

# Türkiye’de ayakkabı imalatı sektöründe kümelenme: Mekânsal dağılım üzerine bir inceleme

*Clustering in the footwear manufacturing sector in Türkiye: A study on spatial distribution*

Mehmet Ragıp Kalelioğlu<sup>\*a</sup> 

<sup>a</sup> Gaziantep Üniversitesi, Coğrafya Bölümü, Gaziantep/Türkiye.

## Öz

Bu çalışma, Türkiye’de KOBİ ağırlıklı ayakkabı imalatı sektöründeki mekânsal kümelenmeleri, uzmanlaşma düzeyleri ve örüntülerini incelemektedir. Ayakkabı imalatı kümelenmeleri diğer birçok kümelenme tipi gibi küreselleşme, teknolojik değişimler ve pazar dinamikleriyle sürekli olarak evrilmekte ve yeniden yapılanmaktadır. Araştırmada, ayakkabı imalatı sektöründe istihdam ve katma değer parametreleri, 2009 ve 2019 zaman serisi için Üç Yıldız Analizi aracılığıyla incelenmiş, Lokasyon Katsayısı analiziyle desteklenmiş; bu kapsamda kümelenme alanları belirlenmiş ve mekânsal dağılım haritalandırılarak Türkiye genelindeki örüntüler, mekana özgü bilgilerle değerlendirilmiştir. Her iki analiz sonucunda ortaya çıkan mekânsal örüntüye göre, ayakkabı imalatı kümelerine dair mekânsal örüntünün pek homojen dağılmadığını, sektörün Türkiye’nin geleneksel sanayi merkezleri ve Anadolu Kaplanları niteliğindeki belirli illerde uzmanlaştığını ve kümelenme eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu mekânsal örüntü, yerel ve bölgesel kalkınma stratejileri bakımından kritik veriler oluştururken, sektörel yoğunlaşmanın nedenleri üzerine gelecekte yapılacak araştırmalar için önemli bir tartışma zemini oluşturmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kümelenme, Ayakkabı imalatı, Üç yıldız analizi, Ekonomik coğrafya, Türkiye

## Abstract

This study examines the spatial clusters, levels of specialization, and patterns in the SME-dominated footwear manufacturing sector in Türkiye. Like many other types of clusters, footwear manufacturing clusters are constantly evolving and restructuring in response to globalization, technological changes, and market dynamics. The study examined employment and value-added parameters in the footwear manufacturing sector for the 2009 and 2019 time series, using Three-Star Analysis supported by Location Quotient Analysis. Clusters were identified, and the spatial distribution was mapped using location-specific information to evaluate patterns across Türkiye. According to the spatial pattern emerging from both analyses, footwear manufacturing clusters are not homogeneously distributed; rather, the sector is specialized and clustered in certain provinces that are traditional industrial centers and the Anatolian Tigers of Türkiye. This spatial pattern provides critical data for local and regional development strategies and lays an important foundation for future research into the reasons for sectoral concentration.

**Keywords:** Clustering, Footwear manufacturing, Three-star analysis, Economic geography, Türkiye

\*Sorumlu Yazar/Corresponding Author: rkalelioglu@gantep.edu.tr

Geliş/Received: 09.09.2025 Kabul/Accepted: 26.03.2026 Yayın Tarihi/Online Published: 23.04.2026

Atıf/To Cite: Kalelioğlu, M. R. (2026). Türkiye’de ayakkabı imalatı sektöründe kümelenme: Mekansal dağılım üzerine bir inceleme, *Coğrafi Bilimler Dergisi/ Turkish Journal of Geographical Sciences*, 24(1), 298-320 <https://doi.org/10.33688/aucbd.1780698>

## EXTENDED ABSTRACT

### 1. Introduction

In an environment where globalization, digitalization, innovation, and customer experience have reached their peak levels, companies aim to develop new strategies to maintain their market position and achieve a sustainable competitive advantage (Yavan, Anlı & Kalelioğlu, 2025). In this context, the concept of clustering—which has a long history—has gained increasing importance, particularly following the significant transformation in Information and Communication Technologies (ICT) in the 1990s. It is argued that firm competitiveness depends not only on internal factors but also on its relationships with the surrounding environment and the spatial aspects of these connections (Bathelt & Glückler, 2018, p. 181). This study focuses on spatial clustering trends in Turkey's footwear manufacturing sector. This is particularly significant as it emphasizes that clusters are dynamic entities responsive to contextual influences (Buciuni & Pisano, 2018). The goal of this research is to identify where low-tech and SME-dominated footwear firms tend to cluster and to compare these clusters with the spatial distribution patterns across Turkey. The analysis employed the three-star analysis technique, which can objectively and comparatively detect regional concentration, particularly when using employment and value-added indicators within the footwear manufacturing industry. Additionally, the findings were validated through a location quotient (LQ) analysis, providing a more statistically sound basis. Overall, the main goal and motivation of this study is to provide insights into the sector's spatial and regional clustering trends, particularly as it navigates the transition from Turkey's traditional production structure to global competitive pressures.

Since no previous study in the Turkish literature has analyzed NUTS3-level clustering dynamics in the footwear manufacturing sector using four-digit microdata, this research enables examination of clustering trends over a 10-year period (2009–2019) using value-added data. In this regard, the findings are consistent with and more detailed than those of clustering studies conducted at the OECD and EU levels (Ketels & Protsiv, 2014; Sölvell, Ketels & Lindqvist, 2008).

### 2. Conceptual Framework

Porter describes competitive clusters, in the modern sense, as structures that emerged in the 1990s and are characterized by the geographic concentration of specialized, interconnected companies, suppliers, and institutions within a specific industry. Additionally, by linking clustering—which results from economies of agglomeration—specifically to competitiveness and regional development, Porter has introduced a new framework to the international literature (Asheim et al., 2006, p. 2; Klepper, 2010, p. 15; Porter, 1998, p. 10; Yavan, 2006, p. 132–133). Storper (1997), however, primarily explains clustering within the context of regional production centers and technology hubs, focusing on intense inter-firm interactions, mutual dependencies, regulations, and region-specific relational assets.

The influence of multidimensional dynamics—such as cluster development, transformation, evolution, knowledge sharing, collaboration, trust, innovation, lock-in, spin-offs, entrepreneurship, renewal, diversity, and competitiveness—on cluster types has been examined extensively, particularly in comparative analyses contrasting developed and developing countries and regions. This topic has been widely explored in the literature on evolutionary economic geography (Martin & Sunley, 2003; Klepper, 2007; Menzel & Fornahl, 2010; Essletzbichler, 2012; Rigby, 2018; Coe et al., 2019, p. 391; Yavan & Yılmaz, 2024, p. 283). While this study recognizes these qualitative dynamics, it excludes

them from its scope and focuses on the empirical analysis of the sector's spatial concentration and specialization.

### 3. Methodology and Data

This quantitative study, based on the NACE Rev. 2 classification, combines TÜİK's NUTS 3 microdata (81 provinces) for 2009 and 2019. The analysis closely relates to both code 15.20 (Manufacture of footwear) which, according to the EU Cluster Observatory's definition, covers 'footwear manufacturing' as the main activity—and code 15.11 (Tanning and dressing of leather, dressing and dyeing of fur) within the EU Cluster Observatory's classification and clustering framework for manufacturing sectors. It uses two four-digit sub-economic activities (Delgado et al., 2016; Ketels & Protsiv, 2014). To identify regional specialization and potential cluster locations in Turkey's footwear manufacturing sector, this study employed the Three-Star Analysis and the Location Quotient (LQ) analysis. The Three-Star Analysis—commonly employed in cluster studies—was first applied to evaluate the clustering potential of Turkey's footwear manufacturing sector at the NUTS3 level, categorizing regions as mature, potential, or candidate clusters. Developed and still utilized by the European Cluster Observatory, this method rates the strength of clusters (Ketels & Protsiv, 2014). The analysis involved multiple threshold tests ( $\pm 10\%$ , 1%, and 6%), after these iterative tests, the most suitable thresholds were identified as 6% (0.06) for size, 1% (0.01) for dominance, and a value greater than 1 for specialization. When all three parameters exceeded these thresholds, the criterion was considered met, and one star was awarded. Additionally, a Location Quotient analysis was performed to support the Three-Star Analysis and to evaluate the "local specialization levels" of provinces at the NUTS3 level, using the same employment and value-added variables.

### 4. Results

First, an analysis of employment parameters found that traditional footwear manufacturing centers—such as İstanbul, Tekirdağ, İzmir, Manisa, Uşak, Konya, Niğde, Bolu, Bartın, Çorum, and Isparta—remained significant in 2019. Meanwhile, new centers with "candidate" cluster status appeared in a few locations (Çankırı, Tokat, and Bayburt), and Gaziantep, which had potential cluster status in 2009, became a very strong "mature" cluster in 2019 (Figure 1).

The main finding in the value-added parameter framework in Figure 2 is that, compared to 2009, the footwear manufacturing sector became more geographically concentrated at the "candidate" (1-star) and "potential" (2-star) levels across more provinces in 2019; however, no mature cluster had formed. In the footwear manufacturing sector, additional provinces, namely Kırklareli, Balıkesir, Karabük, Çankırı, Samsun, Tokat, and Bayburt were classified at the candidate cluster level in 2019 relative to 2009, while Gaziantep strengthened further and was classified at the potential cluster level.

The results of the LQ analysis are presented in Table 5 to illustrate whether the success of specific provinces at the national level is supported by location or specialization coefficient analyses. Overall, the high LQ values observed in 2009 for Bolu, Bartın, Uşak, Gaziantep, Çorum, Niğde, Tekirdağ, and Konya show that these provinces have a strong focus on footwear manufacturing, which is significantly above the Turkish average. These provinces further solidified their status as fully specialized centers in the sector by increasing their high LQ values in 2019. Notably, Çorum emerged as the most prominent among them, becoming increasingly integrated into the sector over the ten-year period. Based on both analyses, provinces such as Bolu (Gerede), Uşak, Niğde (Bor), Tekirdağ (Çorlu),

and Isparta are more specialized in the leather tanning sector (15.11) than in footwear manufacturing, setting them apart from Bartın, Gaziantep, Çorum, and Konya. Ultimately, the high LQ values in employment and value added for Bartın, Gaziantep, Çorum, and Konya indicate that the sector plays a vital role in the local economy and maintains a competitive edge in national production.

## 5. Conclusions

The results indicate that the spatial distribution of footwear manufacturing clusters in Turkey is not highly homogeneous and that the sector tends to concentrate and specialize in certain provinces. The results suggest one of three outcomes: the sector has maintained its current position—driven by factors such as international competitiveness and innovation on the one hand, and flexibility, cost advantages, and government incentives on the other hand—; the sector has further specialized in particular locations like Bolu, Bartın, and Çorum, as identified in the LQ analysis; or the sector has developed into a mature cluster in places like Gaziantep, as shown in the three-star analysis.

Under post-1980 neoliberal policies, the shift to flexible production and globalization led Turkey's manufacturing industry to adopt an export-oriented growth strategy that was geographically selective, concentrating on low-technology sectors such as footwear manufacturing. Although the share of firms and employment in the sector decreased in 2019 compared to 2009 (Table 1), production was concentrated in specialized provinces (traditional production centers and the Anatolian Tigers). Conversely, these provinces—Kırklareli, Balıkesir, Çankırı, Tokat, Bayburt, Karabük, and Samsun—were not identified in the LQ analysis but appeared in the three-star analysis and are now classified as “candidate” clusters. The literature using the three-star analysis has identified clustering trends in the footwear manufacturing sector across provinces such as Gaziantep (Şen & Sandal, 2017), Konya (Yavan, 2018; MEVKA, 2012), Bartın (Ceyhan & Özcan, 2018), and Çorum (Duran, 2024). Although this study confirms those clustering trends, the datasets, time periods, and threshold values differ across analyses. Moreover, at the national level, Kaygalak & Reid (2016) found that the sector maintained its main clustering trend in provinces such as İzmir, İstanbul, Gaziantep, Konya, Uşak, Manisa, Hatay, and Balıkesir, particularly in 2009, based on LISA and LQ analyses of a two-code employment dataset. However, based on the current data and findings of this study, which focuses on the footwear manufacturing sector, the sector's clustering could not be sustained in Manisa, Hatay, and Balıkesir.

Turkey's footwear manufacturing sector is a vital industry for employment and exports. This study aims to provide insights into both the spatial clustering of the footwear manufacturing industry and its importance within the provincial economy—caught between Turkey's production structure and global competitive pressures; the findings address an empirical gap in the literature on economic geography in Turkey and contribute to the existing body of knowledge at the national level.

## 1. Giriş

Kapitalist sistemin önemli parçalarından biri olan kümelenme ile küresel ekonomi arasında çok yönlü ve oldukça karmaşık bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişki artan rekabet ve hızlı teknolojik değişim gibi dinamiklerle özellikle küresel ekonomide imalat sanayi üzerinde ciddi bir baskı oluşturmaktadır. Küreselleşme, dijitalleşme, inovasyon ve müşteri deneyiminin en üst düzeye çıktığı ortamda firmalar, piyasada tutunabilmek ve sürdürülebilir rekabet avantajını elde edebilmek için yeni stratejiler arayışındadır (Yavan, Anlı & Kalelioğlu, 2025). Bu arayışta ise oldukça uzun bir geçmişi olan kümelenme kavramı, özellikle 1990’larda yaşanan Bilgi ve İletişim Teknolojilerindeki (BİT) tarihi dönüşümle giderek daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Kümelenmeyi, belirli bir alanda faaliyet gösteren, birbirine bağlı firmalar ile kurumların coğrafi olarak yoğunlaştığı bir yapı olarak tanımlayan Porter (1998, s. 10), kümelenmenin bilgi akışını hızlandırdığı, rekabeti ve işbirliğini teşvik ederek inovasyon, verimlilik ve girişimciliği artırdığını vurgular. Bu nedenle bir bölge ya da yerelde özellikle öğrenme ve inovasyon kapasitesiyle ilişkili kümelenme eğilimlerinin ortaya çıkması ekonomik ve bölgesel kalkınma için kritik rol oynamaktadır (Storper, 1997, s. 15). Kalkınmadaki bu temel rolünün yanısıra kümelenme eğilimi, mekânsal açıdan seçici davranarak belirli ekonomik faaliyetlerin belirli bölgelerde yoğunlaşmasına ve coğrafi açıdan eşitsiz gelişimine yol açtığını da belirtmek gerekir (Kaygalak, 2018). Dolayısıyla kümelenme firma rekabetçiliğinin sadece kendi iç dinamikleriyle değil, aynı zamanda buldukları çevreyle olan ilişkileri ve bu ilişkilerin mekânsal boyutuyla da ilgili olduğu ifade edilmektedir (Bathelt & Glückler, 2018, s. 181).

Bu çalışma, Türkiye’deki ayakkabı imalatı sektörünün mekânsal kümelenme eğilimine odaklanmaktadır. Ayakkabı imalatı kümelenmeleri diğer birçok kümelenme tipi gibi küreselleşme, teknolojik değişimler ve pazar dinamikleriyle sürekli olarak evrilmekte ve yeniden yapılanmaktadır. Bu durum, kümelenmenin bağlamsal unsurlara duyarlı, dinamik yapılar olduğunu belirtmesi açısından oldukça önemlidir (Buciuni & Pisano, 2018). Bu çalışma, ayakkabı sektöründe düşük teknoloji ve KOBİ ağırlıklı firmaların nerelerde kümelenmiş olduğunu belirlemekte, bu kümelerin Türkiye’deki mekânsal dağılım örüntüleriyle karşılaştırılmasını amaçlamaktadır. Analiz sürecinde, özellikle ayakkabı imalatı sektöründeki istihdam ve katma değer parametreleri kullanılarak söz konusu kümelenmeler, bölgesel yoğunlaşmayı nesnel ve karşılaştırılabilir biçimde ortaya koyabilme kapasitesi nedeniyle üç yıldız analizi tekniğiyle belirlenmiştir. Bununla birlikte elde edilen bulgular, istatistiksel bakımdan daha sağlam bir zemine oturabilmesi için lokasyon ya da yerleşme katsayısı (LK) analiziyle desteklenmiştir. Türkiye’nin ayakkabı imalatı sektöründe son çeyrek asırda küresel üretim ağına eklenerek küresel rekabetteki konumunu ve ihracat potansiyelini artırması, sektörün hangi il ekonomisinde yoğunlaştığını ve önemli bir yere sahip olduğunun belirlenmesini gündeme getirmiştir. Bu kapsamda Türkiye’deki geleneksel üretim yapısı ile küresel rekabet baskısı arasında sıkışan sektörün, aynı zamanda mekânsal/bölgesel kümelenme eğilimine dönük ipuçları sunması bu çalışmanın yapılmasının esas amacını ve temel motivasyonunu oluşturmaktadır.

Ayakkabı imalatı sektörü, Türkiye ekonomisinde hem istihdam ve ihracat potansiyeliyle öne çıkan hem de geleneksel ve yenilikçi unsurları iç içe barındıran, düşük teknoloji ve stratejik bir alan olarak tanımlanmaktadır. Sektörün belirli illerde mekânsal olarak kümelenme potansiyeli göstermesi hem sektörel rekabetçilik hem de bölgesel kalkınma açısından dikkate değerdir. Ancak, Türkiye’de ayakkabı imalatı sektöründe il düzeyinde kümelenme dinamiklerini dört kodlu mikro verilere dayanarak analiz eden başka bir çalışma bulunmamaktadır. Bu bağlamda, çalışma, diğer araştırmalara kıyasla, bir

sektörün kümelenme eğilimini detaylı mikro verilerle il düzeyinde yakalama imkanını sunmaktadır. Literatürdeki mevcut sanayi kümelerini belirleyen çalışmalar, çoğunlukla Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından sağlanan iki kodlu sektör verilerine dayanmaktadır (örneğin, bkz. Kaygalak & Reid, 2016; Kaygalak, 2018; Kırankabeş & Arık, 2014; Yavan, 2018). Dolayısıyla, iki kodlu verilere dayanan bu çalışmalar, potansiyel kümeleri ve sektörün il ekonomisindeki uzmanlaşma seviyesini tam anlamıyla yansıtmamaktadır. Ancak, bu çalışma, dört kodlu (NACE Rev.2) istihdam ve katma değere ilişkin temel göstergelerin on yıllık bir zaman dilimini (2009-2019) kapsayarak, ayrıntılı ayakkabı imalatı verilerine dayalı kapsamlı bir analiz yapma olanağı sunmakta ve böylece literatüre özgün bir katkı sağlamaktadır. Bu perspektiften değerlendirildiğinde, çalışma, OECD ve AB ölçeklerindeki kümelenme çalışmalarına uygun ve ayrıntılı bulgular içermektedir (Ketels & Protsiv, 2014; Sölvell, Ketels & Lindqvist, 2008). Bu sayede, literatüre farklı bir bakış açısıyla yaklaşmakta ve hem politika yapıcılara hem de sektör temsilcilerine yol gösterici öneriler sunmayı hedeflemektedir. Ayrıca, bu çalışma, kümelenmenin yenilikçilik kapasitesi, sosyal sermaye ağları ve kurumsal yoğunluk gibi çeşitli boyutlarla da ilişkili olduğunu bilmekle birlikte (Asheim, Cooke & Martin, 2006; Porter, 1998), temel amacı olan Türkiye'deki ayakkabı imalat sanayi kümelerinin belirlenmesi, uzmanlaşma düzeyleri ve mekânsal dağılımın incelenmesi kapsamında, söz konusu diğer küme boyutlarını göz ardı etmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde kümelenme olgusu ve literatür incelenmekte, üçüncü bölümde Türkiye'deki ayakkabı imalat sektörünün genel durumu, dördüncü bölümde araştırmanın veri kaynakları ve yöntemi açıklanmakta, beşinci bölümde ise ampirik bulgular sunulmakta ve son bölüm olan sonuç bölümünde de öne çıkan bulgular çerçevesinde genel bir değerlendirmeyle öneriler yer almaktadır. Üç yıldız analizi ve onu destekleyen LK analizi tekniğiyle yapılan bu çalışma, bir başlangıç noktası olarak kümelerin nerede yoğunlaştığını tespit etmekte, ancak bu yoğunlaşmanın ardındaki dinamikleri ve karmaşık ilişkileri derinlemesine incelememesi bu araştırmanın en önemli sınırlılığını oluşturmaktadır.

## 2. Kümelenme: Kavram ve Literatür İncelemesi

Kümelenme kavramı, Marshall'ın 'Endüstriyel Bölgeleri'nden Porter'ın 1990'lardaki popüler modeline kadar uzanan köklü ve tarihsel olarak oldukça geriye giden bir gelişim süreci vardır (Asheim vd., 2006; Coe, Kelly & Yeung, 2019, s. 398; Porter, 1998). Porter, modern anlamda 1990'larda belirli bir alanda uzmanlaşmış, birbiriyle ilişkili şirketler, tedarikçiler ve kurumların coğrafi olarak yoğunlaştığı yapıları rekabetçi gücü yüksek küme olarak tanımlamakta ve aynı zamanda yığılma ekonomilerinin bir sonucu olarak görülen kümelenmeyi, özellikle rekabetçilik ve bölgesel kalkınma ile ilişkilendirerek uluslararası literatüre yeni bir çerçeve kazandırmıştır (Asheim vd., 2006, s.2; Klepper, 2010, s. 15; Porter, 1998, s. 10; Yavan, 2006, s. 132-133). Ayrıca Porter, ulusal ve bölgesel rekabet üstünlüğünü belirleyen unsurları açıklamak veya başka bir ifadeyle kümelerin yapısını ile aralarındaki bağlantıları anlamak amacıyla, faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici kuruluş ve sektörler ile firma stratejisi ve rekabet yapısı olmak üzere dört temel bileşenden oluşan Elmas Modelini geliştirmiş ve bu model aracılığıyla kümelenmeye dayalı ekonomi politikalarının geliştirilmesini ve uygulanmasını mümkün kılmıştır (Porter, 1990, s. 71). Buna ek olarak, Storper (1997) da kümelenmeyi, çoğunlukla bölgesel üretim merkezleri ve teknoloji merkezleri bağlamında açıklayarak, firmalar arasındaki yoğun etkileşimleri, karşılıklı bağımlılıkları, düzenlemeleri ve bölgeye özgü ilişkisel varlıkları dikkate almıştır.

Kümelenme literatüründe, kümelerin ortaya çıkışı genellikle tarihi tesadüfler ya da yol bağımlılığı (path dependency) ile açıklanırken (Boschma, 2007; Martin & Sunley, 2006), kümelerin

sürdürülebilirliği sadece ekonomik avantajlarla değil, beşeri sermaye, kurumlar, firmalar arası etkileşim, ortak öğrenme, sosyal sermaye ve bilgi akışı gibi çok boyutlu unsurlarla ilgili olduğu çeşitli çalışmalarda açıklanmış ve incelenmiştir (Asheim vd., 2006; Pike, Rodríguez-Pose & Tomaney, 2017). 1980’lerde küreselleşme, serbest piyasa ve esnek üretim sistemine geçişle birlikte kümelerin küresel üretim ağları içindeki stratejik rolü, ekonomik coğrafya alanında önemli bir araştırma konusu olarak öne çıkmıştır (Coe vd., 2019; Yavan & Yılmaz, 2024). Yine kümelerin gelişimi, dönüşümü, evrimi, bilgi paylaşımı, işbirliği, güven, yenilikçilik, kilitlenme, spinoff, girişimcilik, yenilenme, çeşitlilik ve rekabetçilik gibi çok boyutlu dinamiklerin kümelenme tipolojileri üzerindeki etkisi, özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ve bölge karşılaştırmaları bağlamında, evrimsel ekonomik coğrafya literatüründe önemli bir inceleme alanı olarak detaylı bir biçimde incelenmiştir (Coe vd., 2019, s. 391; Essletzbichler, 2012; Klepper, 2007; Martin & Sunley, 2003; Menzel & Fornahl, 2010; Rigby, 2018; Yavan & Yılmaz, 2024, s. 283). Bu kapsamda, kümelenmenin basit mekânsal bir yoğunlaşmanın ötesinde, çok ölçekli, aktörler, kurumlar ve ağlar şeklinde ilişkisel ve evrimsel bir süreç olarak ele alındığı ve küme yaşam döngüsü gibi çeşitli yaklaşımlar üzerinden ayrıntılı biçimde incelendiği görülmektedir (Boschma, 2007; Martin & Sunley, 2006; Yavan & Yılmaz, 2024). Nitekim bu doğrultuda son yıllarda evrimsel ekonomik coğrafya alanında ön plana çıkan “ilişkili çeşitlilik” ve/veya “ilişkili çeşitlenme” kavramı bağlamında kümelenme kavramının “akıllı uzmanlaşma” şeklinde yeniden keşfedilerek bölgesel kalkınma ve yenilikçilik politikalarının tasarımında kullanılan en önemli araçlardan biri olduğu vurgulanmaktadır (Gültekin, Yavan & Kurul, 2023, s. 640-643). Dolayısıyla bu kavramlar, dinamik ve evrimsel bir süreç olan kümelenmeyi neden ve nasıl soruları ile derinlemesine incelemektedir. Bu çalışma ise, söz konusu niteliksel dinamiklerin farkında olmakla birlikte, bu dinamikleri kapsam dışı bırakarak, sektörün mekânsal yoğunlaşma ve uzmanlaşma düzeylerinin tespitinin ampirik boyutuna odaklanmaktadır.

Kümelenme yazınında farklı yaklaşımlarla ele alınan ampirik çalışmaların yanısıra yöntem açısından da hatırı sayılı miktarda çalışma bulunmaktadır. Özellikle Porter (değer zinciri ve tamamlayıcı sektörler) ve Ketels (girdi-çıkıtı), ilişkili sektörleri belirlerken sektörler arasındaki çok boyutlu bağlantıları dikkate almışlardır (Sölvell vd., 2008). Bu çalışmalarda girdi-çıkıtı (input-output) tabloları (Feser & Bergman, 2000), ortak teknoloji ve beceri kullanımı (Breschi & Malerba, 2005), benzer dağıtım kanalları ve müşteri grupları (Porter, 1998) ile coğrafi yakınlık ve yerel ağlarla sektörler arası bağlantılar ve tamamlayıcılık ilişkileri baz alınarak faktör analizi, korelasyon analizi, hiyerarşik kümelenme gibi istatistiksel tekniklerle sektörlerin oluşturduğu kümeler belirlenmektedir (Argüelles, Benavides & Fernández, 2014; Delgado, Porter & Stern, 2016). Dolayısıyla bazı çalışmalar çoğunlukla sektörler arası ilişkilere göre kümeleri belirlerken, diğer bazı çalışmalarda kullanım kolaylığı ve basitliği nedeniyle ya Yerelleşme/Lokasyon Katsayısı (Bertacchini & Borrione, 2013; Lazzeretti, Boix & Capone, 2008) ya da Üç Yıldız gibi tekniklerle mekânsal yoğunlaşma ve dağılıma odaklanmaktadır (Ketels & Protsiv, 2014).

Bu çalışmanın konusunu oluşturan ayakkabı imalat sanayi sektörünün kümelenmesine odaklanan çalışmalar incelendiğinde, KOBİ niteliğindeki ayakkabı imalatçıları ve tedarikçilerinin (kalıp, taban, deri ve makine gibi), yani ilişkili sektörlerin aynı bölgede bulunması yerelleşme ekonomileri bağlamında kümelenmenin en temel özelliğini oluşturmaktadır (Schmitz, 1995). Ayakkabı imalatı kümelenmeleri çoğu kümelenme tipinde olduğu gibi dinamiktir; küreselleşme, teknolojik değişimler ve pazar dinamikleri karşısında sürekli bir evrim ve yeniden yapılanma sürecindedir (Buciuni & Pisano, 2018). Bu kapsamda yapılan çalışmalarda özellikle İtalya’da ayakkabı imalatı sektöründeki kümelerin küreselleşme karşısında tek tip tepki vermediği; pazar segmentine, değer zinciri ve üretim

ağındaki konumlarına göre farklı stratejiler geliştirdikleri ampirik olarak ortaya konulmuştur (Amighini & Rabellotti, 2006). Diğer yandan Çin'in Wenzhou bölgesinde ayakkabı sektöründeki kümelenme, düşük teknoloji ve sermayeyi koruma bariyerleriyle hızlı bir şekilde büyürken, Wenzhou'nun başarısında bölünmüş işgücü, informal finansman ve güven önemli rol oynamış; yerel ve ulusal düzeyde ekonomik büyümeye katkısı ve rekabet gücüne nasıl katkı sağladığı evrimsel ekonomik coğrafyanın temel kavramlarıyla incelenmiştir (Huang & Zhang, 2008; Wang, 2010). Marikina şehri (Filipinler) ayakkabı sektörü örneği ise, gelişmekte olan ülkelerdeki geleneksel sanayi kümelerinin, küreselleşme ve serbest piyasa uygulamaları karşısında ciddi bir dönüşüm baskısı altında kaldığı, piyasada tutunabilmek için inovasyon ve işbirliği kapasitesinin artırılmasını, aynı zamanda küresel üretim ağına entegrasyonun şart olduğu ifade edilmiştir (Scott, 2005).

Türkiye'de ise kümelenme çalışmaları literatürde 2000 yılından itibaren hız kazanmış, Lokasyon ya da Yerelleşme Katsayılarını (LK ya da LQ) temel alarak yapılan araştırmalar, bölgesel kalkınma ve inovasyon bağlamında ya ulusal ölçekte tüm imalat sektörü ya da yerel ölçekte genellikle otomotiv, makine, tekstil, mobilya ve seramik gibi her biri ayrı imalat sanayi sektörüne odaklandığı; belirlenen kümelerin Türkiye genelinde dört büyük metropolde ya da Türkiye'nin batıdaki geleneksel sanayi bölgelerinde yoğunlaştığını ortaya koymuştur (Akgüngör & Falcıoğlu, 2005; Çelik & Sandal, 2022; Eser & Köse, 2005; Kaygalak, 2018; Öz, 2004; Savran, 2007). Bu çalışmalar özellikle bölgesel kalkınma, rekabet gücü ve yenilikçilik açısından önem taşıırken, ayakkabı sektörü de Türkiye'de kümelenmenin öne çıktığı alanlardan biri olarak tespit edilmiştir (Öz, 2004). Öz (2004, s. 149), küresel rekabet avantajı ile sanayi kümelerinin gelişimi ve Türkiye deneyimiyle ilgili olarak Türk deri sektörü (İstanbul-Tuzla, Bursa, İzmir-Menemen, Bolu-Gerede, Tekirdağ-Çorlu ve Uşak) ve daha alt basamaktaki alt sektörlerin (deri işleme, ayakkabı tabanı ve saya üretimi gibi) yoğunlaşma düzeyleri ve kümelerin mekânsal dağılışını tarihsel gelişimiyle birlikte ortaya koymaktadır. Öz (2004), bu çalışmasıyla ayakkabı imalatının Denizli (Yeşilyuva), Konya ve İstanbul'da kümelenirken, Gaziantep'in de sektörde önemli bir potansiyeli olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca sektörün İstanbul'daki merkezi rolü ve Kazlıçeşme'den Tuzla'ya doğru görülen mekânsal kayma, sektörün mekânsal dönüşümü açısından önemli bir örnek olarak sunulmuştur. Yine yerel ölçekte üretim çeşitliliğini artırmak ve bölgesel kalkınmayı desteklemek amacıyla On Birinci Kalkınma Planı bağlamında bölgesel kalkınma ajansları, ayakkabı ve saya imalat sanayi sektörünün altyapısını güçlendirmek modernleştirmek, istihdamı artırmak, rekabetçi hale getirmek ve ihracatla desteklenen bir kümelenme ekosistemi kurmak amacıyla bölgesel kalkınma stratejisini uygulamaya çalışmaktadırlar (Mevlana Kalkınma Ajansı (MEVKA), 2012; Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı (BAKKA), 2023; İpekyolu Kalkınma Ajansı (İKA), 2024). Bartın'da kurumsal destek ve teknolojiye erişim sayesinde kümelenmenin istihdam, üretim ve ihracatı artırma potansiyeli bulunurken, teşvik ve işbirliği konusunda ildeki eksikliklerin giderilmesi için gerekli desteğin verilmesi önerilmiştir (BAKKA, 2023). Buna ilaveten Ceyhan & Özcan'ın (2018) Bartın'da ayakkabıcılık sektörünün kümelenme potansiyelini üç yıldız analizi ve firmalara uygulanan ankete dayalı analizlerle değerlendiren bir başka çalışmada ise, örneklemin küçük olması ve ölçüm sınırlılığı nedeniyle bulguların genellenebilirliği oldukça sınırlı kalmıştır. Diğer yandan Konya'da ayakkabı imalatında güçlü bir kümelenme potansiyeli olduğu da çeşitli çalışmalarla ortaya konmuştur (MEVKA, 2012; Yavan, 2018).

Türkiye kümelenme çalışmalarına yönelik literatür yöntemsel açıdan incelendiğinde bir yandan girdi/çıkıtı tabloları, Hirschman-Herfindahl İndeksi (Eser & Köse, 2005) ve faktör analizi (Sakarya, 2023) gibi teknikler kullanılarak birbiriyle ilişkili kümeler belirlenirken, öbür yandan Gini Uzmanlaşma

İndeksi ile coğrafi yoğunlaşma (Falcıoğlu & Akgüngör, 2008) ve Keşifsel Mekansal Veri Analizi (ESDA) kapsamındaki Local Moran’s I (LİSA) tekniğiyle mekânsal yoğunlaşma incelenmiştir (Kaygalak & Reid, 2016; Elburz, 2024). Ayrıca Yerleşme ya da Lokasyon Katsayısı (Akgüngör, Kumral & Lenger, 2003; Akgüngör, 2006; Çelik, Akgüngör & Kumral, 2019; Çelik & Sandal, 2022; Elburz, 2024; Eser & Köse, 2005; Falcıoğlu & Akgüngör, 2008; Kaygalak, 2018; Öz, 2004; Savran, 2007; Sakarya, 2023) ve Üç Yıldız analiziyle (Baca, 2022; Ceyhan & Özcan, 2018; Demirdöğen, 2018; Duran, 2024; Güçlü, Türkcan, Günal & Kumral, 2016; Kavak, 2021; Kırankabeş & Arık, 2014; Şen & Sandal, 2017; Yavan, 2018) bölgesel uzmanlaşma ve kümelenme eğilimi olan yerlerin belirlenmesi ve mekânsal dağılımı ulusal, bölgesel ve il ölçeğinde değerlendiren çok sayıda akademik araştırma ve kurum (KUZKA, 2014; ORAN, 2021) raporları da bulunmaktadır. Ancak bu çalışmalardan sadece biri TÜİK’e dayalı tek kodlu firma sayısı verisini (Kavak, 2021) kullanırken, büyük bir kısmı SGK firma sayısı ve istihdam verilerini kullanmış, iki çalışma ise (Duran, 2024; Şen & Sandal, 2017;) TOBB Sanayi ‘kapasite raporuna’ dayalı verileri kullanmış, ancak tek bir yıla ait bu veri tabanının KOBİ odaklı firmaları önemli ölçüde eksik temsil etmesi nedeniyle küme resmini olduğundan daha dar kapsamlı gösterme riski taşımakta, dolayısıyla kullanılan verilerin sadece istihdama, tek bir yıla ve kapasite raporuna dayalı olması kümelenmeye dair güçlü kanıtları zayıflatmaktadır. Üç yıldız analizinin doğası gereği sadece firma sayısı ve istihdam verilerinin kullanılması bir yandan emek-yoğun sektörleri ortaya çıkarırken, öbür yandan katma değer gibi değişkenlerin kullanılmaması teknoloji yoğun sektörlerin geri plana atılma riskini artırmaktadır (Yavan, 2018). Bunlara ilaveten üç yıldız analizine dayalı Yavan (2018) ve Kırankabeş & Arık (2014)’a ait çalışmalar küme tespitinde belirli bir zaman serisini kullanarak kümelerin zaman içindeki gelişimini (ya da gerilemesini) ortaya koyarken, diğeri sadece bir yıla ait olup konjonktürel dalgalanmaların (örneğin Covid-19 salgını) etkisini ayıklayamadığı için kümenin statik bir yapıda olmasına yol açmaktadır.

### 3. Türkiye’de Ayakkabı İmalatı Sektörü

İnsanların temel ihtiyaçlarının yanısıra moda, sosyal statü, tasarım ve teknolojik gelişmelerle ve özellikle deri sektörüyle de yakından ilişkili olan ayakkabı imalatı küresel bir endüstridir. İnsanların ayaklarını soğuktan ve yaralanmalara karşı korumak amacıyla yaklaşık 50 bin yıl önce başladığı düşünölen ayakkabı üretimi, sanayi devrimiyle birlikte modern makineler ve seri üretim sayesinde üretimi hızlanmış, maliyetler azalmış ve üretim artmıştır (Encyclopaedia Britannica, 2025). Böylece 20. yüzyılda ayakkabı endüstrisi artan ihtiyaç karşısında büyük bir çeşitlilik göstererek dağ ve buz ayakkabıları, spor ayakkabıları, topuklular ve botlar gibi çeşitli stil, marka segmenti (örneğin Prada ve Giorgio Armani) şeklinde farklı tasarım ve renklerle piyasaya sürölmüştür (Amighini & Rabellotti, 2006; Buciuni & Pisano, 2018).

Osmanlı’da lonca teşkilatıyla örgötlenen, ahilik geleneğine dayanan, hammaddeyi tabakhanelerden tedarik eden (İstanbul Kazlıçeşme, Gaziantep Tabakhane bölgesi gibi) ayakkabı imalat sektörü, İstanbul dışında Anadolu’nun İzmir, Gaziantep, Kahramanmaraş, Bursa, Denizli, Bolu gibi yerlerinde üretimi gelişmiş, aynı zamanda 16 ve 17. yüzyıllarda özellikle askeri ihtiyaç bu zanaatın hızla gelişmesine yol açmıştır (Doldur & Kartal, 2022; Faroqhi, 2011; İSO, 2022; Kalelioğlu, 2025, s.222). Öte yandan Osmanlı İmparatorluğu’nun son döneminde 1882 yılında Beykoz’da deri ve kundura tesisleri geleneksel imalattan modern imalata geçişin ilk adımıdır (Pamuk, 2021). Cumhuriyetin ilanıyla birlikte devletin sanayileşme politikaları 1933 yılında Sümerbank gibi kamu iştiraklerinin açılmasıyla ayakkabı üretiminde önemli bir yol kat etmiştir. 1950’li yıllardan itibaren İstanbul (örneğin Beyazıt ve

Gedikpaşa), İzmir ve Ankara başta olmak üzere çeşitli yerlerde küçük ölçekli sanayi kimliğine bürünmeye başlayan ayakkabı imalat sektörünün yakın tarihi özellikle üretim sistemleri ve teknolojilerindeki gelişmeler ışığında iki ayrı dönemde incelenebilir: İlk dönem, 1950'lerden başlayıp, 1980'lerin ikinci yarısına kadar devam eden ithal ikame sürecidir. İkinci dönem ise, 1980'lerin ikinci yarısından günümüze kadar devam eden serbest piyasa sürecidir. Türkiye'de birkaç fabrika dışında üretimin hiçbir aşamasında makinenin kullanılmadığı ve üretimin büyük oranda elle yapıldığı geleneksel ya da zanaat üretiminin yavaş yavaş terkedilmeye başladığı ilk dönemde sektör, 1950'li yıllarla birlikte küçük ölçekli ve kısmen modern üretim tekniklerinin kullanılmaya başlandığı bir endüstriye bürünmüştür (İSO, 2022). 1990'larda İstanbul (Tuzla), İzmir (Menemen), Bursa, Bolu (Gerede), Tekirdağ (Çorlu) ve Uşak deri işlemede uzmanlaşırken; post-Fordist üretim sistemi ve serbest piyasaya geçiş ile küreselleşme ve teknolojik gelişmeler İstanbul (İkitelli, Yeni Bosna ve Gedikpaşa), Denizli, Konya ve Gaziantep gibi yerlerin hem sayı hem de taban ve diğer yan sanayilerde uzmanlaştığı belirtilmektedir (Kalelioğlu, 2025, s.222; Öz, 2004). Ayrıca 1990'lar ve 2000 yılından bu yana küresel değer zinciri ve küresel üretim ağında meydana gelen değişimler Türkiye'de de markalaşma ve örgütlenmenin güçlenmesi ve teknik eğitim ihtiyacının artmasıyla birlikte kümelenme girişimlerinin başladığı da görülür (İSO, 2022). Ki bu duruma en önemli kanıt hem Öz (2004) hem de Kaygalak & Reid'in (2016) çalışmalarında da rastlanmaktadır. Her iki kümelenme eğilimli çalışmada deri ve onunla ilişkili olan ayakkabı imalatı sektörünün daha az bölgesel-komşuluk temelli ve ülke genelinde daha parçalı bir coğrafi örüntü sergilediği belirlenmektedir. Özellikle 1992 ve 2009 yılları arasında ve iki kodlu sektörleri ele alan Kaygalak & Reid'in (2016) çalışmasında LISA ve lokasyon katsayısı analizine göre deri ve türevleri imalatı sektöründe İzmir, Manisa, İstanbul, Balıkesir, Aydın, Uşak, Konya, Gaziantep, Bolu illerinde yoğunlaştığı; Kocaeli, Adana, Kahramanmaraş, Malatya, Isparta, Denizli, Trabzon ve Bursa illerinin sektörde zamanla küme niteliğini kaybettiği ve son kertede var olan illere ilaveten 2009 yılında Tekirdağ, Kırklareli, Kütahya, Eskişehir, Afyon, Osmaniye ve Çanakkale'nin ise kümelenme eğilimi taşıdığı belirlenmiştir.

Günümüzde çok az lokasyonda geleneksel el işçiliği devam ederken (Gaziantep'te yemeni ya da çarık imalatı gibi), diğer yandan modernizasyonun etkisiyle çeşitli kalıplarla enjeksiyon tabanlı yani kompozitler, sentetik ve tekstil dokumalarla hızlı ve çeşitli koleksiyona dayalı imalat, esas üretim haline gelmiştir (İKA, 2024; İSO, 2022). Ayakkabı imalat sektörünün (15.11 ve 15.20 NACE kodlu) TÜİK verilerine göre de bu gelişim sürecinin, 2019 yılında firma sayısı, istihdam ve katma değer bakımından 2009 yılına göre çok daha büyük bir üretim hacmine ulaştığını göstermektedir (Çizelge 1). Bu işletmelerin yaklaşık %75'i KOBİ ölçeğinde üretim yaparken, kalan %25'i ise büyük ölçekli imalat şeklinde üretim faaliyetinde bulunmaktadır (İSO, 2022). Yerli işletmelerin sektörden aldıkları pay incelendiğinde, ilk beşte hem yerli hem de uluslararası büyük markalar yer almaktadır. Pazarın lideri, yaklaşık %20'lik payıyla yerli bir şirket olurken, marka düzeyinde ise spor, bot ve günlük ayakkabı segmentlerinde güçlü konumdaki birkaç yerli ve uluslararası firma Türkiye ayakkabı imalatında zirvede yer almaktadır (İSO, 2022). Türkiye'deki üretim, sadece yerel pazara kaliteli ve erişilebilir ürünler sağlamakla kalmıyor, aynı zamanda değişen tüketici talebine ve uluslararası standart ve süreçlere göre başta Almanya olmak üzere Avrupa pazarında genişlemeyi hedeflemektedir. Bu amaçla son yıllarda Türk ayakkabı imalat sektörü tasarıma ağırlık vererek değişen tüketici talebine ve moda uygun koleksiyonlar hazırlamaktadır. Sektörde nitelikli eleman ihtiyacını karşılamak için birer bölgesel varlık olan üniversitelerde (Gaziantep, Konya Teknik, Abant İzzet Baysal, Ankara ve İstanbul üniversiteleri) ayakkabı tasarımı ve üretimi bölümleri açılmış, Türkiye Ayakkabı Sanayi Araştırma, Geliştirme ve

Eğitim Vakfı (TASEV) gibi kuruluşlar faaliyete geçmiştir. Ayrıca, yetenekli insanları desteklemek amacıyla tasarım yarışmaları organize edilmekte ve bu alanda başarılı olanlar yurt dışı eğitimiyle ödüllendirilmektedir (Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü, 2022). Sonuç olarak, Türkiye’de ayakkabı imalatı güçlü bir deri işleme mirası üzerine kurulmuş; ahilik geleneğiyle kurumsallaşmış; ürün ve hammadde çeşitliliğini modern sentetiklerle genişletmiş; bugün ise düşük teknoloji ve KOBİ ağırlıklı yapısıyla istihdam ve ihracata önemli katkı sağlayan bir üretim alanına dönüşmüştür (İSO, 2022). Sektör bugün bir yandan çoğunlukla KOBİ’lerden oluşan önemli bir istihdam ve ihracat gelirine katkı sağlarken, öbür yandan güçlü bir deri tedarik ağı (Uşak, Menemen, Çorlu, Tuzla ve Gerede) ve esnek üretim sayesinde hem iç hem de dış piyasada rekabetçi konumuna dönüşmüştür (İSO, 2022; Öz, 2004).

#### 4. Veri ve Yöntem

Çalışmamızdaki veriler Türkiye İstatistik Kurumu’ndan (TÜİK) temin edilmiştir. Ayakkabı imalatı, NACE rev.2 sınıflandırmasına göre deri ve deri ürünleri sanayinin alt kırılımında yer almaktadır. İstatistiksel analizler için il düzeyinde ayakkabı imalatına dair tüm işyerlerini kapsayan istihdam ve katma değer verileri kullanılmıştır. Bu çalışma, NACE Rev. 2 sınıflamasına dayanmakta olup, TÜİK’in 2009 ve 2019 yıllarına ait İBBS (NUTS) 3 (81 il) düzeyindeki mikro verilerin toplulaştırılmasıyla üretilmiş nicel bir analizdir. Analiz, AB Küme Gözlemevi’nin tanımına göre ‘ayakkabı imalat kümesi’ temel faaliyet olarak 15.20 (Ayakkabı imalatı) kodunu içerirken, tedarik ve ilişkili faaliyetler kapsamında imalat sektörleri için geliştirdiği sınıflandırma ve kümelenme kapsamındaki 15.11 (Derinin tabaklanması ve işlenmesi, kürkün işlenmesi ve boyanması) koduyla yakından ilişkili olup, dört basamaklı iki alt ekonomik faaliyete göre yapılmıştır (Delgado vd., 2016). Analiz, 2009 ve 2019 yıllarına ait zaman serisiyle sınırlandırılmıştır. Zira ayakkabı imalatında kümelenme eğilimini, küresel ölçekte kümülatif etkilerin daha iyi gözlemlendiği kabulüyle iki ana yıl temelinde değerlendirilmektedir. 2009 Yılı verisi, 2008 küresel krizinin hemen sonrasındaki mekânsal yeniden yapılanmayı temsil ederken; 2019 yılı da, Covid-19 Salgını öncesinde 2010’lu yıllar boyunca olgunlaşan mekânsal örüntülerin ‘normal’ bir son fotoğrafını sunmaktadır.

Türkiye’de ayakkabı imalat sektörünün bölgesel uzmanlaşma ve potansiyel kümelenme yerlerini belirlemek amacıyla bu çalışmada Üç Yıldız Analizi ve bu analizi desteklemek için Lokasyon Katsayısı (LK) analizi kullanılmaktadır. Ancak Türkiye’deki kümelenme literatüründe LK ve Üç Yıldız Analizi gibi teknikler kullanılarak coğrafî yoğunlaşma, kümelerin mekânsal dağılımı ve bölgesel uzmanlaşma düzeyleri farklı ölçeklerde çeşitli çalışmalarda incelenmiştir (Akgüngör, 2006; Çelik vd., 2019; Elburz, 2024; Eser & Köse, 2005; Kırankabeş & Arık, 2014; Öz, 2004). Ancak literatürdeki bu çalışmaların bazılarında yaygın biçimde kullanılan ve çeşitli kuruluşlardan (TÜİK ve SGK) elde edilen iki kodlu sektör verileri ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) kapasite raporuna dayalı veri tabanını kullanan çalışmalar (örneğin Şen & Sandal, 2017), AB Küme Gözlemevi’nin tanımında yer alan tedarik ve ilişkili faaliyetlerin ayrıntılı sınıflandırmasını, kümelenme dinamiklerini ve potansiyel kümelenme alanlarını yeterince yakalayamamaktadır; buna karşılık bu çalışmada kullanılan dört kodlu mikro veriler, söz konusu tanımla uyumlu daha detaylı bulguları yakalamayı mümkün kılmaktadır.

Bu çalışmada, öncelikle kümelenme çalışmalarında yaygın olarak kullanılan Üç Yıldız Analizi uygulanmış ve Türkiye’deki ayakkabı imalat sektörünün kümelenme potansiyeli il düzeyinde olgun, potansiyel ve aday kümeler şeklinde saptanmıştır. Üç Yıldız Analizi, Avrupa Küme Gözlemevi (European Cluster Observatory) tarafından kümelerin güçlülüğünü derecelendirmek için geliştirilen ve hala kullanılan bir yöntemdir (Ketels & Protsiv, 2014). Kümelenme çalışmalarında güçlü analitik

temellerin atılmasına zemin hazırlayan bu analiz, nispeten basit, anlaşılabilir ve güvenilir bir teknik olarak öne çıkmaktadır (Sölvell vd., 2008). Üç Yıldız Analizi; Büyüklük, Başatlık ve Uzmanlaşma ölçütlerini dikkate alır ve her biri için tanımlanan eşiklere göre yaptığı değerlendirmeyle bir bölgedeki 'i' sektörünün kümelenme potansiyelini ölçer (Yavan, 2018, s. 215-216). Her bir parametre için yapılan hesaplamalar sonucunda, eğer elde edilen değer eşik seviyesinin üzerindeyse, bölgedeki 'i' sektörü için bir yıldız tahsis edilir. 'i' Sektörünün 3 yıldız alması, bölge içinde en yüksek kümelenme potansiyeline sahip sektörü ifade eder (Yavan, 2018, s. 215-216). Şöyle ki büyüklük kriteri, bölgedeki 'i' sektörü istihdamının, Türkiye'deki 'i' sektörünün toplam istihdamına oranlanmasıyla belirlenir. Elde edilen değer 0,06'yi geçtiğinde, 'i' sektörü bir yıldız kazanarak, ildeki sektörün ülke içindeki konumunu ortaya koyar. Başatlık, bir bölgedeki 'i' sektörü istihdamının, aynı bölgenin genel istihdamı içindeki payını ölçmektedir (Yavan, 2018, s. 215-216). Eğer bu oran, 0,01'den büyükse, 'i' sektörü bir yıldız kazanır ve sektörün il ekonomisi içindeki ağırlığını ve önemini gösterir. Uzmanlaşma değeri ise, bir bölgedeki 'i' sektörünün toplam istihdam içindeki payının ulusal paya bölünmesiyle hesaplanan LK'dır; değer 1'den büyükse sektörün bölgede uzmanlaştığı kabul edilir ve bir yıldız verilir (Yavan, 2018, s. 215-216). Bu gösterge, ildeki 'i' sektörünün baskınlığının ülke ortalamasına göre konumunu yansıtır. Analize göre, ayakkabı imalat sektörü 3 yıldızla 'olgun küme', 2 yıldızla 'potansiyel küme' ve 1 yıldızla 'aday küme' olarak gruplandırılmaktadır (Yavan, 2018, s. 215-216).

Eşik değerinin seçimine ilişkin literatürde ortak bir standart bulunmamaktadır. AB ölçeğinde ve diğer ülkelerde farklı değerler ölçüt olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmada ise, Yavan'ın (2018), KOP kapsamında yaptığı Girişimcilik ve Yenilikçilik İhtiyaç Analizi adlı araştırmada belirlediği eşik değerler esas alınmıştır. Üç yıldız analizinde çoklu eşik denemeleri (+/- %10, %1 ve %6) yürütülmüş ve bu yinelemeli testler sonucunda en geçerli eşik seti büyüklük %6 (0,06), başatlık %1 (0,01) ve uzmanlaşma için 1'in üzeri limit kabul edilmiştir. Üç parametrenin de bu değerleri aşması durumunda ilgili kriterde olduğu varsayılmış ve bir yıldız verilmiştir.

Bu çalışmada, üç yıldız analizini desteklemek ve İBBS3 düzeyindeki illerin yine istihdam ve katma değer değişkenlerini kullanarak yerel uzmanlaşma düzeylerini belirlemek amacıyla Lokasyon Katsayısı (Location Quotient) analizi de uygulanmıştır.2 Üç yıldız analizi kümelerin güçlülüğünü derecelendirirken, LK analizi bir yerin sektördeki hem uzmanlaşma düzeyini (yerelleşme katsayısını) ortaya koymakta hem de lokasyon katsayısının yüksek olması bir kümenin göstergesi olarak kabul edilmektedir (Carroll, Reid & Smith, 2008). LK, bölgede belirli bir sektördeki istihdamın/katma değerinin bölge ekonomisi içindeki ağırlığının, aynı sektörün ulusal istihdamın/katma değerinin toplam ulusal ekonomi istihdam/katma değer içindeki ağırlığına oranlanmasıyla elde edilen bir uzmanlaşma ölçütüdür (Isaksen, 1997; Lazzeretti vd., 2008; Porter, 2003). Ancak LK analizinin bir sınırlılığının sonucu olarak metropoller dışındaki illerde nüfusun az ve istihdamın düşük olması nedeniyle sektördeki az sayıdaki istihdam ve katma değer değişkenleri yüksek bir LK oluşturma potansiyeli taşımaktadır.

Üç Yıldız Analizinde olduğu gibi literatürde LK analizinde de sektörün kümelenmesini gösteren değerlerin belirlenmesinde ortak bir eşik değeri bulunmaması oldukça tartışmalı bir konudur (Porter, 2003; Martin & Sunley, 2003; O'Donoghue & Gleave, 2004). Örneğin, Öz (2004), Eser & Köse (2005), Carroll vd., (2008) ile Elburz'un (2024) yaptığı çalışmalarda eşik değeri olarak 1,00; ancak Akgüngör vd., (2003), Akgüngör & Falcioğlu (2005), Akgüngör (2006), Çelik vd., (2019), Çelik & Sandal (2022) ile Sakarya'nın (2023) yaptığı çalışmalarda eşik değeri olarak 1,25 kullanılmıştır. Belirtilen bu son eşik değeri ekonomik coğrafya literatüründe sektörel uzmanlaşma için en yaygın kullanılan ve önemli bir

referans noktası olarak dikkate alınmıştır. Dolayısıyla bu çalışmanın LK analizinde de, daha güçlü bir uzmanlaşma göstergesi olarak  $LK \geq 1,25$  ve üzeri eşik değeri kullanılmıştır.3 LK değerinin 1,25’ten büyük olması, ilin ayakkabı imalat sektöründe Türkiye ortalamasının üzerinde oldukça güçlü, anlamlı ve gerçekçi bir uzmanlaşma eğilimi gösterdiğini ifade etmektedir.

## 5. Bulgular

### 5.1. Türk Ayakkabı İmalat Sektörünün Küresel ve Ulusal Ekonomideki Yeri

Küresel ayakkabı üretimi 2019 yılında 24,5 milyar çift ayakkabı düzeyindedir (İSO, 2022). 2019 yılı küresel ayakkabı imalatının bölgesel dağılımı incelendiğinde Asya kıtası (Türkiye dahil) %87,4 ile (dünyada üretilen her on ayakkabıdan yaklaşık dokuzu bu bölgede üretilmekte) açık ara dünya lideridir (Çin, Vietnam, Hindistan ve Endonezya). Bu bölgeyi %4,7 ile Güney Amerika (Brezilya), %3,2 ile Avrupa (özellikle İtalya ve İspanya katma değer açısından önemini korumakla birlikte yüksek kaliteli ve lüks ayakkabı üretiminde uzmanlaşmıştır), %2,9 ile Afrika (özellikle Etiyopya) ve oldukça sınırlı bir payla (%1,8) Kuzey Amerika takip etmektedir (APICCAPS, 2020). Bu durum küresel ayakkabı üretiminde mekânsal olarak Asya lehine neredeyse tek kutuplu bir yapının ortaya çıktığını göstermektedir. 2019 yılında ise Avrupa’da sektör, 18.800 işletmede doğrudan 24 bin kişiye istihdam sağlayarak, 26,4 milyar Euro ciro (Ulusal GSYİH içindeki payı %0,5) elde etmiştir. Avrupa’daki birçok firma, yüksek kaliteli ve katma değerli niş pazarlara yönelmiş; lüks ayakkabılar, çocuk ayakkabıları, özel kullanım için ürünler ve Endüstri 4.0’la birlikte (Yavan vd., 2025) kişiye özel tasarımlar öne çıkmıştır. 2009-2019 yılları arasında AB dışına yapılan ihracat miktarında %51, katma değerde ise %147 oranında artış gerçekleştirerek sektörün Avrupa dışındaki yüksek potansiyelini göstermiştir (European Commission (EC), 2025). 2019 yılında ayakkabı ihracatında AB içerisinde İtalya (12,5 milyar \$), Almanya (9,2 Milyar \$) ve Fransa (4,5 milyar \$) toplamda 26,2 milyar \$ ile ilk sıralarda gelmektedir (UN, 2025).

**Çizelge 1.** Türkiye’deki ayakkabı imalatı sektörünün ekonomik performansı, 2009-2019

	Firma sayısı		Çalışan sayısı		Katma Değer (TL)	
	2009	2019	2009	2019	2009	2019
Ayakkabı imalat sektörü toplamı	6156	7118	39844	57822	668.725.243	3.477.306.796
Ulusal ekonomi toplamı	2631091	3227055	10081880	15637302	268.890.239.442	1.382.531.511.981
Ulusal ekonomi içindeki ayakkabı imalat sektörünün payı (%)	0,23%	0,22%	0,40%	0,37%	0,25%	0,25%

**Kaynak:** TÜİK 2020 yılı verilerine dayalı olarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Küresel kriz sonrası 2009 yılından itibaren hızlı büyüme sürecine giren Türkiye’deki ayakkabı sektörü ise, 2019 yılında elde ettiği üretim miktarıyla ciddi bir büyüme ve gelişme kaydetmiştir (İSO, 2022). Ayakkabı imalat sektörü 2009 yılında Türkiye’deki girişimin %0,23’ünü, istihdamın %0,4’ünü, ülke katma değerinin %0,25’ini oluştururken; 2019 yılında ise ülkedeki toplam girişim içindeki sayısı 2009 yılına göre görece artarken, oransal olarak azalmış; istihdam miktar olarak görece artarken oran olarak çok küçük bir düşüş yaşamış, ancak ülke katma değeri içindeki payında pek bir değişiklik olmamıştır (Çizelge 1). AB ortalamalarıyla karşılaştırıldığında 2019 yılında ayakkabı imalat sektörünün toplam girişim içindeki payının AB ülkelerinde 0,08 olduğu, toplam istihdamdaki payı %0,012 olurken, yüksek kaliteli ayakkabı imalatından dolayı (İtalya ve İspanya gibi) toplam katma değerdeki payının ise %2,2 olduğu belirlenmektedir (EC, 2025). Böylece ayakkabı imalatının Türkiye’deki katkısı istihdam açısından AB ortalamasının üzerindeyken, katma değer açısından AB ortalamasının oldukça altındadır. Ayrıca küresel ayakkabı imalatında açık ara lider durumda olan (düşük işçilik maliyetleri ve hızlı üretim

kapasitesiyle) Çin, 2019 yılında dünya üretiminin %55,5'ini gerçekleştirirken toplam ulusal ekonomi içerisinde sektörün payı ise, istihdam ve özellikle katma değer açısından %1'in altında olup, oldukça geridedir (İSO, 2022).

### 5.2. Türkiye'nin Ayakkabı İmalat Kümeleri (Üç Yıldız ve Lokasyon Katsayısı Analizi)

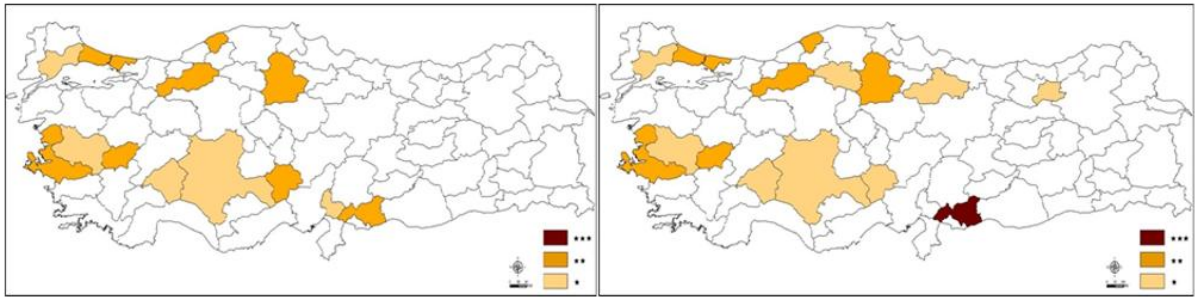
Üç yıldız kümelenme analizine dayanılarak, 2009-2019 döneminde ayakkabı imalat sanayi için hesaplanan Büyüklük, Başatlık ve Uzmanlaşma değerlerine göre Türkiye'deki illerin kümelenme potansiyeli Çizelge 2'de sunulmuştur. İl (İBBS3) düzeyinde üç yıldız analizine göre ayakkabı imalat sektörü küme şablonunun haritaları Arc-GIS kullanılarak görselleştirilmiştir.

**Çizelge 2.** Türkiye'de ayakkabı imalat sektörü kümeleri

Ayakkabı İmalat Sektörü Kümeleri	İstihdama Göre Kümeler				Katma Değere Göre Kümeler			
	1 Yıldız	2 Yıldız	3 Yıldız	Toplam	1 Yıldız	2 Yıldız	3 Yıldız	Toplam
2009	5	8	-	13	10	7	-	17
2019	8	6	1	15	12	7	-	19

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Ayakkabı imalat sanayi, istihdam parametresine göre 2009 yılında 81 ilin 13'ünde (%16) kümelenirken, 2019 yılında 15 (%18,5) ilde kümelenmiştir. Aynı şekilde katma değer parametresine göre de 2009 yılında 81 ilin 17'sinde (%21) kümelenirken, 2019 yılında 81 ilin 19'unda (%23,5) kümelenmiştir (Çizelge 2). Genel olarak her iki parametreye göre ayakkabı imalat sanayinde kümelenme sayısı coğrafi olarak daha fazla ilde özellikle büyüklük değerine göre ortaya çıkmıştır (Çizelge 2). Dolayısıyla Türkiye'deki ayakkabı imalat sektörünün her iki parametreye dayalı üç yıldız analizine göre kümelenmenin mekânsal dağılımı il düzeyinde olgun, potansiyel ve aday kümeler şeklinde belirlenmiştir. İlk olarak istihdam parametresi analiz sonuçlarından elde edilen bulgulara göre ayakkabı imalat sektöründe İstanbul, Tekirdağ, İzmir, Manisa, Uşak, Konya, Niğde, Bolu, Bartın, Çorum ve Isparta gibi geleneksel üretim alanlarının 2019 yılında da hala önemli olup varlığını koruduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte birkaç yerde 'aday' küme statüsünde yeni üretim merkezleri ortaya çıkmış (Çankırı, Tokat ve Bayburt), hatta 2009 yılında potansiyel küme niteliğindeki Gaziantep'in de 2019'da çok güçlü 'olgun' bir küme olarak ortaya çıktığı belirlenmiştir (Şekil 1). Bazı illerin ise yeni dönemde ya küme potansiyeli zayıflamış (Niğde) ya da küme vasfını kaybettiği anlaşılmıştır (Osmaniye).

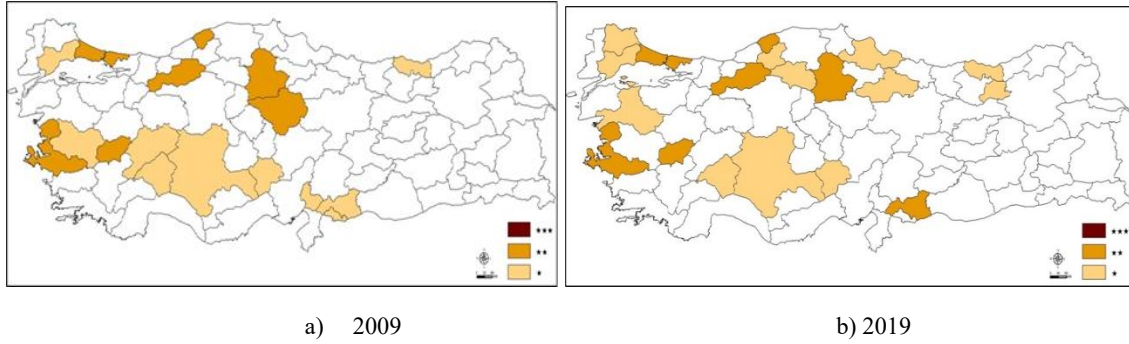


a) 2009

b) 2019

**Şekil 1.** Türkiye'de ayakkabı imalat sektörünün 3 yıldız kümelenme analizine göre mekânsal dağılımı (İstihdam)

**Kaynak:** TÜİK 2020 yılı verilerine dayalı olarak yazar tarafından oluşturulmuştur.



**Şekil 2.** Türkiye’de ayakkabı imalat sektörünün 3 yıldız kümelenme analizine göre mekânsal dağılımı (Katma değer)  
**Kaynak:** TÜİK 2020 yılı verilerine dayalı olarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

İkinci parametremiz olan katma değere göre üç yıldız analiz bulguları, istihdam parametresiyle karşılaştırıldığında ayakkabı imalat sektöründe küme sayısının biraz daha arttığı gözlenmektedir (Şekil 2). Şekil 2’ye göre ortaya çıkan ana bulgu 2019 yılında 2009 yılına göre ayakkabı imalat sektörünün coğrafi olarak daha fazla ilde ‘aday’ (1 yıldız) ve ‘potansiyel’ (2 yıldız) düzeyde kümelendiği, ancak olgun bir kümenin oluşmadığı görülmektedir. 2019 yılında, özellikle İstanbul, Tekirdağ, İzmir, Uşak, Konya, Niğde, Bolu, Bartın, Çorum, Trabzon ve Isparta ile Gaziantep gibi geleneksel üretim alanları hala önemini korumaktadır (Şekil 2). Ayakkabı imalat sektöründe katma değer parametresi çerçevesinde 2019 yılında 2009 yılına göre Kırklareli, Balıkesir, Karabük, Çankırı, Samsun, Tokat ve Bayburt illeri gibi aday küme düzeyinde yeni iller ortaya çıkarken, Gaziantep daha da güçlenerek potansiyel küme düzeyinde gelişme göstermiştir (Şekil 2). Şekil 2’de görüldüğü gibi bazı illerdeki ayakkabı imalat kümesi ise 2009 yılına göre zayıflayarak küme vasfını kaybetmiştir (Manisa, Afyon, Osmaniye, Kilis ve Yozgat).

**Çizelge 3.** Türkiye’de ayakkabı imalatı sektöründe lokasyon katsayısı ( $LK \geq 1,25$ )

İl	İstihdam			İl	Katma Değer		
	LK (2009)	LK (2019)	Değişim (%)		LK (2009)	LK (2019)	Değişim (%)
Bolu	5,84	7,48	28,08	Bolu	10,58	18,24	72,40
Bartın	4,87	6,60	35,52	Bartın	7,83	10,37	32,44
Uşak	4,59	5,46	18,95	Çorum	5,23	12,20	133,27
Gaziantep	3,12	3,94	26,28	Uşak	4,58	9,75	112,88
Çorum	2,45	7,26	196,33	Gaziantep	3,73	3,75	0,54
Niğde	2,43	1,95	-19,75	Tekirdağ	2,48	3,31	33,47
Tekirdağ	2,10	1,96	-6,67	Konya	1,96	1,73	-11,73
Konya	2,07	1,75	-15,46	İzmir	1,81	2,06	13,81
İzmir	1,70	1,60	-5,88	Çankırı	1,65	2,08	26,06
İstanbul	1,57	1,49	-5,10	Isparta	1,63	1,63	0,00
Isparta	1,34	1,40	4,48				

**Kaynak:** Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Üç yıldız analizine göre belirli illerin ulusal ölçekteki başarısının lokasyon ya da uzmanlaşma katsayısı analizi sonuçlarıyla desteklenip desteklenmediğini belirtmek amacıyla LK analizi sonuçları Çizelge 3’te sunulmuştur. Üç yıldız analizi ayakkabı imalatının ulusal ölçekte hangi illerde yoğunlaştığını ve sektörün hangi illerde baskın olduğunu tespit ederken, LK değerleri sektörün il ekonomisi içerisindeki ağırlığını, önemini ve uzmanlaşma eğilimini gösteren faydalı bir araçtır. Bu

çerçeve de LK analizinin bulguları değerlendirildiğinde istihdam ve katma değer değişkenlerinin eşik değeri 1,25 ve üzerinde olan yerler ‘tam uzmanlaşmış merkezler’ olarak nitelendirilmiştir. Diğer bir ifadeyle LK’nin yüksekliği hem istihdamın yoğunlaşması hem de üretiminin ekonomik değeri (katma değer) bakımından üç yıldız analizinin bulgularıyla birlikte Türkiye’de ayakkabı imalat sektörünün en güçlü ana kümelenme merkezlerini ortaya koymaktadır.

Ayakkabı imalat sanayinin üç yıldız analizi istihdam parametresine göre 2009 yılında Bolu, Bartın, Çorum, İstanbul, İzmir, Uşak, Niğde ve Gaziantep’in iki yıldız aldığı, 2019 yılında da Niğde dışında Gaziantep (3 yıldız), Bolu, Bartın, Çorum, Uşak, İzmir ve İstanbul illerinin yine iki yıldız alarak ulusal ölçekte önemli ayakkabı üretim merkezleri ve potansiyel kümeler oldukları ortaya çıkmıştır (Şekil 1). Çizelge 3’te sunulan LK istihdam parametresi bulgularına göre, 2009 yılında Bolu, Bartın, Uşak, Gaziantep ve Çorum’un yüksek LK değerlerine ulaştığını, benzer şekilde 2019 yılında da aynı illerin Türkiye ortalamasının üzerinde bir sektörel yoğunlaşma gösterdiği belirlenmiştir. Ayrıca 2009-2019 döneminde değişim oranlarının bilinmesi ayakkabı imalat kümesinin il ekonomisi için önemini zaman içinde nasıl değiştiği konusunda önemli bir fikir vermektedir. 2009-2019 döneminde LK değerlerinde özellikle Çorum (%196), Bartın (%35,52), Bolu (%28,08), Gaziantep (%26,28) ve Uşak’ın (%18,95) sergilediği artışlar uzmanlaşmanın bu illerde daha da güçlendiğini ve üç yıldız analizinin bulgularıyla değerlendirildiğinde ayakkabı imalat sanayinin ana kümelenme merkezleri şeklinde öne çıktığı anlaşılmaktadır (Çizelge 3; Şekil 1). Buna karşılık, her iki yılda ayakkabı imalat sanayi istihdam parametresine göre LK’nin 1,25’in üzerinde olduğu Niğde, Konya, Tekirdağ, İzmir ve İstanbul ilinin ekonomisinde 2019 yılında, 2009’a göre uzmanlaşma düzeyinde önemli bir azalış olduğu göze çarpmaktadır (Çizelge 3). Diğer yandan üç yıldız analizi katma değer parametresine göre değerlendirildiğinde, 2009 yılında Bolu, Bartın, Çorum, İzmir, Uşak ve Yozgat illeri iki yıldız alırken, 2019 yılında Yozgat’ın potansiyel küme niteliğini kaybettiği, 2009 yılındaki diğer illere Gaziantep ilinin de eklenmesiyle iki yıldız aldıkları ve ulusal ölçekte görece potansiyel küme niteliği kazandıkları belirlenmiştir (Şekil 2). LK analizi bulgularına göre de her iki yılda özellikle Bolu, Çorum, Bartın ve Uşak illerinin açık ara önde olduğu, bu illeri ise Gaziantep, Tekirdağ, Konya, Çankırı, İzmir ve Isparta illerinin izlediği; bu illerin katma değer parametrelerine göre tam uzmanlaşmış merkezler olarak kabul edildiğini; dolayısıyla LK’nin bulguları, üç yıldız analizinin 2019 yılı bulgularında belirlenen potansiyel kümeleri güçlü bir şekilde desteklediğini göstermektedir. Ancak Niğde ve İstanbul illerinin katma değer parametresinde aynı istihdam parametresinde olduğu gibi tam bir uzmanlaşma merkezi özelliği taşımadığı belirlenmiştir. Bu parametreye göre bu iki ilin yerine 2019 yılında Çankırı eklenmiş ve sektörde zamanla uzmanlaşmıştır (Çizelge 3). Buna ilaveten 2009-2019 döneminde katma değer parametresinin LK değerindeki değişim incelendiğinde, en çarpıcı artışın sırasıyla Çorum (%133,27), Uşak (%112,88), Bolu (%72,4), Tekirdağ (%33,47), Bartın (%32,44) ve Çankırı’da (%26,06) gerçekleştiği tespit edilmiştir. Ancak Konya ili ayakkabı imalat sektöründe uzmanlaşan yerlerden biri olmasına karşın, katma değer değişkenine göre 2009-2019 döneminde daha az değer ürettiği belirlenmiştir. Görüldüğü gibi ayakkabı imalat kümesinde on yıllık süreçte değişimler belirlenmekte; kümelerdeki bu artış ve düşüşlere nelerin yol açtığının mutlaka saha çalışmasıyla belirlenmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

Çizelge 3’te görüldüğü gibi, ayakkabı imalat sanayinin LK analizi sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, 2009 yılında Bolu, Bartın, Uşak, Gaziantep, Çorum, Niğde, Tekirdağ ve Konya’nın LK değerlerinin yüksek çıkması ayakkabı imalatında bu illerin Türkiye ortalamasının oldukça üzerinde yoğunlaştığını göstermektedir. Bu iller, 2019 yılında da yüksek LK değerlerini daha

da artırarak sektörde tam uzmanlaşmış merkezler olarak konumlarını oldukça güçlendirmiştir. Hatta bu iller içerisinde en çok dikkat çeken ilin Çorum olduğu, ilin bu on yıllık dönemde sektöre daha güçlü bir şekilde eklenildiği belirlenmiştir. Ancak 2009’da istihdam parametresine göre LK değeri 1,25’in üzerinde olan Niğde ve İstanbul’un 2019 yılında 1,25 eşiğinin altına gerilemesi bu illerde ayakkabı imalat sanayinin öneminin görece azaldığını, dolayısıyla 2019 yılında bu illerin tam uzmanlaşmış merkez niteliğini kaybettiğini ortaya koymaktadır. Diğer yandan LK analizinde 2009 yılında tam uzmanlaşma özelliği göstermeyen Çankırı ise, 2019 yılında katma değer parametresine göre uzmanlaşan yerlerden biri olmuştur. Bu durum, Niğde, İstanbul ve Çankırı gibi iller bir yana bırakılırsa on yıllık süreçte sektörün ülke genelinde yayılmak yerine, bu illerde mevcut durumda uzmanlaşma yolunda güçlü olduğu ve istikrarlı bir şekilde daha da güçlendiğini göstermektedir. Bir diğer konu ise Bolu (Gerede), Uşak, Niğde (Bor), Tekirdağ (Çorlu) ve Isparta gibi illerin her iki analiz sonucunda ayakkabı imalatından ziyade deri tabaklama (15.11) sektöründe uzmanlaşarak Bartın, Gaziantep, Çorum ve Konya illerinden ayrıştığını belirtmek gerekir. Dolayısıyla Bartın, Gaziantep, Çorum ve Konya illerinin istihdam ve katma değer açısından yüksek LK değerine sahip olması sektörün bir yandan yerel ekonomide belirleyici öbür yandan da ulusal üretim açısından rekabetçi bir konumda olduğunu göstermektedir. Ayakkabı imalatında nitelikli eleman (özellikle saya dikiminde deneyimli personel) ve sektörün Osmanlı döneminden beri deri işleme ve zanaat geleneğine sahip olması gibi dinamikler günümüzde bu illeri ayakkabı imalat sektörünün önemli üretim merkezleri olarak konumlanmasına yol açmıştır. İzmir ve İstanbul ise, ayakkabı imalat sektörünün Türkiye’de önemli üretim alanları olmasına karşın, sektör çeşitliliği ve bu bağlamda sektörün il ekonomisindeki ağırlıklı payının az olması nedeniyle LK değerleri görece düşük kalmıştır (Çizelge 3).

Bu çalışmada Türk ayakkabı imalat sektörünün kümelenmesine ilişkin olarak çeşitli örüntüler elde edilmiştir. İlk olarak Türkiye’nin batı ve kuzeybatı kesimindeki İstanbul, Tekirdağ, İzmir, Uşak, Bolu ve Bartın; Anadolu’nun orta kesimindeki Konya ve Çorum ile ülkenin güneydoğusundaki Gaziantep gibi geleneksel üretim kümesi olan illerin uluslararası üretim ağına eklenmesi, ihracat bağlantılarının çeşitlenmesi, Organize Sanayi Bölgesi (OSB) alt yapılarının gelişmesi, bölgesel teşvikler, yeterli işgücü ve uzmanlaşmış hizmetler ve geçmişten günümüze taşınan geleneksel zanaat nedeniyle hala birer potansiyel küme niteliği taşıdığı belirlenmektedir. Bu durum Türkiye’de imalat sanayinin çoğunlukla yoğunlaştığı yerlerle paralellik göstermektedir. Bir diğer çarpıcı örüntü ise, Bolu ve Bartın illerinde sektörün hem potansiyel küme niteliği taşıması hem de Türkiye ortalamasının oldukça üzerinde bir lokasyon katsayısına sahip olmasıdır. Bu durum, Bolu’da (Gerede) geçmişten günümüze deri işleme faaliyetlerinin yoğunlaşmasına bağlı olarak gerçekleşirken, Bartın’da sektörün kümelenmesi ve uzmanlaşması ise özellikle köklü zanaat kültürü, nitelikli işgücü (özellikle sayacılık alanında uzmanlaşma), metropollere yakınlık ve dış ticarete Bartın-Filyos limanının varlığıyla ilgilidir. Öte yandan yeni sanayi odaklarından biri olan ‘Anadolu Kaplanları’ ya da ‘Yeni Sanayi Odağı’ olarak nitelendirilen Çorum ilinin ‘potansiyel’ küme vasfının yanısıra yüksek lokasyon katsayısına yani uzmanlaşma düzeyine sahip olması ayakkabı imalat sektörünün yerel ekonomide oldukça belirleyici olduğunu göstermektedir. Küresel piyasalara büyük ölçekli firmalarla eklenmeye çalışan Çorum ili, mekânsal açıdan hem iç pazara yakınlık hem de dış piyasalara erişimi açısından Ankara-Samsun ulaşım koridorunda yer alması ve liman (Samsun Limanı) bağlantısının olması sektör için önemli bir avantaj sunmaktadır. Aynı şekilde Tekirdağ ve Konya illerindeki ayakkabı imalat kümesinin ise, kullanılan zaman periyotlarında ve parametrelerde ‘aday’ küme statüsünde kalması ve çok yüksek olmasa da orta derecede LK’ye sahip olması yerel ekonomide uzmanlaşma eğilimi açısından sektörün belirleyici

olduğuna işaret etmektedir. İstanbul'daki deri işleme faaliyetinin Tekirdağ'a yönelmesi ve sektör çeşitliliğinin fazlalığı; Konya'da ise sektörün Osmanlı'dan beri varlığı, Anadolu'nun coğrafi açıdan merkezi konumunda olması ve ayakkabıcılar sitesinin varlığı, ili Türkiye'nin mekânsal açıdan en önemli yerlerinden biri olarak öne çıkarmaktadır. Yüksek lokasyon katsayısına sahip olan Gaziantep'in üç yıldız analizine göre istihdam parametresi açısından düşük maliyetli işgücü temini (özellikle kayıt dışı göçmen işgücünün fazlalığı), Orta Doğu pazarına yakınlık, küresel üretim ağına eklenme, ayakkabı imalatının çok eskilere dayanması ve alt kademedeki tedarikçi ağlarının yaygınlığı gibi nedenlerle çok güçlü yani 'olgun' küme niteliğine yükseldiği, ancak katma değer parametresinde markalaşamama, fason üretim ya da taşeronlaşma ve üretimin küçük ve kötü koşullardaki atölyelerde yapıyor olması gibi nedenlerle aynı performansı sergileyemediği dolayısıyla sektörün verimlilik düzeyinin oldukça düşük olduğu anlaşılmaktadır. Diğer yandan Türkiye'deki ayakkabı imalat sanayinde mevcut kümelerle yönelen yatırımlar için üniversitelerde (Gaziantep, Konya, Bolu ve İstanbul) ve mesleki orta öğretim kurumlarında (Bartın-Kozcağız gibi) ayakkabı tasarımı ve üretimi bölümleri açılarak eğitilmiş ve nitelikli işgücü desteği, tedarikçi ağlarının güçlendirilmesi, çevresel denetim ve teknoloji/Ar-Ge teşvikleriyle verimlilik odaklı önemli destekler verilmektedir (İSO, 2022). Bu çerçevede çalışmadaki üçüncü bir mekânsal örüntü ise, özellikle Marmara ve Karadeniz bölgelerinde yer alan Kırklareli, Balıkesir, Çankırı, Tokat, Bayburt, Karabük ve Samsun illerinin 'aday' küme olarak ortaya çıkmalarıdır. Ancak bu iller içerisinde Çankırı ili lokasyon katsayısının yüksek olmasıyla da öne çıkmakta, bu duruma neden olarak da ilin hem Ankara gibi bir metropole yakın olması hem de ilin devlet teşviklerinden faydalanmasıyla ilgili olduğu söylenebilir. Diğer iller ise LK analizinde herhangi bir uzmanlaşma eğilimi göstermemektedir. Bu çalışmada her iki analizle ortaya çıkan bir başka örüntüye göre de Manisa, Afyon, Osmaniye, Kilis ve Yozgat'taki ayakkabı imalat kümelerinin çeşitli nedenlerle ya zayıfladığı ya da küme vasfını kaybettiği anlaşılmaktadır.

## 6. Sonuç

Bu çalışma, Türkiye'deki ayakkabı imalat kümelerini farklı ölçeklerdeki ilişkiler ve gelişmeler ile bu ilişkilerin mekânsal boyutunu üç yıldız ve lokasyon katsayısı analiziyle sunmaktadır. Sonuçlar, Türkiye'de ayakkabı imalat kümelerine dair mekânsal örüntünün pek homojen dağılmadığını, sektörün belirli illerde kümelenme eğilimi ve uzmanlaştığını göstermektedir. Diğer bir ifadeyle, sektöre dair kümelenmenin birkaç il dışında coğrafi boyutunda on yıllık zaman sürecinde pek bir değişiklik olmadığını göstermektedir. Elde edilen bulgular bir yandan uluslararası rekabetçilik ve inovasyon gibi unsurlarla, öbür yandan esneklik, maliyet avantajı ve devlet teşvikleri gibi dinamiklerle ya mevcut konumunu koruduğunu ya da LK analizinde belirlendiği şekliyle Bolu, Bartın ve Çorum gibi belirli yerlerde daha da uzmanlaştığını veya üç yıldız analizinde ortaya konan Gaziantep gibi yerlerde olgun kümeye dönüştüğünü göstermektedir. Dolayısıyla Türkiye'de imalat sanayinin 1980 sonrası neoliberal politikalar, esnek üretime geçiş ve küreselleşme süreciyle ihracata dayalı büyüme stratejisinin ayakkabı imalatı gibi düşük teknolojili bir sektörde mekânsal açıdan seçici davrandığı belirlenmektedir. Sektördeki firma ve istihdam sayısının 2019 yılındaki payı 2009 yılına göre azalmasına karşın (Çizelge 1), üretimin uzmanlaşmış belirli illerde (geleneksel üretim merkezleri ve Anadolu Kaplanları) ortaya çıktığı belirlenmiştir. Buna karşın LK analizinde belirlenemeyen ama üç yıldız analizinde ortaya çıkan Kırklareli, Balıkesir, Çankırı, Tokat, Bayburt, Karabük ve Samsun illerinin 'aday' küme niteliği kazandığı görülmektedir. Literatürde ise üç yıldız analiziyle yapılan çalışmalarda Gaziantep (Şen & Sandal, 2017), Konya (MEVKA, 2012; Yavan, 2018), Bartın (Ceyhan & Özcan, 2018) ve Çorum (Duran, 2024) gibi illerin ayakkabı imalatı sektöründe kümelenme eğiliminde olduğu belirlenirken, bu

çalışmanın bulguları söz konusu çalışmalarda ortaya konan ayakkabı imalatı sektöründeki kümelenme eğilimini doğrulamakla birlikte kullanılan veri setleri, zaman dilimi ve analizlerdeki eşik değerlerinin birbirinden farklılık gösterdiğini de belirtmek gerekir. Metodolojik (üç yıldız analizi) olarak benzerlik taşıyan, iki kodlu ve İBBS2 ölçeğine dayalı Kırankabeş & Arık’ın (2014) çalışmasında İstanbul (TR10), Tekirdağ (TR21), Uşak (TR33), İzmir (TR33) ve Gaziantep (TRC1) iki yıldızlı potansiyel küme; Konya (TR52) ve Bartın (TR81) bölgeleri 2008-2011 yılı verilerine göre tek yıldızlı aday küme niteliği taşımakta, dolayısıyla ayakkabı imalat sektörüne yönelik yapılan bu çalışmanın bulgularını teyit etmektedir. Ancak Kırankabeş & Arık’ın (2014) çalışmasından farklı olarak bu çalışmada Bolu ve Çorum İBBS2 bölgeleri sektörde oldukça güçlü küme niteliği taşıyan yerler olarak belirlenmiştir. Yine benzer olguyu LK analiziyle yakalayan Öz’ün (2004) çalışmasında İstanbul gibi bir metropolün yanı sıra Denizli, Konya ve Gaziantep’te ayakkabı; Tekirdağ (Çorlu), İzmir (Menemen), Bolu (Gerede) ve Uşak’ta ise deri tabaklama sektörünün yoğunlaştığı; böylece Öz’ün (2004) çalışmasındaki mekânsal yoğunlaşma eğilimleri bu çalışmanın bulgularıyla karşılaştırıldığında ayakkabı imalatında belirtilen ana üretim odaklarının varlığını Denizli ili dışında doğrulamaktadır. Ayrıca LISA ve LK analizine dayalı Türkiye ölçeğindeki Kaygalak & Reid (2016) tarafından iki kodlu istihdam veri setine göre yapılan analizde ise, özellikle 2009 yılında İzmir, İstanbul, Gaziantep, Konya, Uşak, Manisa, Hatay ve Balıkesir gibi illerde ‘sektörün ana kümelenme eğilimini sürdürdüğü; ancak ayakkabı imalat sektörünü inceleyen bu çalışmadaki güncel veri ve bulgulara göre söz konusu illerde sektöre ait kümelenmenin Manisa, Hatay ve Balıkesir’de sürdürülemediği ortaya konulmuştur. Ayrıca hem Öz (2004) hem de Kaygalak & Reid (2016)’in çalışmalarından farklı olarak bu çalışmada Bartın, Çorum, Çankırı ve Isparta’da sektör potansiyel küme ve oldukça yüksek yoğunlaşma düzeyine sahiptir. Yine bu çalışmada da ‘aday’ küme statüsündeki Afyon, Osmaniye ve Kilis ile ‘potansiyel’ küme statüsündeki Yozgat’ın 2019 yılında değişen yeni koşullara uyum sağlayamadığı, bu kümelerin zaman içerisinde ya gerilediğini ya da mekânsal kayma şeklinde yer değiştirmiş olabileceğini göstermektedir. Bu açıdan çalışma, Türkiye’de yeni ortaya çıkan ‘aday’ küme illeri, Gaziantep gibi ‘olgun’ küme statüsüne yükselen il ile Bolu, Çorum ve Bartın gibi on yıllık süreçte ciddi değişim gösteren ayakkabı imalat kümelerinin, küreselleşme baskısı karşısında pazar segmentine, değer zincirindeki ve üretim ağındaki konumlarına göre farklı stratejiler geliştirerek büyüyüp gelişmeye çalıştığı söylenebilir.

Sonuç olarak, Türkiye ayakkabı imalat sektörü, yarattığı istihdam ve yapılan ihracat bakımından önemli bir sektördür. Bu çalışma, Türkiye’deki üretim yapısı ile küresel rekabet baskısı arasında sıkışan ayakkabı imalat sanayi sektörünün hem mekânsal kümelenmesine hem de il ekonomisindeki önemine dair ipuçları sunma amacını taşımaktadır. Elde edilen bulgular, Türkiye’deki ekonomik coğrafya yazınındaki ampirik boşluğu doldurarak mevcut literatüre ulusal düzeyde katkı sağlamaktadır. Türkiye’de ayakkabı imalat sektörünün nerelerde kümelendiğini belirlemek için hızlı, basit ve karşılaştırılabilir bir olanak sunan üç yıldız analizi, kümelenmenin sadece üretime dayalı mekânsal boyutunu başarıyla yakalamaktadır. Ancak ayakkabı imalat kümelerinin yerele özgü işbirliği gibi sosyal sermaye ağları ve yoğunluğu, yönetim, yenilik kapasitesi, tedarikçi-müşteri ilişkileri, firma içi ve dışı bilgi akışları gibi niteliksel yönlerini atlamaktadır. Bu nedenle gelecek çalışmalarda yerel ve bölgesel sanayi politikalarının geliştirilmesi ve karar alma süreçlerinde etkili bir rol alabilmek için nitel analize dayalı saha çalışmalarıyla derinlemesine ilişkiler, etkili olan dinamikler ve aktörler arası karmaşık ilişki boyutları yakalanarak yere/mekana özgü bölgesel kalkınma politikasına (Yavan, 2013) katkı sağlayacak çok boyutlu küme çalışmalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu durum, karar alma süreçleri ve aktör rolleri konusundaki muğlaklığı gidererek, politika yapıcılar ve araştırmacılar için kritik bilgiler sunacaktır.

## Notlar

\* Her ne kadar üç yıldız analizi, parametre olarak Lokasyon Katsayısını içerse de (Üç Yıldız Analizinin Büyüklük, Başatlık ve Uzmanlaşma parametrelerinden biri olan "Uzmanlaşma" katsayısı aslında LK demektir, dolayısıyla Lokasyon Katsayısı uzmanlaşma ölçününün aynısıdır) bu çalışmada il bazında detaylı sektörel değerlendirmeler için LK analizi ayrı bir analiz olarak tekrardan kullanılmıştır.

<sup>2</sup> Üç Yıldız Analizinin uzmanlaşma ölçütü temelinde Lokasyon Katsayısına dayanmaktadır. Ancak, illerin sektörel yapılarını daha ayrıntılı bir perspektifle değerlendirebilmek amacıyla bu çalışmada LK analizi, ana analiz olan üç yıldızdan bağımsız bir teknik olarak yeniden kullanılmıştır.

<sup>3</sup> Bu çalışmada üç yıldız analizinde Uzmanlaşma (Lokasyon) Katsayısı için 1,00 değeri temel uzmanlaşma eşiği olarak kullanılırken, ikinci analizimiz olan LK analizinde ise daha güçlü bir uzmanlaşma ve belirgin mekânsal yoğunlaşma eşiği olarak 1,25 değeri esas alınmıştır.

## Teşekkür ve Bilgilendirme

Makalenin revizyon sürecinde değerli katkıları için tüm hakemlere, bilhassa titiz ve kritik değerlendirmeleriyle çalışmaya yön veren birinci hakeme teşekkürlerimi sunarım.

## Katkı Oranları

Yazar Adı	Katkı Türleri
Mehmet Ragıp Kalelioğlu	Araştırma Tasarımı, Veri Toplama, Analiz, Yöntem, Yazma

## Çıkar Çatışması

Yazar, bu çalışmanın hazırlanması ve yayımlanması sürecinde çıkar çatışması oluşturabilecek herhangi bir ticari veya finansal ilişki içinde olmadığını beyan eder.

## Referanslar/References

- Akgüngör, S. (2006). Geographic concentrations in Turkey's manufacturing industry: Identifying regional highpoint clusters. *European Planning Studies*, 14(2), 169-197. <https://doi.org/10.1080/09654310500418002>
- Akgüngör, S., Kumral, N., & Lenger, A. (2003). National industry clusters and regional specializations in Turkey. *European Planning Studies*, 11(6), 647-669. <https://doi.org/10.1080/0965431032000108378>
- Akgüngör, S., & Falcıoğlu, P. (2005). European Integration and Regional Specialization Patterns in Turkey's Manufacturing Industry. *Dokuz Eylül University Discussion Paper Series*, 5(01).
- Amighini, A., & Rabellotti, R. (2006). How do Italian footwear industrial districts face globalization? *European Planning Studies*, 14(4), 485-502. <https://doi.org/10.1080/09654310500421105>
- APICCAPS. (2020). *The World footwear yearbook 2020* (10th ed.). Portuguese Footwear, Components, Leather Goods Manufacturers' Association. <https://www.worldfootwear.com/yearbook/the-world-footwear-2020-Yearbook/214.html>
- Argüelles, M., Benavides, C., & Fernández, I. (2014). A new approach to the identification of regional clusters: Hierarchical clustering on principal components. *Applied Economics*, 46(21), 2511-2519. <https://doi.org/10.1080/00036846.2014.904491>
- Asheim, B. T., Cooke, P., & Martin, R. (2006). The Rise of the cluster concept in regional analysis and policy: A Critical assessment. In B. T. Asheim, P. Cooke & R. Martin (Eds.), *Clusters and regional development: Critical reflections and explorations* (pp. 1-29). London: Routledge.
- Baca, H. (2022). Kümelenme analizi: Türkiye illerinin sektörel bazda kümelenmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kafkas Üniversitesi, SBE, Kars, Türkiye.
- Bathelt, H., & Glückler, J. (2018). Relational research design in economic geography. In *The new Oxford handbook of economic geography*, (pp. 179-195). Oxford: Oxford University Press
- Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı (BAKKA). (2023). *Bartın ayakkabı ve saya imalatı sektörüne yönelik sanayi sitesi kurulumu*. Bartın: BAKKA. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/bartın-ayakkabi-ve-saya-imalatina-yonelik-sanayi-sitesi-kurulumu-on-fizibilite-raporu/2796>
- Bertacchini, E. E., & Borrione, P. (2013). The geography of the Italian creative economy: The special role of the design and

- craft-based industries. *Regional Studies*, 47(2), 135-147. <https://doi.org/10.1080/00343404.2011.628652>
- Breschi, S. & Malerba, F. (2005). Clusters, networks, and Innovation: Research Results and New Directions. In S. Breschi & F. Malerba (Eds.), *Clusters, Networks, and Innovation* (pp.1-26). Oxford: Oxford University Press.
- Boschma, R. (2007). Path creation, path dependence and regional development. *Path Dependence and the Evolution of City Regional Economies, Working Paper Series*, 197(3), 40-55.
- Buciuni, G., & Pisano, G. (2018). Knowledge integrators and the survival of manufacturing clusters. *Journal of Economic Geography*, 18(5), 1069-1089. <https://doi.org/10.1093/jeg/lby035>
- Carroll, M. C., Reid, N., & Smith, B. W. (2008). Location quotients versus spatial autocorrelation in identifying potential cluster regions. *The Annals of Regional Science*, 42(2), 449-463 <https://doi.org/10.1007/s00168-007-0163-1>
- Ceyhan, M. S., & Özcan, S. Ö. (2018). Bölgesel kalkınmada kümelenmelerin rolü: Bartın ili ayakkabıcılık sektörü örneği. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 141-163. <https://doi.org/10.11616/asbed.v18i38800.459479>
- Coe, N. M., Kelly, P. F., & Yeung, H. W. (2019). *Economic geography: A contemporary introduction*. John Wiley & Sons.
- Çelik, N., Akgüngör, S., & Kumral, N. (2019). An assessment of the technology level and knowledge intensity of regions in Turkey. *European Planning Studies*, 27(5), 952-973. <https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1579301>
- Çelik, E., & Sandal, E. (2022). Türkiye imalat sanayii ve alt sektörlerinin bölgesel yoğunlaşma yapısı: 2011-2020 yılı karşılaştırmalı yerleşme katsayısı analizi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(3), 1452-1468. <https://doi.org/10.33437/ksusbd.1122318>
- Delgado, M., Porter, M. E., & Stern, S. (2016). Defining clusters of related industries. *Journal of Economic Geography*, 16(1), 1-38. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbv017>
- Demirdöğen, S. (2018). Kümelenme potansiyeli gösteren sektörlerin belirlenmesi: TRA 1 düzey 2 bölgesi üzerine bir uygulama. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(4), 85-113. <https://doi.org/10.11616/asbed.v18i41997.505856>
- Doldur, H., & Kartal, M. (2022). Türkiye’de deri sanayisinin mekânsal dağılışı. *Ege Coğrafya Dergisi*, 31(1), 55-68. <https://doi.org/10.51800/ecd.1111116>
- Duran, E. (2024). Çorum İli İmalat Sektörü Üç Yıldız Analizi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 29(51), 41-49. <https://doi.org/10.17295/ataunidcd.1448869>
- Elburz, Z. (2024). Türkiye’de imalat sanayi coğrafi yoğunlaşması ve değişimi. *Kent Akademisi*, 17(6), 2585-2604. <https://doi.org/10.35674/kent.1505195>
- Encyclopaedia Britannica. (2025, Ağustos 07). Shoe. In *Encyclopaedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/shoe>
- Eser, U., & Köse, S. (2005). Endüstriyel yerleşme ve yoğunlaşma açısından Türkiye sanayii: İl imalat sanayilerinin analizi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 60(2), 97-139. <https://izlik.org/JA36FU44ZX>
- Essletzbichler, J. (2012). Evolutionary Economic Geographies. İçinde Trevor Barnes, Jamie Peck, and Eric Sheppard (eds) *The Wiley-Blackwell Companion to Economic Geography*, 183-198. Wiley Blackwell.
- European Commission (EC) (2025). Footwear industry. *Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs*. Erişim URL: [https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/textiles-ecosystem/footwear-industry\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/textiles-ecosystem/footwear-industry_en)
- Falcioglu, P., & Akgüngör, S. (2008). Regional specialization and industrial concentration patterns in the Turkish manufacturing industry: An assessment for the 1980–2000 period. *European Planning Studies*, 16(2), 303-323. <https://doi.org/10.1080/09654310701814678>
- Faroqhi, S. (2011). *Osmanlı’da kentler ve kentliler*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Feser, E. J. & Bergman, E. M. (2000). National industry cluster templates: A framework for applied regional cluster analysis. *Regional Studies*, 34(1), 1-19. <https://doi.org/10.1080/00343400050005844>
- Güçlü, M., Türkcan, B., Günal, R. A. & Kumral, N. (2016). An Empirical Analysis of Cultural Economy in Turkey’s Metropolitan Regions. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(4), 53-66. <https://doi.org/10.18037/ausbd.415545>
- Gültekin, L., Yavan, N., & Kurul, Z. (2023). Evrimsel ekonomik coğrafya perspektifinden Türkiye’de bölgelerin ilişkili çeşitlilik dinamiklerine yönelik ampirik bir analiz. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 21(2), 616-659. <https://doi.org/10.33688/aucbd.1354132>
- Huang, Z., & Zhang, X. (2008). The role of clustering in rural industrialization: A case study of the footwear industry in Wenzhou. *China Economic Review*, 19(3), 409-420.
- İpekyolu Kalkınma Ajansı (İKA). (2024). *Gaziantep ayakkabı sektörü raporu*. Gaziantep: İpekyolu Kalkınma Ajansı.
- Isaksen, A. (1997). Regional clusters and competitiveness: the Norwegian case. *European planning studies*, 5(1), 65-76.

<https://doi.org/10.1080/09654319708720384>

- İstanbul Sanayi Odası (İSO). (2022). *Ayakkabı sektörü raporu 2022*. İstanbul: İstanbul Sanayi Odası. [https://www.iso.org.tr/Sites/1/upload/files/AYAKKABI\\_ve\\_YAN\\_SANAYI\\_SEKTOR\\_RAPORU\\_WEB\\_opt-11190.pdf](https://www.iso.org.tr/Sites/1/upload/files/AYAKKABI_ve_YAN_SANAYI_SEKTOR_RAPORU_WEB_opt-11190.pdf)
- Kalelioğlu, M. R. (2025). Gaziantep imalat sanayinde Fordist üretimden Post-Fordizme geçiş süreci: Mekânsal dönüşümün dinamikleri ve sonuçları. *Türk Coğrafya Dergisi*, (88), 211-226. <https://doi.org/10.17211/tcd.1766334>
- Kavak, İ. (2021). *Türkiye’de ekonomik rekabetçilik için bölgesel sektörel kümelerin rolü* (Yayımlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kaygalak, I. & Reid, N. (2016). The geographical evolution of manufacturing and industrial policies in Turkey. *Applied Geography*, 70, 37-48. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2016.01.001>
- Kaygalak, İ. (2018). Türkiye imalat sanayisinde yerelleşme ve uzmanlaşma eğilimleri. *International Journal of Geography and Geography Education*, (38), 171-186. <https://doi.org/10.32003/iggei.428136>
- Ketels, C. & Protsiv, S. (2014). *European Cluster Panorama 2014*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. (European Cluster Observatory report; European Commission, DG GROW).
- Kırankabeş, M. C., & Arık, M. (2014). Industrial clustering approach in regional development: The case of Turkey. *Journal of Applied Business and Economics*, 16(3), 135-151. [http://www.na-businesspress.com/JABE/ArikM\\_Web16\\_3\\_.pdf](http://www.na-businesspress.com/JABE/ArikM_Web16_3_.pdf)
- Klepper, S. (2007). Disagreements, spinoffs, and the evolution of Detroit as the capital of the US automobile industry. *Management Science*, 53(4), 616-631. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1060.0683>
- Klepper, S. (2010). The origin and growth of industry clusters: The making of Silicon Valley and Detroit. *Journal of Urban Economics*, 67(1), 15-32. <https://doi.org/10.1016/j.jue.2009.09.004>
- Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı (KUZKA) (2014). *TR82 Bölgesi 3 yıldız küme analiz çalışması*. Ankara: TC Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı yayını. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/assets/upload/dosyalar/20140901-tr82-bolgesi-3-yildiz-kume-analizi-san-bak-web.pdf>
- Lazzeretti, L., Boix, R., & Capone, F. (2008). Do creative industries cluster? Mapping creative local production systems in Italy and Spain. *Industry and innovation*, 15(5), 549-567. <https://doi.org/10.1080/13662710802374161>
- Martin, R., & Sunley, P. (2003). Deconstructing clusters: chaotic concept or policy panacea? *Journal of Economic Geography*, 3(1), 5-35. <https://doi.org/10.1093/jeg/3.1.5>
- Martin, R., & Sunley, P. (2006). Path dependence and regional economic evolution. *Journal of Economic Geography*, 6(4), 395-437. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbl012>
- Menzel, M.P., & Fornahl, D. (2010). Cluster life cycles – Dimensions and rationales of cluster evolution. *Industrial and Corporate Change*, 19, 205-238. <https://doi.org/10.1093/icc/dtp036>
- Mevlana Kalkınma Ajansı (MEVKA). (2012). *Konya ayakkabı kümelenme stratejisinin geliştirilmesi* (TR52-11-DFD-01/0026). Konya: Mevlana Kalkınma Ajansı. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/konya-ayakkabi-rekabet-edebilirlik-ve-kume-raporu/1310>
- O’Donoghue, D., & Gleave, B. (2004). A note on methods for measuring industrial agglomeration. *Regional studies*, 38(4), 419-427. <https://doi.org/10.1080/03434002000213932>
- Orta Anadolu Kalkınma Ajansı (ORAN). (2021). *TR72 Bölgesinde Öne Çıkan Sektörler*. Kayseri: ORAN. <https://www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/tr72-bolgesinde-one-cikan-sektorler-raporu-2021/2164>
- Öz, Ö. (2004). *Clusters and competitive advantage: The Turkish experience*. Basingstoke/New York: Palgrave Macmillan.
- Pamuk, Ş. (2021). *Türkiye’nin 200 yıllık iktisadi tarihi: Büyüme, kurumlar ve bölüşüm*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Pike, A., Rodríguez-Pose, A., & Tomaney, J. (2017). *Local and regional development*. New York: Routledge.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. London: The Macmillan Press.
- Porter, M. E. (1998). Location, clusters, and the “new” microeconomics of competition. *Business economics*, 33(1), 7-13. <https://www.jstor.org/stable/23487685>
- Porter, M. (2003). The Economic Performance of Regions. *Regional Studies*, 37(6-7), 549-578. <https://doi.org/10.1080/0034340032000108688>
- Rigby, D. L. (2018). Evolutionary Economic Geography: An emerging field or framework? In *The Routledge companion to the geography of international business* (pp. 129-146). Routledge.
- Sakarya, A. (2023). Identifying the manufacturing industrial clusters in the districts of Türkiye. *Megaron*, 18(1), 29-42. <https://dx.doi.org/10.14744/megaron.2023.98975>

- Savran, Ö. (2007). *Türkiye’de bölgesel uzmanlaşma ve coğrafi yoğunlaşma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Schmitz, H. (1995). Small shoemakers and Fordist giants: Tale of a supercluster. *World development*, 23(1), 9-28. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)00110-K](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)00110-K)
- Scott, A. J. (2005). The shoe industry of Marikina City, Philippines: A developing – country cluster in crisis. *Kasarinlan: Philippine Journal of Third World Studies*, 20(2), 76-99. <https://www.journals.upd.edu.ph/index.php/kasarinlan/article/viewFile/435/400>
- Sölvell, Ö., Ketels, C., & Lindqvist, G. (2008). Industrial specialization and regional clusters in the ten new EU member states. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 18(1/2), 104-130. <https://doi.org/10.1108/10595420810874637>
- Storper, M. (1997). *The regional world: territorial development in a global economy*. Guilford press.
- Şen, Ö., & Sandal, E. K. (2017). Gaziantep İlinde Üç Yıldız Analizi Yöntemi ile Endüstriyel Kümelenme Analizi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 22(38), 39-62. <https://doi.org/10.17295/ataunided.310308>
- T.C. Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü. (2022). *Ayakkabı sektör raporu*. Ankara: TC Ticaret Bakanlığı. <https://ticaret.gov.tr/data/5b87000813b8761450e18d7b/Ayakkabi%20Sektör%20Raporu%202022.pdf>
- TÜİK. (2020). *Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri: Mikro Veri Seti 2009-2019*. Türkiye İstatistik Kurumu, <https://www.tuik.gov.tr/media/microdata/pdf/yillik-sanayi-hizmet.pdf> (Erişim: 01 Ekim 2020).
- United Nations (UN) (2025). *UN Comtrade Database – HS 64 footwear exports-imports (2009-2019)*. <https://comtradeplus.un.org>
- Yavan, N. (2006). *Türkiye’de doğrudan yabancı yatırımların lokasyon seçimi* [Yayımlanmış doktora tezi]. İstanbul: İktisadi Araştırmalar Vakfı.
- Yavan, N. (2013). Küresel kriz sonrası bölgesel kalkınma politikalarında yeni yaklaşımlar: Dünya Bankası, Avrupa Birliği ve OECD’nin yaklaşımları. İçinde: Demirci, A. & Arı, Y. (Eds) *Coğrafyacılara Derneği Yıllık Kongresi Bildiriler Kitabı*, Balıkesir, Türkiye, 520-534.
- Yavan, N. (2018). *KOP Bölgesi girişimcilik ve yenilik ihtiyaç analizi*. Konya: Kalkınma Bakanlığı KOP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı.
- Yavan, N. & Yılmaz, Ş. (2024). Evrimsel ekonomik coğrafya (EEC) ile küresel üretim ağları (KÜA) yaklaşımlarını buluşturmak. TÜCAUM 2024 Uluslararası Coğrafya Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 280-290. Ankara Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
- Yavan, N., Anlı, C. K., & Kalelioğlu, M. R. (2025). Barriers and Risks in Digitalization and Industry 4.0 Process: Evidence from Carpet Industry in Gaziantep, Turkey. In T. Neise, P. Verfürth and M. Franz (Eds) *The Changing Economic Geography of Companies and Regions in Times of Risk, Uncertainty, and Crisis* (pp. 150-171). Routledge.
- Wang, J. (2010). Industrial clustering in China: The case of the Wenzhou footwear sector. In D. Z. Zeng (Ed.), *Building engines for growth and competitiveness in China: Experience with special economic zones and industrial clusters* (pp. 151-179). Washington, DC: World Bank.