

KENTLER ARASI REKABETTE İZMİR'İN YERİ

Duygu AK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Kamu Yönetimi Bölümü

Arş. Gör.

e-posta: ak87.duygu@gmail.com

Özet

Günümüzde değişen ülkeler arası rekabet yerini kentler arası rekabete bırakmıştır. Daha yaşanabilir, daha iyi hizmet sunan, yerli ve yabancı yatırımları kendine çekmeye çalışan kentlerin yarışında diğerlerine üstünlük sağlayan kentler, rekabetçi kent olarak nitelendirilmektedir.

Çalışmanın amacı, küresel çapta gerçekliği kabul edilmiş olan kentler arası rekabetin teorik çerçevesini ortaya koymak ve ardından İzmir'in rekabetçi yapısını tartışmaktır. Çalışmada İzmir örneğinin seçilmesinin nedenleri; İzmir'in bölgesel, ulusal ve uluslararası açıdan önemli bir ticaret ve turizm kenti olmasının yanı sıra tarihi, kültürel ve doğal zenginliği ile rekabette önemli avantajlara sahip olduğu düşüncesi ve geçmişte ev sahipliği yapmış olduğu uluslararası organizasyonlar düşünüldüğünde deneyimli bir kent olma özelliği taşımasıdır.

Anahtar Kelimeler: Kentler arası rekabet, Dünya kenti, İzmir.

Alan Tanımı: Kentsel Rekabet

THE PLACE OF İZMİR IN INTER-CITY COMPETITION

Abstract

Recently transnational competition has been changed and given place to inter-city competition. Cities which are outcompete to be more livable, provide better services, try to attract domestic and international investments are characterized as competitive cities.

The aim of this study is to present theoretical frame of inter-city competition that is accepted as a reality on the global scale and then discuss the competitive structure of İzmir. The reasons to choose İzmir example for study are besides İzmir is an important commercial and tourism city as regional, national and international; the thought of İzmir has important values for competition with historical, cultural and natural wealth and by considering it has been a host city

for many international organizations in the past, it has characteristics of an experienced city.

Keywords: *Inter-city competition, World city, İzmir.*

JEL Code: O18

1. GİRİŞ

Günümüzde kentlerin sürekli olarak küresel ve ekonomik güçlerini arttırmaya ve ekonomisiyle, kültürüyle, sosyal ve siyasal yapılanmasıyla ön plana çıkmaya çalışarak kentler arası rekabete dahil olma çabaları açıkça görülmektedir.

Çalışma, giriş ve sonuç bölümleri hariç olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde kentler arası rekabetin teorik çerçevesi, ardından kentleri bu rekabette avantajlı konuma getiren rekabet dayanakları anlatılacaktır. İkinci bölümde ise Türkiye’de kentler arası rekabet açısından yaşanan gelişmelerin ardından İzmir kenti ele alınarak İzmir’i rekabetçi yapan dayanakları ve içinde bulunduğumuz Expo 2020 süreci irdelenecektir. Genel bir değerlendirmenin yapıldığı bölüm ise çalışmanın sonuç bölümü olacaktır.

1.1. Kentler arası Rekabet

Kentler arası rekabet söz konusu olduğunda dünya kenti, küresel kent gibi kavramlar anahtar bir role ve öneme sahiptir. Çünkü bu kavramların arkasında kentlerin geliştirdiği rekabetçi stratejiler yatmaktadır. Bu bölümde söz konusu kavramların yanı sıra kentleri bu rekabette avantajlı konuma getiren rekabet dayanakları anlatılacaktır.

1.1.1. Teorik Çerçeve

Yerleşme eğilimleri ve yerelin ön plana çıkması ile birlikte eskiden sadece firmalar veya uluslar arasında söz konusu edilen rekabet, artık kentler arasında gerçekleşmeye başlamıştır. Bir görüşe göre, kentler arası rekabetin hızlı artışı, klasik iktisattaki “ulusların karşılaştırmalı üstünlüğü” anlayışının “kentlerin karşılaştırmalı üstünlüğü” anlayışı ile değiştirilmesine neden olmuştur (Kaya, 2008: 115).

Ulus-devlet şemsiyesi altında kolektif tüketimin örgütlendiği mekanlar olan kentler, sermayeyi kendine çekebilme için yarışan birimler haline gelmeye başlamıştır (Şengül, 2009: 93). Kentler, bölgelerinde diğer üretim merkezleri ile ticaret yapma imkanlarını arttırarak bölgesinde hizmet sunma, iletişim, organizasyon, haberleşme gibi olanaklar açısından lider konumuna yükselmeye ve

üretim yelpazesini genişleterek girişimcisinin önündeki engelleri kaldırmaya yönelmektedir. Bunda başarılı olan kentler hızla yükselirken diğer kentler de hızlı bir düşüş sürecine girmekte ve giderek kentler arası rekabette saf dışı kalmaya başlamaktadır. Rahatlıkla görülmektedir ki, artık günümüzde ülkeler birbirleriyle kentler aracılığıyla rekabet etmekte ve bu rekabette avantajlı olabilmek için gelişmiş kentlerini bankacılık, ticaret ve ulaşım gibi alanlarda ulusal ve uluslararası sistemle bütünleştirerek daha gelişmiş kentler yaratma ve küresel sermayeyi bu kentlere çekme yolunda rekabet etmektedir (Başaran, 2008: 74).

Kentler arası rekabeti açıklamak için dünya kenti ve küresel kent kavramlarına da yer vermek gereklidir. Friedmann, 1986 yılında literatüre kazandırdığı “Dünya Kenti Hipotezi” (*World City Hypothesis*) nde dünya kentlerini sınıflandırmak için yedi kriter kullanmıştır. Bu kriterler (Friedmann, 1986: 72): önemli finansal merkez olma, çok uluslu şirketlere yönetim merkezi olma, uluslararası kurumların varlığı, hızla büyüyen hizmet sektörü, önemli imalat merkezi olma, dünya taşımacılığında temel eklem noktası olma ve nüfus büyüklüğüdür. Friedmann bu kriterleri kullanarak belirlediği 30 dünya kentini sermayenin kontrol merkezi olarak emeğin yeni uluslararası bölüşümünde etkin olup olmamalarına göre gruplandırmıştır. Bu bölüşümde etkin olanları “birincil dünya kenti” (*primary world city*), diğerlerini ise “ikincil dünya kenti” (*secondary world city*) olarak sınıflandırmıştır. Ayrıca bu kentlerin yer aldığı ülkeleri de merkez (*core*) ülkeler ve yarı-çevresel (*semi-peripheral*) ülkeler olarak adlandırmıştır. Merkez ülkelerdeki birincil dünya kentleri; Londra, Paris, Rotterdam, Frankfurt, Zürih, New York, Chicago, Tokyo ve Los Angeles; ikincil dünya kentleri ise Brüksel, Milan, Viyana, Madrid, Toronto, Miami, Houston, San Francisco ve Sidney olarak belirlenmiştir. Yarı-çevresel ülkelere bakıldığında bu ülkelerde yer alan birincil dünya kentlerinin Sao Paulo ve Singapur olurken; ikincil dünya kentlerinin de Johannesburg, Buenos Aires, Rio de Jenerio, Caracas, Mexico City, Hong Kong, Taipei, Manila, Bangkok ve Seul olduğu görülmektedir. Şunu da belirtmek gerekir ki; Friedmann belirtilen yedi kriteri kullanarak dünya kentlerini belirlerken, bir kentin dünya kenti olarak belirlenmesinde her durumda tüm bu kriterleri bir arada bulundurmadığını, ancak birden fazla kriterin dünya kenti olmasına yetecek düzeyde arandığını kabul etmektedir (Friedmann, 1986: 72).

Friedmann’ın hipotezine dayalı olarak dünya kenti kavramlaştırmasına katkıda bulunan diğer bir isim, bir kentin dünya kenti olmasında izlediği süreci sistematikleştiren ve kentin çeşitli işlevleri elde edişiyile kontrol ettiği mekansal büyüklüğün küresel ölçeğe doğru nasıl genişlediğini ortaya koyan, Mike Douglass

olmuştur. Douglass'a göre bir kentin, dünya kentleri arasındaki pozisyonu, doğrudan kentin küresel ekonomik gücünün nispi derecesi ile bağlantılıdır. Douglass, bu açıdan bakıldığı zaman dünya kenti oluşumunun mekansal kapsam ve işlevsel katmandan oluşan iki boyutlu dinamik bir süreç olduğunu söylemektedir. Douglass, dünya kenti ile ilişkili olarak yaygın olarak kullanılan sekiz fonksiyondan bahsetmektedir. Bu fonksiyonlar (Douglass, 2000: 2323):

- Finans fonksiyonu (banka, borsa, emlak, sigorta),
- Uluslararası merkezlere yönetim merkezliği yapma fonksiyonu,
- Global hizmetler (eğitim, ileri teknoloji),
- Taşımacılık fonksiyonu (hızlı tren, dünyaca ünlü havalimanı),
- Bilgi fonksiyonu (yaratıcılık, yayıncılık),
- Politik ve ideolojik fonksiyon (devlet-ekonomi ve toplum ilişkilerinin kusursuzluğu),
- Kültür fonksiyonu (kültür üretimi ve yayılımı),
- Olağanüstü olaylara ev sahipliği yapma fonksiyonu (Olimpiyatlar, Expo, konserler)dur.

Bu sekiz fonksiyondan sadece tek bir fonksiyona sahip olan kent, kendi sınırlarından daha büyük, ancak küresel ölçüğe göre daha küçük bir mekansal kontrol kapasitesi elde ederken, iki-üç fonksiyona sahip olan bir başka kent daha geniş bir coğrafyaya egemen olmaktadır. Eğer kent, dört veya daha fazla fonksiyona sahipse karmaşık bir küresel merkez olarak küresel ölçekte kontrol kapasitesine sahip olacaktır (Douglass, 2000: 2323).

1990lı yıllarda Friedmann'ın "dünya kenti" terimi yerine "global kent" terimini kullanan Sassen literatüre önemli katkılarda bulunmuştur. Sassen, global kentleri sıralamak için reklamcılık, muhasebecilik, sigortacılık, bankacılık/finans ve hukuk hizmetlerini kullanmış ve bu sıralama sonucunda oluşan kentler hiyerarşisinin en üstünde, aynı zamanda küresel ekonomi içinde üçlü dünya kenti olarak kabul ettiği New York, Londra ve Tokyo'nun yer aldığını belirlemiştir. Bu kentlerin en tepede yer almasının nedenleri olarak finans ve üretim merkezi olmaları ve yenilikler için bir pazar durumunda olmaları nedeniyle komuta merkezi olma özelliği taşımalarını göstermiştir. Örneğin 1984'de uluslararası faaliyet gösteren ilk 500 firmanın merkezlerinin 59'u New York'ta, 37'si Londra'da ve 34'ü

Tokyo’da olmak üzere 500 firmanın %26’sı bu kentlerde toplanmıştır. 1988’de benzer şekilde, dünyanın en büyük 100 bankasının 30’u Tokyo’da, 12’si New York’ta ve 5’i Londra’da olmak üzere toplam 47 banka bu kentlerde yer almaktadır. 1988’de dünyanın en büyük 25 menkul kıymet firmasının 24’ü yine bu kentlerde bulunmaktadır. Bunlar da söz konusu kentlerin birer bankacılık ve finans merkezi olduğunun kanıtıdır. Ayrıca Sassen’e göre bu kentler üçlü olarak farklı roller ve fonksiyonlar yerine getirmektedir. Tokyo sermaye ihracatı için önemli bir merkez iken Londra sermaye ve bankacılık işlemlerinin merkezi olmakta ve New York da sermayenin ana alıcısı olarak rol oynamaktadır (Sassen, 1991: 326-327).

Dünya kenti ve global kent kavramlarına ilişkin tüm bu yaklaşımlar aynı zamanda kentler hiyerarşisine de işaret etmektedir. Kentler hiyerarşisinin üst sıralarında yer alan kentler kuşkusuz küreselleşen yapının içinde avantajlı konumlara oturmuştur. Bu kentler, tüm dünya düzeyinde gerçekleşen kontrol sürecinde işlev görmekte, sektörel istihdam yapıları, nüfusları, mekansal dağılımları ve fiziki görünüşleri ancak bu küresel işlev çerçevesinde anlam kazanmaktadır. Ayrıca bu kentlerde dünya ölçeğinde işlev gören hizmet sektörleri görünür bir konumdadır (Keyder, 1993: 95).

Keyder (1993: 96)’e göre, bir kentin küresel kent olmasında kentin coğrafyası ve tarihi önem taşımaktadır. Londra, New York ve Tokyo gibi kentler geçmişte ve gelecekte dünya hegemonyası kurmuş devletlerin hakim merkezleridir ve liman kenti olmaları da tarihte önemli rol oynamıştır. Küresel kent olarak kabul edilen kentlerin çoğunluğu için bu nedenler sıralanabilir; ancak günümüzde tarihsel ve coğrafik koşulların yanı sıra “inisiyatif alan kent” olgusu da artık bu nedenler arasına girmiştir. Özellikle yeni ortaya çıkan potansiyellerin kullanılabilmesi, fırsatların iyi değerlendirilebilmesine ve uygun inisiyatif almaya bağlıdır (Keyder, 1993: 96-97).

1.1.2. Kentler için Rekabet Dayanakları

Kentler arası rekabet söz konusu olduğunda her kentin kendine özgü rekabet avantajı bulunduğunu da belirtmek gerekir. Kentler, rekabet gücünün kaynağını hem iç hem de dış faktörlerden sağlamaktadır. Buna göre kentlerin rekabet avantajlarını oluşturan iç faktörler; coğrafi konum, insan sermayesi, eğitim altyapısı, girişimci kültür, doğal yapı, yerel yönetimin kalitesi, toprak kalitesi, endüstriyel altyapı, yatırım iklimi, vizyon birliği gibi kentin kendine özgü avantajlarıdır. İç faktörlerin yanı sıra kentin etkileşim içinde olduğu ancak kentin

kendi denetim alanı dışında olan ülkenin genel ekonomik ve sosyal şartları, çevre iller (rakipler), bölgedeki sanayi kümelerinin varlığı, bölgenin gelişmişlik düzeyi ve uluslararası aktörler gibi dış faktörler de kentin rekabet performansını etkileyen faktörlerdir (Geyik ve Coşkun, t.y.: 680-681). Ancak şunu da belirtmek gerekir ki; bu kaynaklara sahip olmak o kente başlı başına bir rekabet üstünlüğü sağlamak için yeterli değildir; rekabet üstünlüğü elde edebilmek için bu kaynakları rakiplerinden daha farklı ve etkin kullanabilme becerisi gereklidir. Bu noktada yönetim becerisi devreye girmektedir. Kent yöneticileri, kentlerin mevcut durumunun ön analizini ve SWOT (*GZFT*) analizini yaparak rekabet sürecini yönetmeli; aynı zamanda bu süreç içinde meydana gelebilecek değişikliklere karşı da uyum sağlayabilmek için yenilikçi ve stratejik bir yönetim anlayışını benimsemelidir (Eroğlu, 2007: 65-66).

Kent bilimcilerin bu açıklamaları dikkate alındığında, kentlerin rekabet dayanaklarını belirleyen ortak faktörlerin; networkler, kentin kültürel ve tarihi birikimi, insan kaynakları ve kalifiye işgücü, altyapı gibi faktörler olduğu görülmektedir. Bu faktörler açısından avantajlı olan kentlerin, kentler arası rekabette diğer kentlere göre daha üstün performans sergileyecekleri ve daha avantajlı konumda yarışacakları açıktır. Bu faktörlerin ve yukarıda belirtilen yönetim becerisinin yanı sıra, kentlerin bu yarışta iyi kullanmaları gereken bir silah olarak kentlilik bilincini arttırabilmek için kentte yaşayan herkesin benimsemesi gereken bir vizyon oluşturma ve geliştirmenin gerekliliğini de unutmamak gerekir.

2. TÜRKİYE'DE KENTLER ARASI REKABET

Türkiye de artık kentler aracılığıyla rekabet etme zorunluluğuna dahil olan ülkelerdendir. Yeni oluşturulan bölgesel kalkınma planlarında amaç, “rekabet gücü yüksek bölgeler” oluşturmak olarak açıklanmıştır. Bu bölümde, Türkiye’de kentler arası rekabet açısından yaşanan gelişmelerin ardından İzmir kenti ele alınarak İzmir’i rekabetçi yapan dayanakları ve içinde bulunduğumuz Expo 2020 süreci değerlendirilecektir.

2.1. Türkiye’nin Durumu

Türkiye’de Bayındırlık ve İskan Bakanlığı tarafından başlatılan “Sürdürülebilir Kentsel Gelişme Stratejisi ve Eylem Planı Hazırlama Projesi (*KENTGES*)” başta olmak üzere ilgili kurum ve kuruluşların çalışmalarına temel teşkil etmesi amacıyla başlatılan Kentleşme Şurası, 04-07 Mayıs 2009 tarihinde Genel Kurul çalışmaları ile tamamlanmış ve Şura Komisyonları 10 başlıkta belirlenmiştir (1.

Kentleşme Şurası Sonuç Bildirgesi, 2009). Söz konusu 10 başlık içinden “Bölgesel Eşitsizlik, Yerel Kalkınma ve Rekabet Edebilir Kentler” adını taşıyan 8. başlık konumuz gereği önemlidir.

Nisan 2009’da Bayındırlık ve İskan Bakanlığı tarafından yayımlanan “Bölgesel Eşitsizlik, Yerel Kalkınma ve Rekabet Edebilir Kentler Raporu” (2009) başlıklı raporda yer alan sorun alanlarından konumuz gereği kentlerin rekabet edebilmesi ile ilgili tespit edilen sorunlara bakılacak olursa; nüfus ve gelir dağılımındaki eşitsizlik ve yoksulluğun, bölgelerin kalkınma ve rekabet gücünü olumsuz etkilediği ve bölgelerin rekabet gücünü etkileyen teknik altyapı ve çevre kalitesi açısından önemli farklılıkların olduğu tespit edilmiştir. 1990lı yıllarda çevre ve altyapıda oluşan sorunlar, Türkiye’de giderek kentlere de yansımış ve böylece kentlerdeki altyapı sorunları kentlerin rekabet kapasitelerini olumsuz etkiler hale gelmiştir. Altyapı ve çevre sorunları, mekana ilişkin kaliteyi düşürmekte ve kaynakların yetersiz kullanımına yönelik sorunlar bölgelerin rekabet güçlerini engellemektedir. Bunun en önemli nedeni olarak, nüfus ve kentleşmenin artmasıyla birlikte altyapının artan nüfusun gereksinimlerini karşılayamaz duruma gelmesi gösterilmektedir.

Albayrak ve Erkut (2010: 144-145), Türkiye’deki bölgeleri bölgesel rekabet gücüne göre sınıflandıran bir çalışma yapmışlardır.¹ Kümeleme analizi sonucu elde ettikleri sıralamada, rekabet gücü en yüksek kent olarak belirlenen İstanbul’un tek başına bir küme oluşturduğu, ikinci kümede Ankara, Antalya ve İzmir’in yer aldığı, ilk iki kümedeki illerin hinterlandında bulunan kentlerin (Bursa, Kocaeli, Adana, Mersin, Tekirdağ, Sakarya, Denizli, Aydın, Muğla, Eskişehir, Edirne, Balıkesir) de üçüncü kümede yer aldıklarını belirlemişlerdir. Dördüncü kümede doğu ve iç kesimdeki kentlerin büyük bölümü ile Batı’da yer alan rekabet gücü yüksek kentlerin çevresindeki kentlerden bazıları (Uşak, Manisa, Afyon, Burdur) ve Karadeniz Bölgesi’nden Samsun, Trabzon, Karabük ve Bartın yer alırken, son kümede Güneydoğu ve Doğu Anadolu kentleri bulunmaktadır.

Konu ile ilgili olarak şunu da belirtmek gerekir ki, Friedmann’ın yanı sıra dünya kenti kavramlaştırmasına katkıda bulunan Douglass, dünya kentinin fonksiyonları arasında “olağanüstü olaylara ev sahipliği yapma fonksiyonu”nu (Olimpiyatlar, Expo, konserler) da saymıştır (Douglass, 2000: 2323). Türkiye’de bu fonksiyon

¹ Yazarların bölgesel rekabet gücünü ölçmek için kullandıkları endeksler hakkında bilgiye ulaşmak için bkz. Ayşe Nur Albayrak ve Gülden Erkut, Türkiye’de Bölgesel Rekabet Gücü Analizi, Megaron, 5 (3), s. 137-148, İstanbul, 2010.

açısından son yıllarda bu tür olağanüstü olaylara ev sahipliği için artan rekabete dahil olan başarılı kentlerimizin bulunduğunu söylemek gerekir. Örnek olarak, Temmuz ayında 2011 Avrupa Gençlik Olimpik Oyunları'na (EYOF) ev sahipliği yapmış olan Trabzon; Dünya Üniversite Yaz Oyunları (Universiade) 2005'e ev sahipliği yapan İzmir ve 2011 Üniversiteler arası Kış Oyunları'na ev sahipliği yapan Erzurum verilebilir. İçinde bulunduğumuz süreçte İzmir'in Expo 2020'ye aday kent olması, bu açıdan büyük önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra, İzmir'in bölgesel, ulusal ve uluslararası açıdan önemli bir ticaret ve turizm kenti olması; tarihi, kültürel ve doğal zenginliği ile rekabette önemli avantajlara sahip olduğu düşüncesi ve geçmişte ev sahipliği yapmış olduğu uluslararası organizasyonlar düşünüldüğünde deneyimli bir kent olma özelliği taşıması da çalışmada İzmir'in seçilmesinin nedenleri arasındadır.

2.2. İzmir'in Rekabet Dayanakları

İzmir'e rekabet avantajı kazandıracak olan özelliklerin başında uygarlıklar tarihinin beşiği kabul edilen bir coğrafyada ve Batı uygarlığının beşiği olarak kabul edilen bir bölgede yer alan eski ve büyük kentlerden biri olması ve bu nedenle önemli miras ve zenginliği bünyesinde barındırması gelmektedir (Tezcan, 2008: 309). Coğrafi konumu itibariyle İzmir, Türkiye'de batının en doğu, doğunun en batı noktasını teşkil etmekte ve Türkiye'nin Asya ile Avrupa'yı, Karadeniz ile Akdeniz'i birbirine bağlayan coğrafyası üzerinde yer almaktadır. Bu konumun İzmir'e stratejik bir avantaj kazandırdığı söylenebilir (Başaran, 2008: 81).

İktisadi açıdan bakıldığında İzmir, ülke ihracatının %17.4'üne, ithalatın da %12.5'ine karşılık gelecek oranda ithalat ve ihracat gerçekleştiren bir kent olarak önemli bir ticaret merkezi konumundadır. 19 adet Organize Sanayi Bölgesi ve 2 adet Serbest Bölge barındırması ile önemli bir sanayi merkezi olduğu göze çarpmaktadır (Başaran, 2008: 81). Ayrıca 20.000 ton kapasiteli önemli bir ithalat ve ihracat merkezi olan İzmir Alsancak Limanı da Türkiye genelinde oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Dış ülkelere ihraç edilen birçok tarım ve sanayi ürünü bu limandan ihraç edilmekte ve böylece genel ihracatın %40'ı bu limandan sağlanmaktadır (Özkelle, 2006: 165-166).

Turizm potansiyeli yüksek kentlerden biri olan İzmir; Efes, Kuşadası, Çeşme, Foça, Seferihisar gibi kent çevresindeki turizm potansiyeli ve olanakları ile önemli bir turizm kenti olma özelliğine de sahiptir (Başaran, 2008: 81). Sadece deniz turizmi değil, kruvaziyer turizmi ve Bergama Alliano Antik Şifa Merkezi

ve Agamemnon Kaplıcaları gibi sahip olduğu jeotermal kaynakları ve kaplıcaları ile aynı zamanda önemli bir sağlık kenti olarak kabul edilmektedir (Tezcan, 2008: 310).

İzmir’de hakim olan iklimin yumuşak Akdeniz iklimi olması kuşkusuz turizm olanaklarını daha da arttırmaktadır. Çünkü hem kış mevsimi diğer kentlere göre çok sert geçmemekte hem de dört mevsim güneş görülebilmektedir. Uygun hava koşullarının olması, çeşitli uluslararası organizasyon şartları açısından kente önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır (Özkelle, 2006: 167).

Eğitim ve kültür-sanat göstergeleri açısından İzmir’in gelişmiş bir kent olduğunu söylemek mümkündür. İzmir, 2008 yılı itibariyle sahip olduğu toplam okul sayısı bakımından Türkiye’de 3. sıradadır; ayrıca İzmir’deki üniversite sayısı 9’a ulaşmıştır (İzmir Büyükşehir Belediyesi, 2010-2017 Stratejik Planı). Projelendirilmesinden itibaren bilim ve kültür çevrelerinin dikkatini çeken özel mimariye sahip önemli bir arkeoloji müzesi ve kültür merkezi olması hedeflenen Mega Müze Projesi’nin İzmir’de yapılacak olması, kuşkusuz İzmir’i önemli bir cazibe merkezi haline getirecektir. Mega Müze Projesi, İzmir ve Türkiye için hem turizmi arttırması hem de ekonomik ilerlemeyi hızlandırması açısından önemli bir projedir (Tezcan, 2008: 310). Ayrıca İzmir Arkeoloji Müzesi, Etnografya Müzesi, İzmir Tarih ve Sanat Müzesi, İzmir Resim ve Heykel Müzesi, Mask Müzesi, Oyun ve Oyuncak Müzesi, İnciraltı Deniz Müzesi gibi müzeler İzmir’in önemli kültür merkezleri olarak düşünülebilir (İZKA İzmir Tanıtım Broşürü).

Son olarak, Douglass’ın vurgu yaptığı “olağanüstü olaylara ev sahipliği yapmış ya da yapabilecek potansiyele sahip olma” kriterine bakıldığında, İzmir’de düzenlenen ilk uluslararası ticaret fuarı olan “İzmir Enternasyonel Fuarı”nın her yıl İzmir’de düzenlenmeye devam ettiği görülmektedir (Başaran, 2008: 81). İzmir Enternasyonel Fuarı’nın yanı sıra Uluslararası İzmir Festivali, İzmir Avrupa Caz Festivali, Uluslararası İzmir Kısa Film Festivali, İzmir Uluslararası Kukla Günleri gibi yüksek katılımlı bazı uluslararası organizasyonlar bu kategoride değerlendirilebilir (İZKA İzmir Tanıtım Broşürü). İzmir 1971’de Akdeniz Olimpiyatları, 2005’te Dünya Üniversitelerarası Yaz Olimpiyatları (Universiade) gibi uluslararası olaylara ev sahipliği yapmıştır. 2005 yılında yapılan Universiade, Uluslararası Üniversite Sporlar Federasyonu tarafından katılım ve başarı bakımından oyunlar tarihinin en iyisi olarak ilan edilmiştir. Bu organizasyon aynı zamanda kentsel yenilemeler gerçekleştirilmesi açısından da İzmir’e büyük katkı sağlamıştır. Organizasyon hazırlıkları çerçevesinde bir takım altyapı eksikliklerini

tamamlayan İzmir, ilerideki uluslararası organizasyonlar için avantajlı konuma yükselmiştir (<http://www.izmir.bel.tr/>).

Tüm bu avantajları ile İzmir, önümüzdeki önemli süreçlerden olan Expo 2020'ye de aday olmuştur. İzmir'in Expo 2020 süreci bir sonraki başlıkta anlatılacaktır.

2.3. İzmir ve Expo 2020 Süreci

'Dünya Sergisi' ya da 'Dünya Fuarı' olarak adlandırılan 'Exposition' kelimesinin (Türkçe'de sergi) kısaltması olan ve temelleri 1851'de Londra Kristal Palas'ta düzenlenen sergi ile atılan Expolar, Uluslararası Sergiler Bürosu (*BIE*) tarafından beş yılda bir organize edilmektedir. Expolar dünyanın kültür, tarih ve eğitim olimpiyatları olarak adlandırılmaktadır (Başaran, 2008: 76).

Türkiye 2004'te BIE'ye üye olana dek dünyanın çeşitli yerlerinde düzenlenen bu Expolara ev sahipliği için adaylık başvurusunda bulunamamıştır. Bu nedenle Türkiye'nin Expo'ya ev sahipliği yapma sürecini 2004 yılının Ekim ayına dayandırmak doğru olacaktır. İzmir'in ilk olarak Expo 2015'e adaylığı, 3 Mayıs 2006 tarihinde BIE Genel Sekreterliğine teklifin sunulması ile resmileşmiştir. Expo 2015 için İzmir'in resmi teması "Daha İyi Bir Dünya İçin Yeni Yollar ve Herkes İçin Sağlık" olarak belirlenmiş ve bu tema ile uyumlu olarak İzmir Logosu Zeytin Ağacı olmuştur. Expo 2015 için aday olan diğer kent, "Gezegeni Beslemek, Hayat Enerjisi" teması ile başvuruda bulunan İtalya'nın Milano kenti olmuştur (Başaran, 2008: 79-80). Tarihsel sürecine bakıldığında Expo'ya aday olan kentlerin daha önce sağlık temasını kullanmadığı görülmektedir. Bu nedenle İzmir, Expo'da tema seçiminde bir ilk olma niteliğine sahiptir (Özkelle, 2006: 171).

2008'de yapılan oylama ile Expo 2015 organizasyonunun ev sahipliğini 21 oy farkla Milano kazanmıştır. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Ahmet Bülent Göksel, İzmir'in Expo'yu kaybetme nedeni olarak lobicilikte ve halkla ilişkilerde yapılan hataları ve basının ilgisizliğini göstermiştir. Göksel, yer ve tema seçimini yanlış bulduğunu ifade ederek İzmir Expo 2015 tanıtım filminde de eksikler olduğunu söylemiştir. Dört kez Expo'ya ev sahipliği yapmış olan İtalya karşısında İzmir'in aldığı oyların küçümsenmeyecek sayıda olması önemli bir başarı olarak değerlendirilince İzmir, Expo 2020 sürecine gelmiş ve 18 Mayıs 2011'de yine aday olduğunu ilan etmiştir. Kasım 2013'te yapılacak oylamada Expo 2020 için İzmir dışında aday olan kentler; Ayutthaya (Tayland), Sao Paulo (Brezilya), Yekaterinburg (Rusya) ve Dubai (Birleşik Arap Emirlikleri) olacaktır.

Türkiye genelinde ve İzmir özelinde bakıldığında İzmir'in Expo 2020 için avantaj sağlaması açısından önemli olan bazı kriterlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu kriterler, aynı zamanda "Expo için neden İzmir seçilmeli?" sorusunun da cevabı niteliğindedir: tarihi zenginlik, modern bir kent olması, Türkiye'nin Expo'ya ilk aday kentinin İzmir olması, Türkiye'nin Avrupa ve Asya arasında bir medeniyetler köprüsü olması, bölge ekonomisinin canlandırıcı etkileri, turizm etkisi, kültür ve sanat etkinlikleri açısından zengin olması, üniversitelerin bulunması, Universiade organizasyonuna ev sahipliği yapmış olması (Özkelle, 2006: 182-185).

Expo 2020 adaylığının İzmir'e kazandıracığı avantajlar, ulaşım altyapısının iyileştirilmesi, kentte yeni istihdam olanakları yaratılarak kentin ekonomik gücünün artırılması, turistlerin barınma ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla yeni oteller ve konaklama yatırımlarının yapılması, kentsel dönüşüm projeleri ile İzmir'in cazibe merkezi haline getirilerek yerli ve yabancı yatırımların çekilmesi şeklinde olacaktır. Ayrıca İzmir, altyapı yatırımlarında örneğin 10 yıl içinde bitireceği projeleri Expo kapsamında daha kısa sürede tamamlayacaktır. Expo teması ile İzmir, belki de ileride Houston gibi önde gelen sağlık başkentlerinden biri olarak anılacaktır. Kısaca İzmir, Expo 2020'ye ev sahibi kent olarak bir dünya kentine dönüşecek ve uluslararası alanda tanınmışlığı artacaktır (<http://www.expoizmir.org.tr/>). Kuşkusuz tüm bu yenilikler İzmir'i kentler arası rekabette çok daha ileri düzeylere taşıyacaktır.

3. SONUÇ

Ülkeler arası rekabetin yerini kentler arası rekabete bırakmış olması, ülkeleri özellikle gelişmiş kentlerini kullanarak birbirleriyle rekabet etmeye zorlamaktadır. Kentlerin küresel ekonomide artan önemleri, kentlerin bu yarışta yer almalarını sağlarken ülkeler de kentlerini ekonomik ve sosyal yönden geliştirmek için rekabet stratejileri geliştirmekte, böylece bu yarışta saf tutmaya çalışmaktadır.

Çalışmada kentler arası rekabetin teorik çerçevesi ve kentler için rekabet dayanakları irdelendikten sonra Türkiye'de kentler arası rekabete ilişkin yaşanan gelişmeler ele alınmıştır. Çalışmanın konusunu İzmir örneği oluşturmaktadır. İzmir'in kentler arası rekabette sahip olduğu rekabet dayanakları ve içinde bulunduğumuz Expo 2020 süreci değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler sonucunda çalışmada İzmir'in rekabet potansiyeli yüksek bir kent olduğu sonucuna varılmıştır. İzmir'i rekabetçi yapan dayanakları; coğrafi konumu, çok kültürlü ve kozmopolit bir yapıya sahip olması, kentin köklü bir geçmişe sahip

olması, turizm potansiyelinin yüksek olması, eğitim ve sağlık sektörlerinde önde gelen kentlerden olması, İzmir Limanı'nın Türkiye'nin en önemli ihracat limanlarından biri olması, modern ve güler yüzlü bir insan profiline sahip olması ve geçmişte önemli uluslararası organizasyonlara ev sahipliği yapmış olması olarak sayılabilir. Ancak kentin çeşitli rekabet dayanaklarına sahip olması, o kenti rekabette ön saflara taşımak için tek başına yeterli değildir. Aynı zamanda kentin sahip olduğu bu avantajların farkında olması ve onları yeterince kullanması gerekir. İzmir, sahip olduğu avantajları kullanma noktasında özellikle son yıllarda gelişim göstermektedir; ancak hala İzmir'in potansiyelini tam olarak ortaya koyduğu söylenemez. Örneğin, bir turizm kenti olarak İzmir, gerçek potansiyelinin çok altında bir turizm gelirine sahiptir. Benzer şekilde İzmir, Türkiye'ye gelen yatırımları kendisine çekmekte de gerçek potansiyelinin altında kalmaktadır. Bu nedenle İzmir rekabet potansiyeli yüksek bir kent olmasına rağmen tam olarak rekabetçi bir kent görüntüsü sergileyememektedir. İzmir'in önündeki en önemli engeller; kente göç sebebiyle ortaya çıkan ulaşım, çarpık kentleşme, gecekondulaşma, kanalizasyon gibi altyapı sorunlarının hala çözülememiş olması, işsizlik oranının Türkiye ortalamasından yüksek olması ve İzmir'in özellikle uluslararası alanda tanıtımının yeterli biçimde yapılmamasıdır.

Konu ile ilgili olarak şunu da eklemek gerekir ki, 2010 yılının Nisan ayında TÜİK ve İZKA'nın karşılıklı imzaladıkları protokol gereği İZKA Marka Bilinirliği Araştırması yapılmıştır. Araştırmanın anket formunda aynı zamanda "İzmir Algısı ve Bilinirliği" başlıklı bir bölüm yer almaktadır. "Sizce İzmir'in en önemli sorunu nedir?" sorusuna örneklemin %23.51'i istihdam sorununu gösterirken %21.87'si çarpık yapılaşma ve gecekonduyu, %19.75'i altyapının yetersiz olmasını, %14.98 göçü ve %11.81'i yurt içi ve yurt dışı tanıtımın yetersiz olmasını göstermiştir. Araştırmada ortaya çıkan bu sonuç, yukarıda yer alan tespitleri doğrular niteliktedir. İZKA Marka Bilinirliği Araştırması'nın yanı sıra "İzmir Kentsel Pazarlama Stratejik Planı"ndan da bahsetmek yerinde olacaktır. Plan kapsamında turistlerin, İzmir'de ikâmet edenlerin, Türkiye'nin diğer illerinde yaşayanların, iş adamlarının ve yatırımcıların İzmir hakkındaki algılarını anlayabilmek için toplam 3.687 kişi ile anket ve görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada elde edilen bulgulardan en önemlisi, İzmir'in sahip olduğu pek çok çeşitliğe ve zenginliğe rağmen hak ettiği yerde olmadığıdır. Bu durumun nedenleri arasında yine, İzmir'in büyük oranda tanınmamakta olması gösterilmiştir. Nitekim, turistlere neden İzmir'i tercih etmedikleri sorulduğunda %94'ü İzmir hakkında hiçbir bilgiye sahip olmadıklarını söylemiştir. İzmir'in

Expo 2020'ye ev sahibi kent seçilmesi, büyük oranda bu tanıtım eksikliğini gidermeye yarayacaktır.

İzmir'in Expo 2020 sürecinden başarıyla çıkarak ev sahipliğini kazanıp kazanmayacağını önceden kestirmek zor görünmektedir. Çünkü İzmir'in Expo 2020 için sahip olduğu rekabet avantajları Expo 2015 için de mevcuttu. Üstelik İzmir, yine aynı tema ve aynı yer seçimi ile aday olmuştur. Bu da İzmir'in tutarlılık ve kararlılığını göstermesi açısından İzmir'e bir avantaj sağlayabilir. Expo 2020 adayları olan Ayutthaya, Sao Paulo, Yekaterinburg ve Dubai gibi kentler arasında İzmir avantajlı görünmektedir. Coğrafi konumu, kültürel ve tarihi güzellikleri, kıyı kesimlerdeki önemli turizm merkezleri, limanı ve insanları İzmir'in önemli rekabet dayanaklarıdır ve bu dayanakların iyi değerlendirilmesi gerekmektedir.

İzmir'in tanıtım eksikliği sorunu ile ilgili olarak şunu da belirtmek gerekir ki, İzmir bu eksikliği giderme noktasında son yıllarda çaba göstermektedir. Tüm araştırmaların sonucunda tanıtım eksikliğinin İzmir'in önünde büyük bir engel oluşturduğu anlaşılınca bu tanıtım eksikliğinin giderilmesi görevi İzmir Kalkınma Ajansı'na verilmiştir. İzmir için görsel kimlik çalışması yapılmış ve artık İzmir'in uluslararası alandaki tanıtımı için kullanılmak üzere logo ve slogan belirlenmiştir. İzmir'in rekabetçilik yolunda bu eksikliğinin farkında olması ve bu doğrultuda çalışmalar yapması, İzmir için ümitli olmak gerektiğini göstermektedir.

Expo 2020 sonrasında kentte önemli ekonomik, sosyal ve kentsel dönüşümler yaşanması ile zaten önemli rekabet dayanakları ve potansiyeli bulunan İzmir, ilerleyen yıllarda daha büyük uluslararası ve olağanüstü olaylara ev sahipliği yapmak için gerekli olan potansiyele sahip olacak ve bu da İzmir'in rekabet dayanaklarına yenisini ekleyecektir. Örneğin, 2020 Olimpiyat Oyunları için İstanbul 4. kez aday olmuş ancak bilindiği üzere geçtiğimiz günlerde sonuçlanan süreçten Tokyo başarıyla ayrılmıştır. Ev sahipliği kazanma konusunda daha önce de 3 kez başarısız olan İstanbul'un olimpiyatlara ev sahipliği yapacak kent olarak seçilmekte ısrar edilmesinin doğru olup olmadığı üzerinde kafa yorulmalıdır. İzmir'in Expo 2020'ye ev sahipliği hakkı kazanması işte bu noktada belki de Türkiye'de İstanbul'dan başka önemli dünya kentleri olduğunu göstererek gözlerin bu gibi organizasyonlar için İzmir'e çevrilmesini sağlayacaktır. Bu da Türkiye'de İstanbul ile diğer kentler arasında uçurum düzeyine varmış olan bölgeler arası eşitsizliği dengelemeye yardımcı olacaktır.

KAYNAKLAR

Albayrak, Ayşe Nur ve Gülden Erkut. “Türkiye’de Bölgesel Rekabet Gücü Analizi”, Megaron. 5:3, 2010, 137-148.

Başaran, İsmail. “Kentler Arası Rekabette İzmir ve EXPO 2015”, Kent ve Yerel Yönetim. 2008, 73-87.

Bayındırlık ve İskan Bakanlığı (2009). *1. Kentleşme Şurası Sonuç Bildirgesi*, <http://www.kentges.gov.tr/> [İndirme Tarihi: 21.05.2013]

Bayındırlık ve İskan Bakanlığı (2009). *Bölgesel Eşitsizlik, Yerel Kalkınma ve Rekabet Edebilir Kentler Raporu*, <http://www.kentges.gov.tr/> [İndirme Tarihi: 21.05.2013]

Douglass, Mike. “Mega-Urban Regions and World City Formation: Globalization, the Economic Crisis and Urban Policy Issues in Pacific Asia”, Urban Studies. 37:12, 2000, 2315-2335.

Eroğlu, A. Hüsrev. “Şehirlerin Markalaşması”, Yerel Siyaset Dergisi. 23, 2007, 65-68.

Friedmann, John. “The World City Hypothesis”, Development and Change. 17, 1986, 69-83.

Geyik, Mahmut ve Coşkun, Recai. *Şehirler Arası Rekabette Bilginin Yeri*, <http://web.sakarya.edu.tr/> [İndirme Tarihi: 31.10.2012].

İZKA İzmir Tanıtım Broşürü.

İZKA Marka Bilinirliği Araştırması Raporu, Ağustos 2010.

İzmir Büyükşehir Belediyesi, 2010-2017 Stratejik Planı.

İzmir Kentsel Pazarlama Stratejik Planı, 2010-2017.

Kaya, Erol. “Yerel Kalkınma ve Siyaset”, Yerel Siyaset. 2008, 115-125.

Keyder, Çağlar. “İstanbul’u Nasıl Satmalı?”, içinde: Ulusal Kalkınmacılığın İflası. İstanbul: Metis Yayınları, 1993, ss.90-102.

Özkelle, Deniz. *Expoların Gelişim Süreci ve Kentle Etkileşimleri; İzmir Expo 2015 Örneğinde Bir İnceleme*, Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Sassen, Saskia. *The Global City: New York, London, Tokyo*. Princeton: Princeton University Press, 1991.

Şengül, H. Tarık, *Kentsel Çelişki ve Siyaset. Gözden Geçirilmiş 2. Baskı*, Ankara: İmge Kitabevi, 2009.

Tezcan, Haluk. “*İzmir Vizyonu ve Yönetişim*”, içinde: 2. Bölgesel Kalkınma ve Yönetişim Sempozyumu Bildiri Kitabı. İzmir: TEPAV Yayınları, Ekim 2008, ss. 309-313.

<http://www.izmir.bel.tr/>

<http://www.expoizmir.org.tr/>