

Bu makaleye atıfta bulunmak için/To cite this article:

SUÇIN, T. ÇAYIN, M. (2021). Yerel Ekonomiler İçin Kümelenmenin Önemi: Batman Tekstil Sektörü İçin Bir Uygulama. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25 (1), 271-288.

## Yerel Ekonomiler İçin Kümelenmenin Önemi: Batman Tekstil Sektörü İçin Bir Uygulama (\*)

Tuğba SUÇIN(\*\*)  
Mücahit ÇAYIN(\*\*\*)

**Öz:** Günümüzde bölge ve ülkelerin kalkınmasında önemli bir faktör olarak görülen konulardan biri de sektörel kümelenmedir. Kümelenme hem firmaların uluslararası rekabette edebilirliği açısından destek sunmakta hem de firmaların zorluk ve engeller karşısında birlikte hareket etmesini sağlamaktadır. Sektörel kümelenme firmalara sağladığı katkıların yanında bölgelerin yetenek ve potansiyellerini de destekleyerek görünürlükleri açısından da büyük önem taşımaktadır. Buradan yola çıkarak bu çalışmada da Batman'da giderek artan tekstil sektöründeki firmaların kümelenme düzeyi ve bu kümelenmenin firmalara ve yerel ekonomik kalkınmaya olası etkileri araştırılmıştır. Bu doğrultuda Batman ili tekstil sektöründe faaliyet sürdüren 117 firma örneğinde anket yöntemiyle bilgiler elde edilmiş ve istatistikî analizler gerçekleştirilmiştir. Analizler sonucunda Batman tekstil sektöründe kümelenme düzeyinin çok düşük olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte tekstil sektöründe kümelenmenin etkin olması durumunda yerel ekonomik kalkınmaya olumlu katkı sunacağı sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kümelenme, Yerel Ekonomik Kalkınma, Batman Tekstil Sektörü

### The Importance of Clustering for Local Economies: An Application for Batman Textile Sector

**Abstract:** Today Sectoral clustering is one of the issues that are seen as an important factor in the development of the region and countries. Clustering does not only provides support in terms of international competitiveness of companies, but also enables companies to act together against challenges and obstacles. Sectoral clustering contributes to companies. In addition, it is of great importance in terms of their visibility by supporting the abilities and potentials of the regions. From this point of view in this study, the clustering level of companies in the textile sector, which is increasing in Batman, and the possible effects of this cluster on companies and local economic development were investigated. For this, the information are gained through survey from 117 textile companies in Batman and statistical analysis are carried out. As a result of the analysis, it was determined that the cluster level in Batman textile sector is very low. However, it is concluded that if clustering is effective in the textile sector, it will contribute positively to local economic development.


**Keywords:** Clustering, Local Economic Development, Batman Textile Sector


**Makale Geliş Tarihi:** 15.05.2020

**Makale Kabul Tarihi:** 25.03.2021

\*) Bu makale, Dr. Öğretim Üyesi Mücahit ÇAYIN danışmanlığında Tuğba SUÇIN tarafından hazırlanan "Kümelenme ve Yerel Ekonomik Kalkınma: Batman Tekstil Sektöründe Kümelenme Düzeyinin Belirlenmesi" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

\*\*) Bilim Uzmanı, (e-posta: tugba.scn@hotmail.com)  ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8632-1504>

\*\*\*) Dr. Öğr. Üyesi, Batman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü (e-posta: mucahit.cayin@batman.edu.tr)  ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6470-5531>

Bu makale araştırma ve yayın etiğine uygun hazırlanmıştır  iThenticate intihal incelemesinden geçirmiştir.

## **I.Giriş**

Geçmiş Alfred Marshall'a kadar uzanan ancak daha çok 1990'lı yıllarda Michael Porter'in araştırmalarıyla yaygın hale gelen kümelenme konusu bugün de hala artan bir şekilde ilgi görmektedir. Kümelenme, belli bir sanayi kolunda farklı büyüklükteki işletmelerin, müşterilerin, aracı kurumların, kalkınma ajansların ve üniversiteler gibi birçok farklı birimin birlikte üretim sürecini başlatması ve aynı yerde tamamlaması şeklinde tanımlanmaktadır. Belirli bir sektördeki işletmeler bir küme altında birbirine rakip olmaktan ziyade ortak hareket ederek ve gerektiğinde birbirine destek vererek uluslararası çapta rekabet etme gücüne kavuşabilmektedirler. Kümelenmeler firmalara rekabet avantajı gibi birçok avantaj sunmakla birlikte yer aldıkları bölgelerin ve yörelerin kalkınmalarına da büyük destek sağlamaktadırlar. Çünkü kümelenmeler gerek kümeye dâhil firmalara gerekse kümenin yer aldığı bölgenin veya yörenin kalkınmasında yatırım, üretim, verimlilik, ihracat, istihdam, markalaşma, yeni teknolojileri temin etme gibi birçok yönden katkıda bulunmaktadır (Suçin, 2020:1).

Porter "coğrafi olarak yakın bağlantılı firmalar grubu" şeklinde tanımladığı kümeyi "değişik dışsallıklarla bağlantılı belirli bir alandaki tedarikçiler, hizmet sağlayıcılar ve ilgili kurumlar" olarak ele almaktadır. Porter bir yazılım firmasının diğer bilişim teknolojileri ile ilintili olduğu gibi medikal sektörüyle de ilintili olabileceği örneğinden bir endüstrideki firmanın dışsallıklar kanalıyla birden çok kümenin unsuru olabileceğinin uyarısını yapmaktadır (Porter 2003: 562). Yani kümeye dahil firmalardan amaçlanan; genel manada nihai mal ve hizmet üreten, kişiye has üretim gerçekleştiren, makine, parça, hizmet üreten, finansal hizmet sağlayan ve bunlarla ilintili firmalardır. Ek sanayi firmaları, tamamlayıcı mal ve hizmet üretenler ve uzmanlaşmış altyapı tedarikçileri de bu çerçevede ele alınmaktadır. Mesela takribi olarak 20 bin firmanın bulunduğu Pakistan'daki tekstil kümesi aynı zamanda dokuma ve tekstil kimyası firmaları gibi birçok alt sektör firmasını kapsamaktadır (Kalfa ve Yürekli, 2016, s.57).

Kümeler, kümede bulunan firmalar ve iş birliği içinde oldukları kurumlar ile sıkı bir ağ kurarak, firmaların başarısını ve rekabet edebilirliğini yükseltmektedir (Ceyhan ve Özcan, 2018, s.146). Kümede yer alan firmalar değişkenlik arz eden ortamlara çok daha esnek ve uyumlu hale gelerek, daha etkili bilgi ve beceri seviyesine ulaşmakta ve daha verimli olma olanağını bulmaktadırlar (Beyaz Kitap, 2008, s. 23).

Esasen kümelerin avantajlarını *ölçek ekonomileri, verimlilik artışı, bilgi paylaşımı ve yenilik, rekabet avantajı ve bölgesel ekonomiye makro etkisi* olmak üzere sıralamak mümkündür (Ceyhan ve Özcan, 2018, s.146). Ancak çalışmada daha çok kümelenmelerin yerel kalkınmaya etkileri ortaya konulmaya çalışıldığı için burada kümelenmelerin bölgesel etkilerine odaklanılmıştır. Bu doğrultuda çalışmanın ikinci bölümünde teorik olarak kümelenmelerin bölgesel/yerel ekonomideki yeri, üçüncü bölümünde konu ile ilgili literatür ele alınmıştır. Dördüncü bölümde örneklem firmalardan elde edilen birincil veriler çerçevesinde firmaların kümelenme düzeyi ve yerel ekonomiye olası katkıları analiz edilmiştir. Analiz bulguların genel bir değerlendirmesi ve bazı politika önerilerinin yer aldığı sonuç bölümüyle çalışma bitirilmiştir.

## II. Kümelerin Bölgesel/Yerel Ekonomideki Yeri

Bölgesel/yerel ekonomiler üzerindeki etkisinin büyük olduğu kümeler, bölgenin/yerelin rekabet edebilirliğini artırmaları, diğer bölgeler ile entegrasyonu sağlamaları, yeni ve daha nitelikli istihdam sahaları oluşturmaları sebebiyle bölgesel/yerel ekonomik kalkınmanın temel öğelerinden biri olarak değerlendirilmekte böylece gerek ulusal/uluslararası kurumların gerekse yerel yönetimlerin ilgi odağı olmaktadır. Bu nedenle kümelenme ile ilgili politikalar ve destekler çoğunlukla merkezi ve yerel aktörlerin bölgesel kalkınma stratejilerine destek sunmaktadır. Kümeler sayesinde küçük firmalar büyüyebilmekte, daha iyi yatırımlar bölgeye gelmekte ve kamu kurumlarından daha çok destek sağlanmaktadır. Kümeler ile endüstri bölgeleri, iş geliştirme merkezleri, tedarik zincirleri, üreticiler, yerel aktörler ve meslek kuruluşları bir araya gelerek söz konusu bölge için ortak stratejiler geliştirilmekte ve uygulanmaktadır (KOBİ İşbirliği ve Kümelenme Projesi, 2013a, s.13).

Diğer yandan kümeler, yer aldıkları bölgede ilgileri üzerine çekerek bölgenin görünürlüğü ve cazibesini yükseltmektedirler. Böylece doğrudan yabancı yatırımları bölgeye teşvik edici rol üstlenirler. Kümelerde, şirketleşme oranı daha yüksektir. Yeni başlamış firmalar dış tedarikçilere ve ortaklara daha çok bağımlıdır. Ancak bu aktörlerin kümede bulunduğu düşünüldüğünde kümelerin özellikle yeni firmalar için avantajı daha da ortaya çıkmaktadır. (Beyaz Kitap,2008, s. 24).

Kümeler üretim, istihdam ve ihracat artışı kanalıyla büyümeyi pozitif etkilemektedirler (Ceyhan ve Özcan, 2018, s.146). Mesela ihracat yapmak veya mevcut ihracatını artırmak isteyen firmalar için bir kümeye dâhil olmanın birçok avantajı bulunmaktadır. Bu avantajları aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (KOBİ İşbirliği ve Kümelenme Projesi, 2013b, s.8-9).

- Kümeye dâhil firmalar bağlı oldukları kurum ve kuruluşlar vasıtasıyla sektörleri ile alakalı uluslararası alanlara daha rahat ulaşabilmektedirler.
- Küme yönetimlerince firmaların ürün ve süreç geliştirmelerine ilişkin Ar-Ge projeleri ve çalışmaları gerçekleştirilebilmektedir.
- Kümeye dâhil firmalar ürün, teknoloji ve pazar ile ilgili bilgiye daha rahat erişebilmektedirler.
- Küme yönetimleri kümedeki firmalar için çeşitli analiz ve çalışmalar gerçekleştirerek firmaların hedefleri ve ihtiyaçlarını tespit edebilmektedir. Böylece bu hedef ve ihtiyaçlara yönelik stratejiler geliştirilmekte ve iş birliği ağları oluşturulabilmektedir.
- Kümeye dâhil firmalar amaçlanan ihracat pazarlarına yönelik pazar araştırmaları ve eğitimlerden faydalanarak ihracat politikaları oluşturabilmektedir.
- İhracat piyasasını genişletmek isteyen firmalar benzer problemleri yaşayan diğer firmalarla ortak akıl ve ortak çözümler bulabilmektedir.

- Küme yönetimleri sektör veya firmalar için yapılan fuar ziyareti ve alım heyetleri gibi faaliyetlere katılarak kendilerine uygun müşterileri bulabilmektedir.
- Son ürünün oluşması aşamasında bulunan ve aynı değer zincirinde faaliyet sürdüren ulusal/uluslararası firmalarla ortak hareket ederek ürününün değerini yükseltecek ortak projeler gerçekleştirebilirler.
- Sektörün problemleri ortaya konularak çözüm yolları üretilmesinde aynı sektörde bulunan firmalarla beraber sektörel bir güç yakalayabilmektedirler.
- Küme yönetimince temsil olunan firmaların uluslararası alanda görünürlükleri yükselmekte böylece yeni pazarlar için güven sağlamaktadırlar.

Ülkeler için hem uzmanlaşmayı sağlayan hem de uluslararası arenada farklılık oluşturan kümeler, bölgesel kalkınmada büyük rol üstlenerek bölgesel kalkınmışlık farklılıklarını azaltmaktadır. Kümelenmede yer alan firmalar karlarını yükselterek bulunduğu bölgenin kalkınma sürecine katkı sunmaktadırlar. Bu nedenle ülkenin uluslararası çapta rekabet gücünün yükselmesine imkân sunmaktadırlar. Kümeler, kümede bulunan firmaların bilgiyi daha verimli kullanmalarını, daha hızlı ve rahat üretim yapmalarını sağlamaktadırlar. Kümelenme modelini uygulayan ülkeler teknolojiye, bilgiye ve uzmanlaşmış işgücüne sahip olmakta ve daha düşük maliyetli üretim yapabilmektedirler (Ceyhan ve Özcan, 2018, s.146). Zaten kümeler köklü değer mekanizmaları oluşturan, yoksulluğu azaltmada ve büyümeyi sağlamada etkili olan yerel ekonomik kalkınma süreci olarak tanımlanmaktadır. Kümeler girişimcilik, yenilik, bölgesel gelişme ve sanayi politikalarını bir araya getiren politikalarlardır. Firma, sanayi, bilim, teknoloji ve bölgesel gelişme amaçlı istihdam oluşturma gibi mevzularda odaklanan kümelerin nihai hedefi bölgesel rekabet gücünü arttırmaktır (Tutar vd, 2011, s.8).

Keza İsveç'teki kümeler örneğinde yapılan araştırmada kümelerin gerek firmalara gerekse de bulunduğu bölgeye önemli düzeyde katkı sağladığı tespit edilmiştir. Ülkedeki kümelerin 2007-2009 dönemindeki performansları incelenmiş ve kümeye dâhil firmaların satışlarında ortalama %30, üniversite-sanayi iş birliğinde %50, diğer firmalarla iş birliklerinde %35 oranında bir yükselmenin olduğu görülmüştür. Ayrıca firmalarda istihdam oranı %15 yükselmiş ve 12 firmada 1800 kişilik yeni istihdam sağlanmıştır (Rantahalvari, 2010, akt KOBİ İşbirliği ve Kümelenme Projesi, 2013a, s.13). Yine Türkiye'nin az gelişmiş bölgelerinde var olan kümelerin hem o şehrin gelişmesinde hem de Türkiye'nin ekonomisine olumlu katkıda bulunduğu görülmüştür. Mesela Adıyaman tekstil hazır giyim sektörü için uygulanan kümelenme modeli ile sektörde yeni firmaların açılması ve binlerce yeni kişiye iş olanağı sağlanmıştır. Söz konusu kümelenme şehrin ihracat oranının yükselmesinde ve şehirdeki göçü engellemeye etkili olmuştur (Tutar vd, 2011, s.20).

Özetlenecek olunursa kümeler, bölgesel makro düzeydeki avantajları ile genel manada bölgesel rekabet edebilirliğe katkı sunmaktadır (Beyaz Kitap, 2008, s. 24). Ne var ki kümelerin yerel ekonomik kalkınmaya katkı sağlaması için kümelenmelerin uygulandığı bölgelerde devlet teşviklerinin sağlanması gerektiği ve bu politikaların

başarılı sonuçlar doğurması açısından ortak amaçların ve iş birliğinin önemli olduğu vurgulanmaktadır (Tutar vd, 2011,s.8-9).

### **III. Literatür İncelenmesi**

Kümelenme ile ilgili literatür daha eskilere dayanmakla birlikte konu ile ilgili dönüm noktası Porter'ın çalışmaları kabul görmektedir (Keskin ve Dulupçu, 2010, s.443; Özcan, 2017, s.72). Dolayısıyla burada Porter'ın çalışmalarından başlanılarak literatürdeki bazı çalışmalar incelenmiştir.

Kümelenme ile ilgili çalışmaları iki farklı grupta ele almak mümkündür. Zira Porter (1990), Porter (1998), Pandit vd., (2001), Cooke (2002), Porter (2003), Aylward ve Glynn (2006), Hulsink vd., (2007), Alüftekin vd., (2009), Kunt (2010), Gözek ve Emeksiz (2012), Arıcıoğlu vd., (2013), Zielke ve Waibel (2014), Yıldız ve Alp (2014), Şahin (2016), Duman (2017), Yellice (2017) tarafından yapılmış bazı çalışmalarda bir sektördeki bulunan kümelerin ihracat, rekabet avantajı, yenilik ve bölgesel ekonomi gibi birçok yöndeki etkilerini incelenmiştir. Örneğin Porter (1998) çalışmasında ABD'nin Kaliforniya eyaletindeki şarap kümesi ile İtalya'daki deri moda kümesinin başarılarını incelemiş kümelenmelerin özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için önemli olduğunu vurgulamıştır. İngiltere'deki finansal hizmet endüstrisindeki kümelenmeyi ele alan Pandit vd., (2001) ise kümelenmenin firmaların büyümesi ve firmaların girişimcilik oranlarındaki etkisinin pozitif ve büyük olduğu bulgusuna varmışlardır.

ABD, İngiltere ve Almanya'daki biyoteknoloji sektöründeki bazı kümeleri araştıran Cooke (2002) kümelenmelerin biyoteknoloji firmaların büyümeleri açısından önemli olduğu sonucuna ulaşmıştır. Porter (2003) araştırmasında bölgesel ekonomilerin bileşimi ve kümelenmelerin ABD ekonomisindeki önemini incelediği çalışmasında bölge ekonomik performansların yerelde bulunan kümelenmelerin gücünden büyük ölçüde etkilendiğini vurgulamıştır.

Aylward ve Glynn (2006) ise çalışmalarında Avustralya şarap endüstrisindeki kümelerdeki kümelenme yoğunluğu ile KOBİ'lerin yenilik performansı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışma sonucunda kümelenme yoğunluğu ile KOBİ'lerin yenilik performansı arasında pozitif ilişki olduğu tespit edilmiştir. Hulsink vd., (2007) ise Hollanda ve Belçika'nın kuzeyinde yer alan bilişim ve iletişim teknolojileri (BİT) firmalarına ait beş tane kümeyi karşılaştırmalı olarak incelemişlerdir. Çalışmada araştırılan kümelerden ikisinin kurumsal manada bazı eksikliklerin olduğu ortaya çıkmıştır. Yani kümelerin gelişiminin diğer üçüne göre daha kötü ve belirsiz olduğu sonucuna varmışlardır.

Alüftekin vd., (2009) araştırmalarında küresel krizin tekstil ve hazır giyim sektörüne etkilerini dünya ve Türkiye'deki uygulanan bazı kümelenme örnekleri üzerinden incelemişlerdir. Araştırma sonucunda kümelenmenin etkin olması durumunda sektördeki problemlerin ve küresel kriz nedeniyle oluşan rekabet dezavantajının ortadan kalkacağı belirtilmiştir. Kunt (2010) ise Çorum Yumurta Üreticileri Kümesi örnekleminde kümelenmenin KOBİ'lerin rekabet etme ve gelişimindeki etkilerini

araştırdığı çalışmasında kümenin firmaya ve kente istihdam, ihracat ve ekonomik performans gibi birçok açıdan katkı sunduğunu ifade etmiştir.

Mersin Tarım Gıda, İzmir Organik Gıda ve Maraş Biberi Kümelenmelerini ele alan Gözek ve Emeksiz (2012) çalışma sonucunda kümelerde yer alan firmaların büyüme satış ve ihracatın yükselmesi, ürün kalitesinin yükselmesi gibi konularda avantajlar elde ettiği bulgusuna ulaşmışlardır. Arıciöğlü vd., (2013) Konya Döküm Kümesinin rekabet analizini inceledikleri çalışmanın sonucunda kümenin firmaların rekabetçi gücünün arttıracacağı beklentisinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Zielke ve Waibel (2014) ise Çin'deki en önemli iki tekstil kümesini (Shaoxing's ve Guangzhou's Zhongda) araştırmışlardır. Çalışmada neticesinde iki tekstil kümesinin benzer yapıda ve küresel rekabet baskısı altında oldukları belirtilmiştir. Yıldız ve Alp (2014) Kars kaşar peyniri kümesinin rekabet etme düzeyini incelemişlerdir. Araştırmada kümenin rekabet gücünün düşük ve istenen düzeyde olmadığı ifade edilmiştir.

İstanbul Kuyumcukent örneğinde kümelenmenin KOBİ'lerin ihracat performansına etkisini inceleyen Şahin (2016) kümelenmenin KOBİ'lerin rekabet gücüne ve ihracat performansına katkı sunduğu sonucuna varmıştır. Duman (2017) Adıyaman'daki tekstil kümelenmesi örneklemini üzerinden kümelenmenin ilgili sektöre faydalarını tespit etmeye çalışmıştır. Çalışma sonucunda kümelenmeden yeterince yararlanılmamakla birlikte kümelenmenin istihdam ve göç gibi konularda Adıyaman'a fayda sağladığı ortaya konulmuştur. Yellice (2017) Bursa tekstil kümesinde firma ihracat süreçlerini belirleyen faktörleri kümelenme kapsamında incelediği çalışmasında kümelenmenin sağladığı avantajlardan yararlanma durumunun ihracat yapan ve yapmayan firmalar için benzer düzeyde olduğu belirtilmiştir.

Yukarıda zikredilen bu çalışmalara mukabil ikinci gruptaki çalışmalar kapsamında Keskin (2009), Erkut (2011), Mirza (2015), İmer (2015), Çetin (2018), Ceyhan ve Özcan (2018) ve Karahan (2019) tarafından yapılan çalışmaları sıralamak mümkündür. Zira bu çalışmalarda var olan kümelenmeden çok bir sektördeki kümelenme düzeyi veya potansiyeli ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Mesela Keskin (2009) gerçekleştirdiği çalışmasında Isparta orman ürünleri endüstrisi sektöründeki kümelenme potansiyelini belirlemeye çalışmıştır. Çalışma neticesinde sektörde gizli ve gelişmemiş bir kümelenmenin var olduğu ve dikey kümelenmenin baskın geldiği diley getirilmiştir. Bu nedenle yatay kümelenmeyi sağlayacak ve dikey-yatay kümelenmenin dengeli olacağı kamu politikalarının uygulanması gerektiği altı çizilmiştir. Erkut (2011) Aydın ilindeki kümelenme potansiyeli olan alanları belirlemek için yaptığı çalışmada 87 sektörde kümelenme potansiyelinin olduğunu ve bu sektörlerde kümelenmenin etkin olması durumunda sektörlere hem bölgesel hem de ulusal bazda rekabet avantajı sağlayacağını tespit etmiştir.

İzmir'in medikal turizminde kümelenme incelemesi yapan Mirza (2015) araştırma sonucunda, İzmir için önerilen medikal turizm kümelenmesi modeli etkin olması durumunda tek bir turistik ürün ile ilgili bir destinasyon kalkınması ve çekim gücü

oluşturarak diğer turistik ürünlerin gelişmesine öncülük edeceğini dile getirmiştir. Çetin (2018) ise Batı Akdeniz Bölgesi (Antalya, Isparta ve Burdur)'ndeki güneş enerji sistemleri ile ilgili faaliyette bulunan işletmelerin kümelenme düzeylerini ortaya koymaya çalışmıştır. Çalışma sonucunda sektörde kümelenmenin etkin olması durumunda bölgesel ekonomik kalkınmaya katkılar sunacağı söylenilmiştir.

Benzer şekilde Bartın ili ayakkabıcılık sektöründe faaliyette bulunan firmaların kümelenme potansiyelini inceleyen Ceyhan ve Özcan (2018) sektörde küme potansiyelinin olduğunu tespit etmişlerdir. Karahan (2019) çalışmasında İstanbul denizcilik sektöründe kümelenme düzeyini ve kümelenmenin firma performansına etkisini incelemiştir. Araştırma neticesinde sektörde kümelenme potansiyelinin yüksek olduğu fakat tam kurumsallaşmış ve gelişmiş bir kümelenme düzeyinin olmadığı ifade edilmiştir.

İncelenen çalışmalar için ortak noktanın belli bir sektörde kümelenmenin etkin olması durumunda hem firmalara hem de bulunduğu bölgeye birçok açıdan katkı sunması şeklinde olduğu ifade edilebilir. Bununla birlikte literatürde mevcut kümelerin etkisinden ziyade bir sektördeki kümelenme düzeyini/potansiyelini ortaya koyan çalışmaların nispeten daha az olduğunu da söylemek mümkündür. Bu nedenle bu çalışmada da bir sektördeki kümelenme düzeyinin ortaya konulması hedeflenmiş ve çalışmanın bu yönüyle ilgili literatüre katkı sunması öngörülmüştür.

#### **IV. Çalışmanın Amacı ve Önemi**

Çalışmada temel amaç; Batman ilindeki tekstil firmalarının kümelenme düzeyini ve kümelenmenin yerel ekonomiye sağlayacağı olası katkılar tespit etmektir. Tekstil sektörü ile ilgili firmaların son yıllarda Batman'da giderek artması çalışmanın hazırlanmasında etkili olmuştur.

Zira yerel ekonomik kalkınma sürecinde büyük bir problem olan işsizliğin Batman'da giderek artması emek yoğun yatırımların Batman'a çekilmesine neden olmuştur. Bu doğrultuda tekstil sektörüne verilen teşvikler ile sektördeki firma sayısı giderek artmıştır. Diğer bir anlatımla sektörün istihdam oluşturma avantajı göz önünde bulundurulmuş ve işsizlik probleminin çözümü olacağı bir alan olarak değerlendirilmiştir (DİKA, 2019, s.23-24). Bu sebeple Batman'da giderek artan tekstil firmaların daha rekabet edebilir ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulması açısından kümelenme düzeyinin ortaya konulması önemli görülmüş ve çalışma alanı seçilmiştir.

#### **V. Yöntem**

Çalışmanın ana kütlesi Batman Ticaret ve Sanayi Odası (BATSO)'na kayıtlı ve Batman merkezde faaliyet gösteren 167 tekstil firmasıdır. Bu ana kütle üzerinden eksiksiz 117 tane firmaya ulaşılarak anketler uygulanmıştır<sup>1</sup>. Çalışmada kullanılan anket formu literatürde daha önce Karayel (2010), Kocaoğlu (2013), Oral (2014), Tiryaki (2015), Duran (2015), Özcan (2017), Çayın (2017), Çetin (2018) ve Atalay (2019)

<sup>1</sup>Anket uygulanacak gerekli firma sayısı [www.anketcozumu.com](http://www.anketcozumu.com) adresinden hesaplanmıştır.

tarafından yapılmış çalışmalar referans alınarak hazırlanmıştır. İlgili literatürdeki bazı çalışmalarda kümelenme ile ilgili farklı soruların sorulduğu görülmektedir. Burada ise kümelenmeyi daha kapsayıcı sormak için kümelenme ile ilgili sorular A ve B olmak üzere iki kategoride hazırlanmıştır. Daha sonra 117 anketten elde edilen veriler ile istatistiki analizler gerçekleştirmiş ve bulgular değerlendirilmiştir.

## VI. Verilerin Analizi

### A. Firmaların Tanımlayıcı Özellikleri

Örneklemdaki tekstil firmalarına tanımlayıcı özellikleri kapsamında bazı sorular sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 1`de verilmiştir. Tablodan firmaların büyük bir oranının (%47,4) 2011-2019 yılları arasında kurulduğu görülmüştür. Bu da örneklemdaki firmaların büyük bir kısmının piyasada yeni olduklarını göstermektedir. Tekstil firmalarının işletme statüsü irdelendiğinde; limited şirketlerinin (%62,4) en fazla, anonim şirketlerinin (%14,5) ise en az olduğu gözlemlenmiştir. Hem iç piyasa hem de her iki piyasaya hizmet veren firmaların eşit oranda (%46,2) buna mukabil dış piyasaya çalışan ise sadece 9 firmanın olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla uluslararası çapta çalışan firmaların azınlıkta olduğu, firma satışlarının daha çok ülke içinde gerçekleştiğini ifade etmek mümkündür.

Katılımcı tekstil firmalarında 51-100 ve 101-150 arası personel çalıştıran tekstil firmalarının en büyük orana (%38,5) sahip oldukları saptanmıştır. En küçük oran ise %11,1 ile 0-50 arası personel çalıştıran firmalara ait olduğu anlaşılmıştır. Örneklem firmalarının %86,3`ünün siparişe göre üretim buna karşın %4,3`nün ise parti üretim ve seri üretim yaptığı gözlemlenmiştir. Bu bilgiler ışığında söz konusu firmaların daha çok başka firmalardan aldıkları sipariş üzerine üretim yaptıkları diğer bir anlatımla diğer firmalar adına üretim gerçekleştirdiklerini söylemek mümkündür. Firmaların satış şekli incelendiğinde; en yüksek satış şeklinin %67,5 ile müşterinin talep ettiği marka şeklinde olduğu saptanmıştır. Kendi markaları ile satış yapan firma sayısının sadece 3 (%2,6) olduğu belirlenmiştir. Bu bilgiler firmaların kendi markasından ziyade daha çok başka firmalar adına üretim yaptıklarının kanıtı olarak değerlendirilebilir.

**Tablo 1.** Firmaların Tanımlayıcı Özellikleri

Özellikler	Frekans (n)	Yüzde (%)
<b>Kuruluş Yılı</b>		
1990-2000	9	7,7
2001-2010	52	44,4
2011-2019	56	47,9
Toplam	117	100
<b>İşletme Statüsü</b>		
Şahıs Şirketi	27	23,1
Limited	73	62,4



Anonim	17	14,5
Toplam	117	100
<b>Çalıştığı Piyasa</b>		
İç Piyasa	54	46,2
Dış Piyasa	9	7,7
Her İkisi	54	46,2
Toplam	117	100,0
<b>Çalışan Personel Sayısı</b>		
0-50	13	11,1
51-100	45	38,5
101-150	45	38,5
151 ve Üstü	14	12,0
Toplam	117	100
<b>Üretim Şekli</b>		
Parti Üretim	5	4,3
Siparişe Göre Üretim	101	86,3
Seri Üretim	5	4,3
Diğer	6	5,1
Toplam	117	100
<b>Satış Şekli</b>		
Kendi Markası İle	3	2,6
Müşterinin Talep Ettiği Marka İle	79	67,5
Her İkisi	35	29,9
Toplam	117	100,0

### B. Kümelenme Düzeyi (A)

Katılımcı firmaların kümelenme düzeyini belirlemek adına A grubunda 7 tane soru sorulmuş ve bu sorulara ilişkin cevaplar Tablo 2`de sunulmuştur. Tablo irdelendiğinde; tekstil firmalarında kullanılan makine ve teçhizatların satın alındığı kişiler veya firmaların %44,4 ile daha çok farklı bölge ve farklı ildeki kişi veya firmalar olduğu anlaşılmıştır. Buna karşın aynı sanayi bölgesinden hiç alınmadığı belirlenmiştir. Makine ve teçhizatlarla ilgili yedek parça alınan kişi veya firmaların ise daha çok (%47,0) aynı ilde olduğu saptanmıştır. Aynı sanayi bölgesinde olan firma oranları (%17,9) da dikkatte alındığında firmaların yedek parçalarını genellikle aynı ilden satın aldığı anlaşılmaktadır. Benzer durum firmaların makine ve teçhizatlarla ilgili bakım hizmeti için de geçerlidir. Zira toplam 110 firmanın bu hizmetleri aynı il (96) ve aynı sanayi bölgesinde (14) temin ettikleri görülmüştür.

Tabloda kullanılan hammadde veya yarı mamullerin satın alınan kişiler veya firmalara yönelik sonuçlarda ise en yüksek oranın (%53,8) farklı bölge farklı il olduğu, en düşük oranın ise (%17,1) aynı il olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Aynı sanayi bölgesinde hiç olmadığı dikkatte alındığında firmaların genellikle üretimlerini gerçekleştirmek için il dışındaki kişi ve firmalardan hammadde ve yarı mamul satın aldığı tespit edilmiştir. Benzer bir durumun nakliye ve taşıma hizmeti satın alınan kişiler ve firmalar açısından da geçerli olduğu anlaşılmaktadır. Ürünlerin satıldığı kişiler veya

firmaların sonuçları irdelendiğinde; en büyük oranın (%51,3) farklı bölge farklı ile ait olduğu buna karşın en küçük oranın (%6,0) ise yurt dışına ait olduğu belirlenmiştir. Son olarak firmaların %75,2'sinin aynı ildeki firmaları rakip olarak gördüğü ortaya çıkmıştır. Buna mukabil yurt dışındaki ve farklı bölgelerdeki firmaları rakip olarak gören hiçbir firmanın olmadığı saptanmıştır. Böylece aynı sektörde ve yakın coğrafyadaki (aynı sanayi bölgesi veya aynı il) firmaların birbirine rakip olmaktan çok iş birliği içerisinde olarak uluslararası düzeyde rekabet etmeleri gerektiği dikkatte alındığında firmaların kümelenme düzeyinin oldukça düşük olduğunu söylemek mümkündür.

**Tablo 2.** Kümelenme Düzeyi A

	ASB	Aİ	ABFİ	FBFİ	YD	Toplam
	N/%	N/%	N/%	N/%	N/%	N/%
Kullanılan makine ve teçhizatların satın alındığı kişiler veya firmalar	0/0	28/23,9	36/30,8	52/44,4	1/0,9	117/100
Makine ve teçhizatlarla ilgili yedek parça alan kişi veya firmalar	21/17,9	55/47,0	15/12,8	26/22,2	0/0	117/100
Makine ve teçhizatlarla ilgili bakım hizmeti sağlayan kişi ve firmalar	14/12,0	96/82,1	2/1,7	5/4,3	0/0	117/100
Kullanılan hammadde veya yarı mamullerin satın alan kişiler veya firmalar	0/0	20/17,1	34/29,1	63/53,8	0/0	117/100
Nakliye ve taşıma hizmeti satın alınan kişiler ve firmalar	0/0	18/15,4	33/28,2	59/50,4	7/6,0	117/100
Ürünlerinizi sattığınız kişi veya firmalar	0/0	13/11,1	37/31,6	60/51,3	7/6,0	117/100
Rakiplerinizi olan üretici veya firmalar	25/21,4	88/75,2	4/3,4	0/0	0/0	117/100

*Not: Tablodaki ASB: Aynı Sanayi Bölgesi, Aİ: Aynı İl, ABFİ: Aynı Bölge Farklı İl, FBFİ: Farklı Bölge Farklı İl, YD: yurt Dışını Temsil etmektedir.*

### C. Kümelenme Düzeyi (B)

Firmalardaki kümelenme düzeyini tespit etmek için B kategorisinde sorulan 17 soruya ilişkin yanıtlar sırasıyla tablolarda verilmiştir. Tablo 3'te ildeki diğer firmalar ile iş birliği düzeyi sorusuna verilen yanıtlarda en büyük oranın (%45,5) "düşük" şıkkına ait olduğu buna karşın "çok iyi" diyen katılımcı firma sayısının ise sıfır (0) olduğu anlaşılmıştır. Kısacası katılımcı firmaların diğer firmalar ile ilişkilerinin zayıf olduğu görülmektedir. Bölgenizdeki diğer firmalar ile ortak iş birliği ve iş yapma durumunda da genel durumun kötü olduğu anlaşılmaktadır. Çünkü katılımcı firmaların sadece %3,4'ü ortak iş birliğinin "iyi" düzeyde olduğunu ifade etmiştir. Firmalar açısından diğer firmalara olan güven düzeyi incelendiğinde; "çok düşük" ve "düşük" cevaplarının çok fazla olduğu belirlenmiştir. Yani firmalar açısından güvenin henüz sağlanmadığı söylenilebilir.

Firmaların ulusal çaptaki pazar payına ilişkin yanıtlarda en yüksek oranın %44,4 ile "düşük", en düşük oranın ise % 0,9 ile "çok iyi" olduğu tespit edilmiştir. Firmaların il ve

bölgedeki kamu kurum ve kuruluşlar ile ortak iş birliği ve iş yapma düzeyi sorusunda “orta” ve “iyi” şeklinde cevaplayan katılımcı firma sayısının fazla olduğu anlaşılmıştır. Bu durumun katılımcı firmaların ilgili kuruluşlardan aldığı hibe ve desteklerden kaynaklandığını söylemek mümkündür. Fakat firmaların il ve bölgedeki üniversite, oda, dernek ve STK’lar ile ortak iş birliği ve iş yapma durumuna katılımcı firmaların %39,3’ü “düşük” ve %37,6’sı “çok düşük” olarak cevap verdiği dolayısıyla durumun kötü olduğunu ifade etmek mümkündür.

Aynı durum firmaların mesleki eğitim kurum/kuruluşlar ile STK’lardan eğitim, danışmanlık, tanıtım ve Ar-Ge gibi konulardan faydalanma açısından da geçerlidir. Nitekim bu soruya “orta” diyen katılımcı firma sayısı 42 olsa da “düşük” ve “çok düşük” diyenlerin sayısının da sırasıyla 43 ve 28 olduğu tespit edilmiştir. Kısacası Tabloya bakarak firmaların ildeki kurum ve kuruluşlarla ortak iş birliği ve iş yapma düzeyinin zayıf olduğunu söylemek mümkündür.

**Tablo 3.** Kümelenme Düzeyi B (1)

	Çok Düşük	Düşük	Orta	İyi	Çok İyi	Top
	N/%	N/%	N/%	N/%	N/%	N/%
İldeki diğer firmalar ile iş birliği düzeyi	33/28,2	53/45,3	27/23,1	4/3,4	0/0	117/100
Bölgedeki diğer firmalar ile ortak iş birliği	42/35,9	51/43,6	20/17,1	4/3,4	0/0	117/100
İldeki diğer firmalara olan güven düzeyi	28/23,9	63/53,8	23/19,7	3/2,6	0/0	117/100
Firmaların ulusal çaptaki pazar düzeyi	31/26,5	52/44,4	32/27,4	1/0,9	1/0,9	117/100
İl ve bölgedeki kamu kurum ve kuruluşlar ile ortak iş yapma durumu	1/0,9	16/13,7	53/45,3	43/36,8	4/3,4	117/100
İl ve bölgedeki üniversite, oda, dernek ve STK’lar ile iş yapma durumu	44/37,6	46/39,3	26/22,2	1/0,9	0/0	117/100
Firmaların kurum/kuruluşlar ile STK’lardan eğitim, danışmanlık, tanıtım, Ar-Ge vb konulardan faydalanması	28/23,9	43/36,8	42/35,9	4/3,4	0/0	117/100

Firmaların il ve bölgedeki rekabet ortamındaki konuma dair soruların yanıtları Tablo 4’e göre değerlendirildiğinde; katılımcı firmalardan %44,4’ü il ve bölgedeki rekabet ortamının “orta” düzeyde olduğunu ifade etmiştir. Yine “Düşük” ve “çok düşük” diyen katılımcı firma sayısı ile “iyi” ve “çok iyi” diyen katılımcı firma sayısının birbirine yakın olduğu saptanmıştır. Rekabet konumuna ise katılımcı firmaların %44,4’ünün “orta” dediği fakat “düşük” ve “çok düşük” diyen katılımcı firma sayısının “iyi” ve “çok iyi” diyen katılımcı sayısından bir hayli fazla olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bilgiler doğrultusunda tekstil firmalarının henüz rekabet edebilme durumuna gelmedikleri ifade edilebilir.

Firmaların ürün kalitesi ve markalaşmada rekabet durumunda en büyük oranın (%41,9) “*düşük*” olduğu buna mukabil en düşük oranın ise (%10,3) “*çok iyi*” olduğu anlaşılmıştır. Firmaların düşük maliyetli ürün üretmedeki rekabet durumu sorusuna yanıt olarak; en büyük oranın (%49,6) “*orta*” olduğu, en düşük oranın ise (%4,6) “*çok iyi*” olduğu tespit edilmiştir. Firmaların yeni ürünler sunmadaki rekabet durumu değerlendirildiğinde; en büyük oranın (%37,6) “*düşük*” olduğu ve en düşük oranın ise (%1,7) “*çok iyi*” olduğu anlaşılmıştır. Böylece firmaların yeni ürün üretmede ve markalaşmada geri kaldıkları söylemek mümkündür. Tabloda görüldüğü üzere katılımcı firmalar yeni teknolojileri takip etme ve kullanma durumu sorusuna en yüksek oranda (%42,7) “*orta*” düzeyde olduğunu belirtmişlerdir. Firmaların Ar-Ge kullanım düzeyi sorusuna ise en yüksek oranda (%46,2) “*orta*” dedikleri anlaşılmıştır. Bununla birlikte “*düşük*” ve “*çok düşük*” diyen katılımcı firma sayısının “*iyi*” ve “*çok iyi*” diyen katılımcı firma sayısından daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca firmaların son yıllarda ilgili sektöre yeni ürün, teknoloji ve iş getirme durumu sorusuna verdikleri cevapların oranları Ar-Ge kullanım düzeyi oranlarıyla benzer olduğu saptanmıştır.

Firmaların markalaşma düzeyine yönelik cevaplarda da firmalardaki markalaşma düzeyinin genel olarak zayıf olduğu görülmektedir. Firmaların tanıtım faaliyetleri ve fuarlara katılım düzeyi durumunda “*düşük*” ve “*çok düşük*” diyenlerin sayısının toplam 78 olduğu buna karşın “*iyi*” diyenlerin sayısının ise 3 olduğu anlaşılmıştır.

**Tablo 4.** Kümelenme Düzeyi B (2)

	<b>Çok Düşük</b>	<b>Düşük</b>	<b>Orta</b>	<b>İyi</b>	<b>Çok İyi</b>	<b>Top</b>
	<b>N/%</b>	<b>N/%</b>	<b>N/%</b>	<b>N/%</b>	<b>N/%</b>	<b>N/%</b>
Bulunulan il/bölgedeki rekabet ortamı düzeyi	3/2,6	31/26,5	52/44,4	25/21,4	6/5,1	117/100
Rekabet ortamında firmaların rekabet konumu	5/4,3	37/31,6	52/44,4	23/19,7	0/0	117/100
Firmaların ürün kalitesi ve markalaşmada rekabet durumu	12/10,3	49/41,9	40/34,2	16/13,7	0/0	117/100
Firmaların düşük maliyetli ürün üretmedeki rekabeti	6/5,1	24/20,5	58/49,6	26/22,2	3/2,6	117/100
Firmaların yeni ürünler sunmadaki rekabet durumu	14/12,0	44/37,6	41/35,0	16/13,7	2/1,7	117/100
Firmaların yeni teknolojileri takip etmesi ve kullanması	2/1,7	19/16,2	50/42,7	30/25,6	16/13,7	117/100
Firmalarda Ar-Ge kullanım düzeyi	18/15,4	29/24,8	54/46,2	15/12,8	1/0,9	117/100
Firmalarda son yıllarda ilgili sektöre yeni bir ürün, teknoloji ve iş getirme durumu	18/15,4	29/24,8	54/46,2	15/12,8	1/0,9	117/100
Firmalarda markalaşma düzeyi	51/43,6	40/34,2	25/21,4	1/0,9	0/0	117/100
Firmalarda tanıtım faaliyetleri ve fuarlara katılımı düzeyi	36/30,8	42/35,9	36/30,8	3/2,6	0/0	117/100

Özetlenecek olunursa kümelenme düzeyi B kategorisindeki sorulara ilişkin cevaplar katılımcı firmaların kümelenme düzeyinin oldukça düşük olduğunu göstermektedir.

#### D. Kümelenmenin Etkin Olması Durumunda Yerel Ekonomik Kalkınmaya Olası Etkileri

Katılımcı firmaların kümelenmenin etkin olması durumunda firmalara veya yerel ekonomik kalkınmaya olası etkileri ile ilgili cevapları Tablo 5 ve Tablo 6'da verilmiştir. Tablo 5'te "kesinlikle evet", "evet" ve "kısmen" cevapların oranları dikkatte alındığında katılımcılara göre kümelenmenin maliyetleri azaltmaya katkısının yüksek olduğu görülmektedir. Yani katılımcı firmaların geneli kümelenmenin maliyetleri azaltacağı kanaatini taşımaktadır. Benzer şekilde katılımcıların büyük çoğunluğu kümelenmenin daha fazla istihdam sağlayacağını ifade etmiştir. Zira bu soruya "hayır" ve "kesinlikle hayır" diyen hiçbir katılımcının olmadığı saptanmıştır. Kümelenmenin kaynak ve zaman israfını önleyeceği sorusuna verilen yanıtların önceki sorunun yanıtına yakın olduğu anlaşılmaktadır.

Yatırım ortamının ve kapasite kullanımının artmasında etkili olması sorusuna "evet" ve "kesinlikle evet" yanıtların oranı %67,6 olduğu, buna mukabil "hayır" diyenlerin oranı ise %6,0 olduğu belirlenmiştir. Tabloda girişimcilik düzeyinin yükselmesinde etkili olacaktır sorusuna yanıt olarak; en yüksek oranın (%46,2) "evet", en düşük oranın ise (%6,8) "hayır" olduğu anlaşılmıştır. Kümelenmenin firmaların üretim ve verimliliğinde etkili olması durumuna ise sadece 8 katılımcının "hayır" dediği gözlemlenmiştir.

Rekabet ortamını geliştirmesi ve haksız rekabeti engellemede etkili olması sorusuna %39,3 ile en yüksek oranın "kısmen" yanıtının olduğu saptanmıştır. Tabloda sadece 7 katılımcı firmanın "hayır" dediği dolayısıyla katılımcıların büyük çoğunluğu kümelenmenin etkin olması durumunda yeni girdi ve teknolojinin temini ve kullanılmasında etkili olacağı kanaatindedir. Firma ile ilgili iş ve işlemlerde bürokratik engellerin azaltılmasında etkili olması sorusuna ise "kesinlikle hayır" ve "hayır" olarak yanıtlayanların önceki sorulara nispeten daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Fakat "kısmen" diyenlerin sayısı da hesaplandığında genel olarak bürokratik engellerin azaltılmasında etkili olacağı görüşü hâkimdir. Son olarak katılımcıların büyük çoğunluğuna göre kümelenmenin firma ihracatlarının artmasında etkili olacağı görüşünde olduğu tespit edilmiştir. Nitekim "hayır" diyen katılımcı sayısının sadece 6 olduğu görülmektedir.

**Tablo 5.** Kümelenmenin Yerel Ekonomik Kalkınmaya Olası Etkileri (1)

	Kes Evet	Evet	Kısmen	Hayır	Kes Hayır	Top
	N/%	N/%	N/%	N/%	N/%	N/%
Maliyetleri azaltmada etkili olması	32/27,4	39/33,3	42/35,9	4/3,4	0/0	117/100
Daha fazla istihdamda etkili olması	38/32,5	46/39,3	33/28,2	0/0	0/0	117/100
Kaynak ve zaman israfını önlemesi	28/23,9	56/47,9	29/24,8	3/2,6	1/0,9	117/100
Yatırım ortamı ve kapasite kullanımını arttırması	34/29,1	45/38,5	31/26,5	7/6,0	0/0	117/100

Girişimcilik düzeyinin yükselmesinde etkili olması	28/23,9	54/46,2	27/23,1	8/6,8	0/0	117/100
Üretim ve verimliliğinin artmasında etkili olması	38/32,5	46/39,3	25/21,4	8/6,8	0/0	117/100
Rekabet ortamını geliştirmesi, haksız rekabeti engellemesi	15/12,8	32/27,4	46/39,3	20/17,1	4/3,4	117/100
Yeni girdi ve teknoloji kullanılmasında etkili olması	33/28,2	56/47,9	21/17,9	7/6,7	0/0	117/100
Firma ile ilgili işlerde bürokratik engelleri azaltması	5/4,3	38/32,5	46/39,3	27/23,1	1/0,9	117/100
Firma ihracatlarının artmasında etkili olması	41/35,0	39/33,3	31/26,5	6/5,1	0/0	117/100

Firmaların satış ve karlılığın artmasında etkili olması durumuna en yüksek oranın %38,5 ile “*evet*” olduğu buna mukabil en düşük oranın ise %8,5 ile “*hayır*” olduğu tespit edilmiştir. Kamu teşvik ve hibelerden daha fazla yararlanarak ucuz kaynak sağlanmasında etkili olmasında “*kısmen*” diyenlerin en yüksek oranda (%33,3), “*Kesinlikle hayır*” diyenlerin ise en düşük oranda (%1,7) olduğu gözlenmiştir. Kümelenmenin gerek firmaların yurt içi ve yurt dışı tanıtım, fuar faaliyetleri ile pazar payının artırmasında gerekse uluslararası rekabet gücünün yükseltilmesinde etkili olacağı katılımcı firmaların büyük bir çoğunluğu tarafından kabul görmektedir. Zira bu iki soruya “*hayır*” diyen sadece 12 katılımcı bulunmaktadır.

Kümelenmenin firmalarda yenilik faaliyetleri ile özgün tasarımlar ortaya çıkarmasında ve markalaşmalarında etkili olması ile ilgili yine genel olarak katılımcıların olumlu görüş belirttikleri görülmektedir. Dolayısıyla katılımcıların firma bünyelerinde yeniliklerin, gelişmelerin ve değişimlerin kümelenmeyle birlikte gerçekleşebileceğini düşündüğünü ifade etmek mümkündür. Firmaların eğitim ve danışmanlık hizmetleri alması ve fuarlara katılma gibi faaliyetlerin daha fazla olmasında etkili olacağı ile ilgili soruya etkili olacağı ile ilgili soruya verilen cevaplarda “*kesinlikle evet*” (%41,9) ve “*evet*” (%35) diyenlerin büyük bir oranı teşkil ettiği saptanmıştır. Yine kümelenmenin diğer firmalarla sistematik bilgi alışverişinin gerçekleşmesinde etkili olmasıyla ilgili yanıtların da büyük bir oranda olumlu olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 6.** Kümelenmenin Yerel Ekonomik Kalkınmaya Olası Etkileri (2)

	<b>Kes</b>	<b>Evet</b>	<b>Kısmen</b>	<b>Hayır</b>	<b>Kes</b>	<b>Toplam</b>
	<b>Ev</b>				<b>Hayır</b>	
	<b>N/%</b>	<b>N/%</b>	<b>N/%</b>	<b>N/%</b>	<b>N/%</b>	<b>N/%</b>
Firmaların satış ve karlılığının artmasında etkili olması	37/31,6	45/38,5	25/21,4	10/8,5	0/0	117/100
Kamu teşvik ve hibelerden daha fazla yararlanması	22/18,8	32/27,4	29,33,3	22/18,8	2/1,7	117/100
Firmanın tanıtım, fuar faaliyetleri ile pazar payının artırması	49/41,9	46/39,3	17/14,5	5/4,3	0/0	117/100

Firmanın uluslararası rekabet gücünün yükseltmesi	55/47,0	37/31,6	18/15,4	7/6,0	0/0	117/100
Ortak faaliyetler ile özgün tasarımların ortaya çıkarılması	12/10,3	49/41,9	42/35,9	14/12,0	0/0	117/100
Firmanın markalaşmasında etkili olması	14/12,0	66/56,4	32/27,4	5/4,3	0/0	117/100
Eğitim, danışmanlık ve fuar hizmetlerinde etkili olması	49/41,9	41/35,0	14/12,0	13/11,0	0/0	117/100
Sistemantik bilgi akışında etkili olması	53/45,3	35/29,9	18/15,4	11/9,4	0/0	117/100

## VII. Sonuç

Son dönemlerde üzerine odaklanılan konulardan biri de hem kümede bulunan firmalara hem de kümenin bulunduğu bölgenin/yerelin kalkınmasına sunduğu avantajlardan ötürü sektörel kümelenmedir. Herhangi bir sektörde etkin olması durumunda firmalara üretim, yatırım, istihdam, ihracat ve verimlilik, rekabet gücü, markalaşma gibi birçok açıdan avantaj sunan kümelenmenin aynı zamanda bulunduğu şehrin yerel ekonomik kalkınma sürecine de katkı sağlaması beklenmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada da Batman ili tekstil sektöründe faaliyette bulunan firmalara anket uygulanmak üzere firmalardaki kümelenme düzeyi ve yerel ekonomik kalkınmaya olası etkileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. BATSO`ya kayıtlı merkezdeki 117 firma örneklemindeki anketlerden elde edilen veriler ile istatistiki analizler gerçekleştirilmiştir. Analizler sonucunda kümelenme ile ilgili iki farklı kategoride sorulan sorulara ilişkin cevapların büyük çoğunlukla olumsuz olduğu belirlenmiştir. Diğer bir anlatımla Batman tekstil sektöründe kümelenme düzeyinin çok düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte kümelenmenin etkin olması durumunda şehrin kalkınmasına olumlu katkı sunacağı tespit edilmiştir.

Batman tekstil sektöründe kümelenmeyi gerçekleştirecek firma sayısı ve potansiyeli olduğu göz önünde bulundurulduğunda ilgili aktörlerin sektörde kümelenmenin etkin hale getirmesine yönelik strateji ve yatırımların gerçekleştirmesinin elzem olduğu düşünülmektedir. Bir diğer ifadeyle ilgili aktörlerin konu hakkında strateji oluşturmaları, destek ve yatırımlarını bu yönde gerçekleştirmeleri neticesinde hem firmaların daha sürdürülebilir hale gelmesi hem de ilin kalkınma sürecinde gelişme yaşanması öngörülmektedir.

## Kaynaklar

- Alüftekin, N., Yüksel, Ö., Taş, A., Çakar, G ve Bayraktar, F. (2009). "Küresel Krizde Çıkışta Kümelenme Modeli: Tekstil ve Hazır Giyim Modeli Örneği". ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 5(10), 1-19.
- Arıcıoğlu, M. A., Gökçe, Ş ve Koraş, M. (2013). "Kümelenme ve Rekabet Analizi İçin Bir Uygulama". Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 30, 1-18.
- Atalay, E. (2019). KOBİ'lerin Finansman Sıkıntıları: Batman İli Örneği. Batman Üniversitesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Batman: Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Aylward, D ve Glynn, J. (2006). "SME İnnovation Within The Australian Wine İndustry: A Cluster Analysis". *Small Enterprise Research*, 14(1), 42-54.
- Beyaz Kitap (2008).  
[http://www.smenetworking.gov.tr/userfiles/pdf/dcp/Beyaz%20Kitap/Beyaz\\_Kitap.pdf](http://www.smenetworking.gov.tr/userfiles/pdf/dcp/Beyaz%20Kitap/Beyaz_Kitap.pdf).
- Ceyhan, M. S ve Özcan, S. Ö. (2018). "Bölgesel Kalkınmada Kümelenmelerin Rolü: Bartın İli Ayakkabıcılık Sektörü Örneği". *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (1), 141-163.
- Cooke, P. (2002). "Regional İnnovatin Systems: General Findings And Sone New Evidence From Biotechnology Clusters". *The Journal of Technology Transfer*, 27 (1), 133-145.
- Çayın, M. (2017). *Kurumsal Yapı ve Yerel Ekonomik Kalkınma: Erzurum ve Batman Üzerine Bir Saha Araştırması. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- Çetin, A. (2018). *Güneş Enerji Sistemleri Firmalarının Kümelenme Düzeyi: Batı Akdeniz Bölgesi Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Burdur: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- DİKA. (2019). *Dicle Kalkınma Ajansı 2019 Yılı Çalışma Programı. <https://dikanet.dika.org.tr/FileContainer/Web/files/b4d9ade0-90e0-40e7-b26f-5542fe6cca72.pdf>.*
- Duman, P. (2017). *Tekstil Sektöründe Kümelenme: Adıyaman'da Bir Alan Çalışması. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gaziantep: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- Duran, G. (2015). *Bucak İlçesi Mermer Sektörü Kümelenme Düzeyi Üzerine Bir Araştırma. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- Erenler, G., Aluftekin, N., Yüksel, Ö., Taş, A ve Bayraktar, F. (2011). "Denizli Tekstil Hazır giyim Sektörü Bölgesel Yoğunlaşma (Kümelenme) Göstergeleri". *Endüstri Mühendisliği Dergisi*, 23 (2), 2-27.
- Erkut, F.Ç. (2011). *Kümelenme ve Aydın İlindeki Kümelenme Potansiyeli Olan Alanlar. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.*
- Gözek, S ve Emeksiz, F. (2012). "Kümelenme ve Türkiye'de Kırsal ve Tarımsal Kalkınma Açısından Uygulanabilirliği". *Ç.Ü Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 28 (2), 10-21.
- Hulsink, W.,Bouwman, H ve Elfring, T. (2007). "Silicon Valley in The Polder Entrepreneurial Dynamics, Virtuous Clusters and Vicious Firms in The Netherlands and Flanders". *ERIM Report Series Research in Management*. 1-30.



- İmer, H. (2015). Türkiye İmalat Sanayiinde Sektörel Kümelenme ve Rekabet Gücü: Seçilmiş Bölgeler İçin Bir Analiz. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kalfa, V. R ve Yürekli, E. (2016). “Ülke Kalkınmasında Kümelenmenin Örneği ve Türkiye’de Kümelenme Projeleri”. *Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(8), 55-75.
- Karahan, C.B. (2019). Denizcilik Sektöründe Kümelenme Modelleri: İstanbul Denizcilik Kümelenmesi Örneği. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Karayel, S. (2010). Yenilikçi Bir Örgütlenme Modeli Olarak "Kümelenme" ile İşletme Performansı İlişkisi: Ayakkabıcılık Sektöründe Bir Araştırma. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Keşkin, H. (2009). Kümelenme ve Sektörel Bağlantıları Açısından Isparta İli Orman Ürünleri Endüstrisinin Değerlendirilmesi. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Keşkin, H ve Dulupçu, M. A. (2010). “Kümelenmeler: Bir Literatür İncelemesi”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(1), 441-461.
- KOBİ İşbirliği ve Kümelenme Projesi. (2013a). Ağ Oluşturma ve Bölgesel İşbirliği İçin KOBİ’lerin Güçlendirilmesine Yönelik Teknik Yardım. Ekonomi Bakanlığı: Yerel Paydaşlar için Kümelenme Kılavuzu
- KOBİ İşbirliği ve Kümelenme Projesi. (2013b). Ağ Oluşturma ve Bölgesel İşbirliği İçin KOBİ’lerin Güçlendirilmesine Yönelik Teknik Yardım. Ekonomi Bakanlığı: Küme Geliştirme Sürecinde UR-GE Projesi Hazırlama ve Uygulama Kılavuzu
- Kocaoğlu, İ. U. (2013). Firma Rekabet Gücünü Artıran Faktörler ve Kümelenme Yaklaşımı: Türkiye Doğal Taş Kümelenmelerinin Rekabet Gücü Açısından İncelenmesi. (Yayımlanmamış Doktora Tezi) İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kunt, İ. V. (2010). KOBİ’lerin Rekabetçi Avantaj Sağlamalarında Kümelenme Stratejisinin Rolü ve Bir Uygulama. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.
- Mirza, N. (2015). İzmir Medikal Turizm Kümelenme Potansiyeli. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Oral, M. (2014). Kümelenme Yaklaşımının Firma Performansına Etkisi: Ankara Ostim Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özcan, Ö.S.(2017). Bölgesel Kalkınmada Kümelenmelerin Rolü: Bartın İli Ayakkabıcılık Sektörü Üzerine Bir Alan Araştırması. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bartın: Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Pandit, N. R., Cook, G. A.S ve Swann, P. G. M. (2001). "The Dynamics of Industrial Clustering in British Financial Services". *Service Industries Journal*, 21(4), 33-61.
- Porter, M. E. (1990). "The Competitive Advantage of Nations". *Harvard Business Review*. 68(2), 73-93.
- Porter, M. E. (1998). "Clusters and The New Economics of Competition". *Harvard Business Review*. 76 (6), 77-90.
- Porter, M. E. (2003). "The Economic Performance of Regions". *Regional Studies*, 37, (6-7). 549-578.
- Rantahalvari, P. (2010). *Systematic Leadership and Innovation Management in Northern Central Sweden – Case Study*, General Directorate for Regional Policy, European Commission
- Suçin, T. (2020). *Kümelenme ve Yerel Ekonomik Kalkınma: Batman Tekstil Sektöründe Kümelenme Düzeyinin Belirlenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Batman: Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şahin, Ş. (2016). *Kümelenmenin KOBİ'lerin İhracat Performansına Etkisi: Kuyumcukent Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü.
- Tiryaki, M. E. (2015). *Kümelenme Yaklaşımı Çerçevesinde Mekânsal Yoğunlaşma-Rekabet İlişkisi: İstanbul Merter Tekstil Merkezi Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Tutar, F., Tutar, E ve Eren, M. V. (2011). "Bölgesel/Yerel Ekonomik Kalkınmanın Popülerleşen Yeni Aktörü: Kümelenme". *Akdeniz Üniversitesi Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 3(2), 94-116.
- Yellice, B.(2017). *Kümelenme ve İhracat Süreci: Bursa'da Tekstil Kümesine Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Erzurum Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldız, S ve Alp, S. (2014). "Bir Kümelenme Örneği Olarak Kars Kaşar Peyniri Endüstri Kümesi". *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1, 249-272.
- Zielke, P ve Waibel, M. (2014). "The Governance of Spatial-Economic Restructuring in Contemporary China: The Case of Textile Clusters". *Pacific Geographies*, 42, 22-27.