anlamlı olarak değerlendirilmekte ve bu çerçevede bölgenin rekabet edebilirliğinin artırılmasının, işletmelerin çıktı düzeylerinin artırılmasına destek olunması ile sağlanabileceği öne sürülmektedir. Bu bağlamda, bölgenin rekabet edebilirliğinin yerel işletmelerin rekabet edebilirliğinin bir sonucu olduğu, bölgeler arası rekabetin ise dolaylı olarak gerçekleştiği değerlendirilmektedir. İkinci temel yaklaşım ise, rekabet edebilirliğin kentlerin/bölgelerin işgücü ve yatırım gibi mobil üretim faktörlerini çekme ve bölgede tutma becerisi olduğu yönündedir (Dubarle, 2003, s.2). Bu yaklaşıma göre, kentler/bölgeler birbirleriyle doğrudan rekabet halindedir. Kalifiye işgücü ve yatırım,

rekabetçi olmayan kentlerden daha rekabetçi olanlara yönelmekte ve/veya çekilmektedir.

Bölgesel rekabet edebilirliğin sağlanması ve geliştirilmesi kapsamında,

- küreselleşme sürecinin, yerel dinamikleri doğrudan etkileyerek, yerel ve bölgesel kalkınma açısından yeni şartlar ve fırsatlar ortaya çıkardığı,
- küresel rekabet koşulları altında şehirlerin ve bölgelerin birer rekabet birimine dönüştüğü,
- kentler ve bölgelerin dinamiklerini ve potansiyellerini değerlendiren uygun stratejiler çerçevesinde ve bütün kesimleri kalkınma sürecine katan iyi yönetim modellerini hayata geçirerek daha hızlı bir gelişme eğilimi yakalama şansına sahip oldukları vurgulanmıştır (DPT, 2006, s.55).

Kent rekabetçiliğinde yapılacak bazı önemli ön değerlendirmeler de şunlardır: Kent rekabetçiliği kentler arasında yeni bir rekabet formu oluşturmakta (Camagni, 2002; Krugman, 1997; Porter, 1995, 1998a). Kentteki firmaların oluşturduğu bir rekabet formudur (Amin ve Thrift, 2002). Her ikisini de içeren diğer bir deyişle rakip kentler ya da kentler içindeki firmaları içeren kent rekabetçiliği formuyla ilişkilendirilmektedir (Begg, 2002). Kentler rekabet avantajı elde etmek ve sürdürmek için giderek artan rekabetçiliğin farklı düzeylerinde yoğun bir şekilde birbirleriyle ulusal ve uluslararası düzeyde yarışır hale gelmişleridir. Aynı zamanda küreselleşme, gelişmiş bilgi teknolojileri ve yapısal değişikliklerle birlikte kentler arasında rekabetçilik kavramı gelişmeye başlamıştır (Jensen-Butler, 1997). Londra, New York ve Tokyo gibi büyük finans merkezi kentler arasında pozisyon mücadeleleri şeklinde yapılan yarış zaman zaman gündeme gelmektedir (Frost ve Spence, 1993; Sassen, 1991); ve bu durum, kentlerin uluslararası düzeyde rekabet ettiklerine verilecek iyi bir örnektir.

Kent rekabetçiliği olgusu yorumlanırken temel olarak bir kentin diğer kentlerden kendi sınırları içerisinde sürdürülebilir gelir artışı (Begg, 1999; Lever, 1993), istihdam (Wong, 1998, Deas ve Giordano, 2001), beşeri sermaye ve yaşam kalitesi, ticaret becerisi, markalaşma becerisi ve yenilikçilik, erişebilirlik (Alkın, Bulu ve Kaya, 2007, Albayrak ve Erkut, 2006) verimlilik (Porter, 2003, Huggins, 2003), insan kaynakları, teknoloji yoğunluğu ve kullanımı (Devol ve Ki, 2004, Albayrak ve Erkut, 2006), kişi başı GSYİH değeri (Huggins, 2003; Marquez, Ramajo ve Hewings, 2006; Budd ve Hirmis, 2004), firmaların yoğunluğu (Huggins, 2003), eğitim, sağlık (Wong, 1998; Lever, 1999) teknik alt yapı, ulaşım, erişim (IMD, 2002; Porter, Sachs, Warner,

Cornelius, Levinson, Schwap, 2000c; Porter, Xavier ve Klaus, 2007) Ar-Ge (Glason, Chadwick ve Lawton, 2006) ve üniversitelerin yenilikçiliği (Henderson, 1986) gibi rekabetçilik endeks değişkenlerinde (Albayrak ve Erkut, 2010'dan uyarlanmıştır) dahi iyi performans sergilemesi dikkate alınır. Bu değişkenler ve etkileşimleri bir kentin rekabet gücünün güçlü veya zayıf yönlerini oluşturmaktadır (**Tablo: 5** ve **6**'e bakınız).

Tablo 5

Bölgesel Rekabet Gücünde Kullanılan Değişkenler

Değişkenler	Açıklama	Birim	Yıl	Kaynak
GSYHKS	Satın alma gücü paratisine göre kişi başı	\$	2001	TÜİK
SANIST	Sanayi istihdam payı	%	2000	TÜİK
TICIST	Ticaret istihdam payı	%	2000	TÜİK
MALIST	Mali İstihdam Payı	%	2000	TÜİK
ISSIZ	İşsizlik oranı	%	2000	TÜİK
KATILM	İşgücüne katılma oranı	%	2000	TÜİK
IHRCT	Toplam imalat sanayi ihracatı	%	2007	TÜİK
ITHL	Toplam imalat sanayi ithalatı	%	2007	TÜİK
ISVRN	İşverenlerin çalışanlara oranı	%	2007	TÜİK
ISYERI	1000 kentli nüfusa düşen işyeri sayısı	Adet	2000	TÜİK
IMALAT	İmalat işyerlerinin ildeki toplam işyerleri içindeki payı	%	2007	TÜİK
KRED	Toplam banka kredileri içindeki payı	%	2007	Bankalar Birl.
MEVD	Toplam mevduat içindeki payı	%	2007	Bankalar Bril.
UCRET	Ücretle çalışanlara yapılan yıllık ödemeler	YTL	2007	TÜİK
ISSAT	Yılda çalışan işçi-saat toplamı	Saat	2001	TÜİK
SERBST	Serbest bölge yıllık ticaret hacmi	%	2001	DTM

KNTLSM	Kent nüfusunun ilin toplam nüfusuna oranı	%	2008	TÜİK
KENT	Kent nüfusu	Kişi	2000	TÜİK
UNVMZN	Üniversite mezunlarının oranı	%	2007	TÜİK
YAYIN	Endeksli yayın sayısı	Adet	2000	YOK
NITELİK	İlmi teknik istihdamın ildeki toplam istihdama payı	%	2000	TÜİK
MARKA	Toplam marka başvurusu	Adet	2003-07	Patent Ens
PATNT	Toplam patent başvurusu	Adet	2003-07	Patent Ens
FMDL	Toplam faydalı model başvurusu	Adet	2003-07	Patent Ens
ENDTAS	Toplam endüstriyel tasarım başvurusu	Adet	2003-07	TÜİK
YENIPAY	Yükse teknoloji girişimciler içinde ilin payı	%	2007	TÜİK
TRGECE	Geceleyen kişi	Adet	2007	TÜİK
TURYTK	Yatak kapasitesi	Adet	2007	TÜİK
DOKTR	1000 kişiye düşen doktor sayısı	Adet	2000	TÜİK
DIS	1000 kişiye düşen diş doktoru sayısı	Adet	2000	TÜİK
ECZN	1000 kişiye düşen eczane sayısı	Adet	2000	TÜİK
HSTN	1000 kişiye düşen Hastane yatağı	Adet	2000	TÜİK

Kaynak: Albayrak ve Erkut, 2006, s.2.

Tablo 6

Bölgesel Rekabet Edebilirlik Faktörleri

İktisadi Faaliyetin Yapısı	Yenilik ve Öğrenme	Yenilik ve Öğrenme Altyapı ve Erişilebilirlik	Beşeri Sermaye	Yönetişim ve Sosyal Sermaye
Girişimcilik Kültürü - Pazara Giriş İçin Az Engel - Risk Alma Kültürü Sektörel Yoğunlaşmalar - Denge / Bağımlılık - İstihdam Yoğunlaşması - Yüksek Katma Değerli Faaliyetler - Kümelenme Uluslar arasılaşma - İhracat - Yatırım - İşletme Kültürü - Doğrudan Yabancı Yatırımın Yapısı Üretim faktörleri - Sermayenin Varlığı - Uzmanlaşma - Rekabetin Yapısı	Yenilik - Patentler - Ar -Ge - Ağ Oluşumu, - Öğrenme - Açık Olmayan (tacit) Bilgi - Araştırma Merkezleri ve Üniversiteler - İşletmelerin Araştırma kurumlarıyla bağlantıları	Temel Altyapı - Karayolu - Demiryolu - Havayolu - Enerji Teknolojik Altyapı - Bilgi ve iletişim Teknolojileri - Telekomünikasyon - İnternet Bilgi Altyapısı - Eğitim Tesisleri Yaşanan Yerin Kalitesi/Sosyal Altyapı - Konut - Doğal Çevre - Kültürel Donatılar - Güvenlik Konum - Pazara Yakınlık - Büyüme Koridorları,	Demografik Eğilimler - Nüfus - Eğitim Düzeyi - Kalifiye İşçilerin Bölgeye Çekilmesi - Çeşitlilik Kalifiye İşgücü - Bilgi Yoğun Mesleki Beceriler	Sosyal Sermaye - İşbirlikleri ve Ortaklıklar - Kurumsal Zenginlik - Güven, İşbirliği - Sosyal Ağlar Kurumsal Kapasite - Yönetişim - Koordinasyon Yapıları - Bölgesel Strateji - Esneklik - İstikrar - Tutarlılık

Kaynak: Martin vd., 2004, s.2-32; Markey vd., 2006, s.26; Begg, 1999, s.801; Malecki, 2002, s.931 ve Kitson vd., 2004, s.994'den Kara (2008, s.23) tarafından derlenmiştir.

3.19. Kentlerin Yeni Roller

Yeni küresel pazarda, bilgiye dayalı ekonominin hızlandırdığı yarış ortamında ulusların, bölgelerin ve kentlerin varlıklarını sürdürebilmeleri için rekabetçi olmaları gerektiği son dönemdeki çalışmalarda giderek artan oranda vurgulanmaktadır (Gardiner, Martin ve Tyler, 2004, s.1046). Özellikle son yıllarda hem siyasi (Comedia, 2002; Core Cities Working Group, 2004; DETR, 2000, Urban Task Force, 1999) hem de akademik çevreler (Hutchins ve Parkinson, 2005; Parkinson vd., 2004) kentsel bölgelere artan bir ilgi göstermişlerdir.

Küreselleşme, bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişim ve ekonomik yapıdaki hızlı değişimlerle birlikte ülke sınırlarının gittikçe değer kaybettiği bir dönemde kentsel rekabetin önemini ortaya çıkarmıştır. “Glokolizasyon (glocalisation)” ile birlikte geleneksel ulusal-ulusal ara yüzü yerini bölgesel-uluslararası ara yüzüne bırakmıştır (Courchene, 1999; Scott ve Storper, 2003). Ulusal ve bölgesel düzeyde, geleneksel ekonominin temellerinin yerini yeni mekânsal ekonomide “üstün kentler (edge cities)” (Garreau, 1991) ve “yeni sanayi bölgeleri (new industrial districts)” (Scott, 1998) almıştır. Scott (2001, s.4) “kentsel bölgelerin küresel ekonominin en temel fonksiyonel motoru olarak ortaya çıktığına” vurgu yapmıştır. Genel olarak kentler inovasyon, üretim gelişimi ve ekonomi sürücüleri için tekrar gündeme taşınmıştır (Core Cities Working Group, 2004, s.5; Parkinson vd., 2004, s.9). Pelkonen (2005, s.685) Avrupa ve dünya çapında “yaratıcı kent (creative city)”, “yenilikçi kent (innovative city)” ve “öğrenen kent (learning city)” gibi vizyonların kent politikacıları için öncelikli ve önemli hale geldiğini vurgulamaktadır. Firmaların ve diğer oyuncuların başarılı bir küme oluşturarak “Bölgesel İnovasyon Sistemi” ya da “Bölgesel İnovasyon Ağı” çerçevesinde kentlerde rekabetçiliği tesis ettikleri ve güçlendirdikleri gözlenmiştir (Hotz ve Hart, 2000).

Kentler çok hızlı şekilde değişiyorlar ve yeni roller üstleniyorlar. Tayland’da geleneksel olarak tekstil, ayakkabı ve diğer giyim üretimi sektörleri açısından bilinen Bangkok şimdi Asya’nın güneydoğu’sunun önde gelen otomobil üretim kümesine ev sahipliği yapıyor. Malezya’da elektronik montajı ile bilinen Penang kenti şimdi değer zincirini yukarıya çekerek lojistik ve tasarım merkezi haline geldi (Webster ve Muller, 2000, s.3).

Ulusal ve bölgesel büyümenin dinamosu olma potansiyeli taşıyan bazı kentlerin desteklenmesi günümüzde genel olarak kabul gören bir prensip olup İngiltere, Finlandiya, Hollanda ve İsviçre fonksiyonel ekonomik bölgeler temelinde bu prensibi uygulamaktadırlar (OECD, 2006b, s.62). Avrupa Birliği’nin Stratejik Rehberinde, dengeli kalkınmanın sağlanması ve büyümenin önündeki engellerin kaldırılması için kentsel alanlar gibi belirli mekânların ihtiyaçlarına özel önem verilmektedir. Bununla birlikte, Stratejik Rehberin tamamlayıcısı olmak üzere, kentsel boyutun güçlendirilmesi ve detaylandırılması için “Uyum Politikası ve Kentler: Kentsel Alanların Bölgelerdeki Büyüme ve İstihdama Katkısı” (Cohesion Policy and Cities: The Urban Contribution to

Growth and Jobs in the Regions) belgesi hazırlanmıştır (European Commission, 2005b, s.1).

Ekonomik olarak gelişmiş kentlerin endüstriyel çeşitlilik gösterdiği ve farklı endüstrideki firmalar arasında oluşan ölçek ekonomilerden faydalandığı ve ekonomik faaliyetlerin koordinasyonu ile maliyetleri azaltan bir ortam oluşturduğu ortaya çıkmıştır (Seyfeddinoğlu ve Ayoğlu, 2007). Özellikle yeni bilgi temelli sanayilerde, firmalar kentlerin yığılma avantajlarından yararlanmaya öncelik gösterirler (OECD, 1997). Aynı zamanda firmalar üretim süreçleri için en uygun kentleri seçmeye çalışırlar. Altyapı, networklara üyelik, yaşam kalitesi, kurumlar, etkili politika networkları, başarılı firmalara ev sahipliği rekabetçi kentlerin temel özelliklerindendir (Sotarauta ve Linnamaa, 1998). Bu nedenle kentlerin sahip oldukları özellikler kentlerin rekabet düzeylerini değiştirmektedir. Daha yakın tarihli bir çalışmada, Florida (2006, s. 26) “yeteneğin bir hisse senedi olmadığını ve akıcı olduğunu” söylemiş; yani, yeteneğin herhangi bir yerden başka bir yere taşınabileceğinden söz etmiştir. Kentlerin yetenekli ve yaratıcı insanları kendilerine çekebilecekleri gibi onları geliştirmek için yatırımlar da yapabileceklerine vurgu yapmıştır. Gelişmiş bir bölge yaratmak; insanların gelmeyi istedikleri ve kendilerini özgürce ifade edebilecekleri hoşgörülü bir iklim gerektirir. Bu çalışma kentlerin; rekabetçilikleri artırmada ve yaşam kalitesinin, (Porter, 1990a) yetenekli ve yaratıcı insanları çekmede ne denli önemli olduğunu ifade etmiştir.

Kentlerin uzun dönemli rekabet gücünü sürdürebilmesinde, beşeri sermaye en önemli unsurlardan biridir ve kentler dünyanın dört bir yanından yetenekli bireyleri çekmek için çeşitli eylemler üstlenirler. Yüksek yetenekli profesyonel kesim giderek artan bilgi tabanlı ekonomi ve toplumlarda en önemli sınıf olarak açıklanmıştır (Bell, 1973). “Eğer inovasyon ve bilgi kent rekabetçiliğinin can damarı ise, beşeri sermaye (yetenek, eğitim ve öğretim) gen havuzudur” (National Governors Association, 2002, s.15). Bir kentin ya da kümenin büyüme ile ilişkilendirilen inovasyon oranı ile beşeri sermaye arasında pozitif bir ilişki vardır (Romer, 1990). Yüksek eğitilmiş beşeri sermayeye sahip kentler daha düşük sermayeye sahip kentlerle karşılaştırıldığında daha hızlı büyürler (Glaeser, 1994, 1999; Nardinelli ve Simon, 1996; Simon, 1998; Gordon ve Turok, 2005).

Kentlerin başarılarını artırmaları için yapılması gereken en önemli çalışmalardan biri kentin rekabet stratejisinin geliştirilmesidir. JESSICA, Kentsel Alanlarda Sürdürülebilir Yatırımların Sağlanması için Ortak Avrupa Desteği (*Joint European*

Support for Sustainable Investment in City Areas), Avrupa Komisyonu, Avrupa Yatırım Bankası ve Avrupa Konseyi Kalkınma Bankası ile uluslararası finans kuruluşları arasında sürdürülebilir kentler oluşturulmasına yönelik işbirliğini amaçlayan bir girişimdir (European Commission, 2006, s.11).

3.20. Kent Rekabetçiliği Kavramı

1980'lerden bu yana giderek artan sayıda bilim adamının, firmaların teknolojik ve ekonomik performanslarına yönelik konularla ilgili yaptıkları araştırmalarda mekân'ın rolünü tekrar keşfettikleri (Storper, 1995) ve artık ülke sınırlarının önemini kaybettiği, bölgesel ve kentsel rekabetin gündeme taşındığı ifade edilmektedir (Turok, 2004). 1990'ların sonunda ve 2000'lerin başında rekabet gücü ve rekabet avantajı kavramları oldukça belirgindi ve bu olgu 1990'ların sonlarından günümüze kadar bilinçli bir yolla gelişti. 1990'ların sonuna doğru kentsel yığılmaların uluslararası rekabetçiliği güçlendirdiği anlaşıldı.

Yirmi birinci yüzyılın başından itibaren, gelişmiş ülkelerde yeni ekonomik faaliyetlerin geliştirilmesi zorunlu hale geldi. Özellikle, küreselleşme ile birlikte ekonomik kalkınmanın kritik ajanları haline gelen kentlerde yaratıcı ve gelişmiş sanayilerin gelişimini sağlayacak ortamlar için koşullar oluşturulmaya çalışıldı. Küreselleşme ile birlikte ekonomik rekabet kentler için daha yoğun bir hale gelmiştir. Rekabetçilik üzerine yapılan araştırmalar ve çalışmalar rekabetçiliği anlamak ve temel sürücüleri belirlemek için incelenen unsurlar sonucunda rekabetçiliğin ulusal ekonominin dinamları olan kentlere doğru bir format değişikliğine kaydığını ve kentlerin rekabetçilikte önemli bir rol üstlendiğini belirtmişlerdir. Kresl (1995) rekabetçilik derecesini ekonomik (örneğin üretim faktörleri, mekân, kentsel hoşnutluk) ve stratejik (devlet etkiliği ve kurumsal esneklik gibi) belirleyicilerin fonksiyonu olarak ifade etmiştir.

Cheshire, mekânsal rekabetin bir yörenin iktisadi faaliyetler açısından diğerleriyle açık ya da dolaylı bir şekilde rekabet halinde olduğu süreci tarif ettiğini, rekabetin özellikle mobil yatırımların çekilmesi konusuyla ilgili olduğunu ancak, mevcut iş çevrelerinin yer aldıkları pazardaki paylarını artırmaları ya da yeni iş ve pazarlar oluşturmaları hususunun da mekânsal rekabet kapsamında yer aldığını belirtmiştir (Cheshire, 1999, s.843). Kitson, mekânların rekabet edebilirliğini, pazar paylarını koruyan ya da artıran firmaları kendisine çekip, bölgede tutarken aynı zamanda o

bölgede yaşayan insanların mevcut yaşam standartlarını muhafaza etme ve artırma becerisi olarak tanımlamaktadır (Kitson, Martin ve Tyler , 2004, s.992).

Kentlerin, başta yatırımların çekilmesi olmak üzere uluslararası, ulusal ve bölgesel düzeyde rekabet etmekte oldukları ve kentler arasındaki rekabetin geçtiğimiz 20 yıllık dönemde artıyor oluşu, kentsel rekabet edebilirlik konusunda yazında yer alan çok sayıda çalışmada vurgulanmaktadır. Kent rekabetçiliği; rekabetçiliğin farklı bir boyutu olarak karşımıza çıktığı ve kentlerin farklı endekslere göre uluslararası ve ulusal alanda konumlarının belirlendiği mekânsal rekabetçiliktir. Bu rekabetçilik boyutu son zamanlarda üzerinde oldukça çalışılan bir konu haline gelmiştir. Günümüzde artan küreselleşme ile birlikte yerel sanayi çevresinin rolü paradoksal olarak daha önemli bir rol kazandı (Dicken, Forsgren ve Malmberg, 1994; Turok, 2004; Batey ve Friedrich, 2000). Bunun nedeni endüstriyel rekabetçiliğin oluşumunun ve güçlenmesinin coğrafi olarak yerel süreçlere bağlı olmasıdır (Malmberg, Solvell ve Zander, 1996). Küreselleşme ve değişen rekabetçilik olgusu tüm dünyada uluslar ve metropoliten bölgeler için temel sorunlar oluşturdu. Pek çok kent için ekonomik gelişmede yeni bir aşamaya geçiş tarihsel olarak zor bir görev olarak kabul edilmiştir (Porter, 1990a, 1998a; Steinbock, 2006). Rekabetçi bölgeler ve kentler girişimcilerin ve firmaların yatırım yapmak istedikleri mekânlar haline geldi (Kitson, Martin ve Tyler, 2004); dahası kentler dünyanın bazı bölgelerinde çürümüş devlet yapısının yerini aldı (Kresl ve Singh, 1999).

Rekabetçilik kavramı genellikle üzerinde görüş birliği varılmadan kullanılan bir kavramdır; bununla birlikte, kent rekabetçiliği sınırları çizilmesi oldukça güç olan geniş bir kavramdır. Begg (1999) rekabetçilik tanımı üzerinde oldukça kapsamlı bir çalışma yapar ve tanımlar arasındaki farklılıkları çalışanların ilgi alanlarının farklılığına bağlar. Kapsamlı yazın taraması sonucu rekabetçiliği yatırım faaliyetlerini çeken ve ekonomik faaliyetleri teşvik eden kentsel, sosyo-demografik, kurumsal/mali ve ekonomik faktörler kümesi olarak tanımlar. Yazında yaygın olarak kullanılan kent rekabetçiliğinin bu dört boyutu iş ortamının temel bileşenlerini temsil eder. Firmalar iyi ekonomik ve mali yapıların (ekonomik), yetenekli ve üretken işgücünün (sosyo-demografik), iyi bir alt yapının (kentsel), güçlü kurumların ve uygun mali politikaların bulunduğu kentleri yatırım yapmak için ararlar. Kentlerin rekabetçiliğini neyin oluşturduğu ve yerel politikaların buna nasıl ulaşacağıyla ilgili olarak bir anlaşma sağlanmıştır. Porter (1998b) verimlilik, *kümelenme*, teknolojik liderlik ve kamu özel sektör işbirliğinin yerel

rekabetçilikteki önemine vurgu yapmıştır. Henderson’a göre (1998, 2000) son derece büyük ölçek ekonomilerine sahip ve büyük işgücü gereksinimleri olan sanayiler üretim avantajı kazanmak için aktive merkezinde bulunan büyük kentlerde kururlar.

Kresl, kentsel ekonomiler açısından rekabet edebilirliği tanımlayan ilk çalışmalardan birini yapmıştır. Nicel ve nitel hedefleri içerecek şekilde altı madde altında rekabetçi bir kentsel ekonominin özelliklerini ortaya koymuştur: (Kresl, 1995, s.51; Begg’den 1999, s.800);

1. Yüksek beceri gerektiren ve yüksek gelirli işler üretilmesi,
2. Çevreye duyarlı ürün ve hizmet üretimi,
3. Üretimde istenen özelliklere sahip ürün ve hizmetlere odaklanması,
4. Ekonomik büyüme oranının tam istihdama ulaşacak düzeyde olması,
5. Kentin ihtisaslaşacağı alanların kentin mevcut durumuna göre değil, gelecekteki potansiyeline uygun olarak belirlenmesi,
6. Kentin mevcut kentsel hiyerarşide daha üst düzeye çıkma potansiyelinin bulunması.

Kent rekabetçiliği; kentsel bir bölgenin diğer kentsel bölgelerle karşılaştırıldığında daha iyi değere sahip (illaki düşük fiyat anlamına gelmeyen) mal ve hizmet üretme ve piyasaya sunma yeteneğine denir (Webster ve Muller, 2000, s.10.) Jensen-Butler (1997) kentsel rekabetçiliği esas olarak ulaşım, iletişim, elektrik ve su altyapısı, verimli kentsel yönetim, Ar-Ge faaliyetlerinin kapasitesi, eğitim ve insan kaynakları kalitesinin ulusal ve uluslararası kentsel hiyerarşideki konumu olarak tanımlamıştır. Webster ve Muller (2000) kent rekabetçiliğinin temelini oluşturan faktörler olarak özellikle insan kaynaklarının ve kurumsal/kültürel çevrenin önemini ortaya çıkarmışlardır.

Steinle, bölgesel rekabet edebilirliği, bölgelerin diğerlerine göre daha üstün bir konum kazandıkları ya da konumlarını muhafaza ettikleri bir süreç olarak görmektedir (Steinle,1992, s.311). Storper (1997) mekân rekabetini “bir kentsel ekonominin, kentlilere sağladığı yaşam standardını sürdürür ya da yükseltirken, pazar payı yüksek firmaları çekebilmesi” olarak tanımlamıştır. London School of Economics Profesörü Lain Begg ise kent rekabetçiliği kavramı ilgili algısını “Herkesçe bilinen fil hikayesinde olduğu gibi, bir şeyi görüyoruz fakat ne olduğunu tanımlamada büyük güçlük çekiyoruz” şeklinde açıklamıştır (Begg, 2002).

3.21. Kentlerin Birbirleriyle Olan Rekabeti

Mekânsal rekabetçilik ile ilgili tanımsal anlaşmazlıklar ve tartışmalar hala çözüme kavuşmamış olsa da, son yıllarda kent ve kent bölgelerinin rekabetçiliğini ölçmek için bir dizi çalışmalar ortaya çıkmıştır. Kent rekabetçiliği, kavramı ekonomistlerin, akademisyenlerin, yerel yöneticilerin ve kent plancıların son yıllarda büyük ilgisini çekti. Kent rekabetçiliği ulusal hükümetler düzeyinde ulusal ekonomilerinin rekabetçiliğini artırmada önemli bir bileşen olarak ortaya çıktı.

Kentlerin birbirleriyle rekabet edip etmedikleri dünya çapında devam eden bir tartışma olmasına rağmen (Krugman, 1996; Begg, 1999), Porter'ın rekabetçi kent kavramı (1995, 1998a,) Wang ve arkadaşlarının (2001) en etkili söylemlerindendir. Bu kavrama göre kentler birbirleriyle rekabet ederler. Kent düzeyindeki rekabetçilik temelde ulusal düzeydeki rekabetten farklı değildir. Camagni (2002) kentlerin *mutlak* rekabet avantajını sağlamak için birbirleriyle rekabet ettiklerini savunmuştur. Firmalar gibi kent düzeyinde rekabet avantajını kazanma argümanının da dünya çapında belli bölgelerin dinamiklerini harekete geçiren vazgeçilmez bir kaynak olduğu fikri gittikçe güçleniyor (Begg, 1999; Cheshire, 1999; Kresl ve Singh, 1999). Kent rekabetçiliği ile ilgili bilinen en kayda değer eleştiri Krugman'dan (1996) gelmiştir. Krugman rekabetçilikten söz etmenin ancak firma düzeyinde olabileceğini ifade etmiştir.

Krugman, ulusal rekabet edebilirlik kavramına da eleştiri getirmiş ve bu kavramın sık sık kullanılmasına rağmen ülkelerin firmalar gibi birbirleriyle rekabet etmediklerini ileri sürmüştür (Krugman, 1997, s.22). Krugman (1997, s.120) uluslararası ticaretin “rekabetçilikle ilişkili olmadığı”, dahası karşılıklı olarak yarar değişiminden ibaret olduğunun altını çizmiştir. Krugman eleştirilerine dayanak noktaları olarak şu temel argümanları ileri sürmüştür Ülkeler ile firmalar arasında benzerlik kurulmasının doğru olmadığı, başarısız firmalar iş hayatından çekilirken ülkeler için bunun söz konusu olmadığı; firmaların pazar payı için rekabet ettikleri ve bir firmanın başarısının diğerinin kaybetmesi neticesini doğurduğu ancak bir ülke ya da bölgenin başarısının diğerlerinin başarı şansını engellemediği hatta yeni olanaklar doğurduğu, ülkeler arasındaki ticaretin sıfır toplamlı bir oyun olmadığı ve rekabet edebilirliğin eğer bir anlamı varsa bunun üretkenliğin farklı bir şekilde ifadesi olduğu, ulusal düzeyde yaşam standartlarındaki gelişmenin temelde verimlilik artış oranına bağlı olduğudur (Krugman, 1994, s.28-31; 1996, s.17).

Bu görüşler makro iktisat düzeyinde rekabetçiliği savunan kesimlerce de tartışılmış, bir ülkenin iktisadi başarısının diğerlerinin başarısızlığı temelinde gerçekleşmediği (doğrudan kazan/kaybet durumunun mevcut olmadığı) ve üretkenliğin rekabetçiliğin temel unsurlarından biri olduğu konusunda genel bir görüş birliği oluşmuştur (Martin, 2004).

Ayrıca, küreselleşmenin rekabetçi iklimi artırdığını vurgulayarak, bu süreçte mekânsal/bölgesel rekabet edebilirliğin bölgesel kalkınma politikaları açısından kilit bir öneme sahip olduğunu belirtmektedir. Bölgesel rekabetçilik konusunda Krugman'ın görüşlerini eleştirirken iki önemli sonucu vurgulamaktadır: bölgeler, ülkelerden farklı olarak az ya da çok piyasa dışına itilebilirler ve bölgeler yatırım için yarışmaktadırlar (Camagni, 2002, s.2398).

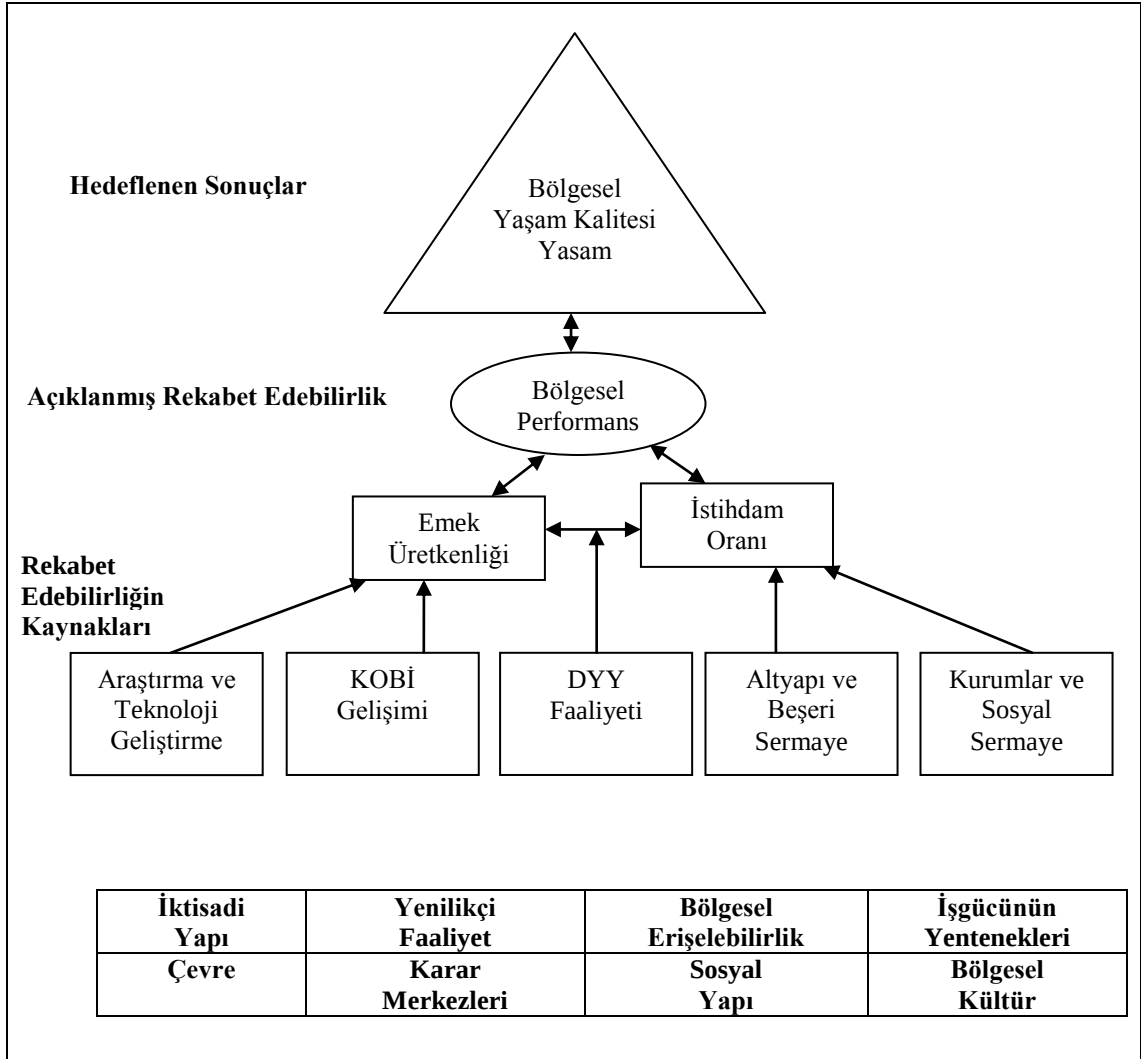
Son yıllarda ulaştırma ve telekomünikasyon teknolojilerdeki gelişmeler ile birlikte kentlerin birbiriyle rekabet etmek zorunda oldukları dinamik bir küresel ortam yaratıldı. Son yirmi yıl içerisinde kentlerin yönetimi ve organizasyonu önemli dönüşümler geçirdi (Hall, 1999). Gelişmekte olan sanayi kentleri sermaye ve yatırımı kendilerine çekmek için kendi aralarında yoğun bir rekabet içerisine girmektedirler. Bazı kentlerin diğer kentlerle karşılaştırıldığı zaman üstün teknoloji, altyapı, coğrafi konum, sosyal ve kurumsal sermaye ile yüksek performans gösterdikleri biliniyor. Kentler yüksek oranlarla özel sektör yatırımlarını çekmek, uluslararası pazarlarını genişletmek ve iş gücü arzını geliştirmek için yetenekli bir mobil nüfusu çekmek amacıyla birbirleriyle birçok alanda rekabet ederler (Turok, 2004). “Bilindiği üzere Londra’da sadece bazı firmaların ihracat yapmasına rağmen, Londra en gelişmiş iş hizmetleri ile New York, Tokyo, Frankfurt ve Paris’le rekabet etmektedir” (Longa ve diğerleri, 2009, s.88). Ayrıca başka örnekler olarak; Phuket ve Denpasar turizm üzerinden, Hong Kong ve Singapur finans sektörü üzerinden, Bangkok ve Kuala Lumpur otomobil üretimi üzerinden birbirleriyle rekabet ederler (Webster ve Muller, 2000, s.3). Kentler uluslararası, ulusal ve bölgesel düzeyde birbirleriyle yarışır.

Shen (2004, s.19) kentsel rekabetin yoğun bir hal aldığını ve kentlerin uluslararası şirketleri ve sermayeyi çekmek için birbirleriyle kıyasıya bir yarışa girdiklerini vurgulamıştır. Glaeser ve Saiz (2003) bir asırdan uzun süredir *eğitimli kentlerin* (educated cities) diğer daha az insan kaynağına sahip rakip kentlerle karşılaştırıldığında daha hızlı büyüdüğünü ifade etmişlerdir. Aynı zamanda *yetenekli kentlerin* (skilled cities) geliştiğine vurgu yapan yazarlar bunun nedenlerini daha az

yetenekli kentlere oranla ekonomik olarak daha üretken olmalarıyla ve yaşamak için cazibe mekânlarına dönüşmeleriyle ilişkilendirmektedirler. Ülkelerin ekonomik ve politik çevrelerinde kent rekabetçiliği önemli bir tema olarak gündeme gelmeye başlamıştır. Özellikle Avrupa Birliği ülkeleri Lizbon hedeflerine ulaşılmasında, büyümede ve iş yaratmada kentleri önemli merkezler haline getirmişlerdir. Bununla birlikte kent rekabetçiliği Avrupa Birliği bölgesel politikalarında paradigma değişimini de beraberinde getirdi ve kentlerin rekabetçiliğini artırmak için politikalar üretilmeye başladı.

Daha önce değinildiği gibi mekân, rekabetçiliğe önemli bir anlam katar ve bazı kentler daha rekabetçi olabilmek için özel sektöre daha iyi mekânlar sağlamayı hedefler. Bu nedenle yerel yönetimler kentlerini daha rekabetçi kılmak için firmalar için uygun yerel bir çevre oluşturmaya çalışırlar. Kentler özel sektörü kendi kentlerine çekme için bu anlamda birbirleriyle yarışır. Ayrıca, kentlerin rekabetçiliğinin ne olduğu ve yerel politikaların rekabetçiliği nasıl geliştirmeye çalıştıkları konusunda küçükte olsa bir anlaşma sağlanmış görülüyor. Porter (1998a), verimlilik, kümelenme, teknoloji liderliği ve kamu-özel sektör ortaklığı oluşumu kavramlarını yerel rekabetçilik ile ilişkilendirmiştir. Aynı zamanda yeni sanayiler (Fagerberg, 1996), fiziki, beşeri ve kurumsal sermaye (Begg, 1999) ve sağlam bir ekonomik büyüme (Kresl ve Singh, 1999) kentlerin kentsel hiyerarşide konumlarını güçlendirmektedir.

Önemli bir sonuç olarak denebilir ki kentsel girişimcilik ve daha yoğun kent içi girişimcilik için özel mekânsal kalkınma stratejileri gittikçe önem kazanan trendler olmaya başladılar (Parkinson ve Harding, 1995, s.67; Harvey, 1989). Kentler bölgelerinin en üst kısımlarında yer almak, serbest sermaye, ziyaretçiler ve yerleşmişlerin cazibesini artırmak için yoğun ve içsel rekabetçilik faaliyetleri yürütürler (Harvey, 1989; Jessop, 1998).



Şekil 9. Bölgesel Rekabet Edebilirlik Piramidi

Kaynak: (Brettel, 2005, s.6) kaynağından Kara (2008, s.21) tarafından uyarlanmıştır.

Bölgesel Rekabet Edebilirlik Piramidi Avrupa Komisyonu'nun ulusal rekabet edebilirlik piramidi (Şekil 9'a bakınız) esas alınarak hazırlanmış olup bölgesel rekabet edebilirliğin faktörlerini ve sonuçlarını ortaya koymaktadır.

Kentsel rekabet konusunda yapılan çalışmalar, kentlerin aşağıda belirtilen hedeflere ulaşmak üzere rekabet ettiklerini ortaya koymaktadır (Lever, 1999, s.1029-1042):

- Başta imalat sanayi olmak üzere son dönemde, ticari faaliyetler, emlak ve bilgi gibi zenginlik ya da istihdam yaratan sektörlerde mobil yatırımları çekmek,
- Mevcut firmaların gelişmesi ve yenilerinin kurulması ile ekonomik büyümeyi sağlamak,
- Gelir, insan kaynağı, politik güç ve talep oluşturmak üzere nüfusun çekilmesi,

- Ulusal düzeydeki kamu kaynakları ile Avrupa Ortak Pazarı ve AB bölgesel politikası kapsamındaki fonlar gibi kaynaklar için rekabet,
- Önemli etkinlik ve yatırımlar için rekabet.

Kentsel ekonomilerin diğerlerine göre rekabet düzeylerinin tespiti için ve kent ekonomisinin rekabet üstünlüklerinin ve zayıflıklarının tespiti için objektif kriterlerin ortaya konması amacıyla kentsel rekabet edebilirlik ölçüm, yöntem ve önerilerinin ortaya konduğu, (Kresl ve Singh, 1999, s.1026) basın ve medya dünyasında yayınlanan “yaşanacak en iyi kentler” gibi sıralamaların etkilerinin değerlendirildiği (McCann, 2004, s.1909-1929), yerleşimlerin ve bölgelerin görece ekonomik rekabet edebilirliklerini en uygun şekilde ölçmek üzere tek bir birleşik endeks geliştirilmesine yönelik (Huggins, 2003, s.89) araştırma ve değerlendirmeler yapıldığı bilinmektedir.

3.21.1. Rekabetçilik Endeksleri

Bazı çalışmalar, ülkeleri rekabet güçlerine göre birbiriyle karşılaştırmayı amaçlarken bazıları bölgelere ve kentlere odaklanmaktadır (Huggins, 2003; Malecki, 2004). Geçtiğimiz on yılda rekabetçilik bölgesel ve kentsel düzeydeki iktisadi analiz ve politikalarda sıklıkla yer almaya başlamıştır. Yazında, bölgelerin, hangi açılardan rekabet ettikleri ve günümüzün gelişmiş ekonomilerinde rekabetçi üstünlüklerinin kaynaklarının neler olduğu konusunda birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çerçevede, hükümetler, üniversiteler ve uluslararası kuruluşlar ulusal, bölgesel ve firma düzeyinde rekabet edebilirliğin ölçülmesi, bölgesel performans farklarının sebeplerinin belirlenmesi ve bölgesel performansların geliştirilmesi için çeşitli araştırma ve çalışmalar yürütmektedir. Bölgesel rekabet edebilirliğin ölçülmesiyle ilgili çalışmalarda ise genelde kıyaslama (benchmarking) metodolojisi kullanılmaktadır.

3.21.1.1. Uluslararası Düzeyde Rekabetçilik Endeksleri

Alkin ve arkadaşlarının (2007) belirttikleri gibi uluslararası ölçekte ekonomik bölgelerin rekabetçiliğinin belirlenmesi ve bir sıralama oluşturulması için farklı kurumlar tarafından yapılan endeks çalışmaları bulunmaktadır. Dünya Ekonomik Forumu (World Economic Forum, WEF) tarafından her yıl ülkeler düzeyinde Küresel Rekabetçilik Endeksi (Global Competitiveness Index, GCI) yayınlanmaktadır. Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü (International Institute of Management

Development- IMD) tarafından her yıl Dünya Rekabetçilik Yıllığı (World Competitiveness Yearbook) çalışması ülkeler için rekabetçilik endeksi yayınlamaktadır. Yıllık Rekabet Raporu (National Competitiveness Council, NCC), Üyeler arasında Büyüme Farklılıkları (OECD, 2001) ve Bölgesel Rekabet ve Bölgelerin Durumu (Department of Trade and Industry-DTI) diğer uluslararası düzeyde yapılan rekabetçilik endeksi çalışmalarına örnektir (**Tablo: 7, 8, 9 ve 10**'a bakınız).

Tablo 7

Dünya Ekonomi Forumu Global Rekabet Gücü Raporu'na Göre Global Rekabet Gücü Sıralaması

AB Ülkeleri ve Türkiye	Skor	Sıralama 2007-2008	2006-2007
Danimarka	5.55	3	3
İsveç	5.54	4	9
Almanya	5.51	5	7
Finlandiya	5.49	6	6
İngiltere	5.41	9	2
Hollanda	5.40	10	11
Avusturya	5.23	15	18
Fransa	5.18	18	15
Belçika	5.10	20	24
İrlanda	5.03	22	22
Lüksemburg	4.88	25	25
Estonya	4.74	27	26
İspanya	4.66	29	29
Çek Cumhuriyeti	4.58	33	31
Slovenya	4.48	39	40
Portekiz	4.48	40	43
Litvanya	4.49	38	39
Slovakya	4.45	41	37
Letonya	4.41	45	44
İtalya	4.36	46	47
Macaristan	4.35	47	38
Polonya	4.28	51	45
Türkiye	4.25	53	58
Kıbrıs	4.23	55	49
Malta	4.21	56	51
Yunanistan	4.08	65	61
Romanya	3.97	74	73
Bulgaristan	3.93	79	74

Kaynak: World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2007-2008, 2007 World Economic Forum, s.10'daki tabloya dayalı olarak Türker (2009, s.68) tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 7'de Dünya Ekonomik formunun Global Rekabet Gücü Raporu'na göre global rekabet gücü sıralaması 2006-2007 ve 2007-2008 yıllarında yapılmıştır. Türkiye ve AB ülkelerinin gösterildiği bu sıralamada Türkiye 2006-2007'de 58. sıradan 2007-2008'de 53. sıralamaya yükselmiştir.

Tablo 8

Dünya Ekonomi Forumu'nun İş Rekabet Gücü Endeks Sıralaması

AB Ülkeleri ve Türkiye Sıralaması	İş Rekabet Gücü Endeksi Sıralaması	Şirket Operasyonlarının Sofistikasyonu ve Strateji	Ulusal İş Ortamının Kalitesi
Almanya	2	2	2
Finlandiya	3	9	3
İsveç	4	3	4
Danimarka	5	5	5
Hollanda	7	7	7
Avusturya	8	8	9
İngiltere	11	11	11
Belçika	15	13	16
Fransa	17	12	18
İrlanda	24	22	24
Estonya	26	35	26
İspanya	27	30	27
Portekiz	30	40	29
Çek Cumhuriyeti	32	31	32
Slovenya	35	29	34
Litvanya	39	39	43
Malta	40	60	38
İtalya	42	32	45
Slovakya	44	45	44
Kıbrıs	45	66	39
Türkiye	46	41	48
Macaristan	47	56	46
Yunanistan	53	57	52
Letonya	54	62	51
Polonya	56	55	56

Kaynak: http://www.gcr.weforum.org/pages/GCI_2007_2008.aspx.’deki tabloya dayalı olarak Türker (2009, s.70) tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 8'de Dünya Ekonomik Formu'nun 2007-2008 AB ülkeleri ve Türkiye'nin gösterildiği sıralamada Türkiye İş Rekabet Gücü Endeksi sıralamasında 46. Şirket Operasyonlarının Sofistikasyonu ve Strateji sıralamasında 41. Ve Ulusal İş Ortamının Kalitesi Sıralamasında 48. Sırada yer almıştır.

Tablo 9

Dünya Bankası'nın İş Yapma Kolaylığı Sıralaması

AB Ülkeleri ve Türkiye Sıralaması	2008	2007	2006
Danimarka	5	7	7
İngiltere	6	6	5
İrlanda	8	10	10
Finlandiya	13	14	13
İsveç	14	13	14
Estonya	17	17	17
Belçika	19	20	20
Almanya	20	21	21
Hollanda	21	22	22
Letonya	22	24	31
Avusturya	25	30	30
Litvanya	26	16	*
Fransa	31	35	47
Slovakya	32	36	34
Portekiz	37	40	45
İspanya	38	39	38
Lüksemburg	42	*	*
Macaristan	45	60	60
Bulgaristan	46	54	59
Romanya	48	49	71
İtalya	53	82	69
Slovenya	55	56	56
Çek Cumhuriyeti	56	52	50
Türkiye	57	91	84
Polonya	74	75	74
Yunanistan	100	109	111

Kaynak: World Bank, Doing Business 2008, s.6'daki tabloya dayalı olarak Türker (2009, s.72) tarafından oluşturulmuştur.

AB Ülkeleri ve Türkiye'nin göstereildiği **Tablo 9**'da Dünya Bankası'nın İş Yapma Kolaylığı sıralamasında Türkiye 2006'da 84. 2007'de 91 ve 2008'de 57. Sırada yer almıştır.

Tablo 10

Yönetim Geliştirme Enstitüsü Dünya Rekabet Gücü

AB Ülkeleri ve Türkiye	Skor	Sıralama 2008	Sıralama 2007
Lüksemburg	84.405	5	4
Danimarka	83.852	6	5
İsveç	82.464	9	9
Hollanda	80.476	10	8
İrlanda	77.638	12	14
Avusturya	75.028	14	11
Finlandiya	75.025	15	17
Almanya	74.735	16	16
İngiltere	71.904	21	20
Estonya	69.648	23	22
Belçika	68.746	24	25
Fransa	66.012	25	28
Çek Cumhuriyeti	62.247	28	32
Slovakya	59.365	30	34
Slovenya	57.904	32	40
İspanya	57.515	33	30
Litvanya	56.234	36	31
Portekiz	54.657	37	39
Macaristan	52.932	38	35
Bulgaristan	51.392	39	41
Yunanistan	48.761	42	36
Polonya	47.986	44	52
Romanya	47.549	45	44
İtalya	46.921	46	42
Türkiye	45.535	48	48

Kaynak: Institute For Management Development: IMD, World Competitiveness Yearbook 2008, s.13'deki tabloya dayalı olarak Türker (2009, s.74) tarafından oluşturulmuştur.

AB ülkeleri ve Türkiye'nin gösterildiği **Tablo 10**'da Yönetim Geliştirme Enstitüsü Dünya Rekabet Gücü sıralamasında Türkiye 2007 ve 2008 yıllarında 48. Sırada yer almıştır.

3.21.1.2. Ulusal Düzeyde Rekabetçilik Endeksleri

Avrupa Komisyonu (2003), ECORSY Hollanda Araştırma ve Danışmanlık Merkezi (2001), Barclays (2002), Finlandiya Rekabetçilik Endeksi (Huavari, 2001) bölgesel rekabet gücüne yönelik çeşitli çalışmalar yayınlanmıştır (Alkin vd., 2007). Bölgesel ve kentsel düzeyde rekabet edebilirlikle ilgili olarak yürütülen çalışmaların en bilinenlerinden biri de “İlerici Politika Enstitüsü” tarafından, ABD kentleri ve bölgeleriyle ilgili endeksler oluşturulmasıdır. “Robert Huggins Associates” ise dünya çapında önde gelen bilgi ekonomisine dayalı bölgeleri kıyaslamak üzere Dünya Bilgiye Dayalı Rekabet Edebilirlik Endeksini üretmektedir. Bu kuruluş ayrıca Avrupa'daki kent ve bölgeleri rekabet edebilirlik açısından sıralayan Avrupa Rekabet Edebilirlik Endeksini de üretmektedir (Kitson vd., 2004, s.991-992).

İngiltere Bölgesel Rekabet Edebilirlik Göstergeleri ise bölgesel düzeyde yürütülen çalışmalardan en iyi bilinen örnekler arasındadır. Ulusal ve bölgesel düzeyde rekabet edebilirlik göstergeleri son yıllarda İngiltere hükümetlerinin odaklandığı temel konular arasında yer almaktadır. Bunun en önemli göstergesi Sanayi ve Ticaret Bakanlığının (Department of Trade and Industry - DTI) 1998 yılında bölgesel rekabet edebilirlik göstergelerini yayınlamasıdır. DTI çalışmasının amacı, bölgesel kalkınma stratejilerinin daha odaklanmış bir şekilde geliştirilmesine katkı sağlamak üzere bölgesel rekabet edebilirliği belirleyen faktörlerle ilgili istatistikî bilgilerin sağlanmasıdır (Brooksbank ve Pickernell, 1999, s.310). Türkiye’de ise Türkiye Bölgesel Rekabet Endeksi (Albayrak ve Erkut, 2006), Türkiye İllere Göre Rekabet Endeksi (Alkin vd., 2007), Bölgesel Rekabet Edebilirlik Endeksi (Kara, 2008), Türkiye Rekabet Endeksi (EDAM ve Deloitte Türkiye, 2009) ve Kentlerin Sosyo-ekonomik Sıralaması (DPT, 1996; 2003) gibi çalışmalar yapılmıştır (**Tablo 11**’e bakınız)

Tablo 11

Konularına ve Ölçeklerine Göre Endeksler

Endeksin adı	Hazırlayan kişi-kuruluş	Ölçek
Rekabet endeksleri		
Küresel Rekabet Raporu /GCR	World Economic Forum (WEF, 2006; Porter vd., 2000; Porter ve Schwab, 2008)	Ülkeler arası
Dünya Rekabet Yıllığı /WCY	Institute for Management Development (IMD, 2002, 2003, 2007, 2008)	Ülkeler arası
Baltık Bölgesi Değerlendirme Raporu/BGCR	Ketels ve Sölvell (2004)	Ülkeler arası
Yıllık Rekabet Raporu ACR/NCC	National Competitiveness Council (NCC, 2004)	Ülkeler arası
Bölgesel Rekabet & Bölgelerin Durumu RC/DTI	Department of Trade and Industry (DTI, 2005; Edmonds, 2000)	Bölgeler arası
Rekabet Endeksi (İngiltere)	Huggins (2003) (DTI)	Bölgeler arası
Türkiye Bölgesel Rekabet Endeksi AE-ITU	Albayrak ve Erkut (2006) (İTÜ)	Bölgeler arası
Türkiye İllere Göre Rekabet Endeksi ABK	Alkin, Bulu ve Kaya (2007)	Bölgeler arası
Bölgesel Rekabet Edebilirlik Endeksi K-DPT	Kara (2008) (DPT)	Bölgeler arası
Türkiye Rekabet Endeksi EDAM	EDAM ve Deloitte Türkiye (2009)	Bölgeler arası
Tematik endeksler		
Çevre		
Çevresel Sürdürülebilirlik Endeksi / ESI	Yale & Columbia University (Esty vd, 2005)	Ülkeler arası
Çevresel Performans Endeksi / EPI	Yale & Columbia University (Esty vd, 2008)	Ülkeler arası
Yeni ekonomi		
Eyaletler arası Yeni Ekonomi Endeksi / SNEI	Progressive Policy Institute (Atkinson ve Coduri, 2002)	Bölgeler arası
Metropolitan Bölgeler arası Yeni Ekonomi Endeksi / MNEIs	Progressive Policy Institute (Atkinson ve Goetlieb, 2001)	Bölgeler arası
Teknoloji - Yenilik		
Bölgeler arası Teknoloji ve Bilim Endeksi / STSI	Milken Institute (De Vol ve Ki, 2004)	Bölgeler arası
Philadelphia Yenilik ve Girişimcilik Endeksi / IEI	Innovation Philadelphia Inc. (IP, 2002)	Bölgeler arası
Ontario Yenilik Endeksi / OII	Ontario Science and Innovation Council (OSIC) (Crane vd., 2002)	Bölgeler arası
Avrupa Yenilik Endeksi / EIS	Innometrics (2006) (Sarajeva vd, 2005)	Ülkeler arası
Sosyo-Gelişmişlik Sıralaması		
İnsani Gelişmişlik Endeksi / HDI	UNDP (Demir, 2006)	Ülkeler arası
Sosyo Ekonomik Gelişmişlik Endeksi / DPT	DPT (Dinçer vd, 1996 ve 2003)	Bölgeler arası
Sosyo Ekonomik Gelişmişlik Endeksi G-ITU	Göçer (2002) (İTÜ)	Bölgeler arası

Kaynak: Albayrak ve Erkut, 2010, s.141.

3.22. Dünya'daki Kentlerin Rekabetçilik Analizi

Kentin sosyal, ekonomik ve çevresel göstergeleri yaklaşımını baz alarak 55 değişken ile Çin'de 223 kentin rekabetçiliğini ölçen bir ön çalışma yapılmıştır ve bu çalışmada en rekabetçi kentler sırasıyla Shanghai, Shenzen, Beijing ve Guanzhou çıkmıştır (Wang ve Shen, 2002).

Rondinelli ve Vastag'ın (1997) 11 kentsel bölge üzerinden yaptıkları çalışmada New York, Frankfurt, San Francisco ve Londra “son derece rekabetçi”, Hong Kong, Singapur, Tokyo ve Seul “Orta Rekabetçi”, Bangkok, Pekin ve Shanghai ise “Uluslararası rekabetin gerisinde” olarak sıralanmıştır.

Ni (2001) Çin'de 88 gösterge kullanarak 24 kente yapmış olduğu rekabetçilik çalışmasında kentleri sırasıyla Shanghai, Shenzhen, Guanzhou ve Beijing olarak sıralamıştır. Professor Ni ve Kresl tarafından yürütülen Küresel Kentsel Rekabetçilik Projesi'nde (Global Urban Competitiveness Project, GUCP) dünya çapında 500 örnek kent üzerinden rekabetçilik çalışması yapılmıştır. Yeşil ekonomi GSYİH, yeşil ekonomi kişi başına düşen GSYİH, kilometre kareye düşen yeşil ekonomi yeşil ekonomi GSYİH, ekonomik büyüme hızı, uluslararası kabul görmüş patent başvurularının sayısı ve çokuluslu şirket endeksi gibi altı endeks kullanılmıştır. Kapsamlı küresel kentsel rekabetçilik, küresel kentsel çevresel unsurların rekabetçiliği ve küresel kentsel sanayi zinciri rekabetçiliği karşılaştırılmasındaki bulgular aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. (**Tablo 12**'e bakınız).

Tablo 12

Küresel Kentsel Rekabetçilik Endeksi Sisteminde En İyi 20 Kentin Dağılımı

Sıralama	2007-2008 Kapsamlı Küresel Kentsel Rekabetçilik	Ülke	2009-2010 Kapsamlı Küresel Kentsel Rekabetçilik	Ülke	2009-2010 Küresel Kentsel Çevresel Unsurların Rekabetçiliği	Ülke	2009-2010 Kentsel sanayi zinciri Rekabetçiliği	Ülke
1	New York	USA	New York	USA	New York	USA	New York	USA
2	Tokyo	Japan	London	UK	London	UK	Tokyo	Japan
3	London	UK	Tokyo	Japan	Paris	France	London	UK
4	Paris	France	Paris	France	Tokyo	Japan	Hongkong	China
5	Los Angeles	USA	Chicago	USA	HongKong	China	Singapore	Singapore
6	San Francisco	USA	San Francisco	USA	Singapore	Singapore	Paris	France
7	Chicago	USA	Los Angeles	USA	Seoul	South Korea	Beijing	China
8	Washington D.C.	USA	Singapore	Singapore	Beijing	China	Seoul	South Korea
9	Singapore	Singapore	Seoul	South Korea	Amsterdam	Netherlands	Sydney	Australia
10	Seoul	South Korea	Hongkong	China	Brussels	Belgium	Sao Paulo	Brazil
11	Hong Kong	China	Washington, D.C.	USA	Chicago	USA	Taipei	China
12	Dublin	Ireland	Houston	USA	Milan	Italy	Moscow	Russia
13	Stockholm	Sweden	Seattle	USA	Los Angeles	USA	Madrid	Spain
14	Boston	USA	Genava	Swaziland	Madrid	Spain	Shanghai	China
15	Genava	Swaziland	Dublin	Ireland	Shanghai	China	Buenos Aires	Argentina
16	Osaka	Japan	Stockholm	Sweden	Toronto	Canada	Zurich	Swaziland
17	Seattle	USA	San Diego	USA	Sydney	Australia	Dubai	United Arab Emirates
18	Houston	USA	Boston	USA	Washington D.C.	USA	Los Angeles	USA
19	Miami	USA	Miami	USA	Frankfurt	Germany	San Francisco	USA
20	San Diego	USA	San Jose	USA	Moscow	Russia	Bangkok	Thailand

Kaynak: <http://www.gucp.org/en/admin/WebEdit/UploadFile/20100623093252216.pdf>
Erişim Tarihi: 09.02.2012.

3.23. Türkiye’deki Kentlerin Rekabetçilik Analizi

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından 2003 yılında gerçekleştirilen ve illerin sosyo-ekonomik gelişmişliklerini gösteren çalışma, Türkiye’de bu alanda yapılan ilk çalışmadır. Bu araştırma sonuçlarından da görülebileceği gibi ülkemizin başlıca yapısal sorunlarından birisi; iller, coğrafi bölgeler ve istatistikî bölge birimleri olmak üzere çeşitli düzeylerdeki mekân birimleri arasında gözlenen gelişmişlik farklılıkları sorunudur. Araştırma, mevcut idari yapı çerçevesinde 81 ili kapsamaktadır. Ayrıca aynı veri tabanı ve araştırma tekniği kullanılarak 7 coğrafi bölge ile istatistikî bölge birimleri (düzey-1 ve düzey-2) araştırma kapsamında yer almaktadır. Araştırmada kullanılan

değişkenler ve illerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması için **Tablo 13** ve **14**'e bakınız.

Tablo 13

DPT Araştırmasında Kullanılan Değişkenler

Yıl	Değişken	Kaynak	Birim
	DEMOGRAFİK GÖSTERGELER		
2000	1 Toplam Nüfus	DİE-Genel Nüfus Sayımı	Kişi
2000	2 Şehirleşme Oranı	DİE-Genel Nüfus Sayımı	Yüzde
1990-00	3 Yıllık Ortalama Nüfus Artışı	DİE-Genel Nüfus Sayımı	Binde
2000	4 Nüfus Yoğunluğu	DİE-Genel Nüfus Sayımı	Kişi/Km ²
2000	5 Doğurganlık Hızı	DİE-Genel Nüfus Sayımı	Adet
2000	6 Ortalama Hane halkı Büyüklüğü	DİE-Genel Nüfus Sayımı	Kişi
	İSTİHDAM GÖSTERGELERİ		
2000	7 Tarım İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	DİE-Genel Nüfus Sayımı	Yüzde
2000	8 Sanayi İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	DİE-Genel Nüfus Sayımı	Yüzde
2000	9 Ticaret İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	DİE-Genel Nüfus Sayımı	Yüzde
2000	10 Mali Kurumlar İşkolunda Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	DİE-Genel Nüfus Sayımı	Yüzde
2000	11 Ücretli Çalışanların Toplam İstihdama Oranı	DİE-Genel Nüfus Sayımı	Yüzde
2000	12 İşverenlerin Toplam İstihdama Oranı	DİE-Genel Nüfus Sayımı	Yüzde
	EĞİTİM GÖSTERGELERİ		
2000	14 Okur-Yazar Nüfus Oranı	DİE-Genel Nüfus Sayımı	Yüzde
2000	15 Okur-Yazar Kadın Nüfusun Toplam Kadın Nüfusuna Oranı	DİE-Genel Nüfus Sayımı	Yüzde
2000	16 Üniversite Bitirenlerin 22 + Yaş Nüfusa Oranı	DİE-Genel Nüfus Sayımı	Yüzde
2000-01	17 İlkokullar Okullaşma Oranı	Milli Eğitim Bakanlığı	Yüzde
2000-01	18 Liseler Okullaşma Oranı	Milli Eğitim Bakanlığı	Yüzde
2000-01	19 Mesleki ve Teknik Liseler Okullaşma Oranı	Milli Eğitim Bakanlığı	Yüzde
	SAĞLIK GÖSTERGELERİ		
2000	20 Bebek Ölüm Oranı	Sağlık Bakanlığı	Binde
2000	21 On bin Kişiye Düşen Hekim Sayısı	Sağlık Bakanlığı	Kişi
2000	22 On bin Kişiye Düşen Diş Hekimi Sayısı	Sağlık Bakanlığı	Kişi
2000	23 On bin Kişiye Düşen Eczane Sayısı	Sağlık Bakanlığı	Adet
2000	24 On bin Kişiye Düşen Hastane Yatağı Sayısı	Sağlık Bakanlığı	Adet
	SANAYİ GÖSTERGELERİ		
2000	25 Organize Sanayi Bölgesi Parsel Sayısı	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı	Adet
2000	26 Küçük Sanayii İşyeri Sayısı	Sanayi ve Ticaret Bakanlığı	Adet
2000	27 İmalat Sanayii İşyeri Sayısı	DİE-İmalat Sanayi İstatistikleri	Adet
2000	28 İmalat Sanayii Yıllık Çalışanlar Ortalama Sayısı	DİE-İmalat Sanayi İstatistikleri	Kişi
2000	29 İmalat Sanayi Kurulu Güç Kapasite Miktarı	DİE-İmalat Sanayi İstatistikleri	Beygir Gücü
2000	30 Fert Başına İmalat Sanayii Elektrik Tüketimi	DİE-İmalat Sanayi İstatistikleri	Kws
2000	31 Fert Başına İmalat Sanayii Katma Değeri	DİE-İmalat Sanayi İstatistikleri	Milyon TL
	TARIM GÖSTERGELERİ		
2000	32 Kırsal Nüfus Başına Tarımsal Üretim Değeri	DİE Tarımsal Yapı ve Üretim	Milyon TL
2000	33 Tarımsal Üretim Değerinin Türkiye İçindeki Payı	DİE Tarımsal Yapı ve Üretim	Yüzde
	İNŞAAT GÖSTERGELERİ		
2000	34 Daire Sayısı	DİE- İnşaat İstatistikleri	Adet

2000	35 Borulu Su Tesisatı Bulunan Daire Oranı	DİE- İnşaat İstatistikleri	Yüzde
	MALİ GÖSTERGELER		
2000	36 Gayri Safi Yurt İçi Hasıla İçindeki Pay	DİE-Milli Gelir	Yüzde
2000	37 Fert Başına Yurt İçi Hasıla	DİE-Milli Gelir	Milyon TL
2000	38 Banka Şube Sayısı	Bankalar Birliği	Adet
2000	39 Fert Başına Banka Mevduatı	Bankalar Birliği	Milyon TL
2000	40 Toplam Banka Mevduatı İçindeki Pay	Bankalar Birliği	Yüzde
2000	41 Toplam Banka Kredileri İçindeki Pay	Bankalar Birliği	Yüzde
2000	42 Kırsal Nüfus Başına Tarımsal Kredi Miktarı	Bankalar Birliği	Milyon TL
2000	43 Fert Başına Sınai, Ticari ve Turizm Kredileri Miktarı	Bankalar Birliği	Milyon TL
2000	44 Fert Başına Belediye Giderleri	DİE	Milyon TL
2000	45 Fert Başına Genel Bütçe Giderleri	Maliye Bakanlığı	Milyon TL
2000	46 Fert Başına Gelir ve Kurumlar Vergisi Miktarı	Maliye Bakanlığı	Milyon TL
1995-00	47 Fert Başına Kamu Yatırımları Miktarı	DPT	Milyon TL
1995-00	48 Fert Başına Teşvik Belgesi Yatırım Tutarı	Hazine Müsteşarlığı	Milyon TL
1995-00	49 Fert Başına İhracat Miktarı	Dış Ticaret Müsteşarlığı	ABD Doları
1995-00	50 Fert Başına İthalat Miktarı	Dış Ticaret Müsteşarlığı	ABD Doları
	ALTYAPI GÖSTERGELERİ		
2000	51 Kırsal Yerleşmelerde Asfalt Yol Oranı	Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü	Yüzde
2000	52 Yeterli İçme Suyu Götürülen Nüfus Oranı	Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü	Yüzde
2000	53 Devlet ve İl Yolları Asfalt Yol Oranı	Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü	Yüzde
	DİĞER REFAH GÖSTERGELERİ		
2000	54 On bin Kişiye Düşen Özel Otomobil Sayısı	DİE-Ulaştırma İstatistikleri	Adet
2000	55 On bin Kişiye Motorlu Kara Taşıtı Sayısı	DİE-Ulaştırma İstatistikleri	Adet
2000	56 Fert Başına Elektrik Tüketim Miktarı	TEAŞ	Mws
2000	57 Fert Başına Telefon Kontör Değeri	Türk-Telekom AŞ	Adet
2000	58 Yeşil Karta Sahip Nüfus Oranı	Sağlık Bakanlığı	Yüzde

Kaynak: DPT, 2003, s. 42.

Tablo 14

DPT İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması

SIRA	İL	ENDEKS	SIRA	İL	ENDEKS
1	İSTANBUL	4,80772	42	KIRŞEHİR	-0,22870
2	ANKARA	3,31483	43	ARTVİN	-0,26018
3	İZMİR	2,52410	44	AFYON	-0,27246
4	KOCAELİ	1,94329	45	DÜZCE	-0,17995
5	BURSA	1,67890	46	ÇORUM	-0,32761
6	ESKİŞEHİR	1,10368	47	OSMANİYE	-0,33321
7	TEKİRDAĞ	1,05893	48	K.MARAŞ	-0,34968
8	ADANA	0,94901	49	NİĞDE	-0,35582
9	YALOVA	0,93541	50	GİRESUN	-0,36696
10	ANTALYA	0,91480	51	KASTAMONU	-0,37558
11	KIRKLARELİ	0,86287	52	TUNCELİ	-0,40003
12	DENİZLİ	0,71624	53	SİVAS	-0,40597
13	MUĞLA	0,71238	54	KİLİS	-0,41175

14	BOLU	0,60860	55	BARTIN	-0,41550
15	BALIKESİR	0,56540	56	AKSARAY	-0, 45183
16	EDİRNE	0,56234	57	SİNOP	-0,48518
17	MERSİN	0,51934	58	ERZİNCAN	-0,49288
18	BİLECİK	0,50429	59	ÇANKIRI	-0,51917
19	KAYSERİ	0,47748	60	ERZURUM	-0,53286
20	GAZİANTEP	0,46175	61	TOKAT	-0, 59010
21	ZONGULDAK	0,44906	62	ORDU	-0,64489
22	AYDIN	0,42025	63	DİYARBAKIR	-0,66993
23	SAKARYA	0,40404	64	YOZGAT	-0,71652
24	ÇANAKKALE	0,36924	65	ADIYAMAN	-0,77647
25	MANİSA	0,34165	66	BAYBURT	-0,80176
26	KONYA	0,25254	67	KARS	-0,81944
27	KARABÜK	0,21332	68	ŞANLIURFA	-0,83158
28	ISPARTA	0,21187	69	İĞDIR	-0,89089
29	HATAY	0,19693	70	BATMAN	-0,90456
30	UŞAK	0,16867	71	GÜMÜŞHANE	-0,92501
31	BURDUR	0,14395	72	MARDİN	-0,98944
32	SAMSUN	0,08791	73	SİİRT	-1,00644
33	KIRIKKALE	0,05851	74	ARDAHAN	-1,07318
34	NEVŞEHİR	-0,07483	75	VAN	-1,09297
35	KARAMAN	-0,09852	76	BİNGÖL	-1,12469
36	ELAZIĞ	-0,10131	77	HAKKÂRİ	-1,13956
37	RİZE	-0,17840	78	ŞIRNAK	-1,13979
38	TRABZON	-0,18582	79	BİTLİS	-1,15736
39	AMASYA	-0,18591	80	AĞRI	-1,28116
40	KÜTAHYA	-0,20684	81	MUŞ	-1,43916
41	MALATYA	-0,22627			

Kaynak: DPT, 2003, s. 55.

Tablo 14'de gösterilen illerin sosyo ekonomik gelişmişlik sıralamasında ilk üç sırada İstanbul, Ankara ve İzmir son üç sırada ise Muş, Ağrı ve Bitlis yer almaktadır. 2011'de güncellenen DPT'nin illerin sosyo ekonomik gelişmişlik sıralamasında il üç sırayı 2003'de olduğu İstanbul, Ankara ve İzmir paylaşırken son sıradaki Muş yerini korumuştur. Teze konu olan Diyarbakır ise 63. sıradan 67. sıraya gerilemiştir. Batı ve doğu bölgeleri arasındaki uçurum oldukça yüksektir.

Kara (2008) bölgesel rekabetçiliğin ölçümünde iktisadi yapı, yenilikçilik kapasitesi, altyapı ve erişilebilirlik, beşeri sermaye ile sosyal sermaye gibi değişkenlerin analizini esas almıştır (**Tablo 15'e** bakınız).

Tablo 15

Kara (2008) Bölgesel Rekabetçilik Analizinde Kullanılan Değişkenler

DEĞİŞKENLER	KAYNAK	YILI
İKTİSADİ YAPI		
Cari fiyatlarla kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasıla (YTL)	TÜİK	2000
Sanayi işkolunda çalışanların toplam istihdama oranı (Yüzde)	TÜİK	2000
Hizmet işkolunda çalışanların toplam istihdama oranı (Yüzde)	TÜİK	2000
Toplam açılan kapanan firma sayısı	TÜİK	2004-2006
Yıllık ortalama dış ticaret (ithalat+ihracat) (Bin dolar)	Dış Tic. Müst.	2004-2006
Toplam doğrudan yabancı sermaye yatırımı (dolar)	Hazine Müst.	1956-2006
Turistik yatak sayısı	Kültür ve Turizm Bak.	2005
Kişi başına işletme sayısı	TÜİK	2004
İşgücünün üretkenliği (GSYİH / istihdam)	TÜİK	2000
YENİLİK KAPASİTESİ		
Toplam patent başvurusu	Türk Patent Ens.	2000-2006
Toplam faydalı ürün başvurusu	Türk Patent Ens.	2000-2006
Toplam endüstriyel tasarım başvurusu	Türk Patent Ens.	2000-2006
Toplam marka başvurusu	Türk Patent Ens.	2000-2006
Yüksek ve orta-yüksek teknoloji düzeyine sahip sektörlerde işletme sayısının toplam işletme sayısına oranı	TÜİK	2004
Yüksek ve orta-yüksek teknoloji düzeyine sahip sektörlerdeki istihdamın toplam istihdama oranı	TÜİK	2004
ALTYAPI VE ERİŞİLEBİLİRLİK		
Kanalizasyon şebekesine bağlı nüfusun belediye nüfusu içindeki payı	TÜİK	2004
Katı atık hizmeti verilen nüfusun belediye nüfusu içindeki payı	TÜİK	2004
Aritma tesisi ile hizmet verilen nüfusun belediye nüfusu içindeki payı	TÜİK	2004
Atıksu arıtma tesisi ile hizmet verilen nüfusun belediye nüfusu içindeki payı	TÜİK	2004
Karayolu yoğunluğu (km ² ye düşen il, devlet, otoyol uzunluğu)	TÜİK	2004
On bin kişiye düşen hastane yatağı sayısı	TÜİK	2005

İldeki ADSL abonelerinin Türkiye toplamına oranı	Telekom A.Ş.	2006
Erişilebilirlik (en yakın büyük kent merkezine, havaalanına, limana uzaklık)	Karayolları Gn. Md., Denizcilik Müst., DLH Gn. Md.	2006
BEŞERİ SERMAYE		
Nüfus	TÜİK	2000
Toplam yaş bağımlılık oranı	TÜİK	2000
Okuma Yazma bilenlerin oranı (6 yaş ve üzeri nüfus)	TÜİK	2000
Yüksek Öğretim Mezunlarının Oranı (toplam nüfus içinde)	TÜİK	2000
İşgücünün nüfusa oranı	TÜİK	2000
SOSYAL SERMAYE		
On bin kişiye düşen vakıf sayısı	Vakıflar Gn. Md.,	2006
On bin kişiye düşen dernek sayısı	Mahali İdareler Gn.Md.	2006

Kaynak: Kara, 2008, s.184.

Kara'nın (2008, s.188) analizi sonucunda, bölgesel rekabet edebilirlik endeksi değerlerine göre Düzey 2 bölgeleri ve illeri sıralanmış, endeks değerindeki değişimler, kırılma noktaları dikkate alınarak, iller ve bölgeler arasındaki rekabet edebilirlik farklarını detaylı olarak ortaya koyabilmek üzere, altı kademe şeklinde sınıflandırılmışlardır. Birinci kademe rekabet edebilirlik açısından en iyi düzeydeki bölgeleri, altıncı kademe ise en zayıf durumdaki bölgeleri ifade etmektedir (**Tablo 16** ve **17'**e bakınız).

Tablo 16

Kara (2008) Düzey 2 Bazında Bölgesel Rekabet Edilebilirlik Sıralaması

Kademe	Düzey 2 Kodu	Bölgede Yer Alan İller	Sırası	Endeks Değeri
1	TR10	İstanbul	1	3,42093
	TR51	Ankara	2	1,66808
	TR31	İzmir	3	1,1137
	TR41	Bursa, Eskişehir, Bilecik	4	0,9722
	TR42	Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova	5	0,87302
2	TR21	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli,	6	0,42107
	TR62	Adana, Mersin	7	0,21375
3	TR32	Aydın, Denizli, Muğla	8	0,05873
	TR61	Antalya, Isparta, Burdur	9	0,03484
	TR22	Balıkesir, Çanakkale	10	0,03134
	TR81	Zonguldak, Karabük, Bartın	11	0,01765
4	TR33	Manisa, Afyon, Kütahya, Uşak	12	-0,09938
	TR52	Konya, Karaman	13	-0,14037
	TRC1	Gaziantep, Adıyaman, Kilis,	14	-0,26985
	TR83	Samsun, Tokat, Çorum, Amasya	15	-0,30907
	TR72	Kayseri, Sivas, Yozgat	16	-0,32795
5	TR71	Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir,	17	-0,4105
	TR82	Kırşehir	18	-0,42258
	TRB1	Kastamonu, Çankırı, Sinop	19	-0,51283
	TR63	Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli	20	-0,52887
	TR90	Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye	21	-0,53956
	TRA1	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin,	22	-0,7207
	TRC2	Gümüşhane	23	-0,79371
		Erzurum, Erzincan Bayburt		
6	TRC3	Şanlıurfa, Diyarbakır		
	TRC3	Mardin, Batman, Şırnak, Siirt	24	-1,16792
	TRA2	Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan	25	-1,24127
	TRB2	Van, Muş, Bitlis, Hakkâri	26	-1,34074

Kaynak: Kara, 2008, s.190.

Tablo 16'da gösterilen Düzey 2 bazında bölgesel rekabet edilebilirlik sıralamasının ve **Tablo 17**'de gösterilen iller bazında rekabet edilebilirlik sıralamasının ilk üç sırasında DPT'nin 2003'de yaptığı ve 2011'de güncellediği sıralamada olduğu gibi İstanbul, Ankara ve İzmir yer almaktadır. Son sırada ise DPT'nin çalışmasında olduğu gibi Muş yer almaktadır. Ve yine aynı çalışmada önceki çalışmalarda olduğu batı ve doğu bölgeleri arasındaki uçurum oldukça yüksektir. Teze konu olan Diyarbakır ise çalışmada 62. Sırada yer almaktadır.

Tablo 17

Kara (2008) İller Bazında Rekabet Edebilirlik Sıralaması

Kademe	İller	Sırası	Endeks	Kademe	İller	Sırası	Endeks
1	İstanbul	1	6,1679	4	Kastamonu	41	-0,13742
1	Ankara	2	2,7053	4	Artvin	42	-0,16647
1	İzmir	3	1,86743	4	Hatay	43	-0,1858
1	Bursa	4	1,67339	4	Çankırı	44	-0,19244
1	Kocaeli	5	1,63209	4	Amasya	45	-0,20657
2	Tekirdağ	6	0,9983	4	Afyon	46	-0,2268
2	Eskişehir	7	0,92035	4	Osmaniye	47	-0,23403
2	Yalova	8	0,92002	4	Malatya	48	-0,24645
2	Adana	9	0,68481	4	Kilis	49	-0,26586
2	Sakarya	10	0,63157	4	Kırşehir	50	-0,30839
2	Bolu	11	0,60987	4	Sinop	51	-0,32786
2	Antalya	12	0,57105	4	Tunceli	52	-0,34966
3	Muğla	13	0,4678	4	Sivas	53	-0,36156
3	Kırklareli	14	0,43489	4	Bartın	54	-0,36438
3	Karabük	15	0,39297	5	Erzincan	55	-0,4005
3	Kayseri	16	0,39277	5	Tokat	56	-0,44968
3	Zonguldak	17	0,37098	5	K.Maraş	57	-0,45391
3	Kırıkkale	18	0,36765	5	Niğde	58	-0,46217
3	Balıkesir	19	0,33675	5	Aksaray	59	-0,48985
3	Konya	20	0,3355	5	Erzurum	60	-0,52407
3	Manisa	21	0,32265	5	Giresun	61	-0,53069
3	Edirne	22	0,31028	5	Diyarbakır	62	-0,53157
3	Düzce	23	0,2989	5	Ordu	63	-0,57309
3	Mersin	24	0,28543	5	Bayburt	64	-0,60691
3	Gaziantep	25	0,2777	5	Yozgat	65	-0,66416
3	Bilecik	26	0,24575	5	Şanlıurfa	66	-0,67427
3	Denizli	27	0,24095	5	Gümüşhane	67	-0,71108
3	Isparta	28	0,22076	5	Adıyaman	68	-0,71683
3	Çanakkale	29	0,21266	6	Kars	69	-0,79905
3	Aydın	30	0,21223	6	Ardahan	70	-0,8544
3	Samsun	31	0,08326	6	Siirt	71	-0,85659
3	Burdur	32	0,05914	6	Iğdır	72	-0,86446
3	Kütahya	33	0,01939	6	Bingöl	73	-0,8678
4	Çorum	34	-0,05969	6	Batman	74	-0,95895
4	Uşak	35	-0,05977	6	Mardin	75	-1,01877
4	Nevşehir	36	-0,06283	6	Van	76	1,05361
4	Trabzon	37	-0,07893	6	Bitlis	77	1,0743
4	Karaman	38	-0,0992	6	Hakkâri	78	1,12002
4	Rize	39	-0,12304	6	Şırnak	79	1,13595
4	Elazığ	40	-0,13532	6	Ağrı	80	1,29745
4				6	Muş	81	1,38794

Kaynak: Kara, 2008, s. 191.

EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) “İl Bazında Rekabetçilik Endeksi” oluşturarak bu alana bir katkı sağlamışlar ve Türkiye illerini çeşitli kıstaslara dayanarak bir rekabetçilik sıralamasına oturtmuşlardır. Bu çalışmada 50 değişkenli 6 endeks oluşturulmuştur: Ekonomik Canlılık ve Etkinlik, Emek Piyasası, Yaratıcılık, İnsan Sermayesi, Fiziki Altyapı ve Sosyal Sermaye (**Tablo 18, 19, 20, 21, 22 ve 23’e** bakınız).

Tablo 18’de on bir değişkenden oluşan bir veri tabanı kullanılarak temel bileşenler analizi yöntemi ile ekonomik ve canlılık endeksi oluşturulmuştur. Endekste ilk üç sırada, sırasıyla, İstanbul, Kocaeli ve İzmir almaktadır (EDAM ve Deloitte Türkiye, 2009, s.14).

Tablo 18

EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) Ekonomik Etkinlik ve Canlılık Endeksinde Kullanılan Değişkenler

	Ort.	Std. Hata	En az	En Çok
(Ln) kişi başı GSYİH	2.740	1.413	0.718	9.591
İşsizlik oranı	0.083	0.031	0.039	0.179
Sermaye artış Oranı	0.411	0.401	0.072	2.466
Tarım sekt. Verimlilik	1.012	0.495	0.384	3.409
Sanayi sekt. Verimlilik	0.899	0.914	0.066	5.650
Hizmet sekt. Verimlilik	0.846	0.240	0.330	1.224
Banka Kredi-GSYİH oranı*	0.249	0.128	0.089	0.927
İşyeri başına çalışan sayısı	2.681	0.773	1.661	5.127
Bitki.üret.değeri/dekar**	2.269	1.715	0.331	8.848
Kişi başı aç şirket sayısı***	25.968	52.682	2.108	429.425
Kobi Teşvik-yatırım oranı	0.306	0.274	0.000	0.789
*. Değer 1000 ile çarpılmıştır.				
**. Her 100 dekada.				
***. Her 1000 kişiye.				

Kaynak: EDAM ve Deloitte Türkiye, 2009, s.13.

Tablo 19’da illerin emek piyasalarındaki performansını ölçmek üzere oluşan emek piyasaları endeksi dokuz dekişkenden oluşmuştur. Endekste en üst üç sırada, sırasıyla, İstanbul, İzmir ve Ankara yer almaktadır. Muş en alt sırada yer almaktadır (EDAM ve Deloitte Türkiye, 2009, s.17).

Tablo 19

EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) Emek Piyasaları Endeksinde Kullanılan Değişkenler (%)

	Ort.	Std. Sapma	En az	En Çok
15-24 yaş nüfus oranı	0.181	0.020	0.151	0.254
İşsizlik oranı	0.083	0.031	0.039	0.179
İşgücüne katılım oranı	0.637	0.060	0.504	0.799
İşgücünün nüfus içindeki payı	0.628	0.055	0.502	0.709
Kadın işgücüne katılım oranı	0.481	0.092	0.275	0.727
Kentsel işsizlik oranı	0.189	0.076	0.079	0.380
Kentsel kadın işgücüne katılım oranı	0.154	0.058	0.059	0.310
İstihdamda tarımın payı	0.591	0.138	0.081	0.834
Net göç oranı	-0.017	0.034	-0.101	0.082

Kaynak: EDAM ve Deloitte Türkiye, 2009, s.16.

Tablo 20'de yedi değişken kullanılarak insan sermayesi endeksi oluşturulmuştur. Endekste en üst üç sırada, sırasıyla, Ankara, Eskişehir ve Çanakkale yer almaktadır. Doğu ile Batı arasında büyük farklar vardır. En üst %20'lik dilime giren illerin tamamı batıda, en alt %20'lik dilime giren illerin tamamı ise doğuda yer almaktadır (EDAM ve Deloitte Türkiye, 2009, s.14).

Tablo 20

EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) İnsan Sermayesi Endeksinde Kullanılan Değişkenler

	Ort.	Std. Sapma	En az	En Çok
Öğretmen başına öğrenci, anaokulu	32.740	15.543	12.080	96.554
Öğretmen başına öğrenci, ortaöğretim	16.318	4.720	10.701	36.051
Öğretmen başına öğrenci, ilköğretim	25.099	6.791	16.000	48.000
Öğretmen başına öğrenci, üniversite	10.792	12.965	0.000	41.198
Ortalama bitirilen okul yılı	4.346	0.867	2.459	6.295
Okuma yazma oranı	0.848	0.072	0.658	0.934
ÖSS başarısı	0.267	0.067	0.138	0.396

Kaynak: EDAM ve Deloitte Türkiye, 2009, s.18.

Tablo 21'de altı değişkenle yaratıcı sermaye endeksi oluşturulmuştur. Endekste en üst üç sırada, sırasıyla, Ankara, İstanbul ve Eskişehir yer almaktadır. Ankara ili hemen tüm değişkenlerde diğer illere göre çok yüksek bir farkla önde gelmektedir. Bu nedenle de Ankara'nın endeks değeri en yakın ikinci il olan İstanbul'un neredeyse iki katı kadardır. (EDAM ve Deloitte Türkiye, 2009, s.23).

Tablo 21

EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) Yaratıcı Sermaye Endeksinde Kullanılan Değişkenler

	Ort.	Std. Sapma	En az	En Çok
1000 kişi başına teknik eleman	4.892	3.021	1.019	18.053
ARGE harc. çıktı içindeki payı, kamu imalat sanayi (üç yıllık ortalama)	0.067	0.132	0.000	0.736
ARGE harc. çıktı içindeki payı, özel imalat sanayi (üç yıllık ortalama)	0.101	0.179	0.000	1.243
Kişi başı akademik yayın sayısı	0.143	0.200	0.000	1.024
Kişi başı tescilli patent sayısı	0.779	1.655	0.000	10.292
Kişi başı patent başvuru sayısı	6.137	9.954	0.000	58.590

Kaynak: EDAM ve Deloitte Türkiye 2009, s. 22.

Tablo 22'de dokuz değişkenle oluşturulan sosyal sermaye endeksi göstermektedir. Endekste en üst üç sırada, sırasıyla, Ankara, İstanbul ve Muğla yer almaktadır. Son sırada ise Muş yer almaktadır. Yaratılan endekse dayanarak oluşturulan harita, daha önceki endekslere oldukça benzer şekilde Doğu ile Batı arasında ayrıma işaret etmektedir. (EDAM ve Deloitte Türkiye, 2009, s.25).

Tablo 22

EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) Sosyal Sermaye Endeksinde Kullanılan Değişkenler

	Ort.	Std. Sapma	En az	En Çok
HH büyüklüğü	5,049	1,251	3,3	8,3
100,000 kişi başına doktor	54,02	30,354	21,818	200,132
100,000 kişi başına sinema sayısı	1,067	0,824 0	0	3,693
1000 kişi başına gazete tirajı	22,988	17,315	3,248	74,839
Kız okullaşma oranı	0,466	0,161	0,128	0,851
1000 kişi başına STK sayısı	1,029	0,473	0,184	2,202
Kişi başı konut elektrik tüketimi	330,827	130,021	111	741
Net göç oranı	-0,017	0,034	-0,101	0,082
Okuma yazma oranı	0,848	0,072	0,658	0,934

Kaynak: EDAM ve Deloitte Türkiye, 2009, s.24.

Tablo 23'de on değişkenle oluşturulan fiziki altyapı endeksi göstermektedir. Endekste en üst üç sırada, sırasıyla, İstanbul, İzmir ve Kocaeli yer almaktadır. Son sırada ise Ağrı yer almaktadır. Yaratılan endekse dayanarak oluşturulan harita, daha önceki endekslere oldukça benzer şekilde Doğu ile Batı arasında ayrıma işaret etmektedir. (EDAM ve Deloitte Türkiye, 2009, s.28).

Tablo 23

EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) Fiziki Altyapı Endeksinde Kullanılan Değişkenler

	Ort.	Std. Sapma	En az	En Çok
Km2 başına asfalt yol uzunluğu	0,087	0,021	0,05	0,155
Km2 başına demiryolu uzunluğu	0,011	0,011	0	0,043
Kişi başı havayolu yükü (kg)	6,179	23,167	0	173,977
Kişi başı havayolu yolcu sayısı	0,354	1,259	0	8,514
1000 kişi başına otomobil sayısı	56,546	35,21	8,137	184,378
1000 kişi başına ticari araç sayısı	54,576	23,091	10,821	110,366
1000 kişi başına ADSL	40,649	26,091	8,714	138,387
San, elk, tüket, toplam tüket, oranı	0,377	0,228	0,009	0,855
Kirli su arıtma yeterliliği	0,027	0,034	0	0,155
Katı atık arıtma yeterliliği	1,096	3,966	0	22,378

Kaynak: EDAM ve Deloitte Türkiye, 2009, s.27.

EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) tarafından yapılan çalışma ile elde edilen sonuçlar aslında Türkiye’de bilinen durumu yansıtmaktadır. Trakya’dan başlayan ve Ankara’yı da içine alan bir kuşak en üst %20’lik dilimi oluşturmaktadır. Bu gruba, Batı’da İzmir, güneyde ise Antalya ve Muğla eklenmektedir. Buna karşılık, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgeleri Türkiye genelinin çok gerisinde kalmaktadır. Rekabet endeksinde en üst üç sırada sırasıyla Ankara, İstanbul ve İzmir son sırada ise Muş yer almaktadır (**Tablo 24**’e bakınız).

Tablo 24

EDAM ve Deloitte Türkiye (2009) Rekabet Endeksi

Sıra	İl	Endeks Değeri	Sıra	İl	Endeks Değeri	Sıra	İl	Endeks Değeri
1	Ankara	100.0	28	Uşak	56.8	55	Bartın	43.3
2	İstanbul	97.8	29	Rize	55.4	56	Sinop	43.2
3	İzmir	87.3	30	Kırıkkale	55.2	57	Erzincan	42.7
4	Kocaeli	80.8	31	Samsun	55.2	58	Ordu	41.0
5	Eskişehir	80.5	32	Gaziantep	55.1	59	Tokat	40.9
6	Bursa	78.8	33	Kütahya	54.6	60	Tunceli	40.5
7	Yalova	74.6	34	Trabzon	54.0	61	Kilis	39.5
8	Muğla	74.1	35	Konya	52.7	62	Aksaray	39.0
9	Tekirdağ	73.5	36	Düzce	52.3	63	Gümüşhane	35.6
10	Antalya	71.1	37	Artvin	52.2	64	Yozgat	34.1
11	Çanakkale	69.1	38	Elazığ	50.9	65	Kars	32.9
12	Bilecik	68.4	39	Karaman	50.1	66	Bayburt	32.4
13	Kırklareli	67.1	40	Hatay	50.0	67	Diyarbakır	32.1
14	Edirne	66.9	41	Malatya	49.9	68	Adıyaman	32.1
15	Bolu	66.4	42	Amasya	49.5	69	Batman	28.1
16	Sakarya	64.7	43	Nevşehir	48.7	70	Iğdır	28.1
17	Denizli	64.4	44	Kastamonu	48.6	71	Siirt	25.6
18	Balıkesir	64.1	45	Çankırı	48.4	72	Van	25.2
19	Zonguldak	62.5	46	Çorum	48.2	73	Ardahan	25.0
20	Kayseri	62.4	47	Niğde	48.0	74	Şanlıurfa	24.9
21	Isparta	60.8	48	Afyon	47.0	75	Bingöl	24.0
22	Adana	60.4	49	Kırşehir	46.6	76	Mardin	22.7
23	Aydın	60.3	50	Giresun	44.4	77	Şırnak	22.1
24	Karabük	59.5	51	K.Maraş	44.2	78	Bitlis	21.6
25	Mersin	59.5	52	Sivas	44.1	79	Hakkâri	21.0
26	Manisa	59.1	53	Erzurum	43.8	80	Ağrı	14.8
27	Burdur	57.6	54	Osmaniye	43.8	81	Muş	14.7

Kaynak: EDAM ve Deloitte Türkiye, 2009, s.11.

URAK (2011) tarafından kent düzeyinde yayınlanan veriler dikkate alınarak yapılan değerlendirmeler sonucunda, her yıl yenilenebilir özellikte kentler arası rekabet endeksi oluşturulması için dört ana değişken belirlenmiştir: Beşeri sermaye ve Yaşam kalitesi, Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik, Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli, Erişebilirlik (**Tablo 25, 26, 27 ve 28'e** bakınız). Endeks hesaplamalarında her alt endeksin değerinin hesaplanabilmesi için alt değişkenler tanımlanmıştır. **Tablo 25, Tablo 26, Tablo 27 ve Tablo 28**'te bütün alt değişkenlerin ilgili alt endeks altındaki ağırlıkları bulunmaktadır. Bu ağırlıklar onlu bir likert skalası esas alınarak saptanmıştır. Değişken ağırlıkları uzman görüşü yöntemine (expert opinion) başvurularak saptanmıştır.

Tablo 25'de on dört değişkenden meydana gelen beşeri sermaye ve yaşam kalitesi alt endeksi yer almaktadır. Endekste 2009-2010 verilerine göre en üst üç sırada,

sırasıyla, Ankara, İstanbul ve Eskişehir yer almaktadır. Son sırada ise Şırnak yer almaktadır. Teze konu olan Diyarbakır ise 64. Sırada yer almaktadır. Yaratılan endekse dayanarak oluşturulan harita, daha önceki endekslere oldukça benzer şekilde Doğu ile Batı arasında ayrıma işaret etmektedir (URAK, 2011, s.26).

Tablo 25

URAK (2011) Beşeri Sermaye ve Yaşam Kalitesi Alt Endeksi'ne Ait Değişkenler, Ağırlıklandırmalar, Hesaplama Yöntemleri ve Başvurulan Kaynaklar

Değişkenler	Ağırlık	Hesaplama Yöntemi	Başvurulan Kaynak
İlde Kişi Başına Düşen Öğretim Üyesi Sayısı	4	İldeki öğretim üyesi sayısı/İl nüfusu	T.C. Milli Eğitim Bakanlığı-Türkiye İstatistik Kurumu
İldeki Bir Yüksek Öğrenim Programından Mezun Olan Kişi Sayısı (Yüksek Lisans dâhil)	4	İldeki bir yüksek öğrenim programından mezun olan kişi sayısı (yüksek lisans dahil)	T.C. Milli Eğitim Bakanlığı-Türkiye İstatistik Kurumu
İldeki Bir Doktora-Tıpta İhtisas Programından Mezun Olan Kişi Sayısı	4	İldeki bir doktora-tıpta ihtisas programından mezun olan kişi sayısı	T.C. Milli Eğitim Bakanlığı-Türkiye İstatistik Kurumu
Kişi Basına Düşen Uzman Hekim Sayısı	4	İldeki uzman hekim sayısı / İl nüfusu	T.C. Sağlık Bakanlığı-Türkiye İstatistik Kurumu
İlde Mesleki ve Teknik Okul Mezun Sayısı	4	İlde mesleki ve teknik Okul mezunu öğrenci sayısı	T.C. Milli Eğitim Bakanlığı- Türkiye İstatistik Kurumu
ÖSS-YGS Başarı Yüzdesi	3	ÖSS-YGS Başarı Yüzdesi	Yükseköğretim Kurulu Öğrenci Seçme ve Yerleştirme Merkezi
Kişi Basına Düşen Hastane Yatağı Sayısı	3	İldeki hastane yatağı sayısı/İl nüfusu	T.C. Sağlık Bakanlığı-Türkiye İstatistik Kurumu
Kişi Basına Düşen Otomobil Sayısı	2	İldeki otomobil sayısı/ İl nüfusu	T.C. Ulaştırma Bakanlığı- Türkiye İstatistik Kurumu
Kişi Basına Düşen Mevduat Miktarı	3	İldeki mevduat/İl nüfusu	Türkiye Bankalar Birliği- Türkiye İstatistik Kurumu
İlde İşlenen Suç Sebebiyle Kişi Basına Ceza İnfaz Kurumuna Giren Hükümlü Sayısı	-2	Suçun işlendiği ile göre cezaevine giren hükümlü sayısı/ İl nüfusu	T.C. Adalet Bakanlığı- Türkiye İstatistik Kurumu
Şehirleşme Oranı	3	İlde kent nüfusu/ İlin toplam Nüfusu(kır+kent)	Türkiye İstatistik Kurumu
İlde 1000 Kişi Basına Düşen Alışveriş Merkezi Büyüklüğü	2	İlde 1000 Kişi Basına Düşen Alışveriş Merkezi Büyüklüğü	Alışveriş Merkezi Yatırımcıları Derneği (AYD)

İldeki Beş Yıldızlı Otel Yatak Kapasitesi	3	İldeki 5 yıldızlı otel yatak kapasitesi	T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı
Kişi Basına Düşen Mesken Elektrik Tüketim Miktarı	4	İlde elektrik (mesken) tüketim miktarı/İl nüfusu	Türkiye Elektrik Dağıtım Anonim Şirketi-Türkiye İstatistik Kurumu

Kaynak: URAK, 2011, s.5.

Tablo 26'da yedi değişkenden meydana gelen markalaşma becerisi ve yenilikçilik alt endeksi yer almaktadır. Endekste 2009-2010 verilerine göre en üst üç sırada, sırasıyla, İstanbul, Ankara ve Bursa yer almaktadır. Son sırada ise Tunceli yer almaktadır. Teze konu olan Diyarbakır ise 13. Sırada yer almaktadır. Yaratılan endekse dayanarak oluşturulan harita, daha önceki endekslere oldukça benzer şekilde Doğu ile Batı arasındaki ayrıma işaret etmektedir (URAK, 2011, s.31).

Tablo 26

URAK (2011)Markalaşma Becerisi ve Yenilikçilik Alt Endeksi'ne Ait Değişkenler, Ağırlıklandırmalar, Hesaplama Yöntemleri ve Başvurulan Kaynaklar

Değişkenler	Ağırlık	Hesaplama Yöntemi	Başvurulan Kaynak
İlde 100 Milyon Dolar'ın Üzerinde İhracat Yapan Firma Sayısı	4	İlde 100 Milyon Dolar'ın Üzerinde İhracat Yapan Firma Sayısı	Türkiye İhracatçılar Meclisi
ISO 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Listesi'ne Giren Firma Sayısı	4	ISO 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Listesi'ne Giren Firma Sayısı	İstanbul Sanayi Odası
Son Beş Yıla Ait Patent Tescil Ortalaması	3	İlin son beş yıla ait patent tescil ortalaması	Türk Patent Enstitüsü
Son Beş Yıla Ait Marka Tescil Ortalaması	3	İlin son beş yıla ait marka tescil ortalaması	Türk Patent Enstitüsü
Son Beş Yıla Ait Faydalı Model Tescil Ortalaması	3	İlin son beş yıla ait faydalı model tescil ortalaması	Türk Patent Enstitüsü
Son Beş Yıla Ait Endüstriyel Tasarım Tescil Ortalaması	3	İlin son beş yıla ait endüstriyel tasarım tescil ortalaması	Türk Patent Enstitüsü
Süper Ligde İli Temsil Eden Futbol Takımı Varlığı	2	İlin Süper Lig'de temsil edilmesi durumunda 1, edilmemesi durumunda 0 değeri verilmiştir.	Türkiye Futbol Federasyonu

Kaynak: URAK, 2011, s.6.

Tablo 27'de on bir değişkenden meydana gelen markalaşma becerisi ve yenilikçilik alt endeksi yer almaktadır. Endekste 2009-2010 verilerine göre en üst üç sırada, sırasıyla, İstanbul, Ankara ve İzmir yer almaktadır. Son sırada ise Çankırı yer almaktadır. Teze konu olan Diyarbakır ise 29. sırada yer almaktadır. Yaratılan endekse dayanarak oluşturulan harita, daha önceki endekslere oldukça benzer şekilde Doğu ile Batı arasındaki ayrıma işaret etmektedir (URAK, 2011, s.36).

Tablo 27

URAK (2011)Ticaret Becerisi ve Üretim Potansiyeli Alt Endeksi'ne Ait Değişkenler, Ağırlıklandırmalar, Hesaplama Yöntemleri ve Başvurulan Kaynaklar

Değişkenler	Ağırlık	Hesaplama Yöntemi	Başvurulan Kaynak
Kullanılan Kredi Miktarı	2	İlde kullanılan kredi miktarı	Türkiye Bankalar Birliği
Tahakkuk Eden Vergi Miktarı	4	İlde tahakkuk eden vergi miktarı T.C.	Maliye Bakanlığı
İlin İhracat Hacmi	4	İl merkezinde kayıtlı firmalar tarafından gerçekleştirilen ihracat toplamı	T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı- Türkiye İstatistik Kurumu
İldeki Toplam Kamu Yatırımı (Enerji, Haberleşme-Ulaştırma hariç)	3	İldeki toplam kamu yatırımı (enerji, ulaştırma-haberleşme hariç)	T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı
Sanayi Elektrik Tüketim Miktarı	3	Sanayi elektrik tüketim miktarı	Türkiye Elektrik Dağıtım Anonim Şirketi
Bir Önceki Yıla Göre Açılan Şirket Sayısındaki Değişim Oranı	3	Bir önceki yıla göre açılan şirket sayısındaki değişim oranı	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
Bir Önceki Yıla Göre Kapanan Şirket Sayısındaki Değişim Oranı	-1	Bir önceki yıla göre kapanan şirket sayısındaki değişim	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
İlde Gümrük Varlığı	3	İlde gümrük bulunuyorsa bu ile 1, bulunmuyorsa 0 değeri verilmiştir.	T.C. Başbakanlık Gümrük Müsteşarlığı
Yatırım Teşvik Belgesi Verilen Sabit Yatırım Miktarı	2	İlde yatırım teşvik belgesi verilen sabit yatırım miktarı	T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı
Dış Ticaret Yapan Firma Sayısı	4	İldeki dış ticaret yapan firma sayısı toplamı	T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı- Türkiye İstatistik Kurumu
İlin İç Talep Potansiyeli	3	İlin toplam nüfusu/Türkiye nüfusu	Türkiye İstatistik Kurumu

Kaynak: URAK, 2011, s.6.

Tablo 28'de on değişkenden meydana gelen erişebilirlik endeksi yer almaktadır. Endekste 2009-2010 verilerine göre en st  sırada, sırasıyla, İstanbul, İzmir ve Tekirdağ yer almaktadır. Son sırada ise Hakkari yer almaktadır. Teze konu olan Diyarbakır ise 33. Sırada yer almaktadır. Yaratılan endekse dayanarak oluşturulan harita, daha önceki endekslere oldukca benzer şekilde Doğu ile Batı arasında ayrıma işaret etmektedir (URAK, 2011, s.44).

Tablo 28

URAK (2011)Erişilebilirlik Alt Endeksi'ne Ait Değişkenler, Ağırlıklandırmalar, Hesaplama Yöntemleri ve Başvurulan Kaynaklar

Değişkenler	Ağırlık	Hesaplama Yöntemi	Başvurulan Kaynak
İlde Kişi Basına Düsen ADSL Aboneliği Sayısı	4	İldeki ADSL abone sayısı/İl nüfusu	Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi
İlde Kişi Basına Düsen Sabit Telefon Hattı Sayısı	3	İldeki sabit telefon hattı sayısı/İl nüfusu	Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi
İle İç Hat Uçak Seferlerinin Varlığı	3	İle düzenli iç hat uçak seferi var ise bu ile 1, düzenli iç hat uçak seferi bulunan bir ile en çok 80 km mesafede bulunan illere 0,5, bu iller dışında kalan diğer illere 0 değeri verilmiştir	T.C. Ulaştırma bakanlığı- Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü
İle Dış Hat Uçak Seferlerinin Varlığı	4	İle düzenli dış hat uçak seferi var ise bu ile 1, düzenli dış hat uçak seferi bulunan bir ile en çok 80 km mesafede bulunan illere 0,5, bu iller dışında kalan diğer illere 0 değeri verilmiştir	T.C. Ulaştırma bakanlığı- Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü
Haberleşme-Ulaştırma Alanında Kamu Yatırımı	4	İlde haberleşme ve ulaşım sektörüne yönelik yapılan kamu yatırımı	T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı
İlin Otoyol Ağına Bağlı Olup Olmaması Durumu	4	İl otoyol ağına bağlı ise bu ile 1, değilse 0 değeri verilmiştir	T.C. Karayolları Genel Müdürlüğü
İlde Kilometrekare Basına Düsen Bölünmüş Yol Uzunluğu	3	İldeki bölünmüş yol uzunluğu/İlin yüzölçümü	T.C. Karayolları Genel Müdürlüğü- Türkiye İstatistik Kurumu
İlin Demiryolu Ağına Bağlı Olup Olmaması Durumu	4	İl demiryolu ağına bağlı ise bu ile 1, değilse 0 değeri verilmiştir	T.C. Devlet Demiryolları
İlde Liman Varlığı	3	İlde liman bulunuyorsa bu ile 1, liman bulunan bir ile 80 km'den daha yakın olan illere 0,5, diğer illere ise 0 değeri verilmiştir	T.C. Başbakanlık Denizcilik Müsteşarlığı
Kilometrekare Basına Düsen Araç Sayısı	1	İldeki toplam araç sayısı/İlin yüzölçümü TC.	Ulaştırma Bakanlığı- Türkiye İstatistik Kurumu

Kaynak: URAK, 2011, s.7.

URAK tarafından geliştirilen endeks modeli ile 2008, 2009 ve 2010 yıllarında iller düzeyinde toplanan veriler ile birlikte değerlendirilerek her bir ilin rekabetçilik endeks değeri ortaya çıkarılmıştır. İllerarası Rekabetçilik Endeksi 2009-2010 sonuçlarına göre, İstanbul'un önceki yıllara ait endeks sonuçlarında olduğu gibi

Türkiye'nin 81 ili arasında en rekabetçi kent olduğu tespit edilmiştir (**Tablo 29**'a bakınız).

Tablo29

URAK (2011)İllerarası Rekabetçilik Endeksi

il	2009-2010 Genel Endeks Sırası	2008-2009 Genel Endeks Sırası	2007-2008 Genel Endeks Sırası	il	2009-2010 Genel Endeks Sırası	2008-2009 Genel Endeks Sırası	2007-2008 Genel Endeks Sırası
İstanbul	1	1	1	Bartın	42	44	51
Ankara	2	2	2	Sinop	43	41	40
İzmir	3	3	3	Bolu	44	43	44
Bursa	4	4	4	Kütahya	45	42	43
Kocaeli	5	5	5	Bilecik	46	45	48
Eskişehir	6	6	6	Tokat	47	54	42
Tekirdağ	7	8	8	Afyonkarahisar	48	52	52
Antalya	8	7	11	Erzincan	49	53	45
Adana	9	9	7	Amasya	50	47	50
Gaziantep	10	11	10	Giresun	51	49	53
Hatay	11	10	12	Karaman	52	46	47
Kayseri	12	13	9	Artvin	53	57	54
Zonguldak	13	20	29	Ordu	54	58	55
Mersin	14	15	16	Kırşehir	55	60	60
Trabzon	15	14	14	Osmaniye	56	48	49
Samsun	16	16	15	Van	57	55	57
Konya	17	12	13	Niğde	58	51	66
Isparta	18	22	24	Batman	59	56	56
Muğla	19	17	17	Mardin	60	62	64
Aydın	20	18	18	Düzce	61	61	58
Denizli	21	19	19	Kastamonu	62	66	62
Manisa	22	29	23	Kilis	63	59	59
Balıkesir	23	21	25	Adıyaman	64	64	63
Edirne	24	25	26	Çorum	65	65	67
Erzurum	25	27	28	Aksaray	66	68	65
Sakarya	26	24	22	Çankırı	67	63	61
Elazığ	27	39	34	Kars	68	67	68
Malatya	28	28	30	Yozgat	69	71	71
Yalova	29	23	21	Muş	70	73	70
Sivas	30	26	20	Bingöl	71	75	72
Kırklareli	31	30	31	Iğdır	72	69	75
Diyarbakır	32	36	39	Bitlis	73	72	73
Çanakkale	33	31	35	Tunceli	74	77	78
Kahramanmaraş	34	35	33	Bayburt	75	76	76
Rize	35	38	27	Siirt	76	74	69
Kırıkkale	36	34	38	Gümüşhane	77	80	74
Nevşehir	37	32	32	Ardahan	78	79	79
Karabük	38	33	37	Ağrı	79	70	77
Şanlıurfa	39	40	41	Şırnak	80	78	81
Uşak	40	37	36	Hakkâri	81	81	80
Burdur	41	50	46				

Kaynak: URAK, 2011, s.13.

3.24. Kent Rekabetçiliğinde Devletin Rolü

Hükümetler nezdinde, bölgelerin ve kentlerin “rekabetçilik performansı” konusunun giderek önem kazanmasıyla birlikte bölgesel ve kentsel rekabet edebilirliğin temel faktörlerinin belirlenmesi, teşvik edilmesi ve geliştirilmesi için politikalar geliştirilmesi çalışmalarına verilen önem artmıştır. Böylece, bölgesel ve kentsel rekabet edebilirliğin geliştirilmesi konusu ülkelerin temel politikaları arasında önemli bir yer almaya başlamıştır (Kitson vd., 2004, s.991).

Batı ülkelerinde, yerel yönetimler kentlerin yeniden yapılanmasında ve bir refah devletinden ekonomik olarak gelişmiş bir devlete geçişte karşımıza önemli aktörler olarak çıkmışlardır (Shen, 2004, s.20). OECD’ye (1997) göre devletin rolü şüphesiz doğrudan bir oyuncu olmaktan ziyade daha çok, imkân sağlayan ve şartları oluşturan bir yapıya doğru kaymıştır. Kresl (1995, s.6) kent yönetiminin ve özel sektör kuruluşlarının, kent rekabetçiliğini artırmak ve kentlerin en çok arzu edilen ekonomik geleceğe ulaşmasına imkân vermek için ortak çalıştıklarını vurgular. Ayrıca yine Kresl’e göre politika yapıcılar ve kurumsal aktörler kent rekabetçiliğini artırmak ve “ulaşılabilecek en iyi ekonomik geleceği başarmak” için stratejiler geliştirebilirler. Giderek artan rekabet baskıları karşısında kentleri küresel ortamda rekabetçi kılmak için yerel yönetimler daha proaktif roller üstlenmelidir. Yerel yönetimlerin kentlerin rekabetçiliğini sağlamaları için ilk önce piyasayı ve ekonomik kentsel büyümenin ana iticilerini anlamakla başlamaları gerekmektedir.

Avrupa kentlerinin küresel rekabet ortamında başarılı olabilmeleri için kritik kütleyle (*critical mass*) erişmelerinin önemi ortaya konmuş ve yoğunlaşmaların ya da kentler ve çevrelerindeki alanlar arasında işbirliklerinin geliştirilmesi gereği vurgulanmıştır. Bununla ilişkili olarak kentlerin çekiciliklerini artırmaları için ulaşım, erişilebilirlik, kamu hizmet ve donatılarına erişim, doğal ve fiziksel çevre ve kültür alanlarının kullanımı konusunda izlenmesi gereken ilkeler ortaya konmuştur (European Commission, 2005b, s. 4-19).

Başta Avrupa ülkeleri olmak üzere birçok ülkedeki politika yapıcılar, kendi şehirlerinin rekabet edebilirliklerini geliştirmek ve korumak konusunda çaba göstermektedirler (Budd, 1998, s.667-682; Simmie, Carpenter, Chaswick, Martin ve Wood, 2006). Genel olarak Doğu-Orta Avrupa kentleri Batı Avrupa ile karşılaştırıldığı zaman yetersiz kent yönetim düzeyi, inovasyon politikası zayıflığı, finansal ve örgütsel kaynakların yetersizliği gibi nedenlerden dolayı daha az avantajlı bir konuma

sahiptirler (Kovacs, Murie, Musterd, Gritsai ve Pethe 2007, s.25). Yerel yönetim kalitesi kent içinde iş yapma maliyetinin belirlenmesinde ve yerel yatırım ikliminin etkilenebilmesinde etkili bir faktör olarak ortaya çıkmıştır (Dollar, Shi, ve Xu, 2003, s.6).

Yerel yetkililer kent rekabetçiliğini belirleyen faktörleri kente çekerek önemli bir işlevi yerine getirirler. Yerel yetkililer kentleri firmalar ve kalifiye çalışanlar için cazip merkezler haline getirmek için çaba göstermelidirler. İş kurma, lisanslarla ilgili, işçi istihdamı, mülkiyet kaydı, kredi alma, yatırımcıların korunması, vergi ödeme, sözleşmelerin uygulanması ve iş yeri kapatma gibi iş yapma faaliyetlerini kolaylaştıran ya da kısıtlayan düzenlemeler rekabetçilikte ve ekonomik gelişmede önemli bir etkiye sahiptir (World Bank, 2007) ve yerel düzeyde hükümetler bu faktörlerde kaldıraç görevini üstlenirler. Rekabet politikalarının önemli bir bileşeni olarak karşımıza çıkan kent rekabetçiliğini artırmak için özellikle Avrupa kentleri vasıflı çalışanları, ziyaretçileri, yabancı yatırımları ve firmaları kendilerine çekmek için küresel bir rekabete girmiştir.

Bu nedenle ticaretin serbestleştiği ve teknolojinin hızla değiştiği ve yayıldığı bir dönemde kentsel ekonomilerin rekabet edebilirliğine ve bunu artırmak üzere geliştirilecek politikalara daha fazla önem verilmesi gerekmektedir (Kresl ve Singh, 1999, s.1017-1026).

3.25. Kent Rekabetçiliği İçin Kümelenme Stratejisi

Ekonomik küreselleşme ve bilgi teknolojilerinin gelişimi, kentleri küresel ekonomide önemli bir konuma taşımıştır. Küreselleşme sürecinde ulaşım ve iletişim olanaklarının gelişmesiyle ülke sınırlarının önemini kaybettiği düşünülse de yerel düzeyde firmaların bir araya toplanma eğilimi içinde oldukları görülmektedir (Enright, 2003). Küreselleşme sadece firmaları değil kentleri ve bölgeleri daha rekabetçi olmaya zorlamıştır (Begg, 1999). Küreselleşmenin sonucunda ülkeler arasındaki sınırlar önemini yitirmekte ve kentlerin önemi gittikçe artmaktadır. 2000'li yıllardan itibaren sektör odaklı rekabet anlayışının bölgesel kaynaklar ve yerel potansiyellerle bütünleşen bir yaklaşımla ele alınmaya başlandığı görülmektedir.

Bölgesel rekabet edebilirlik kapsamında yapılan araştırmalarda bölgelerin mevcut rekabet edebilirlik düzeyinin tanımlanması ve ölçülmesinde kullanılabilecek değişkenler ile rekabet edebilirliğin artırılması için gerekli faktörler ortaya konmaya çalışılmıştır. Ancak, her bölgenin kendine has bazı özellikleri olması nedeniyle, rekabet

edebilirliği ortaya koyan ortak bir dizi değişken ve faktör bulunmamakta, değişik çalışmalarda rekabet edebilirliğin farklı yön ve boyutları öne çıkarılmaktadır. Bir bölgede uygulanan başarılı stratejilerin aynı şekilde başka bir bölgeye aktarılması olumlu sonuçlar vermeyebilir. Nitekim bölgelerin rekabet edebilirliğinin geliştirilmesi için optimal bir kalkınma modeli ve dünyanın her yanında ve her yerel duruma uygun hazır şablonlar bulunmamaktadır (Boschma, 2004, s.1011). Bu çerçevede tüm bölgeler için tek model şeklinde “*one size fits all*” uygun bölgesel rekabet edebilirlik stratejileri bulunmamaktadır (Martin, 2005, s.38).

Sağladığı dışsallıklar nedeniyle kamu altyapı yatırımları, kamu mal ve hizmetlerinin yeterli düzeyde ve etkin sunumu, firmalar ve diğer ilgili kuruluşlar arasındaki ağ ilişkileri, kümelenmeler, ihtisaslaşma, ihtisaslaşmış hizmetlere erişebilme bu tip pozitif dışsallıklar arasında sayılabilir. Bölgesel dışsallıklar olarak da adlandırılan bu faktörler, firmaların verimliliğini, yenilikçiliğini, esnekliğini ve dinamizmini yani kısaca üretkenlik ve rekabetçi üstünlüklerini belirlemekte, bölgeleri temel ekonomik dışsallıkların kaynağı olarak öne çıkarmaktadır (Kitson vd., 2004, s.994).

Bölgesel rekabet edebilirliği, girişimcilik ve teknolojiye dayalı gelişmeyi sağlayarak artırmayı hedefleyen yüksek eksenli rekabet edebilirlik politikalarına dair uluslararası düzeyde üç grup örnek verilebilir (Malecki, 2004, s.1108). Birinci grupta İtalya ve Danimarka’daki endüstriyel bölgeler yer almaktadır. “Rekabet üstünlüğü olan bölgeler” olarak nitelenen bu bölgeler, bölgesel kalkınma açısından yüksek eksenli stratejilerin uygulanmasının başarılı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu örneklerle birlikte öğrenme, ilişkisel davranışlar ve kümelenmelerin başarılı olarak uygulandığı bazı diğer örnekler de bulunmaktadır: ABD’de Silikon Vadisi, Almanya’da Baden-Württemberg Bölgesi, İtalya’da Emilia-Romagna, İngiltere’de Motor Sport Vadisidir. İkinci grup olarak “yeni ekonomi” kümelenmeleri örnek gösterilmektedir. Bu gruptaki başarılı örnekler ise Texas’taki Telekom Koridoru, Massachusetts’deki Cambridge biyo-teknoloji, İngiltere’deki Cambridge biyo-teknoloji ve bilişim kümeleri olarak gösterilmektedir. Üçüncü grupta ise, belirli bir politikaya dayalı olarak yakın zamanda oluşturulan kümelenmeler yer almaktadır. Bu bağlamdaki örnekler ise, Finlandiya’da Oulu, Fransa’daki Côte d’Azur ve Almanya’daki Heidelberg, Münih, and Jena bölgeleridir.

Başarılı bölgeler, yüksek büyüme hızına sahip sektörlerde ihtisaslaşmaları ya da kümelenmeler gibi yığılma ekonomilerinden yararlanarak verimlilik artışı sağlamaları

nedeniyle sektörel yapılarından kaynaklanan avantajlara sahiptir. Turok (2004) kentsel bölgeleri geniş bir ekonomi sisteminin ve dış iş bağlantılarının bir parçası olarak görmektedir. Rekabetçiliği kovalayan kentlerin kendi durumlarına uygun olan ve onları diğer şehirlerden ayıran özel bir takım strateji ve eylemler formüle etmeleri gerekir. Tek başına bütün kentler için geçerli olacak bir eylem bulunmamaktadır. Gittikçe artan kentler arasındaki şiddetli rekabet, kent rekabetçiliğini geliştirme firmalar, kentler ve ülkeler için önemli bir stratejik konu haline gelmiştir.

Kentlerde, kümelenme ve ağ oluşturma aracılığıyla rekabet edebilirliğin artırılmasına ve iktisadi açıdan en güçlü durumdaki kentlerle, kentsel ağın geriye kalan kısmı arasında dengeli bir kalkınma sağlanmasına odaklanılması öngörülmektedir (European Commission, 2005a, s.29). Bir kentte sanayi kümelenmenin varlığı, kümelenmenin güçlü olması ve diğer sanayileri etkilemesi kentin geniş kapsamlı rekabetçiliğini ve kentin sanayi yapısını etkilemektedir. Bugünün dünyasında kümelenme pek çok ülkenin, bölgenin ve kentin ekonomik yapılarının ayrı bir özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Çok uluslu şirketler gibi sanayi kümeleri dünya ekonomisinin hâkim güçlerinden biri olmuştur. Kümelenme teorisi birçok ulusal, bölgesel ve kentsel kalkınma stratejileri için belirgin bir şekilde önem kazanmıştır ve muhtemelen önümüzdeki yıllarda öyle kalmaya devam edecektir. Küresel bir köye dönen dünyamızda yaratıcılık ve bilgi yoğun faaliyetler ile kümelenme, kentler için en çok aranan hedefler arasında yer almaktadır. Yerellik Malecki'nin (2000) çalışmalarında belirgin olarak ortaya çıkmıştır. Malecki yerel ve bölgesel kültürel bilginin varlığının, yığılmayı ve ekonomik faaliyetlerin kümelenmesini anlamada ve kentlerin ve bölgelerin rekabetçiliğini artırmada temel olduğu sonucuna varmıştır.

Porter'in kümelenme kavramı kentsel, bölgesel ve ulusal rekabetçilik ile ilgili akademik ve politik tartışmalarda hızla yayılmaya başlamıştır. Bilgi yoğun Silikon Vadisi (Saxenian, 1994), Cambridge Bölgesi (Keeble vd., 1999), ve Üçüncü İtalya (Bathelt, 1998) gibi başarılı kümelenme örnekleri dünyadaki birçok kenti kümelenme politikaları geliştirmeye zorlamıştır. Helsinki bölgesi, bilişim teknolojileri kümesinin merkezi olup ekonomik alanda önemli faydalar sağlamış ve 1990'lardan bu yana ekonomik büyüme için temel bir sürücü olmuştur. Bilişim teknolojileri istihdamının yarısından fazlası metropolitan bölgede yoğunlaşmıştır (Laakso, Kilpelainen ve Tahtinen, 2009). Coğrafi olarak bilişim teknolojileri istihdamı Laajalahti körfezi etrafına kümelenmiştir.

Birçok uluslararası başarılı sanayi genellikle sanayi kümelerinin belli bir bölgede veya kentte yığılmasıyla oluşurlar. Tedarikçilerin ve son kullanıcıların birbirlerine yakın olmaları yakın iletişim, hızlı ve sürekli bilgi akışı, fikir ve yenilik değişiminden yararlanabilirler. Kümelenme ve sağladıkları başarılar bölgesel rekabetçi avantajların temeli olarak yorumlanmaktadır. Porter'ın uluslar için kullandığı Elmas Modeli, kentlerin yerel ekonomiyi geliştirmek için kullandıkları bir kalkınma stratejisidir. Dünyanın en görünür ve bilinen kümelerinin çok uzun süredir devam eden başarılarından dolayı çevrelediği kentleri rekabetçi kıldıkları bilinen bir gerçektir. California'daki San Jose kenti Silikon Vadisi bilişim teknolojileri kümesi ile birlikte bilişim teknolojileri alanında oldukça rekabetçi bir konuma sahiptir.

Genel kabul gören bir fenomen olarak sanayi ve ticari faaliyetler genellikle belli bölgelerde kümelenme eğilimi gösterirler. Son yıllarda dünya çapında çok sayıda ülke kümelenme tabanlı ekonomik kalkınma stratejisini ekonomik rekabetçilikleri yeni seviyelere yükseltmek için kullanmışlardır (Lundquit ve Power, 2002; SANDAG, 2001). Belli dönemlerdeki tartışmalara rağmen kümelenme tabanlı kalkınma stratejisi yetenekleri çok önemli ekonomik faydalar sunmaktadır (Martin ve Sunley, 2003). Kentsel yığılma ekonomilerinde bulunan kümeler gelişmekte olan ülkeler için en önemli eğilimlerdir (Porter, 1998a). Kentler arasında sürekli bir rekabet görünmekte ve bu çerçevede sanayi kümelenmeleri kent rekabetçiliğinin güçlü bir belirleyicisi olarak ekonomik gelişimin temelini oluşturmaktadır. Sonuç olarak, üretim ve ileri teknoloji endüstrilerinin coğrafi olarak giderek daha konsantre hale gelmesiyle, sanayi kümeleri gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki kentlerin omurgaları haline gelmiştir.

BÖLÜM 4

DIYARBAKIR İLİ ULUSLARARASI REKABETÇİLİK VE MAKRO DÜZEY KÜMELENME ANALİZİ

4.1. Giriş

2010 yılında KOSGEB ve Diyarbakır valiliği tarafından Diyarbakır'ın ekonomik gelişimini sağlıklı ve planlı bir şekilde gerçekleştirmek, geliştirmek ve sürdürülebilir hale getirmek amacıyla yürütülen çalışmada Murat Kasımoğlu ve Hakkı Eraslan ile birlikte ilde faaliyet gösteren sektörlerin (tarım-sanayi-hizmet) ve bu sektörlerle bağlı alt sektörlerin uluslararası rekabetçilik ve makro düzey kümelerinin haritasını çıkarma projesinde, proje yerel ekibinde bulunarak saha çalışmasına ve elmas modeline dayalı anket çalışmalarına katkıda bulundum. Bu çalışma, tezimin metodolojisinin ilk kısmını oluşturan Diyarbakır'daki kümelerin haritasını ortaya çıkarmada önemli katkı sağladı. Bu bölümde, çoğunlukla yayınlanmış metnine dayalı olarak (Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslararası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi, 2010), söz konusu projenin aşamaları ve sonuçları üzerinde detaylı bir şekilde durulacak ve bu sayede bu proje çalışmalarının, kendi çalışmamıza olan yansımaları daha anlaşılır bir şekilde ortaya konmaya çalışılacaktır.

Bu konulara geçmeden önce vurgulamak gerekir ki, projede bilimsel araştırma yöntemi olarak hem nicel (*quantitative*) hem de nitel (*qualitative*) araştırma teknikleri kullanılmıştır. Bu teknikler kapsamında ikincil verilerin yanı sıra birincil veri toplama yöntemlerine de müracaat edilmiştir. Toplanan verilerin analizinde uluslararası rekabetçilikte geçerlilik ve güvenilirliği olan Elmas Modeli (*Diamond Model*), Kıyaslama (*Benchmarking*), Makro Düzey Kümelenme (*Macro Level Cluster*), Stratejik Düşünce (*Strategic Thinking*) vs. gibi çağdaş yönetim yaklaşımları ve tekniklerine başvurulmuştur

4.2. Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslararası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi Araştırmasının Aşamaları

Araştırmanın 1. aşamasında genel yaklaşım ve vizyon belirlenmiştir. Bu vizyon çerçevesinde ilk olarak konunun bir tarafını oluşturan İDARE ile bir toplantı (*kick-off*) gerçekleştirilmiş ve çalışmanın genel çerçevesi, yapılacak iş paketleri ve eylem planı müzakere edilmiştir. Araştırmanın 2. Aşamasında İDARE'nin öngörmüş olduğu anahtar ekonomik karar vericiler (*key decision makers*) ile derinlemesine mülakatlar (*pilot görüşmeler*) yapılmıştır. Bu bağlamda, ildeki ticaret ve sanayi kuruluşlarının bağlı bulundukları etkin örgütsel yapıların en tepe yöneticileri ile görüşmeler yapılmış, bu kişilere projenin genel durumu ile stratejik yönetim ve rekabetçilik gibi konuları kapsayan bir sunum yapılmış ve onlardan alınan bilgilerle de Bölge'nin genel sosyo-ekonomik durumu, öne çıkan sektörler ve her bir sektörün ana oyuncularını hakkında bilgilere ulaşılmıştır.

Bu aşamaya paralel olarak (3. aşama) Bölge hakkında kapsamlı yazın taraması yapılmış (*ikincil veriler*) olup gerekli dokümanlar analiz edilmiş ve rekabet gücü yüksek ve/veya potansiyel arz eden temel sektörlerle ulaşılmaya çalışılmıştır. Ayrıca, tespit edilen temel sektörlerin durumları ve sayıları uzman görüşüne (*expert opinion*) başvurulmuş ve teyit edilmiştir. Araştırmanın 4. aşamasında birincil veri toplama tekniklerine müracaat edilerek, Diyarbakır ekonomisinde söz sahibi ve karar verici önemli oyuncular ile tematik odak grup toplantıları, anket, derinlemesine mülakat ve katılımlı gözlem çalışmaları yapılmıştır.

5. aşamada, toplanan veriler Elmas Modeli, kıyaslama (*benchmarking*) ve stratejik yönetim yaklaşımları ile analiz edilmiştir. Bu aşamada, her bir sektör başlı başına modele tabi tutularak analiz edilmiş ve uluslararası stratejik rekabetçilik pozisyonu tespit edilmiştir. Analiz sonucuna binaen sektörlerin gelişim ve/veya dönüşüm modelleri yapılarak stratejileri ve temel proje önerileri ortaya çıkarılmıştır. Analiz sonuçları, ayrıca, hangi sektörlerin kümelenme analizine tabi tutulacağını da öngörmüştür. Araştırmanın son aşamasında ise (6. aşama), analiz sonucunda ortaya çıkan panorama doğrultusunda, makro düzey stratejiler, öngörülen sektörlerin geliştirilmesine yönelik stratejik yönetim modelleri ve uygulama projeleri değerlendirilmiştir.

4.3. Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslararası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi Araştırmasının Sonuçları

Yapılan araştırma ve analiz sonuçlarına göre Diyarbakır’da faaliyet gösteren tarımsal endüstri alanında et ve et ürünleri ile süt ve süt ürünleri; sanayi endüstrisinde mermercilik, yapı malzemeleri, tekstil ve hazır giyim ve gıda paketlenme-ambalajlama; hizmet endüstrisinde ise turizm (*termal, medikal ve tarih turizmleri*) ve ticaret sektörlerinin öncelikli olarak incelenmesine karar verilmiştir. Ayrıca tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren diğer faaliyet kolları (*bilişim, ipekçilik, örtü altı tarım ve un ve unlu mamuller*) da kuluçka sektör kategorisinde analiz edilmiştir (**Tablo 30**’a bakınız).

Tablo 30

Diyarbakır’da Öne Çıkan Sektörler

Temel Endüstriler	Alt Sektörler
Tarım	1.Et ve Et Ürünleri Sektörü
	2.Süt ve Süt Ürünleri Sektörü
Sanayi	1.Mermercilik Sektörü
	2. İnşaat Malzemeleri Sektörü
	3.Gıda Paketlenme ve Ambalajlama Sektörü
	4.Tekstil ve Hazır giyim Sektörü
Hizmet	1.Turizm Sektörü
	2.Ticaret Sektörü

Kaynak: Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslararası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi, 2010, s.28.

Stratejik planlamaların temel noktasını oluşturan rakibe göre pozisyon alma şekli stratejilerde kullanılan en önemli yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, küresel eğilimlere bağlı olarak gerçekleştirilen Diyarbakır’ın sektörel rekabetçilik analizi sonucunda 8 farklı sektörün küresel rekabetçilik pozisyonu ortaya çıkarılmıştır. **Tablo 31**’de de görüldüğü gibi, Elmas Modeli ile analizi yapılan ekonomik faaliyet kollarından sadece **mermercilik** sektörünün küresel rekabetçilik pozisyonu orta düzey, diğer sektörlerin rekabetçilik gücü ise düşük düzey olarak tespit edilmiştir (**Şekil 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 ve 17**’ ye bakınız). En güçlü küme olması ve küme geliştirme (cluster development) stratejisinin en başında olması nedeniyle mermercilik kümesi, doktora tez konum olan kent rekabetçiliğinde kümelenmenin

faıdası ve kümelerin kent rekabetçiliği algısı bakımından üzerinde çalıştığım küme olmuştur.

Tablo 31

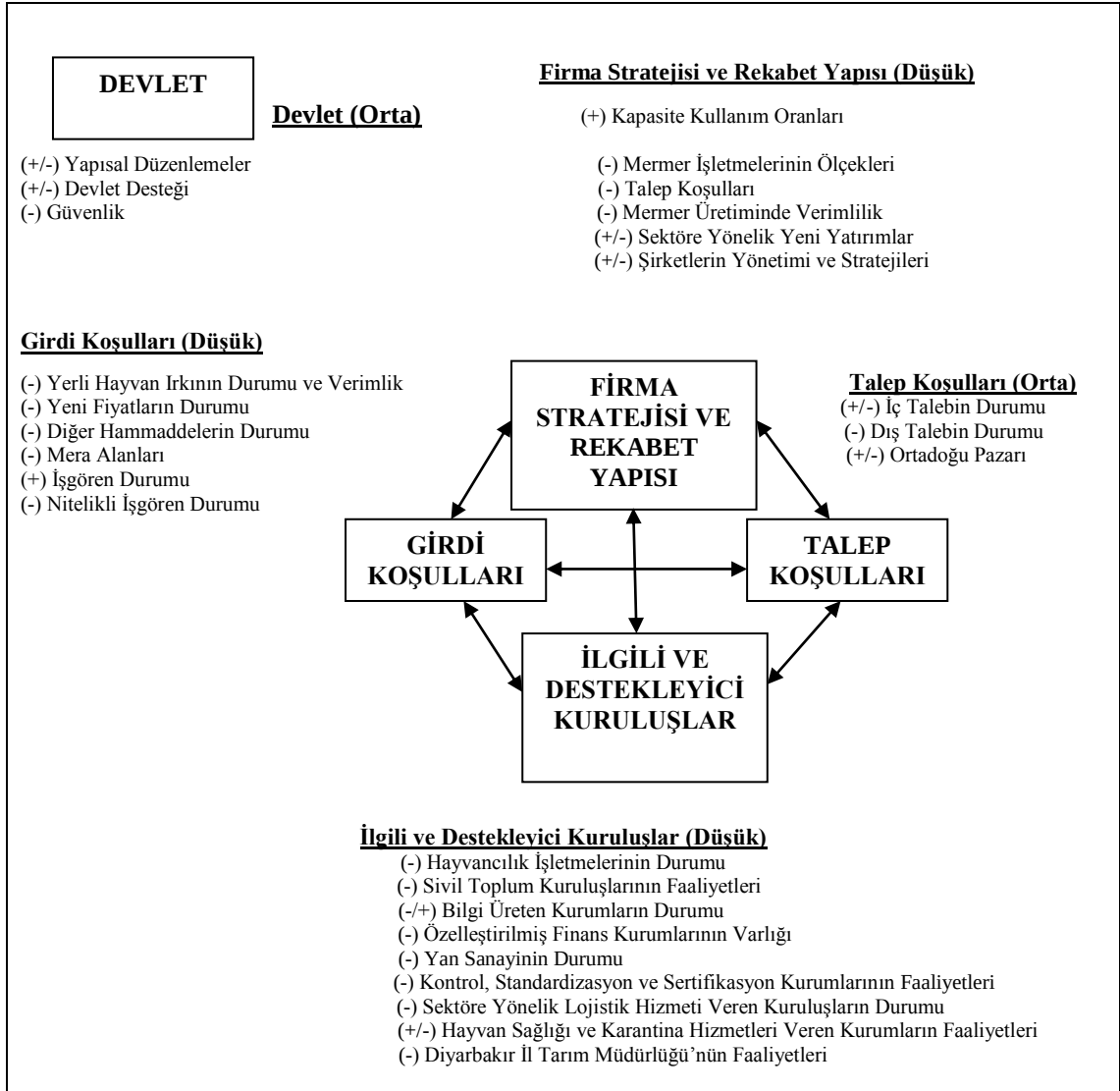
Diyarbakır'da Faaliyet Gösteren Tüm Sektörlerin Uluslararası Rekabetçilik Gücü Düzeyi Matrisi

SEKTÖRLER	TALEP KOşULLARI	FİRMA STRATEJİSİ	GİRDİ KOşULLARI	İLGİLİ VE DESTEKLEYİCİ KURUMLAR	DEVLET DESTEğİ	TOPLAM ULUSLARASI REKABETÇİLİK POZİSYONU
1. Mermercilik Sektörü	Yüksek	Orta	Orta	Düşük	Orta	Orta
2. Et ve Et Ürünleri Sektörleri	Orta	Düşük	Düşük	Düşük	Orta	Düşük
3. Süt ve Süt Ürünleri Sektörleri	Düşük	Düşük	Düşük	Düşük	Orta	Düşük
4. İnşaat Malzemeleri Sektörü	Orta	Düşük	Orta	Düşük	Düşük	Düşük
5. Tekstil ve Hazırgiyim Sektörü	Orta	Düşük	Orta	Düşük	Düşük	Düşük
6. Gıda Paketleme ve Ambalajlama Sektörü	Orta	Düşük	Orta	Düşük	Düşük	Düşük
7. Turizm Sektörü	Düşük	Düşük	Orta	Düşük	Düşük	Düşük
8. Ticaret Sektörü	Orta	Düşük	Düşük	Düşük	Düşük	Düşük

Kaynak: Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslar arası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi, 2010, s.266.

Diyarbakır Yöresi et ve et ürünleri sektörü rekabetçilik analizi Elmas Model uygulanarak analiz edilmiştir. Sektörün girdi koşulları, firma stratejileri ve rekabet yapısının durumu, talep koşulları, ilgili destekleyici kuruluşlar ve devlet değişkenleri incelenerek sektörün rekabet düzeyi belirlenmiştir. Bu bağlamda, sektörün devlet ve talep koşulları değişkenlerinin uluslararası rekabetçilik gücü düzeyi orta seviyede, diğer değişkenlerin ise düşük seviyede olduğu ortaya çıkmıştır (**şekil 10**'a bakınız). Et ve et

ürünleri sektörünün bütünleşik analizi yapıldığında talep koşulları açısından, Diyarbakır'da yüksek bir potansiyelin olduğu görülmektedir. Bireylerin satın alma gücü paritesi açısından bakıldığı zaman ise talep koşulları olumsuzluk göstermektedir. Sektörün makro düzeyde fotoğrafı analiz edildiğinde üç noktada pozitif bir durum görülmektedir. Talep koşulları domestik ve Ortadoğu pazarı açısından olumlu bir görüntü vermektedir. Sektörün gelecek on sene içerisinde büyüme performansına bakıldığı zaman büyük bir potansiyel görülmektedir. Bu faktörler sektörün temel olarak olumlu olarak adlandırılabilen unsurlarıdır. Sektörün stratejik olarak güçlendirilmesi için bu faktörlerden yararlanmak mümkündür. Geleceğe yönelik olarak gelişim planı Ortadoğu pazarı üzerine kurulmalıdır. Bu pazarı kullanarak işletmelerin büyümesi ve küreselleşmeleri sağlanabilir. Bu çerçevede şirketler geleceğe yönelik olarak daha hızlı ve rekabetçi bir şekilde büyüme şansına sahiptir.

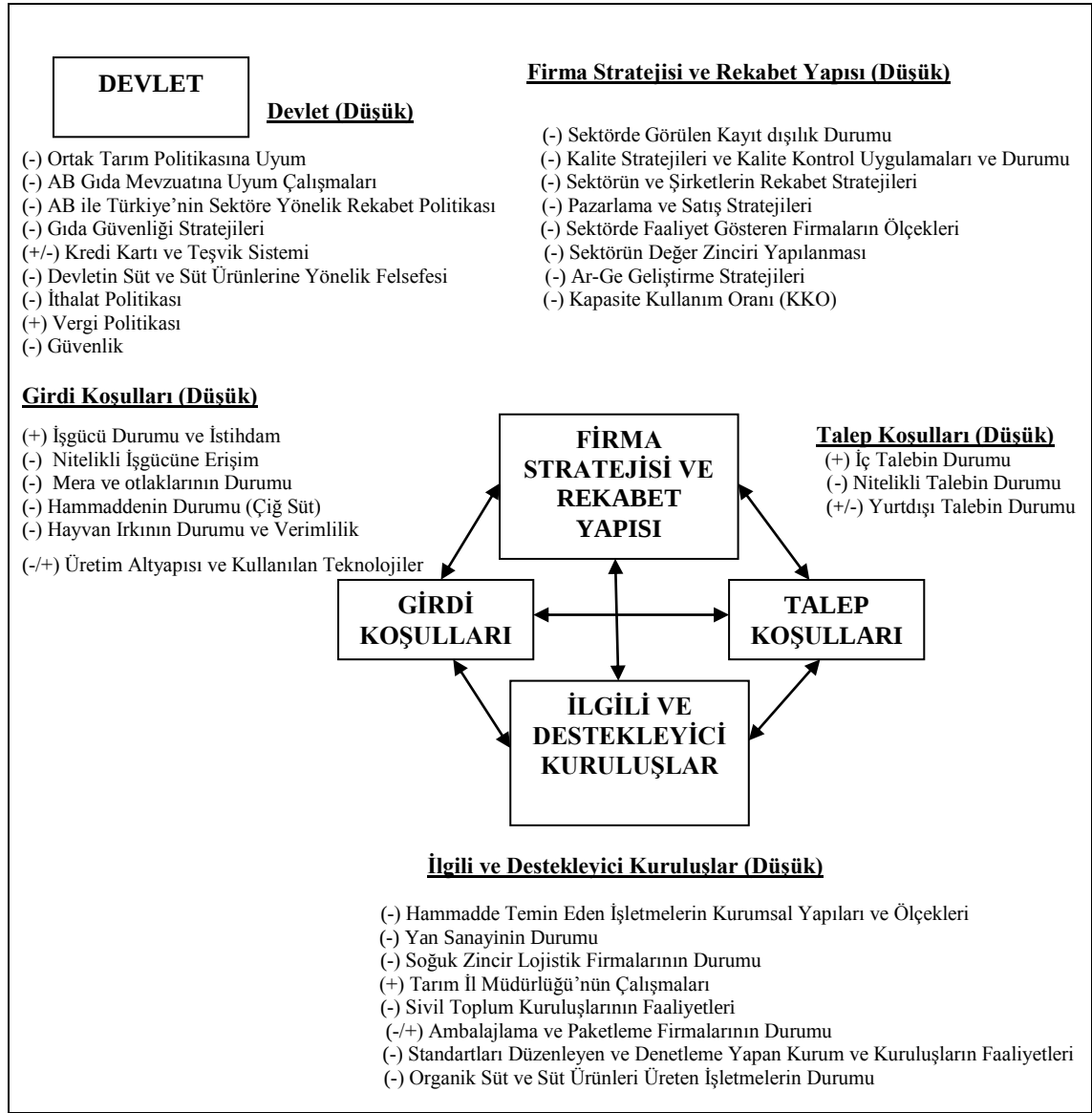


Şekil 10. Diyarbakır Bölgesi Et ve Et Ürünleri Sektörlerinin Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu (Düşük)

Kaynak: Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslararası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi, 2010, s.56.

Diyarbakır bölgesi süt ve süt ürünleri sektörü rekabetçilik analizi Elmas Modeli uygulanarak analiz edilmiştir. Sektörün girdi koşulları, firma stratejileri ve rekabet yapısının durumu, talep koşulları, ilgili destekleyici kuruluşlar ve devlet değişkenleri incelenerek sektörün rekabet düzeyi belirlenmiştir. Bu bağlamda, sektörün tüm temel değişkenlerinin uluslararası rekabetçilik pozisyonunun **düşük** düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır (Şekil 11'e bakınız). Süt ve süt ürünleri sektörünün bütünlük analizi yapıldığı zaman talep koşulları açısından potansiyelin zayıf olduğu görülmektedir. Sektörün makro düzeyde fotoğrafına bakıldığı zaman sadece gelecekte büyüme

kapasitesi açısından pozitif bir durum görülmektedir. Talep koşulları domestik ve Ortadoğu pazarı açısından zayıf olarak görülmektedir.

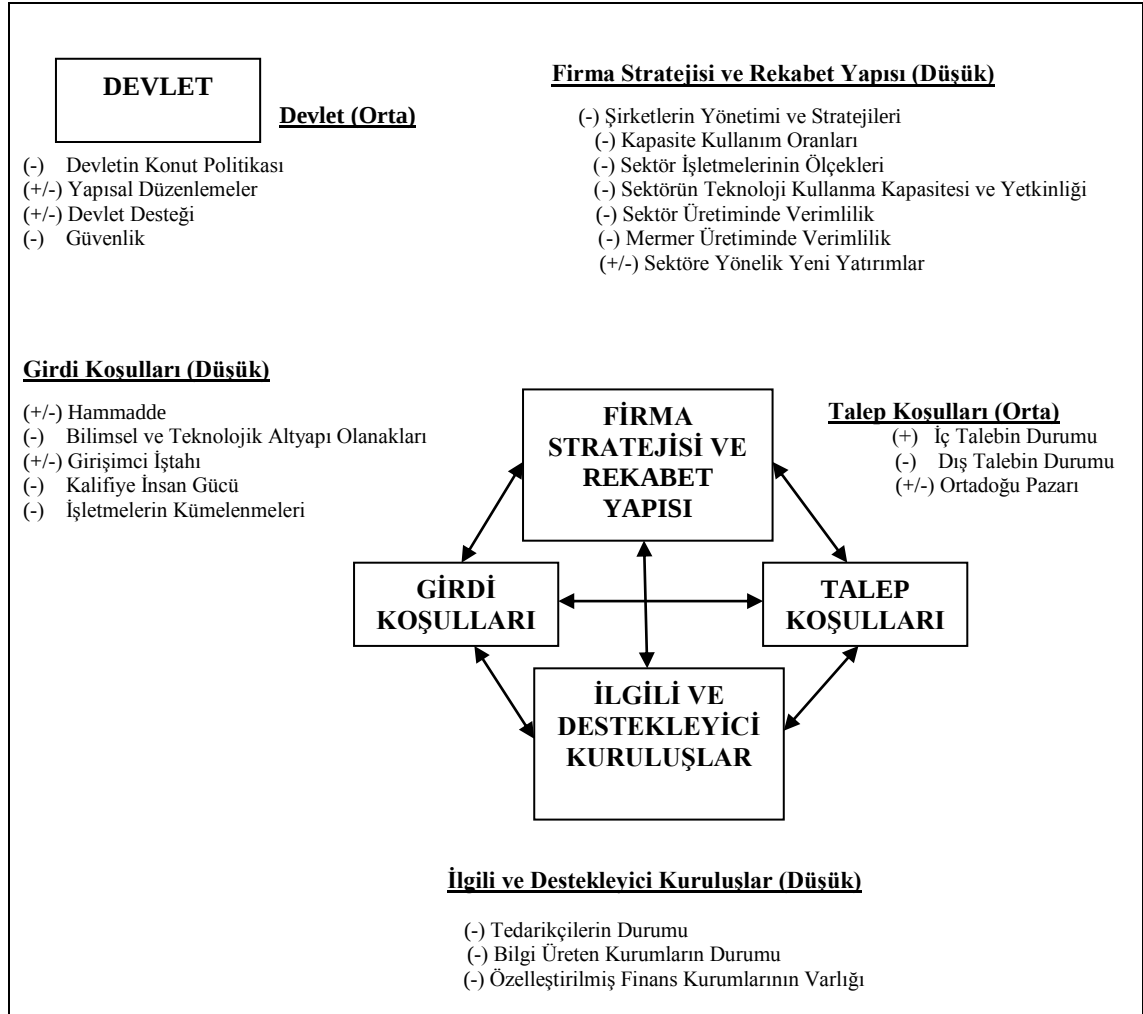


Şekil 11. Diyarbakır Süt ve Süt Ürünleri Sektörlerinin Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu (-Düşük)

Kaynak: Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslar arası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi, 2010, s.98.

Diyarbakır bölgesi İnşaat Malzemeleri Sektörü rekabetçilik analizi Elmas Modeli uygulanarak analiz edilmiştir. Sektörün girdi koşulları, firma stratejileri ve rekabet yapısının durumu, talep koşulları, ilgili destekleyici kuruluşlar ve devlet değişkenleri incelenerek rekabet düzeyi belirlenmiştir. Bu bağlamda, sektörün tüm

temel değişkenlerinin uluslararası rekabetçilik pozisyonunun **düşük** düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır (**Şekil 12**'e bakınız). İnşaat malzemeleri sektörünün bütünleşik analizi incelendiğinde, özellikle mermer sektörü ile karşılaştırma yapıldığı zaman gelecek on yıl içerisinde sektörün büyüme potansiyeli orta düzey bir rekabetçiliğe sahiptir. Diğer bütün faktörler işletmelerin gelişimleri açısından zayıf çıkmıştır.

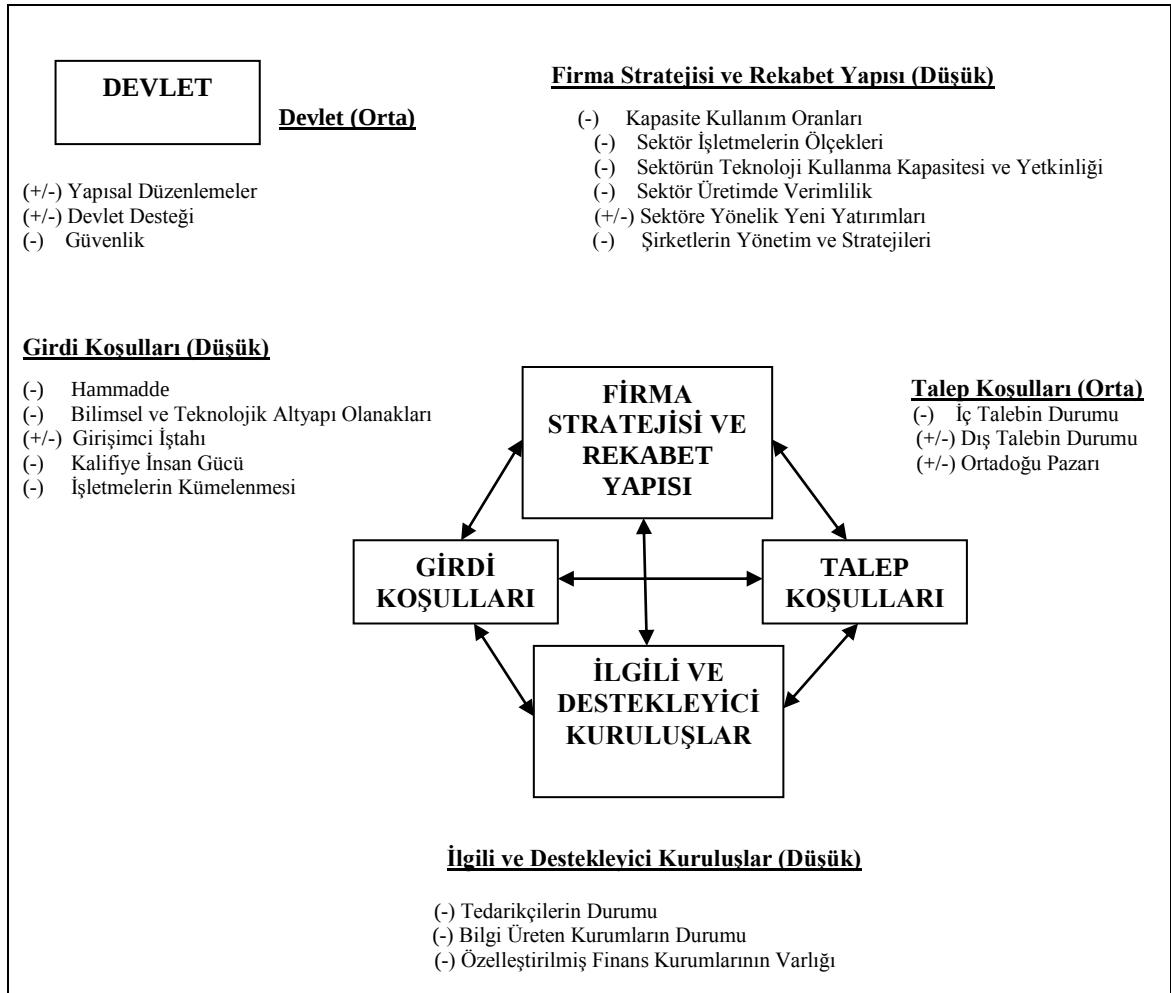


Şekil 12. Diyarbakır İli İnşaat Malzemeleri Sektörü Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu (Düşük)

Kaynak: Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslar arası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi, 2010, s.153.

Diyarbakır bölgesi Gıda Paketleme ve Ambalaj sektörü rekabetçilik analizi Elmas Modeli uygulanarak analiz edilmiştir. Sektörün girdi koşulları, firma stratejileri ve rekabet yapısının durumu, talep koşulları, ilgili destekleyici kuruluşlar ve devlet değişkenleri incelenerek sektörün rekabet düzeyi belirlenmiştir. Bu bağlamda, sektörün

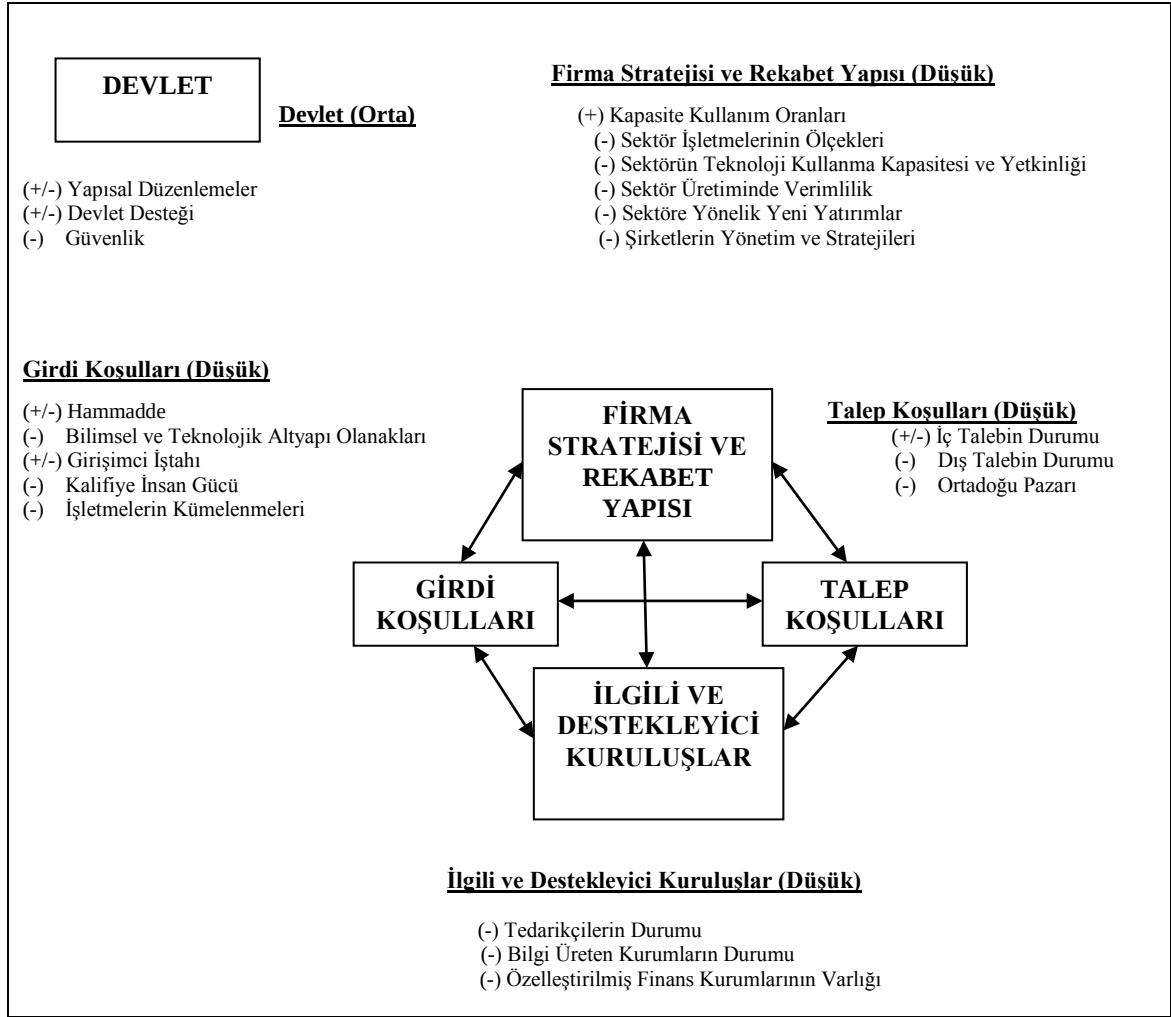
tüm temel değişkenlerinin uluslararası rekabetçilik pozisyonunun **düşük** düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır (**Şekil 13**'e bakınız). Gıda paketlenme ve ambalaj sektörünün bütünleşik olarak değerlendirilmesine bakıldığı zaman gelecek açısından en önemli değeri, yüksek bir büyüme potansiyelinin olmasıdır. Bu perspektifte sektör, gelecekte bölgenin en çok değer yaratan faaliyet alanlarından biri olma şansına sahiptir. Elmas modelinde yer alan diğer faktörler açısından bakıldığı zaman ise ortaya çıkan sonuç sektörün genel olarak düzeyinin yetersiz olduğudur. Özellikle firma stratejisi, ilişkili ve destekleyici sektörlerin varlığı gibi alanlarda zayıflıklar söz konusudur. Bunların yanında firmaların küresel pazarla ile olan bağlantıları, tedarikçiler gibi faktörler açısından da önemli sorunları mevcuttur.



Şekil 13. Diyarbakır İli Gıda Paketlenme ve Ambalaj Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu (-Düşük)

Kaynak: Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslar arası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi, 2010, s.172.

Diyarbakır bölgesi tekstil ve hazır giyim sektörü rekabetçilik analizi Elmas Modeli uygulanarak analiz edilmiştir. Sektörün girdi koşulları, firma stratejileri ve rekabet yapısının durumu, talep koşulları, ilgili destekleyici kuruluşlar ve devlet değişkenleri incelenerek rekabet düzeyi belirlenmiştir. Bu bağlamda, sektörün tüm temel değişkenlerinin uluslararası rekabetçilik pozisyonunun **düşük** düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır (**Şekil 14**'e bakınız). Tekstil ve hazır giyim sektörü bütünleşik olarak analiz edildiği zaman sektörün temel değişkenlerinin çok güçlü olmadığı görülmektedir. Özellikle, sektörün yerel talep düzeyinin dinamik olduğu görülmektedir; ancak bu yerel satın alma gücü ile desteklenmediği için sektöre katkı sağlamamaktadır. Ayrıca bölge yatırım açısından vergi avantajlarına sahiptir. Ancak güvenlik sorunları bu avantajı yok etmektedir. Sektörün gelişim ve büyümesi için mevcut sorunların stratejik bakış açısı ile ele alınması gerekmektedir. Bu bağlamda işletme modellerinin geliştirilmesi ve bölgede büyük ölçekli işletmelerin (*oyuncuların*) yaratılması sektörün gelişimi açısından büyük bir önem taşımaktadır.

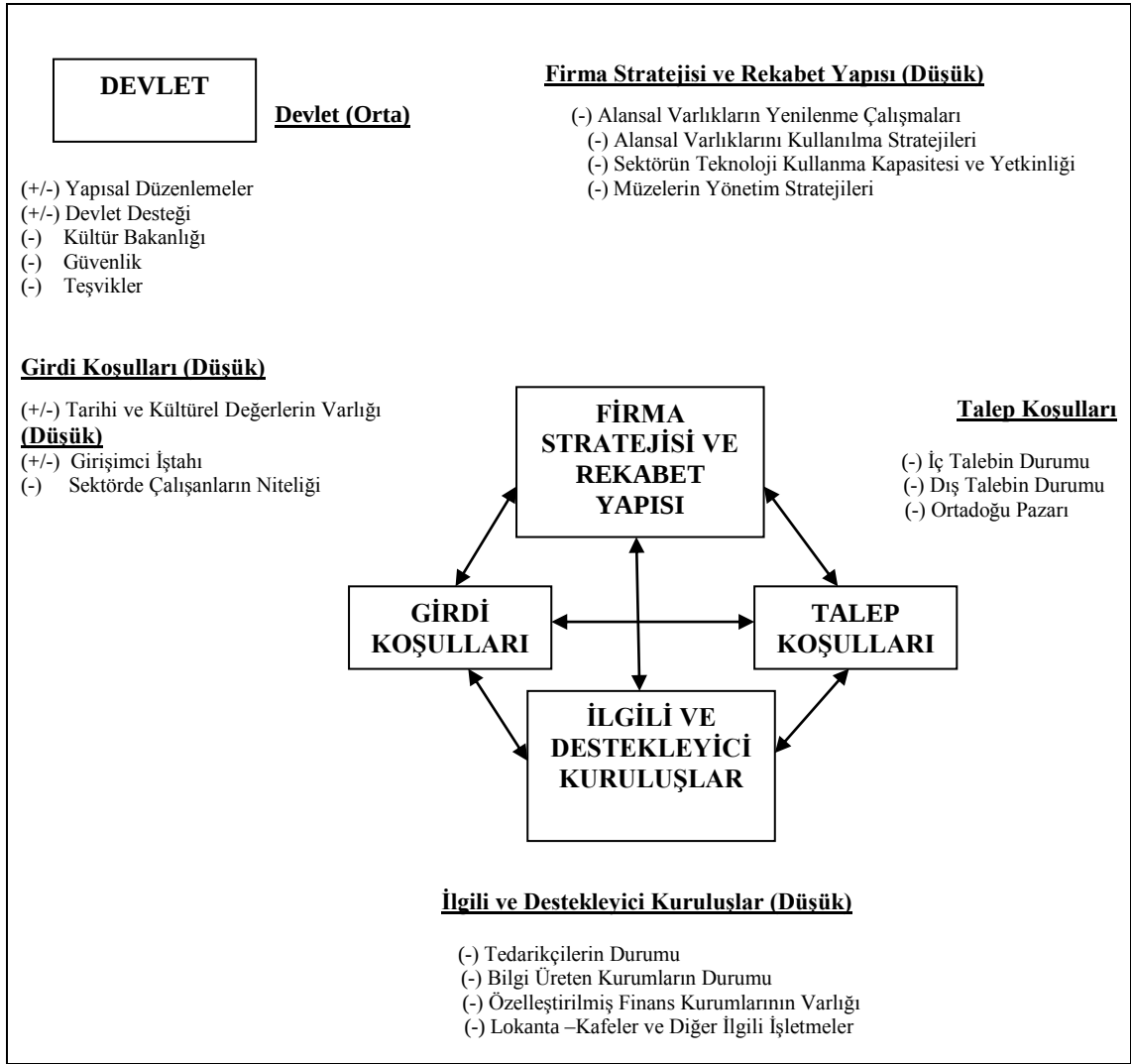


Şekil 14. Diyarbakır İli Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu (Düşük)

Kaynak: Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslar arası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi, 2010, s.191.

Diyarbakır ili turizm sektörü rekabetçilik analizi Elmas Modeli uygulanarak analiz edilmiştir. Sektörün girdi koşulları, firma stratejileri ve rekabet yapısının durumu, talep koşulları, ilgili destekleyici kuruluşlar ve devlet değişkenleri incelenerek rekabet düzeyi belirlenmiştir. Bu bağlamda, sektörün tüm temel değişkenlerinin uluslararası rekabetçilik pozisyonunun **düşük** düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır (Şekil 15'e bakınız). Bütünleşik analizde de görüleceği gibi kent, sahip olduğu bu temel stokları turizm endüstrisi için kullanacak örgütlenmelere sahip değildir. Özellikle otellerin kapasitesi ve fiziksel koşulları, seyahat acentelerinin eksikliği, sektörün gelişme sürecini engellemektedir. Bunların yanında Diyarbakır'da halen bir turizm pazarı oluşmuş

değildir. Sektörün gelişmesini tetikleyecek faktörler de oluşmuş değildir. Bütün bunların yanında Diyarbakır'ın güvenlik sorunu, şirketlerin ve turistlerin burayı seyahat planına dâhil etmelerini engellemektedir. Güvenlik sorunlarının ortadan kalkması Diyarbakır'ın bir destinasyon olarak gelişmesine büyük katkı sağlayacaktır. Bu konuda en başarılı örnek Mardin'dir. Bütün dünyada bireylerin ve kurumların seyahat planları arasına giren kent, özellikle Diyarbakır için de önemli bir örnek teşkil etmektedir. Sektör özellikle girdi koşulları açısından iyi bir potansiyele sahiptir. Bu saydığımız faktörler dışında kalan diğer faktörler turizm sektörünün gelişmesini destekleyecek nitelikte değildir. Girdi koşulları da yenileme (renovasyon) çalışmaları yapılmadığı için her geçen gün tahrip olmaktadır. Kültür Bakanlığı'nın temel stratejik planı çerçevesinde Diyarbakır'ı destinasyon olarak ilan etmesi gerekmektedir.

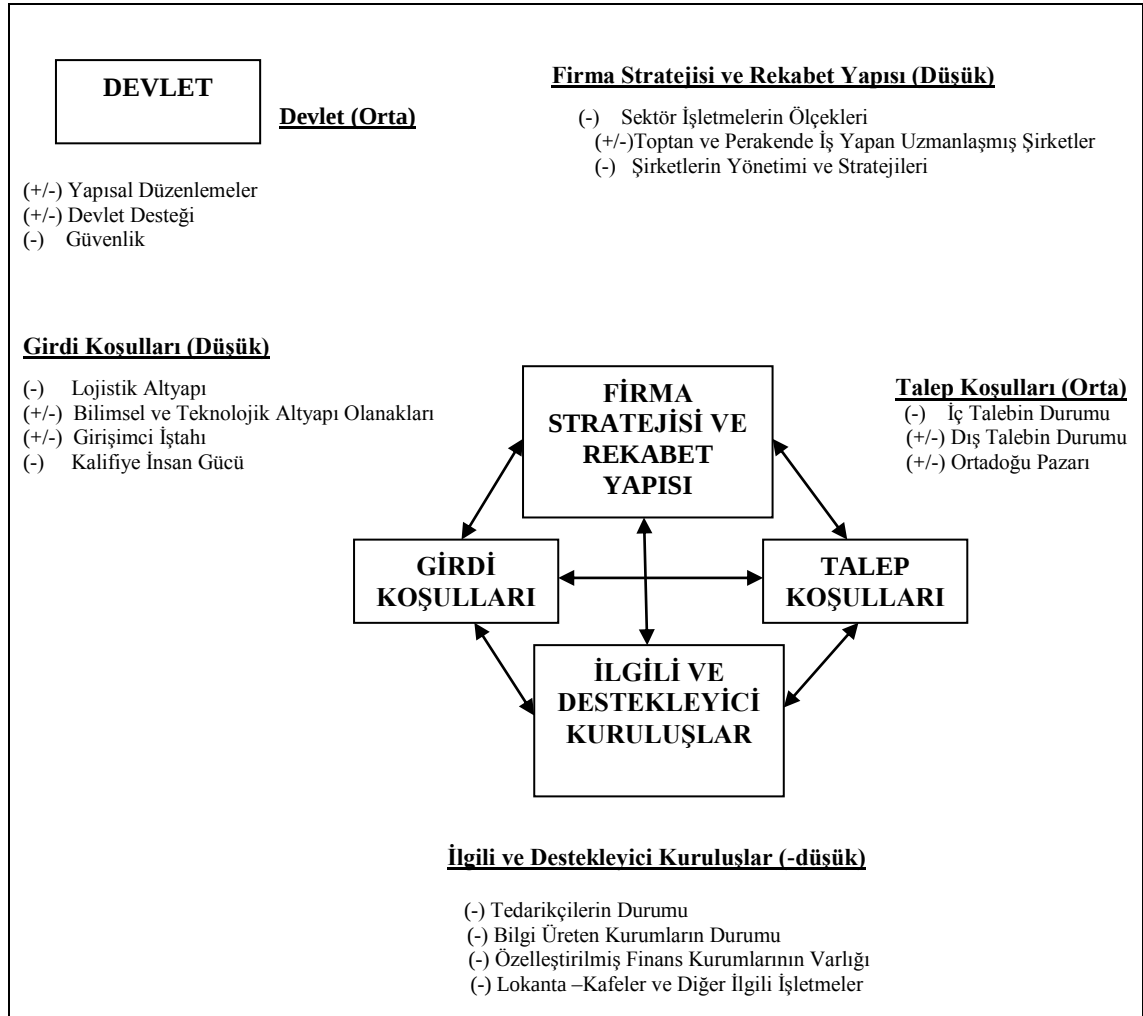


Şekil 15. Diyarbakır İli Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu
(Düşük)

Kaynak: Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslar arası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelene Analizi, 2010, s.224.

Diyarbakır Yöresi Ticaret Sektörünün rekabetçilik analizi Elmas Modeli uygulanarak analiz edilmiştir. Sektörün girdi koşulları, firma stratejileri ve rekabet yapısının durumu, talep koşulları, ilgili destekleyici kuruluşlar ve devlet değişkenleri incelenerek rekabet düzeyi belirlenmiştir. Bu bağlamda, sektörün tüm temel değişkenlerinin uluslararası rekabetçilik pozisyonunun **düşük** düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır (Şekil 16'a bakınız). Bütünleşik olarak sektör analiz edildiği zaman uluslararası olarak rekabet etme kapasitesinin olmadığı görülmektedir. Gelecek on sene

içerisinde büyüme ve gelişme noktasında öngörülerde bulunan sektörün iç talep, dış talep ve girdi koşulları açısından büyük yetersizliklerinin olduğu görülmektedir.

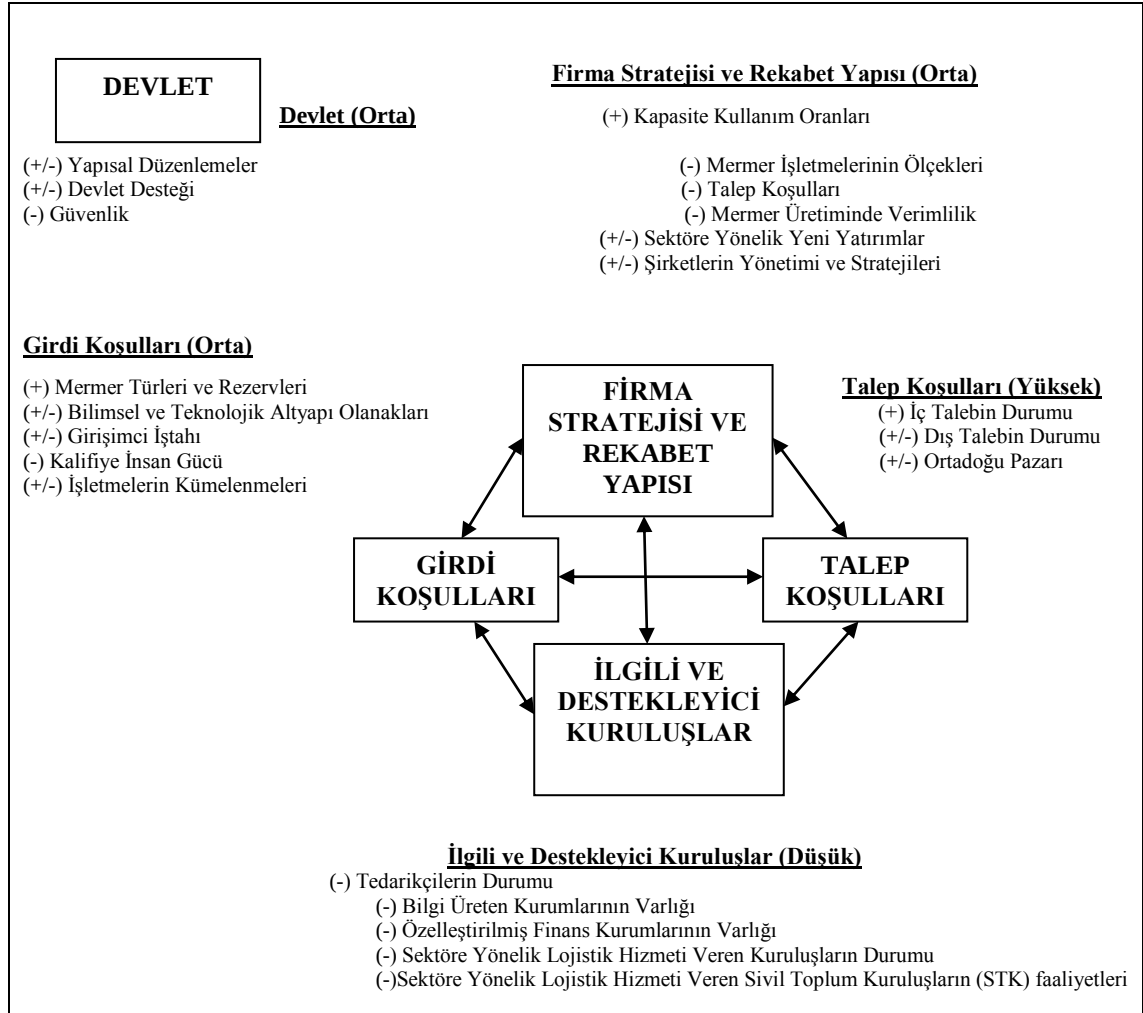


Şekil 16. Diyarbakır Yöresi Ticaret Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu (- Düşük)

Kaynak: Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslar arası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi, 2010, s.238.

Diyarbakır mermercilik sektörü girdi koşulları açısından uluslararası rekabetçilik düzeyi **orta düzey** olarak tespit edilmiştir. Bu ana değişken altında; sektördeki mermerin yapısı, niteliği, türleri ve rezervleri sektörde kullanılan teknolojik altyapı, girişimci iştahı (yapısı), nitelikli insan kaynağı ve işletmelerin kümelenmesi gibi alt değişkenler incelenmiştir (Şekil 17'e bakınız). Sektör küresel düzeyde operasyon yapabilmekte ve güçlü bir büyüme eğilimi göstermektedir. Bu nedenle incelenen sektörler arasında kısa

süre içerisinde gelişmesi en mümkün olan iş alanlarından biri olarak analizlerde de öne çıkmaktadır.



Şekil 17. Diyarbakır Mermer Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Pozisyonu (+/- Orta)

Kaynak: Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslararası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi, 2010, s.130

Diyarbakır kent olarak Türkiye'nin gelişmekte olan önemli ekonomilerinden biridir. Sanayinin bölgede mevcut durumu incelendiği zaman küresel düzeyde rekabetçiliğini engelleyen temel faktörlerin olduğu görülmektedir. Bu çerçevede özellikle kentin rekabetçiliğinin geliştirilmesine yönelik olarak sektörlerin değer zincirinin kapsamlı bir şekilde incelenmesi ve temel yapısının bu çerçevede ortaya konması hem Diyarbakır için hem de Türkiye için çok ciddi bir katma değer

yaratabilecektir. Bu bölümde kapsamlı bir şekilde yer verdiğimiz ve Diyarbakır ilindeki sektörlerin uluslararası rekabetçilik ve kümelenme analizlerini içeren bir araştırmanın sonuçları göstermiştir ki; mermer kümesi ildeki en güçlü sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Sektör, küresel düzeyde operasyon yapabilen ve güçlü bir büyüme eğilimi ile Diyarbakır'ın en önemli ekonomik alanlarından biridir. Söz konusu araştırma vardığı bu sonuçlarla, mermer kümesinin kent rekabetçiliğine faydasını ve mermer kümesinin kent rekabetçiliği algısını ortaya çıkarmayı amaçlayan kendi çalışmamız açısından da bir temel oluşturmuştur.

BÖLÜM 5

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ, BULGULAR, DEĞERLENDİRMELER, SONUÇ VE ÖNERİLER

5.1. Araştırma Yöntemi

Bu çalışmanın araştırma yöntemi iki temel kaynağa dayanarak oluşturulmuştur. Bunlardan birincisi, önceki bölümde ayrıntılı olarak bahsedilen ve şahsımında, Diyarbakır ayağındaki anket çalışmalarına katkıda bulunduğu “Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslararası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi Araştırmasının Sonuçları” başlıklı araştırmadır. 2010 yılında KOSGEB ve Diyarbakır Valiliği tarafından Diyarbakır’ın ekonomik gelişimini sağlıklı ve planlı bir şekilde gerçekleştirmek, geliştirmek ve sürdürülebilir hale getirmek amacıyla yürütülen çalışma, Diyarbakır’daki kümelerin haritasını ortaya çıkarma ve buna göre hangi küme üzerinde yoğunlaşmam gerektiği hususunda tezime metodolojik kolaylık sağladı. Söz konusu araştırmada Elmas Modeli ile analizi yapılan ekonomik faaliyet kollarından sadece mermercilik sektörünün küresel rekabetçilik pozisyonunun orta düzey, diğer sektörlerinkinin ise düşük düzey olarak tespit edilmesi sonucunda kent rekabetçiliğinde kümelenmenin faydası ve kümelerin kent rekabetçiliği algısı çerçevesindeki doktora tezimin yönelimi mermer kümesine doğru olmuştur.

Araştırma yönteminin ikinci temel kaynağı ise, mermer kümesinin 22 fabrikasına uygulanan 3 bölümlük ankete dayanmaktadır. Sektörü tanımaya yönelik 15 soruluk birinci bölümden sonra gelen ikinci bölüm 34 sorudan oluşmaktadır ve bu sorular Boğaziçi Üniversitesi ve MasterCard tarafından yürütülen Türkiye’nin Şehirleri Sürdürebilirlik Araştırmasında (Erzan vd., 2011) kullanılan anketten alınmıştır.* Anketin üçüncü bölümü kent rekabetçiliği ve kümelenmeye ilişkin 17 adet soruya ayrılmıştır. Aynı zamanda, görüşülen kişilerle anket formunun dışında ortalama 30 dakika süren mülakatlar da yapılmıştır.

* Araştırmayı gerçekleştiren ekipten gerekli izin alınmıştır.

5.2. Bulgular ve Değerlendirmeler

Kentlerin özelliklerinin iyi bir şekilde anlaşılması o kentin gelecek tasarımının da daha iyi yapılabilmesini olanaklı kılar. Örneğin bu konuda Mardin gibi temel değerlerini (kültür ve tarih turizmi) çok iyi kullanan kentler, bunlar ile markalaşabilmekte ve küresel düzlemde rekabet avantajı elde edebilmektedirler. Önemli olan öz yetenekler ile ilgili değerleri doğru bir şekilde ortaya koymaktır. Daha sonra bu değerleri destekleyen ve geliştiren yapılanmaları ortaya çıkarmak gerekir. Bunlar yapıldığı zaman kentlerin yönetimi, planlanması ve tasarımı çok daha etkin bir şekilde yapılabilir. Stratejik planların temel altlığını oluşturacak bu tür analizler vizyon tasarımı açısından da büyük öneme sahiptir.

Bu bağlamda, Türkiye'nin önemli ekonomik potansiyele sahip olan kentlerinden biri yani yıllık 800 bin tonu aşan mermer üretimi ve 50'ye yakın mermer ocağı ile Diyarbakır'ın (Hani, Çermik, Lice, Ergani, Hazro, Çüngüş ve Silvan ilçeleriyle beraber) hem rezervleri zengin bir mermer kuşağında yer alması hem de Adıyaman, Malatya ve Elazığ gibi yine mermer bakımından zengin çevre illerin rezervlerini de kolaylıkla kullanma şansına sahip olması, mermercilik sektörünü kent için ön plana çıkarmaktadır. Ayrıca mermercilik sektörü; mermer türleri açısından da dünya pazarında müşteri bulabilen en önemli sektör konumundadır. Kolay işlenebilir olması, kireç oranının yüksek olması ve koku yapmaması gibi özellikleri nedeniyle Diyarbakır "bej" mermeri, dünya pazarlarında özellikle mermerin en fazla kullanım alanı olan yer döşemesinde tercih ediliyor. Özellikle mermerin kullanım alanlarına bakıldığında ülkemizde yaygın bir mermer tüketim alışkanlığı mevcuttur ve görüşülen yöneticiler Diyarbakır mermer rezervlerinin 40 yılda bitmeyeceğini vurgulamışlardır. Bunun yanında inşaat sektöründeki dinamik büyüme ve yatırımlar, sektördeki talebin yapısını çok daha güçlü hale getirmektedir. Diyarbakır'daki mevcut yatırımlar ve bölgedeki TOKİ projeleri sektör açısından büyük fırsatlar ortaya koymaktadır.

Bugün Türkiye mermer üretiminin %25'ten fazlasını sağlayan, on yıllık geçmişe sahip ve Diyarbakır'ın uluslararası pazarlara açılmasını sağlayan en önemli sektör mermerciliktir. Diyarbakır mermeri 100 ülkeden fazla bir pazara sahip. Üretilen mermerin büyük bir çoğunluğu Çin, ABD, İtalya başta olmak üzere, Singapur, Hong Kong, Tayvan, Malezya, Kore, Birleşik Arap Emirlikleri, Brezilya, Rusya, Ukrayna, Türk cumhuriyetler, İsrail, Irak, Almanya, İtalya, Yunanistan, İngiltere, Avustralya ve Avusturya gibi ülkelere ihraç edilmektedir. Sektör için en önemli pazar da Çin'dir.

Sektörün Çin gibi önemli bir pazara girebilmiş olması büyük öneme sahiptir. Bu; hem geleceğe yönelik olarak, sektörün büyük bir pazarda olgunlaşmasına olanak sağlamaktadır, hem de Çin’de mevcut olan güçlü ve sürekli bir talep sektörü için muazzam bir fırsatı işletmelerin önüne koymaktadır. Ancak burada önemli bir problem karşımıza çıkmaktadır. Çin, Diyarbakır’dan sadece blok mermer alıyor ve kesinlikle nihai ürün kabul etmiyor. Yaptığım görüşmelerde sektör yöneticileri Diyarbakır’dan Çin’e giden blok mermerin orada nihai ürüne dönüştürüldükten sonra Çin mermeri olarak tanıtıldığını ve bunun da Diyarbakır mermerinin markalaşmasını kötü etkilediğini belirtmişlerdir. Hatta bir yönetici Diyarbakır blok mermerini Mersin limanından alan Çinli firmaların Çin’e varıncaya kadarki 30-40 günlük yolculukta bile blok mermeri gemideki makinelerle nihai ürüne dönüştürdüklerini söylemiştir.

Ortadoğu, bölgenin önündeki en önemli ve potansiyeli yüksek pazarlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Gelişmekte olan ve doymamış bu pazar sektör açısından büyük bir değer yaratmaktadır. Mermer sektöründeki firmalar özellikle Irak’la iş yapmaktadır. Ancak bu pazardan bölgede en çok faydalanan il sanayisi Diyarbakır ile kıyaslandığında oldukça gelişmiş olan Gaziantep’tir. Diyarbakır da en az rakibi Gaziantep kadar büyük bir potansiyele sahip olmasına rağmen sanayi bakımından Gaziantep’in gerisinde olduğundan dolayı istenilen düzeyde rekabet edememektedir. Sektör yöneticileri bölgedeki en rekabetçi kent olarak Gaziantep’i değerlendirmekte, hatta Şanlıurfa’nın da Diyarbakır’ı geçmekte olduğuna ciddi vurgu yapmaktadırlar.

Yöneticilere göre yaklaşık 6000 kişiyi istihdam eden mermer sektörünün en önemli sorunlarından biri nitelikli teknik eleman ve yetenekli yönetici bulamama sorunudur. Sektöre eleman yetiştiren bilgi kurumları ile sektör arasında sağlam bir köprü de kurulamadığı için işletmelerin nitelikli insan gücü bulma konusunda çeşitli sorunlarla karşılaştığı görülmektedir. Bu durum kentin rekabetçiliğini olumsuz etkilemektedir. Bundan dolayı da işletmeler bu tür elemanları dışarıdan tedarik etmek durumunda kalmaktadır. Konuştuğum yöneticilerden biri firmasında çalıştırdığı 14 teknik elemanın 12’sinin Elazığ’daki mermercilik meslek yüksekokulu mezunu olduğuna vurgu yaptı. Bu da işgücü maliyetlerinin yükselmesine neden olmaktadır. Şehrin üniversitesinin mermercilik sektörü ile işbirliği oldukça zayıf durumdadır. Sektörle üniversite arasında iletişim ve işbirliği noktasında eksiklikler olduğu için sinerjik projeler ortaya çıkmamaktadır. Özellikle, sektörün nitelikli insan gücü ve teknolojik altyapısının geliştirilmesi noktasında büyük potansiyelli projelerinin olmadığı

görülmektedir. Bu nedenle işletmeler ve üniversite arasında işbirliği yapılmasının her iki tarafa büyük yarar sağlayacağı öngörülmektedir. Ancak mevcut ilişkiler incelendiği zaman çok zayıf bir yapının olduğu görülmektedir. Diyarbakır'daki firmaların diğer kentlerle rekabetçiliği artırmalarında, sektörün teknolojik altyapısının iyileştirilmesinde ve mermerin daha fazla katma değer yaratmasında Dicle Üniversitesi Mühendislik Fakültesi'nin ve yeni kurulan Dicle Teknopark'ın mermer sektöründe faaliyet göstermesi ve bu alanda çalışmalar yapması önerilmektedir. Özellikle Elazığ'da olan ve Diyarbakır memercilik sektörünün teknik elemanını karşılayan yüksekokulun bir benzeri de Diyarbakır'da açılmalıdır.

Sektördeki firmaların büyük çoğunluğu bölgede yetişmiş, yörenin kültürünü, doğasını ve çevresini iyi bilen girişimciler ve yöneticilerden oluşmaktadır ve bunların büyük çoğunluğu Diyarbakır'da iş yapmaktan memnun olan kişilerdir. Mevcut koşullarda hepsinin de büyüme ve küresel pazarlara açılma konusunda yüksek motivasyona sahip oldukları ve Diyarbakır mermer sektörünün geleceğini parlak gördükleri söylenebilir. Buna karşılık, Diyarbakır'ın içinde bulunduğu siyasi ortam ve koşullar iş adamlarının moral motivasyonları üzerinde çok olumsuz etkiler yaratmaktadır. Bu nedenle işletmelerin büyümesi ve yeni yatırımların gündeme alınması gecikmekte yani güvenlik, iş adamları için yatırım kararları üzerinde birinci derecede etkili olmaktadır. Bu sağlandığı takdirde bölgede büyük bir dönüşüm ve gelişim olacaktır. Mevcut şirketler ve girişimciler daha fazla yatırım yapacak ve daha hızlı büyüyeceklerdir. Hatta konuştuğum yöneticilerden biri güvenlik sorununun çözülmesi halinde, tek başına bölgedeki mermer yataklarının bile Türkiye'nin dış borcunu kapatacak düzeyde olduğunu vurgulamıştır. Diyarbakır'a ilişkin güvenlik algısı dışardaki insanların bölgeye ve kente bakış açılarını da ciddi bir şekilde etkilemektedir. Örneğin, yine bir yöneticinin aktardığına göre, mermer sattığı diğer kentlerden bir iş adamı kendisine “sen bu yaşa kadar nasıl sağ kalabildin, bana 10 tır bedava mermer versen oradaki ocaklara gelip ürünleri görmem” demiştir.

İşletmelerin kümelenme modeli çerçevesinde çalışmasının birçok açıdan önemli sinerjik sonuçları vardır. Ancak sektörün temel çalışma ve örgütlenme yapısına baktığımız zaman kümelenme tarzında bir yapılanmanın çok fazla oluşmadığı görülmektedir. Bütün işletmeler genel olarak üretici bir modelde çalışmayı tercih etmektedir. Tedarikçi ya da değer zincirinin bir paydaşı (oyuncusu) olarak görev almak sektörde çok fazla dikkate alınmamaktadır. Bunun sonucu olarak da bütün işletmelerin

maliyetlerinde önemli yükselmeler olmakta ve faaliyetlerin kesintisiz sürmesi noktasında işletmeler sorunlar yaşamaktadır. Görüşülen bütün firmalar kümelenme geliştirme stratejisinin mermercilik sektöründe ciddi sıçramalar sağlayacağına inanmakta ve kentin rekabetçiliğini hem ulusal hem de uluslararası alanda artıracığına inanmaktadır. Yöneticilerden biri Diyarbakır'da kümelenme çalışmalarının yapılabileceğine inanmadığını ancak yapılırsa da Diyarbakır'ın oldukça rekabetçi olacağını söylemiştir.

Mermer sektörünün, sektörle ilişkili ve destekleyici kuruluşlarla olan ilişkisi tedarikçilerin yapısı, bilgi üreten kuruluşlar ve finans kuruluşları gibi faktörler dikkate alınarak değerlendirilebilir. Bu faktörleri değerlendirmek için ise muhataplara sektördeki yerel tedarikçilerin küresel pazarla olan bağlantısı, sektörün kamu kurumları ve üniversitelerle olan ilişkileri ve kendi sivil toplum kuruluşlarını oluşturma kapasitesine sahip olup olmadıkları şeklinde spesifik sorular yöneltilmiştir. Sonuçta sektörün ilişkili ve destekleyici kuruluşlar açısından rekabet düzeyi yetersiz olarak bulunmuştur. Görüşülen yöneticilerin büyük çoğunluğu finans kuruluşlarının, şehirdeki tek üniversitenin, Teknoparkın, Karacadağ Kalkınma Ajansı'nın, KOSGEB'in ve tedarikçilerin sektörün gelişimine katkı sağlamadıkları konusunda hemfikir olmuşlardır. Yeni teşvik sisteminin kente ve sektöre olumlu katkı sağlayacağına ilişkin büyük ölçüde görüş birliği var.

İşletmelerin kapasite kullanım oranlarına baktığımız zaman, özellikle uluslararası pazarlardan gelen yüksek talep nedeniyle maksimum kapasite ile çalıştıkları görülmektedir. Bu durum işletmelerin maliyetlerini aşağıya çekmeleri açısından büyük bir fırsat sunmaktadır. Sektördeki işletmelerin en önemli rekabet üstünlüğü olarak bu faktör değerlendirilebilir. Özellikle sabit maliyetler yüksek oranda aşağı çekildiği için işletmelerin rekabet gücüne büyük katkı sağlamaktadır. Sektördeki işletmeler genel olarak mikro ölçek işletme düzeyindedir. Uluslararası kıyaslama yapıldığında sadece 1 oyuncu ve onu takip eden 2 diğer oyuncu ölçek olarak diğer firmaların üzerinde bir kapasiteye sahiptir. Orta büyüklükte olan bu şirketler diğer işletmelere göre ölçek ekonomisinden daha fazla yararlanma şansına sahiptirler. Diğer şirketlerin ölçek ekonomisinden yararlanma şansları şu an için yoktur. Bu durum da işletmelerin rekabet gücüne olumsuz yansımaktadır.

Firmaların stratejisine baktığımız zaman sadece 1 oyuncu öncülüğünde onu takiben 2 oyuncu ile küresel düzeyde büyüme ve gelişme potansiyeli olan bir sektör

olma özelliği göstermektedir. Nitekim en büyük şirketin sektörde yaratmış olduğu değerler ve birikimler Diyarbakır'da mermer sektörünün ortaya çıkmasına ve gelişmesine büyük katkı sağlamıştır. Sektör 2000'lerden sonra gelişmeye başlamasına rağmen çok daha önceleri mermer üretimine başlayan Elazığ kentini hem fabrika sayısı hem de üretim bakımından geçmiş durumdadır.

Sektördeki işletmelerin yönetim ve stratejileri incelendiği zaman hemen hemen tamamı aile şirkettir. İşletmeler daha çok aile bireyleri tarafından yönetilmektedir. Buna rağmen etkili büyüyen şirketlerin olduğunu görmekteyiz. Ancak şirketlerin belli bir ölçeğin üzerine çıktıktan sonra bu tür bir yönetim modeli ile varlıklarını sürdürmeleri çok zordur. Şirketler kurumsallaşmak ve rekabet güçlerini geliştirmek için herhangi bir danışmalık projesi yürütmemektedirler.

Yöneticilerin fikir birliği yaptığı en önemli sorun güvenlik algısıdır. Bölge'de yaşanan sorunlar ve olaylar özellikle girişimcilerin yatırım yapmaları noktasında umutsuzluğa neden olmuştur. Yalnız mevcut yatırımcıların büyük çoğunluğu fırsatları olduğu takdirde başka bölgelerde iş yapmayı tercih etmeyeceklerini ve bu kentte iş yapmaktan memnun olduklarını söylemektedir. Bu nedenle yatırımcı ve girişimciler açısından bölgenin güvenlik sorununun çözülmesi büyük önem taşımaktadır. Eğer bu olumsuz algı ve durum ortadan kaldırılabilirse kısa süre içerisinde sektör daha büyük sıçramalar yapacaktır.

Diyarbakır'ın ulusal ve küresel alanda rekabetçiliğini yavaşlatan engellerden biri olarak yöneticiler tarafından ileri sürülen engellerden biri de sanayinin ve ticaret kültürünün yeterince gelişmemiş olmasıdır.

Sektörün yoğun olarak bulunduğu OSB'de elektrik kesintilerinin fazlalığı önemli bir altyapı sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır ve sadece bu sebepten dolayı fabrikaların çalışmadığı günler bile olmaktadır. Sadece elektrik değil, OSB'nin internet ve ulaşım altyapısı da çok kötü durumda. OSB'de hiç bankanın olmamasını ise bir yönetici, Türkiye'de yalnızca Diyarbakır'a has bir durum olarak tanımlıyor. Bir başka yönetici de OSB'deki yolların kötülüğünü belirtirken "arabayla gidemiyeceğiniz firmalar var" demektedir. OSB'deki sıkıntılı durumdan bahseden bir diğer yönetici de eklemektedir: "Ülkede OSB'sinde hayvanların gezdiği tek yer belki de Diyarbakır'dır". Kaldı ki 150 firmanın yer bulabilmek için sırada beklediği OSB alanı açısından da yeterli durumda değildir. Ulaşım sorunu sadece OSB alanına has bir durum değil. Başka

şehirlerle ve komşu ülkelerle bağlantıyı sağlamak açısından demir yolları yetersiz ve bu durum, mermerin taşınmasında ciddi sıkıntılara neden oluyor.

Aşağıdaki ankette Diyarbakır mermer sektörü yöneticilerine ekonomik (fiziki altyapı: elektrik, su, ulaşım ve haberleşme; girdi maliyetleri: bina ve arazi fiyatları, kalifiye eleman bulmak; pazar avantajı: iç pazar büyüklüğü, firmaların rekabet gücü, büyüme imkânı; yatırıma uygunluk: coğrafi konum, yerel tedarikçiler, finansal hizmetler, yatırımcı için cazibe, girişimcilik, yatırımcılara açıklık ve yeni teknoloji kullanımı), sosyal (ticari çevrelerin dürüstlüğü, üniversitenin katkısı, kültür/sanat/eğlence, sağlık hizmetleri), çevre (planlı gelişim, asayiş ve güvenlik) ve kümelenme boyutuna ilişkin sorular sorulmuştur. Anketin bu bölümünde, Diyarbakır mermer kümesinin kent rekabetçiliği algısını belirlemeyi amaçlayan ifadeler yer almaktadır.

1. Sizce kentinizin elektrik altyapısı ne derece yeterli?

Hiç yeterli değil ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 Son derece yeterli

Türkiye Geneli: 5,6

Diyarbakır Geneli: 4,0

Diyarbakır Mermer Sektörü: 2,27

2. Sizce kentinizin su altyapısı ne derece yeterli?

Hiç yeterli değil ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 Son derece yeterli

Türkiye Geneli: 5,9

Diyarbakır Geneli: 6,5

Diyarbakır Mermer Sektörü: 6,95

3. Kentinizde yurt içi pazarlara erişim için ulaşım altyapısının ne derece yeterli olduğunu düşünüyorsunuz?

Hiç yeterli değil ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 Son derece yeterli

Türkiye Geneli: 6,1

Diyarbakır Geneli: 5,6

Diyarbakır Mermer Sektörü: 5,18

(Not: Türkiye ve Diyarbakır geneli ortalamasına yurt içi ve yurt dışı aynı soruda sorularak ulaşılmıştır).

4. Kentinizde yurtdışı pazarlara erişim için ulaşım altyapısının ne derece yeterli olduğunu düşünüyorsunuz?

Hiç yeterli değil Son derece yeterli

Türkiye Geneli: 6,1

Diyarbakır Geneli: 5,6

Diyarbakır Mermer Sektörü: 7,72

(Not: Türkiye ve Diyarbakır geneli ortalamasına yurt içi ve yurt dışı aynı soruda sorularak ulaşılmıştır).

5. Kentinizde telefon ve internet benzeri telekomünikasyon altyapısı sizce ne derece yeterli?

Hiç yeterli değil Son derece yeterli

Türkiye Geneli: 7,2

Diyarbakır Geneli: 7,1

Diyarbakır Mermer Sektörü: 2,09

6. Kentinizdeki bina ya da arazilerin fiyatları ve kiralari sizce ne derece uygun?

Hiç uygun değil Çok uygun

Türkiye Geneli: 5,1

Diyarbakır Geneli: 5,1

Diyarbakır Mermer Sektörü: 4,04

7. Genel olarak düşündüğünüzde kentinizin coğrafi konumu iş yapmaya ne derece uygun?

Hiç uygun değil Çok uygun

Türkiye Geneli: 7,2

Diyarbakır Geneli: 7,7

Diyarbakır Mermer Sektörü: 8,81

8. Kentinizdeki üniversitenin kentinize ne derece katkıda bulunduğunu düşünüyorsunuz?

Hiç katkısı bulunmuyor Çok katkısı bulunuyor

Türkiye Geneli: 7,0

Diyarbakır Geneli: 6,7

Diyarbakır Mermer Sektörü: 1,09

9. Sizce kentinizde teknik eleman bulmak ne derece kolay?

Hiç kolay değil ☐ 0 ☒ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 Çok kolay

Türkiye Geneli: 4,9

Diyarbakır Geneli: 4,3

Diyarbakır Mermer Sektörü: 0,95

10. Yetenekli yöneticileri bulmak ve kentinizde tutmak ne derece kolay?

Hiç kolay değil ☐ 0 ☒ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 Çok kolay

Türkiye Geneli: 4,4

Diyarbakır Geneli: 3,5

Diyarbakır Mermer Sektörü: 1,22

11. İşçilik maliyetleri benzer kentlerle kıyaslandığında ne derece uygun?

Hiç uygun değil ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☒ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 Çok uygun

Türkiye Geneli: 5,8

Diyarbakır Geneli: 5,8

Diyarbakır Mermer Sektörü: 4,68

12. Kentinizdeki iç pazarın büyüklüğü ekonomik faaliyetler açısından ne derece yeterli?

Hiç yeterli değil ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☒ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 Son Derece Yeterli

Türkiye Geneli: 5,6

Diyarbakır Geneli: 5,0

Diyarbakır Mermer Sektörü: 6,86

13. İşinizle ilgili kentinizdeki tedarikçilerin ne derece yeterli olduğunu düşünüyorsunuz?

Hiç yeterli değil ☐ 0 ☒ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 Son Derece Yeterli

Türkiye Geneli: 5,6

Diyarbakır Geneli: 5,0

Diyarbakır Mermer Sektörü: 1,72

14. Genel olarak düşündüğünüzde kentinizdeki finansal hizmetler sizce ne derece yeterli?

Hiç yeterli değil ☐ 0 ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☒ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9 ☐ 10 Son Derece Yeterli

Türkiye Geneli: 6,7

Diyarbakır Geneli: 5,8

Diyarbakır Mermer Sektörü: 4,86

15. Kentinizin dışarıdan ulusal bir yatırımcı için ne derece cazip olduğunu düşünüyorsunuz?

Hiç cazip değil Son derece cazip

Türkiye Geneli: 6,9

Diyarbakır Geneli: 7,1

Diyarbakır Mermer Sektörü: 5,55

(Not: Türkiye ve Diyarbakır geneli ortalamasına ulusal ve yabancı bir yatırımcı aynı soruda sorularak ulaşılmıştır).

16. Kentinizin dışarıdan yabancı bir yatırımcı için ne derece cazip olduğunu düşünüyorsunuz?

Hiç cazip değil Son derece cazip

Türkiye Geneli: 6,9

Diyarbakır Geneli: 7,1

Diyarbakır Mermer Sektörü: 6,54

(Not: Burada yabancı yatırımcıdan kasıt yaşanan kent dışından gelen ulusal ya da başka ülke yatırımcılarıdır.)

17. Kentinizdeki girişimcilik ruhunu/potansiyelini nasıl değerlendirirsiniz?

Hiç girişimci değil Son derece girişimci

Türkiye Geneli: 6,2

Diyarbakır Geneli: 5,9

Diyarbakır Mermer Sektörü: 4,95

18. Kentinizdeki firmaların diğer illerdeki benzer firmalara göre rekabet gücünü nasıl değerlendirirsiniz?

Hiç rekabetçi değil Son derece Rekabetçi

Türkiye Geneli: 6,3

Diyarbakır Geneli: 6,0

Diyarbakır Mermer Sektörü: 7,54

19. Kentinizdeki firmaların yeni teknolojileri kullanımı sizce ne derece yaygın?

Hiç Yaygın değil Son derece yaygın

Türkiye Geneli: 6,6

Diyarbakır Geneli: 5,9

Diyarbakır Mermer Sektörü: 6.09

20. Kentinizdeki kamu kurumları özel sektörün iş yapmasına ve gelişimine sizce ne derece destek oluyorlar?

Hiç destek olmuyorlar Son derece destekleniyor

Türkiye Geneli: 5,1

Diyarbakır Geneli: 4,2

Diyarbakır Mermer Sektörü: 1,54

21. Kentiniz sizce ne derece planlı geliyor?

Hiç planlı gelişmiyor Son derece planlı geliyor

Türkiye Geneli: 5,5

Diyarbakır Geneli: 5,5

Diyarbakır Mermer Sektörü: 6,68

22. Kentinizdeki asayiş ve güvenlikle ilgili durumu nasıl değerlendirirsiniz?

Çok kötü Çok iyi

Türkiye Geneli: 7,1

Diyarbakır Geneli: 6,4

Diyarbakır Mermer Sektörü: 3,72

23. Kentinizdeki firmaların kentinizde kalarak büyümeleri ne derece mümkün?

Hiç mümkün değil Son derece mümkün

Türkiye Geneli: 6,2

Diyarbakır Geneli: 6,2

Diyarbakır Mermer Sektörü: 7,72

24. Kentinizde iş yaptığınız ticari çevreler sizce ne derece dürüst ve güvenilir?

Hiç güvenilir değil Son derece güvenilir

Türkiye Geneli: 6,2

Diyarbakır Geneli: 5,7

Diyarbakır Mermer Sektörü: 5,63

25. Kentinizdeki sosyal faaliyetler, hayat pahalılığı ve trafik gibi hususları dikkate aldığınızda yaşam kalitesini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Çok Kötü Çok İyi

Türkiye Geneli: 5,9

Diyarbakır Geneli: 5,7

Diyarbakır Mermer Sektörü: 6,95

26. Kentinizde kültür, sanat ve eğlence faaliyetleri sizce ne derece yeterli?

Hiç yeterli değil Son derece yeterli

Türkiye Geneli: 5,6

Diyarbakır Geneli: 5,7

Diyarbakır Mermer Sektörü: 6,72

27. Kentinizdeki hastane ve uzman hekimler sizce ne derece yeterli?

Hiç yeterli değil Son derece yeterli

Türkiye Geneli: 6,8

Diyarbakır Geneli: 6,3

Diyarbakır Mermer Sektörü: 5,72

28. Eğitimi bitirdikten sonra çocuğunuzun yaşamını bu ilde sürdürmesini ister miydiniz?

Hiç istemezdim Kesinlikle isterdim

Türkiye Geneli: 6,1

Diyarbakır Geneli: 5,6

Diyarbakır Mermer Sektörü: 9,04

29. Bütün yönleriyle düşündüğünüzde kentinizin ekonomik geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Hiç iyiye gitmeyecek Çok İyiye gidecek

Türkiye Geneli: 6,7

Diyarbakır Geneli: 6,7

Diyarbakır Mermer Sektörü: 8,72

30. Bu kentte iş yapmaktan ne derece memnunsunuz?

Hiç memnun değilim Son derece memnunum

Türkiye Geneli: 6,5

Diyarbakır Geneli: 6,0

Diyarbakır Mermer Sektörü: 8,31

31. Kentinizde yaşamının en önemli 3 avantajı ya da güzel tarafı sizce nedir?

1. **Memleket**

2. **Aile**

3. **Sosyal İlişkiler**

(Diğer Avantajlar: Pazara Yakınlık, İş Ortamı, Çok Kültürlülük, Dinamizm, Coğrafi Konum, Yemek Kültürü, Hava Koşulları, Tarihi Dokusu, Konukseverlik ve Kültür).

Tablo 32

Kentinizde Yaşamının En Önemli 3 Avantajına Ait İstatistikler

		Birinci Avantaj	İkinci Avantaj	Üçüncü Avantaj
N	Geçerli	22	22	22
	Eksik	0	0	0

Tablo 33

Kentinizde Yaşamının En Önemli Birinci Avantajına Ait Değerler

	Frekans	Oran	Kümülatif Oran
Memleket	8	36,4	36,4
Aile	6	27,3	63,6
Sosyal İlişkiler	6	27,3	90,9
Pazara Yakınlık	1	4,5	95,5
Hava Koşulları	1	4,5	100,0
Toplam	22	100,0	

Tablo 34

Kentinizde Yaşamının En Önemli İkinci Avantajına Ait Değerler

	Frekans	Oran	Kümülatif Oran
Memleket	4	18,2	18,2
Aile	6	27,3	45,5
İş Ortamı	2	9,1	54,5
Sosyal İlişkiler	4	18,2	72,7
Pazara Yakınlık	1	4,5	77,3
Dinamizm	1	4,5	81,8
Coğrafi Konum	1	4,5	86,4
Tarihi Dokusu	1	4,5	90,9
Kültür	2	9,1	100,0
Toplam	22	100,0	

Tablo 35

Kentinizde Yaşamanın En Önemli Üçüncü Avantajına Ait Değerler

	Frekans	Oran	Kümülatif Oran
Memleket	3	13,6	13,6
Aile	2	9,1	22,7
İş Ortamı	3	13,6	36,4
Sosyal İlişkiler	6	27,3	63,6
Pazara Yakınlık	1	4,5	68,2
Çok Kültürlülük	1	4,5	72,7
Dinamizm	1	4,5	77,3
Yemek Kültürü	1	4,5	81,8
Tarihi Dokusu	4	18,2	100,0
Toplam		100,0	

32. Peki, kentinizde yaşamının olumsuz olabilecek en önemli 3 yönü sizce nedir?

1. **Güvenlik**2. **Gelişmemiş Sanayii**3. **Altyapı Yetersizlikleri**

(Diğer Dezavantajlar: Bürokrasi, Ticaret Kültürü, Kalfiye Elaman Sorunu, Yetersiz Destek, Belirsizlik Ortamı, Sivil Havaalanı Eksikliği ve Yerel Yönetim Hizmetleri Yetersizliği)

Tablo 36

Kentinizde Yaşamanın En Önemli 3 Dezavantajına Ait İstatistikler

	Birinci Dezavantaj	İkinci Dezavantaj	Üçüncü Dezavantaj
N Geçerli	19	14	13
Eksik	3	8	9

Tablo 37

Kentinizde Yaşamının En Önemli Birinci Dezavantajına Ait Değerler

	Frekans	Oran	Geçerli Oran	Kümülatif Oran
Güvenlik	7	31,8	36,8	36,8
Altyapı Yetersizlikleri	2	9,1	10,5	47,4
Gelişmemiş Sanayii	3	13,6	15,8	63,2
Bürokrasi	1	4,5	5,3	68,4
Ticaret Kültürü	2	9,1	10,5	78,9
Kalifiye Elaman Sorunu	1	4,5	5,3	84,2
Yetersiz Yerel Yönetim Hizmetleri	1	4,5	5,3	89,5
Belirsizlik Ortamı	2	9,1	10,5	100,0
Toplam	19	86,4	100,0	
<i>Eksik Sistem</i>	3	13,6		
Toplam	22	100,0		

Tablo 38

Kentinizde Yaşamının En Önemli İkinci Dezavantajına Ait Değerler

	Frekans	Oran	Geçerli Oran	Kümülatif Oran
Güvenlik	5	22,7	35,7	35,7
Altyapı Yetersizlikleri	4	18,2	28,6	64,3
Gelişmemiş Sanayii	3	13,6	21,4	85,7
Sivil Havaalanı Eksikliği	1	4,5	7,1	92,9
Belirsizlik Ortamı	1	4,5	7,1	100,0
Toplam	14	63,6	100,0	
<i>Eksik Sistem</i>	8	36,4		
Toplam	22	100,0		

Tablo 39

Kentinizde Yaşamının En Önemli Üçüncü Dezavantajına Yönelik Değerler

	Frekans	Oran	Geçerli Oran	Kümülatif Oran
Güvenlik	3	13,6	23,1	23,1
Altyapı Yetersizlikleri	4	18,2	30,8	53,8
Gelişmemiş Sanayii	3	13,6	23,1	76,9
Yetersiz Destek	1	4,5	7,7	84,6
Belirsizlik Ortamı	2	9,1	15,4	100,0
Toplam	13	59,1	100,0	
<i>Eksik Sistem</i>	9	40,9		
Toplam	22	100,0		

33. İmkânınız olsa Diyarbakır yerine başka bir kentte aynı işi yapmayı tercih eder miydiniz?

1. **Evet**, Evet ise hangi il: % **18,18** (İstanbul, K.Maraş, Eskişehir ve Malatya'dan sonra herhangi bir şehir)

2. **Hayır ()** %**81,82**

34. Şayet Diyarbakır yerine yakın çevre kentlerinden birine gitmek zorunda kalsaydınız hangisini tercih ederdiniz?

1. **Evet**, Evet ise hangi il: % **50** (7 **Gaziantep**, 2 Adıyaman, 1 Şanlıurfa, 1 Van)

2. **Hayır ()** %50

Anketin bu bölümünde mermer kümesinin kümelenme geliştirme (cluster development) stratejisi ile kentin rekabetçiliğine yönelik ifadeler yer almaktadır.

1. Kentinizde sektörünüzün gelişme potansiyeli nedir?

Hiç yok Çok var

9,63

2. Sektörünüzün ulusal pazardaki talep için rekabet edebilirlik düzeyi diğer kentlerle karşılaştırıldığında ne durumdadır?

Çok kötü düzeyde Çok iyi düzeyde

9,13

3. Sektörünüzün uluslararası pazardaki talep için rekabet edebilirlik düzeyi diğer ülke içi kentlerle karşılaştırıldığında ne durumdadır?

Çok kötü düzeyde Çok iyi düzeyde

9,22

4. Sektörünüzün ürettiği ürün veya hizmetin fiyatı diğer kentlerle rekabet edecek düzeyde midir?

Çok kötü düzeyde Çok iyi düzeyde

9,13

5. Sektörünüzün ürettiği ürün veya hizmetin kalitesi diğer kentlerle rekabet edecek düzeyde midir?

Çok kötü düzeyde Çok iyi düzeyde

8,90

6. Sektörünüzün ürettiği ürün veya hizmet Diyarbakır'ın ulusal markası olarak tanınmış düzeyde midir?

Çok kötü düzeyde Çok iyi düzeyde

9,27

7. Sektörünüzün ürettiği ürün veya hizmet Diyarbakır'ın uluslararası markası olarak tanınmış düzeyde midir?

Çok kötü düzeyde Çok iyi düzeyde

9,18

8. Kentinizdeki kendi sektörünüzdeki firmaların diğer illerdeki benzer firmalara göre rekabet gücünü nasıl değerlendirirsiniz?

Hiç rekabetçi değil Son derece Rekabetçi

9,09

9. Sektörünüzün Diyarbakır'ın rekabetçiliğine katkısı ne düzeydedir?

Çok kötü Çok iyi

9,59

10. Diyarbakır, sektörünüzün durumu açısından Türkiye kentleri arasında ne durumdadır?

Çok kötü Çok iyi

9,36

11. Sektörünüzün Türkiye genelinde rekabet halinde olduğu kentler hangileridir?

1. **Afyon**

2. **Muğla**

3. **Eskişehir**

(Diğer Kentler ise Bilecik, Denizli, Bursa, Balıkkeseir, Bartın, İzmir, Burdur).

Tablo 40

Sektörün Türkiye Genelinde Rekabet Halinde Olduğu Kentlere Ait İstatistikler

		Birinci Kent	İkinci Kent	Üçüncü Kent
N	Geçerli	22	22	22
	Eksik	0	0	0

Tablo 41

Sektörün Türkiye Genelinde Rekabet Halinde Olduğu Birinci Kente Ait Değerler

	Frekans	Oran	Kümülatif Oran
Afyon	14	63,9	63,6
Bilecik	1	4,5	68,2
Eskişehir	2	9,1	77,3
Muğla	2	9,1	86,4
İzmir	1	4,5	90,9
Burdur	2	9,1	100,0
Toplam	22	100,0	

Tablo 42

Sektörün Türkiye Genelinde Rekabet Halinde Olduğu İkinci Kente Ait Değerler

	Frekans	Oran	Kümülatif Oran
Afyon	4	18,2	18,2
Bilecik	2	9,1	27,3
Eskişehir	3	13,6	40,9
Muğla	7	31,8	72,7
Denizli	4	18,2	90,9
Bursa	1	4,5	95,5
Balıkkeseir	1	4,5	100,0
Toplam	22	100,0	

Tablo 43

Türkiye Geneline Rekabet Halinde Olduğu Üçüncü Kente Ait Değerler

	Frekans	Oran	Kümülatif Oran
Afyon	3	13,6	13,6
Bilecik	4	18,2	31,8
Eskişehir	7	31,8	63,6
Muğla	4	18,2	81,8
Denizli	3	13,6	95,5
Bursa	1	4,5	100,0
Toplam	22	100,0	

12. Sektörünüzün rekabet halinde bulunduğu yakın kentler hangileridir?

1. Elazığ

Diğer Kentler ise Adana, Mersin, Adıyaman ve Batman.

Tablo 44

Sektörün Yakın Kentler Arasında Rekabet Halinde Olduğu Kentlere Ait İstatistikler

	Birinci Kent	İkinci Kent	Üçüncü Knet
N Geçerli	22	5	1
Eksik	0	17	21

Tablo 45

Sektörün Yakın Kentler Arasında Rekabet Halinde Olduğu Birinci Kente Ait Değerler

	Frekans	Oran	Kümülatif Oran
Elazığ	22	100,0	100,0

Tablo 46

Sektörün Yakın Kentler Arasında Rekabet Halinde Olduğu İkinci Kente Ait Değerler

	Frekans	Oran	Geçerli Oran	Kümülatif Oran
Batman	1	4,5	20,0	20,0
Adıyaman	1	4,5	20,0	40,0
Mersin	2	9,1	40,0	80,0
Adana	1	4,5	20,0	100,0
Toplam	5	22,7	100,0	
<i>Eksik Sistem</i>	17	77,3		
Toplam	22	100,0		

Tablo 47

Sektörün Yakın Kentler Arasında Rekabet Halinde Olduğu Üçüncü Kente Ait Değerler

	Frekans	Oran	Geçerli Oran	Kümülatif Oran
Adana	1	4,5	100,0	100,0
Eksik Sistem	21	95,5		
Toplam	22	100,0		

13. Sektörünüze kümelenme geliştirme (cluster development) stratejisi uygulansa, kent rekabetçiliği artar mı?

Artmaz Artar

9,81

14. Sektörünüze kümelenme geliştirme (cluster development) stratejisi uygulansa, sektöründe lider kent haline gelebilir mi (Yakın kentler arasında) ?

Gelmez Gelir

10,0

15. Sektörünüze kümelenme geliştirme (cluster development) stratejisi uygulansa, sektöründe lider kent haline gelebilir mi (Türkiye Geneli) ?

Gelmez Gelir

9,59

16. Sektörünüz dışında kenti rekabetçi kılacak diğer sektörler hangileridir, sıralayınız? (Et ve Et Ürünleri Sektörü, Süt ve Süt Ürünleri Sektörü, Mermercilik Sektörü, İnşaat Malzemeleri Sektörü, Gıda Paketleme ve Ambalajlama Sektörü, Tekstil ve Hazırgiyim Sektörü, Turizm Sektörü ve Ticaret Sektörü).

1. Tekstil ve Hazırgiyim Sektörü

2. İnşaat Malzemeleri Sektörü

3. Et ve Et Ürünleri Sektörü

(Diğer Sektörler: Süt ve Süt Ürünleri Sektörü, Gıda Paketleme ve Ambalajlama Sektörü)

Tablo 48

Kenti Rekabetçi Kılacak Diğer Sektörlere Ait İstatistikler

	Birinci Sektör	İkinci Sektör	Üçüncü Sektör
N Geçerli	22	22	22
Eksik	0	0	0

Tablo 49

Kenti Rekabetçi Kılacak Birinci Sektöre Ait Değerler

	Frekans	Oran	Kümülatif Oran
İnşaat Malzemeleri Sektörü	9	40,9	40,9
Tekstil ve Hazırgiyim Sektörü	11	50,0	40,9
Et ve Et Ürünleri Sektörü	1	4,5	95,5
Süt ve Süt Ürünleri Sektörü	1	4,5	100,0
Toplam	22	100,0	

Tablo 50

Kenti Rekabetçi Kılacak İkinci Sektöre Ait Değerler

	Frekans	Oran	Kümülatif Oran
İnşaat Malzemeleri Sektörü	4	18,2	18,2
Tekstil ve Hazırgiyim Sektörü	6	27,3	45,5
Et ve Et Ürünleri Sektörü	7	31,8	77,3
Süt ve Süt Ürünleri Sektörü	1	4,5	81,8
Gıda Paketleme ve Ambalajlama	4	18,2	100,0
Toplam	22	100,0	

Tablo 51

Kenti Rekabetçi Kılacak Üçüncü Sektöre Ait Değerler

	Frekans	Oran	Kümülatif Oran
İnşaat Malzemeleri Sektörü	3	13,6	13,6
Tekstil ve Hazırgiyim Sektörü	4	18,2	31,8
Et ve Et Ürünleri Sektörü	4	18,2	50,0
Süt ve Süt Ürünleri Sektörü	8	36,4	86,4
Gıda Paketleme ve Ambalajlama	3	13,6	100,0
Toplam	22	100,0	

17. 6 Nisan 2012’de açıklanan yeni teşvik sistemi ile (KDV İstisnası, Gümrük Vergisi Muafiyeti, Vergi İndirimi (OSB Dışı) - Yatırıma Katkı Oranı (OSB İçi), Sigorta Primi (OSB Dışı) - İşveren His. Desteği (OSB) İçi, Yatırım Yeri Tahsis, Faiz Desteği, Gelir Vergisi Stopajı Desteği ve Sigorta Primi İşçi Hissesi Desteği) Diyarbakır rekabetçiliği artar mı?

Artmaz Artar

9,27

Tablo 52

Diyarbakır Mermer Sektörü Tarafından Yüksek Puan Alan Konular

KONU	PUAN
Çocuğun yaşamını bu kentte sürdürmesi	9,04
Coğrafi Konum	8,81
Ekonomik Gelecek	8,72
İş Yapma Memnuniyeti	8,31
Kentte kalarak büyüme	7,72
Firmaların Rekabet Gücü	7,54
Su Altyapısı	6,95
Yaşam Kalitesi	6,95
İç Pazar Büyüklüğü	6,86
Kültür, Sanat ve Eğlence	6,72
Planlı Gelişim	6,68
Ulaşım	6,45
Yeni Teknolojilerin Kullanımı	6,09
Yatırım için Cazibe	6,05

Not: 6 üstü puan alanlar değerlendirilmiştir.

Tablo 53

Diyarbakır Mermer Sektörü Tarafından Düşük Puan Alan Konular

KONU	PUAN
Teknik Eleman	0,95
Üniversite Katkısı	1,09
Yetenekli Yönetici	1,22
İldeki kamu kurumlarının özel sektöre katkısı	1,54
Tedarikçilerin Yeterliliği	1,72
Telekomünikasyon Altyapısı	2,09
Elektrik Altyapısı	2,27
Güvenlik	3,72
İşçilik Maliyetleri	4,68
Finansal Hizmetler	4,86
Girişimcilik Ruhu	4,95

Not: 5 altı puan alanlar değerlendirilmiştir.

Tablo 54

Diyarbakır Mermer Sektörü Tarafından Türkiye Ortalamasından Yüksek Puan Alan Konular

KONU	DİYARBAKIR MERMER SEKTÖRÜ	TÜRKİYE GENELİ
Çocuğun yaşamını bu kentte sürdürmesi	9,04	6,01
Ekonomik Gelecek	8,72	6,7

Not: +2 puan farkı göz önüne alınarak değerlendirilmiştir.

Tablo 55

Diyarbakır Mermer Sektörü Tarafından Türkiye Ortalamasından Düşük Puan Alan Konular

KONU	DİYARBAKIR MERMER SEKTÖRÜ	TÜRKİYE GENELİ
Üniversite Katkısı	1,09	7,0
Telekomünikasyon Altyapısı	2,09	7,2
Teknik Eleman	0,95	4,9
Tedarikçilerin Yeterliliği	1,72	5,6
İldeki kamu kurumlarının özel sektöre katkısı	1,54	5,1
Güvenlik	3,72	7,1
Elektrik Altyapısı	2,27	5,6
Yetenekli Yönetici	1,22	4,04

Not: -2 puan farkı göz önüne alınarak değerlendirilmiştir

Diyarbakır mermer sektörü yöneticileri gözünden yapılan değerlendirmelerde yüksek puan alan başlıklara bakıldığında, öncelikle görüşmecilerin çoğunun yaşamını bu kentte sürdürmesi ve ekonomik gelecek gibi konularda Türkiye ortalamasının oldukça üstünde coğrafi konum, iş yapma memnuniyeti ve firmaların kentte kalarak büyümeleri gibi konuların üst sırada oldukları görülmüştür. Buna karşılık, yöneticilerin büyük çoğunluğu teknik eleman, üniversite katkısı, yetenekli yönetici, ildeki kamu kurumlarının özel sektöre katkısı, tedarikçilerin yeterliliği, telekomünikasyon altyapısı, elektrik altyapısı ve güvenlik gibi konularda Türkiye ortalamasının altında ve oldukça düşük puanlar vermişlerdir.

Yeterli ölçüde ve nitelikte teknik eleman ve yetenekli yöneticinin bulunmaması sektör tarafından vurgulanmıştır ve bu algı Türkiye ortalamasının oldukça altındadır. Aynı zamanda özellikle sektöre eleman yetiştiren bilgi kuruluşlarından üniversite ile sektör arasında herhangi bir işbirliğinin kurulamamış olması da böyle bir sonucun ortaya çıkmasına etki etmektedir. İnsan unsurunda yaşanan bütün bu sıkıntılar kentin rekabetçilik düzeyini olumsuz etkilemektedir.

Elektrik ve telekomünikasyon alt yapısı sektör tarafından Türkiye ortalamasının oldukça altında ve yetersiz olarak algılanmıştır. Bu durum hem etkin bir şekilde iş yapma olmağı önünde hem de kentin rekabetçiliğinin artırılması çalışmaları önünde önemli bir engel olarak görülmektedir.

Kentsel kalkınmada ve rekabet gücünü artırmada bölgesel kaynakları harekete geçirip bunların birbirleriyle etkin bir şekilde etkileşimlerini sağlaması gereken kamu kurumlarının, özel sektörün iş yapmasına ve gelişimine katkısı sektör tarafından oldukça düşük puanlarla değerlendirilmiştir. Sektörde finans kuruluşlarının normal yatırım kredileri dışında kentin rekabetçiliğini artıracak destekler sunmadığı konusunda da neredeyse tamamen bir görüş birliği vardır. Sektör tarafından kentin tedarikçileri yetersiz bulunmaktadır ve bu durum kentte işlerin yürütülmesinde önemli bir engel olarak görülmektedir.

Sektör tarafından Türkiye ortalamasının altında algılanan ve kentin rekabetçiliğinin artırılmasında önemli bir engel olarak ortaya çıkan bir diğer unsur da güvenlik algısıdır. Gerek mülakatlara dayalı olarak bu bölümün önceki kısımlarında yapılan alıntılar ve gerekse yukarıda sergilenen ilgili anket soruları ortaya koymaktadır ki bölgede yaşanan siyasi ve sosyal sorunlar, olaylar ve medyanın çizdiği olumsuz Diyarbakır tablosu dışarıdan gelen yatırımları ve yatırımcıları olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle olumsuz güvenlik algısı Diyarbakır rekabetçiliğinde önemli bir engel olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kentin rekabet gücünü sağlayan göstergelerden olan yaşam kalitesi, kültür, sanat ve eğlence faaliyetleri sektör tarafından yüksek puan almıştır. Aynı zamanda sektör kentin ekonomik geleceğinin iyiye gideceğine inanmakta ve Diyarbakır'da iş yapmaktan oldukça memnun görünmektedir. Sektör oyuncularının büyük bir çoğunluğu, Türkiye ortalamasının oldukça önünde olarak, eğitimini bitirdikten sonra çocuklarının yaşamını bu kentte sürdürmelerini istemektedirler.

Kentinizde yaşamının en önemli 3 avantajı ya da güzel tarafı nedir sorulmuştur. Sektör tarafından Diyarbakır'da yaşamının en güzel üç tarafı memleket, aile ve sosyal ilişkiler olarak sıralanmıştır. Sektör tarafından kentte yaşamının olumsuz olabilecek üç yönü ise güvenlik, gelişmemiş sanayi ve yetersiz altyapı olarak sıralanmıştır. Sektör firmalarının büyük çoğunluğunun imkânı olsa bile Diyarbakır dışında başka kentte iş yapmayı tercih etmedikleri zorunlu durumlarda ise sadece sektörün yarısının gitmeyi

tercih ettiği ortaya çıkmıştır. Zorunlu durumlarda yakın çevre kentlerinden gitmeyi tercih ettikleri kent olarak karşımıza Gaziantep çıkmaktadır.

Diyarbakır mermercilik sektörünün gelişme potansiyeli, ulusal ve uluslararası talep durumu, sektör tarafından üretilen ürünlerin kalitesi ve fiyatı sektör tarafından oldukça iyi düzeyde görünmektedir. Sektör firmaları kendilerini ulusal ve uluslararası alanda oldukça rekabetçi görüp Diyarbakır rekabetçiliğine ciddi katkı sağladıklarına inanmaktadırlar. Sektör bölgede Elazığ ile Türkiye genelinde ise Afyon, Muğla ve Eskişehir ile rekabet halinde bulunmaktadır.

Mermer sektörüne uygulanacak küme geliştirme stratejisinin kent rekabetçiliğini artıracığına inanan sektör oyuncuları, bunun da ötesinde sektörün lider kente dönüşeceğine vurgu yapmışlardır. Aynı zamanda mermercilik dışında Diyarbakır'ı rekabetçi kılacak sektörler olarak Tekstil ve Hazırgiyim sektörü, İnşaat malzemeleri sektörü ve Et ve et ürünleri sektörü sıralanmıştır.

5.3. Sonuç

Bu çalışmanın amacı oldukça yeni bir kavram olan kent rekabetçiliği ve kentsel rekabet edilebilirliği geliştirmede ve bölgesel kalkınmada önemli bir araç olan kümelenme arasındaki ilişkileri, kümelerin kent rekabetçiliği algısını ve kent rekabetçiliğine katkısını ortaya koymak ve araştırmaktır. Araştırmanın kapsamında Diyarbakır'ın küme haritası çıkarılmış, öne çıkan mermer kümesinin kent rekabetçiliği algısı araştırılmış ve mermer kümesinin Diyarbakır'ın rekabetçiliğine katkısı yüksek düzeyde ortaya çıkarılmıştır.

Bu çalışmada, *kent rekabetçiliği* ve bu rekabetçilik çerçevesinde *kümelenme* gibi dünyada ve ülkemizde oldukça popüler ve yeni sayılabilecek bir konu Diyarbakır bağlamında ve mermercilik sektörü üzerinden ele alınmaya çalışılmıştır. Küreselleşen dünyamızda artık yerel ve bölgesel firmaların bile dışarıdan kendi bölgelerine ve kentlerine akın eden firmalar ya da ürünler karşısında ayakta kalabilmeleri açısından ve bunun da ötesinde büyüyüp başka pazarlara açılabilmesi açısından kendi rekabet edebilirlik koşullarını geliştirebilmeleri kaçınılmazdır. Kümelenme stratejisi de bu hususta yerel ve bölgesel firmalara imkânlar sunan önemli bir araçtır. Kümelenme kentlerin rekabet avantajı elde etmelerinde önemli bir uyarıcı olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak rekabet gücünün artırılabilmesi ve de sürdürülebilir kılınması hususunda ortaya atılan başka her hangi bir yaklaşımda ve araçta olduğu gibi,

kümelenmeden de faydalanılabilmesi için firmaların veya firmaların içinde bulunduğu sektörün bazı noktalarda kendilerini hazırlamış olmaları yani belirli kriterleri tutturmuş olmaları gerekmektedir.

İşte bu bağlamda, örnek alan olarak seçilen Diyarbakır'da şu ana kadar hiçbir sektörün; kent rekabetçiliğinin ve kümelenmenin avantajlarından yararlanabilecek konuma gelemedikleri, gelme hususunda planlı bir çabanın içinde de bulunmadıkları ancak belirli bazı göstergeler ele alındığında da böyle bir çabaya girişme bakımından en avantajlı sektörün mermercilik olduğu daha önce yapılan araştırmalarla ve benim kişisel analizlerimle ortaya konmuştur. Bu noktadan hareketle bu çalışma, kümelenmeyi kullanmaya en yakın konumdaki mermercilik sektörüne odaklandı. Esas olarak 66 soruluk bir anket çalışmasına ve anketin dışında ortalama 30 dakikalık mülakatlara dayalı olarak şehrin sektördeki hemen bütün firmalarının sahibi ve/veya yöneticisi konumundaki kişileri ile yüz yüze gerçekleştirdiğim görüşmelere dayalı çalışmam, sonuçta bana aşağıda sırasıyla açıklayacağım önerileri yapma fırsatı sundu:

5.4. Öneriler

Küreselleşme ve bilgi teknolojilerinin yayılması ile birlikte başlayan hızlı değişimler rekabet alanında da kendisini göstermiş ve artık rekabet edenler devletler değil bölgeler ve kentler olmaya başlamıştır. Bu koşullarda Diyarbakır'ın güçlü yerel rakipleri mevcut olduğu gibi uluslararası rakipleri de mevcuttur. Bölgenin sanayi bakımından en gelişmiş ili olan Gaziantep, tarıma dayalı ekonomisi ile Şanlıurfa ve uluslararası taşımacılık ve turizm ile birlikte gelişen Mardin, Diyarbakır'ın ekonomisinin gelişmesinde en önemli rakipler olarak görülmektedir. Ortadoğu ve Irak pazarında bu kentler Diyarbakır'dan daha rekabetçi konumdadır. Dolayısıyla hem kendi sorunlarını aşabilmek hem de bu bölge kentleri arasında geri kalmamak açısından *Diyarbakır'da kent rekabetçiliğini artırmak için kentsel rekabet stratejileri geliştirilmelidir.*

Bu bağlamda, Diyarbakır'da karşımıza en güçlü sektör olarak çıkan ve sektörlerini ulusal ve uluslararası alanda rekabetçi olabilecek potansiyelde gören *mermercilik sektörüne yönelik rekabetçi kümelenme stratejisi geliştirilmelidir.* Diyarbakır Valiliği, Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi, Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odası (DTSO), Dicle Üniversitesi ve Diyarbakır Mermerciler Derneği (DMD), KOSGEB, Karacadağ Kalkınma Ajansı gibi kurumların ve Diyarbakır mermer firmaları

ve mermer atölyeleri gibi aktörlerin olduğu, Diyarbakır mermer kümesini geliştirme stratejisi hız kazanmalıdır.

Diyarbakır'da faaliyet gösteren mermer sektörü yöneticileri Dicle Üniversitesinin kente katkısını oldukça yetersiz bulmaktadırlar. *Dicle Üniversitesi'nin kente olan katkısı artırılmalıdır. Dicle Üniversitesi'nde teknik eleman ihtiyacını karşılayacak Maden Mühendisliği destekli mermercilik bölümü ve Yetenekli yönetici ihtiyacını karşılayacak destek programları açılmalıdır. Aynı zamanda Diyarbakır'da yeni açılan Dicle Teknopark'ın yanı sıra mermercilik sektörüne yönelik ihtisaslaşmış Teknopark kurulmalıdır.*

Kentin rekabetçiliğini artırmada önemli rolleri olan kamu kurumlarının ve finans kuruluşlarının özel sektöre katkısı mermercilik sektörü tarafından oldukça yetersiz görülmektedir. *Diyarbakır'ın daha rekabetçi olabilmesi için gerekli kamu kurumu aktörlerinin ve finans kuruluşlarının bu çerçevede harekete geçmesi gerekmektedir. Özellikle sektör tarafından oldukça düşük puan alan telekomünikasyon ve elektrik altyapısı geliştirilmesi gerekmektedir.*

Mermercilik sektöründe faaliyet gösteren firmalarda büyük oyuncu sayısının sınırlı olduğu görülmektedir. Sektörel stratejiler büyük bir firma ve onu takip eden 2 diğer firma tarafından belirlenmektedir. Aynı zamanda kentte tedarikçilerin yetersizliği söz konusudur. *Mermercilik sektöründe faaliyet gösteren büyük oyuncu sayısı artırılmalı, tedarikçi firmaların kurulması sağlanmalı ve firmalar arasında kümelenmenin önemli olgularından biri olan işbirliğine (ortak ürün, ortak pazarlama, ortak depo, işgücü geliştirme ve proje geliştirme) gidilmelidir.*

Diyarbakır'da faaliyet gösteren firmaların hemen hepsinin küresel pazarlara hitap ettiği görülmekte; blok mermerinin %50'den fazlasını, nihai ürünün ise %50'ye yakını yurt dışına ihraç ettikleri görülmektedir. *Diyarbakır blok mermerinin ihracatı azaltılıp, yerel oyuncular tarafından kendi fabrikalarında işlenmesi sağlanmalı ve bu sayede, mermer iki-üç kat daha fazla kazanç değeri olan nihai ürüne dönüştürülüp, sektörün küresel pazar payı artırılmalıdır.*

Diyarbakır mermercilik sektörüne yönelik yapılacak en önemli önerilerden biri de nakliye maliyetlerine yöneliktir. *Diyarbakır'ın ihracatında önemli bir yer tutan Irak ile Diyarbakır'a en yakın liman olan Mersin Limanı'na OSB'den demiryolu bağlantısı ile bağlantı sağlanmalıdır.*

Mermercilik sektörünün Diyarbakır'ın rekabetçiliğine katkısını artırmak için sektöre yönelik teşvikler ve destekler sunulmalıdır. *Diyarbakır mermer sektöründe özellikle akaryakıt, sigorta primi ve enerji maliyetlerinde indirimle gidilmeli veya sektöre teşvik yasalarıyla destek sağlanmalıdır.*

Diyarbakır kentinin rekabetçiliğinin artırılmasında karşımıza çıkan engellerden bazıları OSB'den kaynaklanan sorunlardan oluşmaktadır. OSB'deki elektrik kesintisi ve elektrik dalgalanmaları firmaları oldukça olumsuz etkilemektedir. *Diyarbakır OSB'de iyileştirilmeye gidilmelidir.*

6 Nisan 2012'de açıklanan yeni teşvik sistemi sektör yöneticileri tarafından oldukça olumlu algılanmıştır ve kentin rekabetçiliğini artıracığına inanılmaktadır. Bununla beraber OSB'de doluluk oranı %100 ve yaklaşık 150 firma sırada beklemektedir. Bundan dolayı bu teşvikten yararlanacak firma bulunmamaktadır. *Kentte yönelik hazırlanan teşviklerin daha etkin ve verimli olabilmesi için kent aktörlerin katkısı sağlanmalıdır ve Diyarbakır mermer sektörüne yönelik yeni bir OSB çalışmalarına başlanmalıdır.*

Yapılan anket çalışması ve görüşmeler sonucunda Diyarbakır'ın kent rekabetçiliğinin artırılması hususunda karşımıza çıkan en büyük engel güvenlik algısıdır. Bu durum, Diyarbakır'ın içinde bulunduğu siyasi ortamdan kaynaklanmaktadır. Oysa Diyarbakır'dan yalnız 95 km yani yaklaşık bir saat uzaklıkta olan Mardin'de böyle bir güvenlik algısı görülmemektedir. *Diyarbakır'ın güvenlik algısı değiştirilmelidir.* Diyarbakır'ın imajının düzeltilmesi hususunda başta ulusal alanda faaliyet yürüten ilgili kamu kurumları ve ulusal basın olmak üzere, yerelde faaliyet yürüten kamu kurumları, sivil toplum örgütleri ve basına önemli görevler düşmektedir.

5.5. Çalışmanın Kısıtları ve Yazına Katkısı

Bu çalışmada iki tür kısıtlılık söz konusu olmuştur. Bunlardan birincisi, yazına ilişkindir. Yazında, "Kent Rekabetçiliği" kavramına ilişkin kapsayıcı yeterince çalışma bulunamamıştır. Bu kavrama kapsayıcı perspektiften odaklanan yüksek lisans ve doktora çalışmaları bulunmamaktadır. Yazında, kümelenme ve rekabetçilik ilişkisini bölgesel düzeyde ele alan bazı çalışmalar olmakla birlikte kent düzeyinde ele alan yeterince çalışma bulunmamaktadır.

Çalışmamızdaki ikinci kısıtlılık konusu ise, alan çalışmasına ilişkindir. Bu çalışmanın kapsamı Diyarbakır ili ile sınırlanmıştır. Diyarbakır ilinde tarım, sanayi, hizmet sektöründe sekiz sektörün makro düzey kümelenme analizi sonucunda karşımıza en güçlü sektör olarak çıkan mermercilik sektörünün yöneticilerine mülakat ve anket uygulanmıştır. Bu alan araştırmasında kullanılan keşfedici (exploratory) araştırma yöntemi ile problemi anlamak ve ortaya koyabilmek için ilgili alandaki üst düzey yöneticilerin görüşleri informel bir şekilde alınmıştır. Bu görüşler çerçevesinde problemin tanımlanmasında belirli bir başarının sağlanması mümkün olmakla birlikte kesin bir sonuca varılması beklenemez.

Bu araştırma, kümelenme ve kent rekabetçiliği arasındaki ilişkiyi ele almasıyla ve alanda uygulanması bakımından bir ilk olma niteliği taşımaktadır ve bu yönüyle de yazında önemli bir boşluğu dolduracağı beklenmektedir. Dolayısıyla bu çalışmayla mekân ve rekabete ilişkin tartışmalara katkı sağlanacağı düşünülmektedir. Ayrıca, Türkiye'nin kentsel rekabet politikaları ve araçları açısından yeni açılımlar ve öneriler ortaya koymaya çalışmakta ve mevcut kalkınma ve rekabet stratejilerinin geliştirilmesine de ışık tutması ve hizmet etmesi ümit edilmektedir. Gelecekte yapılacak çalışmaların, araştırma kısıtlarında belirtilen hususları dikkate alarak daha sağlıklı sonuçlar elde edeceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Acs, Z.J., FitzRoy, F. R. ve Smith I. (1998). "Contrasting U.S. metropolitan systems of innovation," in J. delaMothe and G. Paquet (eds), *Local and Regional Systems of Innovation*, Boston: Kluwer.
- Ahuja, G. (2000). "Collaboration networks, structural holes, and innovation: a longitudinal study," *Administrative Science Quartely* 45: 425-455.
- Akan, O., Allen, R. S., Helms, M. M., & Spralls, S. A. (2006). "Critical tactics for implementing Porter's generic strategies," *Journal of Business Strategy*, 27(1), 43-53.
- Akdeve, E. (2008). "Sanayi Kümelerinde Yenilik, İşletmeler arası İlişkiler ve Yakınlıklar Organize Sanayi Bölgesinde Uygulama: Ankara 1. Organize Sanayi Bölgesi," Doktora Tezi, Akara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Ankara.
- Albayrak, A. N., & Erkut, G. (2006). "Regional Competitiveness in Turkey," *46th Congress of the European Regional Science Associations*, Volos, Greece.
- Albayrak, A. N., & Erkut, G. (2010). "Türkiye’de Bölgesel Rekabet Gücü Analizi," *Megaron Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi E-Dergisi*, 5(3), 137-148.
- Alkin, K., Bulu, M. ve Kaya, H. (2007). "İller arası Rekabet Endeksi: Türkiye’deki İllerin Rekabetçilik Seviyelerinin Göreceli Olarak Ölçülebilmesi İçin Bir Yaklaşım," *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11), 221-235.
- Alsaç, F. (2010), "Bölgesel Gelişme Aracı Olarak Kümelenme Yaklaşımı ve Türkiye İçin Kümelenme Destek Modeli Önerisi," *Planlama Uzmanlığı Tezi*, DPT, Ankara.
- Amin, A., & Thrift, N. (2002). *Cities. Reimagining the Urban*. Polity Press, Blackwell Publishers Cambridge, Oxford.
- Anderson, A., & Miller R. (2003). "Class Matters: Human and Social Capital in the Entrepreneurial Process," *Journal of Socio-Economics* 32: 17-36.
- Asheim, B. T. (1994). "Industrial Districts, Inter-firm Co-operation and Endogenous Technological Development: The Experience of Developed Countries", in United Nations, *Technological Dynamism in Industrial Districts: An Alternative Approach to Industrialization in Developing Countries?* (New York and Geneva: United Nations), pp. 91-142.

- Asheim, B., Cooke P. ve Martin R. (2000). "The rise of the Cluster Concept in Regional Analysis and Policy: a critical assessment in *Clusters and Regional Development*," Routledge, pp: 1-30.
- Baptista, R., & Swann, G. M. P. (1999). "A comparison of clustering dynamics in the US and UK computer industries," *Journal of Evolutionary Economics*, 9(3): 373-399.
- Barclays PLC. (2002). Annual Report, 2002.
- Barney J. (1991). "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage," *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Barney J. (1997). *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*. Addison-Wesley: Reading, MA.
- Batey, P., & Friedrich, P. (2000). *Aspects of regional competition*, in Batey, P. ve Friedrich, eds, *Regional Competition*, Springer -Verlag, Berlin, Heidelberg, NY.
- Bathelt, H. (1998). "Regional growth through networking: A critical reassessment of the Third Italy phenomenon," *Die Erde*, 129 (3): 247-271.
- Beardsell, M., & Henderson, V. (1999). "Spatial evolution of the computer industry in the USA," *European Economic Review* 43: 431-56.
- Beaudry, C., Cook, G.A.S., Pandit, N.R. ve Swann, G.M.P. (1998). *Industrial Districts and Localised Technological Knowledge: The Dynamics of Clustered SME Networking, Research Report 3.3 (Clusters, growth and the age of firms; A study of three industries: Aerospace, Broadcasting and Financial Services) for the European Community DG XII*.
- Becattini, G. (1991a). "Italian industrial districts: Problems and perspectives," *International Studies of Management & Organization*, vol. 21, no. 1, pp. 83–91.
- Becattini, G. (1991b). "The industrial district as a creative milieu", in G. Benko and M. Dunford (eds.), *Industrial Change and Regional Development: The Transformation of New Industrial Spaces*, London: Belhaven Press, 102-114.
- Beceren, E. (2004). "Bölgesel Rekabet Gücü," *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, C.9, S.2, s. 279-302.
- Begg, I. (1999). "Cities and competitiveness," *Urban Studies* 36, 795-809.
- Begg, I. (2002). *Urban Competitiveness: Policies for Dynamic Cities*, Bristol: Policy Press.

- Bekar, C., & Lipsey, R.G. (2001). *Clusters and Economic Policy*, Toronto: CIAR.
- Bell, D. (1973). *The coming of the post-industrial society*. New York: Basic Books.
- Bell, M., & Albu, M. (1999). "Knowledge systems and technological dynamism in industrial clusters in developing countries," *World Development*, 27(9), 1715-1734.
- Bergamn, E., & Feser, E. (2010). "Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applications," University of West Virginia, <http://www.rri.wvu.edu/WebBook/Bergman-Feser/contents.htm>, Erişim Tarihi: 05/10/2010.
- Berkshire Strategy Project. (2006). *Rural Clusters of Innovation: Berkshires Strategy Project Driving A Long-Term Economic Strategy*. United States Department of Commerce Berkshire Economic Development Corporation Monitor Company Group, LLP.
- Blakely, E., & Bradshaw T. (2002). *Planning Local Economic Development: Theory and Practice*, London, Sage Publications.
- Boschma, R. A. (2004). "Competitiveness of Regions from an Evolutionary Perspective," *Regional Studies*, Vol.38. 9, pp.1001-1014.
- Boudeville, J. R. (1966). *Problems of Regional Economic Planning*, Edinburgh University Press, Edinburgh.
- Braunerhjelm, P., & Carlsson, B. (1999). "Industry Clusters in Ohio and Sweden, 1975-1995," *Small Business Economics*, S.12, C.4, s.279-293.
- Brooksbank, D. J. & Pickernell D. G. (1999). "Regional Competitiveness Indicators: A Reassessment of Method", *Local Economy*, pp. 310-326.
- Brown, P., & McNaughton, R. B. (2002). "Global Competitiveness and Local Networks: A Review of the Literature," in R. B. McNaughton and M. B. Green (eds), *Global Competition and Local Networks* (Aldershot: Ashgate), pp. 3-37.
- Brusco, S. (1990). "The Idea of the Industrial District: Its Genesis," in F. Pyke, G. Becattini and W. Spengenberger (eds), *Industrial Districts and Inter-Firm Co-operation in Italy* (Geneva: ILO), pp. 10-19.
- Budd, L. (1998). "Territorial Competition and Globalisation: Scylla and Charybdis of European Cities", *Urban Studies*, Vol.35, No.4, 663-685.

- Budd, L., & Hirmis, A. K. (2004). "Conceptual Framework for Regional Competitiveness," *Regional Studies*, 38(9), 1015-1028.
- California Wine Institute, Internet search, California State Legislature. Based on research by MBA 1997 students R. Alexander, R. Arney, N. Black, E. Frost, ve A. Shivananda.
- Camagni, R. (2002). "On the concept of territorial competitiveness: Sound or misleading?," *Urban Studies* 39: 2395-2411.
- Caniels, M., & Henny R. (2003). "Agglomeration advantages and capability building in industrial clusters: The missing link," *Journal of Development Studies*, 39 (3): 129-154.
- Cheshire, P. (1999). "Cities in Competition: Articulating the Gains from Integration", *Urban Studies*, Vol.36, Nos 5-6, pp. 843-864.
- Christaller, W. (1933). *Central Places in Southern Germany* [English translation by C.W. Baskin(1966)(Prentice-Hall),Englewood Cliffs)].
- Christaller, W. (1966). *Central Places in Southern Germany*, Trans. Carlisle W. Baskins. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Cook, G.A.S., Pandit, N.R. ve Swann, G.M.P. (1999). "The dynamics of industrial clustering in British broadcasting," *Loughborough University Business School Working Paper* 999: 11.
- Cooke, P. (2001). *Knowledge Economies: Clusters, Learning & Co-Operative Advantage*, London: Routledge.
- Comedia. (2002). *Releasing the cultural potential of our core cities*. Gloucester, UK: Comedia.
- Core CitiesWorking Group. (2004). *Our cities are back: Competitive cities make prosperous regions and sustainable communities*. London: ODPM.
- Cortright, J. (2006). *Making Sense of Clusters: Regional Competitiveness and Economic Development*, The Brookings Institution, Washington, DC.
- Courchene, T. J. (1999). *Responding to the NAFTA challenge: Ontario as a North American region state and Toronto as a global city-region*. Paper presented at Global City-Regions Conference, UCLA School of Public Policy and Social Research, Los Angeles, October.
- Crouch, C., & Farrell, H. (2001). "Great Britain: falling through the holes in the network concept", in C. Crouch, P. Le Galés, C. Trogilia and H. Voelzkow (eds.),

- Local Production Systems in Europe. Rise or Demise?*, Oxford: Oxford University Press, 154-205.
- Çerçeve. (2009). "Rekabet ve Kümelenme" Sayı: 51.
- Deas, I., & Giordano, B. (2001). "Conceptualising and measuring urban competitiveness in major English cities: an exploratory approach," *Environment and Planning A*, 33, 1411-29.
- Department of the Environment, Transport and the Regions. (DETR), (2000). *Our towns and cities: The future*. London: DETR
- Devlet Planlama Teşkilatı. (DPT), (1996). "İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması," Ankara.
- Devlet Planlama Teşkilatı. (DPT), (2003). "İllerin ve Bölgelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması", Ankara.
- Devlet Planlama Teşkilatı. (DPT), (2006). "Dokuzuncu Kalkınma Planı 2007-2013," Ankara.
- DeVol, R., & Ki, J. (2004). *State Technology and Science Index*, Milken Institute Report, March.
- Dicken, P., Forsgren, M. ve Malmberg, A. (1994). "The Local embeddedness of transnational corporations," in AMIN, A. and THRIFT, N. (eds): *Globalization, Institutions and Regional Development in Europe*. Oxford University Press, Oxford
- Dicken, P. (2003). *Global Shift: Reshaping the Global Economic Map in the 21st Century*, London: Sage.
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). "The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields," *American Sociological Review*, 48(2), 147-160.
- Diyarbakır İli Tarım, Sanayi, Hizmet Sektörlerinin Uluslararası Rekabetçilik ve Makro Düzey Kümelenme Analizi. (2010), Iconomy Group ve Vezir Araştırma Danışmalık, Kosgeb Yayını.
- Dollar, D., A. Shi, S., Wang, ve L. C. Xu. (2003). "Improving City Competitiveness through the Investment Climate: Ranking 23 Chinese Cities," World Bank, Washington, DC.
- Doloreux, D. (2002). "What We Should Know About Regional Systems of Innovation," *Technology and Society*, S.24, s. 243-263.

- DTI. (1998). *Our competitive future: Building the knowledge driven economy*, Cm 4176, London: HMSO.
- Dubarle, P. (2003). "Competitiveness in Metropolitan Regions," OECD Seminar on Policy Challenges in Metropolitan Regions, Busan.
- Dyer, J.H., & Nobeoka, K. (2000). "Creating and managing high performance knowledge-sharing network: The Toyota case," *Strategic Management Journal*, 21: 345-367.
- ECORYS-NEL. (2001). *International Benchmark of Regional Investment Climate in Northwestern Europe*.
- EDAM. (2009). Türkiye için bir rekabet Endeksi, EDAM ve Deloitte Türkiye Ortak Yayını, İstanbul.
- Enright, M. (1996). "Regional Clusters and Economic Development: A Research Agenda. In U. Staber, N.V. Schaefer, and B. Sharma , eds., *Business Network. Prospects for Regional Development*. Berlin: de Gruyter.
- Enright, M. (2000). "The globalization of competition and the localization of competitive advantage: policies towards regional clustering" in N. Hood and S. Young (eds), *The Globalization of Multinational Enterprise Activity and Economic Development*, New York: St Martin's Press.
- Enright, M. (2003). Regional Clusters: What We know and what we should know, *Innovation, Clusters, and Interregional Competition*'ın içinde, Ed: Johannes Bröcker, Dirk Dohse, Rudiger Soltwedel, Springer-Verlag, 99-129.
- Erzan, R., Kadirbeyoğlu, Z. ve Özkaynak, B. (2011). Türkiye'nin Şehirleri Sürdürülebilirlik Araştırması, Mastercard Araştırması, İstanbul.
- European Commission. (2005a). Communication from the Commission Cohesion Policy in Support of Growth and Jobs: Community Strategic Guidelines, 2007-2013, Brussels, 05.07.2005 COM(2005) 0299.
- European Commission. (2005b). Commission Staff Working Paper Cohesion Policy and cities: the urban contribution to growth and jobs in the regions, Brussels, 23.11.2005
- European Commission. (2006). Communication from the Commission The Growth and Jobs Strategy and the Reform of European Cohesion Policy Fourth Progress Report on Cohesion, Brussels, 12.06.2006 COM(2006) 281
- Evans, A. W. (1985). *Urban economics: An introduction*, Oxford: Basil Blackwell.

- Fagerberg, J. (1996), "Technology and competitiveness," *Oxford Review of Economic Policy* 12. 3, 39-51.
- Fan, C., & Scott, A. (2003). "Industrial agglomeration and development: A survey of spatial economics issues in East Asia and a statistical analysis of Chinese regions," *Economic Geography*, 79(3), 295-319.
- Feldman, M. P. (2001). "The Entrepreneurial Event Revisited: An Examination of New Firm Formation in the Regional Context," *Industrial and Corporate Change* 10 (4): 861-91.
- Feser, E. (1998). *Old and New Theories of Industry Clusters*, in Steiner, M.(1998). *Cluster and Regional Socialization: On Geography, Technology, and Networked*, Londres, Pion, pp. 18-40
- Feser, E. J., & Bergman, E. M. (2000). "National Industry Cluster Templates: A Framework for Applied Regional Cluster Analysis", *Regional Studies*, S.34, C.1, s.1-19.
- Florida, R. (2006). "The flight of the creative class," *Liberal Education*, 92 (3): 22-29.
- Frost, M., & Spence, N. (1993). "Global city characteristics and central London employment," *Urban Studies*, 30, pp. 547-558.
- Fujita, M., Krugman, P. ve Venables, A. (1999). *The spatial economy: Cities, regions an international trade*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Gardiner B., Martin R. ve Tyler P. (2004). "Competitiveness, Productivity and Economic Growth across the European Regions," *Regional Studies*, Vol. 38.9 pp. 1045-1067.
- Garreau, J. (1991). *Edge city: life on the new frontier*. Doubleday, New York.
- Gelsing, L. (1992). *Innovation and the Development of Industrial Networks*, B. Lundvall (ed.), *National Systems of Innovation*, London: Pinter Publishers.
- Giordano, B., & Roller E. (2003). "A comparison of city region dynamics in the UK, Spain and Italy: More similarities than differences?," *Regional Studies* 37: 911-927.
- Glaeser, E. (1994). "Why does schooling generate economic growth?," *Economics Letters*, 44:333-337.
- Glaeser, E. (1999). "Learning in cities," *Journal of Urban Economics*, 46 (2): 254-277.

- Glaeser, E. L., & Saiz A. (2003). *The rise of the skilled city*. HIER (Harvard Institute of Economic Research). <http://www.economics.harvard.edu/pub/hier/2003/HIER2025.pdf>. Erişim tarihi: 10.02.2012.
- Glasson, J., Chadwick, A. ve Lawton S. H. (2006). "Defining, Explaining and Managing High-tech Growth: The Case of Oxfordshire," *European Planning Studies*, 14(4), 503-24.
- Gordon, I. R., & McCann, P. (2000). "Industrial clusters: Complexes, agglomeration and/or social networks?," *Urban Studies*, 37(3), 513-532.
- Gordon, I., & Turok I. (2005). "How urban labour markets matter. In: I. Buck, I. Gordon, A. Harding and I. Turok (eds)," *Changing cities*, pp. 242-264. London: Palgrave.
- Granovetter, M. (1985). "Economic action and social structure: The problem of embeddedness," *American Journal of Sociology*, 19(3), 481-510.
- Grant, R. (1998), *Contemporary Strategy Analysis*. Blackwell: Malden, MA.
- Hakansson, H., & Johanson, J. (1993). "Industrial Functions of Business Relationships," *Advanced International Marketing*, S.5, s.13-29.
- Hall, P. (1999). *Cities in civilisation*. London: Weidenfeld and Nicholson.
- Harvey, D. (1989). "From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in governance in the late capitalism," *Geografiska Annaler* 71, 3-17.
- Henderson, J. V. (1986). The efficiency of resource usage and city size, *Journal of Urban Economics*, Vol. 19: 47-70.
- Henderson, J. V. (1988). *Urban Development: Theory, Fact, and Illusion* (Oxford: Oxford University Press).
- Henderson, J. V. (2000). *How Urban Concentration Affects Economic Growth*, Policy Research Working Paper no. 2326 (Washington, DC: World Bank).
- Herrschel, T., & Newman P. (2002). Governance of Europe city regions: *Planning, policy and politics*. London: Routledge.
- Hill, C. W. L., & Jones G. R. (1989). *Strategic Management, An Integrated Approach*, Houghton, Mifflin Company, Boston.
- Hill, E. W., & Brennan, J. (2000). "A Methodology for Identifying the Drivers of Industrial Clusters: The Foundation of Regional Competitive Advantage," *Economic Development Quarterly*, S.14, C.1, s.65-96.

- Hirschman, A. O. (1958). *Strategy of Economic Development*, Yale University Press, New Haven.
- Hirschman, A. O. (1970). *Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and State*, Harvard University Press, Cambridge.
- Hodgetts, R. M. (1993). "Porter's Diamond Framework in a Mexican Context," *Management International Review*; Second Quarter, 33, 2, 41.
- Hotz-Hart, B. (2000). "Innovation Networks, Regions, and Globalization," In *The Oxford Handbook of Economic Geography*, ed. G. L. Clark, M. P. Feldman, and M. S. Gertler. Oxford: Oxford University Press.
- Huavari, J., Kangasharju, A. ve Alanen, A. (2001). *Constructing an Index for Regional Competitiveness*, Pellervo Economic Research Institute Working Papers, No:44, Helsinki.
- Huggins, R., (2003). "Creating a UK Competitiveness Index: Regional and Local Benchmarking," *Regional Studies*, 37(1), 89-96.
- Hutchins, M., & Parkinson M. (2005). *Competitive Scottish cities? Placing Scotland's cities in the UK band European context*. Edinburgh, UK: Scottish Executive.
- IMD. (2002). *The World Competitiveness Yearbook*,: International Institute for Management Development, Lousanne, Switzerland.
- Jensen-Butler, C. (1997). Competition between cities, urban performance and the role of urban policy: a theoretical framework, in: Jensen-Butler, C., Shachar, A. and van Weesep, J. (Eds) *European Cities in Competition*, pp. 3-42. Aldershot: Avebury.
- Jessop, B. (1998). The narrative of enterprise and the enterprise of narrative: place marketing and the enterprise of narative: place marketing and the entreprenneurial city. In T. Hall and P. Hubbard (eds.), *The entrepreneurial city: geographies of politics, regime and representation*, John Willey & Sons Ltd, Chichester.
- Kara, M. (2008). "Bölgesel Rekabet Edilebilirlik Kavramı ve Bölgesel Kalkınma Politikalarının Yansımaları", *Planlama Uzmanlığı Tezi*, DPT, Ankara.
- Karaaslan, A., & Tuncer, G. (2010). "Uluslararası Rekabet Gücünün Artırılmasında Temel Politikaları," *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S.26, s. 23-45.
- Keeble, D., Lawson C., Moore B. ve Wilkinson F. (1999). "Collective learning processes, networking and institutional thickness in the Cambridge region," *Regional Studies*, 33 (4): 319-331.

- Kenney, M., & Burg U. V. (1999). "Technology, entrepreneurship and path dependence: industrial clustering in Silicon Valley and route 128", *Industrial and Corporate Change*, vol. 8, No. 1, Oxford, Oxford University Press.
- Kenney, M., & Richard G. W. (2004). "The Role of Social Embeddedness in Professorial Entrepreneurship: A Comparison of Electrical Engineering and Computer Science at UC Berkeley and Stanford," *Research Policy* 33 (5): 691-707.
- Ketels, C. H. M. (2003). The Development of the Cluster Concept – Present Experiences and Further Developments, [http://www.isc.hbs.edu/pdf/Frontiers_of_Cluster Research](http://www.isc.hbs.edu/pdf/Frontiers_of_Cluster_Research), 23.11.2003, Erişim tarihi: 13.03.2010.
- Kibritçioğlu, A. (1996). *Uluslararası Rekabet Gücüne Kavramsal Bir Yaklaşım*, MPM, Verimlilik Dergisi, Sayı:3.
- Kitson, M., Martin. R. ve Tyler P. (2004). "The Reginal Competitiveness: An Elusive yet Key Concept?," *Regional Studies* 38(9): 991-999.
- Kloosterman R. C. & Boschma R. A. (2005). "Further Learning From Clusters," R.A. Boschma and R.C. Kloosterman (eds.), *Learning from Clusters: A Critical Assessment from An Economic-Geographical Perspective*, 2005 Springer, Printed in Netherlands, ss. 391-405.
- Kovacs, Z., Murie A., Musterd S., Gritsai O. ve Pethe H. (2007). *Comparing paths of creative knowledge regions*. ACRE report 3. Amsterdam: AMIDSt.
- Kresl, P. (1995). "The determinants of urban competitiveness," in: P. KRESL and G. GAPPERT (Eds) *North American Cities and the Global Economy: Challenges and Opportunities*, pp. 45-68. London: Sage Publications.
- Kresl, P. K., & Singh B. (1999). "Competitiveness and the Urban Economy: Twentyfour Large US Metropolitan Areas", *Urban Studies*, Vol. 36, Nos 5-6, 1017-1027.
- Kresl, P., & Ni P. (2010). *Global Urban Competitiveness Report*. <http://www.gucp.org/en/admin/WebEdit/UploadFile/20100623093530142.pdf> (09.02.2012)
- Kraatz, M. S. (1998), "Learning by association? Interorganizational networks and adaption to environmental change," *Academy of Management Journal* 41: 621-643.

- Krugman, P. (1991). *Geography and Trade*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Krugman, P. (1994). "Competitiveness: A Dangerous Obsession", *Foreign Affairs*, Vol. 73, No.2, 28-44.
- Krugman, P. (1995). *Development, Geography and Economic Theory. The Ohlin lectures*, 6. Cambridge, MA: MIT Press.
- Krugman, P. (1996). "Making sense of the competitiveness debate," *Oxford Review of Economic Policy* 12, 483-99.
- Krugman, P. (1997). *Pop Internationalism*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Laakso, S., Kilpeläinen P., ve Tahtinen, V. (2009). *Paakaupunkiseudun yritysraportti. Yritysten ja niiden toimipaikkojen rakenne, sijoittuminen ja muutostrendit 2000 -luvulla [Helsinki Metropolitan Area Business Report. Structure, location and trends in enterprises and establishments of business in the 2000s]*. YTV.
- Lazerson M. H., & Lorenzoni G. (1999). The firms that feed industrial districts: a return to the Italian source. *Industrial and Corporate Change* 8: 235-265.
- Lever, W. F. (1999). "Competitive Cities in Europe," *Urban Studies*, 36(5-6), 1029-44.
- Lo, C. (2003). *The Diamond Approach of National Competitiveness Using DEA and Benchmarking Analysis For Asian Countries*, <http://etdncku.lib.ncku.edu.tw/ETD-db/ETD-search/getfile?URN=etd-0622103-014129&filename=etd-0622103-014129.pdf>, erişim tarihi: 09, 02, 2012.
- Longa D. R., Jones B. ve Ruciuti E. (2009). *Globalization and Urban Implosion: Creating New Competitive Advantage*. New York. Springer.
- Lösch, A. (1954). *The Economics of Location*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Lublinski, A. E. (2002). Geographical Business Cluster-Concepts for Cluster-Identification with an Application to an Alleged Aeronautics Cluster in Northern Germany, Hamburg.
- Lundquist, P., & Power D. (2002). "Putting Porter into Practice? Practices of Regional Cluster Building: Evidence from Sweden," *European Planning Studies* 10(6):685-704.
- Lynch, P. A., Halcro K., Johns N. ve Buick I. (2000). "Developing small and micro-enterprise networks to build profitable tourist destinations," *Destination Development Conference*, ETOUR, Mid-Sweden University, Ostersund
- Malberg, A., Solvell, O. ve Zander, I. (1996). "Spatial clustering, local accumulation of knowledge and firm competitiveness," *Geografiska Annaler Series B* 78B: 85-97.

- Malecki, E. J. (2000). "Knowledge and regional competitiveness," *Erdkunde*, 54 (4): 334-351.
- Malecki, E. J. (2002). "Hard and Soft Networks for Urban Competitiveness", *Urban Studies*, Vol. 39, Nos 5-6, 929-945.
- Malecki, E. J. (2004). "Jockeying for position: what it means and it matters to regional development policy when places compete," *Regional Studies*, 38(9), pp.1101-1120.
- Markey, S., Halseth G. ve Manson D. (2006). "The Struggle to Compete: From Comparative to Competitive Advantage in Northern British Columbia", *International Planning Studies*, Vol. 11, No. 1, pp. 19-39.
- Marquez, M. A., Ramajo, J. ve Hewings, G. J. D. (2006). "Dynamic effects within a regional system: an empirical approach," *Environment and Planning A*, 38, 711-732.
- Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*, London: Macmillan.
- Martin, R. L. (2003). *A Study on the Factors of Regional Competitiveness*, A Final Report for the European Commission Directorate-General Regional Policy, University of Cambridge, Cambridge Econometrics and Ecorys-NEI, 24 November 2003.
- Martin, R. L. (2004). Cambridge Econometrics, Ecorys-NEI University of Cambridge, "A Study on the Factors of Regional Competitiveness", A draft final report for The European Commission Directorate-General Regional Policy, European Commission 2004.
- Martin, R. L. (2005). "Thinking About Regional Competitiveness: Critical Issues", Background Paper Commissioned by the East Midlands Development Agency, October 2005.
- Martin, R.L., & Sunley, P. (1998). "Slow convergence? The new endogenous growth theory and regional development," *Economic Geography*, Vol. 74: 201:227.
- Martin, R. L., & Sunley P. (2003). "Deconstructing Clusters: Chaotic Concept or Policy Panacea?," *Journal of Economic Geography* 3:5-35.
- Mccann, E. J. (2004). "Best Places: Interurban Competition, Quality of Life and Popular Media Discourse", *Urban Studies*, Vol. 41, No.10, 1909-1929.

- McDonald, F., & Vertova, G. (2002). "Clusters, Industrial Districts and Competitiveness," in R. B. McNaughton and M. B. Green (eds), *Global Competition and Local Networks* (Aldershot: Ashgate), pp. 38-67.
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). "Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony," *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363.
- Meyer, J. W. (1994). "Rationalized Environments", Scott, W. Richard ve Meyer, John W. (Ed.), *Institutional Environments and Organizations*, Sage Publications, London. s. 28-54.
- Morosini, P. (2004), *Are Mergers And Acquisitions About Creating Values?*.
- Morosini, P. U. Steger, (ed.). (2004). *Managing Complex Mergers: Real World Lessons in Implementing Successful Cross-Cultural Mergers and Acquisitions*, İcinde, London: Prentice Hall.
- Moulaert, F., & Djellal F. (1995). 'Information technology consultancy firms: economies of agglomeration from a wide-area perspective', *Urban Studies*, 323(1), 105-22.
- Moulaert F., & Seika F. (2003). "Territorial Innovation Models. A Critical Survey". *Regional Studies* Vol. 37 (3):289-303
- Myrdal, G. (1957). *Economic Theory and Under-Developed Regions*, Methuen, New York.
- Nakamura, R. (1985). "Agglomeration Economics in Urban Manufacturing Industries: A Case of Japanese Cities", *Journal of Urban Economics*, 17, p. 109.
- Nardinelli, C., & Simon C. (1996). "The talk of the town: Human capital, information and the growth of English cities, 1861 to 1961," *Explorations in Economic History*, 33: 384-413.
- National Competitiveness Council, NCC. (2011). *Ireland' Competitiveness Scorecard 2011*.
- National Governors Association. (2002). *A Governor's Guide to Cluster-Based Economic Development*. Washington, DC.
- National Research Council. (1999). *Funding a Revolution: Government Support and Computing Research*. Washington, DC: National Academies Press.
- Navickas, V., & Malakauskaite A. (2010). "Relation between the Level of Clusterization and Tourism Sector Competitiveness," *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economic* (1), 60-67.

- Ni, P. (2001). *China Urban Competitiveness: Theoretical Hypothesis and Empirical Test*. Beijing: China Economic Press.
- Novelli M., Schmitz B. ve Spencer T. (2006). "Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience", *Toursim Management* 27, 1141-1152.
- OECD. (1997). *Industrial Competitiveness in the Knowledge-based Economy: The New Role of Governments*. Paris: OECD.
- OECD. (1999). *Boosting Innovation: The Cluster Approach*, OECD, Paris.
- OECD. (2001). *New Economy: Beyond the Hype, Final Report on the OECD Growth Project*, France.
- OECD. (2006a). "A Review Of National Cluster Policies: Why Are They Popular, Again", Territorial Development Policy Committee, 28-29 November 2006, OECD Headquarters, Paris
- OECD. (2006b). *OECD Territorial Reviews: France*, Paris
- Öz, Ö. (2002). "Assessing Porter's Framework For National Advantage: The Case of Turkey," *Journal of Business Research* 55, 509-515.
- Öz, Ö., & Pamuksuz, M. K. (2003). Understanding Competitiveness: The Case of The Turkish White Goods Industry, European Applied Business Research Conference, Italy, Venice.
- Özgen, H., & Yalçın, A., (2006), *Temel İşletmecilik Bilgisi*, Adana: Nobel Kitabevi.
- Pandit, N. R., Cook, G. A. S. ve Swann, G. M. P. (2001a). The dynamics of industrial clustering in British financial services, *Service Industries Journal*, Vol. 4: 33-61.
- Pandit, N. R., Cook, G. A. S. ve Swann, G. M. P. (2001b). A comparison of clustering dynamics in the British broadcasting and financial services industries, *International Journal of the Economics of Business*, Vol. 9-2: 195-224.
- Parkinson, M., & Harding A. (1995). European cities toward 2000: entrepreneurialism, competition and social exclusion. In M. Rhodes (ed.), *The regions and the new Europe: patterns in core and periphery development*, Manchester University Press, Manchester.
- Parkinson, M., Hutchins M., Simmie J., Clark G. ve Verdonk H. (2004). *European cities: Where do the core cities?* London: ODPM.
- Parr, J. (2002). "Agglomeration economies: ambiguities and confusions," *Environment and Planning A* 34: 717-31.

- Pelkonen, A. (2005). "State Restructuring, Urban Competitiveness Policies and Technopole Building in Finland: A Critical View on the Global State Thesis, European Planning Studies," Vol.13, No.5, pp. 685-705.
- Perroux, F. (1950). "Economic Space: Theory and Applications," *Quarterly Journal of Economics*, 64, pp. 89-104.
- Perroux, F. (1970). "Note on the Concept of Growth Poles," in D. McKee, R. Dean and W. Leahy (eds.), *Regional Economics: Theory and Practice*, The Free Press, New York.
- Piore, M. J., & Sabel C. (1984). *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*, New York: Basic Books.
- Poon, A. (1994). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*, Wallingford: CAB International.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries for Competitors.*, New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance.*, New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (1990a). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Porter, M. E. (1990b). "The competitive advantage of nations," *Harvard Business Review*, March-April: 73-93.
- Porter, M. E. (1994). "The role of local competition," *Journal of Economic of Business*, 1(1): 35- 9.
- Porter, M. E. (1995). "The competitive advantage of the inner city," *Harvard Business Review* May/ June, 55-71.
- Porter, M. E. (1998a). *On competition*. Harvard Business School, Massachusetts.
- Porter, M. E. (1998b). "Clusters and the new economics of competition," *Harvard Business Review*, November-December: 77-90.
- Porter, M. E. (2000a). "Locations, clusters and company strategy," in G.Clark, M.Feldman and M.Gertler (eds) *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford: Oxford University Press.
- Porter, M. E. (2000b). "Location, competition and economic development: local clusters in a global economy," *Economic Development Quarterly*, 14(1), February, 15–34.

- Porter, M. E., Sachs D. J., Warner M.A., Cornelius K.P., Levinson M. ve Schwab K., (2000c), *The Global Competitiveness Report 2000*, Oxford Univ. Press.
- Porter, M. E. (2001), Regions and the new economics of competition, in A.J. Scott (ed.) *Global City-Regions: Trends, Theory, Policy*, Oxford University Press, Oxford.
- Porter, M. E., & Scott S., (2001). "Innovation: Location Matters," *MIT Sloan Management Review*, 42(4), 28-36.
- Porter, M. E. (2002). "Regional Foundations of Competitiveness and Implications for Government Policy," *Paper presented to Department of Trade and Industry Worksshop*, April.
- Porter, M. E. (2003). "The economic performance of regions," *Regional Studies*, **37**, 549-578.
- Porter, M. E. (2006). "Question and Answer". *Business Weekly*. 21.8.2006, http://www.businessweek.com/magazine/content/06_34/b3998460.htm, Erişim Tarihi: 24.02.12.
- Porter, M. E., Xavier S. ve Klaus S. (2007). *The Global Competitiveness Report 2007-2008*. Geneva: World Economic Forum.
- Powell, W.W., Koput, K.W., Smith-Doerr, L. ve Owen-Smith, J. (1999). Network position and firm performance: Organizational returns to collaboration in the biotechnology industry. In S.B. Bacharach, S.B. Andrews, & D.Knoke (Eds.), *Research in the Sociology of Organizations*, vol. 16: 129-159. Greenwich, CT, JAI Press.
- Powell, T. C. (2001). "Competitive Advantage: Logical and Philosophical Considerations." *Strategic Management Journal*, 22, 875-888.
- Preissl, L., & Solimene B. (2003). *The Dynamics of Clusters and Innovation: Beyond Systems and Networks*, Heidelberg.
- Pyke, F., Becattini, G. ve Spengenberger, W. (1990). (eds) *Industrial Districts and Inter-Firm Co-operation in Italy* (Geneva: ILO).
- Rabellotti, R. (1995). "Is there an "Industrial District Model? Footwear districts in Mexico and Italy Compared," *World Development*, S.23, C.1, s.29-41.
- Raines, P. (2001). "Local or national competitive advantage?: the tensions in cluster development policy", *Regional and Industrial Policy Research Paper*, No. 43, Glasgow, European Policy Research Center.

- Roberts P. (1999). "Product Innovation, Product-Market Competition, and Persistent Profitability in the U.S. Pharmaceutical Industry," *Strategic Management Journal* 20 (7), 655-670.
- Roelandt, T., & Hertog, P. (1999). Cluster analysis and cluster-based policy making in OECD countries: an introduction to the theme, Chapter One in: OECD Boosting Innovation: the cluster approach, (1999), Paris: OECD, 9-23.
- Romer, P. M. (1990). "Endogenous Technological Change," *Journal of Political Economy* 98: 71-101.
- Rondinelli, D. A., & Vastag, G. (1997). "Analyzing the international competitiveness of metropolitan areas: the MICAM model," *Economic Development Quarterly*, 11, pp. 347-366.
- Rosenfeld, S. A. (1997). "Bringing business clusters into the mainstream of economic development," *European Planning Studies*, Vol. 5-1: 3-23.
- Rosenfeld, S. A. (2001). Networks And Clusters: The Yin and Yang of Rural Development, Exploring Policy Options for a New Rural America, Federal Reserve Bank of Kansas City.
- Sandag. (2001). *San Diego Regional Employment Clusters: Engines of the Modern Economy*. Sandag Info No. 1: 1-30.
- Sassen, S. (1991). *Global Cities, London, New York, Tokyo*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Saxenian, A. (1994). *Regional advantage: Culture and competition in Silicon Valley and Route 128*, Massachusetts: Harvard University Press.
- Schmitz, H., & Nadvi, K. (1999). "Clustering and industrialization: introduction," *World Development*, 27 (9), pp. 1503-1514.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development* (Cambridge, MA: Harvard University Press).
- Scott, A. J. (1998). *Regions and the World Economy: the Coming Shape of Global Production, Competition, and Political Order*, Oxford University Press, Oxford.
- Scott, A. J. (2001). *Global city-regions trends, theory, policy*. Oxford: Oxford University Press.
- Scott, A. J., & Storper, M. (2003). "Regions, globalization, development," *Regional Studies* 37: 579-593.

- Scott, B., & Lodge, G. (1985). *US Competitiveness and the World Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Sepic, D. (2005). *The Regional Competitiveness: Some Notions*, Russian-European Centre for Economic Policy - RECEP, Moscow.
- Seyfeddinoğlu, Ü., & Ayoğlu, D. (2007). "Türk İmalat Sanyinde İllere Göre Yereleşme ve Kentleşme Ekonomilerinin Belirlenmesi," *Ahmet Yesevi Üniversitesi Bilig Dergisi*, Sayı 43: 169-192.
- Shen, J. (2004). "Urban Competitiveness and Urban Governance in the Globalizing World," *Asian Geographer*, 23: 1-2, 19-36.
- Shulock, N. B. (1998). "Legislatures: Rational Systems or Rational Myths," *Journal of Public Administration Research and Theory*, Vol. 8, No:3, s. 299-324.
- Simon, C. J. (1998). "Human capital and metropolitan employment growth," *Journal of Urban Economics*, 43: 223-243.
- Simme, J., Carpenter J., Chadwick A., Martin R. ve Wood P. (2006). *State of the English Cities: The Competitive Economic Performance of English Cities*, Department for Communities and Local Government, London, November.
- Sotarauta, M., & Linnamaa R. (1998). "Urban Competitiveness and Management of Urban Policy Networks: some Reflections from Tampere and Oulu", Cities at the Millenium Conference, London.
- Sölvell Ö., Lindqvist G. ve Ketels C. (2003). *"The Cluster Initiative Greenbook"* Bromma Tryck AB, Stockholm.
- Stahl, K. (1982). "Differentiated Products, Consumer Search, and Locational Oligopoly," *Journal of Industrial Economics*, 31, no. ½: 97-114.
- Steinbock, D. (2006). *Finland's innovative capacity. Regional development 13/2006*. Helsinki: Ministry of the Interior.
- Steinle, W. J. (1992). "Regional Competitiveness and the Single Market", *Regional Studies*, Vol. 26.4, pp. 307-318.
- Stinchcombe, A. L. (1965). "Social Structures and Organizations," In *Handbook of Organizations*, ed. James G. March, 142-93. Chicago: Rand McNally.
- Storper, M. (1995). "The resurgence of regional economies, ten years later: the region as a nexus of untraded interdependencies," *European Urban and Regional Studies* 2: 191-221.

- Storper, M. (1997). *The Regional World: Territorial Development in a Global Economy, Perspectives on Economic Change*, Guilford Press, New York.
- Storper, M. (1999). "The Resurgence of Regional Economics, Ten Years Later: The Region as a Nexus of Untraded Interdependencies. European Urban and Regional Studies," in J. Bryson, N. Henry, D. Keeble and R. Martin (eds), *The Economic Geography Reader: Producing and Consuming Global Capitalism* (Chichester: Wiley), pp. 209-15.
- Suarez-Villa, L., & Walrod, W. (1997). "Operational strategy, R&D and intra-metropolitan clustering in a polycentric structure: The advanced electronics industries of the Los Angeles Basin," *Urban Studies*, 34(9), 1343-1380.
- Sven Ullring, M. I. T. Norveç Deniz Kümesi.
- Swan, T. W. (1956). "Economic Growth and Capital Accumulation," *Economic Record* 32: 334-61.
- Swann, G. M. P., & Prevezer, M. (1996). "A comparison of the dynamics of industrial clustering in computing and biotechnology," *Research Policy* 25: 1139-1157.
- Swann G.M.P., Prevezer, M. and Stout, D. eds. (1998). *The dynamics of industrial clustering: International comparisons in computing and biotechnology*, Oxford: Oxford University Press.
- T.C. BAŞBAKANLIK, 2009/15199 Sayılı Karar, T.C. Resmi Gazete, Tarih: 16.07.2009, Sayı: 227290.
- Teece, D. J. (1986). "Profiting from Technological Innovations," *Research Policy*, S.15, C.6, s.285-306.
- Thompson, A. A., & Strickland, A. J. (1996). "Strategic Management: Concepts and Cases." (9th ed.). USA: Irwin McGraw-Hill.
- Tsai, W. (2001). "Knowledge transfer in intraorganizational networks: effects of network position and absorptive capacity on business unit innovation and performance," *Academy of Management Journal* 44: 996-1004.
- Turok, I. (2004). "Cities, regions and competitiveness," *Regional Studies*, 38 (9): 1069-1083.
- Türker, T. M. (2009). "Rekabetçilik, Ölçüm Metodolojisi ve Türkiye ile AB Ülkeleri Karşılaştırması," *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, C:26, S:1, 55-78.
- Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu, (URAK). (2011). *İllerarası Rekabetçilik Endeksi 2009-2010*, URAK ve Deloitte Türkiye Ortak Yayını, İstanbul.

- Urban Task Force. (1999). *Towards an urban renaissance: Final report of the Urban Task Force*. London: Spon.
- Uzzi, B. (1996). "The sources and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations: the network effect," *American Sociological Review* 61: 674-698.
- Uzzi, B. (1997). "Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness," *Administrative Science Quarterly*, S.42, s.35-67.
- Van D. M. P. (1994). "The Interrelations between Industrial Districts and Technological Capabilities Development: Concepts and Issues", in United Nations, *Technological Dynamism in Industrial Districts: An Alternative Approach to Industrialization in Developing Countries?* (New York and Geneva: United Nations), pp. 3-49.
- Vernon, R., & Hoover, E. (1959). *Anatomy of a Metropolis*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Voyer, R. (1997). "Emerging High-Technology Industrial Clusters in Brazil, India, Malaysia and South Africa," Paper prepared for IDRC.
- Wang, J. *et al.* (2001). *Chuagxin de kongjian: qiye quanji yu guyu fazhan [Innovative spaces: enterprises clusters and regional development]*. Beijing University Press, Beijing
- Wang, G., & Shen, J. (2002). "A study of the urban comprehensive competitiveness of cities at prefecture level or above in China," *Fudan Journal (Social Sciences Edition)* 3: 69-77.
- Weber, A. (1929). *Theory of the Location of Industries* (Chicago, IL: University of Chicago Press).
- Webster, F. E. (1992). "The Changing Role of Marketing in the Corporation," *Journal of Marketing*, S.56, s.1-17.
- Webster, D., & Muller, L. (2000). "Urban Competitiveness Assessment In Developing Country Urban Regions: The Road Forward", Paper prepared for Urban Group, INFUD The World Bank, Washington D.C.
- World Bank. (2007). *Doing Business 2008*. Washington, DC.
- Wong, C. (1998). "Determining Factors for Local Economic Development: the Perception of Practitioners in the North West and East Regions of the UK," *Regional Studies*, 32, 707-20.

- World Economic Forum, (WEF). (2009). The Global Competitiveness Report 2008-2009.
- Wren, B. M. (2007). "Channel Structure and Strategic Choice in Distribution Channels," *Journal of Management Research*, 7 (2), 78-86.
- Yavan, N. (2006). "Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırımların Lokasyon Seçimi Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma," Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı Beşeri ve İktisadi Coğrafya Bilim Dalı, *Doktora Tezi*, Ankara.

EKLER**EK-1 KÜMELENME ANKET FORMU**

Performans	Düşük 1	Orta 2	Yüksek 3	
<u>SEKTÖRÜN TALEP KOŞULLARI</u>				PERFORMANS (1,2,3)
1.Sektörünüzde mal/hizmet alan müşterilerin üretilen ürünler hakkında (fiyat, özellik vb. gibi) bilgi düzeyi nedir?				
2.Sektörünüzde yerel talebin düzeyi nedir?				
3. Sektörünüzde üretilen mal/hizmetler hakkında yurtdışı müşterilerin (fiyat, özellik vb. gibi) bilgi düzeyi nedir?				
4 Sektörünüzün yerel talep yapısı, gelişmiş pazar talep yapısına ne kadar benzemektedir?				
5.Sektörünüzde komşu ülkelerin talep payı ne düzeydedir?				
6. Sektörünüzde ulusal talebin ürünlerindeki menşe ve markaya verdiği önem?				
7. Sektörünüzde dış talebin ürünlerindeki marka tercihi ne düzeydedir?				
8.Sektörünüzde kültürel farklılıkların ürünlerin tercih edilmesi üzerindeki etkisi ne düzeydedir?				
<u>FİRMA STRATEJİLERİ VE REKABET YAPISI</u>				
1.Sektörde faaliyet gösteren firmaların aile şirkettir ve aile üyeleri tarafından yönetilmektedir.				
2.Sektörünüzde yerel rekabetin düzeyi nedir?				
3.Sektörünüzde yenilikçilik yapma kabiliyeti küresel rakiplerine göre hangi düzeydedir?				
4.Dünyadaki rakiplere göre, sektörde faaliyet gösteren işletmelerin üretim maliyetlerinin düzeyi nedir?				
5.Dünyadaki rakiplere göre, sektörde faaliyet gösteren firmaların ve/veya işletmelerin zamanında teslim süreleri nasıldır?				
6.Sektörde faaliyet gösteren firmaların (varsa) sertifikaya (ISO, TSE vs.) ve belgelendirme düzeyi nedir?				
7.Sektörde faaliyet gösteren firmaların satış sonrası hizmet düzeyi nedir?				
8.Sektörde faaliyet gösteren firmaların ve/veya işletmelerin ulusal marka olarak benimsenmeleri ne düzeydedir?				
9.Sektörde faaliyet gösteren firmaların uluslararası marka olarak benimsenmeleri ne düzeydedir?				
10.Sektörde faaliyet gösteren firmaların tecrübe (know-how) düzeyi dünyadaki rakiplerine göre nasıldır?				
11.Sektörün ürün yelpazesi küresel rakiplere oranla ne düzeydedir?				
12.Sektörde faaliyet gösteren firmaların ve/veya çiftçilerin ulusal/uluslararası fuarlara katılım düzeyleri nasıldır?				
<u>GİRDİ KOŞULLARI</u>				
1.Sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli insan kaynağını bulma düzeyi?				
2.Sektörün ihtiyaç duyduğu hammadde kaynağının yerel tedarikçilerden sağlanma düzeyi nedir?				
3.Sektörün ihtiyaç duyduğu finansal kaynakları (sermaye) elde etme kolaylığı düzeyi nedir?				
4.Sektörün ihtiyaç duyduğu fiziksel altyapı (ulaşım, enerji vs) olanakları düzeyi nedir?				
5.Sektörün ihtiyaç duyduğu bilimsel ve teknolojik altyapı olanakları düzeyi				

nedir?	
6.Sektörde faaliyet gösteren firmaların birbirlerine coğrafi yakınlık düzeyi nedir?	

Performans	Düşük 1	Orta 2	Yüksek 3	
<u>İLİSKİLİ VE DESTEKLEYİCİ KURULUŞLAR</u>				PERFORMANS (1,2,3)
1.Sektörde faaliyet gösteren yerel tedarikçilerin dünyadaki (pazar payı, bilinirlik) düzeyi nedir?				
2.Sektörün ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile ilişki düzeyleri nedir?				
3.Faaliyet göstermiş olduğunuz sektörün üniversiteler, teknoloji geliştirme merkezleri gibi araştırma kurumları ile birlikte proje geliştirme düzeyi nedir?				
4.Sektörde faaliyet göstermekte olan firmaların ve/veya çiftçilerin ortak ürün geliştirme düzeyleri nedir?				
5.Sektörde faaliyet göstermekte olan firmaların ortak pazarlama çalışmaları düzeyleri nedir?				
6.Sektörde faaliyet göstermekte olan firmaların işgücünü geliştirme düzeyleri nedir?				
7.Sektörde faaliyet göstermekte olan firmaların tedarik kapasite düzeyleri nedir?				
8.Sektörün kendi sivil toplum kuruluşlarını oluşturma düzeyi nedir?				
9.İlgili STK'ların sektörün gelişimi için aktif çalışma düzeyi nedir?				
10.Sektörün ulusal ve uluslararası fuar düzenleme düzeyi nedir?				
<u>HÜKÜMET</u>				
1.Sektörde faaliyet gösteren firmaların hükümetin almış olduğu politik kararlardan ve yasal düzenlemelerden (seçim, bürokrasi, çevre yasaları, vergi oranları vs.) etkilenme düzeyi nedir?				
2.Sektörde faaliyet gösteren firmaların hükümetin almış olduğu ekonomik kararlardan (kur oranları, faiz, enflasyon, sektörel teşvikler vs) etkilenme düzeyi nedir?				
3.Sektörde faaliyet gösteren firmaların hükümetin dış ilişkilerini (siyasi ve ticari) etkilenme düzeyi nedir?				
<u>3 YIL SONRA SEKTÖRÜNÜZÜN CİRO OLARAK BÜYÜME/KÜÇÜLME ORANLARI NE OLACAK?</u>		<u>8 YIL SONRA SEKTÖRÜNÜZÜN CİRO OLARAK BÜYÜME/KÜÇÜLME ORANLARI NE OLACAK?</u>		
a) %100'den fazla küçülecek []		a) %100'den fazla küçülecek []		
b) %100-60 arası küçülecek []		b) %100-60 arası küçülecek []		
c) %60-20 arası küçülecek []		c) %60-20 arası küçülecek []		
d) Diğer (lütfen belirtiniz) []		d) Diğer (lütfen belirtiniz) []		
e) %0-20 arası büyüyecek []		e) %0-20 arası büyüyecek []		
f) %20-60 arası büyüyecek []		f) %20-60 arası büyüyecek []		
g) %60-100 arası büyüyecek []		g) %60-100 arası büyüyecek []		
		h) Diğer lütfen belirtiniz :		

[] h) Diğer lütfen belirtiniz []	
<u>13 YIL SONRA</u> <u>SEKTÖRÜNÜZÜN CİRO</u> <u>OLARAK</u> <u>BÜYÜME/KÜÇÜLME</u> <u>ORANLARI NE OLACAK?</u> a) %100'den fazla küçülecek [] b) %100-60 arası küçülecek [] c) %60-20 arası küçülecek [] d) Diğer (lütfen belirtiniz) [] e) %0-20 arası büyüyecek [] f) %20-60 arası büyüyecek [] g) %60-100 arası büyüyecek [] h) Diğer lütfen belirtiniz []	
<u>3 YIL SONRA</u> <u>SEKTÖRÜNÜZÜN</u> <u>STİHDAM OLARAK</u> <u>BÜYÜME/KÜÇÜLME</u> <u>ORANLARI NE OLACAK?</u> a) %100'den fazla küçülecek [] b) %100-60 arası küçülecek [] c) %60-20 arası küçülecek [] d) Diğer (lütfen belirtiniz) [] e) %0-20 arası büyüyecek [] f) %20-60 arası büyüyecek [] g) %60-100 arası büyüyecek [] h) Diğer lütfen belirtiniz []	<u>13 YIL SONRA SEKTÖRÜNÜZÜN STİHDAM</u> <u>OLARAK BÜYÜME/KÜÇÜLME ORANLARI</u> <u>NE OLACAK?</u> a) %100'den fazla küçülecek [] b) %100-60 arası küçülecek [] c) %60-20 arası küçülecek [] d) Diğer (lütfen belirtiniz) [] e) %0-20 arası büyüyecek [] f) %20-60 arası büyüyecek [] g) %60-100 arası büyüyecek [] h) Diğer lütfen belirtiniz
<u>SEKTÖR HAKKINDAKİ GENEL GÖRÜŞLERİNİZ NELERDİR? LÜTFEN</u> <u>ACIKLAYINIZ</u>	

EK-2 KENT REKABETÇİLİĞİ ANKET FORMU

Sayın Katılımcı,

Bu anket, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bölümü Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı bünyesinde yürütülen doktora tez çalışması kapsamındaki araştırmaya veri desteği sağlamak amacıyla hazırlanmıştır.

İlgilendiğiniz ve soruları yanıtladığınız için şimdiden çok teşekkür eder, işlerinizde başarılar ve esenlikler dileriz.

Öğr. Gör. Osman EROĞLU
Dicle Üniversitesi İ.İ.B.F.
osmaneroglu2181@hotmail.com
0(506) 272 6696

Prof. Dr. Azmi YALÇIN
Çukurova Üniversitesi İ.İ.B.F.
azmiyalcin@cu.edu.tr
0 (322) 33872 5460/228

I. Bölüm (Lütfen anketin bu bölümünde demografik özelliklerinizle ve firmanızla ilgili fikir edinmek için oluşturulmuş bu bölümde, size ilişkin kutucuğu [X] işareti koyarak belirtiniz.)

1. Görüşülen kişinin adı ve soyadı:

2. Cinsiyetiniz: ☐ Bay ☐ Bayan

3. Yaşınız: ☐ 20-30 ☐ 31-40 ☐ 41-50 ☐ 51-60 ☐ 61 ve üzeri

4. Öğrenim Düzeyiniz: ☐ Okur-yazar değil ☐ Okur-yazar ☐ İlköğretim
☐ Lise ☐ Fakülte/Yüksekokul ☐ Lisansüstü

5. Firmadaki göreviniz nedir?

6. Firma Adı:

7. Bulunduğunuz Sektör:

8. Firmanız hangi yılda kuruldu?

9. Firmanız bünyesinde çalışan kaç kişi bulunmaktadır (dışarıdan alınan güvenlik, temizlik ve benzeri servis hizmetleri dahil)?

10. Firmanızı bir aile işletmesi olarak kabul ediyor musunuz? Evet ☐ Hayır ☐

11. Firmanız ihracat yapıyor mu?

a. **Evet ise** (Hangi Ülkeler):

b. **Hayır**

12. Firmanızın ürettiği ürünler nelerdir (Orient, Diyarbakır Bazalt, Dragon ve Lice Beji gibi)?

13. Firmanızın mermer ocağı var mıdır?

Evet (ise)

Adeti:

Mevkii:

Yıllık Blok Üretimi:

İhracat %:

İç Pazar %:

Kendi Fabrikasına %:

Hayır ()

14. Fabrikanızın iç pazar ve dış pazar profili nedir?

İç Pazar Profili: %:

Dış Pazar Profili: %:

15. Sektörünüzdeki en güçlü firmaları yazınız.

1.

2.

3.

II. Bölüm (Anketin bu bölümünde Diyarbakır mermer kümesinin kent rekabetçilik algısını belirlemeyi amaçlayan ifadeler yer almaktadır. Lütfen aşağıda yer alan ifadelere ne ölçüde katıldığınızı ifadenin karşısına [X] işareti koyarak belirtiniz. Araştırmamızın amacına ulaşabilmesi için bütün ifadelere eksiksiz cevap verilmesi gerekmektedir.)

1. Sizce kentiniz elektrik altyapısı ne derece yeterli?

Hiç yeterli değil Son derece yeterli

2. Sizce kentinizin su altyapısı ne derece yeterli?

Hiç yeterli değil Son derece yeterli

3. Kentinizde yurt içi pazarlara erişim için ulaşım altyapısının ne derece yeterli olduğunu düşünüyorsunuz?

Hiç yeterli değil Son derece yeterli

4. Kentinizde yurtdışı pazarlara erişim için ulaşım altyapısının ne derece yeterli olduğunu düşünüyorsunuz?

Hiç yeterli değil Son derece yeterli

5. Kentinizde telefon ve internet benzeri telekomünikasyon altyapısı sizce ne derece yeterli?

Hiç yeterli değil Son derece yeterli

6. Kentinizdeki bina ya da arazilerin fiyatları ve kiralari sizce ne derece uygun?

Hiç uygun değil Çok uygun

7. Genel olarak düşündüğünüzde kentinizin coğrafi konumu iş yapmaya ne derece uygun?

Hiç uygun değil Çok uygun

8. Kentinizdeki üniversitenin kentinize ne derece katkıda bulunduğunu düşünüyorsunuz?

Hiç katkısı bulunmuyor Çok katkısı bulunuyor

9. Sizce kentinizde teknik eleman bulmak ne derece kolay?

Hiç kolay değil Çok kolay

10. Yetenekli yöneticileri bulmak ve kentinizde tutmak ne derece kolay?

Hiç kolay değil Çok kolay

11. İşçilik maliyetleri benzer kentlerle kıyaslandığında ne derece uygun?

Hiç uygun değil Çok uygun

12. Kentinizdeki iç pazarın büyüklüğü ekonomik faaliyetler açısından ne derece yeterli?

Hiç yeterli değil Son Derece Yeterli

13. İşinizle ilgili kentinizdeki tedarikçilerin ne derece yeterli olduğunu düşünüyorsunuz?

Hiç yeterli değil Son Derece Yeterli

14. Genel olarak düşündüğünüzde kentinizdeki finansal hizmetler sizce ne derece yeterli?

Hiç yeterli değil Son Derece Yeterli

15. Kentinizin dışarıdan ulusal bir yatırımcı için ne derece cazip olduğunu düşünüyorsunuz?

Hiç cazip değil Son derece cazip

16. Kentinizin dışarıdan yabancı bir yatırımcı için ne derece cazip olduğunu düşünüyorsunuz?

Hiç cazip değil Son derece cazip

17. Kentinizdeki girişimcilik ruhunu/potansiyelini nasıl değerlendirirsiniz?

Hiç girişimci değil Son derece girişimci

18. Kentinizdeki firmaların diğer illerdeki benzer firmalara göre rekabet gücünü nasıl değerlendirirsiniz?

Hiç rekabetçi değil Son derece Rekabetçi

19. Kentinizdeki firmaların yeni teknolojileri kullanımı sizce ne derece yaygın?

Hiç Yaygın değil Son derece yaygın

20. Kentinizdeki kamu kurumları özel sektörün iş yapmasına ve gelişimine sizce ne derece destek oluyorlar?

Hiç destek olmuyorlar Son derece destekleniyor

21. Kentiniz sizce ne derece planlı gelişiyor?

Hiç planlı gelişmiyor Son derece planlı gelişiyor

22. Kentinizdeki asayiş ve güvenlikle ilgili durumu nasıl değerlendirirsiniz?

Çok kötü Çok iyi

23. Kentinizdeki firmaların kentinizde kalarak büyümeleri ne derece mümkün?

Hiç mümkün değil Son derece mümkün

24. Kentinizde iş yaptığınız ticari çevreler sizce ne derece dürüst ve güvenilir?

Hiç güvenilir değil Son derece güvenilir

25. Kentinizdeki sosyal faaliyetler, hayat pahalılığı ve trafik gibi hususları dikkate aldığınızda yaşam kalitesini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Çok Kötü Çok İyi

26. Kentinizde kültür, sanat ve eğlence faaliyetleri sizce ne derece yeterli?

Hiç yeterli değil Son derece yeterli

27. Kentinizdeki hastane ve uzman hekimler sizce ne derece yeterli?

Hiç yeterli değil Son derece yeterli

28. Eğitimini bitirdikten sonra çocuğunuzun yaşamını bu ilde sürdürmesini ister miydiniz?

Hiç istemezdim Kesinlikle isterdim

29. Bütün yönleriyle düşündüğünüzde kentinizin ekonomik geleceğini nasıl görüyorsunuz?

Hiç iyiye gitmeyecek Çok İyiye gidecek

30. Bu kentte iş yapmaktan ne derece memnunsunuz?

Hiç memnun değilim Son derece memnunum

31. Kentinizde yaşamanın en önemli 3 avantajı ya da güzel tarafı sizce nedir?

.....

32. Peki, kentinizde yaşamamanın olumsuz olabilecek en önemli 3 yönü sizce nedir?

.....

.....

.....

33. İmkânınız olsa Diyarbakır yerine başka bir kentte aynı işi yapmayı tercih eder miydiniz?

1. **Evet**, Evet ise hangi il:.....

2. **Hayır** ()

34. Şayet Diyarbakır yerine yakın çevre kentlerinden birine gitmek zorunda kalsaydınız hangisini tercih ederdiniz?

1. **Evet**, Evet ise hangi il:.....

2. **Hayır** ()

III. Bölüm (Anketin bu bölümünde mermer kümesinin kümelenme geliştirme (cluster development) stratejisi ile kentin rekabetçiliğine yönelik ifadeler yer almaktadır. Lütfen aşağıda yer alan ifadelere ne ölçüde katıldığınızı ifadenin karşısına [X] işareti koyarak belirtiniz. Araştırmamızın amacına ulaşabilmesi için bütün ifadelere eksiksiz cevap verilmesi gerekmektedir.)

1. Kentinizde sektörünüzün gelişme potansiyeli nedir?

Hiç yok Çok var

2. Sektörünüzün ulusal pazardaki talep için rekabet edebilirlik düzeyi diğer kentlerle karşılaştırıldığında ne durumdadır?

Çok kötü düzeyde Çok iyi düzeyde

3. Sektörünüzün uluslararası pazardaki talep için rekabet edebilirlik düzeyi diğer ülke içi kentlerle karşılaştırıldığında ne durumdadır?

Çok kötü düzeyde Çok iyi düzeyde

4. Sektörünüzün ürettiği ürün veya hizmetin fiyatı diğer kentlerle rekabet edecek düzeyde midir?

Çok kötü düzeyde Çok iyi düzeyde

5. Sektörünüzün ürettiği ürün veya hizmetin kalitesi diğer kentlerle rekabet edecek düzeyde midir?

Çok kötü düzeyde Çok iyi düzeyde

6. Sektörünüzün ürettiği ürün veya hizmet Diyarbakır'ın ulusal markası olarak tanınmış düzeyde midir?

Çok kötü düzeyde Çok iyi düzeyde

7. Sektörünüzün ürettiği ürün veya hizmet Diyarbakır'ın uluslararası markası olarak tanınmış düzeyde midir?

Çok kötü düzeyde Çok iyi düzeyde

8. Kentinizdeki kendi sektörünüzdeki firmaların diğer illerdeki benzer firmalara göre rekabet gücünü nasıl değerlendirirsiniz?

Hiç rekabetçi değil Son derece Rekabetçi

9. Sektörünüzün Diyarbakır'ın rekabetçiliğine katkısı ne düzeydedir?

Çok kötü Çok iyi

10. Diyarbakır, sektörünüzün durumu açısından Türkiye kentleri arasında ne durumdadır?

Çok kötü Çok iyi

11. Sektörünüzün Türkiye genelinde rekabet halinde olduğu kentler hangileridir?

1.

2.

3.

12. Sektörünüzün rekabet halinde bulunduğu yakın kentler hangileridir?

1.

2.

3.

13. Sektörünüze kümelenme geliştirme (cluster development) stratejisi uygulansa, kent rekabetçiliği artar mı?

Artmaz Artar

14. Sektörünüze kümelenme geliştirme (cluster development) stratejisi uygulansa, sektöründe lider kent haline gelebilir mi (Yakın kentler arasında) ?

Gelmez Gelir

15. Sektörünüze kümelenme geliştirme (cluster development) stratejisi uygulansa, sektöründe lider kent haline gelebilir mi (Türkiye Geneli) ?

Gelmez Gelir

16. Sektörünüz dışında kenti rekabetçi kılacak diğer sektörler hangileridir, sıralayınız? (Et ve Et Ürünleri Sektörü, Süt ve Süt Ürünleri Sektörü, Mermercilik Sektörü, İnşaat Malzemeleri Sektörü, Gıda Paketleme ve Ambalajlama Sektörü, Tekstil ve Hazırgiyim Sektörü, Turizm Sektörü ve Ticaret Sektörü).

- 1.
- 2.
- 3.

17. 6 Nisan 2012’de açıklanan yeni teşvik sistemi ile (KDV İstisnası, Gümrük Vergisi Muafiyeti, Vergi İndirimi (OSB Dışı) - Yatırıma Katkı Oranı (OSB İçi), Sigorta Primi (OSB Dışı) - İşveren His. Desteği (OSB) İçi, Yatırım Yeri Tahsis, Faiz Desteği, Gelir Vergisi Stopajı Desteği ve Sigorta Primi İşçi Hissesi Desteği) Diyarbakır rekabetçiliği artar mı?

Artmaz Artar

Anketimiz burada sona ermiştir. Araştırmamıza katkıda bulunduğunuz için teşekkür ederiz

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Osman EROĞLU
Doğum Yeri ve Tarihi : Diyarbakır, 28.06.1981
e-mail : osmaneroglu2181@hotmail.com

EĞİTİM DURUMU

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
Doktora, İşletme (Yönetim ve Organizasyon) » 2013

GOLDEN GATE UNIVERSITY, SAN FRANCISCO, CA
Yüksek Lisans, Bilişim Teknolojisi » 2007

CALIFORNIA STATE UNIVERSITY OF SAN FRANCISCO
Lisans, İşletme (Bilgisayar Bilişim Sistemleri) » 2006

GÖREVLER

Dicle Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü Öğretim Görevlisi, 2009-

YABANCI DİL

İngilizce: İleri Seviyede
İspanyolca: Başlangıç Seviyede

BİLİMSEL ÇALIŞMALAR

Kitap:

- **GAP İnsan Kaynakları Araştırması, GAP Bölge İdaresi Başkanlığı Yayını, 2009**

Makale:

- Usage of Integration Management In Information Technology Application Projects With A Case Study Called Cigna, **T.C. DİCLE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ ELEKTRONİK DERGİSİ (DÜSBED)**, Nisan 2009.
- Entrepreneurship, National Culture and Turkey, **INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS AND SOCIAL SCIENCE**, Vol.2 No.16 September 2011.

Kitap Bölümü:

- Kamu Kesiminde Stratejik Yönetim Süreçlerinin Etkinliği: Gap Eylem Planı Çerçevesinde Bir Araştırma: **Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yerel ve Bölgesel Kalkınma: Küresel ve Yerel Bakış Açıları**, Manisa 2013.

Bildiri:

- Kamu Kesiminde Stratejik Yönetim Uygulamaları Kapsamında Beşeri Sermayenin Ölçümü ve Yönetimi: GAP Eylem Planı Çerçevesinde Bir Araştırma, Doç. Dr. Yücel SAYILAR ve Arş.Gör. Ömer DÜLEK, **11. İşletmecilik Kongresi**, 2012.
- Kamu Kesiminde Stratejik Yönetim Süreçlerinin Etkinliği: GAP Eylem Planı Çerçevesinde Bir Araştırma, Doç. Dr. Yücel SAYILAR ve Arş.Gör. Ömer DÜLEK, **7. Kamu Yönetimi Sempozyumu**, 2012.

Proje:

- **GAP EYLEM PLANININ UYGULANMASINA YÖNELİK İNSAN KAYNAKLARI ARAŞTIRMASI**, (Dicle Üniversitesi / İİBF- GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı, 2010, Araştırmacı)
- **DİYARBAKIR İLİ TARIM, SANAYİ, HİZMET SEKTÖRLERİN ULUSLARARASI REKABETÇİLİK VE MAKRO DÜZEY KÜMENLENME DÜZEYİ** (Proje Yerel Ekibi, Araştırmacı, 2010)
- **TEKNİK DESTEK PROJESİ** (KARACADAĞ KALKINMA AJANSI, Genç Girişimcilere Girişimcilik Eğitimi, Proje Koordinatörü, 2011)

Verilen Eğitimler:

- Sağlık ve İdari Personel Davranış Geliştirme Eğitimi Programı, Dicle Üniversitesi (15 saat, 2010)
- Turkcell, Global Bilgi Eğitimi (72 saat, 2011)