


# Kümelenme Stratejisi ile KOBİ'lerin İhracat Performansı İlişkisinin İncelenmesi

Ayşegül Öztürk\* 

Uluslararası Ticaret Bölümü, İşletme Enstitüsü, Sakarya Üniversitesi, Türkiye

## ÖZ

Türkiye ekonomisinde %90'dan fazla bir paya sahip olan KOBİ'lerin ihracatta elde ettiği kazancın potansiyelinin altında olması, ihracat bağlamında uygulanan politikaların incelenmesini gerekli kılmaktadır. Literatürde uluslararası pazara hakim olan devletler incelendiğinde ulusal ve yerel boyutlarda uygulanan kümelenme politikaları dikkat çekmektedir. Küme stratejisi uygulayan KOBİ düzeyindeki firmaların rakiplerine oranlara önemli avantajlar elde ettikleri düşünülmektedir.

Bu çalışmada kümelenme ile ihracat performansı arasındaki ilişki analiz edilmek amacıyla, Ticaret Bakanlığı tarafından yayımlanan 2019 yılı Devam Eden URGE Projeleri listesinde yer alan ve 2016 yılında onaylanmış kümeler içerisinde çalışmaya katılmayı kabul eden 27 firma ile görüşülmüştür. Söz konusu firmalardan, online anket yönteminden yararlanılarak veri toplanmıştır. Küme firmalarının faaliyet gösterdikleri sektörler, satışlarındaki ihracat temsil oranları, ihracat yapılan ülke sayıları ve firmaların ihracat başarı düzeyleri değerlendirilmiş elde edilen veriler oluşturulan temalar yoluyla sıklık analizine tabi tutulmuştur.

Firmaların vermiş oldukları yanıtlardan yola çıkılarak elde edilen bulgulara göre örnekleme oluşturan firmaların dörtte birinin yüksek katma değere sahip makine sektöründe faaliyet gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. İhracat odaklı bir kümelenme stratejisinde rekabet düzeyi yüksek sektörlerin belirlenmesi ve bu sektörlerle yönelik politika uygulanması bu bağlamda önemsenmektedir. Diğer yandan, küme firmalarının tamamının KOBİ ölçeğinde ve nispeten küçük ölçekli firmalar arasında yer aldığı ve gerçekleşen ihracatlarının büyük çoğunluğunun az sayıda farklı ülkelere ulaştırabildiği sonucu görülmüştür. Küme kaynaklarından optimum düzeyde yararlanarak benzer sektör firmalarının tecrübeleri doğrultusunda pazara giriş risklerinin azaltılması KOBİ'ler için önemli avantajlardan biridir. Elde edilen önemli sonuçlardan bir diğeri ise küme içinde yer alan firmaların mevcut ihracatlarını yeterli başarı düzeyinde görmüyor olmalarıdır. Küme kaynaklarının etkin ve verimli şekilde kullanılabilmesi için üniversiteler ve Ar-Ge kuruluşları ile işbirliği artırılmalı ve firmalara ihracat bağlamında etkin kaynak kullanımı doğrultusunda danışmanlık hizmetleri önem kazanmalıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Kümelenme, KOBİ, İhracat Performansı, Devlet Teşvikleri

## The Examining of Relationship Between Clustering Strategy and SME's Export Performance

### ABSTRACT

SMEs with a share of more than 90% in the Turkish economy for export is below the potential, which requires a review of policies in the context of export. When the states that dominate the international market are examined in the literature, the cluster policies applied at national and local levels draw attention. It is believed that SME-level firms that implement a cluster strategy gain significant advantages over their competitors.

\* Sorumlu Yazar e-mail: aysegul.ozturk5@ogr.sakarya.edu.tr

In this study, in order to analyze the relationship between clustering and export performance, 27 companies, among the clusters approved in 2016, included in the 2019 Ongoing URGE Projects list published by the Ministry of Commerce, were interviewed. Data were collected from these companies using the online survey method. The sectors in which the cluster companies operate, their export representation rates in their sales, the number of countries exported to and the export success levels of the companies were evaluated. The data obtained were subjected to frequency analysis through the themes created.

Based on the answers given by the companies, it is concluded that one fourth of the companies operate in the machinery sector with high added value. In this context, determining highly competitive sectors and implementing policies towards these sectors in an export-oriented cluster strategy are considered important. On the other hand, it is seen that all cluster firms are among the relatively small sized firms of SME scale and the majority of their exports can reach a small number of different countries. It is one of the important advantages for SMEs to reduce the market entry risks in line with the experiences of similar sector companies by making optimum use of cluster resources. Another important result is that the companies in the cluster do not see their current exports at a sufficient level of success. In order to use cluster resources effectively and efficiently, cooperation with universities and R&D organizations should be increased and consultancy services should gain importance for companies in line with efficient resource use in the context of exports.

**Key Words:** Clustering, SME, Export Performance, Government Incentives

## 1. Giriş

Uluslararası ticaretin geçmişe göre çok daha kolay ve hızlı olabildiği günümüzde ülkeler, uluslararası pazarda mümkün olabildiğince yer edinebilme hedefleri taşımaktadır. Böyle bir ortamda 2019 yılı dünya toplam ihracat değerinin, 18.900 Trilyon ABD Doları olarak gerçekleştiği görülürken (WTS Review, 2020) Türkiye'nin 2019 verilerine bakıldığında ise yalnızca 180 Milyar ABD Doları ihracat değerine sahip olduğu görülmektedir (TUIK, 2020). Bu veriler ışığında Türkiye'nin dünya ihracatından yaklaşık %0,98 değerinde bir pay alabildiği görülmektedir. Diğer taraftan 2000'li yılların başından itibaren kümelenme stratejisini ekonomi politikalarına entegre eden (Obadic, 2013) Avrupa Birliği'nde, emtia ihracatı 2019'da dünya ticaretinin yüzde 30'unu oluşturmuştur (WTS Review, 2020).

Coğrafi yığılmalar firmalara yenilik, üretkenlik, nitelikli personel, altyapı, ihracat sübvansiyonları gibi ihracatı doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyebilecek bir takım avantajlar oluşturmaktadır (Becchetti, 2000), (Antonietti, 2011). Sistematik bir işbirliği ağı oluşturan kümelenme sayesinde firmalar, bilgi transferi, pazara giriş fırsatları ve yüksek ihracat yoğunlukları elde edebilmektedir (Serrano, 2016). Kümelenmenin bel kemiğini oluşturan üç temel avantaj olarak sayabileceğimiz elverişli bilgi ortamı, azaltılmış belirsizlik ve birlikte hareket etme gücü sayesinde firmalar, daha yakın etkileşim, işbirliği, ölçek ekonomileri, daha fazla uzmanlık, daha etkin strateji uygulamaları ve daha fazla yenilik elde edebilmektedir (Jankowska ve diğ. 2017), (Ketels, 2009). Bu etkenler sayesinde yüksek verimliliğe ulaşan firmaların, uluslararası rekabet edebilirlik düzeyinin de yüksek olması beklenmektedir (Porter, 1990).

Diğer taraftan kümelenme içindeki firmalar arasında mevcut olan sıkı bağlantılar nedeniyle, belirli teşviklerden yararlanan firmalar sayesinde, alan ekonomisi bakımından nispeten hızlandıran bir etkiye sahip olacağı düşünülmektedir. Kümeler için toplam istihdam ve gelir kazançları benzer büyüklükteki küme dışı firmalardan daha yüksek olmaktadır (Barkley, 2002). Küme girişim sürecinde, detaylı fizibilite çalışmaları yapılarak; uluslararası rekabet edebilirliği yüksek sektörlerin hangi bölgelerde ne düzeyde konumlandığı, mevcut potansiyelin ve eksiklerin ne olduğu ve bu eksiklerin nasıl giderilebileceği ortaya konarak veriler raporlanmaktadır. Kamu otoriteleri için ortaya konan bu hazır

veriler, değerlendirilerek, hızlı bir teşvik uygulama politikasına dönüşebilmektedir. Bu durumun, kümelerin teşvik destek programlarına ulaşımını kolaylaştırmaktadır.

Bu çalışmanın temel amacı, kümelenmenin Küçük ve Orta Boy İşletmelerin (KOBİ) ihracat performansı üzerindeki rolünün ortaya konarak sorgulanmasıdır. Bu rol ele alınırken küme politikalarının belirleyicisi olan kamu tarafından uygulanan devlet teşvikleri de kümelenme ile ihracat performansı arasındaki ilişki dikkate alınarak çalışmaya dahil edilmiştir.

Bir küme yapısına dahil olmuş KOBİ'ler üzerinde hazırlanan makale, henüz ihracat yapmamış firmaların uluslararası pazara girişini kolaylaştırmak, halihazırda ihracat yapan firmaların ise kapasitelerinin artırılmasının hedeflendiği ve Ticaret Bakanlığı desteği ile yürütülen Uluslararası Rekabetçiliğin Geliştirilmesinin Desteklenmesi Projesi'nde yer alan kümeler göz önüne alınarak oluşturulmuştur.

Makale üç ana bölümden oluşmaktadır. Kuramsal çerçevede; kümelenme kavramı ve kümelerin sınıflandırılması, bu modeli literatüre kazandıran Michael Porter'ın Elmas Modeli, devlet teşvikleri ile kümelenme ve ihracat performansı ile kümelenme ilişkisi ele alınmaktadır. Ayrıca KOBİ'lerin kümelenme ile ilişkisine değinilerek, Türkiye'de KOBİ'lerin ihracat performansı değerlendirilmektedir. İkinci bölüm, çalışmanın uygulama aşamasından oluşmaktadır. Küme firmalarının içinde buldukları yapının oluşturduğu etmenler, ihracat ve kamu teşvikleri bağlamında analiz edilmiştir. Sonuç bölümde ise araştırma bulguları ışığında elde edilen ilişki çıkarımları ortaya konmaktadır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Kümelenme ve Kümelerin Sınıflandırılması

Kümelenme kavramının bugünkü anlamını kazanmasından önce Marshall (1920), sanayinin belli bölgelerde yoğunlaşması anlamını taşıyan yığın kavramını literatüre kazandırmıştır. Sanayi bölgeleri fikrinden geçerek, küme ve kümelenme kavramlarının yöntemli bir şekilde açıklanmaya çalışıldığı ilk çalışma M. Porter tarafından gerçekleştirilmiştir. Porter (1990), bazı ülkelerin diğerlerine göre belirli sektörlerde daha önde olduğu tespitini yaparak bunun nedenini araştırmak istemiş ve bu araştırması sonucunda küme ve kümelenme kavramları ortaya çıkmıştır. Firmaların küresel pazarda varlık göstermesini sağlayan bu kavram, belirli bir alanda konumlanmış, birbiri ile ilişkisi olan şirket ve kurumlar bütünü şeklinde tanımlanmıştır.

Böyle bir yapı içinde yer alan aktörler arası ilişkiler, yatay ve dikey olmak üzere iki farklı yönde gelişim gösterebilmektedir. Aynı ürünü üreten farklı firmalar arasındaki ilişki yatay entegrasyona işaret ederken; ürünlerin ikame nitelikleri açısından firmalar, tedarikçiler ve müşteriler çizgisinde gelişim göstermektedir (Baptista, 2001). Küme içi yatay entegrasyonda firmalar, elde edilen teknoloji ve bilgi transferini başka sektörlerle girişte değerlendirirken; dikey entegrasyonda ise bilgi ve teknoloji sektör içinde uzmanlaşma şeklinde gelişim göstermektedir (Erol, 2013).

Küme kavramını açıklamada kullanılan bir diğer tanımda, yapı içerisinde oluşan ağa dikkat çekilmektedir. Tanım, güçlü bir bağ oluşturan firmaların, bilgi ve yenilik üreten müşteri ve ajansların katma değer üreten bir zincir oluşturması şeklinde geliştirilmiştir (Roelandt ve Den Hertog, 1999; Pyke, 2000).

Tıpkı küme kavramının tanımında olduğu gibi kümelerin sınıflandırılmasında da tek, standart, ve üzerinde fikir birliği olan tek bir küme modelinin olmadığı görülmektedir (Aywlar, 2004). Her ülkenin farklı gelişmişlik düzeyine sahip olması, buna bağlı olarak ortaya çıkan teknoloji ve bilgi gücü, ar-ge ve yenilikçi faaliyetlerin yoğunluğu, hatta ulusal ve kültürel özelliklerin farklılaşması göz önüne alındığında bu çeşitliliğin çok doğal bir yansıma olduğu düşünülmektedir. Aşağıda detaylandırılmış

çalışmalarda sınıflandırmanın temelini, yazarların kümeye yaklaşım biçiminden kaynaklandığı görülmektedir.

Ekonomik aktivitelerinin yoğunlaşma biçimlerine göre kümeler, Frey (2001) tarafından dört farklı başlık altında incelenmektedir:

- *Dikey kümelenme*, yapıyı oluşturan firmaların birbirleri ile sürekli bir ilişki içinde olup aynı ana sektörde birbirini besleyen bir akış oluşturmasıdır.
- *Bölgesel yoğunlaşma*, birbiri ile benzer ekonomik faaliyetler altında aynı bölgede yoğunlaşan firma grupları oluşması durumudur.
- *Ekonomik aktivite yoğunlaşması*, firmaların birbirine etki edecek şekilde ilgili ekonomik aktivitelerinin belirli bir alanda yoğunlaşması şeklinde oluşmaktadır.
- *Teknoloji ve inovasyon kümeleri*, ileri teknoloji gerektiren, araştırma ve geliştirme çalışmalarının temel alındığı, buluşların ön plana çıkarıldığı kümelenme gruplarıdır.

Gelişim basamaklarına göre kümeler M.J.Enright'ın 2000 yılında yapmış olduğu çalışmasında firma düzeyinde uygulanan programların bağlamında şekillenen bir sınıflandırmadır (Möhring, 2005), (Timurçin, 2011):

- *Gizli kümeler*, bu tip kümelerde firmalar kümede kaynaklarını optimum düzeyde kullanamadıklarından, uluslararası rekabet ve dış satım alanlarında küme potansiyeline ulaşamayan firma gruplarını açıklamaktadır. Firmalar arası güven sorunu, gevşek bir ağ, kaynak noksanlığı gibi nedenler, bu durum temelini oluşturmaktadır.
- *Potansiyel kümeler*, birtakım eksikliklerin dışında, kümelenme oluşturabilmek adına gerekli unsurlara kendiliğinden sahip ya da bu unsurların bir araya getirilmesi neticesinde oluşmuş firma gruplarıdır. Bu gruplar mevcut eksikliklerin, (alt yapı, nitelikli insan kaynağı, uzmanlaşma, teknoloji gibi) tamamlanması yoluyla çalışan kümelere dönüşebilmektedir.
- *Politika güdümlü kümeler*, organik olarak bir kümelenmenin oluşması önünde engeller bulunan ve dışarıdan destek sağlanarak oluşturulan kümelere Hükümet eliyle belirlenen bu kümelere desteği sağlayan, devlet kurumlarıdır.
- *Umut beslenen kümeler*, temelde dikkat çeken bir yığın olmayan fakat belirli amaçlar için destekleyici programlar oluşturulan gruplardır. Ülkenin mevcut konumuna göre çok ileri teknoloji ürün hedefli küme grupları buna örnek gösterilebilir.

Markusen tarafından yapılan sınıflandırmaya göre ise kümeler dört farklı başlık altında incelenmektedir. Burada firma özellikleri, küme içi ilişki ve istihdam beklentisi bakımından yapılan ayrıştırma aşağıda bir tabloda açıklanmıştır.

Etki alanları bakımından kümelere bakıldığında, kümelerin yenilikçilik ve üretim bağlantıları değişkenleri üzerinden üç ana başlıkta ayrıştığı görülmektedir. Mikro kümeler; teknoloji, ar-ge ve bilgi transferinin küme firmaları arasında yaşandığı kümeler iken mezo kümeler bilgi transferinin küme içi sektörleri arasında yaşanması; makro kümeler ise ulusal çapta bir sektörel bilgi transferine işaret etmektedir (Hoen, 1998).

**Tablo 1:** *Markusen Kümelenme Tipolojisi*

Küme Tipi	Üye firmaların özellikleri	Küme İçi Bağımlılıklar	İstihdam için Beklentiler
Marshall Tipi	Bölgesel dinamikleri taşıyan, küçük ve orta ölçekli, yenilikçi firmalar	Şirket içi transferler, ortak Ar-Ge çalışmaları, müşterilerin siparişlerini yerine getirmek için ortak varlıklar havuzu	Verilen küme dinamizmine bağlı olarak dış evrimler ve bölgesel girişimcilik adımları
Merkez ve Bildirim Tipi	Birçok küçük tedarikçi tarafından çevrili bir yada birden çok büyük firma	Büyük firmalar, ticari ilişkilerin şartlarını belirler. Diğer firmalar arasında az sayıda etkileşim vardır.	Büyük (merkez) firmalarının evrimi ve başarısına bağlıdır.
Uydu tipi	Büyük ölçekli çok uluslu şirketlerin bağlı ortaklıkları	Firmalar arası düşük temas seviyesi ve küme içi çok sınırlı bir bağlantı bulunur.	Şubelerin büyümesine ve kamu politikalarının başarısına bağlıdır.
Devlet Bağlantılı Küme tipi	Genellikle bir kamu kuruluşunun desteklediği ilgili tedarikçiler ve hizmet şirketleri ile çevrili bir topluluk	Destek kurum, şirketler arası bağların çoğunluğu için merkezi bir noktadır.	Kamu politikasına ve destek kurumunun ek siyasi destek ve finansman sağlama konusundaki göreceli yeteneğine bağlıdır.

**Kaynak:** Ferreira, 2012

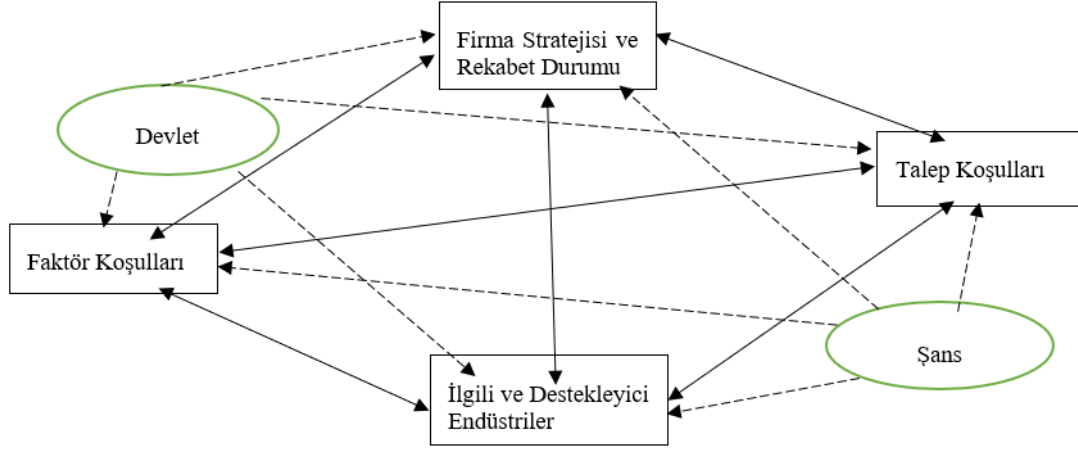
Sektör ayrımı bakımından sınıflandırma, Amin'in (1996) çalışmasında görülmektedir. Amin'e göre kümeler, geleneksel çıktı elde eden *geleneksel küme tipi*; ileri teknoloji kullanılan *teknoloji yoğun küme tipi* ve yüksek uzmanlaşma gerektiren *büyük ölçekli küme tipi* şeklinde ayrılmaktadır.

## 2.2. Michael E. Porter Elmas Modeli

Porter'ın Ulusların Rekabet Üstünlüğü adlı çalışmasında, bazı ulusların/firmaların, bazı sektörlerde neden diğer uluslara/firmalara göre daha üstün konumda olduğu sorusuna cevap aranmış ve ulaşılan sonuçlar, 4 temel başlık altında sıralanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre 1-Faktör koşulları, 2-Talep koşulları, 3-İlgili ve destekleyici endüstriler ve 4-Firma yapısı ve rekabet faktörleri, üstünlük sağlamada anahtar rolü üstlenen faktörler olarak belirlenmiştir. Devlet ve şans faktörü ise destekleyici olarak modelde yerini almıştır. Modeli oluşturan yapı, elmas görüntüsüne benzetilmiş, dolayısıyla model, ismini görüntüsünden almıştır (Yang, 2014).

Şekilde görülen elmas modelin köşelerini oluşturan faktörlerin dördü ana değişkenleri oluştururken, devlet ve şans faktörüne destekleyici rol yüklenmiştir. Faktör koşulları, ülkelerin sahip olduğu nitelikli iş gücü, doğal kaynaklar, alt yapı düzeyi, iklim koşulları, nüfusu ve sermayesi, uzmanlaşma düzeyi gibi temel değişkenlere işaret etmektedir (Alsaç, 2010). Talep koşulları geleneksel olarak, yerel pazarın büyüklüğü bakımından değerlendirilmektedir. Dolayısıyla nispeten az nüfuslu bölgelerde, stratejik pazarlara uzak olan firmaların dezavantajlı konumda olduğu düşünülmektedir. Büyük bir yerel pazarın varlığı sayesinde, yerel şirketin ölçek ekonomisinden faydalanarak rekabet gücünü arttırabileceği değerlendirilmektedir (Porter, 1990). Elmas modeli teorisinde ilgili ve destekleyici endüstriler ile bir endüstri içerisinde yer alan, endüstrinin olanaklarını kullanabilme imkanı olan, aynı zamanda da kullanılacak girdileri sektöre temin eden yerel tabanlı tedarikçi aktörlere işaret edilmektedir (Alsaç, 2010). İlgili endüstrilere yakınlık, dolayısıyla firmaların performansını da arttıracaktır (Pisa, 2014).

Firma stratejisi ve rekabet koşulları; firmaların içyapısı, yerel ortam ve iç piyasa bağlamında incelenmektedir. Firmanın oluşumu, organizasyonun yapısı, yönetim ve iç rekabet ortamının doğası rekabet edebilirliğin önemli belirleyicilerindedir. İç piyasa bakımından düşük rekabet düzeyi çekici algılanabilse de rekabetçi bir ortam, sürekli gelişimin tetikleyicisi olarak rekabetçiliği artırıp uluslararası performansı yükseltecektir (Koç, 2014).



Şekil 1: M. E. Porter Elmas Modeli

**Kaynak:** Yang, 2014

Destekleyici faktörlerden biri olan devlet faktörü bağlamında; sermaye piyasası politikaları, uygulanan teşvikler, altyapı yatırımları, sektörel krediler gibi vasıtalar ile faktör koşulları üzerinde devletin rolüne rastlanmaktadır. Ayrıca ilgili ve destekleyici endüstriler üzerinde vergi politikaları, bürokratik işlem kolaylıkları, hukuki düzenlemeler, ülke mevzuatının yapısı üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır (Alsaç, 2010). Bir diğer değişken şans faktörü açısından bakıldığında; savaşlar, büyük teknolojik değişimler, icatlar, ekonomik dalgalanmalar, döviz kuru şokları ve küresel ekonomik gelişmeler gibi değişkenler firmalar ve ülkelerden bağımsız olarak etkisini göstermektedir. Bu etki firmaların küresel pazardaki pozisyonlarını değiştirmektedir (Pisa, 2014). Modelde yer alan şans faktörü ve devlet faktörü, dört temel faktörden farklı olarak dolaylı etkiye sahiptir ve bu faktörler rekabetçiliği desteklemekle birlikte, sürekli bir rekabet üstünlüğü sağlayamamaktadır (Koç, 2014).

### 2.3. Kümelenmenin Devlet Teşvikleri ve İhracat Performansı İle İlişkisi

Günümüzde kalkınmaya yönelik kamu teşviklerinin belli başlı sektörlerdeki belli başlı firmalara yapılmaktansa, küme özelliği taşıyan, birbirine bağlı birçok farklı sektör ve firmayı barındıran bir tabana sahip oluşumlara yöneldiği görülmektedir. Bu bağlamda kamu desteği sağlanırken, yerel aktörlerin aktif rol oynadığı ve uzun vadeli hedeflerin yer aldığı sistemli projeler tercih edilmektedir (T.C. Küme Kolaylaştırıcıları için Uygulamalı Küme Geliştirme Kılavuzu, 2011). Bölgesel kümeler, sınırlı ekonomik kaynakları en verimli şekilde kullanarak maksimum düzeyde çıktı elde etmeyi hedeflemektedir. Birbirinden bağımsız sektörlerde genişlemek yerine mevcut firmaları geliştirmek, nitelikli personel sayısını arttırmak, küme ile bağlantılı küçük firmaların gelişimine odaklanılmaktadır. Kalkınma girişimlerinin bu şekilde uyarlanması sektör ihtiyaçlarını daha net bir şekilde tanımlanmasına olanak sağlar. Bu da belirli bir teşvik ile daha az sayıda ancak daha yüksek değerde bir program uygulanmasını sağlamaktadır. Kümeler için toplam istihdam ve gelir kazançları benzer büyüklükteki küme dışı firmalardan daha yüksek olmaktadır (Barkley, 2002). Bu gibi nedenler devlet teşviklerinin kümelerle yönelmesine ya da kümelerle yönelik teşvik programlarının oluşturulmasına zemin hazırlamaktadır.

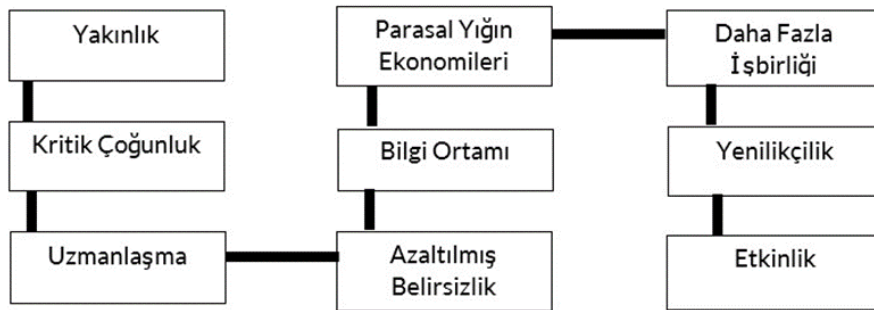
İhracat performansı temelde bir firmanın ihracat stratejisi bağlamında, ürünlerini uluslararası pazara ulaştırma yönündeki ekonomik ve stratejik hedeflerine ulaşabilme düzeyi olarak tanımlanabilmektedir (Yıldırım, 2013). Küme kavramını ortaya atan Porter, ABD'nin lider ihracat firmalarını incelemiş ve bu firmaların yatay ve dikey olarak farklı etkileşim modellerine sahip "küme" olarak tanımlanabilecek bir dizi endüstri grubuna dahil olduklarına işaret etmiştir. Endüstriyel bölgeler ve coğrafi yığılmaların ihracat performansı üzerindeki etkilerinin incelendiği çalışmalarda; kümeler sayesinde elde edilen avantajlar sınanmış ve firma işbirlikleri, inovasyon, nitelikli personel, altyapı, teknoloji transferi etkileri sayesinde üretkenlik ve ihracat performansına olumlu kazanımlar elde edildiği görülmüştür (Becchetti, 2000), (Antonietti, 2011). Gıda sektöründe ihracat yapan firmaların incelendiği başka bir çalışmada, kümelerin ortaya çıkardığı iş birliği ağının, KOBİ'lerin ihracat kararı ve ihracat yoğunluğuna olumlu etkisi olduğu tespiti yapılmıştır (Serrano, 2016).

#### 2.4. Kümelenme ve KOBİ: Türkiye'deki KOBİ'ler

Küçük ve Orta Boy İşletme (KOBİ) kavramının küresel ekonomi bağlamında güncel tek bir tanımı bulunmamaktadır. Bunun temel nedeni işletmelerin buldukları ülkenin ekonomik şartlarından, gelişmişlik seviyesinden ve kurumsal yapısından etkilenerek şekillenmesidir (Serinkan, 2008). Ancak KOBİ'nin tanımlanmasında genel olarak, küresel düzeyde belli başlı değişkenlerin temel alınarak sınıflandırma yapıldığı görülmektedir.

Avrupa Birliği KOBİ tanımında personel sayısı, satış hacmi üst sınırı ve bilanço toplamı üst sınırı değişkenlerini baz almıştır (Web: [www.ec.europa.eu](http://www.ec.europa.eu) , Erişim tarihi: 22.01.2020). Resmi bir KOBİ tanımının yapılmadığı ABD'de, federal bir kuruluş olan Küçük İşletmeler İdaresi istihdam sayısı ve yıllık satış geliri üst sınırı ölçüt olarak kullanılmaktadır (Mecek, 2020). Japonya'nın KOBİ tanımında ise sektör, çalışan sayısı ve sermaye miktarı sınıflandırmada ölçüt olarak kullanılmaktadır (Şahin, 2016).

Günümüzde KOBİ'ler, değişen ve gelişen ekonomik çevrede hayatta kalabilmek için çeşitli ortak girişimler, işbirliği ağı oluşturma ve yeni pazar stratejileri oluşturma çabasıdadırlar (Yenilmez, 2015). Diğer taraftan kümelenmenin bel kemiğini oluşturan üç temel avantaj olarak sayabileceğimiz elverişli bilgi ortamı, azaltılmış belirsizlik ve birlikte hareket etme gücü sayesinde firmalar, daha yakın etkileşim, işbirliği, ölçek ekonomileri, daha fazla uzmanlık, daha etkin strateji uygulamaları ve daha fazla yenilik elde etmektedir. Bu olgulara erişim KOBİ ölçeğindeki firmalar için hayati önem taşıdığından, kümelenme stratejisi belirleyen KOBİ'ler yerel ve uluslararası düzeyde rekabet gücünü arttırarak öne çıkmaktadır (Jankowska ve diğ. 2017). Aşağıdaki tabloda kümelenme stratejisi uygulayan KOBİ'lerin elde etmesi beklenen bileşenler görülmektedir.



Şekil 2: Kümelenme Stratejisinden KOBİ'lerin Beklentileri

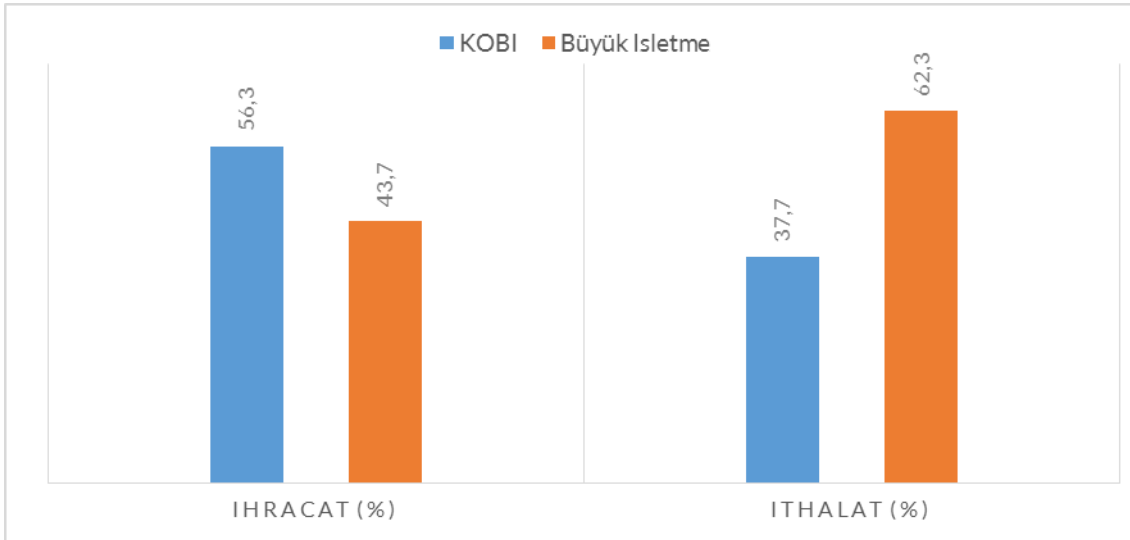
**Kaynak:** (Jankowska ve diğ. 2017)

Ülke ekonomilerinde önemli rolleri bulunan KOBİ'ler bu misyonu yerine getirirken bazı engellerle karşılaşmaktadır. Bunların başında; finansal noksanlıklar, düşük Ar-Ge harcamaları, nitelikli personele

ulaşımında güçlük, teknik yetersizlikler, uluslararası standartları sağlama maliyetleri gibi çeşitli konular yer almaktadır (Jankowiak, 2013). KOBİ'ler bu ve benzeri engelleri aşmada kümelerin kendilerine sunduğu koşulları rekabet düzeyini arttırmada avantaja çevirmektedir. Böylece işlem maliyetlerini düşürmek, sıkı bir iş ağı ile sektördeki rekabeti işbirliğine çevirmek, uluslararası girişimler için riski dağıtabilmek, ortak Ar-Ge maliyetlerini paylaşabilmek gibi birçok avantaj elde edebilmektedir (Timurçin, 2011).

Küresel düzeyde KOBİ'lerin karşı karşıya olduğu şartlar, Türkiye ekonomisinde önemli pay sahibi olan KOBİ ölçeğindeki firmalar için de geçerlidir. Türkiye'de KOBİ'lerin resmi olarak tanımlanmasına bakıldığında, 18 Kasım 2005 sayılı resmi gazete karşımıza çıkmaktadır. Bu tanım, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik'in yayımlanması ile gerçekleştirilmiştir. Söz konusu yönetmelikte KOBİ tanımı "iki yüz elli kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hasılatı veya mali bilançosundan herhangi biri yüz yirmi beş milyon Türk Lirasını aşmayan ve yönetmelikte mikro işletme, küçük işletme ve orta büyüklükteki işletme olarak sınıflandırılan ekonomik birim veya girişimlerdir." şeklinde ortaya konmuştur (25997 sayılı Resmi Gazete).

Geniş bir çerçeveden dünya ekonomilerine bakıldığında; mevcut firmaların sayısal olarak %95 ile %99'u arasının KOBİ düzeyindeki firmalardan oluştuğu, toplam istihdamın %40 ile %80 arasının, ihracatın %10 ile %40 arasının, gayri safi milli hasılanın %30 ile %70 arasının KOBİ'lerden oluştuğu düşünülmektedir (Özdemir vd. 2007). Tam bu noktada KOBİ'lerin Türkiye ekonomisinde kaplamış oldukları alana bakıldığında ise bu ölçekteki firmaların, toplam firma sayısının %99,8'ini oluşturduğu, ayrıca değer bakımından da toplam ithalatın %55,1'ini gerçekleştirecek büyüklükte oldukları görülmektedir (Asgary vd. 2020). İhracat bağlamında değerlendirildiğinde ise aşağıdaki grafikten de görüleceği gibi, işletmelerin girişim özelliklerine göre ülkemizin toplam ihracatının %56,3'ü; ithalatın ise %37,7'si KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmiştir (TÜİK, 2019).

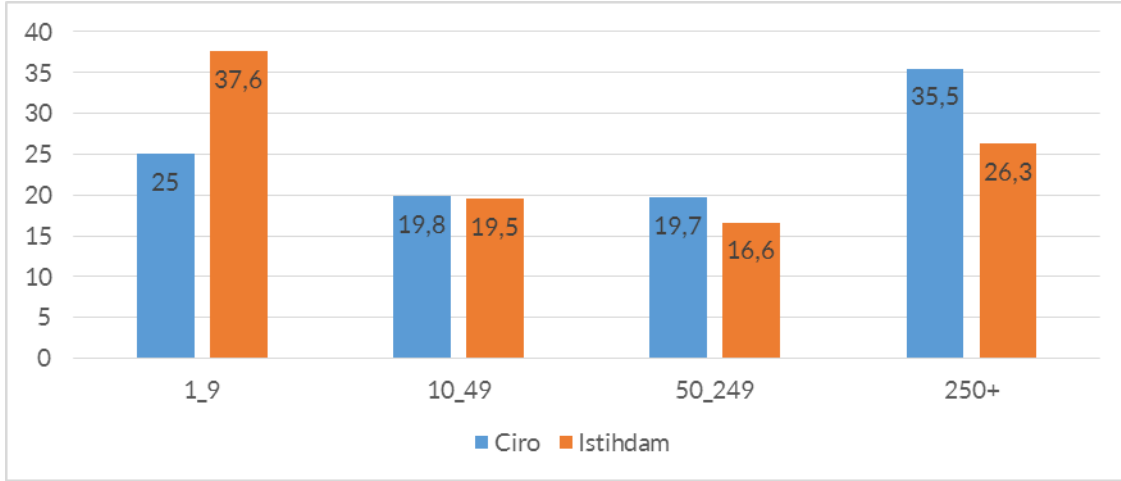


Şekil 3: Girişim Özelliklerine Göre Dış Ticaret Verileri (%)

**Kaynak:** TÜİK, 2019

KOBİ'lerin ülkemizde sahip olduğu payın değerlendirilmesi adına Türkiye'nin KOBİ tanımında öne çıkan ciro ve istihdam değişkenleri tabloda görülmektedir. 1-9 arası çalışanı olan mikro işletmelerin toplam ciroya katkısı %25 ve 10-49 arası çalışanı olan küçük ölçekli işletmelerin katkısı %19,8 gerçekleşirken 50-249 arası çalışanı olan orta büyüklükteki işletmelerin ciroya katkısı 19,7 olarak gerçekleşmiştir. Özetle KOBİ'lerin 2019 toplam cirosu %64,5 olarak gerçekleşirken, büyük ölçekteki işletmelerin ise %35,5 gibi bir değer aldığı görülmektedir.





Şekil 4: KOBİ Büyüklük Grubuna Göre Ciro ve İstihdam Dağılımı (%)

**Kaynak:** TÜİK, 2019

Yukarıdaki istatistiki veriler ışığında, diğer ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de KOBİ'lere yönelik, başta ihracat olmak üzere çeşitli alanlarda stratejik plan ve politikalar uygulanmaktadır. Türkiye için de kümelenme politikalarına yönelim 1960'lı yıllar ile birlikte başlamış ve Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme Dairesi Başkanlığı'nın (KOSGEB) liderliğinde, günümüzde sistematik olarak uygulanan kamusal politikalar arasında yerini almıştır (Cansız, 2011).

### 3. Yöntem

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

1900'lü yılların ilk yarısından itibaren dünyada coğrafi yığılmalar önem kazanmış ve bu yığınların oluşturduğu avantajlardan yararlanmak isteyen firma sayıları giderek artmıştır. Ülkemizde de dünya seyrine paralel bir süreç yaşanmakta ve ulusal ve yerel düzeyde küme yapıları desteklenmektedir. Küme kaynaklarının oluşturduğu; nitelikli personel, gelişmiş bir lojistik ağ, altyapı, düşük maliyetli Ar-Ge imkanları, benzer sektör firmaları arasındaki bilgi transferi gibi faktörler, firmaların uluslararası rekabet düzeyini arttırmada önemli bir katkı değer oluşturmaktadır. Bu bağlamda söz konusu araştırmanın amacını, küme kaynakları ile KOBİ düzeyindeki firmaların ihracatları arasındaki ilişkinin belirlenmesi oluşturmaktadır. Diğer yandan uygulanan kamu destek politikaları göz önüne alınarak devlet teşvikleri de kümelenme ve ihracat performansı ile olan ilişkisi belirlenmek üzere analize dahil edilmiştir.

Araştırmada cevabı aranan soruları şu şekilde sıralayabiliriz;

- Çalışmada yer alan küme firmaları hangi sektörlerde faaliyet göstermektedir?
- Küme firmalarının toplam satışlarında ihracatın temsil oranları nelerdir?
- Küme firmaları ürünlerini kaç farklı ülkeye ihraç etmektedirler?
- İhracat bağlamında, küme firmalarının başarı düzeyi değerlendirmeleri nelerdir?
- Küme kaynakları, devlet teşvikleri ve ihracat performansı arasındaki ilişki nedir?

İhracat odaklı büyüme modeli uygulanan ülkemizde, mevcut cari açıkların giderilmesinde ihracata verilen önem giderek artmıştır. Uluslararası düzeyde rekabet gücünün artırılması adına firmalara, bölgesel ve ulusal düzeyde birçok farklı politika uygulanmaktadır. Bunlardan biri olan kümelenme politikası, mevcut kaynakların en verimli şekilde kullanılmasını sağlaması bakımından önemsenmektedir. Bu bağlamda çalışma, KOBİ ölçeğindeki firmaların ihracatta karşılaştıkları engellerin aşılabilmesi ve bu sorunlara yönelik küme kaynakları bağlamında çözüm önerileri

sunulabilmesi adına önem arz etmektedir. Diğer taraftan çalışmanın, kümelenme stratejisi üzerinde çalışma yapan diğer araştırmacılara da katkıda bulunması beklenmektedir.

### 3.2. Araştırmanın Örnekleme ve Verilerin Toplanması

Araştırmanın örneklemini, Ticaret Bakanlığı tarafından yayımlanan 2019 yılı Devam Eden URGE Projeleri listesinde yer alan ve 2016 yılında onaylanan kümeler oluşturmaktadır. Çalışmada kolayda örnekleme yöntemi uygulanmış, kendisine ulaşılan ve çalışmaya katılmayı kabul ederek gönüllü olan 27 firmaya anket soruları ulaştırılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak online ankette yararlanılmıştır. Veri toplamak için uygulanan anket sorularının oluşturulmasında; küme kaynaklarını ölçmede Prim, Amal ve Carvalho'nun (2016) çalışması, ihracat performansını belirlemek adına Al-Aali, Lim, Khan ve Khurshid'in (2013) çalışması değerlendirilmiş ve bu çalışmalarda yer alan anket soruları söz konusu çalışmamıza uyarlanmıştır. Ayrıca devlet teşviklerinin ölçümünde, Rondinelli ve Bur Pitt'in (2000) çalışmasında kullanılan 3 ölçüt kullanılmıştır.

Araştırmanın kavramsal çerçevesinin oluşturulması ve uygulama bölümünün hazırlanmasında literatür tarama yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada online anket formu vasıtasıyla elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılarak her bir soruya verilen yanıtlar, oluşturulan temalar yoluyla sıklık analizine tabi tutulmuştur. Veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiş ve her bir temanın tekrarlama sıklığı ve yüzde dağılımları tablolar halinde çalışmada yer almıştır.

### 3.3. Veri Analizi ve Bulgular

Bu bölümde çalışmada, elde edilen bulgular ve yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular sunulmuştur.

#### 3.3.1. Küme Firmalarını Genel Özellikleri

Araştırmanın kapsamında yer alan firmalara ait özellikler üç farklı tabloda sunulmuş ve faaliyet gösterdikleri sektörler, kuruluş yılları ve çalışan sayılarına göre büyüklükleri değerlendirilmiştir.

**Tablo 2: Küme Firmalarının Sektörlere Göre Dağılımları**

Sektörler	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
Mobilya	4	14,8	14,8
Otomotiv	3	11,1	11,1
Tekstil	5	18,5	18,5
Makine	7	25,9	25,9
Yazılım	1	3,7	3,7
Savunma	2	7,4	7,4
Elektrik-Elektronik	3	11,1	11,1
İçecek	1	3,7	3,7
Uydu Haberleşme	1	3,7	3,7
Toplam	27	100,0	100,0

Çalışmada yer alan küme firmalarının sektörlere göre dağılımı incelendiğinde, her dört firmadan birinin makine sektöründe yer aldığı görülmektedir. Tekstil sektöründe yer alan firmalar %18,5 olurken, mobilya sektöründeki firmaların %14,8 ve otomotiv ile elektrik-elektronik sektörlerinde faaliyet gösteren firmaların ise %11,1 olduğu görülmüştür. Bu beş sektör çalışmaya katılan firmaların büyük çoğunluğunu oluştururken, savunma, yazılım, içecek ve uydu haberleşme sektörleri de geri kalan %30'u oluşturmuştur.

**Tablo 3: Küme Firmalarının Kuruluş Yıllarına Göre Dağılımı**

Yıllar	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
2000 Yılı Öncesi	13	48,1	48,1
2000-2010	7	25,9	25,9
2010 yılı Sonrası	7	25,9	25,9
Toplam	27	100,0	100,0

Tablo 3'de görülen firmaların kuruluş yılları, küme firmalarının faaliyet gösterdikleri sektörlerde elde edilen tecrübe bağlamında dikkate değer görülerek çalışmaya dahil edilmiştir. Firmaların vermiş olduğu cevaplar incelendiğinde 2000 yılı öncesi kurulan firma sayısı %48,1 ile toplamın neredeyse yarısını oluşturmaktadır. 2000-2010 arasında kurulan firmalar %25,9 olurken; 2010 sonrası kurulan genç olarak nitelendirilebilecek firmaların da yine %25,9 seviyesinde olduğu görülmektedir.

**Tablo 4: Küme Firmalarının Çalışan Sayılarına Göre Dağılımı**

Çalışan Sayısı	Sıklık	Yüzde	Geçerli Yüzde
25 ve daha az	13	48,1	48,1
26-50 arası	6	22,2	22,2
51-100 arası	4	14,8	14,8
101 ve daha fazla	4	14,8	14,8
Toplam	27	100,0	100,0

Çalışmada ele alınan firmaların tamamı KOBİ düzeyindeki firmalardan oluşmakla birlikte 25 ve daha az sayıda çalışanı olan firmalar 13 adet olup, toplamın %48,1'ini oluşturmaktadır. Geriye kalan 14 firmadan 100'den fazla çalışanı olan 4 firma toplamın %14,8'i olurken, 25 ile 100 arası çalışana sahip firmaların ise toplamda 10 adet olduğu görülmektedir.

### 3.3.2. Toplam Satışlarda İhracat Temsil Düzeyi

Kümede yer alan firmaların 2017, 2018 ve 2019 yıllarına ait toplam satışlarında ihracatın elde etmiş olduğu pay Tablo 5'de yer almaktadır.

**Tablo 5: Firmaların Son Üç Yıl Toplam Satışlarında İhracatın Temsil Yüzdesi**

Toplam Satışta İhracat Değeri (%)	2017		2018		2019	
	f	%	f	%	f	%
0 – % 20	16	59,3	12	44,4	14	51,9
% 21- 40	4	14,8	4	14,8	2	7,4
% 41- 60	1	3,7	4	14,8	4	14,8
% 61- 80	1	3,7	1	3,7	3	11,1
% 81- 100	2	7,4	2	7,4	2	7,4
Toplam	24	88,9	23	85,2	25	92,6

Küme firmalarına son üç yılda gerçekleşen satışlarında ihracatın payı sorularak elde edilen yanıtlar Tablo 5'de görülmektedir. 27 firma arasında bu soruya yanıt veren firma sayıları Toplam satırında yer alırken, söz konusu tüm yıllarda toplam satışlarda ihracatın %20'den az bir değere sahip olduğunu ifade eden firma sayısının ortalama %50 olduğu görülmektedir. Bu da firmaların büyük oranda iç pazara satış yaptığını göstermektedir. Diğer taraftan son üç yılda da satışlarının %80'den fazlasını ihracat olarak gerçekleştiren firma sayısı 2 olup, toplamın %7,4'ünü oluşturmaktadır. Tabloda görüldüğü gibi satışlarında ihracat yüzdesini yıllara göre arttıran firmaların varlığı da dikkat çekmektedir.

### 3.3.3. Küme Firmaları Ürünlerinin İhraç Edildiği Ülke Sayıları

İhracat yapan küme firmalarının belirtilen yıllarda kaç farklı ülkeye ürün satışlarını gerçekleştirdiklerine dair verdikleri yanıtlar tablo 6'da sunulmuştur.

**Tablo 6: Son Üç Yıl Firma Ürünlerinin İhraç Edildiği Ülke Sayıları**

Ülke Sayıları	2017		2018		2019	
	f	%	f	%	f	%
0 – 5	17	63,0	13	48,1	14	51,9
6 – 10	3	11,1	4	14,8	4	14,8
11 – 15	-	-	2	7,4	1	3,7
16 – 20	1	3,7	1	3,7	3	11,1
20'den fazla	3	11,1	3	11,1	3	11,1
Toplam	24	88,9	23	85,2	25	92,6

Elde edilen yanıtlarda, 2017 yılı ihracatlarının 0-5 arası ülkeye yapıldığını belirten firma sayısı 17, 6-10 arası ülkeye ihracat yapan firma sayısı 3 olurken 11-15 arası ülkeye ihracat yapan firma olmadığı görülmektedir. 20'den fazla ülkeye satış yapan 3 firma ise toplamın %11,1'ini oluşturmuştur. 2018 yılında 16'dan fazla ülkeye ihraç yapan firma sayılarında değişiklik gözlenmezken, 6-15 arası ülkeye ihracat yapan firma sayıları artmıştır. 2019 yılına bakıldığında ise ihracat yapılan ülke sayıları nispeten artmış, 0-5 arası ülkeyi oluşturan firmalar toplamın %51,9'unu oluşturmuştur.

### 3.3.4. Firmaların İhracat Bağlamında Başarı Değerlendirmeleri

İhracatçı firmalara ihracat başarı düzeylerini değerlendirmeleri adına yöneltilen sorulara verilen yanıtlar tablo 7'de sunulmuştur.

**Tablo 7: Anket Yapılan Firmaların 2017, 2018 ve 2019 Yılları İhracat Başarı Değerlendirmesi**

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Ne Katılmıyorum Ne De Katılmıyorum		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Son üç yılda ihracat yapılan ülke sayısı yeterli düzeydedir.	13	48,1	5	18,5	6	22,2	2	7,4	1	3,7
Son üç yıldaki ihracata dönük satış miktarı yeterli düzeydedir.	14	51,9	5	18,5	4	14,8	4	14,8	-	-

Firmaların verdikleri yanıtlar değerlendirildiğinde genel olarak ihracat başarı düzeyini yüksek seviyede değerlendirmedikleri görülmektedir. İhracat yapılan ülke sayısını ve satış miktarını yeterli görmediklerini kesin bir dille ifade eden firma sayısı yaklaşık %50 oranında gerçekleşmiştir. Daha az şiddetli olmak üzere, firmalarının bu konularda yeterli olduğu fikrine katılmayan yanıtlar ise %18,5 oran ile 5 adet olmuştur. Belirtilen yıllarda ihracat yapılan ülke sayısını kesinlikle yeterli gördüğünü ifade eden 1 adet firma bulunurken, satış miktarını kesinlikle yeterli gören firma olmamıştır.

### 3.3.5. Korelasyon Analizi

Araştırmanın örnekleminde yer alan ihracatçı firmaların küme kaynakları, devlet teşvikleri ve ihracat performansları arasındaki ilişkiler incelenmesi amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkilere ait elde edilen sonuçlar Tablo 8'de sunulmuştur.

**Tablo 8:** Küme Kaynakları, Devlet Teşvikleri ve İhracat Performansı İlişkisi

	(1)	(2)	(3)
Küme Kaynakları		,220	,408*
(2) Devlet Teşvikleri	,220		-,067
(3) İhracat Performansı	,408*	-,067	

\*p&lt;0,05

Tablo 8'de yer alan bulgular küme kaynakları ile devlet teşvikleri arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki bulunmadığını göstermektedir ( $p>0,05$ ). Ayrıca devlet teşvikleri ile ihracat performansı arasındaki ilişkinin de istatistiki açıdan anlamlı olmadığını göstermektedir ( $p>0,05$ ). Küme kaynaklarının firmaların ihracat performansını artırmanın bir yolu olarak ele alındığı bu çalışmada elde edilen bulgular, küme kaynakları ile firmaların ihracat performansı arasında istatistiki açıdan anlamlı pozitif yönlü ve orta şiddetli bir ilişki olduğunu göstermektedir ( $r = 0,408$ ;  $p<0,05$ ).

#### 4. SONUÇ

Küme kaynakları ile KOBİ düzeyindeki firmaların ihracatı arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanan bu çalışmada, araştırmanın örneklemini oluşturan firmaların %25,9'unun makine, %14,8'inin ise mobilya sektöründe faaliyet gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Firmaların %48,1'i en az 20 yıl önce kurulmuş köklü firmalardan oluşurken geriye kalan 14 firmanın yarısı 2010 öncesi kurulan nispeten genç firmalardır. Diğer yarısının ise geçtiğimiz 10 yıl içinde kurulan genç firmalardan oluştuğu sonucuna varılmaktadır. Firmaların büyüklüğünün belirlendiği sorular değerlendirildiğinde ise çalışan sayılarına göre küme firmalarının %70,3'ünün 50'den az çalışana sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Küme içerisinde yer alan firmaların ihracatlarını değerlendirmek adına son üç yılın ihracat değerlerinin toplam satış içinde aldığı paylar sorulmuş ve 2017 yılı değerlendirmede bulunan 24 firmanın büyük çoğunluğunun ihracatının toplam satışların %20'sini geçemediği görülmektedir. Firmaların yalnızca 14,8'inde ihracatların toplam satışlar içinde %41'den fazla pay alabildiği sonucuna ulaşılmaktadır. 2018 yılına gelindiğinde değerlendirmeye 1 firma daha katılmamış ve satışlarında %61'den fazla pay alan firmalar değişmezken %21 ile % 60 arası paya sahip olan firmalarda artış yaşandığı gözlenmiştir. 2019 verileri değerlendirildiğinde firmaların %92,6'sı yanıt vermiş ve yarısından fazlası en az %20'ye kadar ihracat payına sahip firmalardan oluşmuştur. Bu yılda %61 ve 80 arası ihracat satışı gerçekleştiren firmalarda artış olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Firmaların ihracatlarını gerçekleştirdikleri ülke sayılarına verilen yanıtlara bakıldığında, genel olarak her üç yılda, 20'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştiren firma sayısı %11,1 oran ile 3 adet olmuştur. Her yılı ayrıca değerlendirdiğimizde, 2017 yılında %63 değer ile 17 firmanın en fazla 5 ülkeye ihracat gerçekleştirdiği görülmektedir. 2018 yılı değerlendirmeye katılan firmalar azalmış, dolayısıyla 15 ülkeye kadar ihracatı olan firma sayısı düşmüştür. En fazla yanıtın alındığı 2019 yılında ise, %51,9'luk bir değer ile 14 firmanın en fazla 5 ülkeye ihracat gerçekleştirdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bir küme ortamı içinde yer alan firmaların kendi ihracat başarılarının değerlendirilmesi istenmiş ve elde edilen verilere bakıldığında firmaların büyük çoğunluğunun belirtilen yargılara katılmadığı görülmüştür. İhracat başarısı, ihracat yapılan ülke sayısı ve bu ihracatların satış miktarları üzerinden değerlendirilmiştir. Firmaların %66,6'sı ihracat yapılan ülke sayısını yeterli bulmazken, %70'i ise gerçekleşen ihracatın satış miktarını yeterli bulmadığı sonucuna varılmıştır.

Diğer taraftan küme kaynakları ile devlet teşvikleri arasında anlamlı bir ilişki görülmezken, küme kaynakları ile ihracat performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın bulgularına göre, küme aktörü firmalar içerisinde nispeten küçük ölçekli firmaların yoğunluğunun daha fazla olmasından yola çıkarak, bu firmaların küçük ölçekli olmanın dezavantajını küme kaynaklarını avantaja çevirerek gidermeye çalıştığı şeklinde yorumlanabilmektedir. Böylece tek başına karşılanamayacak olan yüksek maliyetli Ar-Ge çalışmaları ve teknoloji seviyesine küme paydaşları yardımıyla daha kolay ulaşabilmektedir. Diğer yandan benzer sektörlerde yer alan firmaların bir arada yer aldığı ve sıkı bir ağ oluşturduğu küme ortamı sayesinde, uluslararası pazara dönük tecrübe ve bilgi transferine erişim KOBİ ölçeğindeki firmalar için önemli bir avantaj oluşturmaktadır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre firmaların mevcut ihracatlarını az sayıda farklı ülkelere ulaştırabildiği sonucu görülmektedir. Yüksek kazanç sağlayan, dünyanın birçok farklı bölgesine yayılmış bir ihracat için farklı pazarlara giriş stratejileri denenmeli ve bu riskleri minimuma indirmek adına küme kaynakları optimum şekilde kullanılmalıdır. Çalışmada devlet teşvikleri ve kümelenme arasında bir ilişkinin varlığı tespit edilmemiş olsa da küme politikalarının kamu eliyle uygulanması sistematik ve hızlı sonuçlar alınabilmesi adına önemsenmektedir. İhracat yapmak isteyen firmalara yönelik yabancı dil bilen nitelikli personel sağlanması, uluslararası pazarda rekabet edebilecek yeni ürünler sunabilme becerisi ve tedarik zincirinde yer alacak tüm firmalar için etkin bir lojistik yönetimi ortamı kümelenme stratejisi yoluyla mümkündür. İstatistiksel olarak küme kaynakları ile ihracat performansı arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiş ve ihracatta rekabet düzeyinin ön plana çıktığı uluslararası pazarda, ülkemiz ekonomisinin %90'dan fazlasını oluşturan KOBİ'ler için kümelenme politikalarının temel stratejilerden biri haline getirilmesi gerektiğine işaret edilmiştir.

## KAYNAKLAR

- 25997 sayılı Resmi Gazete, Karar Sayısı: 2005/9617. 14 Kasım 2019 tarihinde <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/11/20051118-5.htm> adresinden çevrimiçi erişim.
- Alsaç, F. (2010). Bölgesel Gelişme Aracı Olarak Kümelenme Yaklaşımı ve Türkiye İçin Kümelenme Destek Modeli Önerisi. DPT Uzmanlık Tezi, Ankara. 2 Nisan 2019 tarihinde <http://www.smenetworking.gov.tr/userfiles/pdf/webclusterskaynakca/Yeni%20klas%C3%B6r/tez-falsac.pdf> adresinden çevrimiçi erişim.
- Amin, A. & Thomas, D. (1996). The Negotiated Economy. *Economy & Society*, 25(2), 255-281. Akt: Müderrisoğlu, B. (2016). Küme Oluşum Ve Gelişim Sürecinde Belirleyiciler: İstanbul Mobilya Sektörü Örneği (Doktora Tezi). İTÜ/Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Antonietti, R., & Cainelli, G. (2011). The Role Of Spatial Agglomeration İn A Structural Model Of İnnovation, Productivity And Export: A Firm-Level Analysis, *The Annals of Regional Science* (46), 577-600. DOI: 10.1007/s00168-009-0359-7
- Asgary, A., Özdemir, A. İ. & Özyürek, H. (2020). Small and Medium Enterprises and Global Risks: Evidence from Manufacturing SMEs in Turkey, *Int J Disaster Risk Sci.* (11), 59-60. DOI: 10.1007/s13753-020-00247-0
- Ayward, D. (2004). Innovation-Export Linkages within Different Cluster Models: A Case Study from the Australian Wine Industry, *Prometheus*, 22(4). <http://dx.doi.org/10.1080/08109020412331311650>
- Baptista, R. (2001). Geographical Clusters and Innovation Diffusion, *Technological Forecasting and Social Change* 66, 31-46. DOI: 10.1016/S0040-1625(99)00057-8
- Barkley, D. & Henry, M., (2002). Advantages and Disadvantages Of Targeting Industry Clusters, *Clemson University Regional Economic Development Research Laboratory, South Carolina*, 6. DOI: 10.22004/ag.econ.18792

- Becchetti, L. & Rossi, S. (2000). The Positive Effect of Industrial District on the Export Performance of Italian Firms, *Review of Industrial Organization*, (16), Hollanda, 53-68. Doi: 10.1023/A:1007783900387
- Cansız, M. (2011). Türkiye'de Kümelenme Politikaları ve Uygulamaları, *Organize Sanayi Bölge Üst Kurulu*, Ankara: Ümit Ofset, 47. 20 Nisan 2019 tarihinde <http://www.akip.org.tr/files/download/4a47bbd8a9d5d61> adresinden çevrimiçi erişim.
- Erol, D. & Yıldırım, K. (2013). Türkiye'de Kümelenme Yaşam Döngüsü: OSTİM Medikal Sanayii Kümelenme Örneği, *Verimlilik Dergisi* (2), 41. 21 Mart 2019 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/verimlilik/issue/21763/233931> adresinden çevrimiçi erişim.
- European Commission, Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, 22 Ocak 2020 tarihinde <https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition/> adresinden çevrimiçi erişim.
- Ferreira, M.P. & Serra, F.R. (2012). Impact of the Types of Clusters on the Innovation Output and the Appropriation of Rents from Innovation, *Journal of Technology Management & Innovation* 7(4) Santiago, 70-80. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242012000400006>
- Hoën, A.R. (2001). An International Comparison of National Clusters, 41st Congress of the European Regional Science Association: "European Regional Development Issues in the New Millennium and their Impact on Economic Policy, Zagreb, Croatia. 28 Mart 2019 tarihinde [https://www.econstor.eu/bitstream/10419/115159/1/ERSA2001\\_027.pdf](https://www.econstor.eu/bitstream/10419/115159/1/ERSA2001_027.pdf) adresinden çevrimiçi erişim.
- Jankowiak, A. H. (2013). Micro, Small And Medium Enterprises Clusters And The Regional Development-Case of India, *House of Wrocław University of Economics* (295), Wrocław, 42-45. 15 Kasım 2019 tarihinde [https://www.researchgate.net/publication/314387550\\_MICRO\\_SMALL\\_AND\\_MEDIUM\\_ENTERPRISES\\_CLUSTERS\\_AND\\_THE\\_REGIONAL\\_DEVELOPMENT\\_-\\_CASE\\_OF\\_INDIA](https://www.researchgate.net/publication/314387550_MICRO_SMALL_AND_MEDIUM_ENTERPRISES_CLUSTERS_AND_THE_REGIONAL_DEVELOPMENT_-_CASE_OF_INDIA) adresinden çevrimiçi erişim.
- Jankowska, B., Götz M. & Glowka C. (2017). Intra-Cluster Cooperation Enhancing SMEs' Competitiveness - The Role of Cluster Organisations in Poland, *Investigaciones Regionales- Journal of Regional Research* (39), 200. <https://investigacionesregionales.org/wp-content/uploads/sites/3/2017/12/09-JANKOWSKA.pdf>
- Ketels, C. (2009). Clusters, Cluster Policy, and Swedish Competitiveness in the Global Economy, *Expert Report no. 30 to Sweden's Globalisation Council*, Sweden, 12-15. [http://ibr.hi.is/sites/ibr.hi.is/files/Clusters\\_Clusters\\_Policy\\_and\\_Swedish\\_Competitiveness\\_in\\_the\\_Global\\_Economy.pdf](http://ibr.hi.is/sites/ibr.hi.is/files/Clusters_Clusters_Policy_and_Swedish_Competitiveness_in_the_Global_Economy.pdf)
- Koç, M. & Özbozkurt, O. B. (2014). Ulusların Rekabet Üstünlüğü ve Elmas Modeli Üzerine Bir Değerlendirme, *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi* 2(3), 85-91. 31 Mart 2019 tarihinde [https://www.researchgate.net/publication/331989744\\_Uluslarin\\_Rekabet\\_Ustunlugu\\_ve\\_Elmas\\_Modeli\\_Uzerine\\_Bir\\_Degerlendirme](https://www.researchgate.net/publication/331989744_Uluslarin_Rekabet_Ustunlugu_ve_Elmas_Modeli_Uzerine_Bir_Degerlendirme) adresinden çevrimiçi erişim.
- Marshall, A. (1920). *Principles of Economics*, Palgrave Classics in Economics. DOI 10.1007/978-1-137-37526-1
- Mecek, G. (2020). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin (KOBİ) Uluslararası Tanımlama Ölçütleri ve Kavramlaştırılması, *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi (JEBPIR)* 6(1), 29-55. 12 Eylül 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1166793> adresinden çevrimiçi erişim.
- Möhring, J. (2005). *Clusters: Definition and Methodology*, OECD Local Economic and Employment Development Report, 2005. <https://doi.org/10.1787/9789264007116-en>
- Obadic, A. (2013). Specificities of EU Cluster Policies, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 7(1), 23-35. <http://dx.doi.org/10.1108/17506201311315581>

- Özdemir, S., Ersöz, H. Y. & Sarıoğlu, H. İ. (2007). Küçük Girişimciliğin Artan Önemi ve KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi (53), 173-230. 21 Şubat 2020 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/9283> adresinden çevrimiçi erişim.
- Pisa, N., Rossouw, R. & Viviers, W. (2014). Identifying industrial clusters for competitiveness: Policy implications for economic development in the North West Province of South Africa (Doktora Tezi), International Business & Economics Research Journal 3(4), North-West University, South Africa. DOI: 10.19030/iber.v14i3.9212
- Porter, H. (1990). The Competitive Advantage Of Nations, Harvard Business Review, Mart-Nisan 1990, 73-93. 21 Haziran 2019 tarihinde <http://www.afi.es/eo/The%20competitive%20advantage%20of%20nations%20%28Porter%20HBR%20marzo-abril%201990%29.pdf> adresinden çevrimiçi erişim.
- Pyke, F. (2000). Clustering and Networking Strategies: A Review of Practice, A Presentation to the Tavistock Institute Research and Learning Network, London.
- René L. F. (2001). Grenzüberschreitende Kooperation zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit von städtischen Regionen am Beispiel der RegioTriRhena, 53. Deutscher Geographentag Leipzig, s.4. Akt: Timurçin, D. (2010). Türkiye'de Kobi'lerin Rekabet Gücü Ve Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Kümelenmenin Etkisi (Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, 149-150.
- Roelandt T.J.A. & Hertog, P. D. (1999). Cluster Analysis And Cluster-Based Policy Making: An Introduction To The Theme, Boosting Innovation: The Cluster Approach, Paris: OECD, 9-10.
- Serinkan, C. & Cabbar, H. (2008). KOBİ'lerin Yönetim Ve Organizasyon Sorunları: Denizli'deki Tekstil İşletmelerinde Bir Araştırma, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 5(1), 4. <https://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/download/446/283/> adresinden çevrimiçi erişim.
- Serrano, R., Acero, İ. & Olmos, M. F. (2016). Networks And Export Performance Of Agri-Food Firms: New Evidence Linking Micro And Macro Determinants, Agricultural Economics. 62(10), 459-470. <https://doi.org/10.17221/71/2015-AGRICECON>
- Şahin, Ş. (2016). Kümelenmenin Kobi'lerin İhracat Performansına Etkisi: Kuyumcukent Örneği (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Uluslararası Ticaret Üniversitesi/Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul, 50-51. 05 Mart 2020 tarihinde <http://acikerisim.ticaret.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11467/2242/69022.pdf?sequence=1&isAllowed=y> adresinden çevrimiçi erişim.
- T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, (2011). Küme Kolaylaştırıcıları için Uygulamalı Küme Geliştirme Kılavuzu, 12 Kasım 2019 tarihinde [http://www.urge.gov.tr/userfiles/pdf/belgeler/sanayiBakanligi/SanayiBakanligi\\_kilavuz.pdf](http://www.urge.gov.tr/userfiles/pdf/belgeler/sanayiBakanligi/SanayiBakanligi_kilavuz.pdf) adresinden çevrimiçi erişim.
- Timurçin, D. (2011). Kümelenme Kavramı ve KOBİ'lerde Rekabet Gücüne Etkisi, Çankaya University Journal of Humanities and Social Sciences, 8(1), 23-31. 21 Mart 2019 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cankujhss/issue/4021/53099> adresinden çevrimiçi erişim.
- TUIK Dünya İhracatı İstatistikleri 2005-2019. 30 Ağustos 2020 tarihinde <https://ticaret.gov.tr/istatistikler/dis-ticaret-istatistikleri/ulkelere-gore-dunya-ticareti-2005-2019> adresinden çevrimiçi erişim.
- TUIK İstatistikleri (2019), 28 Ağustos 2020 tarihinde <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Yillik-Sanayi-ve-Hizmet-Istatistikleri-2019-33599> adresinden çevrimiçi erişim.
- World Trade Organization, World Trade Statistical Review 2020, 10-11. 30 Ağustos 2020 tarihinde [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/wts2020\\_e/wts2020chapter02\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2020_e/wts2020chapter02_e.pdf) adresinden çevrimiçi erişim.



- Yang, C. (2014). A Diamond Model-Based Study of the Tourism Competitiveness in Coastal Cities in China: Take Qingdao, China as an Example, 1st International Conference on Industrial Economics and Industrial Security, 445. [https://doi.org/10.1007/978-3-662-44085-8\\_65](https://doi.org/10.1007/978-3-662-44085-8_65)
- Yenilmez, M. İ. (2015). SMEs' Technological Innovations And Textile Clustering In Turkey. İçinde A. Szabó & C. Dürkop (Eds.) Sme Clustering: Finding The Right Business Partners And Improving The Business Environment For Smes (ss.232-258). Final Workshop Report, Greece: Konrad-Adenauer-Stiftung, 239-240. 12 Kasım 2019 tarihinde <http://www.erenet.org/country/SME%20CLUSTERING.pdf> adresinden çevrimiçi erişim.
- Yıldırım, M. H. & Erul, E. E. (2013). İşletmelerin İhracat Performanslarının Değerlendirilmesi: Aksaray, Konya ve Karaman'da Bir Araştırma, Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi 5(1), 337-338. 21 Kasım 2019 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/117369> adresinden çevrimiçi erişim.



© 2020 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).