



T.C.

**BARTIN ÜNİVERSİTESİ**

**LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**BÖLGESEL KALKINMA İKTİSADI ANABİLİM DALI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**BATI KARADENİZ BÖLGESİ (TR81) VE İLLERİNİN REKABET  
EDİLEBİLİRLİK AÇISINDAN ANALİZİ VE KARŞILAŞTIRILMASI**

**FURKAN BÜLBÜL**

**DANIŞMAN**

**DOÇ. DR. SAİD CEYHAN**

**BARTIN-2024**





**T.C.**

**BARTIN ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
BÖLGESEL KALKINMA İKTİSADI ANABİLİM DALI**

**BATI KARADENİZ BÖLGESİ (TR81) VE İLLERİNİN REKABET  
EDİLEBİLİRLİK AÇISINDAN ANALİZİ VE KARŞILAŞTIRILMASI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Furkan BÜLBÜL**

**JÜRİ ÜYELERİ**

Danışman : Doç. Dr. Said CEYHAN  
Üye : Doç. Dr. Ahmet KAMACI  
Üye : Dr. Öğr. Üyesi Akif PEÇE

**BARTIN-2024**

## ÖZET

### Yüksek Lisans Tezi

## BATI KARADENİZ BÖLGESİ (TR81) VE İLLERİNİN REKABET EDİLEBİLİRLİK AÇISINDAN ANALİZİ VE KARŞILAŞTIRILMASI

**Furkan BÜLBÜL**

**Bartın Üniversitesi**

**Lisansüstü Eğitim Enstitüsü**

**Bölgesel Kalkınma İktisadı Anabilim Dalı**

**Tez Danışmanı: Doç. Dr. Said CEYHAN**

**Bartın-2024, sayfa: 303**

Küreselleşen ve her geçen gün yeni teknolojiler kazanan dünyada ekonominin önemi giderek artmaktadır. Geçmişte kılıcın hâkim olduğu coğrafyalar şu an ekonomik politikalar ışığında yönetilmektedir. Dış ticaret olgusu ile dışarı açılmaya başlayan ulus devletler her geçen gün kendilerini yenilemekte ve akabinde üretim güçlerini ve sanayilerini büyütmektedir. Dünya yerel ve bölgeselden başlayıp küresel boyutlara ulaşan kıran kırana bir ekonomik savaş ile karşı karşıyadır. Bu bağlamda ekonomik politikalarını doğru şekillendirip rekabet gücü yükselten bölgeler ve ülkeler büyümelerini pozitif yönde ilerletirken, düzene ayak uyduramayanlar ise ekonomik ve sosyal krizler, geri kalmışlık, yoksulluk ve siyasi sorunlar ile mücadele etmektedirler. Rekabet gücü olgusunun yüksek olduğu bölge ve ülkeler diğer ülke ve bölgelere göre hızlı, dengeli ve sürdürülebilir gelişme imkanına sahip olmaktadır. Ülkelerin ulusal bazda olan bu durum bazen de bir devletin bölgelerinin arasında da görülmektedir. M. Porter'ın belirttiği gibi faktör ve talep koşulları iyi, ilgili ve destekleyici kuruluşlar varlığı, firma stratejisi ve yapısı ile rekabet boyutu, kamu ve paydaş desteklerinin düzeyi yüksek olan bölge ve ülkelerin gelişmişlik düzeyi yüksekken diğer bölgelerin gelişmişlik düzeyi düşük kalmaktadır. Politika üretenler bu bağlamda gelişmişlik seviyesini yükseltmek ve rekabet edilebilirliğini arttırmak için birçok çalışmalar yapıp teşvik tedbirlerini almaktadırlar. Rekabet edilebilirlik olgusu ilk olarak firma bazında başlamış olsa da daha sonrasında ulusal, bölgesel ve iller arasında bile birçok çalışmalara konu olmuştur.

Bu alışmada Batı Karadeniz Bölgesi illerinin tüm sektörler bazındaki rekabet edilebilirlik gücü bakımından incelemesini yapılarak bölge illerinin kendi aralarında kıyaslama yapılmış ve her üç ilimizin rekabet gücü sıralaması yapılmıştır. Kendilerine has özellikleri olan bu illerin kişi başına düşen GSYİH'sından başlayan bu kıyaslamada illerin ekonomik, sosyal ve kültürel değerlerini de içine alarak rekabet edilebilirlik açısından göreceli sıralamasını yapmış bulunmaktayız. Bu bağlamda yapılan Üç Yıldız analizi neticesinde Bartın ilinde 8, Karabük ilinde 5 ve Zonguldak ilinde 20 sektörün rekabet avantajına sahip olduğu, akabinde yapılan saha çalışması ve Elmas Modeli analizi neticesinde ise göreceli olarak rekabetçilik açısından yüksekten düşüğe sırasıyla Zonguldak, Bartın ve Karabük olarak sıralamak mümkün olduğu ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Batı Karadeniz Bölgesi, bölgesel kalkınma, bölgesel rekabet edilebilirlik, bütünleşik bölge uygulamaları, Filyos, iller arası rekabet edilebilirlik, rekabet edilebilirlik analizi.

## **ABSTRACT**

**M. Sc. Thesis**

### **ANALYSIS AND COMPARISON OF THE WESTERN BLACK SEA REGION (TR81) AND ITS PROVINCES IN TERMS OF COMPETITIVENESS METHOD**

**Furkan BÜLBÜL**

**Bartın University**

**Graduate School**

**Department of Regional Development Economics**

**Thesis Advisor: Assoc. Prof. Dr. Said CEYHAN**

**Bartın-2024, pp: 303**

The importance of the economy is increasing in a world that is globalizing and gaining new technologies every day. Geographies where the sword dominated in the past are now governed in the light of economic policies. Nation states that have begun to open up to the outside world through foreign trade are renewing themselves day by day and subsequently expanding their production power and industry. The world is facing an all-out economic war that starts from local and regional levels and reaches global dimensions. In this context, regions and countries that shape their economic policies correctly and increase their competitiveness progress their growth in a positive direction, while those who cannot keep up with the order struggle with economic and social crises, underdevelopment, poverty and political problems. Regions and countries with high competitiveness grow faster than other countries and regions. They have the opportunity for balanced and sustainable development. This situation, which occurs on a national basis within countries, can sometimes also be seen among regions of a state. As M. Porter states, the development level of regions and countries with good factor and demand conditions, the presence of relevant and supportive institutions, company strategy and structure and competitive dimension, and high levels of public and stakeholder support is high, while the development level of other regions remains low. In this context, policy makers carry out many studies and take incentive measures to raise the

level of development and increase competitiveness. Although the phenomenon of competitiveness first started on a company basis, it has subsequently become the subject of many studies nationally, regionally and even among provinces. In this study, the provinces of the Western Black Sea Region were examined in terms of competitiveness power on the basis of all sectors, a comparison was made among the provinces of the region and the competitiveness of all three provinces was ranked. In this comparison, starting from the GDP per capita of these provinces, which have their own unique characteristics, we have ranked the provinces in terms of competitiveness by including their economic, social and cultural values. In this context, as a result of the Three Star analysis, 8 sectors in Bartın, 5 in Karabük and 20 sectors in Zonguldak province have a competitive advantage, and as a result of the subsequent field study and Diamond Model analysis, it is possible to list them as Zonguldak, Bartın and Karabük, respectively, from high to low in terms of relative competitiveness. has emerged.

**Keywords:** Competitiveness analysis, Filyos, integrated regional applications, interprovincial competitiveness, regional competitiveness, regional development, western black sea region

## İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY.....	ii
BEYANNAME .....	Error! Bookmark not defined.
ÖN SÖZ .....	Error! Bookmark not defined.
ÖZET .....	iv
ABSTRACT .....	vi
İÇİNDEKİLER.....	viii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xiv
TABLOLAR DİZİNİ.....	xvi
EKLER DİZİNİ.....	xx
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ.....	xxi
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Rekabet Gücü ve Bölgesel Rekabet Edilebilirlik .....	3
1.1.1. Rekabet Gücü Kavramı.....	3
1.2. Rekabet Gücü Standartları.....	6
1.2.1. Firma Düzeyinde Rekabet Gücü .....	6
1.2.2. Endüstri Düzeyinde Rekabet Gücü .....	7
1.2.3. Ulusal/Uluslararası Düzeyde Rekabet Gücü .....	7
1.2.4. İller/Bölgeler Arası Rekabet Gücü .....	8
1.3. Rekabet Gücünü Belirleyen İç ve Dış Faktörler .....	10
1.3.1. İç Faktörler .....	10
1.3.2. Dış Faktörler.....	10
1.4. Makro – Mikro Rekabet Gücü .....	11
1.4.1. Makro Rekabet Gücü .....	11
1.4.2. Mikro Rekabet Gücü .....	12
1.5. Bölge Kavramı.....	13
1.5.1. Bölge Türleri.....	14
1.5.1.1. Makroekonomik Açından Bölge Türleri .....	14
1.5.1.2. Gelişmişlik Seviyelerine Göre Bölgeler .....	16
1.6. OECD ve Avrupa Komisyonuna Göre Bölge Tipolojileri.....	18
1.7. Kalkınma Kavramı .....	19
1.7.1. Bölgesel Kalkınma.....	21
1.7.2. Bölgesel Kalkınma Politikaları .....	22

1.7.3. Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Politikaları .....	23
1.7.3.1. Planlı Dönem Öncesi .....	23
1.7.3.2. Planlı Dönem Sonrası.....	24
1.8. Bölgesel Kalkınma Ajansları .....	32
1.9. Bölgesel Rekabet Edilebilirlik Kavramının Gelişimi .....	33
1.10. Bölgesel Rekabet Edilebilirlik Kavramı .....	35
1.11. Bölgesel Rekabet Edilebilirlik Stratejileri .....	40
1.12. Bölgelerarası Rekabette Etkinlik ve Verimlilik Kavramları.....	42
1.13. Bölgesel Politikadaki Değişim ve Rekabet Edebilirlik .....	44
1.13.1. Dönemsel Değişimler ve Bölgesel Politika .....	44
1.13.2. Geleneksel Politikalar Dönemi (1945–1970) .....	44
1.13.3. Geçiş Dönemi (1970-1990) .....	46
1.13.4. Bölgesel Paradigmalar Dönemi (1990- ).....	47
1.14. Bölgelerarası ve Bölgesel Düzeyde Analiz Yöntemleri.....	48
1.14.1. Porter Elmas Modeli .....	48
1.14.1.1. Faktör Koşulları .....	49
1.14.1.2. Talep Koşulları .....	50
1.14.1.3. İlgili ve Destekleyici Endüstriler .....	50
1.14.1.4. Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı.....	50
1.14.2. Mal ve Hizmet Ticaretinde Yer Seçimi Analizi: Karşılaştırmalı Maliyet Tekniği ve Diğer Yaklaşımlar .....	52
1.14.3. Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) .....	52
1.14.4. Bölgesel ve Bölgelerarası Girdi-Çıktı (İnput-Output) Analizi.....	52
1.14.5. Bölgesel ve Mekânsal Ekonometrik Analiz .....	53
1.14.6. Programlama Teknikleri .....	53
1.14.7. Yerçekimi Modelleri .....	53
1.14.8. Sosyal Muhasebe Matrisleri (SMM) .....	54
1.14.9. Bölgelerarası Genel Denge Modelleri.....	54
1.14.10. Bölgelerarası ve Mekânsal Mikrobenzetim .....	54
2. LİTERATÜR ÖZETİ.....	55
3. MATARYEL VE METOT .....	60
3.1. Araştırmanın Amacı .....	60
3.2. Araştırmanın Önemi.....	60
3.3. Araştırmada Temel Sorular.....	61

3.4. Araştırmanın Yöntemi .....	61
3.5. Veri Toplama Tekniği .....	64
3.6. Evren ve Örneklem .....	65
3.7. Geçerlilik ve Güvenilirlik Testi .....	67
3.8. Anket Verilerinin Analizi ve Değerlendirilmesi.....	69
4. BULGULAR VE TARTIŞMA .....	70
4.1. Rekabet Edilebilirliğin Tespiti Üzerine Üç Yıldız Analizi .....	70
4.1.1. İl Bazında Üç Yıldız Analizi Bulguları.....	70
4.1.1.1. Bartın İli Üç Yıldız Analizi Çıktıları .....	71
4.1.1.2. Karabük İli Üç Yıldız Analizi Çıktıları.....	77
4.1.1.3. Zonguldak İli Üç Yıldız Analizi Çıktıları.....	84
4.1.1.4. TR81 Bölgesi Bölge Bazında Üç Yıldız Analizi Bulguları .....	99
4.2. TR81 Bölgesi Üzerine Elmas Modeline İlişkin Ampirik Saha Araştırma ve Analiz Sonuçları.....	128
4.2.1. Katılımcıların Tanımlayıcı Nitelikleri.....	129
4.2.1.1. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı .....	129
4.2.1.2. Katılımcıların İşletmedeki Konumu .....	130
4.2.1.3. Katılımcıların Eğitim Durumu.....	130
4.2.1.4. Katılımcıların Yaş Dağılımı.....	131
4.2.1.5. İşletmelerin Hukuki Yapısı.....	131
4.2.1.6. İşletmelerin Faaliyet Süresi Dağılımı .....	132
4.2.1.7. İşletmedeki Çalışan Sayısı Dağılımı.....	132
4.2.1.8. İşletmelerde Çalışan Personelin Yaş Dağılımı.....	133
4.2.1.9. İşletmenin 2023 Yılı Yıllık Ciroları .....	133
4.2.1.10. İşletmelerin 2024 Yılı Yıllık Ortalama Ücret Dağılımı.....	134
4.2.1.11. 2023 Yılı İşletmelerin Kapasite Kullanım Durumu .....	134
4.2.1.12. İşletmelerin Faaliyet Yeri Dağılımı.....	135
4.2.1.13. Faktör Koşulları .....	135
4.2.1.14. Talep Koşulları .....	143
4.2.1.15. İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Boyutu .....	149
4.2.1.16. Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Boyutu .....	155
4.3. Elmas Modeli Saha Çalışmasının Ki-Kare Testi Analizi .....	171
4.3.1. Faktör Koşulları ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki.....	171
4.3.1.1. Etkin ve Verimli Mal Üretimi ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki	172

4.3.1.2. Düşük Maliyetle Girdi Sağlama ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki .....	172
4.3.1.3. Teknolojik Yeniliklerle Alaka Düzeyi ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki .....	173
4.3.1.4. AR-GE harcamaları ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki.....	174
4.3.1.5. Profesyonel Danışmanlık Hizmeti Alımı ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki .....	175
4.3.1.6. Çalışan Eğitimi Maliyetleri ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki .....	175
4.3.1.7. Nitelikli Eleman İhtiyacının Bölge/İlden Temini ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki .....	176
4.3.1.8. Tedarik Edilen Girdilerin Kolay Bulunurluğu ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki .....	177
4.3.1.9. Tedarikçilerin Gücü ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki.....	178
4.3.2. Talep Koşulları ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki.....	179
4.3.2.1. İl İçi Üretim Düzeyi ve Satış Düzeyi ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki .....	179
4.3.2.2. Tüketicilerin Teknoloji Takip Düzeyi ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki .....	181
4.3.2.3. Yabancı Talep ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki.....	182
4.3.2.4. Yabancı Yatırımcı Çekme Potansiyeli ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki .....	183
4.3.2.5. Ucuz ve Kaliteli Mal Talep Durumu ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki .....	184
4.3.2.6. Yerel ve Uluslararası Talep Benzerliği ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki .....	185
4.3.2.7. Müşteri Talebi ile Ürün/Hizmet Standartlarının Değişimi ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki.....	186
4.3.2.8. Fiyat Düzeyi ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki .....	187
4.3.3. İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar ile İşletmenin Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki .....	188
4.3.3.1. Ambalaj ve Depolama ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki.....	188
4.3.3.2. Üretim Konulu Araştırma Merkezi ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki .....	189

4.3.3.3. Üretim Konulu Üniversite Bölümünün Varlığı ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki .....	190
4.3.3.4. Üretim Yerine Yakın Finans Kuruluşunun Varlığı ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki .....	191
4.3.3.5. Tedarikçi Durumunun Yeterliliği ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki .....	192
4.3.3.6. Eğitim Kurumları ve STK'lardan Faydalanma Durumu ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki.....	192
4.3.3.7. İl İçi Bakım ve Onarım Firmalarının Varlığı ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki .....	193
4.3.3.8. İşletmeye Yakın Lojistik Firmalarının Varlığı ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki .....	194
4.3.4. Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki .....	195
4.3.4.1. Firmalar Arası Rekabetin Varlığı ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki .....	196
4.3.4.2. Firmalar Arası Rekabetin Düzeyi ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki .....	197
4.3.4.3. Firmaların Gelirlerini Yatırıma Dönüştürme Oranı ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki.....	197
4.3.4.4. Firmaların Yerel Piyasa Payı ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki.	198
4.3.4.5. Firmaların Ulusal Piyasa Payı ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki	199
4.3.4.6. Optimum Sayının Üstünde Kobinin Varlığı ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki .....	199
4.3.4.7. Tescil Edilmiş Marka Düzeyi ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki .	200
4.3.4.8. Rakip Firmalar Arası İletişim ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki	201
4.3.4.9. Üretim Destekleme Programlarının Varlığı ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki .....	201
4.3.4.10. Rakiplere Karşı Rekabet Gücünün Yüksekliği ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki .....	202
4.3.4.11. Müşteri Talebi ile Ürün/Hizmet Standardı Değişimi ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki.....	202
4.3.4.12. Maliyet Azaltmaya Verilen Önem ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki .....	203

4.3.4.13. Patent, Faydalı Model ve Markaya Verilen Önem ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki .....	204
4.3.5. Kamu ve Paydaş Destekleri Boyutu ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki .....	204
4.3.5.1. Maliyet Üstünlüğü Sağlayan Desteklerin Varlığı ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki .....	205
4.3.5.2. Nitelikli İşgücü Temini ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki ...	205
4.3.5.3. Vergi Muafiyetlerinin Varlığı ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki .....	206
4.3.5.4. İhracat Desteklerinin Varlığı ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki .....	207
4.3.5.5. Dış Ticaret Engellerinin Azaltılması ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki .....	207
4.3.5.6. Üretim ve Ticarete Kolaylaştırıcı Hukuki Düzenlemelerin Varlığı ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki.....	208
4.3.5.7. Mal Piyasasının Çeşitlendirilmesine Yönelik Teşvikler ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki .....	209
4.3.5.8. Hibelere Erişim Düzeyi ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki...	210
4.3.5.9. İl Dışına Emek ve Sermaye Göçünü Engelleyen Tedbirlerin Varlığı ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki.....	210
4.4. Elmas Modeline İlişkin Analiz Sonuçları .....	211
5. SONUÇ VE ÖNERİLER .....	227
KAYNAKLAR.....	235
EKLER .....	245
ÖZGEÇMİŞ .....	Error! Bookmark not defined.

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil No	Sayfa No
1.1: Rekabetçiliğin gerçekleştiği alanlar .....	39
1.2: Kamu yönetiminde denetim mekanizması ilişkileri.....	43
1.3: Elmas modeli.....	51
4.1: Batı Karadeniz Bölgesi limanları .....	125
4.2: Türkiye taş kömürü genel müdürlüğü bünyesinde yer alan işletme müesseseleri ...	127
4.3: Etkin ve verimli mal üretimi yapma.....	137
4.4: Düşük maliyetli girdi sağlama .....	137
4.5: Teknolojik yenilikleri takip etme .....	138
4.6: AR-GE harcaması yapma.....	139
4.7: Profesyonel danışmanlık hizmeti satın alma.....	140
4.8: Çalışan eğitimini minimum maliyetle karşılanması imkânı.....	141
4.9: Nitelikli eleman ihtiyacının il/bölgeden karşılanması imkânı .....	141
4.10: Bu sektörde tedarik edilen girdiler kolay bulunurluğu .....	142
4.11: Bu sektörün tedarikçilerinin gücü, bu sektör için bir tehdit oluşturması .....	143
4.12: İl içi üretim ve satış düzeyi .....	144
4.13: Tüketicilerin teknoloji takip düzeyi .....	145
4.14: Yabancı talep seviyesi .....	145
4.15: Yabancı yatırımcıyı çekecek potansiyel talep .....	146
4.16: Tüketicinin ucuz ve kaliteli mal talep durumu.....	147
4.17: Yerel ve uluslararası talep benzerliği .....	147
4.18: Müşterileriden yoğun talep gelirse, ürün/hizmet standartları değiştirebilme.....	148
4.19: Fiyat düzeyinin hedef kitle üzerindeki etkisi .....	148
4.20: Ambalaj ve depolama imkânı.....	150
4.21: İlde üretim alanında araştırma merkezi varlığı .....	151
4.22: İlde üretim yapılan alanda ilgili meslek lisesi/üniversite bölümü varlığı .....	151
4.23: İlde ve çevresinde üretim yerine yakın finans kuruluşu varlığı .....	152
4.24: İl içi girdi tedarikçi durumu yeterliliği.....	153
4.25: Eğitim kurumları ve STK'lardan faydalanma düzeyi .....	153
4.26: İl içi bakım ve onarım firmaları bulunurluğu.....	154
4.27: Üretim merkezine yakın lojistik firmaları bulunurluğu .....	155
4.28: Firmalar arası rekabetin varlığı .....	156

4.29: Firmanın fiyat rekabeti düzeyi .....	157
4.30: Firma gelirinin yatırıma dönüşme düzeyi .....	158
4.31: Firmanın yerel piyasa payının büyüklüğü.....	158
4.32: Firmanın ulusal piyasa payının büyüklüğü .....	159
4.33: Optimum sayının üstünde kobi varlığı.....	159
4.34: Piyasadaki tescil edilmiş marka düzeyi.....	160
4.35: Rakip firmalar arası iletişim ağının varlığı .....	161
4.36: Üretim destekleme programlarının varlığı.....	162
4.37: Rakip işletmelere karşı rekabet gücü .....	162
4.38: Müşteriden yoğun talep gelirse, ürün/hizmet standartları değiştirebilme .....	163
4.39: Şirketlerin tüm iş faaliyetlerinde maliyet azaltma önemi .....	164
4.40: Firmanın patent, faydalı model ve markaya verdiği önem .....	165
4.41: Maliyet üstünlüğü sağlayan teşviklerin varlığı .....	166
4.42: Nitelikli işgücü temini imkânı.....	167
4.43: Vergi muafiyetleri varlığı ve yeterliliği.....	168
4.44: İhracat destekleri bulunurluğu.....	168
4.45: Dış ticaret engellerinin azaltılması.....	169
4.46: Üretim ve ticaret kolaylaştırıcı hukuki düzenlemelerin varlığı.....	169
4.47: Mal ve piyasa çeşitlendirmesi teşvikleri bulunurluğu.....	170
4.48: Hibelere erişim düzeyi .....	170
4.49: İl dışına emek ve sermaye göçünü engelleyen tedbirler bulunurluğu.....	171

## TABLolar DİZİNİ

<b>Tablo No</b>	<b>Sayfa No</b>
1.1: Rekabet gücü tanımları .....	5
1.2: Kalkınma teorileri .....	38
2.1: Türkiye’de yapılan rekabet edilebilirliğin ölçülmesine yönelik analizler.....	58
3.1: İllerin eşik değerleri .....	63
3.2: Bölgenin eşik değerleri .....	63
3.3: Ana kütle kapsamındaki firmaların ekonomik faaliyetleri .....	65
3.4: Anket sorularının güvenilirlik analizi .....	68
4.1: TR81 bölgesinde sadece bartın ilinde üç yıldız alan sektörler.....	72
4.2: TR81 bölgesinde sadece karabük ilinde üç yıldız alan sektörler .....	78
4.3: TR81 bölgesinde sadece zonguldak ilinde üç yıldız alan sektörler .....	85
4.4: TR81 bölgesinde üç yıldız alan sektörler.....	100
4.5: Türkiye’de 16 Nace kodlu sektörlerin istihdam sayıları .....	103
4.6: Türkiye’de 16 Nace kodlu sektörlerin istihdam verilerinin bir önceki yıla göre gelişimleri.....	103
4.7: Türkiye’de 16 Nace kodlu sektörlerin işyeri sayıları.....	104
4.8: Türkiye’de 16 Nace Kodlu sektörlerin işyeri verilerinin bir önceki yıla göre gelişimleri.....	105
4.9: Ağır metal sanayi .....	121
4.10: TR 81 bölgesi ve illeri ağır metal sanayi istihdam ve işyeri sayıları .....	122
4.11: TR81 bölgesi linyit ve taşkömürü çıkartılması sektörü iş yeri ve istihdam sayıları .....	128
4.12: TR 81 bölgesi ve illeri linyit ve taşkömürü çıkartılması sektörü istihdam ve işyeri sayılarının bir önceki yıla göre gelişimleri.....	128
4.13: Katılımcıların tanımlayıcı özellikleri .....	130
4.14: Katılımcının işletmedeki konumu .....	130
4.15: Katılımcıların eğitim seviyesi .....	130
4.16: Katılımcıların yaş dağılımları .....	131
4.17: İşletmelerin hukuki statüleri.....	132
4.18: İşletmenin sektördeki faaliyet yılı.....	132
4.19: İşletmelerin personel sayıları .....	133
4.20: İşletmede çalışan personelin yaş ortalaması .....	133

4.21: İşletmelerin yıllık ciroları.....	134
4.22: Çalışanların aylık ortalama ücret getirisi .....	134
4.23: İşletmelerin kapasite kullanım oranları .....	135
4.24: İşletmelerin buldukları yer .....	135
4.25: Faktör koşulları .....	136
4.26: Talep koşulları.....	144
4.27: İlgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu.....	149
4.28: Firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu .....	156
4.29: Etkin ve verimli mal üretimi ile işletme statüsü arasındaki ilişki .....	172
4.30: Düşük maliyetle girdi sağlama ile işletme statüsü arasındaki ilişki.....	173
4.31: Teknolojik yeniliklerle alaka düzeyi ile işletme statüsü arasındaki ilişki .....	173
4.32: AR-GE harcamaları ile işletme statüsü arasındaki ilişki.....	174
4.33: Profesyonel danışmanlık hizmeti alımı ile işletme statüsü arasındaki ilişki.....	175
4.34: Çalışan eğitimi maliyetleri ile işletme statüsü arasındaki ilişki .....	176
4.35: Nitelikli eleman ihtiyacının bölge/ilden temini ile işletme statüsü arasındaki ilişki.....	177
4.36: Tedarik edilen girdilerin kolay bulunurluğu ile işletme statüsü arasındaki ilişki ....	178
4.37: Tedarikçilerin gücü ile işletme statüsü arasındaki ilişki .....	179
4.38: İl içi üretim düzeyi ve satış düzeyi ile yıllık ciro arasındaki ilişki.....	180
4.39: Tüketicilerin teknoloji takip düzeyi ile yıllık ciro arasındaki ilişki .....	181
4.40: Yabancı talep ile yıllık ciro arasındaki ilişki .....	182
4.41: Yabancı yatırımcı çekme potansiyeli ile yıllık ciro arasındaki ilişki .....	183
4.42: Ucuz ve kaliteli mal talep durumu ile yıllık ciro arasındaki ilişki .....	184
4.43: Yerel ve uluslararası talep benzerliği ile yıllık ciro arasındaki ilişki .....	185
4.44: Müşteri talebi il ürün/hizmet standartlarının değişimi ile yıllık ciro arasındaki ilişki.....	186
4.45: Fiyat düzeyi ile yıllık ciro arasındaki ilişki.....	187
4.46: Ambalaj ve depolama ile bulunduğu yer arasındaki ilişki .....	188
4.47: Üretim konulu araştırma merkezi ile bulunduğu yer arasındaki ilişki.....	189
4.48: Üretim konulu üniversite bölümünün varlığı ile bulunduğu yer arasındaki ilişki ...	190
4.49: Üretim yerine yakın finans kuruluşunun varlığı ile bulunduğu yer arasındaki ilişki.....	191
4.50: Tedarikçi durumunun yeterliliği ile bulunduğu yer arasındaki ilişki .....	192

<b>4.51:</b> Eğitim kurumları ve STK'lardan faydalanma durumu ile bulunduğu yer arasındaki ilişki .....	193
<b>4.52:</b> İl içi bakım ve onarım firmalarının varlığı ile bulunduğu yer arasındaki ilişki .....	194
<b>4.53:</b> İşletmeye yakın lojistik firmalarının varlığı ile bulunduğu yer arasındaki ilişki.....	195
<b>4.54:</b> Firmalar arası rekabetin varlığı ile faaliyet süresi arasındaki ilişki .....	196
<b>4.55:</b> Firmalar arası rekabetin düzeyi ile faaliyet süresi arasındaki ilişki .....	197
<b>4.56:</b> Firmaların gelirlerini yatırıma dönüştürme oranı ile faaliyet süresi arasındaki ilişki.....	198
<b>4.57:</b> Firmaların yerel piyasa payı ile faaliyet süresi arasındaki ilişki .....	198
<b>4.58:</b> Firmaların ulusal piyasa payı ile faaliyet süresi arasındaki ilişki .....	199
<b>4.59:</b> Optimum sayının üstünde kobinin varlığı ile faaliyet süresi arasındaki ilişki .....	200
<b>4.60:</b> Tescil edilmiş marka düzeyi ile faaliyet süresi arasındaki ilişki .....	200
<b>4.61:</b> Rakip firmalar arası iletişim ile faaliyet süresi arasındaki ilişki .....	201
<b>4.62:</b> Üretim destekleme programlarının varlığı ile faaliyet süresi arasındaki ilişki .....	201
<b>4.63:</b> Rakiplere karşı rekabet gücünün yüksekliği ile faaliyet süresi arasındaki ilişki .....	202
<b>4.64:</b> Müşteri talebi ile ürün/hizmet standardı değişimi ile faaliyet süresi arasındaki ilişki.....	203
<b>4.65:</b> Maliyet azaltmaya verilen önem ile faaliyet süresi arasındaki ilişki .....	203
<b>4.66:</b> Patent, faydalı model ve markaya verilen önem ile faaliyet süresi arasındaki ilişki.....	204
<b>4.67:</b> Maliyet üstünlüğü sağlayan desteklerin varlığı ile işletmedeki konum arasındaki ilişki.....	205
<b>4.68:</b> Nitelikli işgücü temini ile işletmedeki konum arasındaki ilişki.....	206
<b>4.69:</b> Vergi muafiyetlerinin varlığı ile işletmedeki konum arasındaki ilişki .....	206
<b>4.70:</b> İhracat desteklerinin varlığı ile işletmedeki konum arasındaki ilişki.....	207
<b>4.71:</b> Dış ticaret engellerinin azaltılması ile işletmedeki konum arasındaki ilişki.....	208
<b>4.72:</b> Üretim ve ticarete kolaylaştırıcı hukuki düzenlemelerin varlığı ile işletmedeki konum arasındaki ilişki .....	209
<b>4.73:</b> Mal piyasasının çeşitlendirilmesine yönelik teşvikler ile işletmedeki konum arasındaki ilişki .....	209
<b>4.74:</b> Hibelere erişim düzeyi ile işletmedeki konum arasındaki ilişki .....	210
<b>4.75:</b> İl dışına emek ve sermaye göçünü engelleyen tedbirlerin varlığı ile işletmedeki konum arasındaki ilişki .....	211

4.76: Ölçeklerin uyumuna ve güvenilirliğine ilişkin test sonuçları .....	212
4.77: Elmas modeli faktör koşulları boyutu: Bartın.....	212
4.78: Elmas modeli faktör koşulları boyutu: Zonguldak.....	213
4.79: Elmas modeli faktör koşulları boyutu: Karabük .....	214
4.80: Elmas modeli talep koşulları boyutu: Bartın.....	215
4.81: Elmas modeli talep koşulları boyutu: Zonguldak .....	216
4.82: Elmas modeli talep koşulları boyutu: Karabük.....	216
4.83: Elmas modeli ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu: Bartın.....	217
4.84: Elmas modeli ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu: Zonguldak .....	218
4.85: Elmas modeli ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu: Karabük.....	219
4.86: Elmas modeli firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu: Bartın .....	220
4.87: Elmas modeli firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu: Zonguldak.....	221
4.88: Elmas modeli firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu: Karabük .....	222
4.89: Elmas modeli kamu ve paydaş destekleri boyutu: Bartın .....	223
4.90: Elmas modeli kamu ve paydaş destekleri boyutu: Zonguldak.....	224
4.91: Elmas modeli kamu ve paydaş destekleri boyutu: Karabük .....	225
4.92: Elmas modeli rekabet üstünlükleri.....	225

## EKLER DİZİNİ

<b>Ek</b>	<b>Sayfa</b>
<b>No</b>	<b>No</b>
<b>EK 1.</b> Anket formu.....	245
<b>EK 2.</b> Anket sorusu kullanım izni .....	250
<b>EK 3.</b> Etik kurul kararı.....	250
<b>EK 4.</b> Üç yıldız analizinde kullanılan veriler.....	250
<b>EK 5.</b> Üç yıldız analizi eşik değerler .....	250
<b>EK 6.</b> Üç yıldız analizi .....	250

## SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

Ha	: Hektar
Km	: Kilometre
M	: Metre
M <sup>2</sup>	: Metrekare
M <sup>3</sup>	: Metreküp
P	: Korelasyon Katsayısı
R	: Serbestlik Derecesi

## KISALTMALAR

X <sup>2</sup>	: Ki Kare Dağılımı
Ab	: Avrupa Birliği
Abd	: Amerika Birleşik Devletleri
Ar-Ge	: Araştırma Geliştirme
Bm	: Birleşmiş Milletler
Gsmh	: Gayri Safi Milli Hâsıla
Gsyh	: Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla
İbbs	: İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflaması
İibf	: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Kobi	: Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme
Kosgeb	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
Stk	: Sivil Toplum Kuruluşları
Tük	: Türkiye İstatistik Kurumu
Fk	: Faktör Koşulları
Tk	: Talep Koşulları
İdkb	: İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Boyutu
Fsyrb	: Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Boyutu
Kpdb	: Kamu ve Paydaş Destekleri Boyutu

# 1. GİRİŞ

Sanayi Devrimi, 1929 Dünya Ekonomik Buhranı ve II. Dünya savaşı ile başlayan süreç bölgeler arası meydana gelen sosyoekonomik farklar neticesinde bölgesel kalkınma kavramını iktisat literatürüne dahil etmiş ve alanda çalışmalar yapılmaya başlanmıştır (Özcan ve Ceyhan, 2018). Birçok akademisyen ve bilim adamının alanda yaptığı çalışmalar sonucunda bölgeler arası farkların ortadan kaldırılmasına yönelik çalışmalar devletler tarafından da desteklenmiş ve “Bölgesel Kalkınma Politikaları” oluşturulmuştur. Bölgeler arası farklardan dolayı ortaya çıkan sosyal ve ekonomik sonuçların giderilmesi, bölgelerin gelişiminin desteklenmesi bunların da devlet eli ile yapılması kalkınmanın tetikleyici unsuru olmuştur.

Küreselleşen dünya üzerinde ekonomik kalkınma ve büyüme bütün ulus devletlerinin birincil amacıdır. Bölgeler arası gelişmişlik farklarının ortadan kaldırılması “bölge” ve “kalkınma” kavramlarının bir bütün olarak ele alınarak politika üretme çabasına neden olmuştur (Arslan, 2005). Politika üretme sürecinde amaç bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılarak metropol kentlere göçün önüne geçilmesidir. Bu bağlamda uygulanacak olan politikalar sayesinde gelişmiş bölgelerde ortaya çıkabilecek olan ekonomik, kentsel ve sosyal sorunların önüne geçilmesi ile geri kalmış bölgelere sağlanacak olan yatırımlar bölgenin refah düzeyini yükselteceğinden gelişmişlik farklarını da minimize edecektir.

Küreselleşme süreci kapsamında değişim gösteren ekonomiler ve devlet yönetim biçimleri kapitalizm çatısı altında ülkeler arası bir rekabete sebep olmuştur. Bu rekabet içinde ülkelerin bazı bölgeleri gelişmiş bölge olarak adlandırılırken bazı bölgeleri ise geri kalmış bölge olarak adlandırılmışlardır. Hatta bir bölgedeki yan yana olan iki ilden biri gelişirken diğeri gerilemektedir. Bu durum ülkeler açısından çözülmesi gereken önemli sorun teşkil etmektedir (Çelebi vd., 2019). Bölgesel kalkınma serüveni ile başlayan bu süreçte bölgelerin ve hatta illerin rekabet gücünü arttırıcı politikalar da devreye alınmıştır. Bölgelerin rekabet edilebilirliğini etkileyen faktörler belirlendikten sonra artı ve eksi yönleri belirlenerek sorun giderici yöntemler belirlenmiş, bölgelerin rekabet edilebilirliğini arttırıcı politikalar uygulanmıştır. Ancak bölgesel rekabet edilebilirliğin ölçümü üzerine tam bir uzlaşma olamamakla beraber yapılan çalışmalarda farklı veriler farklı yöntemler kullanılarak bir

sonuca ulaşmayı çalışılmaktadır. Literatüre bakıldığında iş imkânı yüksek ve yüksek reel gelire sahip olan bölgelerin rekabet edilebilirlik açısından avantajlı bölgeler olduğu görülmektedir (Hamamcı, 2019).

Kitson vd. (2004) bölgesel rekabet edilebilirlik kavramını “bir bölge ya da kentin gerek ulusal gerekse uluslararası boyutta diğer bölgeler/kentler ile girdiği mücadele” olarak tanımlamışlardır. Bölgesel rekabet edilebilirliğin artırılması bölgesel kalkınma politikalarının temel amacını oluşturmaktadır. Bu kapsamda bölgesel rekabet edilebilirlik kavramına dair olan teorik çalışmalara bakıldığında araştırmacıların ikiye ayrıldığı görülmektedir. Rekabetin firma düzeyinde olduğunu savunan araştırmacılar, rekabet gücünün düşük olduğu firmaların sektörden silineceği fakat bu durumun bölgeye bir etkisi olmayacağını savunmuşlardır. (Krugman, 1996). Bu görüşe karşı olarak ise rekabet gücü düşük olan firmalar piyasadan çıkarken yenilikçi firmalara yol açmakta ve kaynak kullanımı sürecinde optimizasyon yapılmış olmaktadır. Kaynak kullanımındaki optimizasyon sayesinde ekonomik kalkınmaya bölge ve ülke genelinde katkı sağlanmaktadır (Beath, 2002).

Rekabet edilebilirliğin ölçülmesi amacıyla yapılan ampirik çalışmalarda ise rekabet düzeyini ölçmeye ve ölçülen düzey kapsamında bölgelerin veya illerin rekabet gücünü arttırmaya yönelik politikaların belirlenmeye çalışıldığı görülmektedir. Yapılan çalışmalarda amaç bölgenin ya da ilin rekabet derecesini belirlemek, bir veri grubunu analiz ederek bir değer ortaya çıkarmak ve ortaya çıkan değer ile bölgelerin ya da illerin birbiri arasındaki kıyaslamasının yapılmasını sağlamaktır. Bununla birlikte bölgelerin rasyonel bir SWOT analizinin yapılmasına zemin hazırlamaktadır. Böylece gelişmiş ve gelişmemiş bölgelerin kuvvetli, zayıf yönleri ile fırsat ve tehdit unsurları ortaya çıkartılarak geri kalmış bölgelerin gelişimi için güncel kalkınma politika ve stratejileri geliştirilmekte ve bölgeler arasındaki uçurumlar giderilmeye çalışılmaktadır.

Literatür üzerinde yapılan araştırma sonucunda TR81 Batı Karadeniz illeri olan Bartın, Zonguldak ve Karabük üzerinde rekabet edilebilirliğin ölçülmesi üzerinde yakın bir tarihte herhangi bir akademik çalışmaya rastlanmamıştır. Bölgede bulunan Filyos beldesinde yapılmakta olan Liman projesi ve Karadeniz de bulunan doğalgazın Filyos'dan dağıtılacak olması bölgedeki rekabet edilebilirlik unsurları üzerinde yapılacak olan çalışmayı önemli kılmaktadır. Yapacağımız çalışmanın amacı bu bölgedeki üç ilin rekabet edilebilirlik

analizini yaparak İllerin her birisinde mevcut olan zayıf yönler ile tehditleri tespit ettikten sonra özellikle Filyos Vadi Projesi ile bölgesel kalkınma için ortaya çıkan fırsatları her üç ile optimal etkinlikte değerlendirme imkânı sağlayacaktır.

### **1.1. Rekabet Gücü ve Bölgesel Rekabet Edilebilirlik**

Başlangıçta firmaların birbiri arasındaki karlılık savaşı ve ulusal/uluslararası pazar payı kavgası ile mikro bazda incelenen rekabet kavramı daha sonradan bölgeler ve ülkeler arası rekabeti incelemek amaçlı makro bazda ele alınmıştır (Çivi, 2001). Mikro bazlı yapılan çalışmalarda firmaların kendileri arasındaki rekabeti ve bu rekabet sonrası uluslararası piyasalardaki etkileri ele alınırken, makro bazlı çalışmalarda ise ülkelerin birbirleri arasındaki rekabet ele alınmıştır. (Scoot ve Lodge, 1985)

#### **1.1.1. Rekabet Gücü Kavramı**

Küreselleşmenin etkileri ile teknolojinin hızlı bir biçimde üretime ve sosyal hayata adapte olması, uluslararası ticaretin gelişmesi, “rekabet gücü” kavramını gündelik hayatımıza dahil olmasına, aynı zamanda uygulanacak olan mikro ve makro politikalara yön veren bir etken olarak görülmesine sebep olmuştur (Kara, 2008).

Dunning (1993) rekabetçiliği küreselleşme ekseninde önem kazanan etkenlerini incelemiştir. Bu bağlamda küreselleşme olgusunun etkenleri şu şekilde sıralanmıştır;

- Küreselleşme olgusu ile hammadde ve doğal kaynakların önemi artmış, ülkeler rekabetçiliklerini arttırabilmek için üretim miktarlarını arttırmak ve minimum maliyetle üretim yapmaya yönelmişlerdir. Doğal kaynakların ve vasıfsız iş gücünün üretim maliyetlerindeki etkisi azaltmak, AR-GE çalışmalarına önem vererek yeni ürün ortaya koymak ve maksimum verimlilikle çalışmak rekabet gücünü arttıracaktır.
- Ülkeler kendilerine has özellikleri ile farklılıkların belli olduğu çıktılar üretmek ve bu ürünlerin üretiminde uzmanlaşmaları rekabetçilikleri üzerinde etkili olacaktır.
- Ülkede bulunan çok uluslu şirketler ve bu şirketlerin uluslararası pazardaki bilgiye hakim olmaları, katma değeri yüksek ürünleri piyasaya sürmeleri ve

kurumsal yönetim anlayışı ile yönetilmeleri uluslararası rekabetçilikte etkili olacaktır.

Rekabet gücü, tanımını keskin hatlarla belirli olmasa da bir üretim sisteminin, rakip bölge/ülkelerdeki üretim sistemlerinden daha karlı ve verimli bir şekilde üretim yapıyor olması olarak nitelendirilmektedir. Aynı zamanda sadece karlılık ve verimlilik olgularının yanı sıra kalite, tasarım, güvenilirlik, bilinirlik ve zamanında teslim etkenlerinde de üstün olması gerekmektedir. Uluslararası rekabet gücünde ise Porter rekabetin verimlilikle doğru orantılı olduğunu belirtmektedir. Firma bazlı rekabet gücü incelendiğinde tanımlar arası farkların olması dikkat çekmektedir. Şöyle ki her firmanın kendi yaptığı üretimin rekabete etkisini farklı yönleri ile tanımlamaktadır. Örneğin; bir firma rekabetini arttıran etkenin çıktı miktarının sayısı ile doğru orantılı tutarken, diğer bir firma ise ürettiği her bir ürün için üretilen katma değer ile doğru orantılı tutmaktadır (Çiftçi, 2002).

Her firmanın bulunduğu ortam şartlarından ötürü rekabet gücü vardır. Ülkelerin ise rekabet gücü kavramının tam olarak karşılığını gelişen teknoloji ile uyum içerisinde, üretim ve ticaret yapısını uluslararası arenada koruması ve bunun sonucu dış dengesini sürdürebilme yeteneğidir.

Landau'ya (1992) göre ise rekabet gücü, gelecek nesillerin refahını ve ülkenin büyümesini düşürmeden, maksimum istihdam seviyesinde, halkın yüksek yaşam standardına ulaştığı ve ülkenin büyüme oranını stabil tutabildiği durum olarak tanımlamıştır.

Rekabet Gücü kavramı hususunda çok farklı tanımların yapıldığı görülmektedir. Bu tanımları Tablo 1.1'de sunulmuştur.

Tablo 1.1: Rekabet gücü tanımları

Yazarlar	Yıl	Tanım
Başkanın Endüstriyel Rekabet Komisyonu	1985	Rekabet gücü ülkelerin serbest ve yerleşmiş pazar koşulları altında vatandaşların reel gelirlerini arttırmaya çalışırken aynı anda ürettiği ürün ve hizmetleri uluslararası pazarlara sunabilmesi ve başarılı olabilmesidir.
Scoot ve Lodge	1985	Ülkelerin kaynaklarından sağladıkları kazançlar artarken, uluslararası ticarete yönelebileceği ürün ve hizmetlerin üretilip, dağıtılmasıdır.
Hastasapoulos, Krugman ve Summers	1988	Yaşam standartlarında kabul edilebilir artışlar sağlanırken, ülkenin dış ticaret bilançosunu dengeye getirebilme özelliğidir.
Majestelerinin Hazinesi, İngiltere	1988	Ülkedeki işletmelerin dış pazarda başarılı bir şekilde rekabet edebilmesidir. Ayrıca diğer ülkelerdeki pazarlarda elde etmiş olduğu Pazar payı da rekabet gücü için önemli bir göstergedir.
Fagergerg	1988	Ülkenin temel ekonomik hedeflerini gerçekleştirmesi özellikle dış ticaret bilançosunda problemler yaşamadan, gelir ve istihdam oranında büyümenin sağlanmasıdır.
Vellose	1991	Diğer dünya ülkelerinin sağlamış olduğu etkinlik standartlarının karşılanması, ülkenin uluslararası pazarlara olan katılım kapasitesinin arttırılmasıdır.
Haque	1991	Ülkenin ihracat yeteneği, üretim kaynakları ve doğal kaynakların etkin kullanılması ve ülkedeki yaşam standartlarının arttırılmasını sağlayan verimlilik artışlarını kapsayan çok boyutlu bir kavramdır.
UNICE	1993	Dışsal pozisyonunda bir kötüleşme yaşamadan gelişmiş ülkelerin sağladığı göreceli yaşam standartlarında artışların sağlanması hatta arttırılması rekabet gücünün yüksekliğini ifade eder.
Avrupa Birliği Komisyonu	1994	Ülkelerin, işletmelerin, endüstrilerin, bölgelerin sıkı rekabet ortamında, üretim faktörlerinin getirilerini arttırmaları, yüksek iş gücü yaratabilmeleridir.

Rekabet gücü belirlenirken esas alınan girdi ve çıktı verimliliği, ihracatın yüksek seviyede olması, katma değeri yüksek ve teknolojik mallar üretimi, kümelenmenin oluşması ve Ar-Ge faaliyetlerinin gelişimi gibi etkenlere bağlı olduğu gibi sosyal yapının da rekabet gücüne etkili olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda rekabet gücünün üç temel üzerine oturabiliriz: ticaret, yatırım ve üretime gerekli önemi vererek yaşam standartlarını ve refah düzeyini arttırmak; üretim, dağıtım ve pazarlamada kendine has özellikleri geliştirerek artı yönleri güçlendirmek ve rekabet gücünü belirlerken sosyal ve ekonomik etkenlerin tamamını dâhil etmektir (Çivi, 2001).

Yukarıda yapılan tanımlamalar sonucu rekabet gücü kavramının halen daha kesin bir çerçeveye oturmamış olmasına rağmen en büyük belirleyici faktörün dış ticaret olduğunu söylemek mümkündür (President's Commission on Industrial Competitiveness, 1985; Scoot ve Lodge, 1985). Amma velakin dış ticaret unsurunda da göz önünde bulundurulması gereken olaylar mevcuttur. 1980'lerde Amerika'da eksi veren bir dış ticaret bilançosuna rağmen yüksek büyüme gerçekleşirken, 1970'lerde petrol ihraç eden ülkelere bakıldığında dış ticaret bilançoları yüksek olmasına rağmen ekonomik açıdan gelişmemiş oldukları görülmektedir (Porter, 1990).

Rekabet edilebilirlik, yöneticilerin muvaffakiyetini veyahut muvaffakiyetsizliğinin dışa vurumu olarak görülmektedir. Bu çerçevede işletme bazlı kar maksimizasyonu yani çıktı maliyetlerinin minimum seviyede üretim yapılması olarak düşünülse de bu kavramı ulusal ya da bölgesel çapta açıklanması bir hayli zordur. Birbirine eş olmayan iki bölge direkt olarak bir rekabet içerisinde değildir. Bu bağlamda bölgeler arası rekabetin bilinen düzeydeki rekabet edilebilirlik ile arasında farklar vardır, bu farklar da bölgeler arası rekabet edilebilirliğin ölçülmesini güç kılmıştır. Bu bağlamda bölgeler arası bir kıyaslama yaparken bölgelerin kendilerine has özelliklerini kapsamalıdır (Aydemir, 2002). Ölçme yönteminde çıktı eğer tek faktöre bağlı ise kısmi faktör verimliliği, çıktı birden çok faktör ile bağlantılı ise toplam faktör verimliliği olarak nitelendirilir (Eser, 1993).

## **1.2. Rekabet Gücü Standartları**

Rekabet gücünü anlayabilmek ve kullanabilmek amacıyla literatürde yapılan çalışmaların incelenmesi sonucu, kavramı üç başlık altında incelemenin faydası vardır. Bunlar; “firma düzeyinde rekabet gücü”, “endüstriyel düzeyde rekabet gücü”, “ulusal/uluslararası düzeyde rekabet gücüdür” ve “iller/bölgeler arası rekabet gücüdür.”

### **1.2.1. Firma Düzeyinde Rekabet Gücü**

Literatürde rekabet kavramını kazandıran M. Porter (2000)'a göre firma düzeyindeki rekabetin ülkenin sınırları içerisinde faaliyet gösteren bir firmanın, başka bir ülke sınırları içerisinde aynı sektörde faaliyet gösteren firmalardan üstünlüğüdür. Bu üstünlüğün ortaya çıkmasında birçok farklı etken mevcuttur. Ülkeler arasındaki faktör farklılıkları, yabancı pazardaki müşteri tercihleri, yabancı devletlerin sübvansiyonları ve hedefleri, kaynaklardaki

farklılıklar ve yabancı rakiplerin gözlemlenmesi ile ilgili yeteneklerdeki farklılıklar rekabeti sağlayan etkenler olarak nitelendirmiştir.

Firma bazlı rekabet gücü, bir firmanın tüm rakiplerinden daha düşük maliyetle üretim yapabilmesidir. Üretilen ürünün kalitesi, ürünle verilen hizmet ve pazarlama yetenekleri de firmaların rekabet gücünü arttırıcı etkiye sahiptir. Ayrıca bir firmanın piyasa yeni ürün sürebilme kapasitesi, AR-GE çalışmalarına önem vermesi ve gelişen teknolojiye ayak uydurması da firmanın rekabetçiliğini olumlu etkileyeceği gibi gelecekteki rekabetinin potansiyelini arttırmasına ve sürdürmesine sebep olmaktadır (Aktan ve Vural, 2004).

### **1.2.2. Endüstri Düzeyinde Rekabet Gücü**

Endüstriyel rekabet gücü, bir endüstrinin uluslararası rakiplerinden daha düşük ya da aynı oranda maliyetle, uluslararası talebe uygun standartlarla, daha üst düzey verimlilikle üretim yapması ve ulaştığı verimliliği sürdürebilme yeteneğidir (Markusen, 1992).

### **1.2.3. Ulusal/Uluslararası Düzeyde Rekabet Gücü**

Ulusal ve Uluslararası düzeyde rekabet gücü, ülke halkının reel gelirinin ve refahının arttırılması ve bu artışın sürdürülebilir olması olarak tanımlanmaktadır (Waheeduzzaman ve Ryans, 1996). Ülkedeki döviz kuru, faiz, enflasyon ve işsizlik oranının halkın refahını olumlu yönde etkileyecek düzeyde olması ve makroekonomik değişkenlerin istikrarlı olması gibi fiyat düzeyindeki etkenler rekabeti doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda maliye politikaları, para politikaları, siyasi istikrar ve iktisadi karar vericilerin davranışları da uluslararası rekabet gücünü etkileyen faktörlerdir (Çoban vd, 2004).

OECD (2003)'ye göre ulusal ya da uluslararası rekabet edilebilirlik; bir ülkenin serbest piyasa koşullarında, uluslararası rekabete uygun bir şekilde mal ve hizmet üretip, gayr, saf, yurt içi hasılasını yükseltmek olarak tanımlanmaktadır.

Porter vd. (2007) ise ulusal rekabet edilebilirliğin sağlanması için ulusal refahın sağlanması gerektiğini savunmuşlardır. Verimlilik artışı ile ulusal refahın arttırılacağını savunan Porter, verimliliği arttırmak için ise üretim sürecinde ülkenin doğal kaynaklarının yeterli, mevcut

sermayesini optimal bir şekilde kullanabilen ve iş gücünden maksimum yararlanan bir yapının oluşturulması gerektiğini savunmuşlardır.

Yapılan çalışmalar ve literatürün incelenmesi sonucu bazı araştırmacıların kapıldığı hata ise ülke, bölge ve firma arasındaki rekabetin birbirinden bağımsız olduğunun düşünülmesidir. Mikro bazlı başlayan rekabeti güçlendirme çabası sonuca ulaştıkça çarpan etkisi ile bölge ve ülke rekabetini olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca yüksek rekabet gücüne sahip bölgelere bakıldığında ise, rekabetinin yüksek olmasının sebepleri arasında katma değer üretebilen firmaları bünyelerinde bulundurmaktan dolayı olduğu söylenebilmektedir (Arda ve Filiztekin, 2009).

Ülke ve bölge bazında rekabet edilebilirliği iki aşamalı olarak incelemek mümkündür.

- Birinci aşamada: Bir potansiyeli ifade eden, bölgenin katma değer üretebilme yapısı ve katma değer yaratma sürecindeki etkenler yer almaktadır.
- İkinci aşamada: Mikro bazda verimliliği ve potansiyeli gerçekleştirme olasılığı yer almaktadır.

Rekabetçiliği oluşturan etken makro düzeyde oluşan potansiyeli mikro düzeyde yapılan girişimler ile desteklemektir. Mikro düzeyde hane halkının refahı yükseltilmedikçe, makro düzeyde bir sonuç almak mümkün olmayacaktır.

“Zenginlik, gerçekte, ülkenin üretim faktörlerinin yani insan, sermaye ve doğal kaynaklarını kullanmasındaki verimlilikle yaratılır. Verimlilik de temelde, ekonominin mikro ekonomik yeteneğine bağlıdır, mikro ekonomik verimlilikte firmaların performansına, iş ortamının kalitesine ve ilgili endüstriler ile destek endüstrilerin kümelerinin varlığından doğan dışsallıklara bağlıdır.” (Porter vd., 2007, s. 64).

#### **1.2.4. İller/Bölgeler Arası Rekabet Gücü**

Küreselleşen dünya ekonomisi 1980’li yılları geride bıraktığı dönemde, geçmişte uygulanan klasik iktisat politikalarının yeterliliğini sorgulamaya başlamıştır. Bölgesel bazlı ekonomik kalkınma planlarının öneminin arttığı dönemde, bölgelerin rekabetçi tavırlarını ön plana çıkararak ulusal kalkınmaya verdikleri destek gün yüzüne çıkmış, bu bağlamda tabandan

tavana uygulanacak kalkınma politikaları “bölgesel rekabet edilebilirlik” kavramını ortaya çıkarmıştır. Ayrıca çalışmalar sadece akademik olarak değil, politika üreticilerinin de kullanımında kalkınmanın en temel aracı olarak görülmektedir (Kitson vd., 2004; Jeskova, 2007).

Rekabetçi yapının sadece firmalar çerçevesinde incelenmesi artık yetersiz kalmaktadır, rekabetçilik olgusu ulusal kalkınmada kentlerin ve hatta bölgelerin kalkınmanın temel aracı olarak gördüğü bir politika döneminin temel yapı taşıdır (Begg, 1999). Ülkelerin büyüme hedeflerine ulaşmalarındaki yolda gelişen ve değişen teknolojik yapıya uyum sağlamaları, rekabetçi yapıları güçlenmiş bölgelere sahip olmaları gerekmektedir (Steinle, 1992). Kara’ya (2008) göre ulusal rekabet edilebilirliğin artırılmasının tek yolu, küreselleşmiş ve uzmanlaşmış kentlerin/bölgelerin oluşturulmasıyla, rekabetçiliğin artırılması gerektiğini savunmaktadır. Bir ülke başarısının sebepleri araştırıldığında, başarıya sebep olan etkenlerin ulusal politikalardan ziyade yüksek rekabetçi kent ve bölgelerin varoluşu olarak görülmüştür (Porter, 2003).

Kentler ve bölgeler üç temel alanda rekabet etmektedirler. Bunlar, yatırım, işgücü ve girişimci ile teknolojidir. Yatırım; kentlerin/bölgelerin yerli ve yabancı sermayeyi çekme cazibesidir. İşgücü ve girişimci; vasıflı işgücü ve girişimcileri bölgeye çekme potansiyelidir. Teknoloji; bölgenin bilgi ve yenilenen teknolojiye ayak uydurma kapasitesidir (Martin ve Tyler, 2004).

Literatür incelendiğinde kentlerin rekabet edilebilirliği üzerine ilk akademik çalışmayı yapanlardan biri olan Kresl, rekabetçi kentsel ekonominin özelliklerini altı maddede tanımlamaktadır. Bunlar;

- Katma değeri ve kâr marjı yüksek sektörlerin oluşturulması,
- Tüketici talebini karşılayacak mal ve hizmet üretimi,
- Doğal ve sosyal çevreye uygun mal ve hizmet üretimi,
- Tam istihdam seviyesine ulaşmak,
- Gelecek hedefleri çerçevesinde, yapılan ya da yapılacak olan üretimde uzmanlaşmanın planlanması,

- Bölge illeri arasında rekabetçi konumunu en üst seviyelere çıkarması olarak tanımlamaktadır (Kresl, 1999).

Sonuç olarak, değişmekte olan ekonomik yapılara uyum sağlaması için yapılan politikalar göstermektedir ki bölgesel rekabet kavramı büyüme ve gelişmenin temel taşıdır. Ulusal kalkınmanın gerçekleşmesi için yukarıda da bahsedildiği üzere teknolojik yeniliklere ayak uyduran, bölgeyi pazarlayıp yatırım çekebilen, bölgede uzmanlaşmayı sağlayıp, vasıflı iş gücüne sahip olan rekabetçi bölgeler ile mümkündür. Bölgelerin rekabetçi yapısını ortaya çıkarmak ise rekabetçi kentlerin var olması ile mümkün olacaktır.

### **1.3. Rekabet Gücünü Belirleyen İç ve Dış Faktörler**

Bu bölümde rekabet gücünü belirleyen iç ve dış faktörlere yer verilmiştir.

#### **1.3.1. İç Faktörler**

Firma bazlı rekabet gücünü etkileyen iç faktörlere bakıldığında, işletmelerin kendilerinin küreselleşen dünya rekabetine ayak uydurmaya çalışmasıdır. Ulusal bazda ise bu durum, piyasada rekabeti yaşatan ise yine işletmelerdir. Devletlerin uluslararası rekabette etkisi serbest ekonomi döneminden sonra azalmıştır ancak hükümet politikaları yine işletmeler üzerine yapılarak rekabet gücünü arttırmaktadır. Bu bağlamda işletmelerin rekabet gücünü sürdürmesi üretimindeki düşük maliyet ve yüksek kalite ile mümkündür (Çivi, 2000). Ayrıca rekabet gücünü etkileyen faktörler arasında istihdamın ve verimliliğin etkisini de ele almak gereklidir. Firmaların optimal üretimi yakaladığı noktada, maksimum verimlilik ve işgücüne ulaşmış olması anlamına gelmektedir. Bu bağlamda rekabetçilik olgusu üzerinde etkisi göz ardı edilemeyecektir.

#### **1.3.2. Dış Faktörler**

Rekabet gücünün ulusal ve uluslararası bazda arttırmanın en büyük etkeni iyi bir devlet yönetimidir. Hükümetler sadece firma düzeyinde aldıkları tedbirler yeterli olmayacaktır. Ülkenin en büyük önceliği ulusal refahın arttırılması olmaktadır. Bu önceliğin gerçekleşmesi içinde faktör verimliliğinin en üst düzeyde uygulanması gerekmektedir. Bu bağlamda rekabet gücü, verimlilikle yakından etkileşim içerisindedir. Porter'e göre ülkelerin rekabeti

arttırmak için uyguladıkları politikalar neticesinde ulaşılan verimlilik ile elde edilen gelirleri halkın tamamına optimal bir şekilde dağılarak yaşam standartlarının artırılması gerekmektedir (Porter, 1990). Bu bağlamda ülkelerin rekabet gücünü etkileyen en büyük dış etkenler GSYİH, büyüme oranı, enflasyon ve gelir dağılımındaki adalet olduğunu söylemek mümkündür.

#### **1.4. Makro – Mikro Rekabet Gücü**

Rekabet gücü kavramını genel çerçevede makro ve mikro bazda incelenmek mümkündür.

##### **1.4.1. Makro Rekabet Gücü**

Ülkelerin en temel hedefi, halklarının sosyo-ekonomik refahını arttırmaktır. Bu refah artışının Porter teorileri sonucu verimlilik artışı ile sağlanacağı ve literatürde çalışma yapan birçok araştırmacının da rekabet ve verimlilik arasındaki ilişkiyi tespit ederek durumun önemini ortaya koymuştur. Bu bağlamda ülkelerin rekabet gücünü arttırmasını sağlayan en büyük etkenin verimlilik artışı olduğunu söylemek mümkündür. Porter verimlilik artışı ile elde edilen gelirlerin, halkın refah seviyesini yükseltmek amacıyla kullanılmasının zorunluluğunu ifade etmektedir (Porter, 1990).

Ulusal rekabet gücünün arttırılması ve tespit edilmesi üzerine yapılan çalışmalarda, araştırmacıların inceledikleri ülkelerin verimlilik artışı ve uluslararası pazar paylarını nasıl yükselttiklerini araştırmış, bu artış sebeplerini açıklamak için de makro ekonomik aktörlerin rekabet üzerindeki etkisini ortaya koymuşlardır (Çivi, 2001).

Aliber (2003) yaptığı çalışmada gayri safi milli hasıladaki artışların, hükümetin uyguladığı döviz kuru ve yabancı sermaye çekmeye yönelik politikalar sonucu uluslararası yatırımların artmasını, artan yatırımları kendi ülkesine çekmeyi başarabilmesi sonucu yatırım alan ülkenin diğer ülkelere daha hızlı ve güçlü büyüme sağladığını ileri sürmüştür. Wolf (1991) yaptığı çalışmalarda ulusal tasarrufların yatırıma dönen kısmının verimlilik artışına dönüşmesi ve artan verimlilik sonucu büyüme ve rekabet artışları üzerinde durmuştur. Narula (1993) ise yaptığı çalışmalarda ulusal rekabetin artışında teknolojinin etkisi üzerinde çalışmıştır.

Makro ekonomik etkenler, ülkelerin ekonomik ve rekabetçi yapısından çok firmaların uluslararası pazarlardaki durumları ile ilgilenmektedir. Ancak bir gerçek var ki bir firmanın uluslararası pazarda rekabetini arttırması ve koruması ülkelerin teknolojik ve rekabetçi yapısını arttırması ile doğru orantıdadır. Bu bağlamda firmanın uluslararası pazarda rekabetini attırması da ülkenin refah seviyesini ve rekabetçi yapısını arttırmasıyla doğrudan ilişkilidir (Dosi, 1982).

Yapılan çalışmalar sonucunda temelinin klasik ticaret teorilerine dayandığı ancak zaman içerisinde değişen ve gelişen dünya ticareti içerisinde iş gücü verimliliği, sermaye oranı, insan sermayesinin etkisi, iş gücünün reel ücretleri gibi etkenleri de içerisine alan analizler oluşturulmuştur. Neoteknoloji (neotechnology) ve neokatki (neoproportions) teorilerinin tabanı bu analizler sonucu oluşmuştur. Ortaya çıkan analiz sonucu yapılan çalışmalarda kalifiye iş gücü, teknolojik yeniliklere uyum sağlama hızı, uzmanlaşma ve ölçek ekonomileri rekabet gücünü arttıran faktörler olarak belirtilmiştir (Bowen, 1985).

Literatürde rekabet gücünü, karşılaştırmalı üstünlükler teorisinin bir parçası olarak gören çalışmalarda üretilen mal ve hizmetlerin piyasa fiyatındaki üstünlüğü ile ortaya çıkacağı öne sürülmektedir (Çivi, 2001). Ancak Bank of England (1982)'ın yaptığı çalışmada rekabet gücünün ölçülmesinde imalat sanayiindeki çıktılarının ihracat fiyatları, karlılığı ve iş gücü maliyeti temel alınarak ortaya koymuştur. Ayrıca OECD Ekonomi ve İstatistik departmanı ihracat ve ithalat gücünün sonucu olarak rekabet gücünün oluşacağını ileri sürmüşlerdir. İhracat rekabet gücü, uluslararası pazardaki ürün fiyatı ile ülke içerisindeki pazarda ürün fiyatı arasındaki rekabeti tanımlarken, ithalat rekabet gücü ise üretimin olduğu ülkedeki pazar fiyatı ile ürünün satıldığı ülkedeki pazar fiyatı arasındaki rekabeti temel almaktadır (Durand ve Giorno, 1987).

#### **1.4.2. Mikro Rekabet Gücü**

Krugman (1994) yaptığı çalışmada literatürde yönetim ve işletme stratejileri üzerine yapılan çalışmaları incelediğinde, rekabet gücünün mikro bakış açısı ile incelendiğinde, rekabeti arttırıcı etkenlerin işletmeler olduğunu ve rekabet arttırmak için işletmeler üzerine yoğunlaşılması gerektiğinin ve rekabet gücü çalışmalarının ulusal bazda uygulanmasının anlamsız olduğunun savunulduğunu görmüştür. Makro ekonomik faktörlerin rekabet

gücüne etkisi göz ardı edilmeden işletme düzeyinde, rekabet gücünün etkilerini ortaya çıkarmaktır.

“Rekabet gücü ulusal bir kavram olarak kabul edilmesine karşın, pazarlarda rekabet içinde bulunan kurum devletler değil, işletmelerdir. İşletmelerin özel ya da kamu işletmesi olması durumu değiştirmemektedir. Kuşkusuz etkin ya da edilgen hükümet politikalarının işletmelerin rekabet gücü üzerine büyük etkisi bulunmaktadır. Fakat yatırım, fiyat politikaları ve örgütsel yapı her işletmenin yöneticileri tarafından belirlenir. Kısaca piyasalarda işletmeler rekabet ederler.” (Kester ve Luehrman, 1989)

Mikro bazda rekabet gücü; üretilen ürünlerin mümkün olan en uygun piyasa fiyatına, talebin en yüksek seviyede olduğu zamanda ve bölgede, sorunsuz ve zamanında müşteriye teslim politikası ile fırsat maliyetini yakalamış olmak olarak tanımlanmaktadır (Sharples ve Milham, 1990). Belirtilen koşulların gerçekleşmesi, ülkeler arası ticaretin sürmesi için devlet politikalarının biçimlendirilmesi gerekmektedir. Yapılan çalışmalar işletmeler üzerine yoğunlaşmış ve devletlerin rekabet gücüne etkisi reddedilmiştir. Fakat devlet politikalarının rekabet gücü üzerindeki etkisi aşıkardır. Ayrıca mikro bazda yapılan çalışmalar sonucunda rekabet gücü analizlerinde tüketici talebi faktörü de göze çarpmış ve analiz yöntemine eklenmiştir (Harrison ve Kennedy, 1996; Arslan, 2014).

## 1.5. Bölge Kavramı

Kelimenin geçmişine bakıldığında Latince kökenli olup “regio: çevre-alan” anlamına gelen bölge çok boyutlu, çok anlamlı ve sınırları çizilmesi çok zor olan bir kavramdır. Dünya’da olduğu gibi ülkemizde de kelime anlamı tam olarak açıklanamamıştır (İldırar, 2004). Birçok anlamı olan bölge kavramı ülkemizde genellikle coğrafi anlamı ile hayat bulmuştur. İklim, nüfus, doğal kaynaklar gibi fiziki unsurlar üzerinden şekillenen bölge kavramı son zamanlarda iktisadi politikalar, şehircilik çalışmaları, sosyo-kültürel unsurlar esas alınarak çalışmalarda kullanılmaya başlamıştır.

Bu bağlamda bölge kavramı, “coğrafi mekânı belirli parçalara ayırmanın ötesinde özellikleri olan bir kavramdır. Bölge teriminin, mekânı belirli parçalara ayırmayı ifade eden diğer terimlerden olan farkını incelemek kavrama açıklık getirecek ya da kavramın daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Örneğin saha (area), zon, mekân (space) kavramlarının, bölge (region) kavramından önemli farkları vardır. Saha kavramı herhangi bir alanda verilen bir sınırlamadır. Kavramın bundan başka herhangi bir içeriği yoktur. Zon kavramı ise bir özelliğe göre bu özelliğe sahip olanlar ve olmayanlar diye

bütün mekânı ikiye bölmeyi ifade etmektedir. Bölge kavramını mekân kavramından ayıran husus, mekânda belirlenmiş bir sınır kavramı ve devamlılık kavramının olmayışıdır. Mekân içinde bu mekâna ait olmayan boşluklar olabilir” (Tekeli, 2008) şeklinde tanımlamıştır.

Küreselleşme ile başlayan kitle üretimine geçiş geleneksel bölge kavramını tartışılır hale getirmiştir. Geleneksel anlayışta “yan yana gelmiş yerel birimlerin mekânsal bütünlüğü ile oluşan, ulus devlet dışına kapalı, ulus devletin denetiminde, sınırları çizilmiş bir birimdir” olarak tanımlansa da küresel anlayışta bölge kavramı sınırları olmayan, ilişkilerin uzaklığına göre belirlenen, belirli bir mekâna kapalı kalmayan, uluslararası ilişkilerde doğrudan açılan bir birim (Armstrong ve Taylor, 2000) olarak tanımlanmaktadır.

Bölgeler: bölgesel çalışmalarda üç şekilde açıklanmıştır.

- Fiziki, sosyal ve ekonomik özellikleri itibari ile eşit (homojen) dağılım gösteren bölgeler,
- Merkezi bulunan ve bu merkez üzerinde kutuplaşma sağlanılarak, çevresindeki mekanların ekonomik hareketleri üzerinde yoğunlaşma avantajı var olan bölgeler,
- Devlet kurumları tarafından birbirleri ile ilişkilendirilen politik bölgeler (Malecki, 1991) olarak tanımlanmıştır.

### **1.5.1. Bölge Türleri**

Bölgeler tanımlanırken belirli amaçlara göre tasnif edilmişlerdir. Bu tasnifler sonucu makro ekonomik amaçlar ve gelişmişlik seviyelerine göre ayırt edici özellikleri baz alınmıştır.

#### **1.5.1.1. Makroekonomik Açıdan Bölge Türleri**

Bölge kavramı ile yapılan çalışmalarda genellikle üç çeşit bölge kavramı ile karşılaşılmaktadır. Nodal bölgeler, homojen bölgeler, plan bölgeler olarak adlandırılır.

## **Nodal Bölgeler**

Nodal bölgeler; Karşılıklı temasların, vasıflı işgücünün, üretim kapasitesinin ve dağıtımın belirli bir alanda toplandığı bölgeler olarak nitelendirmek mümkündür. Bu bölgelerde genellikle kutuplaşmış olan merkezin etkisi altındaki çalışma alanlarının birbirleri ile ilişkili olduğu bölgeler olarak tasvir edilebilir. Bu tip bölgeleri tanımlamak için iki tip teorik yaklaşım söz konusudur. Birinci tip yaklaşımda William. J. Reilly (1931)'nin Reilly Kanunu ile D. J. Bogue (1933)'nin Bogue tipi yaklaşımıdır. İkincisi ise Walter Christaller'in (1933) merkezi yer (Central Place) yaklaşımıdır. Merkezi yer terosine göre belirlenecek olan merkezlerin etki bölgeleri "gravite" modellerine göre bulunabileceği ve ölçeğe göre göreceliliği içermektedir. Bu sayede etkileşimlerin yoğunluğunun değişimlerini tespit etmek mümkündür. Bu sebeptendir ki bu iki yaklaşımın birlikte kullanılması gerekmektedir. Bu yaklaşımlar özellikle nüfusu az, tarıma dayalı bir ekonomisi olan bölgelerde kullanılması daha uygun ve bölge sınırlarının belirlenmesinde etkin yol göstermektedir (Tekeli, 2008).

## **Homojen Bölgeler**

Homojen Bölgeler; Bir bölgede aynı özelliklere sahip olan üretim birimlerinin bulunduğu ve bu birimlerin birbirleri arasında etkileşimlerinin olduğu bir nevi kümelenme bölgeleridir. Bu bölgeler özel politikalar, planlama ve yönetim çalışmaları ile kurulurken gayeleri maksimum üretim verimliliğidir. Bu bölgelerde vasıflı iş gücü, teknolojik gelişim, üretim, dağıtım, pazarlama ve AR-GE çalışmaları açısından bir kümülatif oluşturmaktadır (Gould, 1964). Dinler (2020) homojenlik ayırımında kullanılan ölçütleri şu şekilde sıralamıştır:

- Kentli nüfus oranı
- Beslenme düzeyi
- İşsizlik oranı
- Eğitim düzeyi
- Kişi başı düşen milli gelir
- Endüstriyel işletme sayısı
- Organize sanayi bölgelerinin büyüklüğü
- Uzmanlaşmış ürün/hizmet vb.

1970’li yıllarda İmar ve İskan Bakanlığı ve Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) eşliğinde bölgesel kalkınmaya katkıda bulunulması amacıyla bölge ayrımı oluşturulmuş ve oluşturulan birimlere "etüt bölgeleri" denilmiştir. (Gündüz, 2006). Bu bağlamda homojen bölge yapısına örnek vermek gerekirse Türkiye’nin doğu ve güneydoğu’sunda bulunan illerin az gelişmiş il olma ve aynı bölgede toplanmaları sebebiyle o bölgeyi homojen bölge olarak nitelendirmek mümkündür. (Keleş, 2020).

## **Planlı Bölgeler**

Planlı Bölgeler; bölgesel kalkınma politikalarının belirlenen alan içerisinde uygulandığı bölgelerdir. Plan bölgelerde hazırlanan alt yapı ve yöneticiler ile iş birliği içerisinde bölgenin kalkındırılması amaçlanır. (Dinler, 2020) Belirlenen hedef doğrultusunda hareket edilerek çizilen sınırlar ve yatırımlar ile oluşmaktadır. Nodal ve Homojen bölgelerin aksine geçmişten gelen özelliklere göre belirlemekten ziyade bir plan doğrultusunda belirlenen bölgelerdir. Bu kapsamda uygulanabilirliği için iki yol vardır: bölgenin ulaşılması istenilen hedefi gerçekleştirebilecek olan ekipmanları ve hammaddeyi kapsamaması gerekmesidir, ikinci yol ise seçilen bölgenin hedefe ulaşmada istenilen yapılaşmayı kapsıyor olması gerektiğidir. Bu iki yolun birlikte kullanarak tamamlayıcı olması da sağlanabilir. (Erkal, 1990).

### **1.5.1.2. Gelişmişlik Seviyelerine Göre Bölgeler**

Sosyal bilimlerde tanım yapmak, belirli bir kalıbın içerisinde anlatılmak istenen bilgiyi keskin ve net bir tavırla ortaya koymaktır. Ancak incelemekte olduğumuz kavramda literatürün önde gelen iktisatçıları gelişmişlik kavramını keskin bir tanım yapmaktan ziyade daha çok anlaşılır ve detaylandırıcı ve yoruma dayalı bir biçimde ele almışlardır. Az gelişmiş ülkeler üzerine yapılan araştırma ve incelemeler sonucu Hans SINGER yaptığı benzetme ile az gelişmişlikten şu şekilde bahsetmiştir: “Herhangi bir kimse bir hayvanı gördüğü zaman zürafa olduğunu bilir ancak bir türlü tanımlayamaz.” (Gündüz, 2006, s. 12). Literatürde daha çok ülkeler üzerine yapılan çalışmalarda gelişmişlik düzeylerinin vurgusu görülmektedir. Ancak aynı sınıflandırma farklı teşhis yolları ve şartlar ile ele alındığında bölge bazlı olarak kullanılabilir hale getirilmiştir. Bu bağlamda gelişmişlik düzeylerine göre tasnif edilen bölgeler üç ayrı başlık altında ele alınmaktadırlar. Bunlar; “az gelişmiş bölge”, “gelişmekte olan bölge” ve “gelişmiş bölgedir” (Erkal, 1990).

## **Az Gelişmiş Bölge**

Az gelişmişlik tanımının ülkelerde olduğu gibi bölgelerde de söz konusu olması ve bu az gelişmişliğin diğer bölgeler ile arasındaki farklardan doğmasıdır. Gündüz (2006) az gelişmiş bölgelerin ortak özelliklerinin; faktör verimliliğinin düşüklüğü, faktör dağılımının eşitsizliği, alt yapı sorunları, gelişimi engelleyen doğal çevre, bölgenin göç vermesi, bilim insanlarının bölgedeki düşük istihdamı, teknolojik yeniliklere ayak uyduramaması, nüfus artış hızı yüksek ancak refah seviyesi düşüktür, tarım ağırlıklı ekonomik yapının olması ve verimsiz topraklara sahip olmaları olarak nitelendirmiştir. Bu bölgeler tarım ağırlıklı bölgeler olduğu ve tarımda da tam kapasite ve maksimum verim ile çalışılmadığı için hanehalkının geliri düşük, bölgenin tasarruflarının yatırıma dönüşme oranı düşüktür (Doğan ve Yıldız, 2007).

## **Gelişmekte Olan Bölge**

Gelişmekte olan bölgeleri, az gelişmiş bölgelerden ayıran bu bağlamda da gelişmekte olan olgusunu yaratan durum bölgenin kişi başı geliri düşük ancak büyüme hızının ülkenin büyüme hızından yüksek olmasıdır. Bu bölgeler gelişmede gizli bir güce sahiptir, ancak bu gizli gücü kullanmak bölgenin az gelişmişlik özelliklerinden ötürü kullanılabilirliği uzun sürede ortaya çıkmaktadır. Bölgenin devlet yarırımlarını yada özel sektör girişimlerinde mahrum bırakılması, doğal kaynaklarının belirlenmemesi, insan emeğinin verimsiz kullanılması sonucu bölgelerin geri kalmış niteliği de devam etmektedir (Erkal, 1990).

## **Gelişmiş Bölge**

Bölgenin gelir düzeyinin ülkenin gelir düzeyi ile aynı oranda ya da ülkenin gelir düzeyinden yüksek seviyede olması bölgenin gelişmiş bölge olarak nitelendirilmesine sebep olmaktadır. Gündüz (2006) yaptığı çalışmada gelişmiş bölgelerin ortak özelliklerini; üretim verimliliği yüksek, faktör dağılımında dengesizliğin düşük olduğu, alt yapı yatırımları tamamlanmış, doğal çevre gelişime ve değişime destek verdiği, gelir dağılımında eşitsizliğin az olduğu, ülke kalkınma hızına pozitif etkide bulunan ve yüksek gelir seviyesine bağlı olarak yüksek tasarrufların sağlanması aynı zamanda elde edilen tasarrufların yatırıma dönüştüğü bölgeler olarak nitelendirmiştir.

Ayrıca gelişmiş bölgeler kentleşmenin yüksek olduğu, organize sanayi bölgelerinin ve endüstrileşmenin yaygın olduğu bölgelerdir. Bu bölgeler aynı zamanda verimli tarım topraklarının olduğu ve kişi başı milli gelir oranı ülke geneli kişi başı milli gelir oranından yüksek olduğu bölgelerdir. Eğitim seviyesi yüksek ve vasıflı işgücünün kolaylıkla bulunduğu bölgelerdir (Doğan ve Yıldız, 2007).

## **1.6. OECD ve Avrupa Komisyonuna Göre Bölge Tipolojileri**

Her bölgenin kendine has özelliklerini ve kendine has problemleri olduğu ve bu bölgelerde uygulanacak politikaların bu hususlar üzerine kurulması gerekliliği göz ardı edilmemelidir. Ayrıca bir bölgede başarılı olmuş olan politika aynı şekilde başka bir bölgeye uygulandığında aynı sonucu almakta mümkün olmayabilir (Martin, 2005). Bu bağlamda bölgelerin rekabet edilebilirlik açısından politikalarının üretilebilmesi için tipolojiler oluşturulması üzerine OECD ve Avrupa Komisyonu çalışmalar yapmıştır.

OECD'ye göre dört tip bölge bulunmaktadır. Bu bölgeler; yüksek nüfuslu, eğitim seviyesi ve kalifiye iş gücünün bulunduğu, alt yapı ve ulaşım ağlarının geliştirilmiş, ve dünyanın her yerinden talep alan bölgelere bilgi ekonomisine dayalı bölgeler, gelişmiş alt yapının olduğu üretim faktörleri üzerinde uzmanlaşmış ancak ekonomik açıdan gerileyen bölgelere ekonomik yapısı dönüşmekte olan bölge, nüfus yoğunluğu olmayan ancak üretim faktörlerini maksimum seviye kullanarak uzmanlaşmanın sağlandığı bölgelere ihtisaslaşmış imalat sanayi bölgeleri, kırsalda olup ekonomik açıdan geri kalmış, yatırım almayan ve nüfusun az olduğu bölgelere kırsal nitelikli bölgeler olarak nitelendirilmiştir (OECD, 2005).

Bu dört bölgenin kendine has yönleri sayesinde üretilecek olan politikalar da şekillenmektedir. Mesela Bilgi ekonomisine sahip bölgelerde eğitim, ar-ge çalışmaları, teknolojik yeniliklere erişimde destek ve uluslararası pazara tanıtımları konularında yapılacak olan politikaların rekabet edilebilirliği pozitif etkileyeceği ön görülmektedir. Ekonomik yapısı dönüşmekte olan bölgelere ise güçlü olan içsel dinamikleri bölgedeki kamu kuruluşları yardımı ile özellikle de işçi eğitimi ve bilgiye dayalı üretim hususlarında yapılacak olan yatırımlar bölge rekabet edilebilirliğine pozitif katkıda bulunacağı öngörülmektedir. İhtisaslaşmış imalat sanayi bölgelerinde ise durum bölgedeki yönetim ve şirketler arasındaki ilişkilerin güçlendirilmesine ayrıca girdi çıktı düzeyinin ayarlanmasına yönelik yapılacak olan yatırımlar ve politikalar ile rekabet edilebilirliğin arttırılacağı

öngörülmektedir. Kırsal bölgelere yönelik yapılacak olan çevresel ve kamusal politikaların amaca ulaşmada fayda sağlayacağı öngörülmektedir (OECD, 2005).

Avrupa Komisyonuna göre ise üç farklı bölge tipi mevcuttur. İlk olarak kırsal statüsünde tabir edilebilecek nüfusu düşük, düşük gelirli, yatırım almamış, girişimciliğin düşük olduğu, tesis kurulumu için alan ve arazinin bol olduğu, minimum maliyete dayalı yüksek verimlilikli bölgelere üretim merkezi bölgeleri olarak nitelendirilmiştir. İkinci tip bölge ise gelir düzeyi yüksek, nüfus yoğunluğu olan, imalat sanayi gelişmiş, refah düzeyi yüksek, sosyal olanakların sağlandığı, sağlam ekonomiye sahip ve kümelenmelerin olduğu artan getiri bölgeleri şeklinde adlandırılmıştır. Üçüncüsü ise metropol şehirlerin, büyük sanayi sitelerinin olduğu ve sosyo-ekonomik açıdan gelişmiş olan bilgi odağı bölgeler olarak tasvir edilmişlerdir (Martin, 2004).

Bu üç bölge üzerinde rekabet edilebilirliğin artırılmasına yönelik yapılacak olan politikalar bölge tipolojilerine uygun bir şekilde gerçekleştirilmelidir. Örneğin üretim merkezi bölgelerine yapılan politikalar bölgenin ihracata yönelik olan çalışmasından ötürü gelen dış yatırımların karlarının bölge dışına taşınmasının önlenmesi ve bu durumun bölge lehine çevrilerek yatırımların bölgeye yapılmasıyla rekabet edilebilirliğinin artırılmasını hedeflemektedir. Artan getiri bölgelerinde ise rekabet edilebilirlik faktörleri olan girişimcilik, ar-ge çalışmaları ve firmalar arası ilişkilere yönelik olarak yapılacak olan firma ilişkilerine, işgücünün eğitimi ve şirketlerin pazarlarını genişletmesine yönelik yapılacak politikalar rekabet edilebilirliği artırması beklenmektedir. Bilgi odağı bölgelerde ise yapılacak olan politikaların girişimcilerin artmasına, şirketlerin teknolojik alt yapısının geliştirilmesine, bölgeye beyin göçlerinin olmasına yönelik yapılması ve bu sayede rekabet edilebilirliğinin artırılması hedeflenmektedir (Martin, 2004).

## **1.7. Kalkınma Kavramı**

İktisadi yapı çerçevesinde üzerine en çok teorik çatışmanın yaşandığı kavramlardan olan “Büyüme” ve “Kalkınma” terimleri çoğu zaman birbiri ile karıştırılmakta ve aynı şeyi ifade ettikleri düşünülmektedir. Fakat büyüme ve kalkınma kavramları hem yapısal hem de uygulanış açısından birbirinden farklı iki kavramdır. (Savaş, 1979). Büyüme bir ekonomideki genel iktisadi yapıdaki artışın sağlanması ile gerçekleşen göstergelerdir. Büyüme üretilen mal ve hizmetlerin serbest piyasa şartlarında, rakamsal olarak GSYİH’da

belirli bir zaman diliminden diğerk zaman dilimine geğerken enflasyondan arındırılmış olarak artışın olup olmadığına bakar. Büyüme modelleri iktisadi gelişmeyi nicel olarak ele alan fonksiyonlardır. Büyüme modelleri daha çok az gelişmişlik üzerine kurulan ve özellikle uluslararası kıyaslamalarda ulusal gelir artışları açısından kullanıldığı için daha çok tercih edilmektedir. Ancak bir büyüme modeli birbirinden farklı iki ülkenin aynı anda kullanması ve bundan olumlu çıktılar alması çok zordur. Ekonomik yapısı, faaliyet alanları açısından birbirinden farklı olan ülkelerin modeli uygulama alanları oldukça dardır. Bu sebepten dolayı az gelişmişliğin giderilmesi amacıyla “kalkınma modelleri” uygulanmaya başlanmıştır (İlkin, 1979).

Özgüven’e (1998 göre “Siyasal gücün politikalar ile toplumun yapısındaki iyileştirme çabasına kalkınma denir” (zgven, 1988, s. 30). Hem ekonomik hem de sosyal anlamı olan kalkınma siyasi bir içeriğe sahiptir. Diğer yandan Gelişme kavramı ile de birbirine çok karıştırılıyor olsa da gelişme kavramı toplumun var olan düzeyi daha ileriye götürmek amacıyla, var olanın sınırlarını ve kurallarını değiştirmeden iyileştirme çabası iken kalkınmada daha çok normatif içerik ağır basmaktadır. Kaynak’a (2011) a göre kalkınma “...Bir ülkenin üretim yapısının yüksek katma değerli ürünler üretecek biçimde dönüştürülmesi ve ortaya çıkan ürünün o toplumu oluşturan gelir grupları arasında adaletli bir Şekilde dağıtılarak yaşam standartlarının (refah düzeylerinin) yükseltilmesidir...” (Kaynak, 2011, s. 41) Şeklinde tanımlamaktadır.

İktisadi açıdan kalkınmayı belirleyen temel özellikler kısaca Şu Şekildedir (zgven, 1988).

- Konstrüksiyon değişikliğidir, var olan bir konstrüksiyondan yeni bir konstrüksiyona geçiştir.
- Kurulu olan düzenden daha iyi bir düzene doğru yönelimdir.
- Kişi başına düşük gelir düzeyinden daha yüksek gelir düzeyine yönelimdir.
- Emeğin verimini arttırarak optimal üretim fonksiyonunu yakalamaktır.
- Sosyal ve kültürel özelliklerin değişimidir.
- Geri kalmış eğitim durumunun iyileşmesi ve gelenekselden moderne yönelen eğitim sistemidir.
- Reel gelirdeki artıştır.

İktisadi kalkınma ise “bir ekonominin üretim hacminde meydana gelen devamlı önemli ve reel artıştır.” (Özgüven, 1988, s. 41) şeklinde tanımlanmıştır.

Bu bağlamda ekonomik büyüme ve kalkınma kavramları incelendiğinde; büyümenin GSYİH’deki dönemsel artışken, kalkınmanın ise sanayicilerin artışı, teknolojik gelişmelerin artışı, iş gücü kalitesinin artışı, gelir dağılımının adil bir şekilde yapılması ve bireysel ve kurumsal fırsat eşitliğinin artışı ifade etmektedir. Büyüme, kalkınmadan bağımsız bir şekilde de artarken, kalkınmanın artması için ekonomik büyümenin de artması şarttır

### **1.7.1. Bölgesel Kalkınma**

Bölgeler arası gelişmişlik farklarının II. Dünya savaşı ve sonrasında baş gösteren küreselleşme olgusu ile artması dünya ülkelerinin temel sorunu haline gelmiştir. Ülkeler arası gelişmişlik düzeyinin farkının yanı sıra aynı ülkedeki bölgelerin arasındaki gelişmişlik düzeyinin farkları da görülür olmuştur. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin bu durumla karşı karşıya olduğu ve buna çözüm arayışı içerisinde politika ürettikleri bilinmektedir (Hill, 1998, Yücel ve Ata, 2006) şeklinde ifade edilmiştir. Bu kapsamda bölgesel kalkınma kavramının iktisat literatürüne II. Dünya savaşı sonrası girmiştir. Temelinde bölgeler arası gelir farklarını ve gelişmişlik farklarını minimize etmek olan bölgesel kalkınma kavramının amacı bölgesel kalkınma ile ulusal kalkınmanın sağlanmasıdır.

Bölgesel kalkınma, finansal refah kapsamında hem bir ürün hem de bir süreç belirtir. Finansal refahın bir ürünü olarak değerlendirildiğinde; yaşam standartlarının iyileştirilmesinden, bölgedeki iş olanaklarına ve yatırım hacminin artırılmasına kadar her şey olarak düşünülebilir. Bir süreç olarak değerlendirildiğinde ise endüstrinin desteklenmesi, altyapının iyileştirilmesi ve emek piyasalarının geliştirilmesi olarak algılanmalıdır (Sevinç, 2011). şeklinde ifade edilmiştir.

Bölgesel kalkınma politikaları, sanayi yoğunlaşması sonrası ortaya çıkan gelişmişlik farklarının en aza indirgenmesinin amaçlanması (Sevinç, 2011) şeklinde açıklanmaktadır. Bu bağlamda politika üretenlerin, bölgesel kalkınma politikalarına önem göstermesi gerekmektedir. Çünkü bölgesel politikalar ile ulusal kalkınmanın temel taşını oluşturduğu görülmektedir.

Bölgesel kalkınmanın gerçekleşmesi için önem arz eden unsurlar şöyle sıralanmaktadır (Örtlek, 2015);

- Gelişmişlik düzeyi diğer bölgelerden düşük olan bölgelere kamu harcamalarının yapılması,
- Kırsal alanda yaşayan halkın altyapı, teknoloji ve kredi gibi hizmetlerden yararlanması,
- Devlet elindeki âtil toprakların kırsalda topraksız yaşayanlara sahiplendirilmesi,
- Kırsalda yaşayanların eğitim ve sağlık hizmetlerinden tam kapasite yararlanması,
- Tarımın iyileştirilmesine yönelik finansal politikalar izlenmesi,
- Küçük ve orta ölçekli tarıma dayalı sanayi girişimlerinin desteklenmesi,
- Kurumsal iyileştirmenin yapılması,
- Yerleşim programlarının hazırlanmasıyla bölgesel kalkınma gerçekleşecektir şeklinde ifade edilmiştir (Matherson, 2001).

### **1.7.2. Bölgesel Kalkınma Politikaları**

Dünya’da süregelen küreselleşme sürecinin neticesinde bölgeler arası gelişmişlik farklarının varlığı ve durum üzerindeki çalışmalar yaklaşık 40 senedir dünya devletlerinin ana sorunu olmaktadır. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere bu sorun refah seviyesini ciddi derecede etkilemekte ve ulusal kalkınmanın önünde bir engel olmaktadır. Gelişmiş ülkeler içinde sorun teşkil eden bu durum gerek kaynak bolluğu gerekse kamu harcamaları ile az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere kıyasla refah seviyesini daha az etkilemektedir. Teknolojinin gelişmesi, üretim faktörlerinin optimal dağılım göstermemesi, düzensiz göçler, tarım faaliyetlerinin karlılığının düşük olması ve reel gelirin eşit dağıtılmaması gibi başlıca nedenler bölgeler arası gelişmişlik düzeylerini etkileyen faktörlerdir.

Bu bağlamda sürekli değişim gösteren teknoloji ve buna bağlı olarak yeniden şekillenen toplumsal yaşamın doğurduğu sosyo-ekonomik sorunlara çözüm arayışları doğmuştur. Gelişmiş ülkelere Keynesçi “refah devleti” politikaları esas alınırken, az gelişmiş ülkeler ise dış yönlendirmeler ile ithal ikameci modellere başvurmuşlardır. Ancak bu süreç 1970 krizinde son bulmuştur. (Kara, 2008).

1970 sonrası dünya genelinde uygulanan politikalar arasında başlangıçta ithal ikameye bağlı sanayileşme politikaları görülmektedir. İthalat yoluyla gelen sanayi ürünlerinin yerine ithalatı kısıtlayarak ithal alınan ürünlerin ülke içerisinde muadillerinin üretilmesi ile sanayileşmenin arttırılması çabasına girilmiştir. Gümrük korumaları ile rekabet seviyesi kazandırılan yerel üreticilerin pazar payını arttırmak temel amaçları olmuştur. Ancak başlangıçta her ne kadar da hızlı büyüme ve sanayileşme sağlamış olsa da 1980'li yıllardan sonra sanayinin gelişmesi ekonomik büyümede yetersiz kaldığı görülmüştür. 1980 sonrası yaşanan gelişmeler dış talebin iç talepten önemli olduğu ve ekonomide liberalleşmenin adımlarının atıldığı dönemdir. Bu dönemde uygulanan iktisadi politikalar ihracata yönelik yani dışa açılma modelleri olarak uygulanmıştır. Bu bağlamda politikaları aşama aşama uygulayan devletler planlardaki hedeflerini gerçekleştirirken iç ve dış faktörlerin etkisinde olan birçok ülkenin dış borçları artmış, gelir dağılımı bozulmuş ve cari açıklar vermeye başlamıştır. Bu ülkelerde kalkınmanın mümkün olmadığı gibi dışa bağımlılıklar artmıştır. (TMMOB, 2007).

### **1.7.3. Türkiye’de Bölgesel Kalkınma Politikaları**

Türkiye’de bölgesel kalkınma politikaları 1960’a kadar ve 1960’tan sonrası olarak ikiye ayırmak mümkündür. 1980’e kadar olan kısımda politikalar ulusal kalkınma odaklı iken, 1980 sonrası dönemde Devlet Planlama Teşkilatı’nın kurulması ile bölgesel politikalara önem gösterilmeye başlanmıştır.

#### **1.7.3.1. Planlı Dönem Öncesi**

Cumhuriyetin ilk yıllarında başlayan devletçilik politikası ışığında devlet müdahaleleri ile ayakta duran ekonomi doğu ve batı arasındaki gelişmişlik farkını göz ardı etmiştir. Bölgesel kalkınmadan ziyade ulusal kalkınma kapsamında yapılan çalışmalar ve bu çalışmalar ışığında ilk olarak liberal ekonomi mantığında yapılan çalışma 1923 İzmir İktisat Kongresidir. Kongrenin amacında ekonomik bağımsızlık ve Türk girişimcileri piyasaya sokmak, yerli üretim desteklenerek dışardan gelecek yabancı sermayeyi de ülkede tutmak hedeflenmiştir. Nitekim ekonomide liberalleşme çalışmaları için uğraşılsa da 1929 Krizi ile ekonomilerin devlet müdahalesi olmadan ilerleyemeyeceği anlaşılmıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında amaçlanan liberalleşme hareketi ile istenilen sonuç alınmamış ve bu politikadan vazgeçilmiştir. Devletçiliğin hâkim olduğu 1933-1939 yılları arasında Sanayi Planları

Dönemi olarak adlandırılmış ve bu dönemde 2 adet beş yıllık sanayi planı hazırlanmıştır. İlk beş yıllık plan 1934 de uygulanmaya başlanmış olsa da ikinci beş yıllık plan II. Dünya Savaşı sebebiyle uygulanamamıştır. İlk planda sanayi odaklı çalışmalar yapılırken, ikinci planda ara malı ve yatırım malları imalatına öncelik gösterilmiştir (Ersungur, 2016).

1950-1960 dönemine gelindiğinde ise devletçi yaklaşımdan liberal yaklaşıma geçildiği görülmektedir. Kamu yatırımlarının kırsala yönlendirildiği ancak yapılan planlamalarda kalkınmadan çok siyasi ranta önem verildiği ve bu durumunda optimal faydanın getirmediğini görmekteyiz (İlhan, 2016). Bu bağlamda bu dönemde en çok yatırım İstanbul'a gitmiş ve bölgeler arası gelişmişlik farkları daha da açılmıştır. Planlı dönem öncesinde etkin bir bölgesel politika uygulanamamıştır.

### **1.7.3.2. Planlı Dönem Sonrası**

Türkiye kalkınma ve gelişme arzusunu yitirmemiş ve daima bu çerçevede aksiyonda bulunmuş bir ülkedir. Her alanda gelişime açık, planlı ve hedef doğrultusunda hareket etmeyi planlamış ve bu ekseninde ilerlemiştir. Serbest piyasa ekonomisinin oluşumu ve iktisadi gelişmelerin ışığında hedefe ulaşmak için kullandığı politikalarda bu bağlamda değişmiş ve gelişmiştir. 1960'lı yıllardan itibaren kültürel, tarihi, sosyal ve ekonomik yapıya uygun şekilde, plan çerçevesinde kalkınma amaçlanmış ve bu kapsamda devlet millet iş birliği neticesinde 5 yıllık kalkınma planları oluşturulmuştur. 20 Eylül 1960 yılında kurulan Devlet Planlama Teşkilatı kapsamında bölgesel politikalara önem verilmeye başlanmış ve giderek açılmakta olan bölgeler arası farklar sorun teşkil etmeye başlamıştır. Beşer yıllık kalkınma planları ile kısa, orta ve uzun vadede kalkınmanın altyapısı hazırlanmıştır, 1980 darbesi sonrası sekteye uğrayan ekonomide krizler baş göstermeye başlamış, bölgeler arasındaki farklar açığa çıkmış, bu farkların giderilmesi amacıyla bölgelerin kendine has özellikleri neticesinde politikalar ortaya çıkması için bölgesel kalkınma ajansları kurulmuştur. Süregelen süreçte Avrupa Birliği üyelik süreciyle kalkınma politikalarına rağbet artmış ve 2010 sonrası eksik kalan birçok bölge için bölgesel kalkınma ajanslarının eksikliği kapatılmıştır (Arslan ve Türkmen, 2023). Bu bağlamda Türkiye'de kalkınma politikaları incelenecek olursa DPT'nin 1963 yılında birinci beş yıllık kalkınma planı ile çalışmalar başlamıştır ve periyodik her 5 yıllık süreçte planlar ve amaçları değiştirilerek gelişim hedeflenmiştir.

## **Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963)**

Bir dönüm noktası olarak nitelendirilen 1960'lı yılların Türkiye'sinde ekonomik ve sosyal buhranların yaşandığı bilinmektedir. Richard P. Hunt tarafından New York Times gazetesinde Türkiye üzerine değinilen hususlarda ülkenin darboğazdan geçtiğini ve bu darboğazı aşılabilmesi için daha fazla çalışılması aynı zamanda da tasarruflarda bulunulması gerektiğinin üstünde durulmuştur. Süregelen süreçte birçok ekonomik ve sosyal sıkıntıyla karşılaşılacağına da değinmiştir (New York Times, 1960). Bu bağlamda daha önceki hükümetler tarafından alt yapısı hazırlanan planlı kalkınma modelleri, yönetimde olan hükümet tarafında da gündem konusu olmuş ve 5 Ekim 1960 tarihinde Resmî Gazete yayımı ile 'Devlet Planlama Teşkilatı' kurulmuştur (Resmî Gazete, 1960).

DPT'nin kurulmasının akabinde hız kesmeden görevine başlayan kurum, 1961 yılında çalışmalarına başlamış ve birinci beş yıllık kalkınma planının temellerini oluşturmaya başlamışlardır. İçeriği gereği on beş yıl içerisinde beşer yıllık periyotlarda yenileneceği, her yıl hedefe ulaşmak için kat edilen yolun tespit edileceği belirtilmiştir. Ayrıca yıllık kalkınma hızını %7 olarak hedeflemişlerdir (Resmî Gazete, 1961).

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında; tasarrufu arttırmak, yatırımları maksimum fayda çerçevesinde yönlendirmek ve sosyo-ekonomik alt yapının güçlendirilmesi hedefiyle oluşturulmuştur. Vatandaşlar arasındaki gelir eşitsizliğinin önüne geçmek, bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltılması ve yüksek refah seviyesinin toplumun tabanına yayma amaçları da planın en önemli hedefi olmuştur. Kalkınma planı ile tarım imalatından sanayi imalatına evrilme hedeflenmiştir (DPT, 1963).

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında; ülke "Geri Kalmış Bölgeler, Potansiyel Gelişme Bölgeleri ve Büyükşehir Bölgeleri" olarak tasnif edilmiş, "Kalkınmada Öncelikli Yörelere" politikası uygulanmıştır. Antalya bölgesi, potansiyel bir gelişme bölgesi olarak ele alınmıştır. Aşırı şehirleşme ve merkezileşmenin önüne geçebilmek adına Doğu Marmara Projesine yer verilmiştir. Zonguldak bölgesi de sanayi dönüşümü açısından değerlendirilmiştir (DPT, 1963).

Sonuç olarak Birinci beş yıllık kalkınma planı çalışma başlangıcında %7 civarında hedeflenen kalkınma hızı %6,5 olarak gerçekleşmiş, GSYİH'da tarım sektörünün payı

azalırken sanayi sektörünün payı artmış, sektörel ve bölgesel yatırımlar artmış bu neticede sonrasında oluşacak olan yatırımların temel taşı oluşturmuştur (Salep, 2017).

### **İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**

İkinci Beş Yıllık Planının ana hedefi GSMH'yı %40,3 arttırmaktır. Bu hedef doğrultusunda birinci plan sonucu %6,5 olarak gerçekleşen büyüme hızı yıllık %7 olarak belirlenmiştir. Sanayi sektörünün payı yüzde 12 arttırılması amaçlanmış ve böylece 1967 yılında yüzde 16,3 olan pay 1972 yılında 20,5'e çıkarılacaktır. Tarım sektöründe hava faktörlerine bağımlılığın azaltılması hedeflenmiştir. Türk toplumunun tasarrufları arttırarak, elde edilen tasarrufları yatırıma döndürülmesi amaçlanmış ve bu bağlamda iç tasarrufların yüzde 77,6 arttırılması, aynı zamanda özel tüketiminde yıllık ortalama yüzde 5,1 arttırılması hedeflenmiştir. Kalkınma hızının kendi iç kaynakları ile sağlanması amaçlanan planda planın gerçekleşebilmesi için kredinin zorunlu olduğunu belirtmektedir (DPT, 1968).

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planında bölgesel politikalara "Toplumun Yurt Üzerinde Yerleşmesi ve Barınması" açısından çalışmalar yapılmış şehirleşmenin kalkınmada önemli rolü olduğu savunulmuş ve şehirleşmeye teşvik edilmiştir. Bu kapsamda geri kalmış bölgelere öncelik tanınmıştır (DPT, 1968).

Sonuç olarak ikinci kalkınma planında genel amacın ekonomik ve sosyal refahı arttırmak, büyüme hızını arttırmak, tasarrufu arttırarak yatırıma dönüştürmek olduğunu görüyoruz. Nitekim sanayinin yeni geliştiği o tarihlerde köyden kente göçün artması ve tarım faaliyetlerinde dış etkenlere bağıllığında fazla olması sebebiyle bu duruma çözüm arayışı başlamıştır. Büyüme hızının yıllık yüzde 6,3 olarak gerçekleştiği ve sanayileşme hedeflerine yaklaşıldığını söylemek mümkündür. Bu bağlamda planlı hareket etmenin önemi bir kez daha ortaya serilmiştir

### **Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı**

Üçüncü beş yıllık kalkınma planında hedefleri dört ana kola ayırmışlardır. Talep dengesi bu planın ilk ana hedefleri arasındadır. Tarımsal ürün talebinin iç piyasada kendi kendine yetecek hale getirilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca dış talebe yönelik ihracat hedefini yıllık yüzde 2,8 arttırılacağı, plan sonunda ise yüzde 4,5 artış öngörülmüştür (DPT, 1973).

Üçüncü plan çerçevesinde sanayicilerin kullandığı ara malı ve yatırım mallarının üretiminde 1972 yılında 53,4 iken 1977 yılında 61,7'ye yükselmesi hedeflenmiştir. Tüketim mallarının üretiminde ise 1972 yılında yüzde 46,6 olan üretim 1977 yılında 38,3'e düşürülmesi hedeflenmektedir. Bu bağlamda yapılacak olan yatırımlar ara malı ve yatırım malı üreten sanayicilere yönelik olacaktır (DPT, 1973).

Üçüncü plan çerçevesinde İkinci petrokimya Kompleksi, yeni bir petrol rafinesi, Tarsus Kimya Kompleksi ve İskenderun Demir- Çelik ve Alüminyum tesisinin genişlemesi gibi projelere önemli yatırımlar yapılacaktır. Aynı zamanda dizel motor üretimi, deniz taşıtı motor üretimi ve ağır sanayi üretim ekipmanları imalatı gibi sektörler de yatırım çerçevesindedir (DPT, 1973).

Üçüncü beş yıllık kalkınma planında ara malları ve yatırım malları ithalatında ithal ikame uygulanacaktır. Ara malları sanayisinde 1973 yılında yüzde 43,2 olan imalat sanayi payı 1977 yılında yüzde 28,4 e düşürülerek iç üretim arttırılacak olup, yatırım mallarında ise sanayinin hızla gelişmeye devam etmesi açısından bu pay 1972 yılında 55,1 iken 1977 yılında 66,6 ya yükselmesi öngörülmektedir (DPT, 1973).

Üçüncü Planda “Kalkınmada Öncelikli Yerler” kavramı bölge kavramının yerine geçmiştir. İlk aşamada kırk il öncelikli olarak alınsa da zaman içerisinde bu illere ekleme ve çıkarmalar yapılmıştır. Kalkınmada öncelikli yerlerin doğal ve beşerî kaynaklarına göre kalkındırılması istenmiştir (DPT, 1973).

#### **Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı**

Dördüncü beş yıllık kalkınma planı çerçevesinde ülke genelinde sadece ekonomik değil sosyal düzenlemelere de yer verilmiştir. Bu bağlamda dördüncü planın hedefleri arasında kamu yönetiminde ve kamuya ait işletmelerde maksimum verimliliği hedeflemişlerdir. Vatandaşların girişimciliğini destekleyerek kalkınma sürecinde pozitif ivme yakalamayı hedeflenmiştir. Nüfusun artış hızını dengeleyerek, işsizliği önleyici politikalar üretilmiştir. Kırsal yaşamın kooperatiflerle tanışması hedeflenmiştir. Kredi dağılımını tabana yayılacak şekilde yapılması için politikalar üretilmiş olup üretim ve toplumsal eşitliğin sağlanması hedeflenmiştir. Pazarlamanın ise üretici ve tüketiciyi koruyacak şekilde yapılması için yeni sınırlamalar getirilmiştir (DPT, 1979).

Dördüncü Planda daha önceki planlardan istenilen sonuçların alınmadığı ve azaltmaya çalıştıkları bölgeler arası farkların daha da arttığı ifade edilmiştir. Sonuçlar her ne kadar istenildiği gibi olmasa da “Kalkınmada Öncelikli Yerler” politikasından vazgeçilmemiş yatırımların ülke bütününe homojen dağılımı konusunda kesin karar alınmıştır (DPT, 1979).

### **Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**

Beşinci kalkınma planının genel stratejisi sosyal ve ekonomik refah artışı, üretimde verimliliğin sağlanması, ihracatın artması, mevcut üretim tekniklerinin geliştirilmesi ve teknolojiye ayak uydurmasının tarım sektöründe sağlanması, milli savunma kapsamında üretimlerin yapılması, istihdamın artırılması ve işsizliğin azaltılmasına yöneliktir (DPT, 1985).

Bu bağlamda beşinci plan çerçevesinde büyümenin istikrarlı bir şekilde devam etmesi için enflasyon kontrol altına alınması hedeflenmiştir. Yatırım politikalarının ihracatı artırıcı projelere aktarılması planlanmış ve bu kapsamda ekonomik alt yapıyı güçlendirici tesisler kurulmuştur. İthalatta ithal ikame uygulaması yapılarak yerli üretici desteklenmesi planlanmıştır. Serbest döviz kuru politikasına geçilmiştir. Tasarrufların artırılmasına yönelik yapılacak çalışmada, tasarrufların bankalardan ziyade, hisse senedi, tahvil, bono ve sermaye piyasasına aktarılması hedeflenmiştir. Merkezi hükümetin etkinliğinin azaltılması amacıyla yerel yönetimlere yetki verilmiştir (DPT, 1985).

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planında ülke on altı bölgeye ayrılarak bu bölgelerden çok göç veren bölgelere istihdam yaratılmaya çalışılmıştır. Sanayinin bu bölgelerde yaygınlaştırılması için çalışmalar yapılmış, bölgenin imkanları göz önünde bulundurularak yatırım yapılacak sektörler belirlenmiştir. Ayrıca bu planda kırsal kalkınma planlarına da yer verilmiştir (DPT, 1985)

### **Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı**

Altıncı beş yıllık kalkınma planının genel amaçları şunlardır; Büyüme en temel amaçtır ancak büyümenin optimal bir şekilde gerçekleşmesi hedeflenmiştir. Gelir dağılımındaki adaletsizliğin azaltılması için devlet eliyle aynı ve maddi yardımların uygulanması hedeflenmiştir. Güneydoğu Anadolu Projesinin temellerinin oluşturulmasıyla birlikte sosyal

refahı arttırıcı politikalar uygulanarak bölgeler arası farkların minimize edilmesi hedeflenmiştir. Her planda olduğu gibi işsizliğin azaltılması da bu planının hedefleri arasındadır. Avrupa Topluluğuna giriş sürecini hızlandırmak amacıyla tabandan başlayan bir yapısal uyum hedeflenmiştir. İmalat sektörü haricinde kültür turizmi ve hizmet sektörlerinde gelişimi sağlamak hedeflenmiştir. Eğitimde fırsat eşitliği kavramını ülkenin her yerinde üst düzeyde yayabilmek hedeflenmiştir. Orta direk olarak tabir edilen ülkenin büyük bir kısmını oluşturan işçi, çiftçi, memur ve esnafların sosyo-ekonomik açıdan gelişimi hedeflenmiştir (DPT, 1990).

Altıncı planda göçleri önleme veya göç çekme amacıyla değil, mevcut nüfusun korunması ve ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik çalışmalar yapılmıştır. Ayrıca bölgesel kalkınmada Avrupa Birliği'nde önem gösterilen istemlerin dikkate alınarak uygulama yapılması gerektiği belirtilmiştir (DPT,1990).

### **Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**

Yedinci kalkınma planı çerçevesinde AB'ye uyum çerçevesinde planlamalar yapılmıştır. Bu bağlamda "...dışa açık, rekabet gücü yüksek ve ihracata dönük, hammadde ve insan kaynakları gibi avantajlarımızın değerlendirildiği bir sanayi yapısı özel kesim ağırlıklı olarak oluşturulması..." hedeflenmiştir. Bu bağlamda yapılacak olan yatırımlar devlet eliyle değil özel sektör teşvikleri ile yapılması hedeflenmiştir (DPT, 1996).

Yedinci plan çerçevesinde kırsala yönelik yapılacak olan politikalar ana hatları ile belirlenmiş olup, hukuksal ve kurumsal düzenlemeler öngörülmüştür (DPT, 1996).

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planında; milli birliği arttıracak bölgesel kalkınma planlarının uygulanması gerektiği, sektörler üzerinde yapılan çalışmalar ile ekonomik, sosyal ve kültürel çalışmaların birbiri ile bağlantılı olması gerektiği ve bu çalışmaların mekânsal analizde bir boyut taşıması gerektiği savunulmuştur. Ayrıca sürdürülebilir kalkınma terimine ilk defa bu planda yer verilmiştir (DPT, 1996).

## **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**

Sekizinci beş yıllık kalkınma planı çerçevesinde amaçlar, büyümedeki istikrarın sağlanması, enflasyonu kamu politikaları yardımı ile tek haneli sayılara indirilmesi, AB üyelik sürecinin onaylandığı kararlar doğrultusunda AB uyumluluklarının oluşturulması, ülkenin ihtiyacı olan nitelikli iş gücünün eğitim kurumları tarafından hazırlanması, özelleştirmelerin artırılması, dış ticaretin artırılması için yerel sanayicilere pazarlama, AR-GE desteği verilerek rekabetçiliğini arttırması hedeflenmiştir (DPT, 2000).

Sekizinci planda bölgesel kalkınmanın sağlanması kümelenme çalışmalarına bağdaştırılmıştır. Planda “küçük ve orta ölçekli işletmelerin rekabet güçlerinin geliştirilmesi için, teknoloji düzeyinin ve ürün kalitesinin yükseltilmesi, verimliliğin artırılması, bilgiye erişimin kolaylaştırılması, rehberlik ve danışmanlık hizmetlerinin sağlanması, finansman kaynak ve araçlarının geliştirilmesi, ana-yan sanayi bütünleşmesi, ortak pazarlama örgütlerinin yaygınlaştırılması, işletmeler arası işbirliği ve elektronik ticaret imkânlarının artırılması desteklenecektir” olarak belirtilmiştir (DPT, 2000).

## **Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı**

Dokuzuncu beş yıllık kalkınma planı “İstikrar içinde büyüyen, gelirini daha adil paylaşan, küresel ölçekte rekabet gücüne sahip, bilgi toplumuna dönüşen, AB’ye üyelik için uyum sürecini tamamlamış bir Türkiye” vizyonu doğrultusunda, rekabet gücünün arttırılması, istihdamın arttırılması, beşerî gelişme ve sosyal dayanışmanın güçlendirilmesi, bölgesel farkların ortadan kaldırılması ve kamu hizmetlerinde maksimum verimlilik/ yeterlilik hedefleri ile hazırlanmıştır (DPT,2007).

Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı yedi yıllık olarak hazırlanmıştır. Türkiye Büyük Millet Meclisinin bir yıllık erteleme sonucu 2007-2013 yılları arasını kapsayan plan yapılmıştır. Dokuzuncu planda bölgesel kalkınmada yeni araçlar devreye sokulmuştur. Bunlar;

- Bölgesel gelişme politikalarının merkezi düzeyde etkinleştirilmesi,
- Yerel dinamiklere ve içsel potansiyellere dayalı gelişme sağlanması,
- Yerel düzeyde kurumsal kapasitenin arttırılması,
- Kırsal kesimde kalkınmanın sağlanması olarak sınıflandırılır (DPT,2007).

## **Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı**

Onuncu beş yıllık kalkınma planı gelişen ve değişen dünya milletlerine ayak uydurmak için hane halkının refahını arttırmayı en temel amaç olarak görmüştür. Bu bağlamda GSYİH'nın 2 trilyon dolara, ihracatın 500 milyar dolara çıkarılması ve işsizliğin yüzde 5'e düşürülmesi hedeflenmiştir. Enflasyonun tek haneli rakamlara düşürülmesi planın amaçları arasındadır. Yenilikleri yakından takip ederek rekabetçiliği yüksek, verimliliği maksimize etmiş, ithalatı sınırlamış sektörlerin desteklenmesi hedeflenmiştir (Kalkınma Bakanlığı, 2013).

Onuncu kalkınma planı da beş yıllık olarak yapılmıştır. Planın amacı ülkenin refah seviyesini yükseltmek üzerinedir. Bu amaç için "Bölgesel Gelişme Yüksek Kurulu" ve "Bölgesel Gelişme Komitesi" kurulmuştur. Kalkınma ajansları çalışmaya başlamıştır. (Kalkınma Bakanlığı,2013).

## **On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**

On birinci beş yıllık kalkınma planı Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi kapsamında yapılan ilk plandır. Planda GSYH'nın 1 trilyon 80 milyar dolara, kişi başı milli gelirin 12bin 484 dolara, ihracatın 226,6 milyar dolara yükseltilmesi hedeflenmiştir. Yine bu bağlamda işsizliğin yüzde 9,9'a gerilemesi ve 4,3 milyon ek istihdamın oluşturulması hedeflenmiştir. Cari işlemler açığının milli gelire oranının yüzde 0,9 a gerilemesi, turizm gelirinin 65 milyar dolara yükseltilmesi hedeflenirken, turist sayısının 75 milyona yükseleceği hedeflenmiştir. Sanayi sektörünün yıllık yüzde 5,7 büyümesi ve sanayinin GSYH'da payının yüzde 24,2 ye yükselmesi hedeflenmiştir. Ayrıca AR-GE harcamalarına GSYH'nın yüzde 1,8 ayrılmıştır. (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019).

## **On İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**

On ikinci kalkınma planı "Türkiye Yüzyılında çevreye duyarlı, afetlere dayanıklı, ileri teknolojiye dayalı yüksek katma değer üreten, geliri adil paylaşan, istikrarlı, güçlü ve müreffeh bir Türkiye" vizyonu ile hazırlanmıştır. Bu bağlamda on ikinci kalkınma planı hukukun üstünlüğünü, yönetimin güçlendirilmesini, afetlere dirençli yaşam alanları ve medeniyet temelli akıllı, sürdürülebilir şehirler, makroekonomide istikrar, her alanda yeşil ve dijital dönüşüm odaklı rekabetçilik, verimlilik temelli, sanayi ağırlıklı ihracata dayalı

büyüme, aktif sanayi politikaları, enerji ve gıdada arz güvenliği ve kendine yeterlilik hedefleri ile uygulanmaya başlanmıştır. (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2023).

### **1.8. Bölgesel Kalkınma Ajansları**

Bölgesel kalkınma ajansları tanım olarak “bir ülkenin içerisinde ekonomik ve sosyal anlamda geri kalmış bölgelerin ekonomik kalkınmasını amaçlayan ve bu amaca ulaşmak için bölgedeki sivil toplum kuruluşları (STK), özel ve kamusal olmak üzere tüm şirketler ve yerel otoriteler ile iş birliği sağlayan kuruluşlar” olarak nitelendirilmektedirler. Bu bağlamda kalkınma ajansları bölgedeki ticari alt yapıyı güçlendirmek, bölge koordinasyonunu kurmak ve bölgenin bilinirliğini arttırarak bölgeye yatırım çekmek amaçları ile çalışmaktadırlar.

Öztürk (2011) bölgesel kalkınma ajanslarının amaçlarını; geri kalmış bölgelerin gelişmiş bölgeler ile arasındaki farkları azaltmak, bölgelerin ülke ekonomisine ve büyümesine olacak etkisini maksimize etmek, bölgelerin kendine has özelliklerini ortaya çıkararak bölgelerin uzmanlaşmasını sağlamak ve gelişmiş bölgelerin uluslararası arenada rekabet edilebilirliğini arttırmak olarak tanımlamıştır.

Dünyanın birçok ülkesinde bulunan kalkınma ajansları her seferinde de bir sıkıntı sonrası ihtiyaç duyularak oluşturulmuşlardır. Örneğin ABD’de “Büyük Buhran” sonrasında, Avrupa’da ise” II. Dünya Savaşı” sonrasında kurulmuşlardır. Ancak bölgesel kalkınma ajanslarının önemi 1980’li yıllardan sonra dış ticaret ve küreselleşmenin etkisiyle ortaya çıkan bölgeler ve ülkeler arası farklılıklardan sonra anlaşılmıştır (Hasanoğlu ve Aliyev, 2006).

Bölgesel kalkınma ajanslarının en temel amacı geri kalmış bölgelerin tekrardan ekonomiye kazandırılması ve ülke büyümesine pozitif etkide bulunabilmesidir. Bu kapsamda yapılacak çalışmalar küreselleşme etkileri ile ortaya çıkan rekabet ve rekabet edilebilirlik kavramları çerçevesinde bölgelerin sadece ülke içerisinde değil uluslararası arenada da boy göstermesini sağlamak, ticaret, üretim ve pazarlama yönünden güçlü bölgeler oluşturmaktır (Goddaed ve Chatterton, 1999).

Türkiye için kalkınma ajansı çalışmaları ilk kez 1999 yılında yapılan Helsinki Zirvesinden çıkan AB adaylığı kabulü sonrasında ortaya çıkmıştır (Hasanoğlu ve Aliyev, 2006).

Akabinde 25 Ocak 2006 yılında 5449 sayılı “Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun” ile yürürlüğe girmiştir. Bu çerçevede il kalkınma ajansı İzmir ve Çukurova’da kurulmuştur. Şu an Türkiye’de 26 kalkınma ajansı bulunmaktadır (Baykal, 2010).

Kalkınma ajanslarının faaliyetleri sürdürülebilir bir kalkınmaya yöneliktir. Bu amaca yönelik yapılacak çalışmalarda en önemli etken yatırımların maksimum verimlilik ve katma değer üreten alanlara yönlendirilmesidir. AR-GE ve inovasyon çalışmalarını destekleyerek girişimciliği arttırmak, KOBİ’lerin birbiri arasında iş birliğini sağlayarak kümelenmeleri oluşturmak ve sonuç olarak bölgesel kalkınmaya destekte bulunmaktır. Ayrıca kalkınma ajansları hem sosyal hem kırsal kalkınmayı sağladığı için önem arz etmektedir. (Erbaş, 2011)

### **1.9. Bölgesel Rekabet Edilebilirlik Kavramının Gelişimi**

Rekabet kavramı ile başlayan süreçte, klasik iktisadın kurucusu olarak kabul edilen Adam Smith’in “Ulusların Zenginliği” adlı kitabının “Malların Doğal ve Piyasa Fiyatları” adlı kısmında rekabetin, piyasa fiyatlarının odak noktası olarak belirtilecek doğal fiyatlara yönelimi incelemektedir. Smith’e göre piyasanın serbest bir şekilde işlemesi ve firmalar arası anlaşmaların olmadığı serbest rekabet tanımını ortaya koymuştur. Buna göre malın fiyatı arz ve talep dengesine göre oluşacaktır (Smith, 1997). Smith’in kitabında her malın piyasa fiyatının serbest fiyata çekilmesine engel durumlar vardır. Bunlardan en önemlisi üreticilerin bir araya gelme potansiyeli ve bir araya gelmelerde rekabet ortamının ortadan kalkarak ortak fiyat ve ortak fiyat artışlarının uygulanmasıdır. Bu durumdan kalıcı çözümün devletin rekabet ortamını oluşturmasıdır (Alada, 2000).

Neoklasiklerin evriltip kullandıkları serbest rekabet kavramı yerini “tam rekabet” kavramına bırakmıştır. Tam rekabet kavramının temelini oluşturan teori piyasada malın fiyatını etkileyemeyecek kadar çok firmanın olmasıdır. Tam rekabet modeli, klasik iktisatta, arz ve talep yasasının temeli olarak görülmekle birlikte endüstri yapısının tam rekabet ortamını ortadan kaldırmasını engellemesi için devletin rekabeti korumaya yönlendirir (Atiyas,2001).

Dış pazarlara açılma tutkusu, ithalat ve ihracat dinamiklerinin canlanması geçtiğimiz 40 yıllık sürecin başrolü olmaktadır. Tabandan tavana şeklinde en ufak firmanın da ülkelerinde özellikle son kırk yıllık süreçte sahip oldukları üretim, ihracat ve büyüme rakamlarını

korumak ya da arttırmak istemeleri rekabet edilebilirlik kavramı ile açıklanmaktadır (Gaffikin ve Morrissey, 2001). Firma düzeyinde çizgilerini daha kesin belirlenebilir olan rekabet edilebilirlik kavramı, sürekli kaliteli üretim ve karlı satış olarak tanımlamak mümkün olsa da ülke düzeyinde rekabet edilebilirlik kavramının tanımı tüm çerçevelerce kabul görülür bir şekilde oluşturulmamıştır (Martin, 2004).

Uluslararası alanda rekabet edilebilirlik kavramı “bir ülkenin açık piyasa şartlarında ve uluslararası rekabet koşullarında mal ve hizmet üretebiliyor olması ve aynı zamanda gayri safi reel gelirini muhafaza edip artırıyor olması” olarak tanımlanmıştır (OECD, 2003, s. 3). Aynı zamanda refah seviyesini arttıracak ürün ve hizmetlerin rakiplerden kaliteli üretebilmesi olarak da tanımlanmıştır. Bu fikrin savunucularının başında Michael Porter gelmektedir. “*Ulusların Rekabetçi Avantajları*” adlı eseri ile stratejik rekabetçi avantajın ulusların rekabetçi durumlarının analiz edilmesine uyarlamıştır (Porter, 1991).

ABD Başkanlık Rekabet Edebilirlik Komisyonu Raporunda (The Report Of The President’s Commission On Compettiveness) (1984) ise serbest ve eşit pazar şartlarında, uluslararası arenada minimum çıktı ile mal ve hizmet üretebilmesi ve yurttaşlarının gelirinin artması olarak tanımlamıştır (The Report Of The President’s Commission On Compettiveness, 1984).

Bir başka yaklaşım olarak da Ciampi (1995)’ye göre rekabet edilebilirliğin sonucunda bir ülke kazanırken diğer bir ülkenin kaybetmesinin yanlış olduğu ve hatta iki ülkenin de aynı zaman içerisinde rekabetçiliğini arttırmasının mümkün olduğu hatta bunun bir çarpan etkisi yaratacağını öne sürmüştür. (Ciampi, 1995).

Makro bazda (Ülke ve Bölge) rekabetçiliğin aşamalarını ikiye ayırmayı mümkün kılar. İlk aşama katma değer yaratma yapısının gelişmesi ve katma değer oluşturan değişkenler olarak nitelendirilmektedir. İkinci aşama ise mikro düzeyde verimlilik. Bu bağlamda makro düzeyin rekabetçiliğini arttırmak için mikro düzeyin girişim ve yenilik alt yapısının güçlendirilmesi ile sağlanmaktadır (Porter, 2007).

M. Porter (1980)’ın yazdığı “*Rekabet Stratejisi*” adlı eserde rekabeti şöyle anlatmıştır:

“Rekabet, insanın uğraş alanlarının çoğunda daha iyiyi başarmada toplumun en etkili güçlerinden biridir. Uzun yıllardır rekabetin ve tüm zenginliğiyle değer yaratmanın incelenmesiyle meşgulüm. Rekabet, piyasalarda yarışan şirketlerden küreselleşmeyle başa çıkmaya çalışan ülkelere ya da toplumsal ihtiyaçlara cevap vermeye çalışan toplumsal örgütlere kadar, her yerdedir. Her kurum müşterisine üstün değer sunabilmek için bir stratejiye ihtiyaç duyar. Rekabet son dönemlerde hemen her alanda çarpıcı biçimde şiddetlendiği için, bu söylediklerim her zamankinden daha geçerli.

Rekabet tüm dünya coğrafyasına yayılarak ülkeleri refahlarını artırmaktan ziyade, mevcut olanı ellerinde tutmak için rekabet etmek zorunda bıraktı. Ayrıca ihtiyaçların arttığı ama kaynağın az olduğu sanat, eğitim, sağlık ve hayırseverlik gibi alanlar dâhil, toplumun tüm kesimlerine yayıldı. Bugün her alandaki kuruluşlar değer yaratmak için rekabet etmek zorunda. Değer, müşterinin ihtiyaçlarını karşılama ya da aşma ve bunu etkin biçimde yapma yetisidir. Şirketler müşterilerine, ülkeler ise coğrafi iş konumları olarak değer sunmak zorunda. Bu durum, ürün ya da hizmet üreten bir şirket için ne kadar geçerliyse, sağlık hizmeti sunan bir hastane ya da hayırsever katkılarda bulunan bir vakıf için de o kadar geçerlidir.

Toplumsal değer sunmak—harcanan her dolar başına büyük sosyal yararlar—kamu yararını ileriye taşımayı amaçlayan her kurum açısından hızla gereklilik kazanıyor. Rekabeti ve değer yaratmayı anlamadaki amacım esasen temelde cereyan eden şeylerin karmaşıklığını kavramaktır” (Porter, 1980).

Arda ve Filiztekin (2009) ülkelerin rekabetini şu şekilde açıklamıştır:

“Bir ülke rekabetçilik seviyesini yükseltir ve diğer ülkelere kıyasla rekabetini daha verimli hale getirebilirse, hem söz konusu rekabetçiliği yüksek olan ülke hem de ticaret yaptığı diğer ülkeler kazançlı çıkacaktır. Bu rekabet ortamında zararlı çıkan ise sadece rekabeti ülkenin rekabetini verimli hale getirdiği belirli sektörlerdeki verimli üreticilere rekabet edemeyenlerdir. Bir diğer düzeyde rekabet ise, ülkeye yatırımların çekilmesi yönündeki rekabettir. Yatırımcının, yatırım alanı olarak bir bölgeyi seçmesi, söz konusu yatırım için başka bir bölgeyi seçme şansının ortadan kalkması ile sonuçlanmaktadır. Bu bağlamda, söz konusu rekabetin sıfır sonuçlu bir oyun olduğunu söylemek mümkündür. Ancak, yine de eğer sonuçta gerçekten daha verimli çalışabiliyorsa, toplamda daha yüksek bir değer yaratılmış olacaktır. Ayrıca yatırımın gerçekleştiği ülke açısından yarar daha da fazla olacaktır çünkü söz konusu yatırım başka yatırımlara da yol açacaktır. Yani, sosyal marjinal fayda özel marjinal faydanın üzerine çıkmaktadır.”

## **1.10. Bölgesel Rekabet Edilebilirlik Kavramı**

Özellikle 1960’ların sonları ve 1970’lerin başlarından itibaren devamlı reformlar gören iktisadi yapılarda bölgeler daha belirgin hale gelmiştir. Süregelen zamanda git gide güçlenen

ve kümülatif olarak ayrışan bölgeler karar vericileri, politika belirleyicileri ve belirlenen politikaları uygulama alanlarında kendilerini geliştirmiştir. Farkındalık yaratan bölgelerde de rekabet kaçınılmaz hale gelmiştir (EDAM, 2009). 2000’li yıllar sonrası teknolojik gelişmelerin hızla artması, denizaşırı ticari faaliyetlerin önem kazanması ile rekabet edilebilirlik kavramının üretim faktörlerine ve ekonomik faaliyetlere olan etkisi değer kazanmış, rekabet edilebilirlik kavramı literatürdeki çalışmaları tetiklemiştir (Kara, 2008).

1950’li 1960’lı yıllarda kalkınma ekonomisinin literatüründe bulunan “dengesiz büyüme” ve “büyüme kutupları” konularında rekabetçilik kavramının temellerine rastlanmaktadır. Süregelen on yıl içerisinde teknolojinin sanayiye entegrasyonu, ulaşımın gelişmesi ve iletişimin gelişmesi ile kalıp üretim modeli terk edilmeye başlanmıştır. Farklı bölgelerde üretilen, aynı ürünün farklı parçaları üretim yerlerinde değil montaj atölyelerinde birleştirilerek üretim süreci tamamlanmıştır. Böylece bölgelerde uzmanlaşmalar ve kümelenmeler oluşmuş ve rekabetçiliğini arttırmak isteyen bölgelere özgü politikalar üretilmeye başlanmıştır (Arda ve Filiztekin, 2009).

Bölgeler arası gelişmişlik düzeylerindeki farklar küresel ekonomilerin oluşmasıyla artmaya başlamış, “Mekansız ekonomi” ve “coğrafyanın sonu” görüşlerinin tersine bölgelerde nüfus yığılmaları, üretim merkezlerinin belirli bir bölgede toplanması ve üretimin yapıldığı bölgede uzmanlaşmaya başlanmış bu da diğer bölgeler arasında olumlu ya da olumsuz öne çıkmalar yaşanmaya başlamıştır (ECORTYS, 2004). Devletler yaptıkları politikalar ve kamu harcamalarının ekonomik büyümede etkili olmasına rağmen rekabet edilebilirliğin ulusal bazdakine kıyasla bölgesel bazda yapılan çalışmalarla büyümeye daha fazla katkı sağlaması araştırma konusu olmuştur (Porter, 2003). Bu bağlamda ulusal kalkınmanın ilk basamağı olan bölgesel kalkınmanın sağlanabilmesi için bölgelerin rekabet edilebilirliğinin artırılması gerekmektedir.

Rekabet edilebilirlik kavramının temel olgusunun politika üreticilerin uyguladıkları planın başarı ya da başarısızlığına dayandırılmaktadır. Mikro düzeyde yapılacak olan çalışmalarda daha sığ ve anlaşılabilir kalıplara giren rekabet edilebilirlik kavramı, makro düzeyde ise bir o kadar derin ve kesinleşmemiş bir tanım içerisindedir. Örneğin bir ekonominin bir birimi olan herhangi bir sanayi dalında üretim yapan firmanın, başka bir bölgede aynı birimde üretim yapan başka bir firma ile aralarındaki rekabeti ölçmek, iki bölgenin birbiri arasındaki rekabeti ölçmekten daha kolaydır. Değişkenleri ve etken faktörleri belirlidir. Ancak bölgeler

için yapılacak çalışmada değişkenler ve etken faktörler hem çok fazla hem de birbirinden farklıdır. Bu yüzden ki bölgesel rekabet edilebilirlik tanımının kesin bir kalıbı yoktur (Aydemir, 2002).

Bu kapsamda bölgesel rekabet edilebilirlik olgusunu tanımlarken bölgenin güncel ekonomik yapısının, uygulanan politikaların bölgelerin büyüme kat sayısını arttırırken rekabetçi tarafına vereceği katkıları, ulusal politikalardan daha çok yerel politikaların bölge üzerindeki pozitif döngüsünün daha yüksek olduğunu ve bölgenin rekabetçi yönünü arttırdığını göz önünde bulundurmak gereklidir (Porter, 2003). Ayrıca rekabetçilik faktörünün en büyük katma değere sahip değişkenlerinden birisi olan yenilikçiliğin gelişiminin bölge bazlı gerçekleşmesi ve katma değeri yüksek, yüksek gelir seviyesine sahip çıktılar oluşturabilme becerisi rekabet edilebilirliği güçlendireceği düşünülmektedir. (Kara, 2008).

Temelde bir bölgedeki üretimin minimum maliyet ve maksimum talep olgusu ile işlediği sistemin rekabet edilebilirliği etkilediği düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmalarını devam ettirmiş ve merkez konumuna gelmiş bölgeler bulunmaktadır. Bu bölgeler uluslararası arenada büyümeyi ve rekabeti arttırmakla beraber bu merkez bölgelere uygulanacak olan politikalar ise rekabet edilebilirliği daha da yukarı taşımaya yönelik olarak planlanması tartışma konusudur (Kara, 2008). Öyle ki rekabet edilebilirliği tanımlarken de aslında rekabet edilebilirliği bir kalıba oturtmaktan ziyade artışı sağlamaya yöneliktir. Bu kapsamda rekabet edilebilirlik en ufak birimden en büyük alana kadar her hücrenin en yüksek gelir ve en düşük işsizlik seviyesini oluşturabilmesi olarak nitelendirilmiştir (OECD, 1997).

Rekabet gücünü bölgesel baza indirgediğimizde ise temel olarak aldığı yedi teorisinin olduğu görülmektedir. Bunlar; evrimci teori, kuramsalcı teori, ihracata dayalı kalkınma teorisi, küresel teori, içsel büyüme teorisi, kümelenme teorisi ve Neo-Schumpeterian teoridir (Martin, 2005).

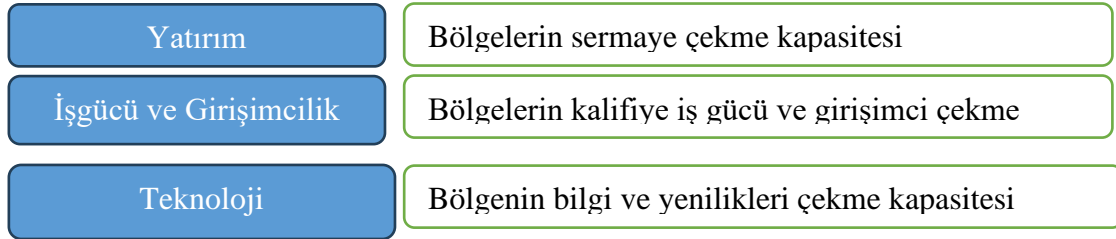
Kara (2008)'nin açıkladığı teorileri Tablo 1.2'de sunulmuştur:

Tablo 1.2: Kalkınma teorileri (Kara,2008).

Teoriler	İçerikleri
İhracata Dayalı Kalkınma Teorisi	Bölgedeki ihracatçı firmaların düşük maliyet, maksimum verimlilik ve yatırımlarının artmasındaki doğrudan etkinin bölgedeki ihracat dışı faaliyet gösteren diğer bölgelere de çarpan etkisi ile olumlu sonuçlar alacağı beklenmektedir. Bu neticede bölgenin rekabet edilebilirliğinin artacağı beklenmektedir
İçsel Büyüme Teorisi	Bölgede yaşayan halkı eğitim seviyesi yüksek, işgücünün kalifiye olduğu bölgelerin büyümeye olumlu etkisi beklenmektedir. Bu tür bölgelerde çıkan yenilikler ve bilgiyi güçlendirmeleri ile gelişimi teşvik etmektedirler
Neo-Schumpeterian Teorisi	Bölgesel rekabetçiliğin artırılmasına yönelik çalışmalarda öne çıkan en önemli değişkenler yenilikçilik, girişimcilik ve teknolojiye ayak uydurmadır. Bu bağlamda yerelde birbirine benzer alanlarda imalat yapan firmaların rekabetinden oluşan uzmanlaşma veya piyasada birbirinin aksine yeniliklere ayak uydurup farklı alanlarda karlılığı yakalamaya çalışan firmalar ile yenilikçiliği yakalamak rekabet edilebilirliğe pozitif etkisi olmaktadır.
Kümelenme Teorisi	Kümelenmeler bölgedeki bütün iktisadi, idari ve eğitim birimlerinin koordineli ve bir arada hareket ettiği, uzmanlaşmanın olduğu, tedarik zincirinin güçlü olduğu ve üretkenliğin yüksek olduğu bölgelerdir. Bu bağlamda kümelenmeler üzerine yapılan politikalar rekabeti artırması beklenmektedir.
Evrimsel Teori	Bir bölgenin gelişiminde uyguladığı üretim yöntemleri, pazarlama taktikleri ve teknolojiye uygunluğu rekabeti olumlu etkilemektedir ancak rekabetin sonucunda rekabetini arttırmak isteyen üretim faktörleri daha farklı ve rekabete söz konusu olan alanlarda yeni rekabet faktörleri ortaya çıkarmaktadır. Yenilenen teknolojiye ayak uydurmak ve güncel duruma uyguladıkları kalkınma politikalarından ziyade geleceğe hazırladıkları kalkınma politikalarının birleşimi ile bu yapının evrimsel sonuçlarının rekabet üzerindeki olumlu etkilerini beklemektedirler.
Kuramsal Teori	Bölgenin rekabetçiliğini kuramsal zenginlikten ortaya çıkacağını savunur. Bu bağlamda bölgenin yönetim ve işletmecilerinin her alanda bir arada çalışmaları ve bir bütün olarak hareket etmelerinin ekonomik gelişme için önemli olduğu öne sürülür.
Kültürel Teori	Yaratıcılığın ve yeniliklere ayak uydurmanın, kültürel farklılıklar ve aynı zamanda uzmanlaşmanın da etkisi ile girişimciliği teşvik edeceği düşünülmektedir. Bu bağlamda yapılan kültürel çalışmalar ve donatıların bölgenin başarısını etkilemesi beklenmektedir.

Geçtiğimiz 30 yıllık süreçte rekabet edilebilirlik kavramına kentsel ve bölgesel bazlı çalışmalar dahil olmuş ve literatür incelendiğinde temel yaklaşımın bölgelerin aralarındaki

rekabetçi tavırdan doğduğu öne sürülmüştür (Kara, 2008). Bölgelerin ve şehirlerin hedefleri doğrultusunda hareket etmeleriyle birlikte uluslararası arenada rekabetçilik doğmuştur (ECORYS, 2004). Bu bağlamda rekabetçiliğin üç ana alanda olduğu bilinmektedir. Bunları Martin ve Tyler (2003) Şekil 1.1’deki gibi açıklamışlardır:



Şekil 1.1: Rekabetçiliğin gerçekleştiği alanlar

Literatürde rekabet edilebilirlik üzerine onlarca çalışma yapılmıştır. Ancak herkes tarafından kabul edilen tek bir anlamı bulunmamaktadır. Genel alt yapısı büyüme, üretkenlik ve yenilikle doğru orantılı olduğu için bunlarla bağlantılı bir şekilde ihracatı ve doğrudan yabancı yatırımları konu almaktadır. Ayrıca rekabet edilebilir bölgelerin yüksek gelir düzeyinde, üretken, yenilikçi, vasıflı iş gücüne sahip, ar-ge çalışmalarına önem gösteren, işsizliğin düşük olduğu ve sosyal yaşam standartlarının yüksek olduğu bölgeler olarak nitelendirilmektedir (Steinle, 1992). Ancak kesin ve net kalıplara oturulmamakla beraber rekabet gücü tanımları en kabul görmüş haliyle şunlardır:

AB Bölgeleri Sosyal Ekonomik Durumu ve Kalkınmasına Dair 6. Periyodik Raporunda ,Avrupa Komisyonu’na göre rekabet gücü şöyle tanımlanmıştır; “*Rekabet edebilme, uluslar arası pazarlarda kabul gören mal ve hizmetleri üretirken, aynı zamanda yüksek ve sürdürülebilir gelir seviyelerini korumak, ya da, daha genel bir deyişle, şirketlerin, endüstrilerin, bölgelerin, ulusların ya da uluslar üstü bölgelerin, uluslararası rekabet içerisindeyken, görece olarak yüksek gelir ve istihdam üretebilmeleri*” olarak tanımlanmıştır (European Commission, 2000).

OECD (1997)'ye göre bölgesel rekabet gücü; "Firma ve milli ekonomi düzeyindeki iki kavramdan yola çıkarak firmaların, endüstrilerin, bölgelerin, ülkelerin veya ülke birliklerinin uluslararası rekabete açık iken sürdürülebilir ve görece olarak yüksek faktör geliri ve faktör istihdam seviyesi oluşturabilme yeteneğidir" olarak tanımlanmıştır (OECD, 1997).

### 1.11. Bölgesel Rekabet Edilebilirlik Stratejileri

Rekabet edilebilirlik algısının gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan iki yaklaşım vardır. Bu yaklaşımlardan birincisi, bölgedeki işletmelerin çıktı düzeylerini arttırarak rekabet edilebilirliğin arttırılacağı yönündeydi. Bu yönelim kapsamında rekabet edilebilirlik firmaların verimliliği ile eş olarak değerlendirilmekteydi (Dubarle, 2003).

Bir diğer yaklaşım işe bölge bazlıdır. Bölgelerin nitelikli iş gücü, dış ve iç yatırımları ve talepleri çekme aynı zamanda elde ettikleri ivmeyi koruma çabası olarak nitelendirilmiştir. Öyle ki koruyamadıkları pozitif ivme zamanla daha fazla rekabetçi bölgelere transfer olacağı gerçeğiyle karşı karşıyadırlar. Bu bağlamda yapacakları yer seçimi ya da işgücünün kalifiye olması gibi faktörleri bölgeler arası rekabette en uygun kullanacakları ve sübvansedecekleri seçeneklerde kullanmalıdırlar (Dubarle, 2003).

Yukarıda bahsettiğimiz varsayımlar neticesinde politika üreticileri tarafından farklı çalışmalar ortaya konmuştur. Önceliğinin bölgeler arası farkları azaltarak bölgesel rekabet edilebilirlik düzeyine ulaşmayı hedefledikleri politikalar geliştirilmiştir. Bu kapsamda üretilen politikalar sıfır toplamlı, ağırları geliştirici ve büyümeyi arttırıcı olarak tasnif edilmiştir (Malecki, 2004).

Sıfır toplamlı politikalar incelendiğinde genel çerçevesinde bir tarafın yarattığı pozitif etkinin diğer tarafın yarattığı negatif etki ile birbirini dengelemesini ifade eder. Bu politikalar ile bölgenin tanıtımı, yer temini, işçi ve beyin göçü ve devlet tarafından yapılacak ayrımcılıklar eşliğinde yatırımların çekilmesi hedeflenmektedir (Kara, 2008).

Büyümeyi arttırıcı politikalar ise bölge halkının eğitim öğretim seviyesinin yükseltilmesi, girişimciliğin özendirilmesi ve girişimcilere devlet desteklerinde bulunarak bölgeye girişimci çekilmesi, bölgede kurulacak olan işletmelere kurulum desteği verilmesi, yerel yöneticilerin gelişecek olan sektörler için alt yapı çalışmalarını tamamlaması ve bu oluşum süreçlerinde koordinasyonu sağlamasıyla büyümenin artışı hedeflenmektedir (Kara, 2008).

Ağırları geliştirici politikalar; hedeflenen büyüme artışına ulaşabilmek için bölgenin uluslararası pazara açılmasını sağlamak, bölge içerisindeki ulaşım ağlarını güçlendirmek, teknolojinin gelişimi ile iletişim ağlarını güçlendirmek, dış dünyadan bilgi transferini

sağlamak, nitelikli iş gücünü sağlayarak uzmanlaşmaya ulaşmayı amaçlamıştır. Bahsi geçen üç yöntemden sadece sıfır toplamlı politikalar belirlenen bölgenin gelişmesi ve büyümesini amaçlamışken diğer iki politika hem belirlenen bölgeyi hem de dış bölgelerin gelişimini önemsemmiştir. Bu bağlamda politika üreticiler tarafından fayda sağlayıcı yaklaşımlar olarak uygulanacak diğer politikalarla birlikte kullanılma imkânı sunmuştur (Kara, 2008).

Dışsal faktörlerin firmaların yatırımlarına yön verdiği gibi üretim ve yer seçiminde etkisi altına almaktadır. Bu kapsamda dışsal faktörler dolaylı bir şekilde de olsa rekabet edilebilirliği etkilemektedir. Üretilen politikalar bölgenin yatırım çekmesini ve bölge halkının refah düzeyinin yükseltilmesine yöneliktir (Kara, 2008).

Rekabet edilebilirliği arttırmaya yönelik yapılan politikalarda üretim faktörleri büyümeyi arttırıcı ve maksimum verimliliği amaçlayan faktörlerdir. Bu faktörlerle rekabet edilebilirliği arttırmaya yönelik yapılan politikalar genellikle; işgücünün güncel teknoloji şartlarına ayak uydurabilmesi ve geri kalmaması için eğitimi, işgücü verimliliğini arttırabilmek amacıyla hem içsel hem de dışsal engellerin ortadan kaldırılması, vergi muafiyetleri, lojistik ağının güçlendirilmesi, oluşturulacak politikaların tabandan tavana işlevinin sağlanması için yerel yöneticileri yetkiler verilmesi ve yapılacak olan yatırımların uzun süreli olmasının sağlanmasını amaçlamışlardır (Kara, 2008).

Dışsal faktörler olarak rekabet edilebilirliği dolaylı yoldan da olsa olumlu etkilemesi amacıyla da politikalar üretilmiştir. Üretilen politikaların genel amacı sosyal refahı arttırmaya yöneliktir. Politikaların içerikleri incelendiğinde temel amaçları; şehirlerdeki yeşil alanların arttırılması, yoğun nüfusun yan etkileri olan çöp ve hava kirliliği gibi sorunların çözülmesi, bölge halkının güvenliğinin sağlanması ve bölgenin tanıtımının yapılmasıdır (Dubarle, 2003).

Rekabet edilebilirliğin sınıflandırılmasına yönelik bir diğer yaklaşım ise bölgelerin daha çok kendine has ve artı yönlerinin ön plana çıkarılarak büyümenin arttırılabileceğine yönelik yapılan politikalardır. Bu çerçevede üç temel politika alanı mevcuttur. Bunlardan ilki bölgenin temel unsur olarak nitelendirilen sosyo-ekonomik alt yapısının güçlendirilmesine yöneliktir. İkinci tip politikalar incelendiğinde temelinde bölgenin uzmanlaşmasına yönelik yapılan planlardır. Aynı zamanda politika üreticilerinin bölgede yeni kurulacak firmaların resmi süreçlerine destek verilmesi, işçilerinin adaptasyon ve eğitim süreçlerinin

tamamlanması, pazar arayışlarına yön gösterici olmaları ve teknolojinin yeniliklerine adaptasyonları hedeflenmiştir. Üçüncü tip politikalar ise kümelenmeleri destekleyerek bölgelerin gelişimini ve büyümesini sağlayacak dışsal faktörleri harekete geçirmeyi amaçlamıştır (Kara, 2008).

Bir diğer yaklaşım ise rekabet edilebilirliğin artırılmasına yönelik yapılan çalışmalarda düşük ve yüksek eksenli rekabet teorileridir. Düşük eksenli rekabet teorisinin temelinde ucuz iş gücünün olduğu, vergi muafiyetlerinin ve devlet yardımlarının olduğu düşük fiyat mantığına dayalı planlar ile rekabetin artırılmasını hedeflemektedir (Boschma, 2004).

Yüksek eksenli rekabet teorisi ise bölgenin uzun dönemli artı değerlerinin rekabet edilebilirliğe pozitif etkisi hedeflenmektedir. Bu değerler, bölgenin coğrafi özelliklerinin artıları, yerel markaların kurumsallaşması, kültürel ve sosyal gelişmişlik düzeyinin artması ve bölgenin kendine has özellikleri ile planlanmaktadır (Boschma, 2004).

Az gelişmiş ülkeler için kısa zamanda büyüme katsayılarını arttırmaya yönelik politika uygulamaları gerektiğinden yüksek eksenli teoriler tercih edilmemektedir. Bunun için gelişim süreçlerini belirli bir kademeye getirene dek düşük eksenli teorileri tercih ederler (Malecki, 2004).

### **1.12. Bölgelerarası Rekabette Etkinlik ve Verimlilik Kavramları**

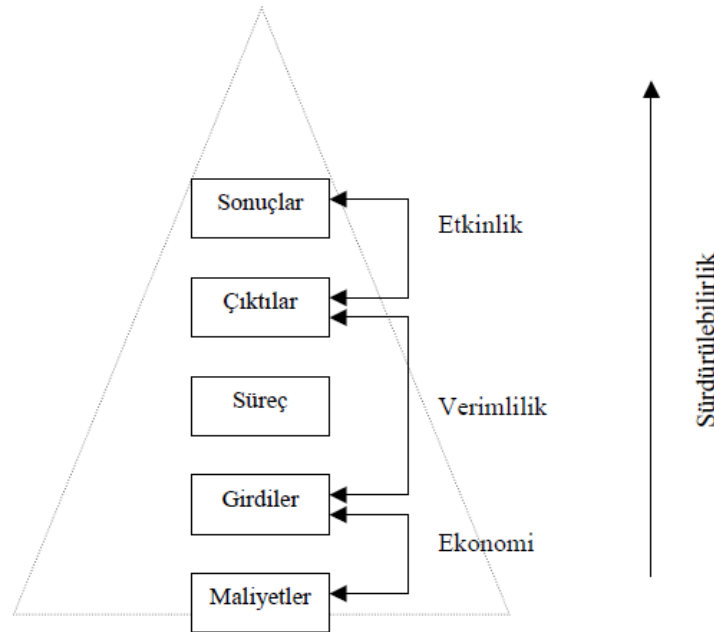
Yapılan akademik çalışmalarda en yaygın hatalardan biri olarak görülen, şeklen birbirine benzese de anlamca farklılıkları olan kelimelerin kullanım yanlışlarından dolayı “verimlilik” ve “etkinlik” kavramlarını açıklamak gerekir. Verimliliğin ölçülmesi yaygınlıkla ya “girdi ile çıktı arasındaki ilişki” ya da “katma değer üretebilme becerisi” ile ölçülmektedir. Girdi ve çıktı ilişkisi nicel yöntem olarak adlandırılırken, katma değer üretimi değer yöntemi olarak adlandırılır (Gürak, 2004).

Minimum girdi ile hedeflenen çıktıyı üretme yöntemini etkinlik olarak tanımlayabiliriz. Şayet girdi miktarı ile çıktı düzeyi ayarlanıyorsa girdi odaklı veya çıktı düzeyini ayarlamak maksadıyla girdi miktarı değiştiriliyorsa çıktı odaklı olarak nitelendirmek mümkündür (Eroğlu ve Atasoy, 2006). Bu bağlamda incelendiğinde etkinlik kavramının bir bütün olduğu

ve verimlilik kavramının bunun bir parçası olduğunu söylemek mümkündür, şayet etkinliğin söz konusu olabilmesi için en iyi verimlilik düzeyinin sağlanması gerekir.

Rekabet edilebilirlik açısından konu incelendiğinde bölgelerin rekabet edilebilirliği yapılan çoğu çalışmada kişi başına düşen gayrisafi yurtiçi hasıla ile ölçüldüğü görülmektedir. Fakat etkinlik kapsamında duruma el atıldığında noksan kalan kısımların GSYİH'nın hedefe ulaşmada ne denli muvaffakiyetli olduğu hakkında bizi aydınlatsa da bu muvaffakiyeti elde etmek için kullandığımız girdilerin ne kadar verimli kullanıldığı hakkında bir ön bilgi vermemektedir. Bu kapsamda bölgelerarası rekabet edilebilirliğin sadece finansal olayların sonucu olarak ortaya çıkan GSYİH ile belirlenimin eksik kalacağı anlaşılır. Öyle ki bölgelerin rekabet gücü ölçülürken insan kaynağı, sosyal ve fiziki alt yapı, teknoloji ve yenilik kapasitesi gibi bölgedeki finansal yapıyı oluşturan etkenlerin ne denli verimli kullanıldığı da mutlaka ele alınmalıdır (Aydemir, 2002).

Matheson 2001 yılında etkinlik ve verimlilik kavramları ile ilgili yapmış olduğu çalışmalarda kamu yönetimindeki denetim mekanizmalarını şu şemayla ifade etmiştir;



Şekil 1.2: Kamu yönetiminde denetim mekanizması ilişkileri

Şekil 1.2’de görüldüğü üzere sonuçlara ulaşabilmek ve hedefleri gerçekleştirilebilirliğini yani sürdürülebilirliğini sağlayabilmek için tabandaki girdinin optimizasyonu gereklidir. Bu döngü bize açıkça bir başarıya ulaşmada verimlilik olgusunun önemini göstermektedir.

### **1.13. Bölgesel Politikadaki Değişim ve Rekabet Edebilirlik**

Bu bölümde bölgesel kalkınma politikalarındaki rekabet edilebilirlik etkisi kapsamında değişimi incelenecektir.

#### **1.13.1. Dönemsel Değişimler ve Bölgesel Politika**

Değişen ve gelişen dünya ekonomisinde ulusal kalkınma politikalarının olduğu gibi bölgesel kalkınma politikalarının da gördüğü rağbet artarak devam etmektedir, özellikle 1950’li yıllar sonrası gerek dış ticaretin gerek bölgeler arası farkların artan bir şekilde ivme kazandığı düşünüldüğünde ortaya çıkan olumsuzlukları ortadan kaldırmak ve fırsat yaratmak için bölgesel politikalar dönemin güncel koşulları çerçevesinde güncellenerek kullanılmıştır. Geleneksel üretim toplumunun teknoloji ile bilgi toplumuna evrilmesiyle birlikte ortaya çıkan sorunlar ve bölgelerin gelişim süreçlerini üç evre olarak ele almak mümkündür. Bunlar; geleneksel bölgesel politikalar dönemi (1945-1970), geçiş dönemi (1970 – 1990) ve bölgesel paradigma dönemidir (1990- ) (Kara, 2008).

#### **1.13.2. Geleneksel Politikalar Dönemi (1945–1970)**

Bölgesel gelişim ve kalkınma kavramının popülerliğinin artmasına etken olan sebeplerden birisi de II. Dünya Savaşıdır. Savaşın arkasında bıraktığı yıkıntı ve çökmüş olan sistemlerin tekrardan güçlendirilmesi ve ayağa kaldırılması için birçok ülke bölgesel planlara başvurmuştur. Özellikle kentlerin ve ağır sanayinin aldığı yarayı sarmak, artan işsizlikle mücadele etmek ve tarım bölgelerinden kentlere olan göçlerin kontrolü için bölgesel planlar devlet müdahalesinde olmuştur (Bachtler ve Yuill, 2001).

II. Dünya Savaşı sonrasında çöken ekonomilerin serbest piyasa koşullarından ziyade devlet müdahalesi olmadan düzelmeyeceği düşüncesi hakim olmuştur. Bu bağlamda da devletten beklenti artmış ve refah devleti anlayışı hakim kılınmıştır. Devletten ekonomiyi krize sokmadan yönetmesi ve eşitsizliklerin önüne geçmesi beklenmiştir (Tekeli, 2004). 1950’li

yıllara gelindiğinde uygulanan ekonomik politikalar büyümenin sağlanması amacıyla uygulanmış ve bu devlet müdahalesi ile yapılmıştır. Sosyal refah devleti anlayışının altyapısını oluşturan bu politikalar devletin yatırımları ve insanların gelir düzeylerinin dengelenmesi ile gerçekleşeceği düşünülmektedir. Bu dönemde gündemde olan sektörler ve gelir dağılımında denge kavramlarına bir yenisini olan bölgeler arası denge kavramı da eklenmiştir (Eraydın, 2004). Bu sayede 1960'larda bölgeler arasındaki eşitsizliğin azaltılması konusu gündemde olacaktır.

Bölgeler incelendiğinde ortaya çıkan problemlere üst başlık olarak büyüme kat sayısı düşük bölgeler, düşük gelir, yüksek işsizlik oranları, alt yapı ve ulaşım sorunları demek mümkündür. Bu problemlerin çözümü için uygulanan dört farklı politika mevcuttur (Bachtler ve Yuill, 2001). İlk politika hibe, kredi, vergi muafiyeti, işçi eğitim yardımları, sübvansiyonlar gibi devletin verdiği teşviklerdir. İkinci politika ise altyapı yatırımlarıdır, bu yatırımlar özellikle kırsala ve düşük nüfuslu bölgelere uygulanmıştır. Üçüncü politika daha çok kamunun elinde olan sanayiler ile hedeflerin gerçekleştirilmesine yöneliktir. Dördüncü ve son politika ise hem nüfusun hem de büyümenin daha geniş ve geri kalmış bölgelere yönlendirilmesi amacıyla kamu ve özel sektör girişimlerinin yerlerinin değiştirilmesine yöneliktir. Bu politikalar amacıyla devlet destekli büyümenin sağlanması amaçlanmıştır (Kara, 2008).

Devletçi uygulamalar ile ortaya çıkan maliyetlerin optimize edilmesi, kaynak kullanımının doğru ve verimli bir şekilde yapılması amaçlar arasına girmesiyle birlikte yapılacak olan yatırımların yer seçimi de başlı başına bir konu haline gelmiştir (Eraydın, 2004). Ancak yapılan yatırımlar uygulayıcılar tarafından doğru yönlendirilmemesi ekonomik faaliyetlerden beklenen aksiyonu karşılamamıştır. Uygulanan planlar tabandan tavana yapılmak yerine tavandan tabana yapılmış ayrıca talebe yönelik yapılan yatırımlar da firma düzeyindeki problemleri çözerken bölgedeki problemlerin çözümünde yetersiz kalmıştır (Bachtler ve Yuill, 2001). Bu bağlamda kalkınma ve büyümede yer seçimi üzerine literatüre birçok teori kazandırılmış ve böylece bölge bilimi ortaya çıkmıştır (Eraydın,2002). Süre gelen dönemde dışardan gelen yatırımları yönlendirme ve bölge planları konusunda yapılan planlar 1970'lerin başlarına kadar bu yolla uygulanmıştır.

### 1.13.3. Geçiş Dönemi (1970-1990)

1960'ların sonunda başlayıp, petrol krizleri ile 1970'lerin ortasına kadar varlığını devam ettiren ekonomik bunalım döneminin, aslında devlet eliyle yürütölen planların fayda ve geçerlilik algısını ortadan kaldırmıştır. Zaten kısıtlı olan kaynakların, devletin de ekonomik buhrana girdiği dönemde yönetememesi bölgesel düzeydeki bölge planlarına ket vurmuştur (Eraydın, 2002). Dönemin temel sıkıntılarına bakıldığında; ekonominin büyümesinin azalan ivmede olması, enflasyon, yatırımlardaki durgunluk ve işsizlik problemleri yaygın olarak görölmektedir (Bachtler ve Yuill, 2001).

Dünya genelinde varlığını sürdürmeye devam eden ekonomik buhran ile devletlerin bu krizi yok etmek için farklı yöntemler ile çabalamaktadır. Özel sektörlerdeki firma sahipleri de üretimlerini bu dönemde emeği ucuz olduğu yerlere kaydırmaya çalışarak krizin etkilerinden minimum zarar görmek için uğraş içindedirler. Bunların neticesinde refah devleti anlayışının çatırdamaya başladığını ve devletçilik politikaları ile yönetilen ölkelerin, bölgelerin güçsüz kaldığı göz önüne çıkmıştır (Tekeli, 2004). Akabinde devletin uyguladığı kalkınma politikalarının devlete zarar verdiği anlaşılmış, önceki dönemlerde yapılan sübvansiyonlar ve devlet teşvikleri askıya alınmıştır. Piyasaların serbestleşmesine yönelik çalışmalara ağırlık verilirken bölgesel politikalar ve bölgesel farkları ortadan kaldırmaya yönelik çalışmalar göz ardı edilerek oraya ayrılan kaynak ekonomik kalkınma ve krizden kurtulmaya yönlendirilmiştir (Bachtler ve Yuill, 2001).

1980'li yılların başlarına gelindiğinde dünya genelinde bir küreselleşme ve dış ticaret olgusu kasırğa gibi esmekteydi. Bu süreçte kalifiye iş gücüne sahip olan, Ar-Ge çalışmalarına önem gösteren ve rekabet gücü yüksek bölgeler kendilerini göstermiştir ayrıca bu bölgelere yine güçlü bir devlet müdahalesi yapılmış ve uygun kaynak bölgeye aktarılmıştır. Ve böylece yeni bir bölgesel plan dönemi başlamış bu dönemle birlikte “kendiliğinden gelişme ve bölgesel ve yerel girişimlere dayalı gelişme” kavramları ortaya çıkmıştır. Bu kavramlar ile devlet kontrolünde yapılacak planlara ek seçenek belirlemiştir (Eraydın, 2002). Bu bağlamda “bölge” kavramının yerine, içsel büyüme mekanizmaları ile çalışan “yerel” kavramı gelmiştir (Eraydın, 2004).

1960'lı yıllarda dar bir çerçeveye sıkıştırılan ve yarı kapalı iktisadi sistemin yerine, 1980'in ortalarında dünyaya açılmış, iktisadi her yapı ile iş birliği içerisinde çalışan sistem bölge

olarak tanımlanmıştır (Eraydın, 2004). Yapılan yeni tanımlama neticesinde bölge kavramının bu dönemde gelişimi tabandan tavana olacak şekilde yerel yöneticilerin küçük işletmeleri ve bölgede faaliyet göstermek isteyen girişimcilere yapacağı destekler neticesinde içsel büyüme mekanizması ile tetiklenecek olup, oluşan sosyo-ekonomik sıkıntıların çözülmesi için yerelin de çabalaması ve politika üretmesine imkân sağlamıştır (Bachtler ve Yuill, 2001).

Büyük sanayi kentlerini vuran kriz sonrası nüfus yoğun kentlerde meydana gelen problemler sonrasında, KOBİ'lerin desteklenmesi ve küçük sanayi sitelerinin oluşturulması ile yeni bir sürece girilmiş, uygulanan politikalar sayesinde büyümede hızlı bir biçimde pozitif ivme kazanılmıştır. Bu gelişmeler neticesinde bölgelerin öz kaynak kullanımı ile içsel büyüme mekanizmasını tetiklemesine "İçsel Büyüme Dayalı Bölgesel Gelişme" denmiştir. Bu kavram bölgelerin kümülatif bir şekilde çalışmasının oluşturduğu dışsallık üzerinde durmuştur (Eraydın, 2004).

Tabandan kalkınmanın etkisini gösterdiği bu dönemde, içsel büyümenin etkilerinin olumlu etki oluşturması ile beşerî sermayenin de gelişimini sağlamak amaçlanmış ve teknolojinin içsel büyüme mekanizmasında bir değişken olarak görülmüştür. İşletmelerin belirli bir bölgede kümelenmesinin avantajları ile yerel kurumların kalkınma üzerindeki rolünün etkinliği arttırılmıştır (Martin, 2004).

#### **1.13.4. Bölgesel Paradigmalar Dönemi (1990- )**

Küreselleşen dünyada 1990'lı yılların önemi büyüktür. Sınırları çizilmiş bir alana sıkıştırılmış ekonomik sistemlerin yıkılması ve teknoloji çağının sanayi toplumunu evrimleştirmesi ile başlayan bu serüvende ulus devletlerin yerini bilgi toplumlarına ve küresel bir dünyaya bırakmıştır (Martin, 2004).

Ekonomik yapıların ulusal ticaret zincirleri halinde birbirine eklenmesi ve devletlerin aralarındaki sınırları ortadan kaldırması ile ortaya çıkardığı avantajların yanında sorunlarda göze çarpıcı şekilde artmıştır. Bu sorunlar zaman içerisinde küreselleşmenin avantajlarından faydalanan bölgelere katma değer sağlarken, bu avantajları yakalayamayan bölgelere ise daha çok sıkıntı olmuştur. Bu bağlamda bölgeler arası farklar ekonomilerin tekrardan gündeminde yer almıştır (Kara, 2008). Artan dış ticaret ve üretimin etkisiyle metropol

şehirlerin rekabet edebilirliği de artmaktaydı ancak nüfusu az, dış yatırımlardan uzak ve ticaretin etkin rol oynamadığı bölgeler rekabet edilebilirlik açısından da geri kalmış durumdaydı. Bu durum bölgeler arası farkların açılmasına sebep olmuştur (OECD, 1997).

Sürecin kontrolü ve geri kalmışlığın ortadan kaldırılması için politikalar üretilmeye başlanmış, bu politikalar OECD, Avrupa Birliği gibi kuruluşlar tarafından desteklenerek büyüme dinamiklerinin harekete geçirilmesi hedeflenmiştir. Bu dinamiklerin çalışması ve büyümenin hızlanması, bölgesel kümelenmelerden geçtiği düşünülmektedir (Bachtler ve Yuill, 2001).

Bölgesel kalkınma için günümüzde de kümelenmenin değişkenleri kullanılarak politikalar üretilmekte olup, devletler kümelenmenin etkisiyle uzmanlaşmanın sağlandığı bölgelere yönelik politikalar ile desteklemektedir (Eraydın, 2002). Bu çerçevede uygulanan politikalar eşliğinde bölgenin kalkınması sağlanarak büyüme katsayısındaki artışlar gözle görülür olmuş, ayrıca bölgedeki uzmanlaşmanın bölgeler arası paylaşımı, Ar-Ge çalışmalarına verilen önem ve bölgelerin oluşabilecek olan sıkıntılara karşı direnç seviyesinin artışı politikaların başarısı olarak nitelendirilmiştir (Rainnie, 2002).

#### **1.14. Bölgelerarası ve Bölgesel Düzeyde Analiz Yöntemleri**

Küreselleşen ve gelişen dünya ekonomisinde ulusların rekabet eğilimleri ve aralarındaki rekabetçilik dönemin en önemli konularından biri olmuştur. Bu bağlamda M. Porter rekabet gücünü firma ve sektör bazında ölçebilmek için önceden belirlediği 10 ülkede 100'den fazla sektör üzerinde çalışma yapmıştır. Yapılan çalışmalar sonucunda ortaya çıkan elmas modeli dört ana değişkenden oluşmaktadır. Bunlar; bir ülkenin alt yapı ve nitelikli işgücü, ülkedeki endüstriyel ürünlere olan talep, ülkede küresel piyasada rekabet eden endüstriyi destekleyen yan endüstrilerin oluşması ve firmalar arası rekabettir. Bu analiz firmaların organizasyonunu tespit eder. Rekabet yapısı endüstrilerin ve ulusların rekabet üstünlüğünü etkilemektedir (Porter, 1990).

##### **1.14.1. Porter Elmas Modeli**

Porter Elmas Modeli dört ana temel üzerine kurulmuş ve bu unsurlar çerçevesinde firmaların rekabet üstünlüklerini belirlemeye çalışmıştır. Temeli oluşturulan etkenler sayesinde

firmaların, faaliyet gösterdikleri sektördeki rekabet ettikleri ortamın betimlemesi yapılmaya çalışılmıştır. Elmas modeli çerçevesinde rekabet üstünlüklerinin artırılması için yerel yönetim faktörlerinin etkin bir şekilde faaliyet göstermesi, üretilen ürünün ticari pazarının olması, bölge üzerinde kümelenmelerin oluşturulması gerektiği ortaya konulmuştur.

Porter elmas modelini faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici sanayi ve firma stratejisi, yapısı ve rekabet durumu üzerine kurmuş olup dış etkenler olarak ise kamu ve paydaş destekleri de rekabeti etkileyen koşul olarak belirlenmiştir.

#### **1.14.1.1. Faktör Koşulları**

Faktör koşulları olarak Porter ülkelerin vasıflı işgücünü, sermayesini, doğal kaynaklarını, uzmanlık seviyesini, teknolojiye uyumunu, hammaddeleri ve sanayilerin rekabet gücünü ve ulusal veya uluslararası pazardaki rekabet gücünü oluşturan kurum ve kuruluşları içermektedir (Alsaç, 2010).

Üstünlüklerin sağlanması konusunda en önemli etkenler olarak nitelendirilen bu koşullar, hükümetlerin uyguladığı politikalar, teknolojik gelişmeler ve kültürel gelişmelerle birlikte ilerlemesiyle olumlu sonuçlar alınacaktır. Ayrıca Porter, piyasada kolay erişilebilir olan faktörlerin (niteliksiz işgücü, hammadde vb. gibi) firmaların rekabet üstünlüğüne herhangi bir fayda sağlamayacağını belirtmiştir (Porter, 1990).

Elmas Modeli için girdi koşulları kısaca, bir ülkenin üretimde kullandığı teknolojiyi ve kaynakları kendi oluşturabiliyor olması ve üretimde kullanılan ana ve ara ürünleri ithal eden sektörlerde ikame oluşturabilecek ürünlerin üretimini ve geliştirilmesini sağlaması olarak tanımlanır (Bulu vd., 2004). Rekabet üstünlüğü açısından değerlendirildiğinde girdi koşulları rekabetçiliğin artırılması için üretimde kullanılan girdilerin ülkenin ya da sektörün kendi koşulları ile oluşturmasını zoraki kılar (Keskin, 2009). Ancak Porter rekabet gücü oluşturmak için girdi koşullarının zorunlulukla değil ihtiyaca yönelik geliştirilmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu sebeple ülkeler girdi koşullarını üretebilme kabiliyeti yüksek olan sektörlerde rekabetin güçlenmesi olağandır. Firmalarda ise durum mevcut girdileri ile en yüksek kalitede ve en düşük maliyetle üretim yapan firmaların rekabet üstünlüğü sağlayacaktır (Porter, 1990).

#### **1.14.1.2. Talep Koşulları**

Porter talep koşullarını, ulusal firmaların ürettikleri ürünlere olan talebin ihtiyaçlar doğrultusunda gelişeceği ve değişeceğini savunmuş, bu yüzden firmaların üretimde devamlı yenilikler yapması ve iç – dış talebi karşılaması gerektiğini, ayrıca iç talebin yeniliklere açık olması ve taleplerin devamlı değişmesinin, uluslararası pazarda iç talebin isteklerini karşılayan firmaların rekabetçi yapısını geliştireceğini savunmuştur (Porter, 1990).

Elmas Modeli için talep koşulları kısaca; bir ürünün iç talebinin dış talepten fazla olmasıyla birlikte üretilen ürünlerdeki uzmanlaşmanın, ürün dış pazara açıldığında rekabetini yükselteceğini, iç talebin yenilik ve gelişime açık olması ile üretimi şekillendirmenin rekabetçi yapıyı güçlendireceğini ve iç talebe cevap vermeye çalışan firmaların küresel bazda güç kazanacağını belirtmektedir (Bulu vd., 2004).

#### **1.14.1.3. İlgili ve Destekleyici Endüstriler**

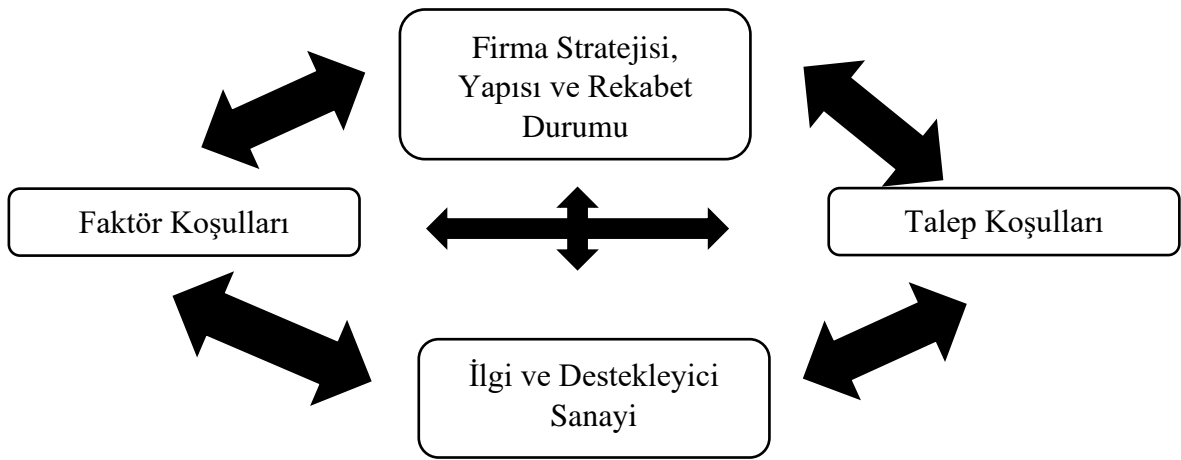
Elmas Modelinde Porter, endüstrilerin mevcut durumlarını ve kaynaklarının ortak kullanıldığı sektörleri ilgili endüstriler, üretimde kullanılan girdileri sağlayan tedarik zincirini ise destekleyici endüstriler olarak tanımlamıştır. Porter (1990)'a göre ilgili ve destekleyici endüstriler yeniliği teşvik eden ve rekabetçiliği arttıran etkenlerdir. İş birliği içerisinde olan sektörlerin başarısı ulusal başarı olarak kabul edilmektedir. Örneğin İtalya deri ayakkabı konusunda başarılıdır ancak deri işleme makinesi üretiminde de başarılı bir ülkedir. Bu bağlamda destekleyici endüstrilerin piyasaya düşük maliyetli ve yeni ürün tedarik etmesi rekabeti güçlendirmektedir. İş birliği içerisinde olan sektörler uzmanlaşma ve yeni ürün geliştirme konusunda avantaj sağlamaktadırlar (Porter, 1990).

#### **1.14.1.4. Firma Stratejisi ve Rekabet Yapısı**

Porter bu bölümde firmaların kuruluş yerlerini, organizasyon şemalarını, yönetim biçimlerini ve ulusal rekabetçiliğini ele almıştır çünkü bu etkenler firmaların rekabet yapısı doğrudan etkilemektedir. Porter'a göre iç pazardaki firmaların düşük rekabeti, bölgesel rekabette firmaları ekonomik yapılarını güçlendirmeye ve zorlamaya iter. Bu sayede ulusal rekabettin güçlendirilmesi için yenilikçi yapıyı oluşturur (Porter, 1990).

Firmaların oluşum süreçleri yurt içi rekabet yapısını belirlemektedir. İlgili sektörde ilgili ve destekleyici endüstrilerin oluşu, endüstrilerin birbirinden bağımsız olarak işlemesi yerine birlik içerisinde güçlü firmaların oluşumunu sağlayacaktır. Bu bağlamda işletmeler bölgesel etkenlerden etkilenecektir (Keskin, 2009).

Makro bazda incelendiği takdirde ülkenin rekabeti, tam rekabet piyasasında ve dışa açık bir durumda olduğunda artacaktır. Bir firma için pazarda güçlü rakiplerinin olması, firmayı yenilik yapmaya ve gelişmeye zorlayacaktır. Bu yüzden ki firma maliyetlerini düşürmek ve kalitesini arttırmak için çabalayacaktır (Alsaç, 2010).



Şekil 1.3: Elmas modeli

#### 1.14.1.5. Kamu ve Paydaş Destekleri Koşulu

Devlet; yukarıda sayılan dört koşulu da etkiler. Bölgesel, ulusal ve uluslararası unsurlar bu faktör başlığında değerlendirilir. Devlet, bu dört faktörü, çeşitli standartların geliştirilmesi, tekel oluşumlarının önüne geçilmesi gibi uygulamalarla, dışarıdan dolaylı olarak etkileyen bir rol oynamaktadır. Örneğin Devlet talebin nasıl şekilleneceği, inovasyon kapasitesinin nasıl geliştirilebileceğini de etkiler.

Paydaş destekleri ise sektörde faaliyet göstermeye çalışan ve sektöre sağlanacak olan yeni girişlerde tecrübe, bilgi aktarımı ve sektör yapısını anlamada yapıcı bir etkiye sahiptir (Porter, 1990).

Şekil 1.3’de de görüldüğü üzere Elmas Modelinin oluşması için unsurların birbiri ile etkileşim içerisinde olması gerekmektedir. Mesela girdi koşullarındaki avantajlar düzeyi yeterli olmadıkça firmaları yenilikçi olmaya teşvik etmeyecektir. Bu bağlamda modeldeki unsurların birbiri arasında tam etkileşimi ve bu unsurların ihtiyaç doğrultusunda geliştirilerek kullanılması, gelişmiş ülkelerin alt yapısını oluşturan bilgi yoğun sektörlerde rekabet avantajı sağlamayı ve bu avantajı sürdürmeyi mümkün kılacaktır (Alsaç, 2010).

#### **1.14.2. Mal ve Hizmet Ticaretinde Yer Seçimi Analizi: Karşılaştırmalı Maliyet Tekniği ve Diğer Yaklaşımlar**

Üzerine birçok makaleye, bilimsel çalışmaya ve projelere konu olan yer seçimi analizleri genel çerçevede bölgesel çalışmalarda yeterli verimi sağlamasa da temel taşı olarak düşünülür. Bu çalışmalarda kullanılan yöntemlerden birisi “Karşılaştırmalı Maliyet Tekniği”dir. Bu teknikte amaç bir üretimde kullanılacak olan hammadde, taşıma ve pazarlama giderlerinin minimize edilip maksimum karlılığın sağlanacağı bölgeleri belirlemek amaçlanmaktadır. Bölgede aktif olarak çalışma yapan üretim zincirinin ölçek ekonomisinden faydalanması amaçlanan analizlerde kullanılabilir. Bu teknikte diğer endüstrilerin durumları, fiyat ve talep kuralları dışsal etken kabul edilip sadece belirlenen endüstri üzerine yoğunlaşılır (Aydemir, 2002).

#### **1.14.3. Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS)**

Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) teknolojinin gelişmesi ve ilerlemesi ile birlikte yapılacak ve yapılmış olan analizlere en büyük veri kaynağı olarak görülmektedir. Yapılacak olan çalışmalara nüfusun demografik yapısı, bölge halkının ekonomik faaliyetleri, okuma-yazma oranı, işgücü, işgücünün dağılımı, kişi başı gelir, ulaşım yolları v.b. birçok veriyi depolayıp analiz etme ve yer belirleme hususunda önemli bir analitik araç olarak kullanılmaktadır.

#### **1.14.4. Bölgesel ve Bölgelerarası Girdi-Çıktı (İnput-Output) Analizi**

Temelinin 1920’lerin sonlarına dayandığı ve daha matematik yoğun bir analiz olduğundan sosyal bilimciler tarafından rağbet görmeyen analizin ilerleyen süreçte II: Dünya Savaşının patlak vermesiyle artan askeri ürün endüstrisindeki talepleri karşılayabilmek amacıyla kullanıma dahil edilmiştir. Teknik çerçevesi incelendiğinde üretilen ürünü başka bir üretim

sürecinde girdi olarak kullanan endüstrilerin toplam talebinin saptanması amacıyla kullanılan bölgesel bir analizdir.

#### **1.14.5. Bölgesel ve Mekânsal Ekonometrik Analiz**

Temelini matematik kuramından alan ve matematiksel bir modelin kurulmasıyla işleyiş sağlayan fonksiyonların geçerliliğini ve güvenilirliğini, istatistiksel yöntemler aracılığıyla elde edilen veri grubuna uygulanan bir test yöntemidir. Yukarıda bahsi geçen yöntemler gibi toplam talebi belirlemeye yönelik kurulan analiz yöntemidir. Ekonominin var oluşuyla başlayan süreci takip eden sorunların çözümünde kullanılmak amacıyla oluşturulan her teorisinin içerisinde ekonometrik teknikler kullanılmıştır. Ayrıca yapılan bölgesel analizlerde değerlendirmeye alınmayan sosyoekonomik etkenlerin birbirleri ile zamana bağlı ilişkileri de ekonometrik analizlerin konusu ve çözümü olmuştur.

#### **1.14.6. Programlama Teknikleri**

Ekonominin giderek geliştiği, değiştiği ve dönüştüğü zamanlar yaşandıkça üretimin en önemli sorununun kısıtlı kaynak ile maksimum verimlilik olduğu anlaşılmaya başlanmıştır. Bu sorunun ortadan kaldırılması için kullanılacak optimal yöntemin ise programlama tekniği olduğu belirlenmiştir. Programlama tekniği, girdi-çıktı tekniğinde olduğu gibi bölgeler arasındaki bağımlılık ön plana çıkartılmış ve buna ek olarak programlamada optimizasyon tekniğini kullanmıştır. Bu sayede diğer tekniklerin aksine daha fazla endüstrinin olduğu sistemleri daha derinlemesine değerlendirmeyi mümkün kılmıştır.

#### **1.14.7. Yerçekimi Modelleri**

Yerçekimi modelinde; belirlenen kurallar çerçevesinde bölge bir küme olarak görülür. Bu çerçevede oluşturulan kümenin her bir etken birimini belirlenen kurallar ile yönetilir, bu kurallar kimi zaman kümenin yapacağı işlemleri arttırırken kimi zamanda azaltma yetkisine sahiptir. Bölgeler arasındaki bağlantılar da bu kümelerin birbiri ile etkileşiminden sağlanır. Belirlenen kurallar ile yönetilen bu kümelerin ve kümenin içinde bulunan her bir birimin davranışları kurallara bağlıdır.

#### **1.14.8. Sosyal Muhasebe Matrisleri (SMM)**

Yukarıda anlatılan modellerin çoğunda ekonomik refah ele alınırken sosyal refah göz ardı edilmiştir. Sosyal Muhasebe Matrisi (SMM) literatürde diğer modellerden farklı olarak sosyal refah üzerine literatüre katkıda bulunmuştur. Konu ile ilgili ilk çalışmanın, alan yazın taraması yapıldığında Richard Stone'nin yaptığı “Sosyal Hesaplar Matrisi” olduğu ve konunun temel taşı olduğu görülmektedir. Devam eden süreçte Pyatt ve Thorbecke'un sosyal muhasebe kavramını geliştirdiği ve SMM olarak evrilmesi ile kavramın politika üretiminde kullanılmasıyla literatüre kazandırılmıştır. SMM sayesinde sosyo-ekonomik bir düzendeki bütün birimlerin birbirleri ile etkileşim ve paylaşımlarının incelenmesine olanak sağlanmıştır. Bu bağlamda sosyal hizmetlere yönelik uygulanacak ve geliştirilecek olan politikalarda yöneticilere yardımcı olmuştur (Aydemir, 2002).

#### **1.14.9. Bölgelerarası Genel Denge Modelleri**

Model daha önceki modellerin eksik kaldığı, uygulama yaparken değinmediği ve optimal bir sonucun alınmasının mümkün olmadığı anlaşılması üzere oluşturulmuştur. Oluşturulan yöntemde pazar dengesi temel taşı olarak belirlenmiş ve piyasanın oluşturduğu fiyatların üretim tüketim sistemine olan etkisi aynı zamanda coğrafi etkenlerin de paylaşımları etkilediği varsayılmıştır. Gerçeğe en yakın model olmasına rağmen bu modelde de kısıtlamalar mevcuttur.

#### **1.14.10. Bölgelerarası ve Mekânsal Mikrobenzetim**

Zamanının teknolojisinin bölgeler arası denge modellerinin çok fazla değişkenli ve kısıtlı yapısını çözmeye yetersiz kaldığı anlaşıldığından problemlerin olabildiğince fazla yöntem ile teste tabii tutulması gerektiği üzerine mikro benzetim diğer modellere de destek amacıyla kullanılmıştır. Orcutt (1957) tarafından geliştirilen modelde olasılıklar ve benzetmeler üzerine yoğunlaşmış ve yapılacak olan analizlere farklı bir yorumlama katmıştır.

## 2. LİTERATÜR ÖZETİ

Lipschitz ve McDonald (1991), iki farklı rekabet edebilirlik değişkenini aynı para birimine dayanan mal piyasasında iş gücü maliyetine ve fiyat endeksine dayandırarak incelemişlerdir. Sonuç olarak da büyümesi hızlı ilerleyen ülkelerde gelişmiş rekabet gücünün büyümeyi tetiklediğine, yavaş büyüyen ülkelerde ise rekabet gücünün bozulmadan artırılması gerektiği sonucuna ulaşmışlardır.

Marsh ve Tokarick (1994) yaptıkları çalışmada G7 ülkelerinin rekabetçiliğini ölçmek amacıyla talep, fiyat, ihracat ve işgücü maliyetleri ile yaptıkları ampirik çalışma sonucunda yapılan analizin tam anlamı ile sonuç vermediği ve ülkeler arasında aynı şekilde çalışmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) (1996) tarafından yapılmış olan “*İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması*” adlı çalışmada Temel Bileşenler Analizi (TBA) tekniği ile 58 değişken kullanılarak 76 ilin sosyo-ekonomik düzeylerini belirlemek ve illerde yapılacak olan çalışmalara fayda sağlayabilmek amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın sonucu olarak en gelişmiş iller İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Kocaeli olarak belirlenmiştir.

Huavari vd. (2001) Finlandiya da yürüttüğü “*Rekabetçilik Endeksi*” çalışmalarında dört temel değişkeni ele alarak oluşturduğu endeks ile uzun dönem refah düzeyleri arasındaki ilişkiyi açıklamıştır.

Carlin (2001) yaptıkları çalışmada 14 OECD ülkesinin belirledikleri 12 imalat sektöründe işçi maliyetleri ile pazar paylarının arasındaki ilişkiyi bulmak için maliyetlerin ve teknolojinin etkisinin önemli olduğu ancak sonuca ulaşmada yeterli olmadığını anlamışlardır. Ayrıca rekabetin arttığı piyasalarda sanayinin esnekliği artmıştır.

Aydemir (2002) “*Bölgesel Rekabet Edebilirlik Kapsamında İllerin Kaynak Kullanım Görece Verimlilikleri: Veri Zarflama Analiz Uygulaması*” adlı tezinde illerin rekabet edilebilirlik kapsamında girdi sarfiyatını ele almak ve çıktı verimliliğini incelemek amacıyla çalışma yapmıştır. Veri Zarflama Analizini (VZA) kullanarak 8 girdi ve 1 çıktı esas alınacak şekilde yapılan analizde 77 ilin verileri ile çalışmıştır. CCR model tahmin sonuçlarında 37 il, BCC

model tahmin sonuçlarında ise 56 ilin çıktı verimliliği ideal seviyede olduğunu tespit etmiştir.

DPT (2003) tarafından yapılmış olan “İllerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması” adlı çalışmada TBA yöntemi kullanılarak 58 değişken ile 81 il üzerinde analiz yapılmıştır. Analizler sonucu 1996 yılındaki analize kıyasla 25 ilin konumlarında gelişme olduğu fark edilmiştir.

Özdemir ve Altıparmak (2005) “*Sosyo-Ekonomik Göstergeler Açısından İllerin Gelişmişlik Düzeyinin Karşılaştırmalı Analizi*” adlı çalışmalarında TBA yöntemini kullanarak 81 il üzerinde 38 değişken ile yaptıkları analizde sağlık açısından en gelişmiş il Ankara, Eğitim açısından en gelişmiş il Bilecik, İktisadi açıdan en gelişmiş il İstanbul, İmalat Sanayi açısından en gelişmiş il Kocaeli olarak açıklanmışlardır.

Kara (2008) “*Bölgesel Rekabet Edebilirlik Kavramı ve Bölgesel Kalkınma Politikalarına Yansımaları*” adlı uzmanlık tezinde bölgeler arası rekabet edilebilirlik farklarını belirlemek amacıyla yaptığı çalışmada TBA yöntemi ile 81 il ve 26 alt bölge üzerinde 30 değişkenli analiz yapmış, İktisadi açıdan en gelişmiş bölgeler TR10, TR51, TR31; yenilikçilik açısından en gelişmiş bölgeler TR10, TR41, TR51; Beşerî sermaye açısından en gelişmiş bölgeler TR10, TR51, TR31 olarak bulmuştur.

Omisakin ve diğ. (2009) yaptıkları çalışma Toda-Yamamoto ve ARDL yöntemi ile Nijerya’daki yaptıkları çalışmada doğrudan yabancı yatırım, ekonomik büyüme ve dış ticaret arasındaki ilişkiyi ortaya koyabilmek için yapılmıştır. Sonuç olarak dış ticaretin rekabet gücünü artırıcı etken olarak bulunmuşlar ve büyümeye olumlu etkisini ortaya çıkarmışlardır.

Jangili (2011) yapmış olduğu çalışmada Hindistan’ın 1950’den 2008’e kadarki süreçteki büyüme, yatırım ve tasarruf arasındaki ilişkiyi irdelemek amacıyla eş bütünleşme ve nedensellik teorileri ile tasarrufların yatırıma dönüşebilen kısmının büyümeye ve rekabet endeksine pozitif etkisinin olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Erkan (2012) yaptığı çalışmada Türkiye ve BRIC ülkelerinin ihracattaki ortak tavırlarını 1993-2010 yılları arasındaki veriler ile kıyaslamış ve sonucunda rekabet endeksi hesaplanmıştır. Yapılan kıyaslama ile Türkiye emek ve sermaye yoğun, BRIKS ülkeleri ise hammadde ve emek yoğun ürün ihracatında uzmanlaşmıştır.

Bournakis ve Tsoukis (2013) yaptıkları çalışmada OECD devletlerinin ekonomilerinde kurumlar ve ihracat arasındaki bağlantı ile işgücü maliyetinin ve AR-GE çalışmalarının maliyetlerini ihracatın artışına olan etkisi incelenmiş ayrıca girişimcilik, doğrudan yabancı yatırım, girişimcilik ve rekabet edilebilirliğin kısıtlanması uluslararası pazarda ihracat yüzdesini azaltmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kalkınma Bakanlığı (2013) “İllerin ve Bölgelerin Sosyoekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması” adlı çalışmada illerin gelişmişlik düzeylerini belirlemek ve illerde yapılacak olan çalışmalara katkı sağlamak amacıyla çalışılmıştır. TBA yöntemi kullanılan analizde 81 il üzerinde 61 değişken ile birinci kademe illerin İstanbul, Ankara, İzmir, Kocaeli, Bursa, Eskişehir; altıncı kademe illerin ise Doğu Anadolu ve Güney Doğu Anadolu bölgesindeki 15 il olduğunu bulmuştur.

BAKKA (2013) tarafından yapılan çalışmada önce üç yıldız analizi ile TR81 illerinin sektör ölçeklemeleri yapıldıktan sonra belirlenen sektörler üzerinde illere rekabet analizi uygulanmış ve eylem planı hazırlanmıştır. Yapılan çalışmada ortaya çıkan tüm sektörlerde düşük olan rekabet endeksi artırılmasına yönelik eylem planları ile eğitim ve ihtisaslaşma alanlarında desteklerin verilmesi gerektiği ve bölgenin yerel kamu kurumlarının desteklemeleri gerektiği öne sürülmüştür.

Bierut ve Kuziemska (2016) yaptıkları çalışmada panel regresyon analizi yöntemi ile 28 AB ülkesinin 1995 -2014 yılları arasındaki pazar payları ile teknolojik gelişmelerdeki rekabet gücünün ihracata olan etkisini ortaya koymuşlardır.

Madzova (2018) yaptığı çalışmada Makedonya'nın ihracat performansını araştırmış ve bu kapsamda küresel rekabet edilebilirlik endeksi ile regresyon analizi yapmış neticesinde ise ihracat ile rekabet gücü arasında pozitif bir ilişki bulmuştur.

Ünal (2019) yaptığı çalışmada Sivas ilinde imalat sanayinde faaliyet gösteren sektörlerle üç yıldız analizi uygulayarak kümelenme modeli çıkarmaya çalışmış, daha sonra yaptığı saha çalışması ile rekabet üstünlüklerini belirlemeye çalışmıştır. Bu bağlamda yapılan analiz sonucu Sivas ili için örnek bir kümelenme modeli ortaya konulmuştur.

Kurtulmuş ve Karaman (2021) yaptıkları çalışmada 2006-2016 yılları arasındaki ekonomik verileri ile yaptıkları analizin sonucunda Ar-Ge çalışmalarının rekabete olumsuz, patent sayılarının ise küresel rekabeti pozitif etkilediğini ortaya koymuşlardır.

Kuşat ve Atlas (2021) yaptıkları çalışmada BRIKS ve Türkiye arasındaki rekabet edilebilirliği kıyaslamış ve sonuç olarak Türkiye'nin rekabet edebildiği tek sektörün gıda olduğunu ortaya koymuşlardır.

Yapraklı ve Aslan (2022) TRA1 bölgesi illeri (Erzincan – Erzurum – Bayburt) kümelenme potansiyelini ve mukayeseli rekabet gücünü belirlemek üzere yapılan çalışmada Nace Rev. 2 kodu imalat sanayinde ki sektörler için uyguladığı üç yıldız analizi ve Porter'in Elmas Modeli ile saha çalışması yaparak, üç yıldız analizi sonucu hizmet sektöründe kümelenmeye yatkın olduğunu, saha araştırmasında ise Erzurum'un rekabet gücünün diğeri iki ilden daha iyi olduğunu ortaya koymuştur.

Tablo 2.1: Türkiye’de yapılan rekabet edilebilirliğin ölçülmesine yönelik analizler

Yazar	Amaç	Yöntem	Sonuç
DPT (1996)	Şehirlerin gelişmişlik seviyelerini öğrenmek ve uygulanacak olan politikaları belirlemek	TBA, 76 Şehir, 58 Değişken	En gelişmiş illerin Bursa, Kocaeli, İzmir, Ankara ve İstanbul olduğu belirlenmiştir.
Aydemir (2002)	Şehirlerin optimal kaynak kullanımını ele almak ve verimliliklerinin rekabet edilebilirliğini ölçmek amaçlanmıştır.	VZA, 77 Şehir, 8 Girdi ve 1 Çıktı.	CCR ve BBC tahmin sonuçlarında, CCR’a göre 37 şehir, BBC’ye göre 56 şehir verimli bulunmuştur.
DPT (2003)	Şehirlerin gelişmişlik seviyelerini öğrenmek ve uygulanacak olan politikaları belirlemek	TBA, 81 şehir, 58 değişken	Bir önceki çalışmadan farklı olarak yirmi beş ilde ilerleme tespit edilmiştir.
Özdemir ve Altıparmak (2005)	Şehirlerin gelişmişlik düzeyini tespit etmek.	TBA, 81 şehir, 38 değişken	Kategorize edilmiş şekilde en gelişmiş iller tespit edilmiştir.
Güngör ve Demirgil (2005)	Bölgelerin kaynak kullanımını rekabet edilebilirlik açısından incelemek.	Bulanık VZA, 24 şehir, 8 girdi- 1 Çıktı.	Kaynak kullanımı kapsamında Bolu ve Isparta'nın verimli, Kütahya ve Yozgat'ın verimsiz olduğu kesin olarak ortaya konulmuştur.

Tablo 2.1: (devam ediyor).

Örkcü ve Kardiyan (2006)	İstatistiki yöntemlerin mukayese edilebilmesi için şehirlerin gelişmişlik düzeylerini belirlemek.	ÇDİY, VZA, 81 şehir, 14 değişken.	İllerin gelişmişlik sıralamasında CCR ve BBC ile TBA modelleri arasında eşdeğer ilişki vardır.
Alkn, Bulu ve Kaya (2007)	Şehirlerin rekabet edilebilirlik analizini yaparak karşılaştırmada bulunmak.	Endeks, 81 şehir, 36 değişken.	Rekabet edilebilirliği en kötü şehir Ardahan, en iyi il İstanbul.
Kara (2008)	Bölgelerin rekabet edilebilirliği belirleyerek politika üretmek.	TBA, 81 şehir ve 26 alt bölge, 30değişken	Kategorize edilerek en iyi bölgeler belirlenmiştir.
Kalk. Bak. (2013)	Şehirlerin gelişmişlik seviyelerini öğrenmek ve uygulanacak olan politikaları belirlemek	TBA, 81 şehir, 61 değişken	6 kademe olmak üzere gelişmişliklerine göre iller kategorize edilmiştir.

Türkiye’de yapılan rekabet edilebilirliğin ölçülmesine yönelik analizler Tablo 2.1’de sunulmuştur.

### **3. MATARYEL VE METOT**

Çalışmanın bu bölümünde; araştırmanın amacı, araştırmanın önemi, araştırma soruları, araştırmanın yöntemi, kullanılan veri toplama teknikleri, evren ve örnekleme, ön uygulama, soruların geçerliliği ve güvenilirliği, veri analizi ve bulgular gibi başlıklara yer verilmiştir.

#### **3.1. Araştırmanın Amacı**

TR81 bölgesinde kalkınmasında etken olan faktörlerin belirlenmesi amacıyla, bölgede faaliyet gösteren sektörlerin rekabet güçlerinin ortaya çıkarılması için, Nace Rev. 2 kodu imalat sanayinde faaliyet gösteren firma ve istihdam sayıları üzerine istatistiki analiz uygulanması ve faaliyet gösteren firmalara anket çalışması yapılarak, bölgedeki ekonomik ve ticari yapının analizinin yapılarak rekabet gücü yüksek sektörler arasında bölge bazında kümelenmeye ve iş bölümüne gidilmesi, bölgesel bir prototipinin geliştirilerek rasyonel bir bölgesel sektör işbirliği dağılımı çıkarılması, buna göre kalkınma plan ve politikaları geliştirilmesi için alt yapı kurulması ve uygulamaları desteklemektir.

Nihayette amacımız; analiz sonucunda bölgede mukayeseli ve mutlak üstünlüklere dayalı, input-output analizine dayalı, entegre bir sektörel kalkınma modeli geliştirilmesi için alt yapıya zemin hazırlamaktır.

#### **3.2. Araştırmanın Önemi**

Ulusal kalkınma kutuplarının tetikleyicisi olan yerel kalkınma dinamiklerinin, geri kalmış olan TR81 bölgesinde harekete geçirilmesi büyük önem arz etmektedir. Rekabet gücü düşük olan sektörlerin rekabet gücü yüksek olan sektörlerle destek olacak dönüşümünü sağlayarak kümelenmesine entegre edilmesi ve rekabet gücünün hızlandırılması ve bölgenin diğer bölgeler arasındaki gelişmişlik farkının giderilmesinde ekonomik kaldıraç görevi yapması çalışmanın başka bir boyutunu oluşturmaktadır. Ayrıca bölgede faaliyete geçirilen Sakarya Gaz Sahasının ve Filyos Liman projelerinin akabinde, bölgede sektörel rekabet gücünün belirlenmesi ve kümelenme potansiyeli olan sektörlerin belirlenmesi üzerine yapılan ilk çalışma olması ve literatüre katkı vermesi çalışmanın önemini ifade etmektedir.

### 3.3. Araştırmada Temel Sorular

Tez çalışmasının temel sorusu ‘‘TR81 bölgesinin rekabet gücü nedir?’’ şeklinde ele alınmıştır. Temel soru bağlamında faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici kuruluşlar, firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu ve kamu ve paydaş destekleri şeklindeki rekabet aktörleri bazındaki belirlenen göstergelerin rekabetçilik yapısına etkisi inceleme konusu olmuştur. Temel soru neticesinde belirlenen alt sorular şu şekildedir;

S1: TR81 bölgesinde yığılmanın yaşandığı sektörler hangileridir?

S2: TR81 bölgesinin rekabet gücü nedir?

S3: Sektörel rekabet yapısı incelendiğinde TR81 bölgesinde ve illerinde rekabet gücü yüksek olan sektör/sektörler hangisidir?

S4: Gereklili girişimlerin yapılması neticesinde yerel ve ulusal kalkınmaya pozitif etki edecek sektör/sektörler hangileridir?

S5: Faktör koşullarının TR81 bölgesindeki rekabet üzerindeki etkisini pozitif etkiler mi?

S6: Talep koşullarının TR81 bölgesindeki rekabet üzerindeki etkisini pozitif etkiler mi?

S7: İlgili ve destekleyici kuruluşlar TR81 bölgesindeki rekabet üzerindeki etkisini pozitif etkiler mi?

S8: Firmaların stratejileri, yapıları ve rekabet yapıları TR81 bölgesindeki rekabet üzerindeki etkisini pozitif etkiler mi?

S8: Kamu ve paydaş destekleri TR81 bölgesindeki rekabet üzerindeki etkisini pozitif etkiler mi?

### 3.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nicel ve nitel araştırma yöntemleri bir arada kullanılarak hem veri analizi hem de anket çalışması yapılmıştır.

Araştırmanın teorik kısmında alanyazın taraması yapılmış olup derleme bir çalışma yapılmıştır. Ampirik alışma kısmında ise veri toplama, tasnif etme, anket çalışması ve veri analiz etme çalışmaları yapılmıştır.

Bu çalışmada yapılan analizde Batı Karadeniz illeri olan Bartın, Karabük ve Zonguldak'ın iller bazında birbirleri ile sektörel rekabet seviyelerini ölçmek ve karşılaştırma yapmak üzere Porter'ın üç yıldız analizi yöntemi kullanılmıştır. Daha sonra her üç ilde girişim sayılarına göre öne çıkan 15 sektör üzerinde anket uygulanarak hem sektörlerin iç dinamikleri SPSS programı uygulanarak test edilmiş hem de ilgili sektörlerin dış paydaşlarının görüşleri alınarak rekabet üstünlükleri açısından illerin sıralaması yapılmıştır. Bu bağlamda incelenen veriler TÜİK, Türk Patent Enstitüsü, Kastamonu Vakıflar Bölge Müdürlüğü, Türkiye Odalar Borsalar Birliği ve İl Valiliklerinden temin edilmiştir.

Çalışmada TR81 bölgesi illerinin kümelenme potansiyelini ve rekabetçiliklerini ortaya koyabilmek için, önde gelen sektörlerini ve gelişmiş yönlerini ortaya çıkarmak amacıyla Nace Rev. 2 kodu imalat sanayinde faaliyet gösteren sektörlerin firma ve istihdam sayıları temin edilmiş ve bu veriler üzerinde üç yıldız analizi uygulanmıştır. Analizde belirlenen il ya da bölge bir üst bölgenin aynı kriterleri (istihdam, iş yeri sayısı vb.) ile kıyaslanarak bölgedeki ya da ildeki olgun, potansiyel ve aday sektörlerin belirlenmesini sağlamıştır. Analizin en önemli noktası yapılacak olan kıyaslamaların belirlenen büyüklük, baskınlık ve uzmanlaşma eşik değerleri ile karşılaştırılmasının sonucudur.

Çalışma analizi Türkiye referansı ile Bartın, Zonguldak ve Karabük illeri ve TR81 bölgesi olarak alınmıştır.

Üç yıldız analizi için aşağıdaki formüllerden yararlanılmıştır (Kırankabeş ve Arık, 2014):

$$\text{Büyükölük} = e_i/E_i \quad (1)$$

$$\text{Baskınlık} = e_i / e_t \quad (2)$$

$$\text{Uzmanlaşma} = (e_i/e_t) / (E_i / E_t) \quad (3)$$

İller bazında yapılan analizde kullanılan  $e_i$ , analiz edilen  $i$  sektörünün il düzeyindeki istihdamı;  $e_t$ , il düzeyindeki toplam istihdamı;  $E_i$ , analiz edilen  $i$  sektörünün TR81 bölgesi düzeyindeki istihdamını ve  $E_t$ , TR81 bölgesinin toplam istihdamını ifade etmektedir.

Bölge bazında yapılan analizde ise  $e_i$ , analiz edilen  $i$  sektörünün bölge düzeyindeki istihdamı;  $e_t$ , bölge düzeyindeki toplam istihdamı;  $E_i$ , analiz edilen  $i$  sektörünün Türkiye genelindeki istihdamını,  $E_t$ , Türkiye'nin toplam istihdamını ifade etmektedir.

Çalışmada kullanılan eşik değerler ise standart bir ölçümün literatürde olmaması sebebi ile benzer çalışmalar incelenmiş olup, incelenen çalışmalarda kullanılan eşik değer belirleme yöntemlerinden en uygunu kullanılmıştır. Bu bağlamda büyüklük değerinin eşik değeri iller bazında sektörün bulunduğu 81 ile çalışmaya konu olan il oranlanırken, bölgesel düzeyde ise 26 bölgeye çalışmaya konu olan bölge oranlanmıştır. İl bazında baskınlık eşik değeri ise illerdeki sektör sayılarının hesaplanacak olan sektöre oranlanması ile ortaya koyulmuştur, bölgesel bazda ise bölgede faaliyet gösteren sektör sayısının analize konu olan sektöre oranlanması ile ortaya konulmuştur. Uzmanlaşma eşik değeri ise hem il bazında hem de bölge bazında sektörün bölgedeki payının ülkedeki payına eşit olacağı beklendiğinden eşik değeri 1 olarak alınmaktadır. Tablo 3.1'de illere ait eşik değer, Tablo 3.2'de ise bölgeye ait eşik değer verileri verilmiştir.

Tablo 3.1: İllerin eşik değerleri

Değerler / İller	Bartın	Zonguldak	Karabük
Büyüklik	0,01234568	0,01234568	0,01234568
Baskınlık	0,012195122	0,007874016	0,011904762
Uzmanlaşma	1	1	1

Tablo 3.2: Bölgenin eşik değerleri

Bölge / Değerler	Büyüklik	Baskınlık	Uzmanlaşma
TR81	0,038461538	0,023622047	1

Yukarıda belirttiğimiz kriterler üzerinden hesaplanan büyüklük, baskınlık ve uzmanlaşma değerlerini yine belirlenen eşik değerler ile kıyaslayarak, hesaplanan büyüklük, baskınlık ve uzmanlaşma değerlerinin eşik değerden büyük olması durumunda bir yıldız verilmektedir. Bu bağlamda bir yıldız alan sektör aday, iki yıldız alan sektör potansiyel ve üç yıldız alan sektör ise olgun olarak sınıflandırılacaktır. (Şen ve Sandal, 2017).

Rekabet gücünün belirlenmesine yönelik yaptığımız çalışmanın analiz kısmında kullanılacak olan model ve değişkenler için literatür taraması yapılmış ancak herkesçe kabul

görmüş genel bir modelin olmadığı tespit edilmiştir. Tezin literatür taraması kısmında da belirtildiği üzere bölgesel rekabet gücünün ulusal kalkınmaya pozitif bir etkisi olduğu yönünde bulgulara ulaşılmıştır. Bu bilgiler ışığında tez çalışmasında M. Porter'ın Elmas Modeli esas alınmıştır. Bu bağlamda değişkenlerin belirlenmesi için katılımcılara, işletme ve katılımcı bilgileri (13 Soru) belirlemek amacıyla çoktan seçmeli sorular sorulmakla birlikte, Elmas Modelinin değişkenlerini belirlemek amacıyla da faktör koşulları (9 Soru), talep koşulları (8 Soru), ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu (8 Soru), firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu (13 Soru) ve kamu ve paydaş destekleri boyutu (9 Soru) göstergelerine ilişkin 5'li likert ölçeğinde hazırlanmış kapalı uçlu sorular yönlendirilmiştir.

Araştırma kapsamında rekabet gücünün bölgesel kalkınmaya olan etkisinin tespit edilebilmesi amacıyla anket soruları hazırlanmıştır. Katılımcılara 5'li likert ölçeğine göre önceden hazırlanmış kapalı uçlu sorular yöneltilmiştir. Hazırlanan anketle ilgili; veri toplama, yöntem ve aracı, güvenilirlik testi ve örnekleme sürecine ilişkin açıklamalar aşağıda başlıklar halinde verilmiştir.

### **3.5. Veri Toplama Tekniği**

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden veri analizi yöntemi ve nitel araştırma yöntemlerinden anket tercih edilmiştir. Çalışmanın saha araştırmasına yönelik kullanılan anket formu, ulusal literatürde konuyla doğrudan/dolaylı ilgili araştırma yapılan çalışmalardan Yapraklı ve Aslan (2023), Ceyhan ve Özcan (2018) yararlanılmıştır. Söz konusu çalışmalardan yararlanılarak hazırlanan anket formu 6 bölümden ve 60 sorudan oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcı bilgileri ve firma yapıları ile ilgili 13 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde rekabet olgusunun firmalar ve kalkınma üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla „Elmas Modelinin değişkenlerinden biri olan faktör koşulları başlığı altında 9 soru, üçüncü bölümde yine Elmas Modeli değişkenlerinden biri olan talep koşulları başlığı altında 8 soru, dördüncü bölümde Elmas Modeli değişkenlerinden biri olan ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu başlığı altında 8 soru, beşinci bölümde yine Elmas Modeli değişkenlerinden firma stratejisi, yapısı ve boyutu başlığı altında 13 soru ve son olarak altıncı bölümde yine Elmas Modeli değişkenlerinden kamu ve paydaş destekleri boyutu adı altında 9 soru sorularak rekabet olgusunun etkileri ölçülmeye çalışılmıştır. Katılımcıların rekabet edilebilirliğin kalkınmaya olan etkisinin tespitine ilişkin sorularda 1-Kesinlikle Hayır, 2-Hayır, 3-Kararsız, 4-Evet ve 5-Kesinlikle Evet seçeneklerince derecelendirilmiş

olup katılımcıların sorulara cevap vermesi istenmiştir. Böylece hem rekabet gücünün kalkınma üzerindeki etkilerine ilişkin görüşler ortaya konulmaya hem de rekabet gücü-bölgesel kalkınma ilişkisine yönelik regresyon analizlerinde kullanılacak bağımlı/bağımsız değişkenler belirlenmeye çalışılmıştır.

### 3.6. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni; nicel araştırma yöntemi için TR81 bölgesi illerinde bulunan ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin veri tabanında Nace Rev.2 kodu imalat sanayinde faaliyet gösteren, 1295 firmanın tamamının istihdam verilerini ve nitel çalışma için ise anket çalışmasında kullanılmak üzere uzayın yüzde onluk kısmının yeterli olacağı, bu bağlamda 130 firma olarak anket evreni oluşturulmuştur.

Araştırmada esas alınan ana kütle ticaret ve sanayi odalarından elde edilen bilgiler doğrultusunda Nace Rev. 2 kodlu imalat sanayinde faaliyet gösteren firmalardan oluşmaktadır. Bu bağlamda imalat sanayinde faaliyet gösteren firma sayısı Bartın'da 239, Karabük'te 506 ve Zonguldak'ta 550 ve TR81 Bölgesi için 1295 firma dikkate alınmıştır. Firmaların faaliyetlerine ilişkin bilgiler Tablo 3.3'teki gibidir.

Tablo 3.3: Ana kütle kapsamındaki firmaların ekonomik faaliyetleri (tobb, 2023)

Nace Rev 2	Sektör	Bartın Firma Sayısı	Karabük Firma Sayısı	Zonguldak Firma Sayısı	Tr81 Firma Sayısı
1	Bitkisel ve Hayvansal Üretim ile Avcılık ve İlgili Hizmet Faaliyetleri	1	2	2	5
5	Kömür ve Linyit Çıkarılması	2	1	15	18
6	Ham Petrol ve Doğal Gaz Çıkarımı	0	0	1	1
8	Diğer Madencilik ve Taş Ocakçılığı	28	27	34	89
10	Gıda Ürünlerinin İmalatı	14	27	34	75
11	İçeceklerin İmalatı	2	4	0	6
13	Tekstil Ürünlerinin İmalatı	9	7	11	27
14	Giyim Eşyalarının İmalatı	45	44	50	139

Tablo 3.3: (devam ediyor)

15	Deri ile İlgili Ürünlerin İmalatı	11	8	2	21
16	Ağaç, Ağaç Ürünleri ve Mantar Ürünleri İmalatı (Mobilya Hariç); Saz, Saman ve Benzeri Malzemelerden Örülerek Yapılan Eşyaların İmalatı	30	24	39	93
17	Kâğıt ve Kâğıt Ürünlerinin İmalatı	0	0	5	5
19	Kok Kömürü ve Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri İmalatı	0	1	1	2
20	Kimyasalların ve Kimyasal Ürünlerin İmalatı	4	8	14	26
22	Kauçuk ve Plastik Ürünlerin İmalatı	11	4	26	41
23	Diğer Metalik Olmayan Mineral Ürünlerin İmalatı	28	17	57	102
24	Ana Metal Sanayii	5	56	41	102
25	Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı (Makine ve Teçhizat Hariç)	11	24	61	96
26	Bilgisayarların, Elektronik ve Optik Ürünlerin İmalatı	1	3	0	4
27	Elektrikli Teçhizat İmalatı	2	17	18	37
28	Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Ekipman İmalatı	4	19	40	63
29	Motorlu Kara Taşıtı, Treyler (Römork) ve Yarı Treyler (Yarı Römork) İmalatı	2	6	3	11
30	Diğer Ulaşım Araçlarının İmalatı	1	189	6	196
31	Mobilya İmalatı	17	7	22	46
32	Diğer İmalatlar	0	1	1	2
33	Makine ve Ekipmanların Kurulumu ve Onarımı	0	0	1	1
35	Elektrik, Gaz, Buhar ve Havalandırma Sistemi Üretim ve Dağıtım	3	5	9	17
38	Atığın Toplanması, İslahı ve Bertarafı Faaliyetleri; Maddelerin Geri Kazanımı	0	1	17	18
46	Toptan Ticaret (Motorlu Kara Taşıtları ve Motosikletler Hariç)	0	0	29	29
56	Yiyecek ve İçecek Hizmeti Faaliyetleri	5	3	3	11
62	Bilgisayar Programlama, Danışmanlık ve İlgili Faaliyetler	0	1	2	3
82	Büro Yönetimi, Büro Destek ve İş Destek Faaliyetleri	3	0	6	9
	Toplam	239	506	550	1295

Tablo 3.3’de görüleceği üzere Bartın, Karabük ve Zonguldak ile TR81 Bölgesinde en fazla firma sayısına sahip sektör Diğer Ulaşım Araçları İmalatı olmakla birlikte TR81 bölgesinde toplam 196 firma bulunmaktadır. En az firma sayısına sahip olan sektör ise Ham Petrol ve Doğalgaz çıkarımıdır. TR81 bölgesinde sadece Zonguldak ilinde aktif faaliyet gösteren 1 firma bulunmaktadır. Üç şehirde de homojen dağılıma en yakın olan sektöre bakıldığında Giyim Eşyalarının İmalatı sektörü olduğu görülmektedir. Bartın’da 45, Karabük’te 44 ve Zonguldak’ta 50, TR81 bölgesinde ise toplam 139 aktif firmanın faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Araştırmada her bir il için %5 anlam düzeyinde ve %5 hata payı uygulanacak katılımcı sayıları TOBB’nin veri tabanından elde edilen firma sayılarının %10’luk bir kısmı olarak belirlenmiştir. Bu doğrultuda Bartın için örneklem sayısı 24, Karabük için örneklem sayısı 51, Zonguldak için örneklem sayısı 55 ve TR81 Bölgesi için örneklem sayısı 130 olarak hesaplanmıştır. Katılımcıların anket sorularına vereceği cevaplarda eksiklik olması riskine karşılık her ilde belirlenen örneklem sayısından daha fazla katılımcıya ulaşılmaya çalışılmıştır. Anketler Google Forms uygulaması üzerinden firma yetkililerine online olarak uygulanmıştır. Bu bağlamda Bartın’da 48, Karabük’te 62 ve Zonguldak’ta 57 firma yetkilisine (Nisan- Mayıs 2024 tarihinde) anket uygulanması yapılmıştır. TR81 bölgesinde toplamda 167 adet anket yapılmıştır.

### **3.7. Geçerlilik ve Güvenilirlik Testi**

Ölçek sorularının güvenilirlik (reliability) analizi sonuçları değerlendirildiğinde; tüm ölçeklere ve alt boyutlara ait Cronbach’s Alpha değerinin %70’in üzerinde çıkması, kullanılan soruların (maddelerin) güvenilirliğinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Araştırma kapsamında anket sorularının güvenilirliğinin ölçülmesi için güvenilirlik analizi yapılmıştır. İlk olarak anket uygulamasında kullanılması amaçlanan 60 adet sorunun güvenilirlik analizinin yapılması amacıyla Bartın, Karabük ve Zonguldak illerinde toplamda 100 anket yapılmıştır. Elde edilen veriler SPSS vasıtasıyla Cronbach Alpha değerine bakılmıştır.

Cronbach Alpha değeri, bilimsel çalışmaların güvenilirliğini test etmek amacıyla kullanılan bir yöntemdir. Nadiren etkilenen güvenilirliğin geçerli olmasını sağlayan değer korelasyon

katsayısı olarak ifade edilmektedir. Korelasyon katsayısının hesaplanabilmesi için gerekli koşulların sağlanmış olmalıdır. Cronbach Alpha değeri söz konusu şartlar olgunlaşmamış dahi olsa güvenilirliğe ilişkin düşük ihtimallerle bile bir sonuç vermektedir. Cronbach Alpha değeri;

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{\hat{y}_i}^2}{\sigma_x^2} \right) \quad (5)$$

formülü ile hesaplanmaktadır. (Elma, 2019).

K= Ele alınan madde sayısı,  $\sigma_x^2$ =Testte elde edilen toplam skorun varyansı ve  $\sigma_{\hat{y}_i}^2 = n$ . maddenin örneklemdaki varyansıdır. Cronbach alpha değeri almış olduğu değere göre şu şekilde yorumlanmaktadır;  $0,00 < \alpha < 0,40$ -güvenilir olmayan ölçeği,  $0,41 < \alpha < 0,60$ -düşük seviyede güvenilir olan ölçeği,  $0,61 < \alpha < 0,80$ -orta seviyede güvenilir olan ölçeği ve  $0,81 < \alpha < 1,00$ -yüksek seviyede güvenilir olan ölçeği göstermektedir. Ankete ilişkin Cronbach Alpha değerleri Tablo 3.4'te verilmiştir.

Tablo 3.4: Anket sorularının güvenilirlik analizi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,958	,958	47

Anket uygulamasında küme belirleyicisi olarak ele alınan faktör koşulları başlığı altında 9 soru, talep koşulları başlığı altında 8 soru, ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu başlığı altında 8 soru firma stratejisi, yapısı ve boyutu başlığı altında 13 soru ve kamu ve paydaş destekleri 9 sorunun Cronbach Alpha değerine bakılmıştır. Cronbach Alpha değeri olarak 0,958 yüksek seviyede güvenilir ölçek olarak tespit edilmiştir.

Anket metni EK-1'de sunulmuş olup, anket formunda kullanılan sorular;

Yapraklı ve Aslan (2023) TRA1 bölgesi illerinde (Erzurum, Erzincan, Bayburt) kümelenme potansiyeli ve yerel rekabet gücü: üç yıldız analizine dayalı bir saha araştırması

Ceyhan veÖzcan (2018) Bölgesel kalkınmada kümelenmelerin rolü: Bartın ili ayakkabıcılık sektörü örneği.

Çalışmalarından da faydalanılarak hazırlanmıştır. Etik gereklilik adına ilgili yazarlardan izin alınmış olup EK-2' de sunulmuştur.

Bartın Üniversitesi Etik Kurulundan alınan çalışma onay belgeside EK-3' de sunulmuştur.

### **3.8. Anket Verilerinin Analizi ve Değerlendirilmesi**

Anket verilerinin analizi ve değerlendirilmesi başlığı altında ilk önce anket uygulanan katılımcıların ve firmaların tanımlayıcı özellikleri frekans ve yüzdelik oranları bazında verilmiştir. Sonra anket uygulanan firmaların rekabete ilişkin görüşleri (faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu, firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu ve kamu ve paydaş destekleri boyutu) ortaya konulmaktadır. Son olarak anket verilerinden hareketle belirlenen bağımlı ve bağımsız değişkenler kullanılarak doğrusal regresyon analizleri yapılmış ve rekabet edilebilirliğin kalkınma üzerine etkileri ortaya konulmuştur. Belirlenen regresyon analizlerinin bulguları tablolar halinde sunulmuş, bulgular yorumlanmış ve politika üreticilerine önerilerde bulunulmuştur.

Tüm veriler bilgisayarda SPSS (statistical package for social sciences) for Windows 22 programına kaydedilerek analiz edilmiştir. Kategorik değişkenler arası ilişkiye Ki kare testi katsayısı ile bakılmıştır. Elde edilen değerlerin anlamlı olup olmadığının yorumlanmasında 0.05 anlamlılık düzeyi ölçüt olarak kullanılmıştır.

## 4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde yapılan ampirik çalışmanın analizleri ve bulguları incelenmiş olup, sonuçlar tartışmaya açılmıştır.

### 4.1. Rekabet Edilebilirliğin Tespiti Üzerine Üç Yıldız Analizi

Bu bölümde TR81 Bölgesinde yapılan üç yıldız analizinin sonuçları verilmiştir.

#### 4.1.1. İl Bazında Üç Yıldız Analizi Bulguları

Yapılan il bazlı analizler sonucunda Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin veri tabanından alınan Nace Rev. 2 kodu imalat sanayinde faaliyet gösteren firma verileri neticesinde, 292 sektör içinden aktif faaliyetin olduğu Bartın ilinde 239 firma ve 26.474 istihdam, Zonguldak ilinde 550 firma 100.350 istihdam, Karabük ilinde 506 firma ve 49.354 istihdam mevcuttur. Yapılan analizde kullanılan formüller şu şekildedir;

İl (Bartın, Karabük, Zonguldak) düzeyinde;

Büyükklük =  $ei/Ei$ ;

Baskınlık =  $ei/en$

Uzmanlaşma =  $(ei/en)/(Ei/En)$

$ei$ : İldeki  $i$  sektörüne ait istihdam sayısı,  $Ei$ : TR81 Bölgesi'nin  $i$  sektöründeki istihdam sayısı,  $en$ : TR81 Bölgesi'nin toplam istihdam sayısı ve  $En$ : Türkiye Genelindeki toplam istihdam sayısıdır.

Analizde kullanılan büyükklük, baskınlık ve uzmanlaşma kriterleriyle alakalı eşik değer ise literatür yapılan alanyazın taraması sonucu, benzer çalışmalarda kullanılan değerler esas alınmıştır. Hesaplanan büyükklük, baskınlık ve uzmanlaşma değerleri belirlenen eşik değerden büyük olması durumunda, ilgili sektör, mevzu bahis olan eşik değerde yıldız almaktadır. Bu bağlamda değerlendirmeye tabii tutulan üç göstergeden birinden yıldız alan sektör "aday", ikisinden yıldız alan sektör "potansiyel" ve üçünden de yıldız alan sektör "olgun olarak tanımlanmıştır.

Üç yıldız analizi kapsamında tespit edilen büyüklük, baskınlık ve uzmanlaşma değerlerinin eşik değerler ile kıyaslanması ile Bartın’da bir yıldız (aday) alan 45 sektör, iki yıldız (potansiyel) alan 29, üç yıldız (olgun) alan 18 sektör bulunmaktadır. Zonguldak ilinde bir yıldız (aday) alan 99, iki yıldız (potansiyel) alan 7, üç yıldız (olgun) alan 41 sektör bulunmaktadır. Karabük ilinde bir yıldız (aday) alan 72, iki yıldız (potansiyel) alan 17, üç yıldız (olgun) alan 19 sektör bulunmaktadır.

İl bazlı analizimizde yapılan aranjman sonucu çalışmaya konu olan illerin olgun sektörlerinde, birbiri arasında kıyaslanacak olan illeri ile arasında ortak paydası olmayan (iki ya da üç ilde üç yıldız almayan) sektörler belirlenmiş olup bu sektörler çalışmaya konu olmuştur. Bu bağlamda Bartın ilinde 8 olgun sektör, Zonguldak ilinde 20 olgun sektör ve Karabük ilinde 5 olgun sektör belirlenmiştir. Bu sektörlerin üretim yapıları, üretim faaliyetleri ve kümelenme potansiyelleri incelenmiştir. Yapılan incelemeler illere ve sektör isimlerine göre alfabetik bir sıraya göre yapılmıştır.

#### **4.1.1.1. Bartın İli Üç Yıldız Analizi Çıktıları**

Bartın ilinde istihdam verileri üzerine yapılan analiz neticesinde, 19 sektörde üç yıldız aldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda Bartın ilinde diğer illerde bulunmayan, farklı olarak rekabet avantajı bulunan 8 sektör belirlenmiş olup, bölge içerisinde farkındalık yaratan ve yatırıma açık sektörler, Bartın çerçevesinde değerlendirilerek geliştirilebilecek olan sektörler detaylandırılacaktır. Bu sektörler Tablo 4.1’te belirtilmiştir.

Tablo 4.1: TR81 bölgesinde sadece Bartın ilinde üç yıldız alan sektörler

Nace Rev 2	Sektör	Bartın İstihdam	TR81 İstihdam	TR İstihdam	Büyüklik Bartın	Baskınlık Bartın	Uzmanlaşma a Bartın	Büyüklik Yıldız	Baskınlık Yıldız	Uzmanlaşma Yıldız
1520	Ayakkabı, Bot, Terlik Vb. İmalatı	895	1180	52758	0,0169	0,7584	5,6797	*	*	*
2016	Birincil Formda Plastik Hammaddelerin İmalatı	651	651	43344	0,0150	1	5,0286	*	*	*
2351	Çimento İmalatı	248	340	14163	0,0175	0,7294	5,8626	*	*	*
2219	Diğer Kauçuk Ürünleri İmalatı	950	1257	64407	0,0147	0,7557	4,9384	*	*	*
2332	Fırınlanmış Kilden Tuğla, Karo ve İnşaat Malzemeleri İmalatı	329	402	16021	0,0205	0,8184	6,8754	*	*	*
2211	İç ve Dış Lastik İmalatı; Lastiğe Sırt Geçirilmesi ve Yeniden İşlenmesi	350	371	20584	0,0170	0,9433	5,6929	*	*	*
2931	Motorlu Kara Taşıtları İçin Elektrik ve Elektronik Donanımların İmalatı	594	594	41832	0,0141	1	4,7541	*	*	*
2221	Plastik Tabaka, Levha, Tüp ve Profil İmalatı	1960	1998	122799	0,0159	0,9809	5,3438	*	*	*

## **Ayakkabı, Bot, Terlik vb. İmalatı**

TOBB verilerine göre TR81 bölgesinde 1.180 istihdamın olduğu, Türkiye genelinde ise 52.758 istihdamın olduğu sektörde, Bartın'da 895 istihdam bulunmaktadır. İlgili sektör bölge içerisinde Bartın ilinin en rekabetçi konumda olduğu sektörlerden biridir. İlde Nace Rev. 2 kodu imalat sanayinde faaliyet gösteren BTSO'na kayıtlı üretim yapan 10 firma bulunmaktadır.

Hükümet politikaları ile Bartın'a yatırımcı ve girişimciler çekilmeye çalışılmış olup, ilgili sektörde ilde kümelenme çalışmaları, yerel yönetimce sübvansiyonlar ve BAKKA tarafından da destek programına dahil edilmiştir.

Bartın'da ilgili sektöre yönelik yapılacak olan yatırımlarda KDV istisnası, gümrük vergisi muafiyeti, vergi indirimi, faiz ve kâr payı desteği, yatırım yeri tahsisi, SGK işveren hisse desteği, sigorta prim desteği ve gelir vergisi stopaj desteği gibi destek programları uygulanmış olup, Bartın ilgili sektöre yatırım yapacak girişimciler ve firmalar için cazip hale getirilmiştir (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2023.)

Bartın ilinin ilgili sektörde bölge illerine nazaran rekabet avantajına sahip olmasının sebebi sektörün devlet tarafından destekleniyor olması ve ilin üretimde uzmanlaşması ile bağlantılıdır. Ayrıca yapılan araştırmalar neticesinde bir işletmede günlük ortalama 1500 – 2500 arası üretimin olduğu tespit edilmiştir (BAKKA, 2023). Sektörün daha ileriye taşınması ve markalaşması muhtemeldir, ancak sektörde tam anlamıyla bir kümelenme sağlamış değildir. Kümelenmenin sağlanması ve bu kapsamda destekleyici ve ilgili endüstrilere de (dikiş makinesi imalatı, deri tabakhaneleri, kauçuk imalatı gibi) Bartın'da yatırım yapılması gereklidir. Ayrıca bölgenin yerel yönetiminin firmalar arası ilişkilerde, Bartın Üniversitesi ve halk eğitim merkezlerinin de sayacılık üzerine eğitimler vermesi sektördeki nitelikli işgücünün artmasına destek olacaktır. Tüm bunların yanı sıra Bartın'da yapılacak bir ayakkabı üretimine yönelik sanayi sitesi, firmaların kümelenmesini ve uzmanlaşmasını olumlu yönde etkileyecektir.

## **Birincil Formda Plastik Hammaddelerin İmalatı**

TOBB verilerine göre TR81 bölgesinde 651 istihdam ile sadece Bartın'da istihdamın bulunduğu sektörde, Türkiye'de 43.344 istihdam bulunmaktadır. İlgili sektör bölge içerisinde üretimini Bartın'da yoğunlaştırmıştır. Hem iç girişimciler hem de bölgenin teşvik bölgesi olması dolayısıyla dışardan gelen yatırımcılar için cazip hale getirilmiştir.

İlgili sektörde imalat yapan Bartın'da 2 adet firma, Türkiye'de ise 511 firma mevcuttur. Sektör üretimi sonucu, plastikten üretilen her türlü araç ve gerecin hammaddesini imal etmektedir. Bartın'da sektörde faaliyet gösteren firmalar bölge açısından öncü olarak görülmektedir. Bölgede büyük oranda ayakkabı imalatı ve araç yedek parça imalatı yapan firmalar bulunmaktadır. Bu firmalara hammadde temini ve oluşan iç talebe cevap verebilen firmalar ile TR81 bölgesinde sektörde faaliyet gösteren başka firmanın bulunmaması, sektörü Bartın genelinde güçlü bir konuma getirmiştir.

Her geçen gün ulusal piyasalarda plastik hammaddesine gelen zamlar ve kısılan üretimlerin olduğu sektörde, Bartın ilinde üretilen hammaddenin maliyet avantajı, sağlamlığı, kolay işlenebilmesi, nem emmemesi, ısı dayanımı ve birçok kimyasal ve aside karşı dayanıklı bir hammaddenin imal edilmesi hem sektör hem de Türkiye açısından bir avantajdır. Plastiğin imalatta kullanıldığı her sektörde üretimi yapılan hammadde kullanılmaktadır. Sektörün Bartın'da desteklenmesi ve üretimin artırılması ile ulusal kalkınma ve rekabetçiliğe olumlu yönde etki edeceği öngörülmektedir. İlgili sektörün Bartın'da tam verimli hale getirilerek üretim artışı için, makine ve teçhizat desteği ile AR-GE yatırımlarına yapacakları politikalar ve ayrıca ilin sektörde reklam ve pazarlamasının yapılması ile rekabetçilik kat sayısını daha üst seviyelere çıkarmayı mümkün kılacaktır.

## **Çimento İmalatı**

TOBB verilerine göre TR81 bölgesinde 340, Türkiye genelinde 14.163 ve Bartın'da 248 istihdamın olduğu sektörde; Bartın'da 3, Karabük'te 1 ve Zonguldak ilinde sektörde faaliyet gösteren 1 firma bulunmaktadır. Bölge illeri içerisinde hem istihdam hem de firma sayısı olarak ön planda olan Bartın ili ilgili sektörde rakiplerinden rekabetçi konumdadır.

Bartın ilinin gayrimenkul yetersizliği ayrıca bölgede yapılan devlet projeleri bölge illerine çimento imalatı yapan firmalara ihtiyacı arttırmış ve sektörde girdi maliyetlerinin düşük ve verimliliğın yüksek olması sebebi ile yatırım potansiyeli yüksektir.

Ayrıca bölgede halen daha inşaatı devam etmekte olan Filyos Liman Projesi ile hem liman inşaatında hem de Karadeniz gazının taşınması için yapılan depolama alanlarının inşasında kullanılmak için en önemli madde olan çimento hem bölgeye yakınlık avantajı hem de üretiminin talebi karşılaması yönünden Bartın iline avantaj sağlamaktadır.

### **Fırınlanmış Kilden Tuğla, Karo ve İnşaat Malzemeleri İmalatı**

TOBB verilerine göre TR81 bölgesinde 402, Türkiye’de 16.021 ve Bartın ilinde 329 istihdamın olduğu sektörde, yapılan üç yıldız analizi sonucu ilgili sektörün bölge illeri arasında Bartın ilinde yoğunlaşma yaşandığı ve bu sebeple Bartın ilinin diğer illere kıyasla rekabet avantajının olduğu tespit edilmiştir.

İmalat sektörünün önemli mihenk taşlarından biri olan inşaat sektörü, ülke içerisindeki birçok sektörün doğrudan etkilenmesini sağlamaktadır. İlgili sektör ise inşaat sektörünün en önemli üretim girdilerinden birini sağlamaktadır. Üretimin kilden ve çamurdan yapılıyor olması, bölgenin toprak yapısının hammadde olarak kullanılmasına uygun olması ve üretim aşamalarından biri olan fırınlama işlemi için kullanılan taş kömürünün bölge illerinden çıkıyor olması bölgenin sektördeki potansiyelini ortaya koymaktadır.

Büyük bir öneme sahip olan sektörde yapılacak olan yatırımlar üretim maliyetlerini düşürmeye yönelik olmalıdır. Sektörün ihtiyacı olan girdilerden birisi olan enerji faktörü hem maliyetleri hem de son kullanıcı tercihini etkilemektedir. Bu bağlamda daha çok şehrin imkanları dahilinde yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırım yapılmalıdır. Örneğın Bartın ilinin coğrafi konumu ve jeopolitik yapısı gereğı ırmakların ve su kaynaklarının bolluğu, ırmak kenarlarına kurulacak olan su değırmenleri ile elektrik ihtiyacını bu bağlamda yeterli üretimin sağlanması ile fosil yakıt kullanımı yerine de kullanılabilir bir kaynak oluşturacaktır. Ayrıca Bartın ilinde ilgili sektöre geleneksel üretim yöntemleri haricinde, sektörde endüstriyel atık kullanarak geopolimer tuğla üretimi yapacak firma yatırımlarına ekstra teşvik sağlanmalıdır. Çünkü yapılacak olan üretimde doğal erozyon önlenmesi,

endüstriyel atıkların geri dönüşümü, geleneksel üretimi yapılan tuğladan daha dayanıklı ve sağlam bir üretim sağlaması ve çevre dostu bir üretim olması itibari ile önem arz etmektedir.

### **Kauçuk ve Plastik Ürünlerin İmalatı**

Nace Rev. 2 kodu imalat sanayinde faaliyet gösteren 22 kodlu “Kauçuk ve Plastik Ürünleri İmalatı” sektörünün alt kodları olan 22.1.1 kodlu “İç ve dış lastik imalatı; lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi”, 22.1.9. kodlu “Diğer kauçuk ürünleri imalatı” ve 22.2.1. kodlu “Plastik tabaka, levha, tüp ve profil imalatı” sektörlerinde Bartın ili yapılan üç yıldız analizi sonucu bölge illerine göre rekabet avantajı elde ettiği tespit edilmiştir. Kauçuk ve Plastik Ürünlerin İmalatı sektöründe TR81 bölgesinde 5.159 istihdam, Türkiye’de ise 519.070 istihdam, Bartın ilinde ise 3.344 istihdam bulunmaktadır. İlgili sektörde Bartın ilinin rekabet avantajını sağlamasının sebebi ileri teknoloji ve yüksek verimlilikle üretim yapan firmaların varlığıdır.

Bu bağlamda Bartın’da ilgili sektöre yapılacak olan politikaların öncelikle ülke genelinde Bartın’ı ve sektörün Bartın’da olan avantajlı durumunu tanıtmaya yönelik olması gerekmektedir. Bu bağlamda hem girişimcileri hem de dışarıdan gelecek olan yatırımcıları Bartın’a çekmek mümkün olacaktır. Bartın’da yapılacak olan yatırımlara yine aynı şekilde vergi, kuruluş yeri tahsisi, SGK muafiyetleri ve sübvansiyonlar sağlanarak, ilde yapılacak olan yatırım korunmalı akabinde il içerisinde faaliyet gösteren firmaların bir arada çalışabileceği ve bilgi alışverişi yapabileceği ortam sağlanmalıdır. Sektörün ihtiyacı olan vasıflı işçi açığı için yerel yönetimler tarafından mesleki eğitimler verilmeli, AR-GE ve pazarlama konularındaki eksiklerin tamamlanması için de Bartın Üniversitesi tarafından desteklenmelidir. Ayrıca sektörün destekleyici endüstrileri olan geri dönüşüm sektörü de Bartın’da desteklenerek hem hane halkının sıfır atık projesine desteği sağlanmalı hem de düşük maliyetle üretim teşvik edilmelidir.

### **Motorlu Kara Taşıtları İçin Elektrik ve Elektronik Donanımların İmalatı**

TOBB verilerine göre TR81 bölgesinde sadece Bartın ilinde 584 istihdamın bulunduğu sektörde Türkiye genelinde ise 41.832 istihdam mevcuttur. Yine bölge genelinde ilgili sektörde üretim yapan tek firma Bartın’da bulunmaktadır. Bu sebeple Bölge illeri arasında ilgili sektörde Bartın ili rekabet avantajı sağlamıştır.

Bölgede faaliyet gösteren tek firma Murat Ticaret olduğu bilinmektedir. Firma 2023 yılına kadar yerli bir firma olmasıyla birlikte, 2023 yılında dünyanın en büyük şirketlerinden biri olan VOLEX grup, Rothschild ailesine bütün iştirakleri ile birlikte 178 milyon euro bedelle satılmıştır. Bu bağlamda Bartın gibi küçük bir il yerelinde faaliyet gösteren bir firmanın, dünya genelinde gösterdiği performans sonucu yatırım alması ve Bartın'da ilgili sektörün bu kadar kurumsallaşması yatırıma değer bir yapı olduğunu göstermektedir. Ayrıca ilgili sektörün ana başlıkları ve alt başlıkları incelendiğinde sektörlerin yoğunlaşmış olduğu illerin Marmara bölgesinde bulunduğunu ve nüfus yoğunluğunun ve kalifiye iş gücünün bu bölgede toplandığını söylemek mümkündür. (Foreks, 2023) Ancak Bartın ilinde sektörde bu kadar başarılı ve önemli bir firmanın bulunması, sektörün ilerleyen zaman dilimi içerisinde Bartın ve TR81 bölgesi genelinde yatırım alacağını ve daha da gelişeceğini göstergesidir. Ayrıca yeni kurulacak olan firmaların yoğunlaşmanın olduğu bölgelerde kurulum yeri bulamaması, kara lojistiğinin maliyetinin her geçen gün artması ve büyük şehirlerde refah seviyesinin her geçen gün azalması, özellikle Bartın ve TR81 illeri genelinde yapılacak olan yatırımları daha olağan kılmaktadır.

Bartın ilinin ilgili sektörde ulusal rekabet gücünü yakalayabilmesi ve ulusal kalkınmaya daha fazla fayda sağlayabilmesi için, şehrin alt yapı ve yenilenebilir enerji kaynaklarına yatırım yapılması gerekmektedir. Bartın özelinde ilgili sektöre yatırım yapacak olan firmalara devlet teşvikleri, vergi istisnaları, kurulum yeri tahsisi ve tesis inşaa yardımı gibi ayrıcalıklar sağlanmalıdır. Ayrıca Bartın'ın Filyos Limanına olan yakınlığı, deniz taşımacılığının maliyetleri düşürdüğü ve bölge illerinin hem doğal güzellikleri hem de coğrafi yapısı ülke genelince tanıtılarak bölgeye nitelikli iş gücü ve yatırımcı çekilmelidir.

#### **4.1.1.2. Karabük İli Üç Yıldız Analizi Çıktıları**

Karabük ilinde istihdam verileri üzerine yapılan analiz neticesinde, 17 sektörde üç yıldız aldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda Karabük ilinde diğer illerde bulunmayan, farklı olarak rekabet avantajı bulunan 5 sektör belirlenmiş olup, bölge içerisinde farkındalık yaratan ve yatırıma açık sektörler, Karabük ili çerçevesinde değerlendirilerek geliştirilebilecek olan sektörler detaylandırılacaktır. Bu sektörler Tablo 4.2'de belirtilmiştir.

Tablo 4.2: TR81 bölgesinde sadece Karabük ilinde üç yıldız alan sektörler

Nace Rev 2	Sektör	Karabük İstihdam	TR81 İstihdam	TR İstihdam	Büyüklik Karabük	Baskınlık Karabük	Uzmanlaşma Karabük	Büyüklik Yıldız	Baskınlık Yıldız	Uzmanlaşma Yıldız
2431	Barların Soğuk Çekilmesi	860	878	5039	0,1706	0,9794	46,2182	*	*	*
2452	Çelik Dökümü	248	306	13680	0,0181	0,8104	4,9093	*	*	*
3020	Demir Yolu Lokomotifleri ve Vagonlarının İmalatı	3976	3976	27553	0,1443	1	39,0784	*	*	*
1411	Deri Giyim Eşyası İmalatı	131	131	10051	0,0130	1	3,5295	*	*	*
2454	Diğer Demir Dışı Metallerin Dökümü	248	248	5228	0,0474	1	12,8462	*	*	*

## **Barların Soğuk Çekilmesi**

İlgili sektörde TR81 bölgesinde 878, Türkiye’de 5.039 ve Karabük’te 860 istihdam mevcuttur. Yapılan üç yıldız analizi neticesinde sektörün üç yıldız alması ile olgun sektör olarak sınıflandırılmıştır. Bu neticede demir çelik sektörünün alt sektörü olan “Barların soğuk çekilmesi” sektörünün Karabük ilinde, TR 81 bölgesinin diğer illerine göre rekabet avantajı söz konusudur.

Sektörde üretim, demir çelik üretiminde, çeliğin eritildikten sonra talaşsız bir şekilde su ile çekilmesi ile hatasız ve pürüzsüz yüzeyler oluşturulmasını sağlamaktadır. Soğuk çekme ürünleri, demir çelik sektörünün en çok rağbet gören ürünleri arasında yer almaktadır. Dayanıklılıkları talaşlı üretim yöntemlerinden daha iyi olması sebebiyle özellikle iş güvenliğinin önem arz ettiği sektörlerde daha yaygın bir biçimde kullanılmaktadırlar. Bunun dışında dayanıklılığı sebebiyle pek çok faaliyet alanında kendilerine yer bulmaktadırlar. Örneğin; Ferforje demir imalatı, beyaz eşya üretimi, enerji nakil hatları, zirai makine imalatı, makine imalatı, otomotiv imalatı, yol, baraj ve köprü yapımı, yapısal çelik sektörü gibi pek çok alanda bu dayanıklı ürünler kullanılmaktadır.

Karabük ili özelinde sektör incelendiğinde, hali hazırda demir-çelik sanayii konusundaki uzmanlaşması, sektörel çeşitliliği ve üretimde yenilikleri takibi açısından söz konusu sektörde rekabet avantajı yakalaması, ihracata yönelik ürünlerin üretilmesi dolayısıyla da ulusal kalkınmaya olumlu etkisi olan bir faaliyet dalında aktif rol oynaması ile sektörün yatırıma açık ve katma değer üretebilen bir sektör olduğu anlaşılmaktadır.

Sektörün ağır sanayi sektörü olması ve yüksek teknolojik alt yapıya dayanması neticesinde Karabük ili özelinde yapılacak olan yatırımların, öncelikle mevcut firmaların teknolojik alt yapısını güçlendirmeye yönelik yapılması gerekmektedir. Ayrıca sektörde faaliyet gösteren firmaların istihdamlarını arttırmaya yönelik teşvikler hazırlanmalıdır. Sektöre girişlerin zor olması ve tesis kurulum maliyetlerinin yüksek olması sebebiyle, sektöre girecek yatırımcı ve girişimcilerin alt yapı, üst yapı, teknolojik yapı ve işgücü gibi konularda yerel yönetimler tarafından desteklenmesi gerekmektedir. Ayrıca vasıflı iş gücünün ve beyaz yaka diye tabir edilen teknisyen ve mühendislerin sektörde bulunması ve çalıştırılmasına yönelik istihdam ve staj uygulamaları yapılmalıdır. Sektörün yenilikçi yapısı desteklenmeli AR-GE ve UR-GE çalışmalarında yapılacak olan araştırmaların finansmanı konusunda devlet teşvikleri

sağlanmalıdır. Nitekim istihdam oranı ve verimliliği arttırıldıktan sonra dış ticaret odaklı üretim yapılan her sektör bölgesel ve ulusal kalkınmaya olumlu etki etmektedir.

## **Çelik Dökümü**

TR 81 bölgesinde 306, Türkiye’de 13.680 ve Karabük ilinde 248 istihdamın olduğu sektörde, Karabük ili yapılan üç yıldız analizi neticesinde olgun sektör olarak tasnif edilmiş olup, bölge illeri arasında söz konusu sektörde rekabet avantajı sağlamıştır.

Türk tarihi boyunca Orta Asya’dan bu yana demir çelik ile yakından ilgilenmiş, çeşitli malzemelerin hammaddesi olarak kullanmış bir millettir Türk milleti. Başlangıçta harp sanayinde demiri, çeliğe çevirip dünyanın en iyi kılıçlarını üreten Türk milleti, sonralarda zırh ve çeşitli alet yapımlarında demir ve çeliği aktif olarak kullanmışlardır.

Cumhuriyetin ilk kurulduğu yıllarda, şehirlerin yer altı ve yer üstü kaynaklarını ortaya çıkarmak ve bu kapsamda yatırımlar yapmak üzere alanlarında uzman yabancı bilim insanları ülkeye davet edilmiş ve Anadolu gezerek ülkenin zenginlikleri üzerine araştırma yapılması istenmiştir. Bunun neticesinde 1925 yılında İktisat Vekaleti tarafından demir-çelik sanayii kurulması üzerine ilk çalışmalar başlamıştır ancak ülkenin yeni kurulması nedeni ile fabrikanın kurulmasına ayrılacak bütçe bulunamamış ve çalışmalar 1932 yılına kadar ara verilmiştir. 1932 yılında tekrardan gündeme gelen demir-çelik sanayi bu sefer bir Rus heyetin çalışmaları ile ilk aşamada yıllık 150.000 ton daha sonralarda ise 300.000 ton üretim kapasiteli bir tesisin kurulmasını ve bu tesisin kurulduktan sonra çarpan etkisi yaratarak daha da farklı sektörlerin doğacağını öngörmüşlerdir. Daha sonrasında Birinci Sanayi Planının en büyük hamlesi olan Demir-Çelik fabrikasının Zonguldak’taki taş kömürü havzasına yakınlığı sebebi ile Karabük’te kurulmasına karar verilmiştir.

Öyle ki Türk sanayisinin en eski ve ilk yatırımlarından birine sahip olan Karabük, sektörde uzmanlaşma ve vasıflı iş gücüne sahiptir. Gelişen ve yenilenen üretim teknolojilerine ayak uydurmuş ve dış ticaret hacmi yüksektir. Öyle ki 2022 yılı verilerine göre Karabük ilindeki çelik ticaretinin bedeli 170 milyon 642 bin dolardır. Bu bağlamda Karabük ilinde sektöre yapılacak olan yatırımlar öncelikle lojistik ağının geliştirilmesine yönelik olmalıdır. Ankara ve Zonguldak illerine olan yakınlığının avantajını, hammadde temini, gümrüklere ulaşım ve deniz taşımacılığına ulaşım için kullanabilmesi için öncelerde aktif kullanılmakta olan demir

yolu taşımacılığının güçlendirilerek faaliyete alınması gerekmektedir. Ayrıca sektörde faaliyet gösteren firmaların uluslararası pazarda rekabet edebilmeleri için yenilikçi yapılarını ve yeni ürün geliştirmelerini yani kısaca AR-GE ve UR-GE çalışmalarının desteklenmesi gerekmektedir. Olası bir kümelenme potansiyeline sahip olan sektörde, yerel yönetim ve hükümetin iş birliği içerisinde geliştirecekleri politikalar, bölgesel ve ulusal kalkınmaya olumlu etki edecektir.

### **Demiryolu Lokomotifleri ve Vagonları İmalatı**

TR 81 bölgesinde sadece Karabük ilinde 3.976 istihdamın olduğu sektörde, Türkiye’de 27.553 istihdam bulunmaktadır. TR81 bölgesi illeri arasında yaptığımız üç yıldız analizi neticesinde Karabük ilinin ilgili sektörde üç yıldız olarak olgun sektör sınıflandırmasına dahil olmaktadır.

Denizcilik faaliyetleri sonrasında, lojistik sektöründe en eski bilinen faaliyet demir yolu taşımacılığıdır. Hem yük hem de insan taşıma konularında sanayi devriminden sonra uluslararası ticarete yaygın olarak kullanılan demir yolu taşımacılığı, Anadolu coğrafyasında ilk örneği 1860 yılında faaliyete geçen İzmir-Torbalı hattıdır. O dönemde hem ekonomik sıkıntı çeken Osmanlı devleti, teknolojik alt yapısının da yetersizliği sebebi ile İngilizlerin finansmanı ile demir yolu faaliyetlerine başlamıştır. (Atilla, 2002)

Cumhuriyet dönemine gelindiğinde demir yolu döşenmesine büyük önem gösterilmiş ve konuyla alakalı yasalar düzenlenmiştir. Demir yolunun tamamen milli kaynaklar ile yapılması ve yabancı kaynaklardan yararlanılmaması amacı ile yola çıkılmış olsa da gerekli olan fizibilite raporlarını düzenleyebilmek için Almanya’dan bir heyet getirilmiştir. (Yayman, 2008) Hedeflenen milli üretim doğrultusunda 1939 yılında Kırıkkale Çelik Fabrikası ve Karabük Demir Çelik Fabrikasında demir yolu rayı imalatına başlanmıştır. (Küper, 2012)

Bu bağlamda Karabük ili sektörde tarihi bir öneme sahip olması ve üretim faaliyetlerinde uzmanlaşma ile vasıflı iş gücünü barındırması sebebi ile sektörde hem ülke hem bölge içinde rekabet avantajının bulunması kaçınılmazdır. Öyle ki üretim konusu olan sektörün her geçen gün gelişen ve yenilenen yapısı, bölgede faaliyet gösteren ve faaliyet göstermek isteyen firmaların da yenilikçi yapılarını güçlendirmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Nitekim

geleneksel üretim olan lokomotiflerin yerini son teknoloji hızlı trenlerin alması ve ulaşımda zaman kazanma avantajını sağlamaları sebebi ile tercih konusu olmaktadır. Bu bağlamda Karabük ilinde ilgili sektörde yapılacak olan yatırımların, güncel teknolojiyi yakalamış, yeni nesil demir yolu taşımacılığı araçlarının kabin ve lokomotiflerinin üretimi üzerine olması gerekmektedir.

### **Deri Giyim Eşyası İmalatı**

TR81 bölgesinde sadece Karabük ilinde istihdamın olduğu sektörde 131, Türkiye’de ise 10.051 istihdam mevcuttur. Osmanlı döneminden bu yana deri hammaddesi ile giyim eşyası üretiminde debbağhaneler şeklinde imalat yapan gelenekselci bu sektör, bölge illeri içerisinde sadece Karabük’te istihdamın olması ile rekabet avantajı yakalamıştır.

İnsanlık tarihi boyunca hammaddesi deri olan birçok giyim eşyası ve kıyafet üretilmiştir. Derinin tabaklanmasını öğrenen insanoğlu çeşitli ihtiyaçlarını karşılama yönünden hayatının birçok farklı alanından hayvan derisini aktif olarak kullanmışlardır. Karabük ilinin Safranbolu ilçesi Türklerin Anadolu’ya girişinden de önce 13.yy’da yörük Türkmenlere ev sahipliği yapmaktaydı. Deri işleme konusunda zanaat sahibi olan Türkmen topluluklar, debbağhanelerini genellikle deniz ya da akarsu kenarına kurmaktaydılar.16.yy’dan 19.yy’a kadar Safranbolu’nun önemli ticaret kaynağı olan debbağhaneler önemli bir ekonomik aktör olarak görülmektedirler.

Günümüzde Safranbolu debbağları halen daha ufak atölyelerde, geleneksel üretim biçimi ile turistik ürünler üretmeye devam etmektedirler. Büyük zanaat ve ustalık gerektiren sektör milli mücadele yıllarında, bölgede faaliyet gösteren debbağların bir araya gelerek kurduğu Debagat Fabrikası ile bir ivme kazanmış olsa da daha sonra ortakların birbiri arasındaki sorunları ile kısa zamanda kapanmıştır. Sonuç olarak, geleneksel bazlı üretim yapan bu atölyelerin, gelişimini ve üretimde verimliliğini arttırmak için temelde, teknolojik yapılarının artırılması gerekmektedir. Ayrıca tarihin tozlu sayfaları incelendiğinde geçmişte kurulmuş olan fabrikanın kişisel çıkarlar sonucu kapatılması ve sektörün gelişimini geriletmesi yapılabilecek en büyük hatalardandır. Sektörde faaliyet gösteren firmaları bir çatı altında toplayarak, ortaya çıkan bilgi birikimi ve uzmanlık neticesinde bir marka oluşturulması ve bu üretim tesisinin teknolojik çerçevesinin güçlü, ürün kalitesi yüksek ve uluslararası arenada rekabet edilebilir bir hale gelmesi mümkündür. Nitekim uluslararası

pazardaki örnekleri incelendiğinde markalaşma sürecini tamamlamış ve rekabet edilebilirliği yüksek olan birçok firmanın kar marjlarının yüksekliği ve ulusal kalkınmaya olan pozitif etkisi aşırıdır. Bu bağlamda yapılacak olan yatırımların ilk önce mevcut üretim yapan firmaları tek çatı altında, ulusal pazara mal üretebilecek potansiyele sahip bir tesis içerisinde toplamaya yönelik olması gerekmektedir.

### **Diğer Demir Dışı Metallerin Dökümü**

TR81 bölgesinde sadece Karabük ilinde istihdamın olduğu sektörde 248, Türkiye’de ise 5.228 istihdam bulunmaktadır. Metalik hammaddeyi işleme ve şekillendirme aşamalarında uzmanlık sağlamış olan Karabük ilinin ilgili sektörün üretim konularında bölge illeri arasında rekabet avantajı söz konusudur. Yapılan üç yıldız analizi neticesinde üç yıldız olarak olgun küme vasfı taşıyan sektör, üretim yapısı, üretim faaliyetleri, kullanım alanları ve kümelenme potansiyeli hakkında incelenecektir.

Demir dışı döküm, demir ve demir alaşımlarının dışında kalan metal döküm işlemidir. Bu işlemde kullanılan metal türleri arasında alüminyum, bakır, bronz, nikel, titanyum gibi metaller bulunur. Demir dışı döküm işlemlerinde kullanılan metaller, demir döküm işlemlerine göre daha hafif olması nedeniyle havacılık, otomotiv ve elektronik gibi alanlarda sıklıkla kullanılır. Bu hammaddelerden üçü özellikle endüstriyel üretimde sıklıkla kullanılmaktadır. Örneğin; alüminyum, demir dökümünden daha pahalı bir hammadde olmasına rağmen, hafifliği ve sağlamlığı sebebi ile otomotiv sektöründe sıklıkla kullanılmaktadır. Magnezyum alaşımlı dökümler ise genellikle havacılık ve elektronik sektörlerinde sıklıkla kullanılmaktadırlar. Bakır ise hem maddi değeri hem de iletkenliği ile elektrik ve elektronik sektörlerinin başlıca girdileri arasında yer almaktadırlar.

Karabük özelinde konu incelendiği takdirde, demir çelik sanayinde uzmanlaşması ve metali eritme, işleme ve son şekli verme konusunda ilerlemiş olmaları, her türlü metalik hammadde ile verimli bir şekilde çalışacaklarının göstergesidir. Öyle ki hali hazırda demir-çelik sanayinin yanında mevzu bahis olan hammaddeleri işleme alanında bölge içerisinde faaliyet göstermeleri, yenilikçi ve girişimci yapılarının da bir örneğidir. İlgili sektörün girdilerinin maliyeti yüksek ancak katma değer yaratan üretim yapıları ile karlı bir çıktı yapısına sahip olmaları, sektörün yatırım almasına ve girişimcilerin sektöre ilgi göstermesini sağlayacaktır.

Bölgede sektöre yapılacak olan yatırımların, Karabük ili üzerinde toplanması ve politikaların ve teşviklerin, yatırımcı ve girişimcileri Karabük'e çekmek üzere yapılması gerekmektedir. Katma değeri yüksek üretim malzemeleri üretilen sektörde, üretilen malzemelerin sarf malzeme yerine, işlenmiş ve son kullanıcıya sunulacak şekilde üretilmesi teşvik edilmelidir. Örneğin; magnezyum alaşım malzemesi magnezyum çubukları halinde değil, ham maddesi magnezyum olan elektronik ürün çipleri halinde üretim yapılarak hem üretilen malzemenin değeri arttırılmalı hem de ağır işçiliğin bölgede yapıldığı halde kazancı bölge dışına taşınması engellenmelidir. Bölgede demir-çelik sanayiinin varlığı sebebiyle vasıflı iş gücü bulmak zor değildir, ayrıca bölge yine ilgili sektörde bir pazara sahip olması nedeni ile yatırımcıların bölgeyi keşfetmesi ve yatırım yapmalarında yerel yönetim ve hükümetlerin teşvikleri etkili olacaktır. Sektörün kümelenme potansiyelinin ortaya çıkarılması için gerekli olan ilgili endüstriler, tedarikçiler, eğitim kurumları ve pazar hali hazırda Karabük ilinde mevcuttur ancak, sektörde faaliyet gösteren firma sayısı arttırılmalıdır. Bu bağlamda bölgede aktif faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları, yerel yöneticiler, merkeze bağlı kamu kuruluşları ve hükümet, ilgili sektöre özel bölgede gerekli teşvik ve sübvansiyonları uygulamalı ve girişimcilerin önünü açmalıdır.

#### **4.1.1.3. Zonguldak İli Üç Yıldız Analizi Çıktıları**

Zonguldak ili istihdam verileri üzerine yapılan üç yıldız analizi sonucu 41 sektörün üç yıldız aldığı tespit edilmiştir. Mukayeseli üstünlüğünü tespit etmeye çalıştığımız sektörlerde bölge illerinin coğrafi koşulları ve sektörel benzerlikleri neticesinde sadece Zonguldak ili özelinde üç yıldız alan 20 sektör belirlenmiş, akabinde Tablo 4.3'de belirtilmiştir. Bu bağlamda üç yıldız alan sektörler incelenecek olup, rekabet avantajlarının nedenleri ve olası kümelenme potansiyelleri ortaya konulacaktır.

Tablo 4.3: TR81 bölgesinde sadece Zonguldak ilinde üç yıldız alan sektörler

NACE REV 2	SEKTÖR	İSTİHDAM	TR81 İSTİHDAM	TR İSTİHDAM	BÜYÜKLÜK	BASKINLIK	UZMANLAŞMA	BÜYÜKLÜK	BASKINLIK	UZMANLAŞMA
16	Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı	13036	14665	178333	0,073	0,889	8,001	*	*	*
1621	Ahşap kaplama paneli ve ağaç esaslı panel imalatı	6242	6721	44659	0,14	0,929	15,299	*	*	*
1624	Ahşap konteyner imalatı	6236	6320	39192	0,159	0,987	17,417	*	*	*
899	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer madencilik ve taş ocakçılığı	6149	6149	34354	0,179	1	19,592	*	*	*
2369	Beton, alçı ve çimentodan yapılmış diğer ürünlerin imalatı	185	215	13157	0,014	0,86	1,539	*	*	*
23	Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	4099	5852	324166	0,013	0,7	1,384	*	*	*
2712	Elektrik dağıtım ve kontrol cihazları imalatı	1112	1307	72415	0,015	0,851	1,681	*	*	*
3511	Elektrik enerjisi üretimi	3683	3950	126100	0,029	0,932	3,197	*	*	*
2711	Elektrik motorlarının, jeneratörlerin ve transformatörlerin imalatı	941	1013	71422	0,013	0,929	1,442	*	*	*
35	Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtım	3683	3950	152699	0,024	0,932	2,64	*	*	*
3011	Gemilerin ve yüzen yapıların inşası	670	670	21903	0,031	1	3,348	*	*	*
6	HAM PETROL VE DOĞAL GAZ ÇIKARIMI	342	342	1402	0,244	1	26,701	*	*	*

Tablo 4.3: (devam ediyor)

2733	Kablolamada kullanılan gereçlerin imalatı	525	543	32976	0,016	0,967	1,743	*	*	*	
2352	Kireç ve alçı imalatı	1938	1984	10686	0,181	0,977	19,851	*	*	*	
4672	Madenler ve maden cevherlerinin toptan ticareti	1158	1158	19457	0,06	1	6,515	*	*	*	
2561	Metallerin işlenmesi ve kaplanması	1404	1685	56694	0,025	0,833	2,711	*	*	*	
2223	Plastik inşaat malzemesi imalatı	796	880	55319	0,014	0,905	1,575	*	*	*	
2343	Seramik yalıtkanların (izolatörlerin) ve yalıtkan bağlantı parçalarının imalatı	23	23	950	0,024	1	2,65	*	*	*	
2060	Suni veya sentetik elyaf imalatı	967	967	23536	0,041	1	4,497	*	*	*	
46	Toptan ticaret (Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)	1169	1169	22676	0,052	1	5,643	*	*	*	

## **Ağaç, Ağaç Ürünleri ve Mantar Ürünleri İmalatı (Mobilya Hariç); Saz, Saman ve Benzeri Malzemelerden Örülerek Yapılan Eşyaların İmalatı**

İmalat sanayinde faaliyet gösteren Nace Rev. 2 kodları içerisinde 16 numaralı ana kod başlığında bulunan, 16.21 kodlu “Ahşap kaplama paneli ve ağaç esaslı panel imalatı” ve 16.24 kodlu “Ahşap konteynır imalatı” sektörlerini içeren “Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı” sektöründe TR81 bölgesinde 14.665, Türkiye’de 178.333 ve Zonguldak ilinde 13.036 istihdam bulunan sektörde Zonguldak ili bölge illeri içerisinde rekabet avantajını yakalamış ve yığılmayı mümkün kılmıştır.

Batı Karadeniz bölgesi, hem sektörde faaliyet gösteren firma sayısı hem de geniş orman alanları sebebiyle Türkiye’nin önemli tedarikçileri arasında yer almaktadır. Ormanlarındaki ağaç kalitesi ve çeşitliliği talebe yönelik üretimi mümkün kılmaktadır. Daha çok küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşan firma yapıları kurumsallaşmamış ve iç talebe yönelik üretim yapan firmalardan oluşmaktadır. Orta ölçekli kurumsallaşmış firmalar ise genel itibari ile bölge dışına ve ihracata yönelik üretim yapmaktadırlar (BAKKA, 2012).

Bölgenin %59’luk kısmını oluşturan ormanlar, nüfusun giderek artması, ağaçların işlenerek katma değerlerinin artırılması ve mobilya imalatı gibi birçok alanda kullanılıyor olması, orman endüstrisinin talebini arttırmaktadır. Ayrıca Zonguldak’ın bu konuda uzmanlaşması ve pazarını oluşturmuş olması, dış talebe yönelik çalışması ve ürün kalitesi gibi artı değerleri ulusal kalkınmaya katkı sağlayan etkenlerdir.

Zonguldak genelinde ilgili sektöre yapılacak en büyük yatırımdan birisi teknolojik ekipman desteğidir. Hala ilkel yöntemler ile üretim yapılan sektörde ürün kalitesi ne kadar yüksek de olsa imalat hataları önlenememektedir. Ayrıca sektörün ihtiyacını karşılayacak olan demir yolu, deniz yolu ve kara yolu bazlı lojistik sorununun da çözülmesi gerekmektedir. Sadece kara yolu ile kullanılmakta olan lojistik ağı, limanlar ve demir yolları ile desteklenmelidir. Ayrıca bölge içerisinde yapılan üretimin iç pazara yapılması ve ihracatın ihmal edilmesi sonucu ilgili sektörün ihraç rakamları çok düşüktür.

## **Başka Yerde Sınıflandırılmamış Diğer Madencilik ve Taş Ocakçılığı**

TOBB veri tabanından alınan verilere göre TR81 bölgesinde sadece Zonguldak ilinde 6.149 istihdamın oldu, Türkiye’de ise 34.354 istihdamın olduğu sektörde, TR81 illeri arasında Zonguldak ilinin rekabet üstünlüğü aşıkardır. Yapılan üç yıldız analizi sonucu olgun olarak nitelendirilen sektörde, Zonguldak ili jeopolitik yapısı ve istihdamın yığılması sonucu kümelenme potansiyeline sahiptir.

Literatür incelendiğinde Özdemir (2017) yaptığı çalışmada Zonguldak ilinin belirli bölgelerinden aldığı kayaç numunelerini incelemiş, yaptığı analizler ve testler sonucunda bölgede bulunan kayaç türlerinin oldukça kaliteli ve dayanıklı madenlerden oluştuğunu ve bu taşocaklarında üretilen blokların, ihracatta kullanılan ürün teknik şartnamelerine en uygun özelliklere sahip olduklarını belirlemiştir.

Yapılan çalışmalar ve deneylerin de ortaya koyduğu gibi ilgili sektörde üretilen ürün kalitesi ve çıktı miktarı uluslararası standartlara uygundur. Nitekim Zonguldak ilinde yaşanan yığılma neticesinde hali hazırda taşkömürü madenciligi üzerine uzmanlaşmanın yaşandığı şehirde, madencilik faaliyetleri üzerine vasıflı iş gücü ve gerekli girdi koşulları açısından da üstünlükler sağlanmaktadır.

Zonguldak ilinde söz konusu sektörde yapılacak olan yatırımlara ve girişimlere katma değer sağlayarak bir çıktı vermesi muhtemeldir. Ayrıca sektörün bölge illeri içerisinde yapılacak yatırımlarının Zonguldak iline kaydırılarak, teşviklerin bu neticede şekillenmesi ulusal kalkınmayı pozitif yönde etkileyecektir. Zonguldak ilinin coğrafi avantajları ve lojistikte kullanılacak olan deniz taşımacılığı için gerekli limanlara sahip olması aynı zamanda Filyos’ta tamamlanmak üzere olan dünyanın en büyük liman projesi de sektöre aynı zamanda da hem bölgesel hem ulusal kalkınmaya olumlu etki edecektir.

## **Diğer Metalik Olmayan Mineral Ürünlerin İmalatı**

İmalat sanayinde faaliyet gösteren Nace Rev. 2 kodu 23 olan “Diğer metalik olmayan mineral ürünlerinin imalatı” isimli ana sektörde, yapılan üç yıldız analizi neticesinde sadece Zonguldak ilinde üç yıldız alan “Seramik yalıtkanlarının (izolatörlerin) ve yalıtkan bağlantı parçalarının imalatı”, “Kireç ve alçı imalatı” ve “Beton, alçı ve çimentodan yapılmış diğer

ürünlerin imalatı” alt başlıklı sektörlerde TR81 bölgesinde 5.852, Türkiye’de 324.166 ve Zonguldak ilinde 4.099 istihdam mevcuttur. Yapılan analiz sonucunda ilgili sektörlerin TR81 illeri arasında Zonguldak ilinde yaşanan istihdam yığılması sonucu, Zonguldak’ın rekabet avantajının ve bir kümelenme potansiyelinin olduğunu ortaya koymaktadır.

Kalkerden imal edilen kireç ve alçı, %90 kalsiyum karbonat içermektedir. Önce pişirilip daha sonrasında su ile söndürme işlemine tabii tutulan daha sonrasında kurutulup toz haline getirildiğinde paketlenen kireç, özellikle inşaat sektörünün vazgeçilemez bir girdisidir. Üretim aşamaları bölgenin yapısına göre farklılık göstermektedir. İlkel yöntemlerle üretim yapan geri kalmış bölgelerde öncelikle yamaç ocağı denilen kalker taşının bulunduğu yerlerde derinlemesine bir çukur açılır. Daha sonrasında açılan çukurun içerisi kille kaplanarak içerisinde ateş yakılır ve ateş yakıldıktan sonra ocağın üstü kapatılarak 7-10 gün içerisinde sönmemiş kireç elde edilir.

Modern üretimde ise taş ocağının etrafına dinamit yerleştirilerek patlatılır ve kalker taşları ortaya çıkarılır. Taşlar fırınlama yapılmadan önce parçalanır ve 900 derecelik fırınlarda sönmemiş kireç elde edilir. Daha sonra sönmemiş kireç hidratörlerde söndürülür ve son kullanıcının talebine uygun sönmüş kireç elde edilir. Kullanım alanları ise her geçen gün çoğalarak artmaktadır. Geçmişte salgın hastalıklarda dahi kullanılan kireç, 1900-1910 yılları arasında %80 oranında inşaat sektöründe, %10 kimya endüstrisinde, %10 ziraat alanlarında kullanılmaktaydı. Ancak günümüzde yaşamın hemen hemen her alanında kireç kullanılmaktadır.

Aynı şekilde alçı imalatı da alçıtaşı olarak bilinen tek mineralli tortul taş olan jipsitten üretilmektedir. Yine kireç üretimindeki imalat aşamaları alçı üretiminde de kullanılmaktadır. Nitekim jeopolitik ve tektonik yapısı sonucu Zonguldak ilinin alçı ve kireç taşları bakımından zengin madenlere sahip olması, sektörde hammaddeye erişimin kolay olması sonucu ilgili sektörde Zonguldak ilinde yapılan yatırımlar çarpan etkisi ile artarak çoğalmaktadır. Bölgede yapılan ve yapılacak olan politikalar ilgili sektör yatırımlarını Zonguldak üzerinde yoğunlaşmasını sağlamalı ve girişimciler teşvik edilmelidir. Bugün ulusal kalkınmada en önemli rol oynayan inşaat sektörünün destekleyici endüstrisi olan sektör, yapılacak olan teşvikler ile farkındalık yaratılmasına sebep olacaktır.

## **Elektrik Teçhizat İmalatı**

İmalat sanayinde faaliyet gösteren Nace Rev. 2 kodu 27 olan “Elektrik teçhizat imalatı” sektöründe, yapılan üç yıldız analizi neticesinde yine 27 kodlu sektörün alt dalları olan 27.11 “Elektrik motorlarının, jeneratörlerin ve transformatörlerin imalatı”, 27.12 “Elektrik dağıtım ve kontrol cihazları imalatı” ve 27.33 “Kablolamada kullanılan gereçlerin imalatı” kodlu ve isimli sektörlerde Zonguldak ili üç yıldız olarak olgun sektörler kategorisinde yer almaktadırlar. TR81 bölgesinde 3.808, Türkiye’de 428.244 ve Zonguldak ilinde 3.385 istihdamın bulunduğu sektörde, istihdamın yığılması sonucu rekabet avantajı ortaya çıkmaktadır.

İlgili sektörün, rekabet gücünü en belirleyici etkenler firmaların teknoloji altyapısı ve teknoloji geliştirme yeteneğidir. Dünyada bu sektörde rekabet avantajını yakalayan ülkeler incelendiğinde Japonya, Güney Kore, Tayvan, Singapur, Almanya ve ABD gelmektedir. Bu ülkelerde sektörde oluşan uzmanlaşma neticesinde düşük maliyetle üretim ve AR-GE faaliyetlerine verdikleri önem neticesinde ortaya çıkardıkları yeni ürünler ile sektörde uluslararası rekabet avantajını yakalamışlardır.

İlgili sektörün üretim konusu olan elektrik teçhizatları, bugün hayatımızı kolaylaştıran ve teknolojik gelişmelerin temelini oluşturan çıktılardır. Sektör faaliyet konusu itibari ile inşaat sektöründen, otomotiv sektörüne kadar her alanda kullanılmakta olan ürün ve hizmetlerin üretimini sağlamaktadır. Uluslararası kalkınmaya etkisi olacak ve katma değer üretebilen bir sektör olması sebebiyle, birim karlılığı ve üretim teknolojisindeki yapısıyla Zonguldak ilinde bu derece bir yığılmanın olması, ilin ilgili sektörde bir geleceği olduğunu vaat etmektedir. Ayrıca sektörün yenilikçi yapısı ve verimliliği incelendiğinde, Zonguldak ilinin sektörde bölge illeri arasındaki farkı ve uzmanlaşması da açık bir şekilde gözlemlenmektedir.

Sektör Zonguldak özelinde incelendiği takdirde 18 firmanın aktif faaliyet gösterdiği görülmektedir. Firmaların orta ölçekli firmalar olması ve TR81 bölgesi içerisinde iç talepten ziyade, ihracata yönelik üretim yapmaları firmaların rekabet avantajını arttırmaktadır. Zonguldak’taki bu yığılmanın, bölgede sektöre yapılacak olan yatırımları ve girişimcileri Zonguldak’a yönlendirerek bölgenin uzmanlaşmasını ve olası bir kümelenmenin oluşumu desteklenmelidir. Sektörün ulusal kalkınmaya daha fazla katkı sağlaması amacıyla, AR-GE ve UR-GE faaliyetleri desteklenmeli, piyasaya sürecekleri yeni ürünler uluslararası pazarda

ikamelerine karşı korunmalıdır. İstihdam yaratma ve çarpan etkisi ile büyümeye sağlayacağı fayda göz ardı edilmemeli bu neticede ilgili sektörde faaliyet göstermek isteyen girişimcilere, işveren için büyük bir maliyet olan sigorta prim, vergi ve maaş gibi hususlarda politika üreticileri tarafından ayrıcalıklar tanımlanmalıdır. Ayrıca sektöre girişin zor olduğu ve orta ölçekli bir firmanın kurulması için gerekli olan ekipman ve teçhizatın teknolojik yapısı gereğince maliyetlerinin yüksek olduğu bilinmektedir. Bu konuda ilgili mercilerin girişimcilere düşük faiz, uzun vade krediler sağlanmalıdır. Diğer bir husus olan kurulum yeri ve tesis kurulum maliyetleri için ise belediyeler tarafından ilgili sektöre yapılacak olan yatırım için yer tahsisi ve alt yapı çalışmaları ile yatırımcılara için ili cazip kılmak mümkündür.

### **Elektrik Enerjisi Üretimi**

TR81 bölgesinde 3.950, Türkiye’de 126.100 ve Zonguldak ilinde 3.683 istihdamın bulunduğu sektörde, Zonguldak ili gerek istihdam yığılması gerekse üretim yapan firmaların orta ölçekli firmalar olması nedeni ile bölgedeki diğer iller üzerine bir rekabet avantajı sağlamıştır.

Enerji bir ülke ekonomisinin büyümesini ve kalkınmasını etkileyen en önemli etkidir. Enerji kullanımında dışa bağımlılığını azaltmış ve iç talebe yeten enerjiyi üreten devletlerin refah seviyeleri daha hızlı bir şekilde yükselttiği görülmektedir. Sanayi devrimi sonrasında insan ve hayvan gücüne dayalı yapılan üretimin yerini enerji kullanımı almasıyla, insan hayatında vazgeçilmez bir yere sahip olmuştur. Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, sanayinin en büyük ihtiyacı enerjidir. Bu üretim için gerekli olan enerjiyi üretebilmek için AR-GE çalışmaları neticesinde dışa bağımlılığı azaltmaya yönelik yapılan çalışmalar ile yeni kaynaklar kullanılmaya başlamıştır. Bu bağlamda yeni kömür sahaları araştırılmış ve mevcut kömür sahalarının güçlendirilmesine yönelik çalışmalar yapılmıştır.

Bugün ülkemizde toplam enerji arzının yaklaşık %30’u elektriğe yöneliktir. Elektrik üretiminin ise %48.8’i doğalgazdan karşılanmaktadır. Ülkemizde kıt bulunan bu kaynağın hem dışa bağımlılığı arttırdığı hem de maliyetinin yüksekliği düşünüldüğünde, elektrik üretimi için yeni hammadde arayışı doğmuştur. Bu bağlamda taş kömürü ve linyit gibi kaynaklarla çalışan termik santrallerin inşasına önem verilmiştir. (EPDK, 2014)

Bu bağlamda Zonguldak ili ilgili sektörle ilgili değerlendirildiğinde, Çatalağız havzasında yoğunlaşmış olan termik santral yatırımları neticesinde, Zonguldak ili sektörde ülke genelinde 11. Sırada yer almaktadır. Ayrıca şehrin ihtiyacının yaklaşık 5 katı bir üretim yapmaktadır. Üretim havzasının yatırıma yatkın olması ve ülke genelinde kurulacak olan termik santrallere yöre halkının karı çıkma sorununun Çatalağız havzasında olmaması bölgeye yapılacak olan yatırımları karlı kılmaktadır. TOBB verilerine göre Zonguldak genelinde aktif faaliyet gösteren 9 firma bulunmaktadır. Üretim yapan firmaların istihdam yaratma oranları yüksektir. Ayrıca imalatının neredeyse tamamını doğalgaz ile yapılan elektrik üretiminin aksine, her ne kadar çevreci olmasa da kömür ve linyit ile yapılan üretim neticesinde dışa bağımlılık oranı da düşürülmektedir.

Geleneksel kabul edilecek olan termik santral ile elektrik üretiminin çevreye ve doğaya verdiği zararlar düşünüldüğünde, Zonguldak bölgesine yapılacak olan yatırımların il önce bölge halkının sağlığına ve refahına yönelik yapılmalıdır. Bölge illerinin ısınma ihtiyacını büyük oranda kömür ile karşılaması ve mevcut termik santrallerin kömür kullanarak üretim yapması bölgenin hava temizliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Geleneksel üretime yapılacak yatırımlarda teknoloji seviyesi yüksek, hava filtreleme sistemlerine yatırım yapılmalıdır. Ayrıca modern üretim sistemlerinde ise yenilenebilir enerji sistemlerine (güneş panelleri, rüzgâr tribünleri, hidroelektrik santralleri) yapılacak olan yatırımlar, bölge halkı ve doğal yapı için daha faydalı olacaktır. Bir diğer konu ise Zonguldak ilinin ve ilçelerinin akarsu ve dereler açısından zengin bir portföyünün olmasıdır. Batı Karadeniz ili olmasına rağmen yağışları ve dik yokuşları ile Doğu Karadeniz özellikleri taşıyan bölgede yüksek debiye sahip ırmak ve derelere yapılacak olan tribünler ile elektrik üretimine imkân bulunmaktadır. Yerel yönetim tarafından mevcut duruma yönelik bir fizibilite raporu hazırlanarak, tribünlerin kurulması gerekli şartları karşılayan bir pozisyon var ise bölgeye yatırım çekilmeli ve bölgenin reklamı yapılmalıdır.

### **Gemilerin ve yüzen yapıların inşası**

TR81 bölgesinde sadece Zonguldak ilinde 670 ve Türkiye’de 21.903 istihdamın olduğu sektörde Zonguldak ili bölge illeri içerisinde rekabet avantajına sahiptir. Ayrıca limanlara sahip olması ve sahil şeridinde bulunması denizcilik sektöründe aktif bir şekilde faaliyet göstermesi de ilgili sektörde rekabet edilebilirliğine olumlu etki etmektedir.

Denizcilik sektöründe, gemi inşasında geçmişten günümüze birçok malzeme kullanılmaktadır. Daha çok çelik, elyaf ve ağaç ürünlerinin yoğunlukta kullanıldığı sektör ilk yüzen taşıtlardan bugüne aynı hammaddeler ile imal edilmektedirler. Bugün yapılan uluslararası ticaretin neredeyse tamamı gemiler ile transfer edilmektedir. Özellikle sanayi hammaddelerinin ağır ve çok yer kaplayan malzemeler olması ve kara taşımacılığında çok daha karlı bir lojistik yöntemi olması gemicilik sektörünün önemini arttırmaktadır. Gemi inşa sanayisi gelişime açık ve belli kurallar çerçevesinde toplanmış bir sektördür. Örneğin bir tersanenin kurulması için, denize ulaşım bağlantısı, işgücünün temin kolaylığı, ülkede istihdama olan ihtiyaç, ana deniz ticaret rotalarına yakınlık, deniz ticaretinin gelişmişliği, yan sanayinin gelişmişliği, güçlü endüstriyel organizasyon yapısı, hammadde ihtiyacının yerel yakın ülkelerden temin edilebilirliği, kalite ve maliyet açısından rekabet edebilirlik, teknolojik yeniliklerin ve bilgi birikiminin mevcut olması, uygun finansman imkânları, sektörün desteklenmesi için siyasi iradenin varlığı gibi temel girdilerin var olması gereklidir. (TUSİAD, 2010).

Zonguldak ili ilgili sektörün hem hammadde tedariki için kolay ulaşılabilir olması, hem de geniş sahil şeridinde kurulu olması sektörde başarılı olmasının kuşkusuz kaynağıdır. Sektörün istihdam yaratma oranı yüksek ve yüksek teknoloji içeren bir sektör olması, Zonguldak iline yapılacak olan yatırımların AR-GE çalışmaları ve kurulacak olan firmalara teknolojik destek sağlamaya yönelik olması gerekmektedir. Ayrıca sektöre girişlerin zor olması ve bu neticede yatırım çekme potansiyelinin düşük olması sebebiyle sıfırdan bir işletme kurmak bölge içerisinde bir hayli güç olacaktır. Ancak yapılacak olan yatırımlarla mevcut işletmelerin yenilik ve verimliliği arttırılarak bölge içerisindeki üretim yapan firmaları Zonguldak özelinde toplamaya yönelik politikalar üretildiği takdirde, oluşturulabilecek bir kümelenmede sektörün yüksek kâr marjı ve ulusal kalkınmaya katkısı kuşkusuz artacaktır.

### **Ham Petrol ve Doğalgaz Çıkarımı**

TR81 bölgesinde sadece Zonguldak ili sınırlarında 342 istihdamın olduğu sektörde, Türkiye’de 1.402 istihdam bulunmaktadır. Yapılan üç yıldız analizi neticesinde olgun olarak belirlenen sektör Zonguldak iline bölge illeri arasında rekabet avantajı sağlamıştır.

2020 yılı sonlarında Karadeniz açıklarında bulunan doğalgaz, Zonguldak ili Çaycuma ilçesi Filyos beldesinde yapılan çalışmalar neticesinde karaya ulaştırılmıştır. Nitekim

büyükliğünün 710 milyar m<sup>3</sup> olduğu açıklanan doğalgazın, yıllık ortalama 59 milyar m<sup>3</sup> tüketimi olan ülkemizin 12 yıllık doğalgaz ihtiyacına eşdeğerdir. Kullanılmakta olan doğalgazın %90'lık bir bölümü ithal edildiği düşünüldüğünde, Türkiye'nin cari açığı dengelenecek olup, büyüme büyük bir etkisi olacaktır.

Zonguldak ili yerelinde incelendiği takdirde, çıkarılacak olan doğalgazın Filyos'ta depolanması ve dağıtımını gerçekleştirilmesi, ilgili sektörde Zonguldak ilini sadece bölgede değil ülke içerisinde avantajlı bir konuma taşımaktadır. Yapılan keşifler neticesinde bölgeye yatırımların yapılması, depolama alanlarının kurulması, yerli ve yabancı firmaların bölge içerisinde faaliyet göstermesi sadece sektörel bazda değil, tüm sektörler açısından bir çarpan etkisi yaratmaktadır. Nitekim Filyos Vadi projesi başlamadan önce 5bin nüfusa sahip olan Filyos beldesinin, projenin başlamasından hemen sonra nüfusunun 30 bin civarına çıktığı görülmektedir. Ayrıca yine bölge içerisinde metrekaresi ortalama 350 lira civarında olan imarlı arsa fiyatları, yine proje sonrası 4.000 lira civarında olduğu görülmektedir.

Bölgede yapılan projenin etkisi ile bölgede ilgili sektörde yaşanan yığılma ve iş imkanları sektörün ulusal kalkınmaya etkisini şüphesiz olumlu etkilemektedir. Ayrıca bölge üzerinde kaldırabileceğinden daha fazla işçi göçü alması ve iş imkanının oluşması emlak piyasasını etkilemiş bu bağlamda da alt yapı ve çevre sorunları doğurmuştur. Bölgenin gelişimi ve ulusal kalkınmaya etkisinin artırılmasının en önemli etkenlerinden birisi halkın refah seviyesini arttırmaktır. Bunun için bölgede yapılacak olan yatırımlar öncelikle çevresel etkenlerin ve altyapının güçlendirilmesine yönelik olmayken daha sonrasında ise konut sorununun çözümüne yönelik olmalıdır.

### **Madenler ve maden cevherlerinin toptan ticareti**

TR81 bölgesinde sadece Zonguldak ilinde 1.158 istihdamın olduğu sektörde, Türkiye'de 10.686 istihdam mevcuttur. İlgili sektör istihdam yoğun olması ve ticareti yapılan madenlerin Zonguldak ilinden çıkarılması sebebiyle, Zonguldak'ı bölge illeri arasında rekabet avantajı bulunan bir şehir haline getirmiştir.

1980'li yıllarda kara elmasın başkenti olarak tabir edilen Zonguldak, Türkiye Taş Kömürü İşletmeleri ile özdeşleşmiş bir şehirdir. Ayrıca taş kömürünün yanı sıra diğer madencilik faaliyetlerine de ev sahipliği yapan Zonguldak, kalker taşı ve taş ocakları açısından da zengin

bir portföye sahiptir. Bu sebeple bölge içerisinde birçok özel yatırımcı öncelikle taş kömürü olmak üzere, madencilik faaliyetlerine yatırım yapmaktadır. Öyle ki geçmişten günümüze madencilik faaliyetleri ile boy gösteren sektörün, imal ettiği ürünün ticaretini yapması da kaçınılmazdır. Hem iç talebe hem de ihracata yönelik olarak yapılan üretimler neticesinde Zonguldak ilinde ilgili sektörde ortaya çıkan tacirlik ve aracılık kavramları ile üretilen malın son kullanıcıya ulaşması da kolaylaşmış aynı zamanda talebini arttırmıştır. Bugün hem ağır sanayide kullanılan taş kömürü hem de inşaat sektöründe kullanılan alçı, çimento gibi ürünlerin üretildiği şehirde, ilgili ürünlerin pazarlaması ve satışı da önem arz etmektedir.

Zonguldak ilinin üretim avantajına sahip olduğu madencilik faaliyetlerinde, toptan ticaret sektörü de gelişime açık ve geliştirildiği takdirde ulusal kalkınmaya katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Bu bağlamda Zonguldak ilinde yapılacak olan yatırımların öncelikle üretim yapan firmaların pazarlama departmanlarına sonrasında ise tüccar ve aracılara yönelik geleneksel pazarlama tekniklerinden ziyade nöropazarlama (tüketicinin satın alma stratejisine yönelik ürün ortaya koyma) teknikleri gibi güncel pazarlama yöntemleri üzerine eğitimler verilmelidir. Daha sonrasında bölgenin ilgili üretim faaliyet alanlarında olan başarısının ve kalitesinin reklam çalışması yapılmalı ve tüccar ve aracılardan iç talepten ziyade ihracata yönelik çalışmaları teşvik edilmelidir. Yapılacak çalışmalar neticesinde ilgili sektörün hem yatırımcı hem de girişimci çekeceği, oluşacak ihracat potansiyeli ile ülkenin cari açığını azaltıcı faaliyette bulunacağı ve ulusal kalkınmaya olumlu etki edeceği öngörülmektedir.

### **Fabrikasyon Metal Ürünleri İmalatı (Makine ve Teçhizat Hariç)**

İmalat sanayinde faaliyet gösteren Nace rev. 2 kodu 25 olan “Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç)” başlıklı sektörün alt başlıklarından olan, 25.61 kodlu “Metallerin işlenmesi ve kaplanması” başlıklı alt sektörü de dahil olmak üzere TR 81 bölgesinde 6.881, Türkiye’de 769.893 ve Zonguldak ilinde ise 5.070 istihdamın bulunduğu sektörde, Zonguldak ili bölge illeri arasında rekabet üstünlüğü elde etmektedir. Söz konusu sektörde rekabet avantajını oluşturan etkenler ve gelişmesi için yapılacaklar irdelenecektir.

Metal sektörü, GSMH’nin %3’üne, endüstriyel sektörlerde faaliyet gösteren firmaların yarattığı istihdamın %12’sine sahiptir. Bu bağlamda metal sektörü ihracatın en yoğun olduğu 3. sektördür. (T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2011) İlgili sektör Türkiye’nin

kalkınma hedeflerine ulaşmasında en büyük etkenlerden biri olmakta ve sektörel bazda bakıldığında 34 sektör arasında 9'uncu sırada yer almaktadır. (Özden, A., Haçikoğlu, 2017) Ayrıca ilgili sektör ağır sanayi sınıflandırmasına girmesi ve dolayısıyla yüksek teknoloji ve yüksek iş gücü gereklilikleri sebebiyle, katma değeri yüksek ürünler üretmektedir. Bugün hayatın her alanında kullanılmakta olan, demir bazlı çıktılarının tamamı bir dizi işlemden geçtikten sonra son kullanıcı ile buluşmaktadır. Bu bağlamda üretilen çıktılarının girdi seviyesi ve maliyet açısından maksimum verimlilikte yapılması, yerel ve ulusal kalkınmaya olumlu etki etmektedir.

Zonguldak ili özelinde konu incelendiği takdirde, hali hazırda demir hammaddesinin işlenmesindeki en temel basamak olan eritilme aşamasında kullanılan taş kömürünün başkenti olması, ayrıca sektörün farklı kolları da dahil olmak üzere birçok alanda imalat yapan firmaların il üzerinde yoğunlaşması, söz konusu sektörün de Zonguldak ilinde uzmanlaşmaya ulaşmasının temel taşlarını oluşturmaktadır. Firma kuruluş stratejileri incelendiğinde, kurulan firmaların ya hammaddeye yakınlık ilkesi çerçevesinde ya da enerji kaynaklarına yakınlık ilkesi çerçevesinde hareket ettikleri görülmektedir. Bu kapsamda Zonguldak ili hem hammaddeye yakınlık hem de enerji kaynaklarına yakınlık ilkelerinin ikisini de kapsamaktadır. Bu bağlamda Zonguldak iline yapılacak olan yatırım ve politikaların öncelikli kapsamı üretim tesislerinin teknolojik alt yapısını güçlendirmeye ve maksimum verimlilikte üretim yapmaya yönelik olması gerekmektedir. Ayrıca sektörün Zonguldak ili özelinde kümelenmesinin oluşturulabilmesi ve ulusal kalkınmaya etkisinin artırılması için, yatırımlar, girişimciler ve teşviklerin Zonguldak ili özelinde olması gerekmektedir. Böylece her ne kadar yeni bir firma kurulum maliyeti çok yüksek olsa da, devletin uygulayacağı politika ve teşvikler neticesinde Zonguldak'ta bir avantaj sağlanmış olacak ve bölge yatırım çekecektir. Daha önce de bahsettiğimiz üzere katma değer yaratma oranı çok yüksek olan bu sektörde yapılacak olan her hareket hem bölgeyi hem de ulusal kalkınmayı olumlu etkileyecektir.

### **Plastik İnşaat Malzemesi İmalatı**

TR 81 bölgesinde 880, Türkiye'de 55.319 ve Zonguldak ilinde 796 istihdamın bulunduğu sektörde, Zonguldak ili yaptığımız üç yıldız analizi sonucunda olgun sektör olarak sınıflandırılmıştır.

Hayatın her alanında kullanımı bulunan plastik, inşaat sektöründen, otomotiv sektörüne; kozmetik sektöründen, gıda sektörüne kadar geniş bir yelpazeye sahiptir. Kimyasal yapısı itibari ile birçok çeşidi bulunan plastiği, yapısı değiştirilerek yumuşak, sert veya dayanıklı, dayanıksız maddeler üretmek mümkündür. Maliyeti düşük, işçiliği kolay olan bu sektörün inşaat sektöründe de birçok kullanım alanı bulunmaktadır. Örneğin pencere doğramalarında, tesisat borularında, derz dolgularında, kaplama malzemelerinde ve süpürgelik gibi çok fazla değişik yapı ve formda kullanılmaktadır. Uzun ömürlü olması ve her türlü hava koşuluna dayanıklı olması sebebiyle tercih konusudur.

Zonguldak özelinde konu incelendiğinde söz konusu sektöre ilişkin üretim malzemeleri genel itibari ile, su boruları, elektrik tesisat boruları ve izolasyon malzemeleri ürünlerinde ağırlıklı olduğu görülmektedir. Zonguldak'ta ilgili sektörde aktif faaliyet gösteren 12 firma bulunmaktadır. Bu firmalar üretim yapıları ve teknolojileri açısından orta sınıf sanayi firmaları olarak tasnif edilmektedir.

Bölgede gerekli kümelenme şartlarının oluşması ve ulusal kalkınmaya etkisinin artırılması için gerekli olan öncelikle Zonguldak yerelinde bulunan firmaların belirli bir alan üzerinde toplamaktır. Daha sonra TR 81 bölgesi illeri içinde ilgili sektörlerde faaliyet gösteren toplam 41 firma bulunmaktadır. İmkân ve üretim kapasitesi açısından uygun olan orta ölçekli firmaları belirlenen alanda üretim yapmaya teşvik etmek ve bu doğrultuda yapılacak olan yatırım ve teşvikleri bir noktada toplamak gereklidir. Ayrıca teknolojik alt yapısı güçlü olan sektörün, düşük verimlikte, yüksek maliyetle ve düşük teknoloji ile çalışan firmaların da teknolojik alt yapı sorunları çözümüne yönelik politika ve teşvikler geliştirilmelidir. Öyle ki teknolojik alt yapısını geliştiren firmaların verimliliklerinin artacağı ve bu verimlilik artışı neticesinde refah seviyelerinin yükseleceği aşikardır. Yapılan bu politika ve teşvikler sonucu bölge hem girişimci hem de yatırımcılar için avantajlı bölge olacaktır.

### **Suni veya Sentetik Elyaf İmalatı**

TR 81 bölgesinde sadece Zonguldak ilinde 967 istihdamın olduğu sektörde, Türkiye'de 23.536 istihdam bulunmaktadır. Elyaf, polimerin işlenerek lif haline getirilmesi ile elde edilmektedir. Günümüzde yoğunlukla tekstil sektörü başta olmak üzere, birçok sektörde kullanımı mevcuttur. Nitekim uygun üretim şartlarının bulunması ve bölge içerisindeki

istihdamın Zonguldak ilinde yoğunlaşması neticesinde, yaptığımız üç yıldız analizi sonuçlarında olgun sektör olarak tasnif edilmiştir.

Elyaf, polimer maddesinin çeşitli kimyasal tepkimeler sonucu lif haline getirilmesi ile elde edilen bir maddedir. Genellikle plastik temelli olan malzemeden iplik üretimi yapılmaktadır. Elde edilen ipler, doğal ipler ile bir araya getirilerek dokuma yapılmaktadır. Elyafın oluşmasında yüksek teknoloji ve emek gerekmektedir. Ayrıca ticaret hacmi büyük ve uluslararası pazarda rağbet gören bir ürün olması neticesinde, talebi yüksek ancak arzı yetersiz bir üründür. The Observatory Of Economics Complexity (OEC, Ekonomik Karmaşıklık Gözlemevi) verilerine göre 36 milyar dolarlık ticaretiyle en çok işlem gören 1.200. ürün konumunda bulunan işlenmiş yapay elyaflar dünya ticaret payının %0.0002'sini oluşturmaktadır.

Zonguldak ili özelinde konu incelendiğinde sektörün gelişimini etkileyen etkenlerin başında geleneksel üretim yöntemleri gelmektedir. Sektörün teknoloji yoğun yapısı ve her geçen gün güncellenen üretim bantlarının olması ve mevcut sistemleri ile üretim yapan firmaların uluslararası rekabette, kendini yenileyen firmaların gerisinde kalmasına sebep olmaktadır. Ayrıca sektöre yeni girişlerin maliyetinin yüksek olması girişimcilerin önünde bir engel olarak ön görülmektedir. Uluslararası piyasada rekabet edebilmek için kurulacak olan bir tesisin, yapılacak olan yatırımı geri getirme süresinin sabit kur ile beş buçuk yıl civarında olması yatırımlar önünde engel teşkil etmektedir.

Bölgeye yapılacak olan politikaların öncelikle, sektörde faaliyet göstermek isteyen girişimci ve yatırımcıların tesis kurulum maliyetlerine yönelik yapılması gerekmektedir. Bu politikalar, kurulum yeri tahsisi, uzun vade sabit oran krediler, vergi ve prim ödemelerinde muafiyetler ile bölgeye yatırımcı çekmeye yönelik olmalıdır. Ayrıca sektörün genel itibari ile tekstil sektörüne üretim yaptığı görülmektedir ancak dünya genelinde gelişmekte ve büyümekte olan üç boyutlu yazıcı sektörü, üretimi için gerekli olan filamentlerin hammaddesi de elyaf liflerinden oluşmaktadır. Ayrıca bu filamentlerin üretim maliyetlerinin düşüklüğü ve kar marjının yüksek olması sebebi ile yatırıma açık bir sektördür. Fakat yüksek teknoloji gerektiren filament üretimi, ülkemizde gerekli alt yapının oluşmadığından hak ettiği değeri görmemektedir. Bölge üzerinde mevcut durumun, söz konusu üretim stiline yönlendirilerek uluslararası pazarda pay sahibi olmanın mümkün olacağı ön görülmektedir. Ayrıca geri dönüşümün önemi de bu sektör üzerinde etkilidir. Geri dönüştürülmüş plastik

maddesinden yapılacak olan üretim ile sıfır atık projesi gereği çevreci üretim sağlanmış olacaktır. Bu sebeple destekleyici sektörü olan geri dönüşüm sektörünün de bölge üzerinde yapılacak olan politikalar ile tam etkinliğe ulaştırılıp, sektörden daha fazla faydalanılmalıdır.

#### **4.1.1.4. TR81 Bölgesi Bölge Bazında Üç Yıldız Analizi Bulguları**

Bölgesel bazda yapılan analiz sonucunda ise yine Nace Rev. 2 kodu imalat sanayinde 292 sektör içerisinde aktif faaliyetin olduğu TR81 bölgesinde 1295 firma ve 352.392 istihdam bulunmaktadır. Analiz sonucu alınan çıktılar da TR81 bölgesinde bir yıldız (aday) alan 29, iki yıldız (potansiyel) alan 21, üç yıldız (olgun) alan 5 sektör bulunmaktadır. Olgun olarak sınıflandırılan sektörler Tablo 4.4’de verilmiştir. Yapılan bölgesel ve il bazlı analizlerden alınan sonuçlardan sadece üç yıldız (olgun) alan sektörler incelenecek olup bir bölgesel kümelenme modeli oluşturulacaktır.

Tablo 4.4: TR81 bölgesinde üç yıldız alan sektörler

Nace Rev 2	Sektör	TR81 İstihdam	TR İstihdam	Büyüklik	Baskınlık	Uzmanlaşma	Büyüklik Yıldız	Baskınlık Yıldız	Uzmanlaşma Yıldız
16	Ağaç, Ağaç Ürünleri ve Mantar Ürünleri İmalatı (Mobilya Hariç); Saz, Saman ve Benzeri Malzemelerden Örülerek Yapılan Eşyaların İmalatı	14665	178333	0,0822	0,0301	5,1986	*	*	*
24	Ana Metal Sanayii	17391	283792	0,0613	0,0357	3,8740	*	*	*
620	Doğalgaz Çıkarımı	342	595	0,57478992	0,000703	36,33661644	*	*	*
23	Diğer Metalik Olmayan Mineral Ürünlerin İmalatı	5852	324166	0,09825496	0,0023496	6,21140499	*	*	*
510	Taş Kömürü Madenciliği	9046	10005	0,90414793	0,0185955	57,15771186	*	*	*

## **Ağaç, Ağaç Ürünleri ve Mantar Ürünleri İmalatı (Mobilya Hariç); Saz, Saman ve Benzeri Malzemelerden Örülerek Yapılan Eşyaların İmalatı**

İstihdam verileri ile yapılan üç yıldız analizi neticesinde olgun sektör olarak sınıflandırılan, “Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı” sektörü, TR81 bölgesinde 14.665, Türkiye’de ise 178.333 istihdama sahiptir. İlgili sektörün bölgesel bazda yaptığımız analizin neticesinde üç yıldız olması istihdam yoğunluğu ile alakalı olsa da sektörde faaliyet gösteren firmaların bu duruma etkileri ve kümelenme potansiyeli incelenecektir.

İlgili sektörün temel girdisi orman ve orman ürünleridir. Bu nedenle ilgili endüstri çok sayıda alt dalı olan ve irili ufaklı birçok işletmeyi altında barındırabilen bir yapıya sahiptir. İlgili sektörün üretim verimliliği, katma değer oluşturabilme yapısı, istihdam yaratma oranı ve yenilikçi yapısı sektörün önem arz eden başlıklarını oluşturmaktadır. Bu başlıklar ışığında üretim yapan bir firmanın ya da sektörün kümülesinin, bölgesine ya da uluslararası rekabetine pozitif etki edeceği açıktır.

Sektör tanımlanması gerekirse literatürde en yaygın olarak kullanılmakta olan tanım Eraslan’a (1977) ait olan “ormanlardan elde edilen birincil ve ikincil ham ürünlerin özellikle odunun yarma, kesme, biçme ve soyma şeklinde biçim değiştirerek, yongalayarak veya liflere ayırarak yapıştırıcı madde kullanarak veya kullanmaksızın presleme, buharlama, kurutma, emprenye etme ve benzeri işlemlerle odunun bünyesini değiştirmeden veya değiştirerek yarı mamul veya mamul mal üreten gerektiğinde birinin mamulünü hammadde olarak kullanıp entegre düzende üretim yapan bir sanayi koludur” şeklinde tanımlamıştır. TOBB’ne (2011) göre orman ürünleri imalat sanayi içerisinde birincil ve ikincil imalat sanayi gruplarında faaliyet göstermektedir.

Birincil imalat sanayii, hammaddesi olan odunu işlenmemiş bir biçimde kullanan sanayi kollarını içermektedir. İkincil imalat sanayii ise birincil imalat sanayinde üretilen ürünlerin işlenmesi ile ortaya çıkan ürünlerin imalatını yapan sanayi dalıdır.

Sektörle ilgili çalışma yaparken öncelikle sektörün Türkiye genelindeki istihdam ve iş yeri verilerini incelemek, sektörle ilgili TR81 bölgesinde yapılacak olan çözümlemelere ve çıkarımlara ışık sağlayacaktır. Bu bağlamda TÜİK veri tabanından elde edilen Nace Rev. 2

kodlarına ait olan 16 numaralı “2.1. Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı” sektörüne ait 2009- 2022 zaman aralığındaki istihdam ve iş yeri sayısı verileri temin edilmiş olup daha sonrasında elde edilen veriler bir önceki yılın sayıları ile kıyaslanmış olup gelişimleri belirlenmiştir.

Bu bağlamda elde edilen veriler şu şekildedir;

Tablo 4.5: Türkiye’de 16 Nace kodlu sektörlerin istihdam sayıları

NACE KOD/ YIL	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
16	67364	71563	77375	83240	84531	86589	86694	85758	87340	87243	81492	84550	95822	102226
16.1	14073	14454	14782	15570	14466	14567	13775	13407	13735	14058	13591	14746	16605	18070
16.10	53291	57109	62593	67670	70065	72022	72919	72351	73605	73185	67901	69804	79217	84156
16.2	9642	10705	12207	13156	14192	16262	17111	17176	17830	18839	17079	17523	19764	21261
16.21	1601	1739	1854	1774	2100	2199	2193	2234	2178	2288	2116	2170	2438	2545
16.22	32266	33617	36064	39598	40047	38918	39015	38756	39052	37310	33660	33140	36879	37142
16.23	5568	6674	8091	8963	10061	11401	11330	10819	11083	11294	11451	12633	14439	16502
16.24	4214	4374	4377	4179	3665	3242	3270	3366	3462	3454	3595	4338	5697	6706

Tablo 4.6: Türkiye’de 16 Nace kodlu sektörlerin istihdam verilerinin bir önceki yıla göre gelişimleri

Nace Kod/ Yıl	2009/10 Gelişim	2010/11 Gelişim	2011/12 Gelişim	2012/13 Gelişim	2013/14 Gelişim	2014/15 Gelişim	2015/16 Gelişim	2016/17 Gelişim	2017/18 Gelişim	2018/19 Gelişim	2019/20 Gelişim	2020/21 Gelişim	2021/22 Gelişim	2009/22 Gelişim
16	6,23%	8,12%	7,58%	1,55%	2,43%	0,12%	-1,08%	1,84%	-0,11%	-6,59%	3,75%	13,33%	6,68%	51,75%
16.1	2,71%	2,27%	5,33%	-7,09%	0,70%	-5,44%	-2,67%	2,45%	2,35%	-3,32%	8,50%	12,61%	8,82%	28,40%
16.10	7,16%	9,60%	8,11%	3,54%	2,79%	1,25%	-0,78%	1,73%	-0,57%	-7,22%	2,80%	13,48%	6,23%	57,92%
16.2	11,02%	14,03%	7,77%	7,87%	14,59%	5,22%	0,38%	3,81%	5,66%	-9,34%	2,60%	12,79%	7,57%	120,50%
16.21	8,62%	6,61%	-4,31%	18,38%	4,71%	-0,27%	1,87%	-2,51%	5,05%	-7,52%	2,55%	12,35%	4,39%	58,96%
16.22	4,19%	7,28%	9,80%	1,13%	-2,82%	0,25%	-0,66%	0,76%	-4,46%	-9,78%	-1,54%	11,28%	0,71%	15,11%
16.23	19,86%	21,23%	10,78%	12,25%	13,32%	-0,62%	-4,51%	2,44%	1,90%	1,39%	10,32%	14,30%	14,29%	196,37%
16.24	3,80%	0,07%	-4,52%	-12,30%	-11,54%	0,86%	2,94%	2,85%	-0,23%	4,08%	20,67%	31,33%	17,71%	59,14%

Sektörel bazda istihdam verileri incelendiğinde her geçen yıl artarak devam eden pozitif bir ivmeye sahip olduğu gözlemlenmektedir. 2009 – 2022 yılları arasında bütün sektörlerde ortalama %51,75 bir artışın olduğunu görülmektedir. İstihdam verilerindeki artış sektörel bazda büyümeyi getirdiği gibi aynı zamanda ulusal kalkınma ve büyümeye de pozitif etkisinin olmaktadır.

Tablo 4.7: Türkiye’de 16 Nace kodlu sektörlerin işyeri sayıları

NACE KOD/ YIL	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
16.10	6977	6723	6310	6309	5778	5571	4827	4761	4751	4718	4614	4525	4525	4562
16.21	493	450	451	441	423	411	400	404	406	417	425	433	446	472
16.22	92	87	84	73	66	58	47	53	52	53	52	53	59	60
16.23	19616	19285	18856	19026	18802	17459	17288	17349	17410	17352	16858	16518	17400	17388
16.24	980	1058	1181	1300	1482	1657	1656	1742	1684	1748	1782	1829	2049	2336
16.29	2231	2101	1934	1725	1444	1320	1413	1568	1676	1712	1889	2195	2854	3317

Tablo 4.8: Türkiye’de 16 Nace Kodlu sektörlerin işyeri verilerinin bir önceki yıla göre gelişimleri

Nace Kod/ Yıl	2009/10 Gelişim	2010/11 Gelişim	2011/12 Gelişim	2012/13 Gelişim	2013/14 Gelişim	2014/15 Gelişim	2015/16 Gelişim	2016/17 Gelişim	2017/18 Gelişim	2018/19 Gelişim	2019/20 Gelişim	2020/21 Gelişim	2021/22 Gelişim	2009/22 Gelişim
16.10	-3,64%	-6,14%	-0,02%	-8,42%	-3,58%	-13,35%	-1,37%	-0,21%	-0,69%	-2,20%	-1,93%	0,00%	0,82%	-34,61%
16.21	-8,72%	0,22%	-2,22%	-4,08%	-2,84%	-2,68%	1,00%	0,50%	2,71%	1,92%	1,88%	3,00%	5,83%	-4,26%
16.22	-5,43%	-3,45%	-13,10%	-9,59%	-12,12%	-18,97%	12,77%	-1,89%	1,92%	-1,89%	1,92%	11,32%	1,69%	-34,78%
16.23	-1,69%	-2,22%	0,90%	-1,18%	-7,14%	-0,98%	0,35%	0,35%	-0,33%	-2,85%	-2,02%	5,34%	-0,07%	-11,36%
16.24	7,96%	11,63%	10,08%	14,00%	11,81%	-0,06%	5,19%	-3,33%	3,80%	1,95%	2,64%	12,03%	14,01%	138,37%
16.29	-5,83%	-7,95%	-10,81%	-16,29%	-8,59%	7,05%	10,97%	6,89%	2,15%	10,34%	16,20%	30,02%	16,22%	48,68%

Ancak ilgili sektörün 2009 – 2022 yılları arasındaki işyeri sayıları incelendiğinde, belirli zaman dilimi içerisinde firma sayılarında negatif yönlü ivme olduğu görülmektedir. Tablo 12’de her yıl bir önceki yıla göre firma sayılarının arasındaki artış ve azalış yüzdeleri verilmektedir. Bu bağlamda Tablo 10’de verilen istihdam sayılarının artışına rağmen Tablo 12’de sektörde faaliyet gösteren firma sayılarındaki azalışın, küçük işletmelerin sektörden çekildiği ve istihdam sayısı yüksek, verimli üretim yapan büyük firmaların sektörde faaliyet göstermeye devam ettiğini söylemek mümkündür.

TR81 bölgesi özelinde sektör incelendiğinde gerek orman alanlarının genişliği gerekse sektörde faaliyet göstermekte olan firmaların çokluğu, ülke genelindeki iç talebe cevap verme açısından önem arz etmektedir. TR81 bölgesi ilgili sektörde genellikle tomruk, kereste ve parke imalatı konusunda uzmanlaşmaya gitmiş ve üretim faaliyetlerini bu sektörlere yöneltmiştir.

Bölge içerisinde Zonguldak orman ürünleri sektöründe en fazla işletmeye sahip olan ildir. Özellikle panel ve ahşap konteynır imalatı sektörlerinde en fazla istihdamın ve işletme sayısının bulunduğu sektörlerdir. İşletme başına düşen istihdam yaratma oranı yüksek ve verimli üretimin yapıldığı ildir. Bartın’da üretim faaliyetleri daha çok ağaçların biçilmesi ve planyalanması sektörü ile marangozluk ürünleri imalatına dayanmaktadır. Bu sektörler bölgede istihdam yaratma oranı yüksek, ancak teknolojik alt yapısı düşük küçük işletmelerden oluşan sektörlerdir. Karabük’te ise yüz ölçümünün yarısından fazlası ormanlarla kaplı olmasına rağmen ilgili sektörde istihdamın ve girişimin diğer illere göre daha düşük olduğu görülmektedir.

Ancak daha önce bahsedilen işletme sayısı azalıp istihdamın artması durumu TR81 bölgesi için de geçerliliğini sürdürmektedir. Bölge içerisinde her ne kadar, sektörde üretim faaliyetlerinin büyük çoğunluğu küçük işletmeler tarafından yapılıyor olsa da sektörde istihdam sayılarını ve teknolojik alt yapısını arttırarak faaliyet göstermeye çalışan firmalar bölgenin ve ulusal kalkınmanın destekleyicileri olmaktadır. Sonuç olarak bölge içerisinde yenilikçi yapısının kuvvetli, rekabetçi ve istihdam oranı yüksek firmaların bulunması sektörün ülke içerisinde fark edilmesine ve bu bağlamda da yatırımlara açık olmasına olanak sunmaktadır. Ayrıca yaşanan deprem felaketi sonrasında kırsala olan ilginin artması sebebiyle artan inşaat sektörü, söz konusu sektörün faaliyet alanları içerisinde bulunduğundan gelecek dönemde talebin giderek artacağı öngörülmektedir.

TR81 bölgesi 16 Nace kodlu “Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı” sektöründe olası bir kümelenmenin oluşabilmesi için, öncelikle bölgenin istihdam yoğun ve kitle üretimine en elverişli yeri belirlenmeli ve bir Orman ürünleri sanayi sitesi kurulmalıdır. Nitekim bölgenin yüz ölçümünün büyük bir kısmını kapsayan orman kadastrosu hem çeşitliliği hem de kalitesi ile önem arz etmektedir. Öyle ki kurulacak olan sanayi sitesine üretim faaliyetlerinde ana hammadde dışında ihtiyaç olan girdilerin tedarikçileri de davet edilmeli ve üretim yapısı güçlendirilmelidir. Ayrıca bölgede faaliyet gösteren 3 üniversiteden 2’sinde orman fakülteleri faaliyetini sürdürmektedir. Sektörün ihtiyacı olan beyaz yakaların yetiştirilmesi ve sektörün geliştirilmesinde önemli rol oynamaları beklenmektedir. Böylece kurulacak olan yapının içinde bulunan firmaların rekabetçi yapıları güçlendirilerek iş birliği içerisinde olmaları sağlandığı takdirde kümelenme politikasının başarısız olması söz konusu değildir.

### **Ana Metal Sanayi**

İstihdam verileri ile yapılan üç yıldız analizi neticesinde, TR81 bölgesinde 24 nace kodlu “Ana metal sanayi” sektörünün İBBS düzey 2 bölgeleri arasında üç yıldız aldığı belirlenmiştir. İlgili sektörde TR 81 bölgesinde 17.391, Türkiye’de ise 283.792 istihdamı bulunmaktadır.

Metal dökümü, çelik dökümü, hafif metallerin dökümü ve demir dışı metallerin dökümü sektörlerini kapsayan sektöre ana metal sanayi denir. İmalat sanayinin en önemli sektörlerinden bir tanesidir. İlgili sektör, gelişmiş ekonomilerin temel taşıını oluşturan ağır sanayide kullanılan temel girdi olması sektörün önemini ortaya koymaktadır.

Birinci Dünya Savaşı ve ardından Kurtuluş Savaşı süreci sonrasında yeniden kurulan ve temelleri oluşturulmak istenen sanayi alt yapısının en önemli başlangıç noktası demir ve çeliğin şekillendirilerek katma değer kazandırılmasıdır. Sanayileşme olgusunun var olması ve yeni kurulan bir devletin öncelikle kendi iç taleplerini karşılayabilmesi bakımından önem arz eden sektör, ülkemizde kurularak işletilmesi zorunlu hale gelmiştir. Bu bağlamda Cumhuriyetin ilk yıllarında kabul edilen “*Demir Sanayinin Tesisine Dair 786 Sayılı Kanun*” (29 Mart 1926 tarihli 334 Sayılı Resmî Gazete) ile söz konusu sektörde ilk kamu girişimleri yapılmıştır. İlk aşamada askeri ihtiyaçlara yönelik olarak 1932 yılında Kırıkkale’de Askeri

Fabrikalar Genel Müdürlüğü'ne bağlı olarak faaliyete başlayan imalat serüveni başlayan sektör daha sonrasında Karabük Demir Çelik fabrikası ile üretim portföyünü genişletmiş ve talebe yönelik imalata başlamıştır. Karabük Demir Çelik fabrikası 1950 yılının son çeyreğinde iç talebe yetişemez duruma gelmiş, daha sonrasında Ereğli Demir Çelik Fabrikaları kurulmuştur.

Geçmiş yıllardan günümüze bölge illeri ve bölge genelinde faaliyet gösteren iş yeri ve istihdam sayıları incelendiğinde iş yeri sayılarında azalma gözükse de istihdam sayılarındaki artış da dikkat çekmektedir. Tablo 4.9'da TR81 bölgesinde Ağır metal sanayi sektöründe yıllara göre faaliyet gösteren firma sayısı ve istihdam sayıları verilmektedir.

Tablo 4.9: Ağır metal sanayi

Yıllar	Zonguldak		Bartın		Karabük		TR81 Bölgesi	
	İşyeri	İstihdam	İşyeri	İstihdam	İşyeri	İstihdam	İşyeri	İstihdam
2013	90	8167	8	332	104	6267	202	14766
2014	66	7852	8	320	98	5923	172	14095
2015	62	8343	9	309	83	5725	154	14377
2016	63	8294	10	306	78	5978	151	14578
2017	58	9280	9	262	61	7530	128	17072
2018	51	9050	10	278	59	7554	120	16882
2019	49	8974	9	397	60	7605	118	16976
2020	50	8997	9	730	63	8017	122	17744
2021	58	9412	8	884	65	8228	131	18524
2022	56	9875	10	716	60	8910	126	19501

Tablo 4.10: TR 81 bölgesi ve illeri ağır metal sanayi istihdam ve işyeri sayıları

Yıllar	Zonguldak Gelişim		Bartın Gelişim		Karabük Gelişim		TR81 Bölgesi Gelişim	
	İşyeri	İstihdam	İşyeri	İstihdam	İşyeri	İstihdam	İşyeri	İstihdam
2013 / 14	-26,67%	-3,86%	0,00%	-3,61%	0,00%	0,00%	-14,85%	-4,54%
2014 / 15	-6,06%	6,25%	12,50%	-3,44%	0,00%	0,00%	-10,47%	2,00%
2015 /16	1,61%	-0,59%	11,11%	-0,97%	0,00%	0,00%	-1,95%	1,40%
2016/17	-7,94%	11,89%	-10,00%	-14,38%	-21,79%	25,96%	-15,23%	17,11%
2017 /18	-12,07%	-2,48%	11,11%	6,11%	-3,28%	0,32%	-6,25%	-1,11%
2018 /19	-3,92%	-0,84%	-10,00%	42,81%	1,69%	0,68%	-1,67%	0,56%
2019 / 20	2,04%	0,26%	0,00%	83,88%	5,00%	5,42%	3,39%	4,52%
2020 / 21	16,00%	4,61%	-11,11%	21,10%	3,17%	2,63%	7,38%	4,40%
2021 / 22	-3,45%	4,92%	25,00%	-19,00%	-7,69%	8,29%	-3,82%	5,27%
2013/22	-38%	21%	25%	116%	-42%	42%	-38%	32%

Yukarıda Tablo 4.10’da da görüldüğü üzere istihdam ve işyeri sayılarının bir önceki yıla göre gelişimi ele alınmıştır. 2013 – 2022 arasındaki gelişim incelendiğinde Zonguldak ve Karabük illerinin iş yeri sayıları azalırken istihdam sayısının arttığı ancak Bartın ilinin hem istihdam hem de iş yeri sayısında 2013 yılına göre artışın olduğu gözlemlenmektedir. Bölgesel bazda incelendiğinde ise işyeri sayıları %38 azalırken, istihdamın %32 arttığı gözlemlenmektedir. Bu durum işyerlerinin kapasite kullanım oranlarını arttırdığına ve üretimlerini yani ölçeklerini büyüttüğüne işaret etmektedir. Böylece büyüyen ölçek ekonomisi ile daha verimli bir üretim aynı zamanda daha büyük bir gelir söz konusudur.

TR81 bölgesi özelinde konu incelendiğinde, Türkiye’nin ilk kamu yatırımları ile başlayan serüvende, taş kömürünün TR81 havzasında olması ve bölge nüfusunun sektörde işgücü olarak kullanılması ile oluşan vasıflı işgücü, sektördeki üretimin karlılığı ve uzmanlaşma göz önünde bulunduğu sektöre yapılmış yatırımların katma değer kazanarak ulusal kalkınmaya ve büyümeye etkisi görülmektedir.

#### 4.1.1.4.3. Petrol ve Doğal Gaz Çıkarımı

İstihdam verileri ile yapılan üç yıldız analizi sonucunda, Nace kodu 6 olan Petrol ve Doğalgaz çıkarımı başlıklı sektörde TR81 bölgesinin üç yıldız olarak olgun sektör olduğunu ve rekabet avantajı taşıdığını göstermektedir. İlgili sektörde Türkiye’de 595 istihdam

bulunurken, TR81 bölgesinde 342 istihdam bulunmaktadır. Rekabet avantajını ortaya koyan durum istihdam yığılmasıdır.

Karadeniz’de bulunan doğalgazın çıkarılacağı Sakarya Havzasının, Zonguldak iline bağlı Filyos ilçesinde bulunması aynı zamanda Fatih Sondaj gemisinin yine Amasra 1 kuyusundaki doğalgaz keşfi ile TR81 bölgesinde ilgili sektörde hareketliliğe sebep olmuştur. (URL-1, 2023) TPAO Türkiye’nin Batı Karadeniz’deki 710 milyar metreküp kullanılabilir rezerve sahip 1 trilyon dolar değerindeki keşfin Karadeniz’de bulunan en büyük gaz rezervi keşfidir. (BAKKA, 2023).

Bölgede faaliyet göstermekte olan TP ve OTC, Sakarya Gaz Sahası Geliştirme Projesi kapsamında depolama faaliyetlerinin Filyos’da oluşu, Filyos’un 170 km kuzeyinde deniz tabanı üretim tesisinde çıkarılan gazın, kara ve deniz bağlantısı boru hatları ile sağlanarak, mevcut kullanım hatlarına aktarmaya başlanmıştır. Türkiye’nin en büyük gaz rezervi olan bu keşif akabinde bölgeye yapılan yatırımlar ve faaliyette bulunmaya başlayan firmalar ile TR81 bölgesine yeni bir vizyon ve üretim olanağı sağlamaktadır.

Yıllık tüketilen doğalgazın %99’unun ithal edildiği bir ülkede, Sakarya Gaz Sahasında yapılan keşif, ülkemizin 15 senelik doğalgaz ihtiyacını karşılamaktadır. Dışa bağımlılığı azalan ve her geçen gün enerji talebi artan ülkemizde, keşfedilen doğalgazın kullanımı başladığında, Türkiye’nin makroekonomik hedeflerine ulaşımında büyük etkisi olacağı aşikârdır. (Çeştepe vd., 2021).

Bu bağlamda yapılan keşfin ve sonrasında bölgede yapılan yatırımlar neticesinde bölge çekim merkezi haline gelmiş, yerli ve yabancı birçok firmanın yatırım bölgesi olmuştur. Ancak bölgede faaliyet gösteren firmaların tamamı merkezi olarak TR81 bölgesi içerisinde bulunan illerden birine bağlı olmadıkları ve taşeron çalışanların dahi ana firmalara bağlı olarak faaliyet gösterdiğinden dolayı bölgenin istatistiki gelişimine etki etmemektedirler. Nitekim yapılan yatırımlar neticesinde bölgenin refah seviyesindeki artış gözle görülür derecede artmış ve bölgede arazi ve gayrimenkul fiyatları da yükselmiştir. Buna göre sektörde faaliyet göstermek üzere bölge içerisinde kurulacak yeni firmaların desteklenmesi ve ortaya çıkan katma değer bölgeden ayrılmadan tekrar yatırım istihdam ve üretime dönüştürülmesi sektörün ve yörenin kalkınma kutbu oluşturma amacı açısından büyük önem arz etmektedir.

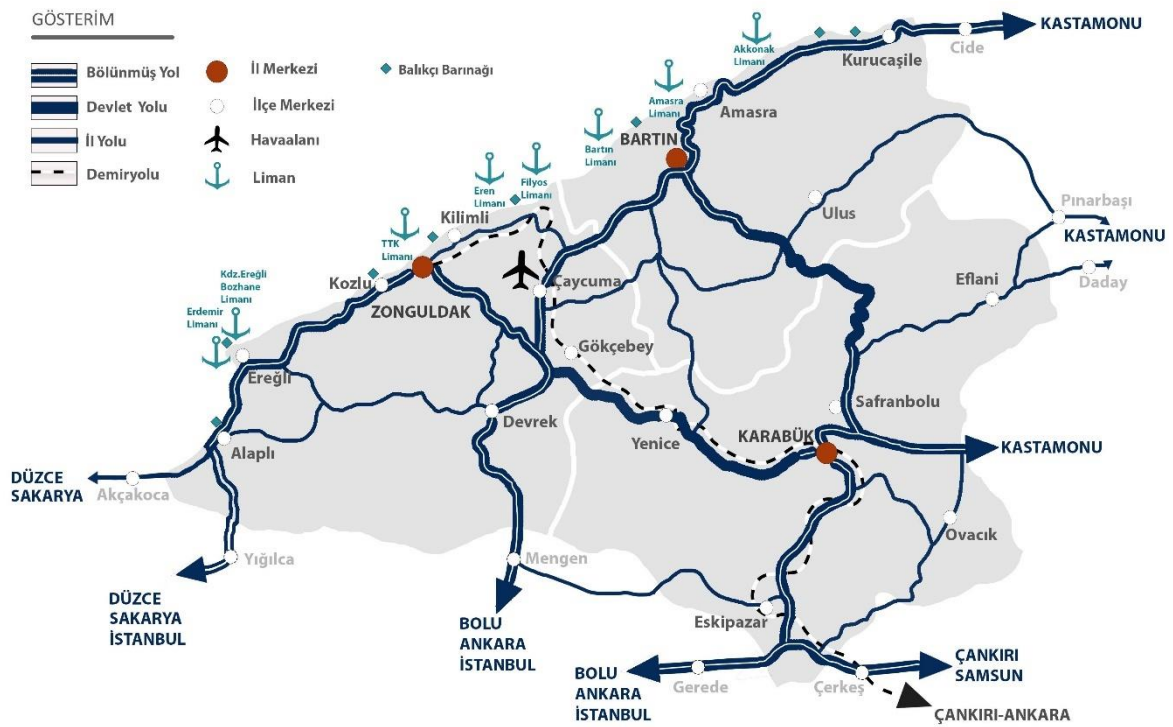
## Seramik Sıhhi Ürünlerin İmalatı

İstihdam verileri üzerine yapılan üç yıldız analizi neticesinde olgun sektör olarak belirlenen ve üç yıldız alan, Nace kodu 23 olan Metalik Olmayan Ürünlerin İmalatı isimli sektörde TR81 bölgesi rekabet avantajı yakalamıştır. İlgili sektörde Türkiye’de 324.166 istihdam bulunurken, TR81 bölgesinde 5.852 istihdam bulunmaktadır. Bölgede faaliyet göstermekte olan firmaların birçoğu küçük ölçekli firmalardan oluşsa da, marka değeri ve ihracatı yüksek olan firmaların bölgede faaliyet göstermesi, sektörün önemini ve değerini arttırmaktadır. Bununla birlikte bölgede bu sektörün yani seramik ve inşaat sektöründe kullanılan tuğla kiremit vb. ürünlerin üretiminde gerekli olup bölgede zengin ve kaliteli ham madde kaynaklarının varlığı bu sektörün de rekabet gücünü düzeyde artıracak olan Şiferton madeni kaynaklarının zenginliği bölge açısından olağanüstü değerde bir fırsat olarak durmaktadır. Halen yeterince farkına varılmayan ve ismi pek az duyulmuş, fakat o derecede hayati bir endüstriyel hammadde olan şiferton üzerinde durulması ve bunun değerlendirilmesi büyük önem arz etmektedir. Posta harmanlarına taş diye atılan bu hammaddeyi gelişmiş ya da gelişmekte olan birçok ülkenin aradığı, fakat sanayice gelişmiş bazı ülkelerin ancak mamul olarak sattıkları, ya da kendi gereksinimlerini karşılamak üzere kullandıkları görülür. Bu ulusal varlığımızın görüldüğü yerde değerlendirilmesi, ağır sanayimizin gelişmesine hizmet açısından zaruret arz etmektedir. "refrakter killerin ileri derecede diyajenezi sonucunda oluşan plastik özelliğini yitirmiş kildir" diye tanımlanmaktadır (Öcal,1993). Önemi, bilhassa ağır sanayide ateş tuğlası yapımında kullanılan bir hammadde olmasından kaynaklanmaktadır. Bu potansiyelin değerlendirilmesi ile birlikte ağır sanayinin gelişmesinin temel girdisi boyutunda hem bölgenin hem de ülkemizin kalkınmasına büyük ölçüde katkı sağlanacaktır.

Nace kodu 23 olan “*Metalik Olmayan Ürünlerin İmalatı*” isimli sektör sosyal ve ekonomik hayatın her alanında kullanılmakta olan, cam, çimento, tuğla, seramik, granit vb. gibi ürünlerin üretildiği bir imalat sanayidir. Üretim yapısı itibari ile inşaat sektörüne imalat yapılmakta olup, temel girdi maddelerinin üretimini yapmaktadır. Söz konusu imalat maddeleri olan mineral ürünler yüksek tonajlı olduğu için bu ürünlerin lojistik maliyetleri de yüksek olmaktadır. Bu bağlamda ülkemiz ekonomisinde önemli bir yere sahip olan sektör, ihracatı genellikle komşu ülkeleri olan Rusya, Azerbaycan, Bulgaristan gibi sınır ülkeleri ile Almanya, Fransa, İtalya, S. Arabistan ve Libya devletleri ile yapmaktadır.

Türkiye geneli sektör incelendiğinde, dünya çimento satışında en büyük paya sahip olan ülke konumundadır. Ayrıca, gelişmekte olan ülkelerde artmakta olan cam talebi ile sektör önemli bir pazar potansiyeline sahiptir. Bunun yanında seramik karo, kaldırım taşı imalatı da Türkiye’de hızla gelişen ve ihracat potansiyeline sahip olan sektörlerdir. (İSO, 2014).

Batı Karadeniz bölgesi özelinde sektör incelendiğinde, marka değeri, kapasite kullanım oranı, verimliliği, istihdam yaratma oranı yüksek, üretim maliyeti düşük karlılığı yüksek büyük ölçekli firmaların bölgede faaliyet göstermeleri, sektörün bölgedeki potansiyelini ortaya koymaktadır. Ayrıca daha önceden de bahsettiğimiz gibi sektörde üretilen çıktının tonajlı bir malzeme olması ve lojistik maliyetinin yüksek olması, bölgeyi üretim sonrası hizmetleri içinde avantajlı kılmaktadır. Bölgede bulunan limanlar Şekil 1’de de gösterildiği gibi ihracattın yüksek olduğu ülkelere deniz taşımacılığının avantajını sağlamaktadır.



Şekil 4.1: Batı Karadeniz Bölgesi limanları

Hammaddeye ulaşımın kolaylığı, vasıflı iş gücü ve lojistik imkanları düşünüldüğünde, sektörün üretim dinamikleri ve üretim sonrası maliyetleri en optimal bir şekilde kullanılacağı ve üretime yönelik yapılan yatırımların her türlü devlet desteği ile teşvik edildiği Batı

Karadeniz bölgesi, ihracata yönelik yapılacak olan yatırımların da merkezi olma potansiyeline sahiptir. Bu bağlamda özellikle Bartın ve Zonguldak illerinin kesişimleri olan Çaycuma, Devrek ve Bartın'ın Filyos Limanı'na yakın mahalleleri, liman ve havaalanına yakınlıkları ve işletme yer tahsisi bakımından elverişli konumdadırlar. Yapılacak olan yatırımların bu bölge üzerinde toplanması bir kümelenme potansiyelini ortaya çıkarır.

#### **4.1.1.4.5. Kömür ve Linyit Çıkartılması**

İstihdam verileri üzerine yapılan üç yıldız analizi neticesinde Nace Rev. 2 kodu 5 olan "Linyit ve Kömür Çıkartılması" isimli sektörün TR81 bölgesi için olgun sektör statüsünde olduğu tespit edilmiştir. TOBB'nin veri tabanından alınan istihdam verileri TR81 bölgesinde 9.046, Türkiye'de ise 10.005 istihdamın olduğunu ve TR81 bölgesinin sektördeki istihdam yoğunlaşmasından kaynaklı rekabet avantajı sağladığını ortaya koymaktadır.

Taş kömürü, antrasitten sonra en yüksek enerjiye sahip madendir. Avrupa'da Sanayi Devriminin temellerini atan ve toplu üretim mekanizmasının dinamiklerini oluşturan taş kömürü, Osmanlıda 1800'lü yılların ortalarında ancak önemi anlaşılmıştır. Buharlı gemiler, trenler gibi yük taşımada kullanılan araçların enerji ihtiyacını karşılamada da bir numaralı tercih sebebi olmuştur.

Türkiye'de en eskiden bu yana bilinen ilk taş kömürü havzası Zonguldak ilidir. Zonguldak ilinde bulunan taş kömürü, çevre bölgelerine de fayda sağlamış, Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarında gerekli olan sanayileşme adımlarına da öncülük etmiştir. Karabük'te ve Ereğli'de kurulan demir çelik fabrikaları, hammaddeyi işlemek için gerekli olan enerjiyi taş kömüründen sağlamışlardır ve böylece bugün hala ülkemizin en önemli sanayi kolunun birer parçası olarak üretim hayatlarına devam etmektedirler. (MTA, 2015b).

Coğrafi olarak %50'si dağlardan, %35'i platolardan ve %15'i ovalardan oluşan TR81 bölgesinin en önemli geçim kaynaklarından birisi madenciliktir. Türkiye'de taş kömürü üretiminde birinci sırada yer alan bölge, çeşitli yer altı kaynaklarına ve madenlere de sahiptir. Hazır, görünür, muhtemel ve mümkün rezerv olarak sınıflandırılan havzanın toplam rezervi 1,31 milyar ton olup olup, Zonguldak Taşkömürü Havzası beş bölgeden oluşmaktadır. Bunlar; Amasra, Armutçuk, Kozlu, Üzülmüş ve Karadon bölgeleridir. (TTK, 2014).



Şekil 4.2: Türkiye taş kömürü genel müdürlüğü bünyesinde yer alan işletme müesseseleri

Taşkömürü rezervleri açısından ne kadar zengin de olsa, Türkiye’de taşkömürü ithalatı yüksektir. Kendi kendine yeterliliği her geçen on yılda gerilemekle birlikte 1980’li yıllarda %80 oranında yeterliliğe sahip olan kömür üretimi, 2000’li yıllarda %10’un altına inmiştir. Kömür talebi gelişen sanayi ve küreselleşen ekonomik yapılar ile doğru orantılı bir şekilde artsa da rezerv bakımından bu kadar zengin olan bir ülkenin üretim açığı, dış ticaret açığına dönüşmesine sebep olmaktadır. (MTA, 2015b).

Sektördeki üretim daralması TR81 bölgesi genelinde incelendiğinde Tablo 4.11’de görüldüğü üzere hem iş yeri hem de istihdam sayılarında gözle görülür oranda düşüşlerin olduğu tespit edilmektedir. Tablo 4.12’de ise 2013 -2022 yılları arasında işyeri sayısında %41, istihdamda ise %27’lik bir gerilemenin yaşandığı görülmektedir.

Tablo 4.11: TR81 bölgesi linyit ve taşkömürü çıkartılması sektörü iş yeri ve istihdam sayıları

Nace 5- Kömür ve Linyit Çıkartılması								
Yıllar	Zonguldak		Bartın		Karabük		TR81 Bölgesi	
	İşyeri	İstihdam	İşyeri	İstihdam	İşyeri	İstihdam	İşyeri	İstihdam
2013	95	11641	8	1395	0	0	103	13036
2014	95	10852	8	1536	0	0	103	12388
2015	81	9798	6	1591	0	0	87	11389
2016	74	8120	6	1492	1	5	81	9617
2017	41	7974	2	1665	1	3	44	9642
2018	51	7652	2	672	1	6	54	8330
2019	50	8568	2	646	1	7	53	9221
2020	54	8572	2	614	1	13	57	9199
2021	56	8512	2	600	1	11	59	9123
2022	57	8717	3	756	1	12	61	9485

Tablo 4.12: TR 81 bölgesi ve illeri linyit ve taşkömürü çıkartılması sektörü istihdam ve işyeri sayılarının bir önceki yıla göre gelişimleri

NACE 5- Kömür ve Linyit Çıkartılması								
Yıllar	Zonguldak Gelişim		Bartın Gelişim		Karabük Gelişim		TR81 Bölgesi Gelişim	
	İşyeri	İstihdam	İşyeri	İstihdam	İşyeri	İstihdam	İşyeri	İstihdam
2013 / 14	0,00%	-6,78%	0,00%	10,11%	0,00%	0,00%	0,00%	-4,97%
2014 / 15	-14,74%	-9,71%	-25,00%	3,58%	0,00%	0,00%	-15,53%	-8,06%
2015 / 16	-8,64%	-17,13%	0,00%	-6,22%	0,00%	0,00%	-6,90%	-15,56%
2016/17	-44,59%	-1,80%	-66,67%	11,60%	0,00%	-40,00%	-45,68%	0,26%
2017 / 18	24,39%	-4,04%	0,00%	-59,64%	0,00%	100,00%	22,73%	-13,61%
2018 / 19	-1,96%	11,97%	0,00%	-3,87%	0,00%	16,67%	-1,85%	10,70%
2019 / 20	8,00%	0,05%	0,00%	-4,95%	0,00%	85,71%	7,55%	-0,24%
2020 / 21	3,70%	-0,70%	0,00%	-2,28%	0,00%	-15,38%	3,51%	-0,83%
2021 / 22	1,79%	2,41%	50,00%	26,00%	0,00%	9,09%	3,39%	3,97%
2013/22	-40%	-25%	-63%	-46%	0,00%	0,00%	-41%	-27%

#### 4.2. TR81 Bölgesi Üzerine Elmas Modeline İlişkin Ampirik Saha Araştırma ve Analiz Sonuçları

Yapılan üç yıldız analizi ile illerdeki rekabet avantajına sahip sektörler belirlenmiştir. Akabinde rekabet avantajına sahip sektörlerin bu avantajı kullanarak rekabet üstünlüğü sağlayan illerin rekabetçi yapısını anlayabilmek ve ölçebilmek amacıyla TR81 Bölgesi illeri

üzerinde bir saha çalışması yapılmasına karar verilmiştir. Yapılacak olan saha çalışması literatürde rekabetçilik kavramının biçimlendirilmesinde söz sahibi olan M. Porter'ın, geliştirdiği Elmas modelinin değişkenleri kullanılarak anket formu oluşturulmuştur. Bu bağlamda faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu, firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu ve kamu ve paydaş destekleri boyutu altında katılımcılara rekabetçilik yapısını tanımlamaya yönelik 47 soru sorulmuş olup, bunun dışında işletme ve katılımcı yapısını anlamaya yönelik 13 soru sorularak 60 soruluk bir anket çalışması sahaya uygulanmıştır.

Rekabet olgusunu ve oluşumundaki sebepleri açığa çıkarmak, rekabet yapısını kontrol altında tutmaya, bir sektörün karlılığının nereden geldiğini anlamaya yardımcı olacaktır. Politika yapıcıları ile firma yöneticilerinin, kalkınma kutuplarının ve şirketlerin konumlarını belirleyebilmek ve avantaj sağlamak için rekabet olgusuna önem vermeleri gerekmektedir. (Porter, 2010) Sektördeki rekabet yapısının firmaların rekabet gücü üzerinde etkisini ortaya çıkaracak olan beş kuvvetin baskısı, firmaları bu baskıya karşı hamle üretecek ve hücum amaçlı tedbirler alması gerektiğini savunmaktadır. (Porter, 1980) Porter'ın bu görüşünden yola çıkarak, bu araştırma sürecinde TR81 bölgesi illeri olan Bartın, Karabük ve Zonguldak illerinde sektörel rekabet olgusunun ne kadar yaygın olduğu, şehirlerin hangi sektörlerde birbirleri arasında üstünlük sağladığını, TR81 bölgesinin ülke genelinde hangi sektörlerde rekabet avantajı bulunduğunu, hangi sektörlerde kümelenme potansiyeli bulunduğunu ortaya koymak ve bölgesel kalkınma açısından başat role sahip sektörlerin iller bazında entegre edilmesi için model geliştirmek üzere amacıyla araştırma yapılmıştır.

#### **4.2.1. Katılımcıların Tanımlayıcı Nitelikleri**

Bu bölümde işletme ve katılımcı özelliklerini anlamaya ve analiz etmeye yönelik sorulan sorulara alınan cevaplar ve analizler bulunmaktadır.

##### **4.2.1.1. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı**

Tablo 4.13'de ankete katılanların tanımlayıcı özelliklerinden cinsiyet sorusuna ilişkin veriler gösterilmiştir. Tabloda TR81 Bölgesine ait cinsiyet bilgileri verilmiştir.

Tablo 4.13: Katılımcıların tanımlayıcı özellikleri

Değişken	Grup	n	%
Cinsiyet	Erkek	135	80,84
	Kadın	32	19,16

Tablo 4.13’de katılımcıların demografik ve işletme bilgileri değerlendirildiğinde, cinsiyet dağılımı açısından erkek katılımcıların %80,84 oranıyla çoğunlukta olduğu görülmektedir.

#### 4.2.1.2. Katılımcıların İşletmedeki Konumu

Tablo 4.14 ‘de katılımcının işletmedeki konumu ile ilgili bilgi verilmiştir.

Tablo 4.14: Katılımcının işletmedeki konumu

Değişken	Grup	n	%
İşletmedeki konumunuz nedir?	Sahibi	107	64,07
	Ortağı	16	9,58
	Müdür	19	11,38
	Çalışan	22	13,17
	Diğer	3	1,80

Katılımcıların demografik ve işletme bilgileri değerlendirildiğinde, işletmedeki konumlarına bakıldığında, katılımcıların %64,07’si işletme sahibi olduğu görülmektedir.

#### 4.2.1.3. Katılımcıların Eğitim Durumu

Tablo 4.15’de katılımcıların eğitim seviyeleri ile ilgili bilgi verilmektedir.

Tablo 4.15: Katılımcıların eğitim seviyesi

Değişken	Grup	n	%
Eğitim seviyeniz nedir?	İlkokul	15	8,98
	Lise	49	29,34
	Üniversite	87	52,10
	Yüksek lisans	13	7,78
	Diğer	3	1,80

Katılımcıların demografik ve işletme bilgileri değerlendirildiğinde, eğitim seviyesi incelendiğinde, katılımcıların %52,10'u üniversite mezunu olduğu görülmekte olup, bu durum araştırmaya katılanların çoğunluğunun firma sahibi olduğu bu çalışmada işletmelerin inovasyon ve yeniliklere açık olduğunu da işaret etmektedir. Ayrıca diğer olarak nitelendirilen ilkökul eğitimi dahi almamış kısmının %1,8 oranında olması bölge açısından eğitime verilen önemi göstermektedir.

#### 4.2.1.4. Katılımcıların Yaş Dağılımı

Tablo 4.16'da katılımcıların yaş dağılımına yönelik bilgiler verilmiştir.

Tablo 4.16: Katılımcıların yaş dağılımları

Değişken	Grup	n	%
Yaş	18-30	17	10,18
	31-40	51	30,54
	41-50	61	36,53
	51-60	29	17,37
	61+	9	5,39

Katılımcıların demografik ve işletme bilgileri değerlendirildiğinde, yaş dağılımına göre, katılımcıların %67,07'si 31-50 yaş aralığında olduğu görülmekte olup, ekonomik yapının genç girişimcilerden ziyade orta yaş grubunun kontrolünde olduğu anlaşılmaktadır. 61 yaş ve üzeri bireylerin ticari faaliyetlerde aktif olarak rol oynamadıkları ise alınan cevaplarda 61+ seçeneğinin %5,39 olmasından anlaşılmaktadır.

#### 4.2.1.5. İşletmelerin Hukuki Yapısı

Tablo 4.17'de işletmelerin hukuki statülerine yönelik bilgiler verilmiştir.

Tablo 4.17: İşletmelerin hukuki statüleri

Değişken	Grup	n	%
İşletmenin hukuki statüsü nedir?	Şahıs şirketi	71	42,51
	Limitet şirketi	82	49,10
	Aile şirketi	6	3,59
	Ortaklık	8	4,79

Katılımcıların demografik ve işletme bilgileri değerlendirildiğinde, işletmelerin hukuki statüsü açısından, %49,10'u Limited Şirketi olduğu görülmektedir. Bu durum piyasada yapısal oluşumunu geliştirmiş, büyük şirketlerin varlığını göstermektedir. Ayrıca aile şirketlerinin %3,59 oranında olması kurumsallaşma yapısının kazanılmaya çalışıldığının işaretidir.

#### 4.2.1.6. İşletmelerin Faaliyet Süresi Dağılımı

Tablo 4.18'de işletmelerin sektörde faaliyet gösterdikleri süre hakkında bilgi verilmiştir.

Tablo 4.18: İşletmenin sektördeki faaliyet yılı

Değişken	Grup	n	%
İşletmeniz kaç yıldır sektörde faaliyet göstermekte	5-10	41	24,55
	11-15	29	17,37
	16-20	29	17,37
	21-25	17	10,18
	26-30	14	8,38
	30+	37	22,16

Katılımcıların demografik ve işletme bilgileri değerlendirildiğinde, işletmelerin sektörde faaliyet gösterme süreleri %59,29'u 5-20 sene arasında aktif bir şekilde faaliyet gösterdiklerini işaret etmektedir.

#### 4.2.1.7. İşletmedeki Çalışan Sayısı Dağılımı

Tablo 4.19'da işletmelerin personel sayılarına yönelik bilgiler verilmiştir.

Tablo 4.19: İşletmelerin personel sayıları

Değişken	Grup	n	%
Personel sayısı	1-20	101	60,48
	21-100	37	22,16
	101-200	17	10,18
	201-300	7	4,19
	300+	5	2,99

Katılımcıların demografik ve işletme bilgileri değerlendirildiğinde, personel sayısı açısından, işletmelerin %60,48'i 1-20 arasında personel çalıştırmaktadır.

#### 4.2.1.8. İşletmelerde Çalışan Personelin Yaş Dağılımı

Tablo 4.20'de işletmede çalışan personellerin yaş ortalamalarına yönelik bilgiler verilmiştir.

Tablo 4.20: İşletmede çalışan personelin yaş ortalaması

Değişken	Grup	n	%
İşletmenizde çalışanların yaş ortalaması nedir	18-25	16	9,58
	26-33	58	34,73
	34-41	65	38,92
	41-48	19	11,38
	48+	9	5,39

Katılımcıların demografik ve işletme bilgileri değerlendirildiğinde, işletmelerde çalışanların yaş ortalaması %73,65'i 26-41 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Ayrıca işletmelerde 48 yaş ve üzerinde personellerin çalışma oranının da oldukça düşük (%5,39) olduğu görülmektedir.

#### 4.2.1.9. İşletmenin 2023 Yılı Yıllık Ciroları

Tablo 4.21'de işletmelerin yıllık cirolarına yönelik bilgiler verilmiştir.

Tablo 4.21: İşletmelerin yıllık ciroları

Değişken	Grup	n	%
Firmanızın yıllık cirosu nedir (tl)?	1000.000 – 5000.000	43	25,75
	5000.001- 7000.000	20	11,98
	7000.001 – 10.000.000	26	15,57
	10.000.001- 20.000.000	16	9,58
	20.000.000+	62	37,13

Katılımcıların demografik ve işletme bilgileri değerlendirildiğinde, firmanın yıllık cirosu incelendiğinde, işletmelerin %37,13'ünde 2023 yılı cirolarının 20.000.000 TL üzerinde olduğu görülmektedir. Bu durum enflasyonist ortamın var olması ile de yakından alakalıdır.

#### 4.2.1.10. İşletmelerin 2024 Yılı Yıllık Ortalama Ücret Dağılımı

Tablo 4.22'de İşletmelerin faaliyet gösterdikleri sektördeki aylık ortalama ücret getirilerine yönelik bilgiler verilmiştir.

Tablo 4.22: Çalışanların aylık ortalama ücret getirisi

Değişken	Grup	n	%
Sektörünüzde ortalama aylık ücret getirisi ne kadardır?	17.002 – 20.000	38	22,75
	20.001 – 25.000	40	23,95
	25.001 – 35.000	38	22,75
	35.001 – 50.000	31	18,56

Katılımcıların demografik ve işletme bilgileri değerlendirildiğinde, sektördeki ortalama aylık ücret getirisi açısından, çalışanların %23,95'i 20.000TL ile 25.000TL ortalamasında maaş aldıkları ortaya çıkarken, %18,56'lık kısmı ise 35.001TL ile 50.000TL arasında maaş aldıkları ortaya çıkmaktadır. Bu durum sektörel farklardan ve çalışma koşullarından ortaya çıkmaktadır.

#### 4.2.1.11. 2023 Yılı İşletmelerin Kapasite Kullanım Durumu

Tablo 4.22'de işletmelerin kapasite kullanım oranları hakkında bilgi verilmektedir

Tablo 4.23: İşletmelerin kapasite kullanım oranları

Değişken	Grup	n	%
Kapasite kullanım oranı	%5- %25	14	8,38
	%26- %40	26	15,57
	%41- %55	39	23,35
	%56- %70	32	19,16
	%70+	56	33,53

Katılımcıların demografik ve işletme bilgileri değerlendirildiğinde, kapasite kullanım oranı incelendiğinde, işletmelerin %33,53'ü %70'in üzerinde bir kapasite ile üretim yapmaktadırlar. Ayrıca %8,38'i ise %5 ila %25 kapasite kullanım oranı ile üretim yaptıkları ortaya çıkmıştır. Bu işletmeler daha çok sektöre yeni girmiş ve geleneksel yöntemler ile üretim yapan firmalardır.

#### 4.2.1.12. İşletmelerin Faaliyet Yeri Dağılımı

Tablo 4.24'de işletmelerin buldukları yer ile ilgili bilgi verilmiştir.

Tablo 4.24: İşletmelerin buldukları yer

Değişken	Grup	n	%
İşletmenizin bulunduğu yer neresidir?	Organize sanayi bölgesi	33	19,76
	Küçük sanayi bölgesi	35	20,96
	Yerleşim alanı	73	43,71
	Diğer	26	15,57

Katılımcıların demografik ve işletme bilgileri değerlendirildiğinde, işletmelerin bulunduğu yer açısından, %43,71'i yerleşim alanlarında faaliyet gösterdikleri görülmektedir. Bu durum bölgede halen daha aktif ve tam donanımlı bir organize sanayi bölgesinin yada endüstri bölgesinin oluşmadığından kaynaklanmaktadır.

#### 4.2.1.13. Faktör Koşulları

Katılımcılara ankette rekabete etkileyen değişkenlerden biri olan faktör koşulları ile ilgili sorular sorulmuştur. Faktör koşulları firmaların üretim mekanizmasına sağlanacak olduğu girdilerin ve inovatif yapının rekabet olgusu üzerindeki etkisini ortaya koymaya yöneliktir.

Minimum maliyetli girdi ile yapılan üretim, öncelikle firmaların rekabetçi yapısını sonrasında ise bölgesel rekabetçilik yapısını güçlendirecektir. Bunun neticesinde alaka düzeyine göre 5’li likert ile belirlenen alaka düzeyine göre yanıtlar alınmıştır. Bu bağlamda verilen yanıtlar aşağıda tablolar ile verilmiştir.

Tablo 4.25’de işletmelere yöneltilen faktör koşulları ile ilgili sorulara yönelik alınan yanıtlar analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.25: Faktör koşulları

Faktör Koşulları	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Etkin ve verimli mal üretimi yapıyorum.	17	10,18	35	20,96	21	12,57	43	25,75	51	30,54
Düşük maliyetli girdi sağlıyorum.	29	17,37	43	25,75	23	13,77	53	31,74	19	11,38
Teknolojik yenilikleri takip edebiliyorum.	7	4,19	16	9,58	23	13,77	68	40,72	53	31,74
AR-GE harcaması yapıyorum.	25	14,97	44	26,35	20	11,98	40	23,95	38	22,75
Profesyonel danışmanlık hizmeti satın alımı yapıyorum	33	19,76	66	39,52	10	5,99	25	14,97	33	19,76
Çalışan eğitimini minimum maliyetle karşılanması imkânımız vardır.	20	11,98	55	32,93	29	17,37	40	23,95	23	13,77
Nitelikli eleman ihtiyacının il/bölgeden karşılanması imkânımız vardır.	22	13,17	53	31,74	34	20,36	41	24,55	17	10,18
Bu sektörde tedarik edilen girdiler kolay bulunur.	19	11,38	38	22,75	29	17,37	57	34,13	24	14,37
Bu sektörün tedarikçilerinin gücü, bu sektör için bir tehdit oluşturmaz.	16	9,58	49	29,34	31	18,56	40	23,95	31	18,56



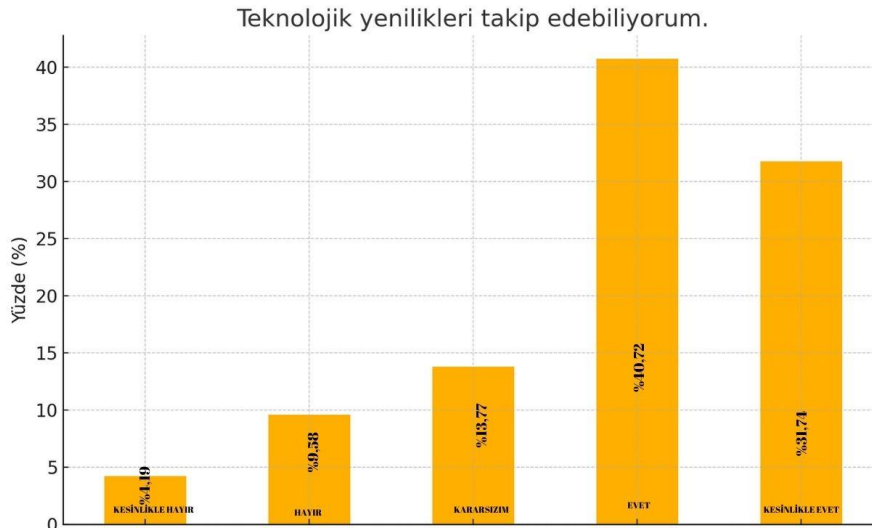
Şekil 4.3: Etkin ve verimli mal üretimi yapma

Şekil 4.3'te görüldüğü üzere bu soruda ifadeye katılanlar (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum) toplamda %56,29 oranında olup, özellikle "kesinlikle katılıyorum" diyenler %30,54 ile çoğunluktadır. Buna karşılık, bu ifadeye katılmayanlar (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum) toplamda %31,14 oranındadır. Kararsız olanlar %12,57 ile daha düşük bir orana sahiptir. Bu sonuçlar, işletmelerin genel olarak etkin ve verimli üretim yapma noktasında kesin bir inanca sahip olduklarını göstermektedir. Bu da rekabet gücü açısından yüksek bir avantaja sahip olduğunu ifade etmektedir.



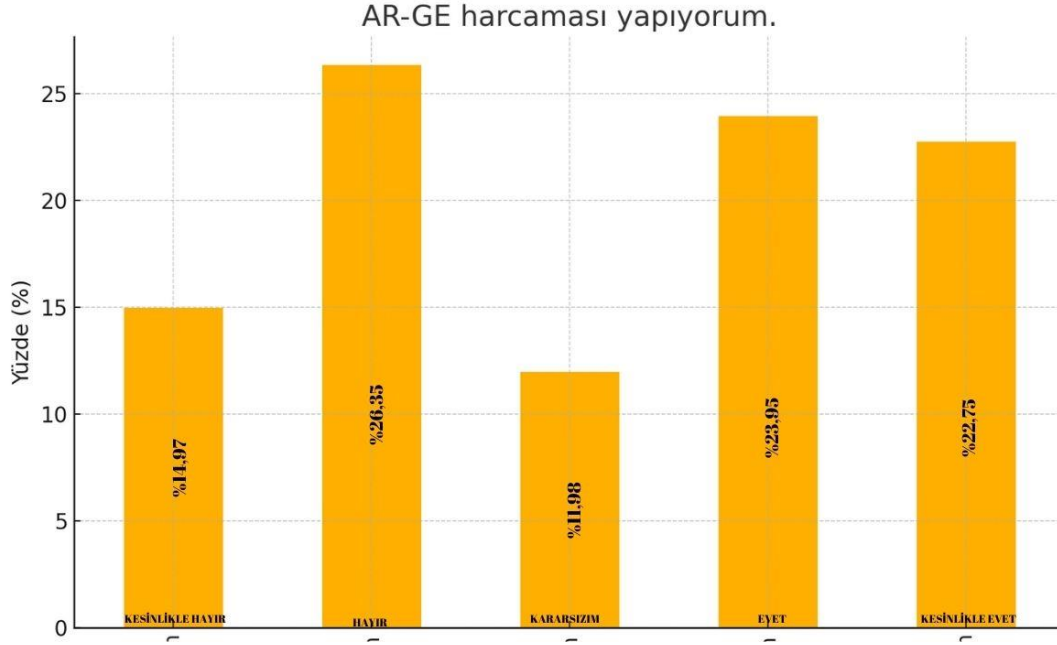
Şekil 4.4: Düşük maliyetli girdi sağlama

Şekil 4.4'te görüldüğü üzere bu soruda işletmelerin %31,74'ü bu ifadeye "katılıyorum" derken, %11,38'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Buna karşılık, %43,12 oranında katılmayan (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum) işletme bulunmaktadır. %13,77'si ise kararsızdır. Bu sonuçlar, işletmelerin düşük maliyetli girdi sağlama konusunda genellikle sorun yaşadıklarını göstermektedir. İşletmelerin sadece %31,7 si düşük maliyetli girdi tedariki sağlarken büyük çoğunluğun yüksek maliyet ile tedarıkte bulunduğu gerçeği politika yapıcılara bu konuda gerekli önlemleri almaları boyutunda bir sorumluluk yüklemektedir.



Şekil 4.5: Teknolojik yenilikleri takip etme

Şekil 4.5'te görüldüğü üzere bu soruda katılımcıların %72,46'sı bu ifadeye katıldığını belirtmiş (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), sadece %13,77'si bu ifadeye katılmadığını (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum) ifade etmiştir. %13,77'si ise kararsız kalmıştır. Bu sonuç işletmelerin büyük bir çoğunluğunun teknolojik yenilikleri takip edebildiklerini ve yüksek bir duyarlılığa sahip olduklarını göstermektedir. Dolayısıyla verimlilik ve rekabet gücü üzerinde yüksek bir etkiye sahip olan teknolojik yeniliklerin yakından izlenmesi bölgesel kalkınmanın en önemli itici güçlerinden birini oluşturmaktadır.



Şekil 4.6: AR-GE harcaması yapma

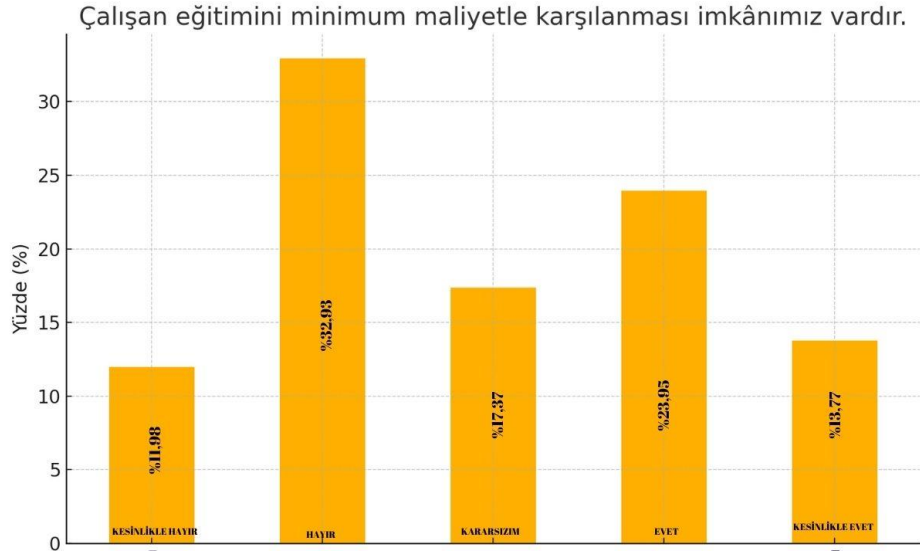
Şekil 4.6'da görüldüğü üzere bu soruya verilen cevaplarda katılanlar %46,70 oranında olup, "kesinlikle katılıyorum" diyenler %22,75'tir. Buna karşılık, %41,32 oranında katılmayan işletme bulunmaktadır. %11,98 ise kararsızdır. Bu, işletmelerin yaklaşık yarısının AR-GE harcamaları konusunda yüksek ve pozitif düşünceye sahip olduklarını göstermektedir. Bu durum Sektörel ve bölgesel kalkınmanın ana motorunu teşkil etmektedir. Bu da İnovasyon ve yeni icatlar ile bu işletmelerin yaşam sürelerini uzatıp yüksek katma değer elde etme bilincinde olduklarının göstergesini teşkil etmektedir, eşit şekilde bölündüğünü göstermektedir.



Şekil 4.7: Profesyonel danışmanlık hizmeti satın alma

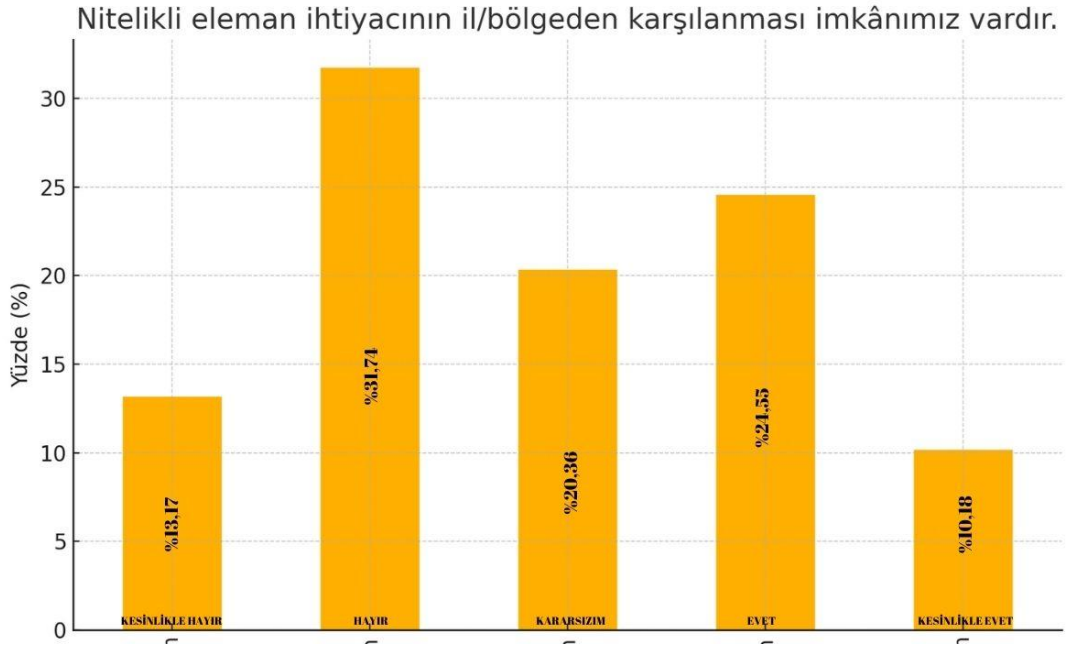
Şekil 4.7’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %34,73 oranında olup, "kesinlikle katılıyorum" diyenler %19,76’dır. Buna karşılık, %59,28 oranında katılmayan (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum) işletme bulunmaktadır. %5,99’u ise kararsızdır. Bu sonuçlar, işletmelerin profesyonel danışmanlık hizmeti satın alma konusunda genellikle olumsuz görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.

Bu durum işletmelerin daha çok kurumsallaşma sorunu yaşadığını, yeterli ve donanımlı profesyonel danışmanlık kurumlarının yetersizliğini veya bunlara ulaşmanın güçlüklerinin yaşandığını göstermektedir. Bu durumda gerekli önemleri almak ve firmaları bu boyutu ile destekleyecek kurumsal mekanizmaların geliştirilmesi ihtiyacı dikkati çekmektedir.



Şekil 4.8: Çalışan eğitimini minimum maliyetle karşılanması imkânı

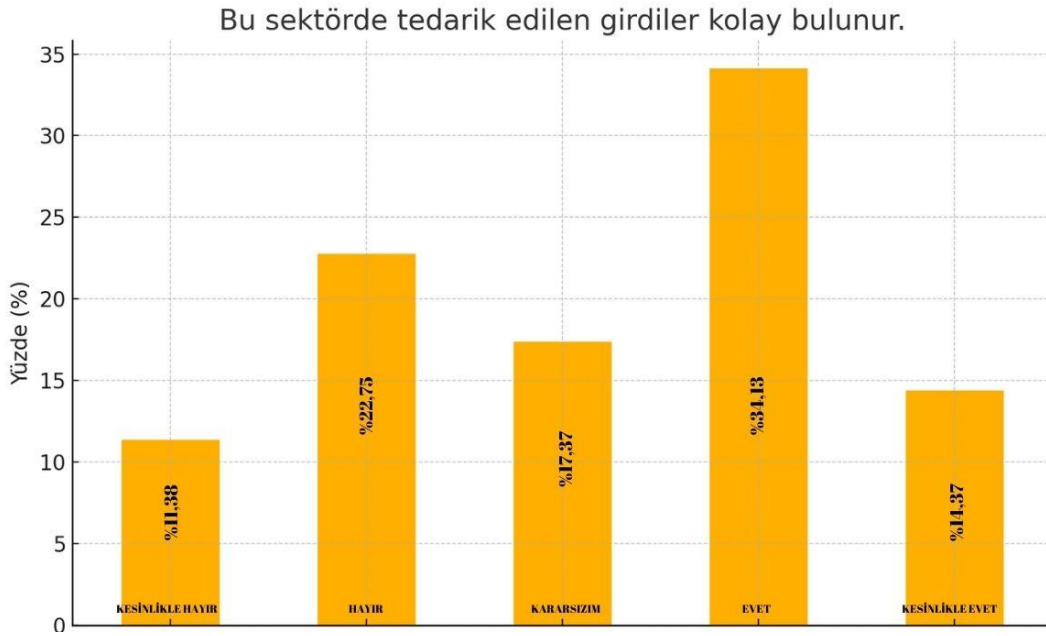
Şekil 4.8’de görüldüğü üzere bu soruda işletmelerin %37,72’si bu ifadeye katıldığını belirtmiş (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum), %44,91’i ise katılmadığını ifade etmiştir. Kararsız olanlar %17,37 oranındadır. Bu, işletmelerin çalışan eğitimini düşük maliyetle karşılama konusunda genellikle sorun yaşadıklarını, dolayısıyla bu noktada işletmelere gerekli destekleri sağlayacak mekanizmaların geliştirilmesi ihtiyacını göstermektedir.



Şekil 4.9: Nitelikli eleman ihtiyacının il/bölgeden karşılanması imkânı

Şekil 4.9'da görüldüğü üzere bu soruda ifadeye katılanlar %34,73 oranında olup, %44,91'i bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %20,36 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin nitelikli eleman temini konusunda olumsuz görüşlere sahip olduğunu çok açık olarak göstermektedir. Aslında bu sorun sadece bölgedeki işletmelerin sorunu olmayıp Türkiye'nin genel olarak her bölge ve sektöründeki genel bir sorun olduğu göze çarpmaktadır.

Türkiye'nin genel olarak bir Milli Eğitim ve mesleki eğitim sorunu bulunmaktadır. Bu sorunun kapsamlı olarak ele alınıp rasyonel bir çözüme kavuşturulması başlı başına bir problem olarak karşımızda bulunmaktadır.



Şekil 4.10: Bu sektörde tedarik edilen girdiler kolay bulunurluğu

Şekil 4.10'da görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %48,50 oranında olup, %34,13'ü bu ifadeye katılmaktadır. Kararsız olanlar ise %17,37 oranındadır. Bu, işletmelerin tedarik edilen girdilerin bulunabilirliği konusunda olumlu görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.



Şekil 4.11: Bu sektörün tedarikçilerinin gücü, bu sektör için bir tehdit oluşturması

Şekil 4.11’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %42,51 oranında olup, %38,92’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %18,56 oranındadır. Bu, işletmelerin tedarikçilerin gücü konusunda kararsız olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar aslında yukarıda girdi maliyetleri konusundaki soruya verilen cevaplar ile oldukça uyumlu gözükmektedir. Tedarikçilerin bir ölçüde tekelci bir yaklaşım içinde olduklarını, kendi aralarında bir rekabet sağlanması halinde bu sorunun büyük ölçüde çözülebileceğini göstermektedir.

#### 4.2.1.13. Talep Koşulları

Katılımcılara ankette rekabete etkileyen değişkenlerden biri olan talep koşulları ile ilgili sorular sorulmuştur. Bunun neticesinde alaka düzeyine göre 5’li likert ile belirlenen alaka düzeyine göre yanıtlar alınmıştır. Bu bağlamda verilen yanıtlar aşağıda tablolar ile verilmiştir.

Tablo 4.26’da işletmelere yöneltilen talep koşulları ile ilgili sorulara yönelik alınan yanıtlar analiz edilerek verilmiştir.

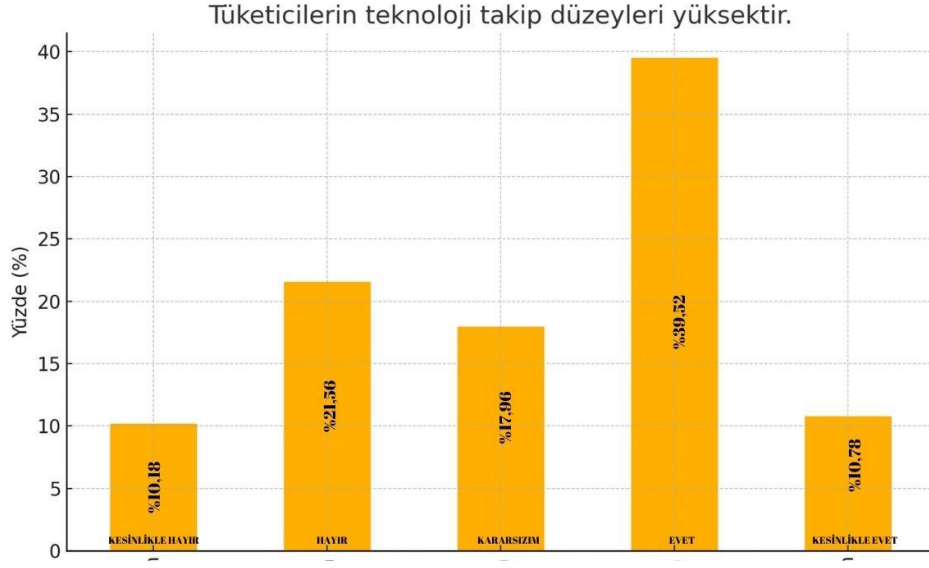
Tablo 4.26: Talep koşulları

Talep Koşulları	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
İl İçi Üretim ve Satış Düzeyi Yüksek.	19	11,38	54	32,34	31	18,56	40	23,95	23	13,77
Tüketicilerin Teknoloji Takip Düzeyleri Yüksek.	17	10,18	36	21,56	30	17,96	66	39,52	18	10,78
Yabancı Talep Yüksek.	32	19,16	48	28,74	38	22,75	32	19,16	17	10,18
Yabancı Yatırımcıyı Çekecek Potansiyel Talep Mevcuttur.	33	19,76	49	29,34	26	15,57	38	22,75	21	12,57
Ucuz ve Kaliteli Mal Talep Durumu Yüksek.	21	12,57	33	19,76	28	16,77	56	33,53	29	17,37
Yerel ve Uluslararası Talep Benzerliği Vardır.	16	9,58	36	21,56	38	22,75	53	31,74	24	14,37
Müşterilerimizden Yoğun Talep Gelirse, Ürün/Hizmet Standartlarımızı Değiştirebiliriz.	13	7,78	18	10,78	27	16,17	54	32,34	55	32,93
Fiyat Düzeyinin Hedef Kitlemiz İçin Çok Önemlidir.	10	5,99	7	4,19	13	7,78	69	41,32	68	40,72



Şekil 4.12: İl içi üretim ve satış düzeyi

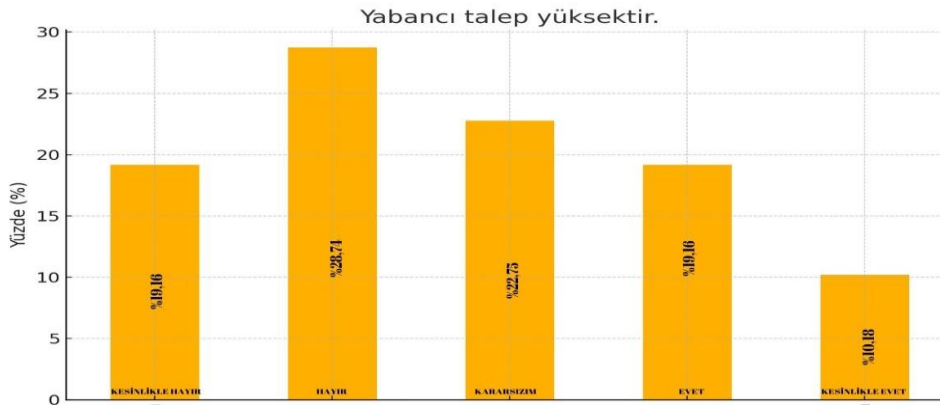
Şekil 4.12’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %37,72 oranında olup, %44,91’i bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %18,56 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin il içi üretim ve satış düzeyi konusunda kararsız olduğunu göstermektedir.



Şekil 4.13: Tüketicilerin teknoloji takip düzeyi

Şekil 4.13'te görüldüğü üzere bu soruya verilen cevaplarda ifadeye katılanlar (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum) toplamda %50,30 olup, özellikle "katılıyorum" diyenler %39,52 oranındadır. Buna karşılık, bu ifadeye katılmayanlar (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum) toplamda %31,74 oranındadır. Kararsız olanlar %17,96 ile daha düşük bir orana sahiptir. Bu sonuçlar, işletmelerin genel olarak tüketicilerin teknoloji takip düzeylerinin yüksek olduğunu düşündüklerini göstermektedir.

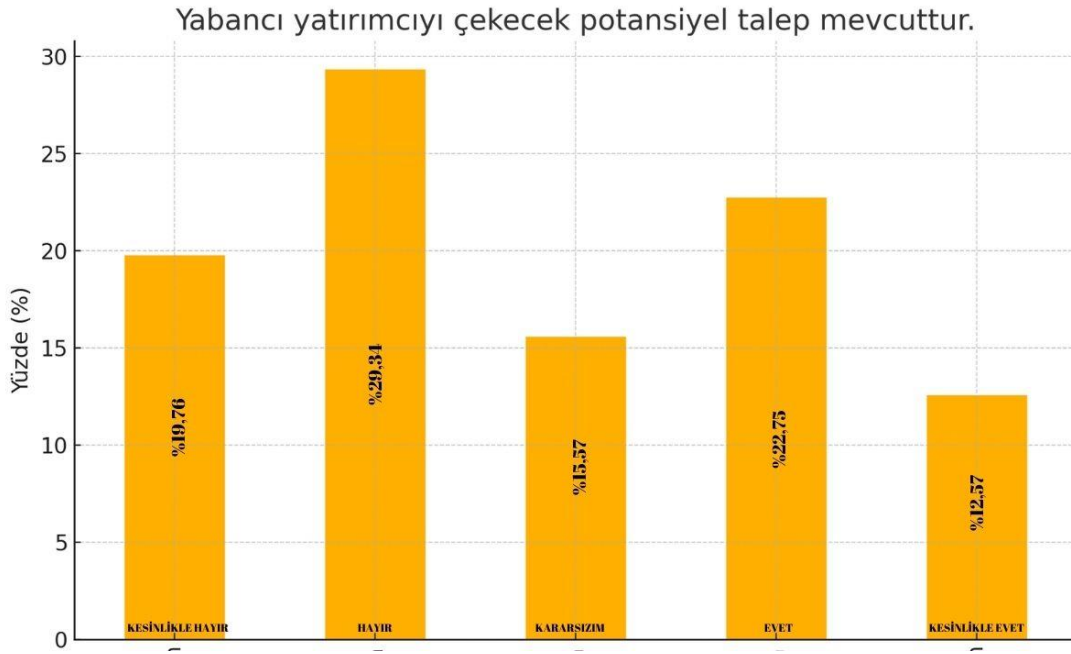
Bundan çıkarılacak sonuç işletmelerin tüketiciler hakkında rasyonel düşündüğü görülmektedir. Tüketicinin günümüzde bilinçli seçim yapmak üzere sürekli bir arayış içinde olduğunu ve rasyonel tercih yatığı sonuna varılmaktadır.



Şekil 4.14: Yabancı talep seviyesi

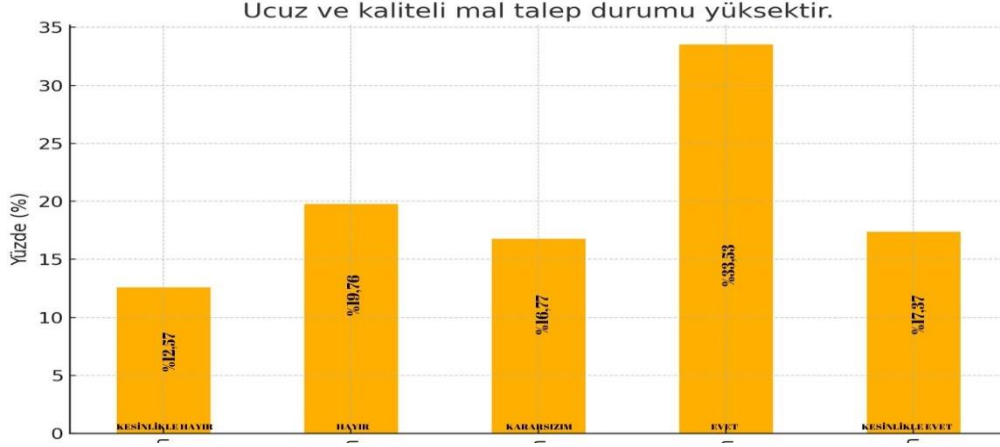
Şekil 4.14'te görüldüğü üzere bu soruda işletmelerin %38,74'ü bu ifadeye katılmadığını (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum) belirtmiş, %29,34'ü ise katıldığını (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum) ifade etmiştir. %22,75'i ise kararsızdır. Bu sonuçlar, işletmelerin yabancı talep konusunda kararsız ve olumsuz görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.

İşletmelerin hedef müşteri kitlesini genellikle iç piyasada aradıkları, dış pazar ve müşteri konusunda henüz yeterli bilgi beceri ve donanıma sahip bulunmadığını göstermektedir. Dolayısıyla kurumsal olarak hedef müşteri kitlesinin dış pazarlarda olduğu noktasında bir bilinçlenme arayışına ve organizasyonuna ihtiyaç bulunmaktadır.



Şekil 4.15: Yabancı yatırımcıyı çekecek potansiyel talep

Şekil 4.15'de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %35,32 oranında olup, %49,10'u bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %15,57 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin yabancı yatırımcıyı çekecek potansiyel talep konusunda genellikle olumsuz görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.



Şekil 4.16: Tüketicinin ucuz ve kaliteli mal talep durumu

Şekil 4.16’da görüldüğü üzere bu soruda katılımcıların %50,90’ı bu ifadeye katıldığını (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum) belirtmiş, %32,33’ü ise katılmadığını (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum) ifade etmiştir. %16,77’si ise kararsızdır. Bu sonuçlar işletme sahiplerinin, tüketicilerin ucuz ve kaliteli mal talebinin yüksek olduğunu düşündüklerini göstermektedir.

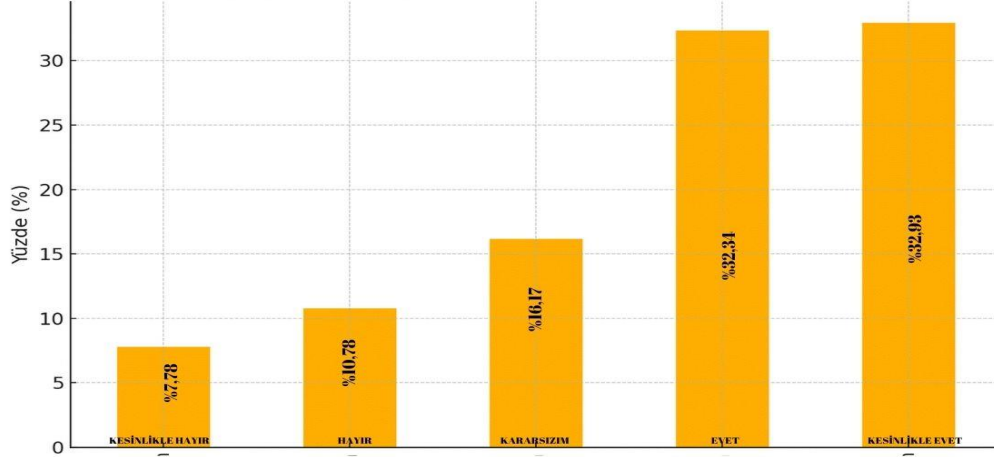


Şekil 4.17: Yerel ve uluslararası talep benzerliği

Şekil 4.17’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %46,11 oranında olup, %31,14’ü bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %22,75 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin yerel ve uluslararası talep benzerliği konusunda kararsız olduğunu göstermektedir.

Bu sonuçlar işletmelerin belirli bir ölçüde küresel talebin farkındalığında olduğunu ve dış talebi de dikkate aldığını göstermektedir. Bu yönüyle rasyonel bir bilince sahip oldukları görülmektedir.

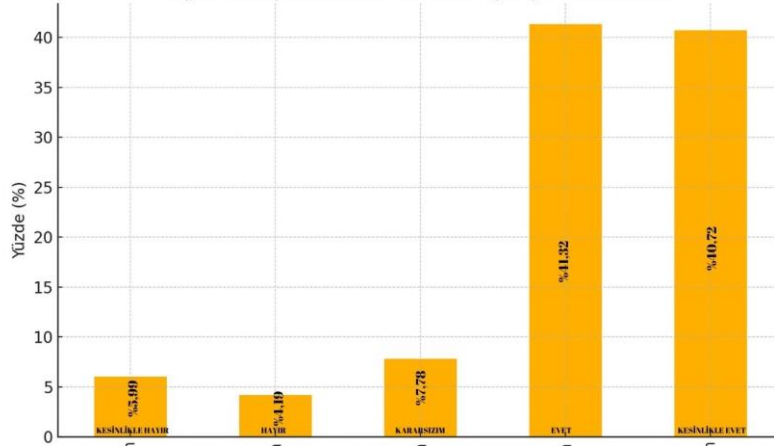
Müşterilerimizden yoğun talep gelirse, ürün/hizmet standartlarımızı değiştirebiliriz.



Şekil 4.18: Müşterilerden yoğun talep gelirse, ürün/hizmet standartları değiştirebilme

Şekil 4.3’de görüldüğü üzere bu soruda işletmelerin %65,27’si bu ifadeye katıldığını (kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum) belirtmiş, %18,56’sı ise katılmadığını (kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum) ifade etmiştir. %16,17’si ise kararsızdır. Bu sonuçlar üreticilerin dünya pazarlarındaki tüketim kalıplarındaki değişikliklerin farkında olduklarını ve işletmelerin genellikle herhangi bir talep değişiminde ürünlerini buna göre değiştirmeye hazır olduklarını göstermektedir.

Fiyat düzeyinin hedef kitemiz için çok önemlidir.



Şekil 4.19: Fiyat düzeyinin hedef kitle üzerindeki etkisi

Şekil 4.19’da görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %82,04 oranında olup, özellikle "katılıyorum" diyenler %41,32 oranındadır. Buna karşılık, bu ifadeye katılmayanlar %10,18 oranında düşük bir orana sahiptir. Kararsız olanlar %7,78 ile daha düşük bir orana sahiptir. Bu soruya katılanların çok büyük çoğunluğunun olumlu cevap vermesi sektörlerin piyasalarında önemli ölçüde piyasa rekabet şartlarının bulunduğu çıkarımında bulanmanın mümkün olduğu görülmektedir. Piyasada rekabet şartlarının bulunmuş olması sektörün genel olarak rasyonel işlediğini, işletmelerde maliyet minimizasyonu, fiyat artışı optimal faktör bileşimi kıstaslarının dikkate alındığını ve bölgesel kalkınma açısından da katma değer artışı ve gelişme potansiyelinin yüksek olduğunu göstermektedir.

#### 4.2.1.14. İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Boyutu

Katılımcılara ankette rekabete etkileyen değişkenlerden biri olan ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu ile ilgili sorular sorulmuştur. İlgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu, işletmenin lojistik, tedarik, bakım onarım hizmeti ve eğitim gibi hizmetlere erişebilirliğinin rekabetçilik yapısı üzerine etkisini ortaya koymaktadır. Bunun neticesinde alaka düzeyine göre 5’li likert ile belirlenen alaka düzeyine göre yanıtlar alınmıştır. Bu bağlamda verilen yanıtlar aşağıda tablolar ile verilmiştir.

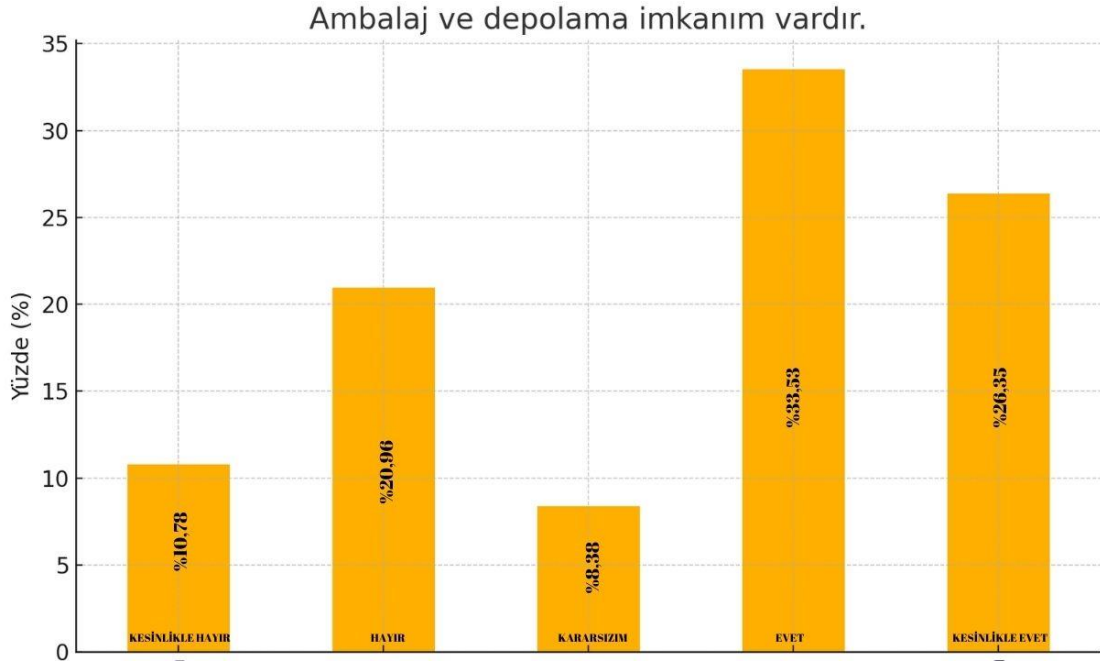
Tablo 4.27’de işletmelere yöneltilen ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu ile ilgili sorulara yönelik alınan yanıtlar analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.27: İlgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Boyutu	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Ambalaj ve depolama imkanım vardır.	18	10,78	35	20,96	14	8,38	56	33,53	44	26,35
İlde üretim alanında araştırma merkezi mevcuttur.	31	18,56	65	38,92	27	16,17	28	16,77	16	9,58
İlde üretim yapılan alanda ilgili bölüm mevcuttur.	25	14,97	52	31,14	38	22,75	34	20,36	18	10,78

Tablo 4.27: (devam ediyor)

İlde ve çevresinde üretim yerine yakın finans kuruluşu vardır.	16	9,58	32	19,16	33	19,76	63	37,72	23	13,77
İl içi girdi tedarikçi durumu yeterlidir.	24	14,37	47	28,14	29	17,37	39	23,35	28	16,77
Eğitim kurumları ve STK'lardan faydalanma düzeyi yüksektir.	24	14,37	50	29,94	32	19,16	37	22,16	24	14,37
İl içi bakım ve onarım firmaları bulunmaktadır.	21	12,57	42	25,15	47	28,14	39	23,35	18	10,78
Üretim merkezine yakın lojistik firmaları bulunmaktadır.	19	11,38	34	20,36	29	17,37	48	28,74	37	22,16



Şekil 4.20: Ambalaj ve depolama imkânı

Şekil 4.20'de görüldüğü üzere bu soruya verilen cevaplarda ifadeye katılanlar %59,88 oranında olup, %31,74'ü bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %8,38 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin çoğunun ambalaj ve depolama imkanlarına sahip olduklarını düşündüklerini göstermekte ve bu konuda büyük bir sorunun bulunmadığı anlaşılmaktadır.



Şekil 4.21: İlde üretim alanında araştırma merkezi varlığı

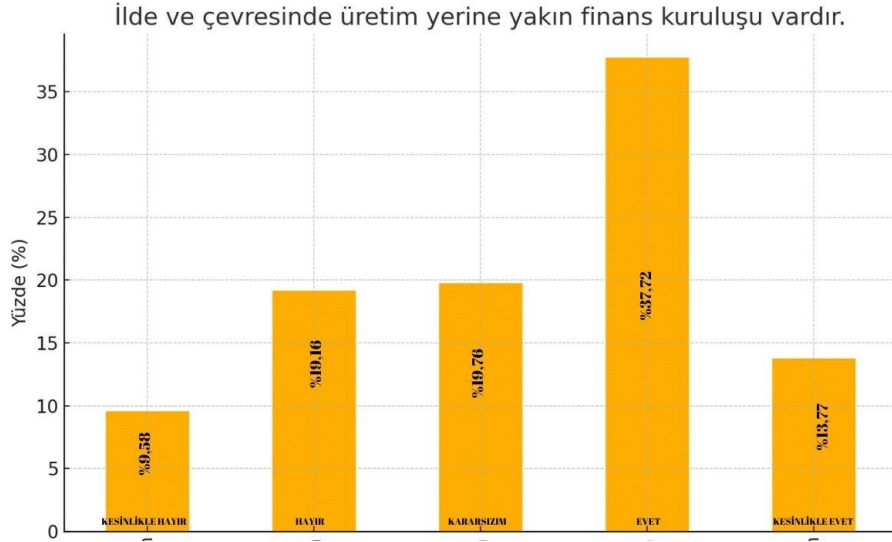
Şekil 4.21’de görüldüğü üzere bu soruya cevaplarda ifadeye katılanlar %26,35 oranında olup, %57,48’i bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %16,17 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin ilde araştırma merkezi bulunması konusunda genellikle olumsuz görüşlere sahip olduklarını göstermektedir. Dolayısıyla bu konuda büyük bir zafiyetin bulunduğu görülmektedir. Dolayısıyla merkezi ve yerel politika yapıcıların bu konuda gerekli önlemi almasında büyük fayda bulunmaktadır.



Şekil 4.22: İlde üretim yapılan alanda ilgili meslek lisesi/üniversite bölümü varlığı

Şekil 4.22’de görüldüğü üzere bu soruya katılanlar %31,14 oranında olup, %46,11’i bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %22,75 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin ilde üretim yapılan alanda ilgili bölüm bulunmadığı konusunda yoğunluk olarak dönüş alınmıştır. İlgili üretim sektörlerine ait kalifiye eleman ve beyaz yaka yetersizliği olduğu görülmektedir. Özellikle işletmelerin bulunduğu illerde meslek lisesi temelli eğitime yönelik

politika üreticilerin önem göstermesi gerektiği görülmektedir. Nitekim, bölge nüfusunun büyük çoğunluğunun 35-55 yaş aralığında olduğu ve bölgedeki üniversitelerin %80'e yakınının şehir dışından gelen öğrencilerin oluşturduğu ortamda, tabandan yetiştirilecek personelin önemi çok büyüktür.



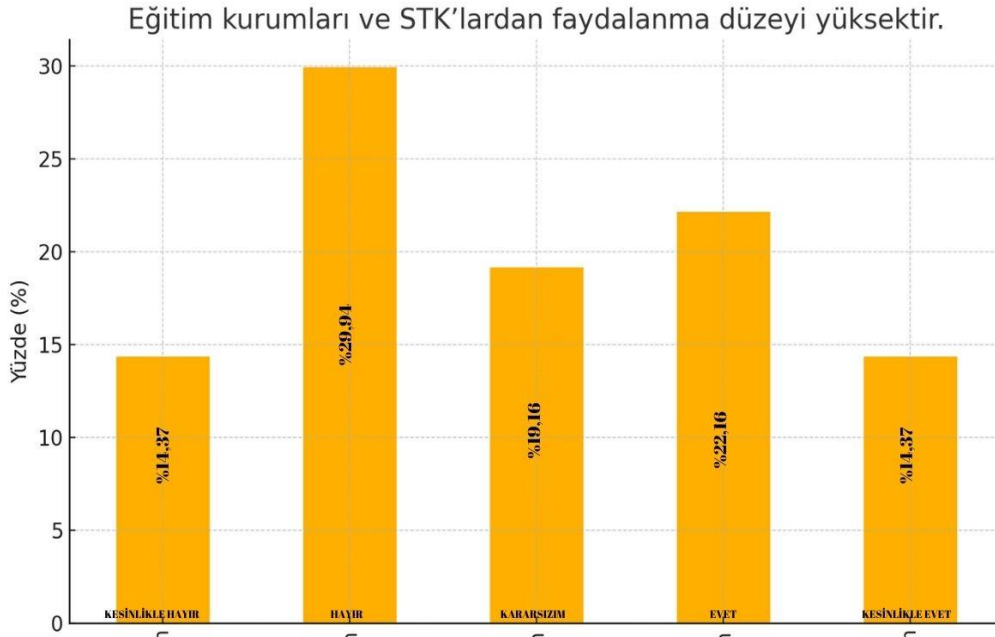
Şekil 4.23: İlde ve çevresinde üretim yerine yakın finans kuruluşu varlığı

Şekil 4.23'de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %50,89 oranında olup, %28,74'ü bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %19,76 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin ilde ve çevresinde üretim yerine yakın finans kuruluşu bulunması konusunda olumlu görüşlere sahip olduklarını göstermektedir. Bu bağlamda bölgede yapılacak olan girişimlere finansman bulmanın kolay olduğu ve gerekli teşviklerin uygulandığı ortamda sektörlerin gelişmesi akabinde bölgesel kalkınmayı pozitif etkilemesi kaçınılmazdır.



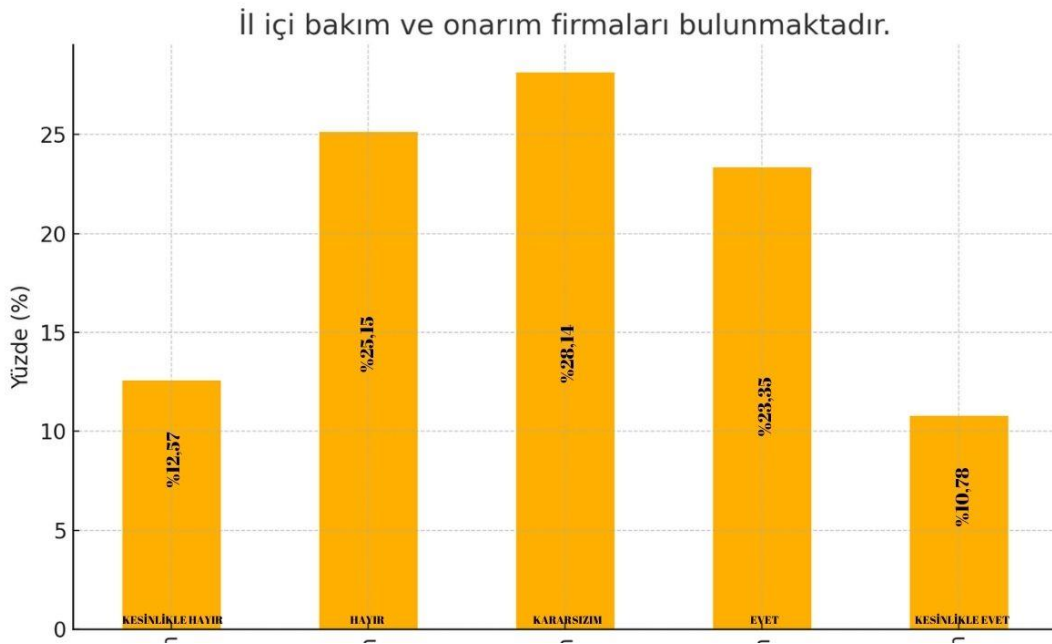
Şekil 4.24: İl içi girdi tedarikçi durumu yeterliliği

Şekil 4.24’de görüldüğü üzere bu soruya verilen cevaplarda katılanlar %40,12 oranında olup, %42,51’i bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %17,37 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin il içi girdi tedarikçi durumu konusunda kısmen yeterli olduğunu düşünmekle birlikte genellikle yeterli olmadığı görüşünü paylaşmaktadırlar. Bu durum sektörlerin gelişimi ve piyasaya ayak uydurması için son derece önemli olan il içi tedarik konusunda acil ve yeterli önlemlerin alınması ihtiyacını ortaya koymaktadır.



Şekil 4.25: Eğitim kurumları ve STK’lardan faydalanma düzeyi

Şekil 4.25’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %36,53 oranında olup, %44,31’i bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %19,16 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin önemli bir bölümünün eğitim kurumları ve STK’lardan faydalanamadığını göstermektedir. Dolayısıyla özellikle Üniversiteler başta olmak üzere Kamu, üniversite ve STK iletişimi ve müdahalesine gerek olduğu anlaşılmaktadır. Bölgede her ilde üniversitelerin bulunması ve meslek liselerinin varlığı büyük bir avantaj oluşturmaktadır. Bunların varlığı ile iş birliği ve koordinasyonu noktasında bir zafiyetin bulunduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla yerel ve merkezi yönetimlerin koordinesinde gerekli önlemlerin alınması bölgenin kalkınması ve sektörel rekabet gücünün geliştirilmesi açısından önem arz etmektedir.



Şekil 4.26: İl içi bakım ve onarım firmaları bulunurluğu

Şekil 4.26’de görüldüğü üzere bu soruya verilen cevaplarda ifadeye katılanlar %34,13 oranında olup, %37,72’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %28,14 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin il içi bakım ve onarım firmalarının varlığını yeterli olmadığı anlaşılmaktadır. İşletmelerin kesintisiz üretim yaparak piyasaya cevap vermesi ve müşteri memnuniyetini temin etmesi ile kapasite kullanım oranını yükseltip katma değerini yüksek tutması ile Bakım ve Onarım firmalarının varlığı ve yakınlığı arasında çok yakın bir koordinasyon bulunmaktadır. Bölgede sektörlerin rekabet gücünü ideal ölçüde artırabilmesi için bu konuda gerekli önlemleri alınmasını gerektirmektedir.



Şekil 4.27: Üretim merkezine yakın lojistik firmaları bulunurluğu

Şekil 4.27’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %50,90 oranında olup, %31,74’ü bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %17,37 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin üretim merkezine yakın lojistik firmaları konusunda olumlu görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.

#### 4.2.1.16. Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Boyutu

Katılımcılara ankette rekabete etkileyen değişkenlerden biri olan firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu ile ilgili sorular sorulmuştur. Sorulan sorular neticesinde firmaların stratejisi, yapısı ve rekabet anlayışlarının rekabetçilik üzerindeki etkisi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bunun neticesinde alaka düzeyine göre 5’li likert ile belirlenen alaka düzeyine göre yanıtlar alınmıştır. Bu bağlamda verilen yanıtlar aşağıda tablolar ile verilmiştir.

Tablo 4.28’te işletmelere yöneltilen firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu ile ilgili sorulara yönelik alınan yanıtlar analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.28: Firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu

Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Boyutu	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Firmalar arası rekabetin varlığı	13	7,78	7	4,19	11	6,59	65	38,92	71	42,51
Firmanın fiyat rekabeti düzeyi	9	5,39	8	4,79	19	11,38	70	41,92	61	36,53
Firma gelirinin yatırıma dönüşme düzeyi	12	7,19	18	10,78	34	20,36	55	32,93	48	28,74
Firmanın yerel piyasa payı	10	5,99	21	12,57	20	11,98	66	39,52	50	29,94
Firmanın ulusal piyasa payı	31	18,56	34	20,36	30	17,96	32	19,16	40	23,95
Optimum sayının üstünde KOBİ varlığı	14	8,38	33	19,76	37	22,16	41	24,55	42	25,15
Piyasadaki tescil edilmiş marka düzeyi	16	9,58	38	22,75	35	20,96	39	23,35	39	23,35
Rakip firmalar arası iletişim ağının varlığı	21	12,57	36	21,56	26	15,57	41	24,55	43	25,75
Üretim destekleme programlarının varlığı	23	13,77	34	20,36	34	20,36	37	22,16	39	23,35
Rakip işletmelere karşı rekabet gücümüz yüksektir.	20	11,98	20	11,98	25	14,97	51	30,54	51	30,54
Müşterilerimizden yoğun talep gelirse, ürün/hizmet standartlarımızı değiştirebiliriz.	8	4,79	8	4,79	19	11,38	72	43,11	60	35,93
Şirketimiz tüm iş faaliyetlerinde maliyet azaltmaya önem verir.	7	4,19	14	8,38	14	8,38	80	47,90	52	31,14
Firmamız patent, faydalı model ve markaya önem verir.	9	5,39	11	6,59	14	8,38	70	41,92	63	37,72

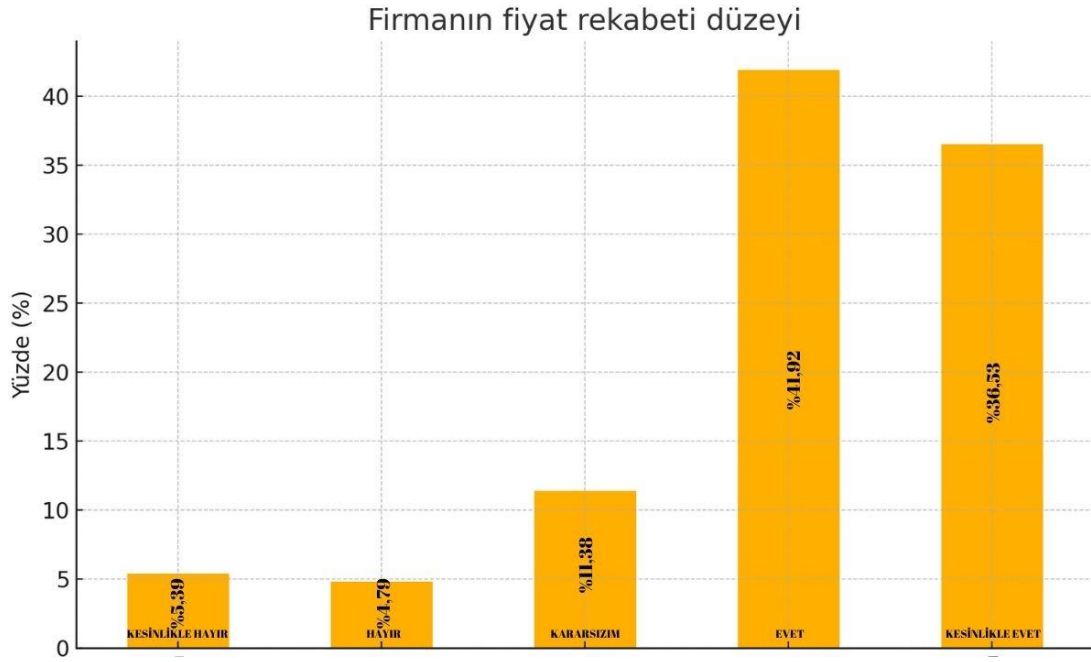


Şekil 4.28: Firmalar arası rekabetin varlığı

Şekil 4.28’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %81,43 oranında olup, %11,97’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %6,59 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin

firmalar arası rekabetin varlığı konusunda çok olumlu görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.

Bu durum işletmelerin sektörel iç rekabet şartları içinde faaliyet gösterdiklerini gösterirken bu durum piyasayı sürdürülebilirlik ve gelişimi açısından çok önemli olduğunu ifade etmektedir.



Şekil 4.29: Firmanın fiyat rekabeti düzeyi

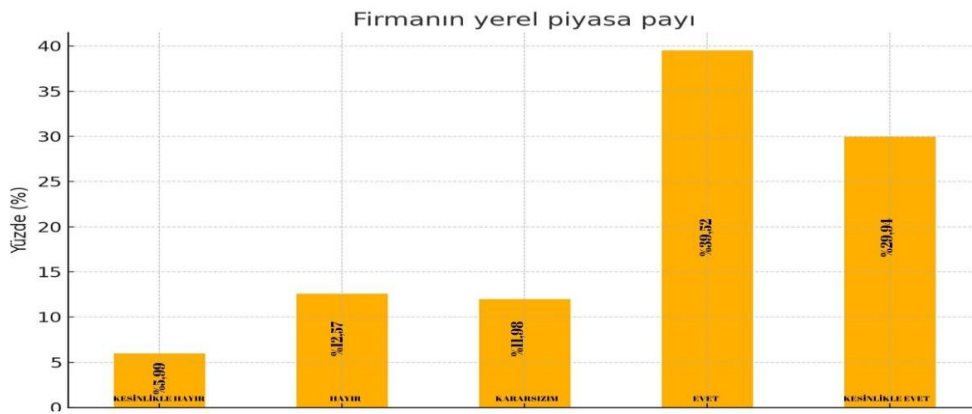
Şekil 4.29’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %78,45 oranında olup, %10,18’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %11,38 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin fiyat rekabeti düzeyi konusunda çok olumlu görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.

Bu sonuç piyasada aynı zamanda haksız rekabet şartlarının bulunmadığını ve sağlıklı bir piyasa yapısının büyük ölçüde mevcut olduğunu da ifade edebilir.



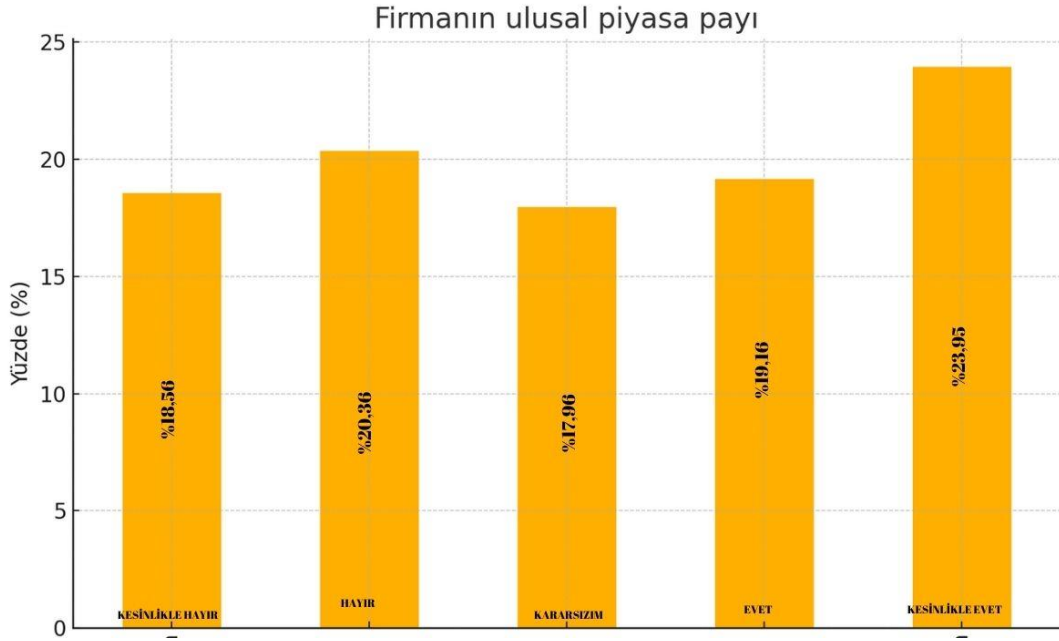
Şekil 4.30: Firma gelirinin yatırıma dönüşme düzeyi

Şekil 4.30’de görüldüğü üzere bu soruya verilen cevaplarda ifadeye katılanlar %61,67 oranında olup, %18,97’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %20,36 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin gelirlerinin yatırıma dönüşme düzeyi konusunda olumlu görüşlere sahip olduklarını göstermektedir. İşletmelerin elde ettikleri gelirlerini büyük ölçüde tekrar yatırıma dönüştürme azim ve kararlılığı hem bölgenin hem de ulusal kalkınmanın sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır.



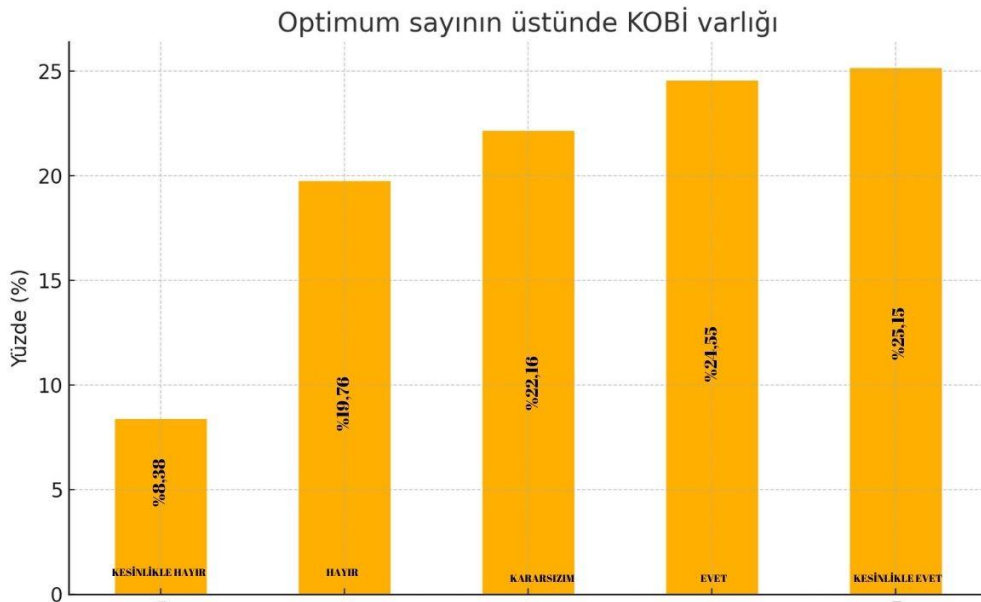
Şekil 4.31: Firmanın yerel piyasa payının büyüklüğü

Şekil 4.31’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %69,46 oranında olup, %18,56’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %11,98 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin yerel piyasa payı konusunda çok olumlu görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.



Şekil 4.32: Firmanın ulusal piyasa payının büyüklüğü

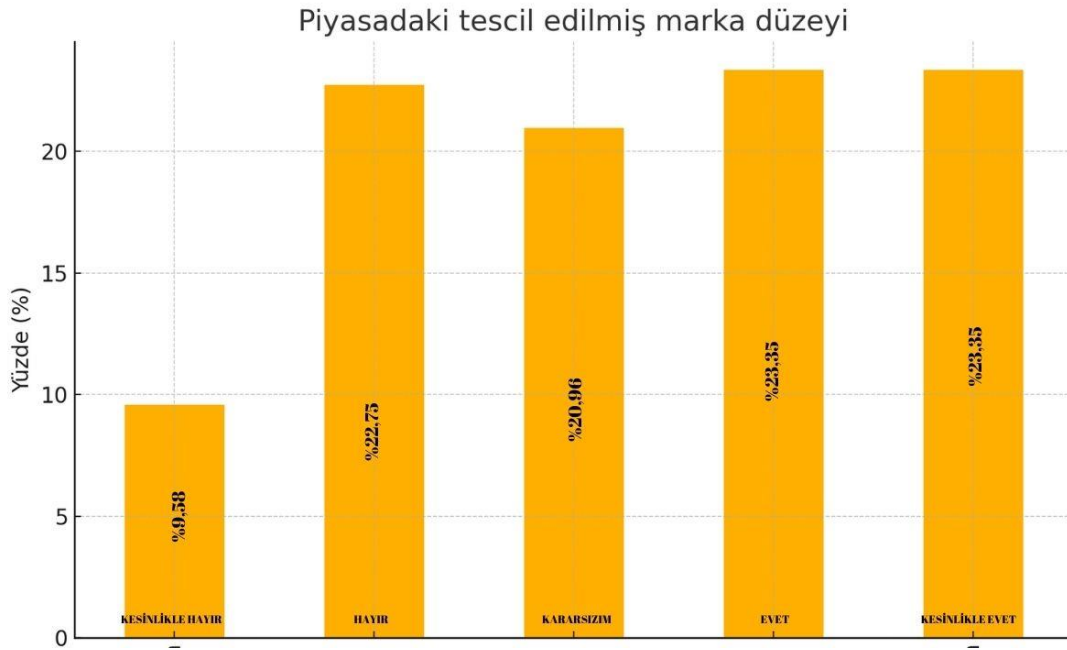
Şekil 4.32’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %43,11 oranında olup, %38,92’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %17,96 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin ulusal piyasa payı konusunda kararsız olduğunu göstermektedir.



Şekil 4.33: Optimum sayının üstünde kobi varlığı

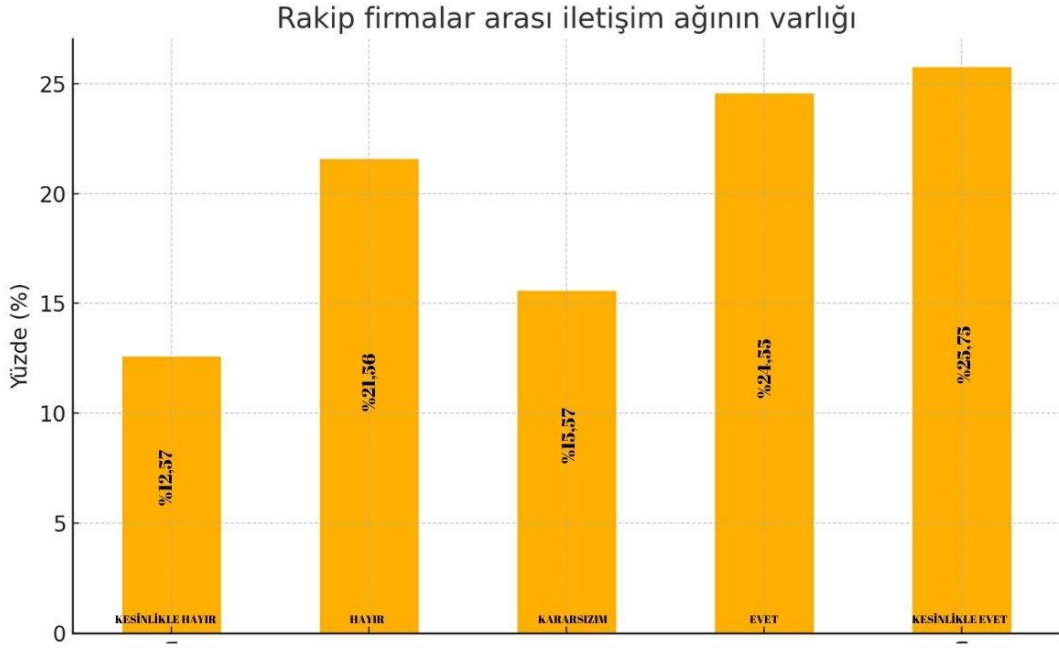
Şekil 4.33’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %49,70 oranında olup, %28,14’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %22,16 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin optimum sayının üstünde KOBİ varlığı konusunda olumlu görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.

İşletmelerin genellikle optimumun üzerinde Kobi varlığından söz etmesinin iki boyutundan söz edilebilir. Birincisi aşırı sayıda KOBİ varlığı aşırı derecede rekabete ve dolayısıyla kıran kırana rekabet ortamında bazı işletmelerin iflas edip yok olmasına ve sonuçta KOBİ optimum sayısının oluşmana neden olabilir, İkincisi ise aşırı Kobi varlığı işletmeleri iç piyasada aşırı rekabet yerine dış pazarlara açılarak rasyonel bir büyümeyi ve sürdürülebilir bir varlığı teşvik gibi olumlu bir etkiyi de doğurabilir. Dolayısıyla politika yapıcıların bu şartlarda ikinci alternatif gelişim için gerekli önlemleri almasında yarar bulunmaktadır.



Şekil 4.34: Piyasadaki tescil edilmiş marka düzeyi

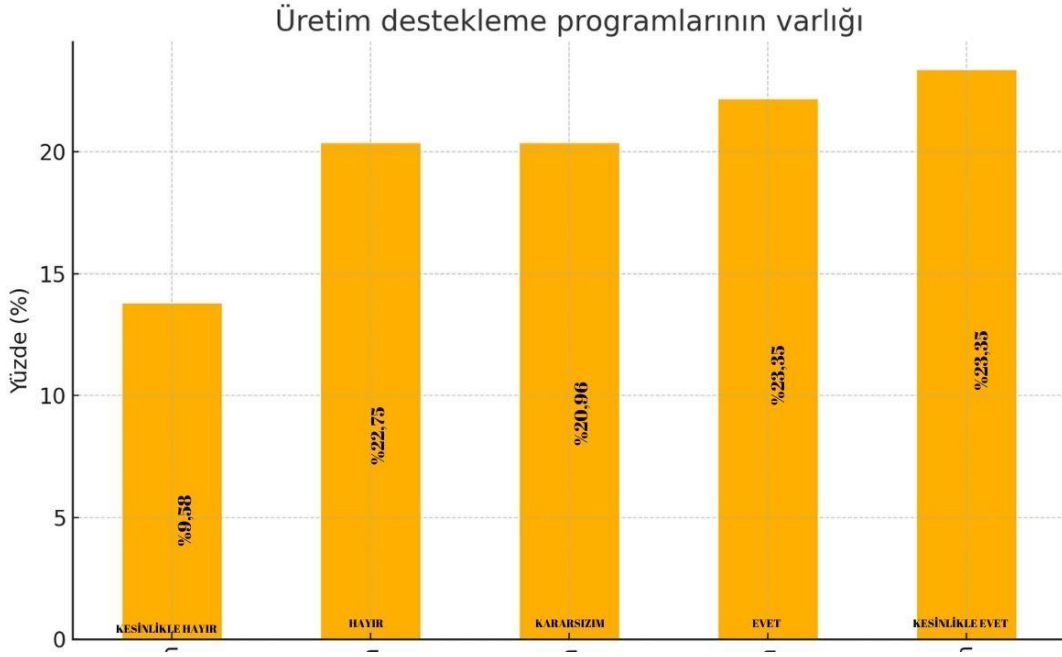
Şekil 4.34’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %46,70 oranında olup, %32,33’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %20,96 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin piyasadaki tescil edilmiş marka düzeyi konusunda olumlu görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.



Şekil 4.35: Rakip firmalar arası iletişim ağının varlığı

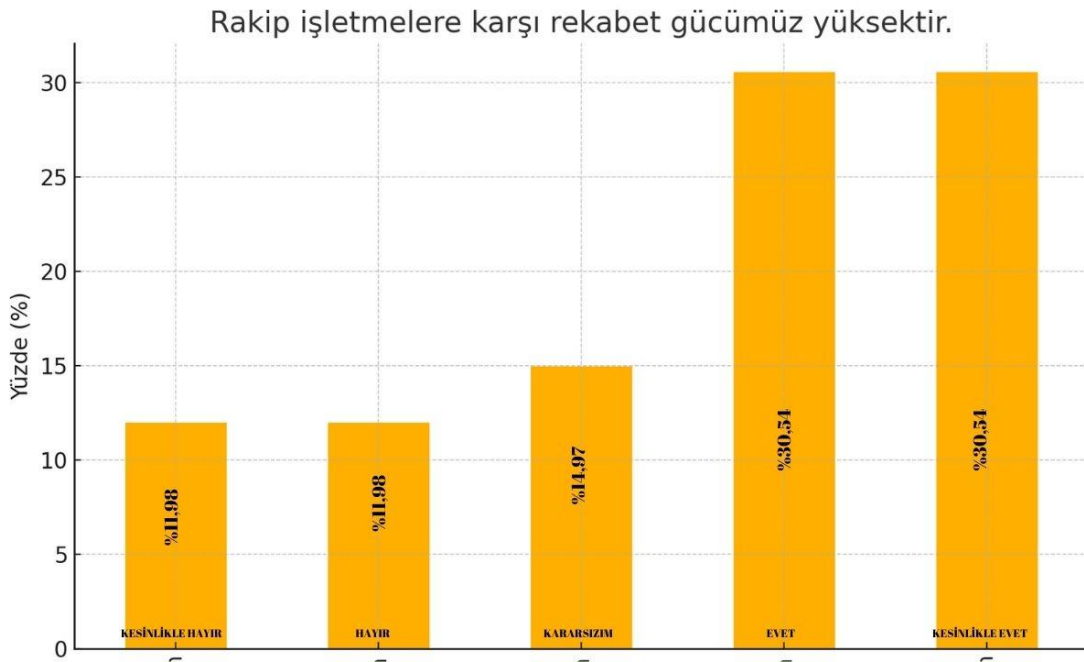
Şekil 4.35’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %50,30 oranında olup, %34,13’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %15,57 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin rakip firmalar arası iletişim ağının varlığı konusunda olumlu görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.

Bu sonuç en azından ibrenin genellikle pozitif olduğunu ve kümelenme potansiyelinin değerlendirilmesi imkanının var olduğunu göstermektedir.



Şekil 4.36: Üretim destekleme programlarının varlığı

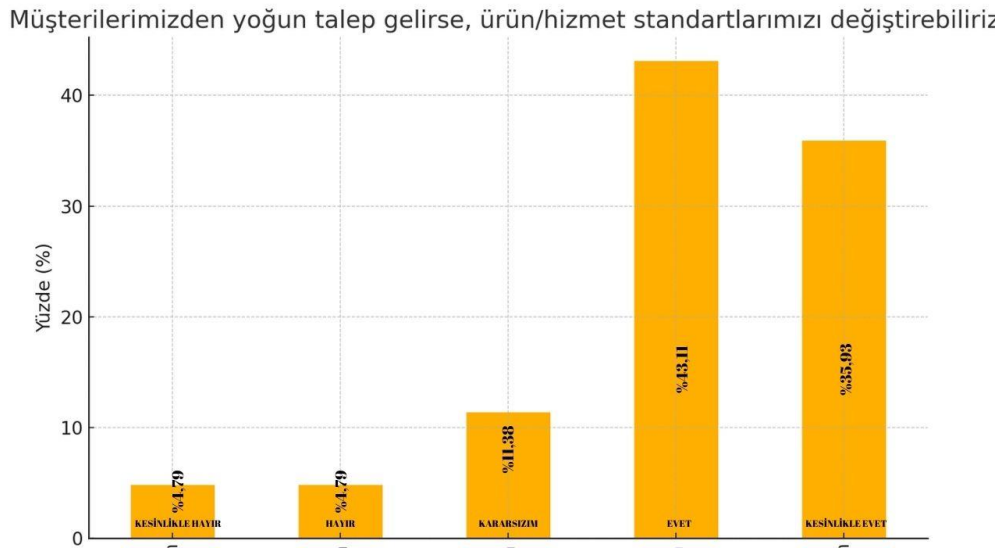
Şekil 4.36’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %45,51 oranında olup, %34,13’i bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %20,36 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin üretim destekleme programlarının varlığı konusunda olumlu görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.



Şekil 4.37: Rakip işletmelere karşı rekabet gücü

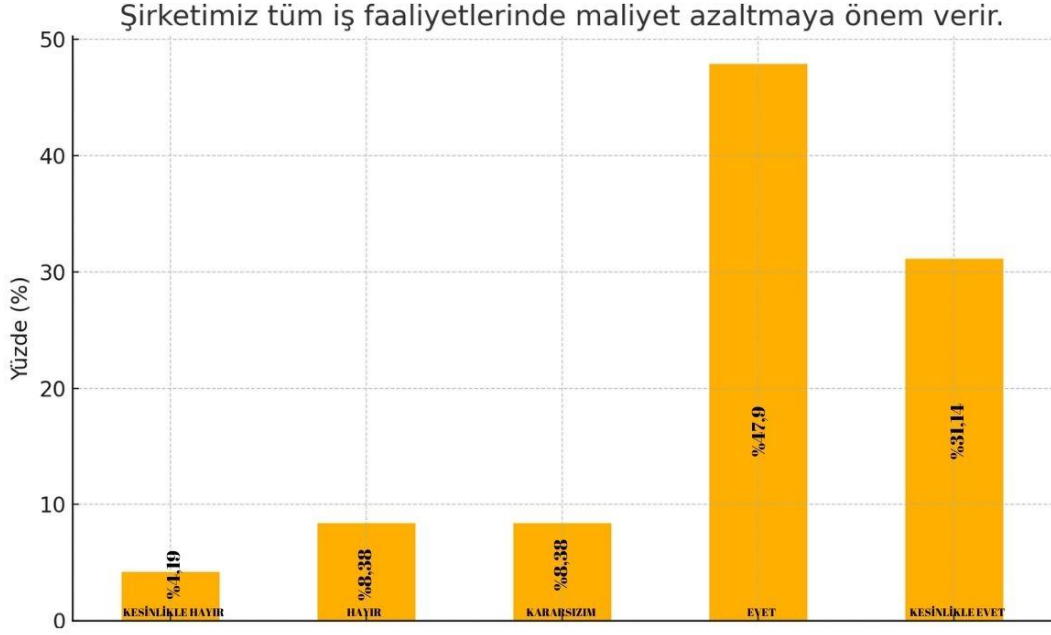
Şekil 4.37’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %61,08 oranında olup, %23,96’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %14,97 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin rakip işletmelere karşı rekabet gücü konusunda olumlu görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.

Bundan çıkarılabilecek sonuç, İşletmelerde genelde bir öz güven yüksekliğinin mevcut olduğu dolayısıyla bunları hem daha çok yatırım ve hem de kapasite artışına giderek daha yüksek bir performans sergileyebileceklerini göstermektedir.



Şekil 4.38: Müşteriden yoğun talep gelirse, ürün/hizmet standartları değiştirebilme

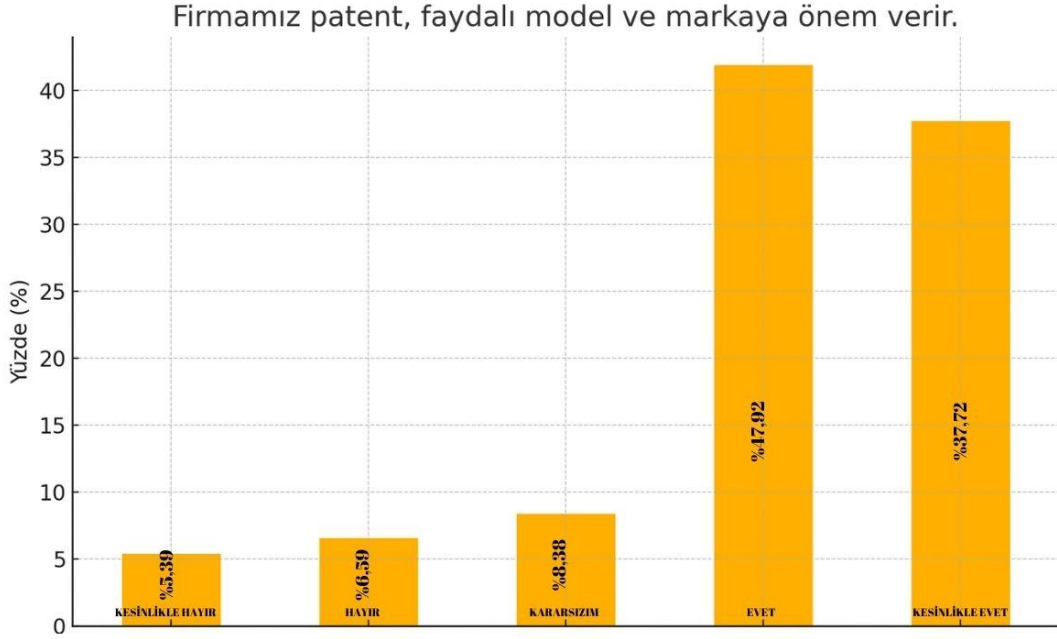
Şekil 4.38’de görüldüğü üzere bu soruda ifadeye katılanlar %79,04 oranında olup, %9,58’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %11,38 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin yoğun müşteri talebi durumunda ürün/hizmet standartlarını değiştirebileceklerini düşündüklerini göstermektedir. Bu sorunun verilen cevap sonuçları da oldukça anlamlı ve pozitif görülmektedir. Zira işletmelerin genellikle tüketici talep değişimlerine ayak uydurabilecek esneklik ve kabiliyete sahip oldukları da ifade etmektedir.



Şekil 4.39: Şirketimiz tüm iş faaliyetlerinde maliyet azaltma önemi

Şekil 4.39’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %79,04 oranında olup, %12,57’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %8,38 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin maliyet azaltmaya büyük önem verdiklerini göstermektedir.

İşletmelerin büyük çoğunluğunun maliyeti azaltmaya önem vermeyi tercih etmesi “iktisadilik” ilkesine önem verdiklerini göstermektedir. Bu da işletmelerin giderek rasyonel davranıp kaynakları israf etmeden etkin çalışmaya çok önem verdiğini ifade etmektedir. Bu durum sektörlerin ve bölgenin rekabet gücü ve kalkınması açısından büyük önem arz etmektedir.



Şekil 4.40: Firmamız patent, faydalı model ve markaya verdiği önem

Şekil 4.40’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %79,64 oranında olup, %11,98’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %8,38 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin patent, faydalı model ve markaya büyük önem verdiklerini göstermektedir. Bugün dünyada işletmelerin ve sektörlerin ayakta kalması ve ilerlemesi için inovasyonun ne kadar önemli olduğu bu işletmelerimizin de anlayabildiği anlaşılmaktadır. İşletmelerin büyük bir çoğunluğunun patent, faydalı model, marka ve inovasyon konusunda yüksek düzeyde bilgi ve bilinç sahibi olması son derece ümit verici olarak değerlendirilmektedir.

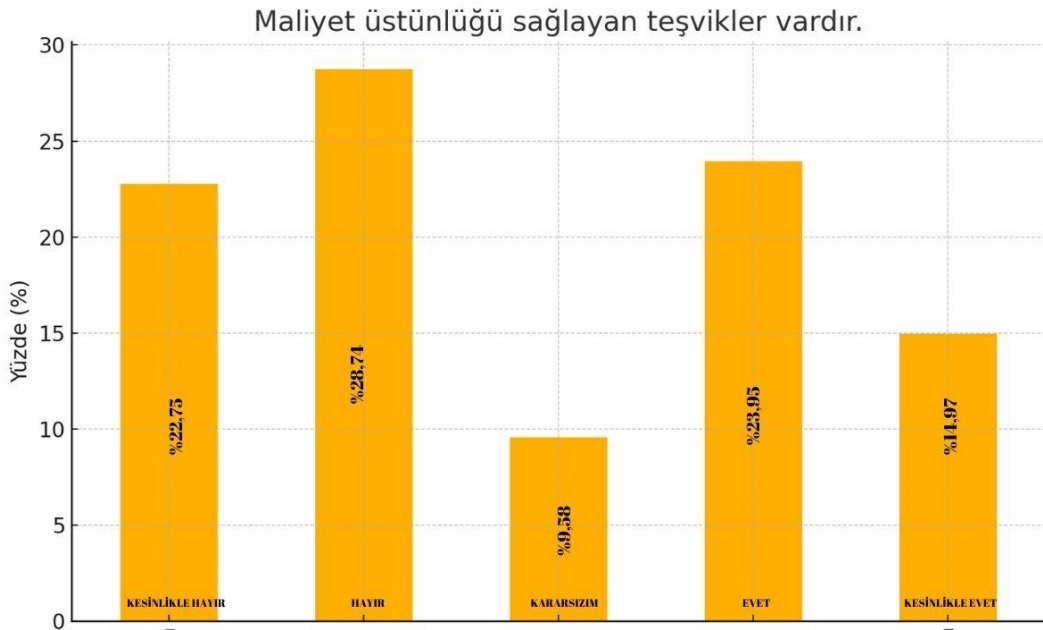
#### 4.2.1.17. Kamu ve Paydaş Destekleri Boyutu

Katılımcılara ankette rekabete etkileyen değişkenlerden biri olan kamu ve paydaş destekleri boyutu ile ilgili sorular sorulmuştur. Kamu ve paydaş destekleri boyutu ile, işletmelere sunulan teşvik, imkân ve kamu yardımlarının ulaşılabilirliği ve rekabetçilik üzerine etkisi ortaya konulması amaçlanmıştır. Bunun neticesinde alaka düzeyine göre 5’li likert ile belirlenen alaka düzeyine göre yanıtlar alınmıştır. Bu bağlamda verilen yanıtlar aşağıda tablolar ile verilmiştir.

Tablo 4.29’da işletmelere yöneltilen kamu ve paydaş destekleri boyutu ile ilgili sorulara yönelik alınan yanıtlar analiz edilerek verilmiştir.

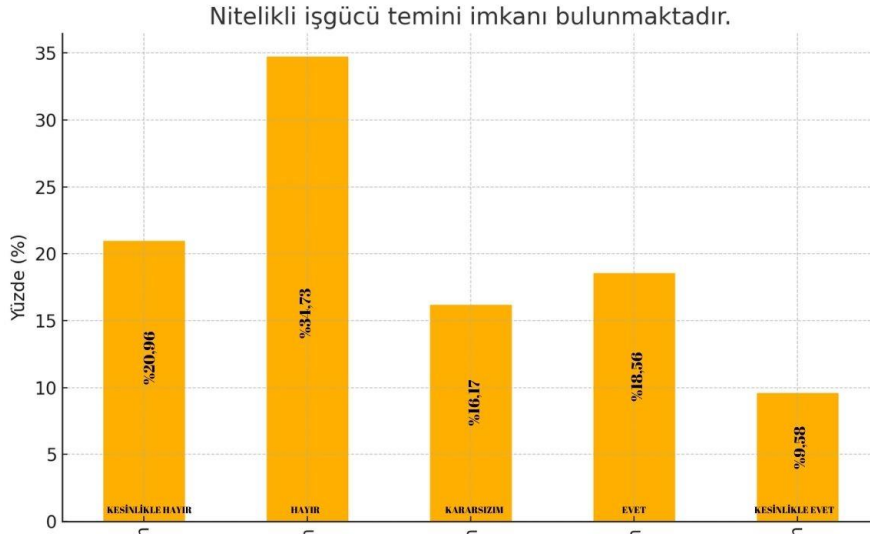
Tablo 4.29: Kamu ve paydaş destekleri boyutu

Kamu ve Paydaş Destekleri Boyutu	Kesinlikle katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Maliyet üstünlüğü sağlayan teşvikler vardır.	38	22,75	48	28,74	16	9,58	40	23,95	25	14,97
Nitelikli işgücü temini imkanı bulunmaktadır.	35	20,96	58	34,73	27	16,17	31	18,56	16	9,58
Vergi muafiyetleri vardır ve yeterlidir.	40	23,95	51	30,54	30	17,96	30	17,96	16	9,58
İhracat destekleri bulunmaktadır.	35	20,96	42	25,15	37	22,16	33	19,76	20	11,98
Dış ticaret engelleri azaltılmaktadır.	33	19,76	38	22,75	35	20,96	41	24,55	20	11,98
Üretim ve ticaret kolaylaştırıcı hukuki düzenlemeler vardır.	29	17,37	43	25,75	44	26,35	30	17,96	21	12,57
Mal ve piyasa çeşitlendirmesi teşvikleri bulunmaktadır.	29	17,37	42	25,15	38	22,75	34	20,36	24	14,37
Hibelere erişim düzeyi yüksektir.	50	29,94	42	25,15	26	15,57	34	20,36	15	8,98
İl dışına emek ve sermaye göçünü engelleyen tedbirler bulunmaktadır.	40	23,95	42	25,15	39	23,35	25	14,97	21	12,57



Şekil 4.41: Maliyet üstünlüğü sağlayan teşviklerin varlığı

Şekil 4.41’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %38,92 oranında olup, %51,49’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %9,58 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin maliyet üstünlüğü sağlayan teşvikler konusunda kararsız ve olumsuz görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.



Şekil 4.42: Nitelikli işgücü temini imkânı

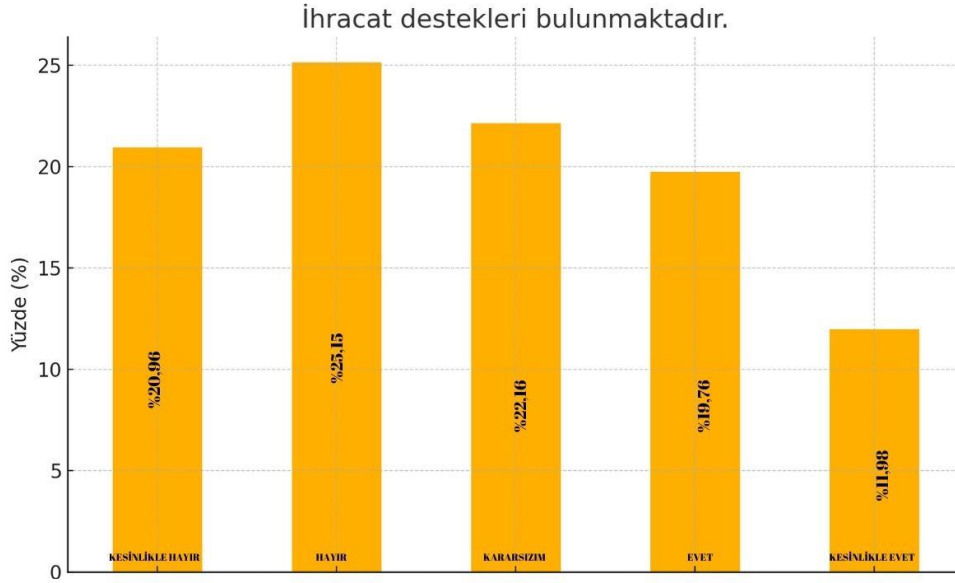
Şekil 4.42’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %28,14 oranında olup, %55,69’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %16,17 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin nitelikli işgücü temini imkânı konusunda olumsuz görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.

Bu sorun sadece bölgenin değil aynı zamanda ülkemizin sorunu olup eğitim paradigması ve yönteminin komple gözden geçirilmesini gerektirmektedir.



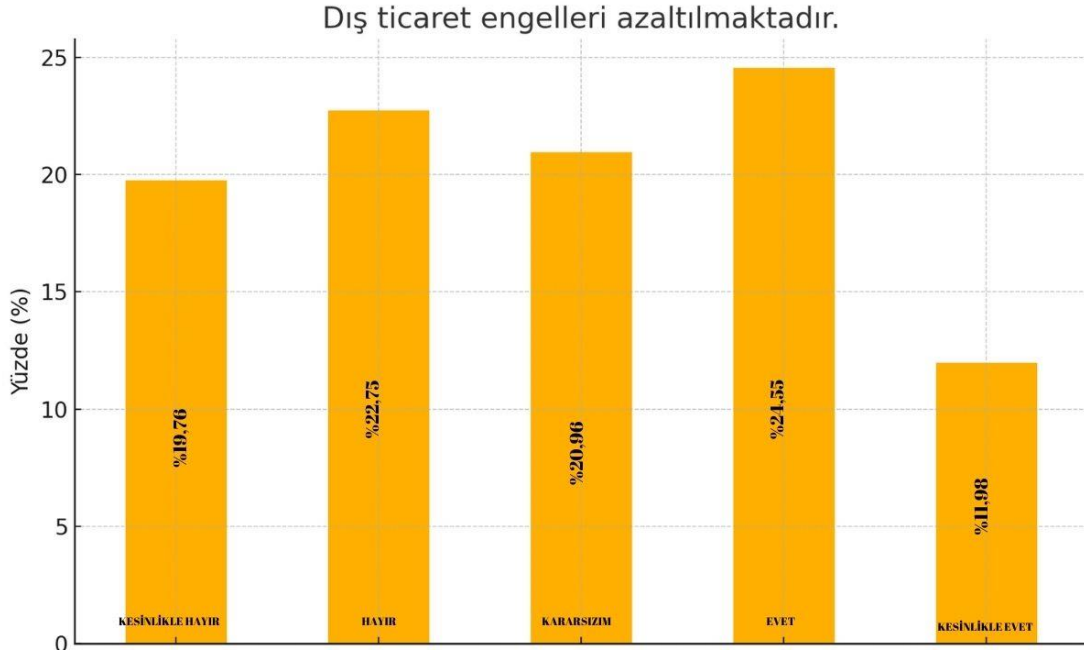
Şekil 4.43: Vergi muafiyetleri vardır ve yeterliliği

Şekil 4.43’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %27,54 oranında olup, %54,49’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %17,96 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin vergi muafiyetleri konusunda olumsuz görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.



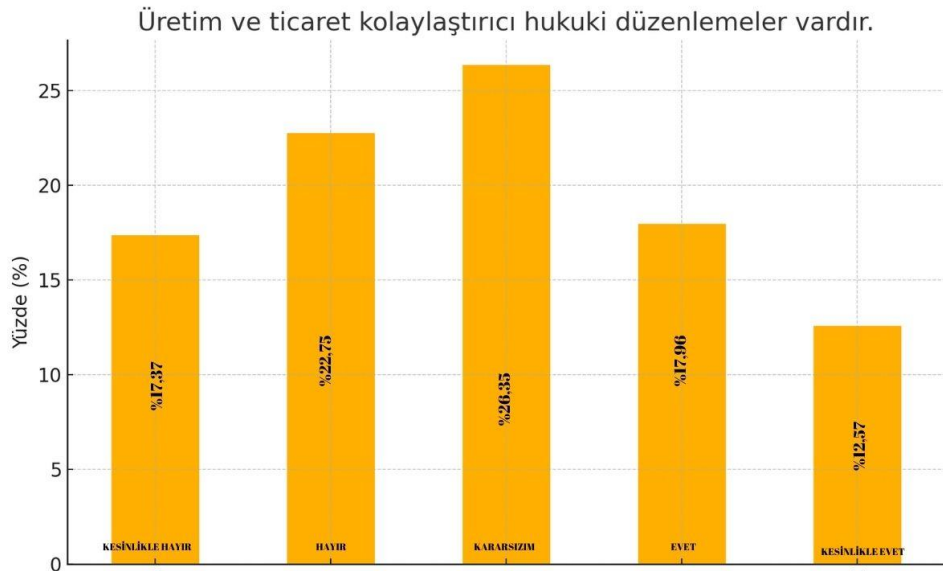
Şekil 4.44: İhracat destekleri bulunurluğu

Şekil 4.44’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %31,74 oranında olup, %46,11’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %22,16 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin ihracat destekleri konusunda olumsuz görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.



Şekil 4.45: Dış ticaret engelleri azaltılması

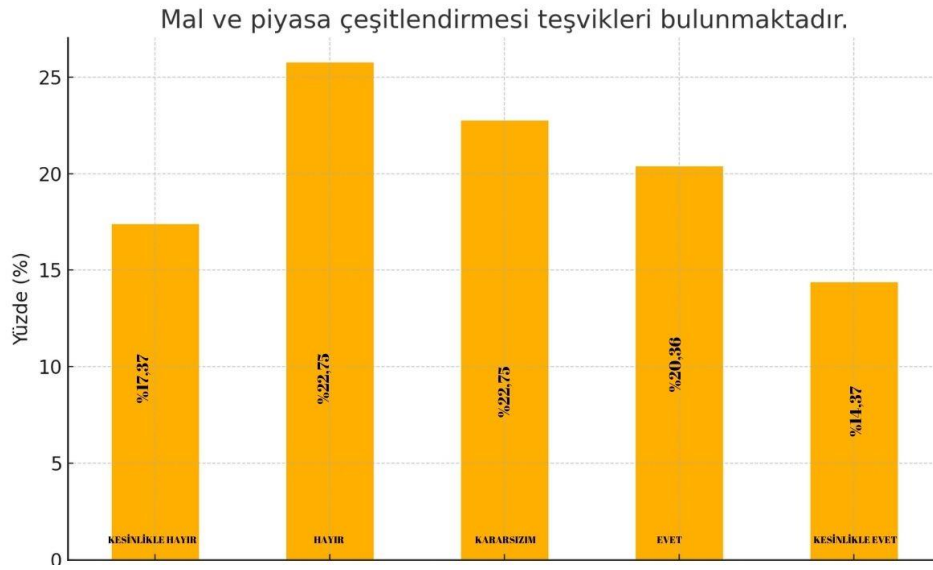
Şekil 4.45’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %36,53 oranında olup, %42,51’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %20,96 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin dış ticaret engelleri konusunda kararsız ve olumsuz görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.



Şekil 4.46: Üretim ve ticaret kolaylaştırıcı hukuki düzenlemelerin varlığı

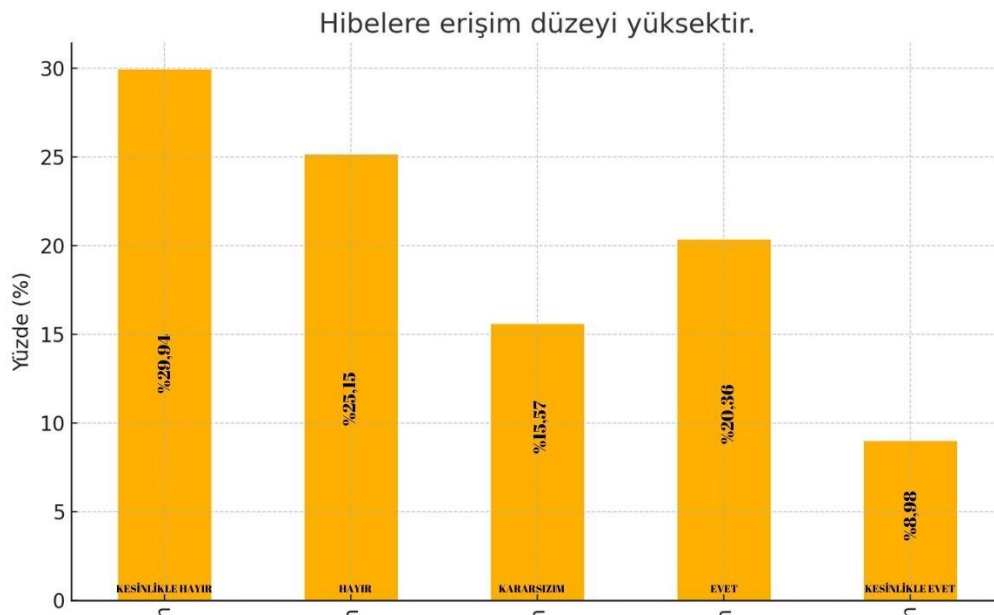
Şekil 4.46’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %30,53 oranında olup, %43,12’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %26,35 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin

Üretim ve ticaret kolaylaştırıcı hukuki düzenlemeler konusunda kararsız ve olumsuz görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.



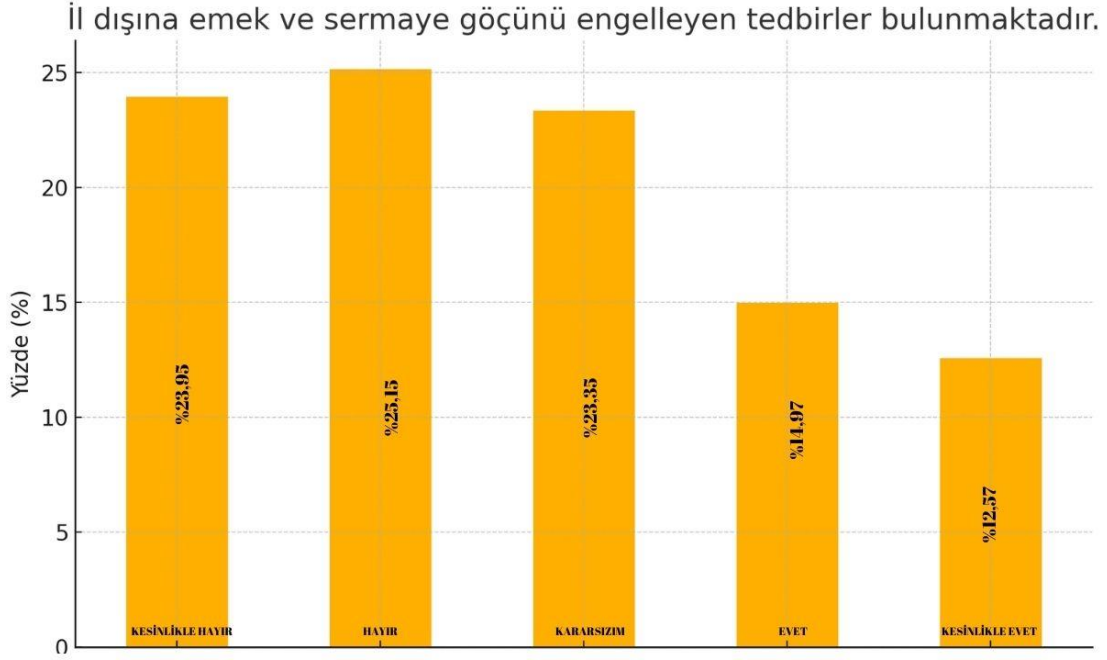
şekil 4.47: Mal ve piyasa çeşitlendirmesi teşvikleri bulunurluğu

şekil 4.47’de grldğu üzere bu ifadeye katılanlar %34,73 oranında olup, %42,52’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %22,75 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin mal ve piyasa çeşitlendirmesi teşvikleri konusunda kararsız ve olumsuz görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.



şekil 4.48: Hibelere erişim düzeyi

Şekil 4.48’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %29,34 oranında olup, %55,09’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %15,57 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin hibelere erişim düzeyi konusunda olumsuz görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.



Şekil 4.49: İl dışına emek ve sermaye göçünü engelleyen tedbirler bulunurluğu

Şekil 4.49’de görüldüğü üzere bu ifadeye katılanlar %27,54 oranında olup, %49,10’si bu ifadeye katılmamaktadır. Kararsız olanlar ise %23,35 oranındadır. Bu sonuçlar, işletmelerin il dışına emek ve sermaye göçünü engelleyen tedbirler konusunda kararsız ve olumsuz görüşlere sahip olduklarını göstermektedir.

### 4.3. Elmas Modeli Saha Çalışmasının Ki-Kare Testi Analizi

Bu bölümde Elmas Modeli saha çalışması üzerine yapılan ki kare testine yer verilmiştir.

#### 4.3.1. Faktör Koşulları ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki

Katılımcılara anketle rekabete etkileyen değişkenlerden biri olan faktör koşulları ile ilgili sorular sorulmuştur. Bunun neticesinde işletme statüsü ile faktör koşulları arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasına yönelik yapılan analizde ki kare testi uygulanmış ve 0,05

anlamlılık düzeyinde faktör koşulları ile işletme statüsü arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığına dair bulgular aşağıdaki gibidir.

#### 4.3.1.1. Etkin ve Verimli Mal Üretimi ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki

Tablo 4.29'da işletmelere yöneltilen etkin ve verimli mal üretimi ile işletme statüsü arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.29: Etkin ve verimli mal üretimi ile işletme statüsü arasındaki ilişki

Faktör Koşulları	Katılım Düzeyi	İşletme Statüsü								Ki Kare;P
		Şahıs Şirketi		Limitet Şirketi		Aile Şirketi		Ortaklık		
		N	%	N	%	N	%	N	%	
Etkin ve Verimli Mal Üretimi Yapıyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum	9	52,94	5	29,41	2	11,76	1	5,88	19,06;0,02
	Katılmıyorum	17	48,57	15	42,86	0	0,00	3	8,57	
	Kararsızım	9	42,86	11	52,38	0	0,00	1	4,76	
	Katılıyorum	22	51,16	18	41,86	3	6,98	0	0,00	
	Kesinlikle katılıyorum	14	27,45	33	64,71	1	1,96	3	5,88	

İşletme statüsü ile etkin ve verimli üretim yapma algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Şahıs şirketlerinin %52,94'ü bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %27,45'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Limited şirketlerinde ise %29,41 "kesinlikle katılmıyorum" derken, %64,71 "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Aile şirketlerinin %11,76'sı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %1,96'sı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ortaklıkların %5,88'i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %5,88'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu bulgular, farklı işletme türlerinin üretim etkinliği konusundaki algılarında belirgin farklılıklar olduğunu göstermektedir. İşletmelerin kurumsallıkları arttıkça verimli üretim yapma algısının geliştiği ve şirketlerin faktör koşullarından daha çok yararlanıp verimliliklerini artırdıkları kanaatinin geliştiği dikkati çekmektedir.

#### 4.3.1.2. Düşük Maliyetle Girdi Sağlama ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki

Tablo 4.30'da işletmelere yöneltilen düşük maliyetle girdi sağlama ile işletme statüsü arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.30: Düşük maliyetle girdi sağlama ile işletme statüsü arasındaki ilişki

Faktör Koşulları	Katılım Düzeyi	İşletme Statüsü								Ki Kare;P
		Şahıs Şirketi		Limitet Şirketi		Aile Şirketi		Ortaklık		
		N	%	N	%	N	%	N	%	
Düşük Maliyetli Girdi Sağlıyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum	13	44,83	14	48,28	2	6,90	0	0,00	18,00;0,12
	Katılmıyorum	14	32,56	22	51,16	4	9,30	3	6,98	
	Kararsızım	9	39,13	13	56,52	0	0,00	1	4,35	
	Katılıyorum	30	56,60	20	37,74	0	0,00	3	5,66	
	Kesinlikle katılıyorum	5	26,32	13	68,42	0	0,00	1	5,26	

İşletme statüsü ile düşük maliyetli girdi sağlama yeteneği arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Şahıs şirketlerinin %44,83'ü bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %26,32'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Limited şirketlerinde ise %48,28 "kesinlikle katılmıyorum" derken, %68,42 "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Aile şirketlerinin %6,90'ı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %0'ı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ortaklıkların %0'ı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %5,26'sı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu bulgular, işletmelerde kurumsallaşma geliştikçe düşük maliyet ile girdi sağlama bilincinde artış olduğu görülmektedir. Nitekim sermaye şirketleri (kurumsal şirket) olan limited şirketlerde düşük maliyetle girdi sağlamanın önemi %68,4 oranında iken bu oran şahıs şirketlerinde %26,3, aile şirketlerinde %0 düzeyinde kalmıştır. Kısacası kurumsallaşmayan şirketlerde düşük maliyetli girdi sağlama görüşü üzerinde önemli bir etkisinin olmadığını göstermektedir.

#### 4.3.1.3. Teknolojik Yeniliklerle Alaka Düzeyi ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki

Tablo 4.31'de işletmelere yöneltilen teknolojik yeniliklerle alaka düzeyi ile işletme statüsü arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.31: Teknolojik yeniliklerle alaka düzeyi ile işletme statüsü arasındaki ilişki

Faktör Koşulları	Katılım Düzeyi	İşletme Statüsü								Ki Kare;P
		Şahıs Şirketi		Limitet Şirketi		Aile Şirketi		Ortaklık		
		N	%	N	%	N	%	N	%	
Teknolojik Yenilikleri Takip Edebiliyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum	5	71,43	2	28,57	0	0,00	0	0,00	8,16;0,72
	Katılmıyorum	7	43,75	9	56,25	0	0,00	0	0,00	
	Kararsızım	12	52,17	9	39,13	0	0,00	2	8,70	
	Katılıyorum	26	38,24	35	51,47	3	4,41	4	5,88	
	Kesinlikle katılıyorum	21	39,62	27	50,94	3	5,66	2	3,77	

İşletme statüsü ile teknolojik yenilikleri takip etme yeteneği arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ( $p > 0,05$ ). Şahıs şirketlerinin %71,43'ü bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %39,62'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Limited şirketlerinde ise %28,57 "kesinlikle katılmıyorum" derken, %50,94 "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Aile şirketlerinin %0'ı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %5,66'sı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ortaklıkların %0'ı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %3,77'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu bulgular, işletme türünün teknolojik yenilikleri takip etme konusundaki görüşleri üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermekle birlikte özellikle sermaye şirketinden oluşan işletmelerin cevaplarındaki yüksek orandaki farklılık kurumsallaşma noktasında yetersiz olan işletmelerin bu ilişkiyi tam olarak algılayamadığını göstermektedir.

#### 4.3.1.4. AR-GE harcamaları ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki

Tablo 4.32'de işletmelere yöneltilen AR-GE harcamaları ile işletme statüsü arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.32: AR-GE harcamaları ile işletme statüsü arasındaki ilişki

Faktör Koşulları	Katılım Düzeyi	İşletme Statüsü								Ki Kare;P
		Şahıs Şirketi		Limitet Şirketi		Aile Şirketi		Ortaklık		
		N	%	N	%	N	%	N	%	
Ar-Ge Harcaması Yapıyorum.	Kesinlikle Katılmıyorum	13	52,00	11	44,00	0	0,00	1	4,00	10,35;0,52
	Katılmıyorum	23	52,27	18	40,91	1	2,27	2	4,55	
	Kararsızım	4	20,00	13	65,00	1	5,00	2	10,00	
	Katılıyorum	18	45,00	18	45,00	2	5,00	2	5,00	
	Kesinlikle katılıyorum	13	34,21	22	57,89	2	5,26	1	2,63	

İşletme statüsü ile AR-GE harcaması yapma arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Şahıs şirketlerinin %52,00'si bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %34,21'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Limited şirketlerinde ise %44,00 "kesinlikle katılmıyorum" derken, %57,89 "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Aile şirketlerinin %0'ı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %5,26'sı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ortaklıkların %4,00'ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %2,63'ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu bulgular, işletme türünün AR-GE harcaması yapma konusundaki görüşleri üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermekle birlikte kurumsallaşmış olan şirketlerde, dünyada ar-ge

inovasyon ve buluş ile bunları ticarileştirmenin önemi ve değerinin daha iyi algılandığını açık bir şekilde görmek mümkündür.

#### 4.3.1.5. Profesyonel Danışmanlık Hizmeti Alımı ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki

Tablo 4.33'de işletmelere yöneltilen profesyonel danışmanlık hizmeti alımı ile işletme statüsü arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.33: Profesyonel danışmanlık hizmeti alımı ile işletme statüsü arasındaki ilişki

Faktör Koşulları	Katılım Düzeyi	İşletme Statüsü								Ki Kare;P
		Şahıs Şirketi		Limitet Şirketi		Aile Şirketi		Ortaklık		
		N	%	N	%	N	%	N	%	
Profesyonel Danışmanlık Hizmeti Satın Alımı Yapıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	20	60,61	13	39,39	0	0,00	0	0,00	24,00;0,02
	Katılmıyorum	32	48,48	29	43,94	2	3,03	3	4,55	
	Kararsızım	2	20,00	8	80,00	0	0,00	0	0,00	
	Katılıyorum	9	36,00	10	40,00	3	12,00	3	12,00	
	Kesinlikle katılıyorum	8	24,24	22	66,67	1	3,03	2	6,06	

İşletme statüsü ile profesyonel danışmanlık hizmeti satın alma arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Şahıs şirketlerinin %60,61'i bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %24,24'ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Limited şirketlerinde ise %39,39 "kesinlikle katılmıyorum" derken, %66,67 "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Aile şirketlerinin %0'ı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %3,03'ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ortaklıkların %0'ı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %6,06'sı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu bulgular, farklı işletme türlerinin profesyonel danışmanlık hizmeti satın alma konusundaki algılarında belirgin farklılıklar olduğunu göstermektedir. Özellikle Kurumsallimited şirketlerin %66,7 oranında yüksek bir oran ile bu ilişkide pozitif görüş sergilemesi oldukça anlamlı görülmektedir.

#### 4.3.1.6. Çalışan Eğitimi Maliyetleri ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki

Tablo 4.34'de işletmelere yöneltilen çalışan eğitimi maliyetleri ile işletme statüsü arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.34: Çalışan eğitimi maliyetleri ile işletme statüsü arasındaki ilişki

Faktör Koşulları	Katılım Düzeyi	İşletme Statüsü								ki kare;p
		Şahıs Şirketi		Limitet Şirketi		Aile Şirketi		Ortaklık		
		N	%	N	%	N	%	N	%	
Çalışan Eğitimini Minimum Maliyetle Karşılanması İmkânımız Vardır.	Kesinlikle Katılmıyorum	11	55,00	7	35,00	2	10,00	0	0,00	12,13;0,42
	Katılmıyorum	25	45,45	26	47,27	1	1,82	3	5,45	
	Kararsızım	10	34,48	18	62,07	1	3,45	0	0,00	
	Katılıyorum	16	40,00	18	45,00	2	5,00	4	10,00	
	Kesinlikle Katılıyorum	9	39,13	13	56,52	0	0,00	1	4,35	

İşletme statüsü ile çalışan eğitimi maliyetlerinin karşılanması arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Şahıs şirketlerinin %55,00'i bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %39,13'ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Limited şirketlerinde ise %35,00 "kesinlikle katılmıyorum" derken, %56,52 "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Aile şirketlerinin %10,00'ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %0'ı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ortaklıkların %0'ı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %4,35'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu bulgular, işletme türünün çalışan eğitimi maliyetlerinin karşılanması konusundaki görüşleri üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Bu noktada kurumsal olmayan şahıs şirketlerinin %55'i çalışan eğitimi maliyetlerini işletme statüsü ile kesinlikle ilişkilendirmezken kurumsal işletme olan limited şirketlerin %56,5'i kesinlikle bir ilişkinin olduğunu düşünmektedir.

#### 4.3.1.7. Nitelikli Eleman İhtiyacının Bölge/İlden Temini ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki

Tablo 4.35'de işletmelere yöneltilen nitelikli eleman ihtiyacının bölge/ilden karşılama ile işletme statüsü arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.35: Nitelikli eleman ihtiyacının bölge/ilden temini ile işletme statüsü arasındaki ilişki

Faktör Koşulları	Katılım Düzeyi	İşletme Statüsü								Ki Kare;P
		Şahıs Şirketi		Limitet Şirketi		Aile Şirketi		Ortaklık		
		N	%	N	%	N	%	N	%	
Nitelikli Eleman İhtiyacının İl/Bölgeden Karşılanması İmkânımız Vardır.	Kesinlikle Katılmıyorum	12	54,55	9	40,91	1	4,55	0	0,00	7,91;0,72
	Katılmıyorum	24	45,28	26	49,06	1	1,89	2	3,77	
	Kararsızım	12	35,29	19	55,88	1	2,94	2	5,88	
	Katılıyorum	17	41,46	19	46,34	3	7,32	2	4,88	
	Kesinlikle Katılıyorum	6	35,29	9	52,94	0	0,00	2	11,76	

İşletme statüsü ile nitelikli eleman ihtiyacının karşılanması arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Şahıs şirketlerinin %54,55'i bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %35,29'u "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Limited şirketlerinde ise %40,91 "kesinlikle katılmıyorum" derken, %52,94 "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Aile şirketlerinin %4,55'i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %0'ı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ortaklıkların %0'ı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %11,76'sı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu bulgular, işletme türünün nitelikli eleman ihtiyacının karşılanması konusundaki görüşleri üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Nitekim şahıs şirketlerinin %54,5'i bu görüşe katılırken, limited şirketlerin %53'ü kesinlikle bu görüşe katıldığını ifade etmiştir.

#### 4.3.1.8. Tedarik Edilen Girdilerin Kolay Bulunurluğu ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki

Tablo 4.36'da işletmelere yöneltilen tedarik edilen girdilerin kolay bulunurluğu ile işletme statüsü arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.36: Tedarik edilen girdilerin kolay bulunurluğu ile işletme statüsü arasındaki ilişki

Faktör Koşulları	Katılım Düzeyi	İşletme Statüsü								Ki Kare;P
		Şahıs Şirketi		Limitet Şirketi		Aile Şirketi		Ortaklık		
		N	%	N	%	N	%	N	%	
Bu Sektörde Tedarik Edilen Girdiler Kolay Bulunur.	Kesinlikle Katılmıyorum	6	31,58	12	63,16	1	5,26	0	0,00	15,45;0,22
	Katılmıyorum	16	42,11	20	52,63	1	2,63	1	2,63	
	Kararsızım	8	27,59	17	58,62	1	3,45	3	10,34	
	Katılıyorum	31	54,39	22	38,60	3	5,26	1	1,75	
	Kesinlikle Katılıyorum	10	41,67	11	45,83	0	0,00	3	12,50	

İşletme statüsü ile tedarik edilen girdilerin bulunabilirliği arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Şahıs şirketlerinin %31,58'i bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %41,67'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Limited şirketlerinde ise %63,16 "kesinlikle katılmıyorum" derken, %45,83 "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Aile şirketlerinin %5,26'sı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %0'ı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ortaklıkların %0'ı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %12,50'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu bulgular, işletme türünün tedarik edilen girdilerin bulunabilirliği konusundaki görüşleri üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir. Özellikle kurumsal işletmelerin tedarik edilen bulunabilirliği ile işletmelerin statüsü arasında bir ilişkinin bulunmadığını düşündükleri görülmektedir. Bu da küreselleşen dünyada her işletmenin girdi tedariklerinde eskiden olduğu kadar büyük sorun yaşamadığı sonucuna vardığını göstermektedir.

#### 4.3.1.9. Tedarikçilerin Gücü ile İşletme Statüsü Arasındaki İlişki

Tablo 4.37'de işletmelere yöneltilen tedarikçilerin gücü ile işletme statüsü arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.37: Tedarikçilerin gücü ile işletme statüsü arasındaki ilişki

Faktör Koşulları	Katılım Düzeyi	İşletme Statüsü								Ki Kare;P
		Şahıs Şirketi		Limitet Şirketi		Aile Şirketi		Ortaklık		
		N	%	N	%	N	%	N	%	
Bu Sektörün Tedarikçilerinin Gücü, Bu Sektör İçin Bir Tehdit Oluşturmaz.	Kesinlikle Katılmıyorum	6	37,50	8	50,00	2	12,50	0	0,00	13,85;0,32
	Katılmıyorum	20	40,82	26	53,06	1	2,04	2	4,08	
	Kararsızım	11	35,48	15	48,39	3	9,68	2	6,45	
	Katılıyorum	21	52,50	16	40,00	0	0,00	3	7,50	
	Kesinlikle Katılıyorum	13	41,94	17	54,84	0	0,00	1	3,23	

İşletme statüsü ile sektör tedarikçilerinin gücünün tehdit oluşturup oluşturmadığı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Şahıs şirketlerinin %37,50'si bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %41,94'ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Limited şirketlerinde ise %50,00 "kesinlikle katılmıyorum" derken, %54,84 "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Aile şirketlerinin %12,50'si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %0'ı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ortaklıkların %0'ı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %3,23'ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu bulgular, işletme türünün sektör tedarikçilerinin gücünün tehdit oluşturması konusundaki görüşleri üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Nitekim limited şirketlerin %54,8'i tedarikçilerin gücünün ve tekelleşmesinin firma statüsü üzerinde önemli bir faktör olduğunu ifade ederken şahıs şirketlerinin sadece %41,9'u bu görüşe katılmaktadır.

#### 4.3.2. Talep Koşulları ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki

Katılımcılara ankette rekabete etkileyen değişkenlerden biri olan talep koşulları ile ilgili sorular sorulmuştur. Bunun neticesinde yıllık ciro ile talep koşulları arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasına yönelik yapılan analizdeki kare testi uygulanmış ve 0,05 anlamlılık düzeyinde yıllık ciro ile talep koşulları arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığına dair bulgular aşağıdaki gibidir.

##### 4.3.2.1. İl İçi Üretim Düzeyi ve Satış Düzeyi ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki

Tablo 4.38'de işletmelere yöneltilen il içi üretim ve satış düzeyi ile yıllık ciro arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.38: İl içi üretim düzeyi ve satış düzeyi ile yıllık ciro arasındaki ilişki

Talep Koşulları	Katılım Düzeyi	Yıllık Ciro										Ki Kare;P
		1000.000 – 5000.000 TL		5000.001- 7000.000 TL		7000.001 – 10.000.000 TL		10.000.001- 20.000.000 TL		20.000.00 TL+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
İl içi Üretim ve Satış Düzeyi Yükseklerdir.	Kesinlikle Katılmıyorum	4	21,05	0	0,00	6	31,58	2	10,53	7	36,84	15,06; P:0,52
	Katılmıyorum	15	27,78	6	11,11	7	12,96	5	9,26	21	38,89	
	Kararsızım	9	29,03	7	22,58	6	19,35	1	3,23	8	25,81	
	Katılıyorum	10	25,00	4	10,00	4	10,00	4	10,00	18	45,00	
	Kesinlikle Katılıyorum	5	21,74	3	13,04	3	13,04	4	17,39	8	34,78	

İşletme cirosu ile il içi üretim ve satış düzeyi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Ciro aralığı 1.000.000 – 5.000.000 TL olan işletmelerin %21,05'i bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %21,74'ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ciro aralığı 20.000.000 TL+ olan işletmelerin %36,84'ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %34,78'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletme cirosunun il içi üretim ve satış düzeyi algısı üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla işletmelerin sadece il içi talebe bağımlı olmadıklarını ve cirolarının içinde daha geniş pazarlara yaptıkları satış hasılatının önemli bir yer teşkil ettiğini göstermektedir.

#### 4.3.2.2. Tüketicilerin Teknoloji Takip Düzeyi ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki

Tablo 4.39’da işletmelere yöneltilen tüketicilerin teknoloji takip düzeyi ile yıllık ciro arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.39: Tüketicilerin teknoloji takip düzeyi ile yıllık ciro arasındaki ilişki

Talep	Katılım	1000.000 – 5000.000 TL										Ki Kare;P
		1000.000 – 5000.000 TL		5000.001- 7000.000 TL		7000.001 – 10.000.000 TL		10.000.001- 20.000.000 TL		20.000.00 TL+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Tüketicilerin Teknoloji Takip Düzeyleri Yükseklerdir.	Kesinlikle Katılmıyorum	5	29,41	0	0,00	5	29,41	0	0,00	7	41,18	25,07; P:0,07
	Katılmıyorum	6	16,67	6	16,67	4	11,11	4	11,11	16	44,44	
	Kararsızım	4	13,33	7	23,33	8	26,67	3	10,00	8	26,67	
	Katılıyorum	24	36,36	6	9,09	8	12,12	7	10,61	21	31,82	
	Kesinlikle Katılıyorum	4	22,22	1	5,56	1	5,56	2	11,11	10	55,56	

İşletme cirosu ile tüketicilerin teknoloji takip düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki sınırdadır (p ≈ 0,05). Ciro aralığı 1.000.000 – 5.000.000 TL olan işletmelerin %29,41’i bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %22,22’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ciro aralığı 20.000.000 TL+ olan işletmelerin %41,18’i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %55,56’sı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletme cirosunun tüketicilerin teknoloji takip düzeyleri üzerindeki etkisinin istatistiksel olarak sınırdadır anlamlı olduğunu göstermektedir. Özellikle cirosu 20.000.000 TL nin üzerinde bulunan işletmelerin %55,6 oranında tüketicilerin teknoloji takip düzeylerinin talep ve satışları üzerinde büyük ölçüde etkili olduğunu farkındalıklarını göstermektedir.

#### 4.3.2.3. Yabancı Talep ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki

Tablo 4.40'ta işletmelere yöneltilen yabancı talep ile yıllık ciro arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.40: Yabancı talep ile yıllık ciro arasındaki ilişki

Talep	Katılım	Kı										Ki Kare:P
		1000.000 – 5000.000 TL		5000.001- 7000.000 TL		7000.001 – 10.000.000 TL		10.000.001- 20.000.000 TL		20.000.00 TL+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Yabancı Talep Yüksekştir.	Kesinlikle	12	37,50	2	6,25	8	25,00	4	12,50	6	18,75	44,15:P:0,00
	Katılmıyor	13	27,08	11	22,92	3	6,25	1	2,08	20	41,67	
	Kararsızım	10	26,32	5	13,16	11	28,95	5	13,16	7	18,42	
	Katılıyorum	5	15,63	2	6,25	4	12,50	5	15,63	16	50,00	
	Kesinlikle	3	17,65	0	0,00	0	0,00	1	5,88	13	76,47	

İşletme cirosu ile yabancı talep algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Ciro aralığı 1.000.000 – 5.000.000 TL olan işletmelerin %37,50'si bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %17,65'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ciro aralığı 20.000.000 TL+ olan işletmelerin %18,75'i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %76,47'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, yüksek cirolu işletmelerin yabancı talebi daha yüksek algıladıklarını göstermektedir. Özellikle cirosu en yüksek olan işletmelerin bu soruya %76,5 oranında yüksek düzeyde katılması yabancı talebin ne denli gözde ve değerli olduğunun farkında olduklarını göstermektedir. Ayrıca bu işletmelerin yabancı piyasaları gözettiklerini ve bu piyasalardaki önemli tüketici kitlelerine ulaşmak için bir arayış içinde oldukları anlamını da çıkarmamız mümkündür.

#### 4.3.2.4.Yabancı Yatırımcı Çekme Potansiyeli ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki

Tablo 4.41’de işletmelere yöneltilen yabancı yatırımcı çekme potansiyeli ile yıllık ciro arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.41: Yabancı yatırımcı çekme potansiyeli ile yıllık ciro arasındaki ilişki

Talep	Katılım	Kı										Ki Kare;P
		1000.000 – 5000.000 TL		5000.001- 7000.000 TL		7000.001 – 10.000.000 TL		10.000.001- 20.000.000 TL		20.000.00 TL+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Yabancı Yatırımcıyı Çekecek Potansiyel Talep Mevcuttur.	Kesinlikle	13	39,39	3	9,09	6	18,18	4	12,12	7	21,21	35,00;P:0,00
	Katılmıyorum	14	28,57	7	14,29	8	16,33	2	4,08	18	36,73	
	Kararsızım	9	34,62	6	23,08	5	19,23	3	11,54	3	11,54	
	Katılıyorum	5	13,16	4	10,53	5	13,16	6	15,79	18	47,37	
	Kesinlikle	2	9,52	0	0,00	2	9,52	1	4,76	16	76,19	

İşletme cirosu ile yabancı yatırımcıyı çekecek potansiyel talep algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Ciro aralığı 1.000.000 – 5.000.000 TL olan işletmelerin %39,39’u bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %9,52’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ciro aralığı 20.000.000 TL+ olan işletmelerin %21,21’i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %76,19’u "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, yüksek cirolu işletmelerin yabancı yatırımcıyı çekecek potansiyel talep algısını daha yüksek gördüklerini göstermektedir. Özellikle cirosu 20.000.000TL nin üzerinde olan işletmelerin bu konuda %76,2 oranında olumlu düşünmesi ölçek ekonomisinin doğal bir sonucu olarak görülebilir.

#### 4.3.2.5. Ucuz ve Kaliteli Mal Talep Durumu ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki

Tablo 4.42’de işletmelere yöneltilen ucuz ve kaliteli mal talep durumu ile yıllık ciro arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.42: Ucuz ve kaliteli mal talep durumu ile yıllık ciro arasındaki ilişki

Talep	Katılım	1000.000 – 5000.000 TL										ki kare;p
		1000.000 – 5000.000 TL		5000.001- 7000.000 TL		7000.001 – 10.000.000 TL		10.000.001- 20.000.000 TL		20.000.00 TL+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Ucuz ve Kaliteli Mal Talep Durumu Yükseklerdir.	Kesinlikle Katılmıyorum	7	33,33	2	9,52	5	23,81	3	14,29	4	19,05	14,72;p:0,55
	Kararsızım	7	21,21	6	18,18	4	12,12	3	9,09	13	39,39	
	Katılıyorum	8	28,57	2	7,14	7	25,00	1	3,57	10	35,71	
	Kesinlikle Katılıyorum	15	26,79	9	16,07	7	12,50	5	8,93	20	35,71	
	Kesinlikle Katılmıyorum	6	20,69	1	3,45	3	10,34	4	13,79	15	51,72	

İşletme cirosu ile ucuz ve kaliteli mal talep durumu arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Ciro aralığı 1.000.000 – 5.000.000 TL olan işletmelerin %33,33’ü bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %20,69’u "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ciro aralığı 20.000.000 TL+ olan işletmelerin %19,05’i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %51,72’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletme cirosunun ucuz ve kaliteli mal talep durumu algısı üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermekte ise de özellikle 20.000.000TLnin üzerinde olan işletmeler bu konuda %51,7 ile oldukça rasyonel düşünerek ucuz ve kaliteli mal talep durumunun ciro üzerinde oldukça etkili olduğunu düşünmektedir.

#### 4.3.2.6. Yerel ve Uluslararası Talep Benzerliği ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki

Tablo 4.43’de işletmelere yöneltilen yerel ve uluslararası talep benzerliği ile yıllık ciro arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.43: Yerel ve uluslararası talep benzerliği ile yıllık ciro arasındaki ilişki

		1000.000 – 5000.000 TL		5000.001- 7000.000 TL		7000.001 – 10.000.000 TL		10.000.001- 20.000.000 TL		20.0	00.0	
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Yerel ve Uluslararası Talep Benzerliği Vardır.	Kesinlikle	7	43,75	1	6,25	3	18,75	1	6,25	4	25,00	25,99;P:0,05
	Katılmıyorum	7	19,44	5	13,89	5	13,89	7	19,44	12	33,33	
	Kararsızım	13	34,21	4	10,53	7	18,42	1	2,63	3	34,21	
	Katılıyorum	12	22,64	10	18,87	10	18,87	4	7,55	7	32,08	
	Kesinlikle	4	16,67	0	0,00	1	4,17	3	12,50	6	66,67	

İşletme cirosu ile yerel ve uluslararası talep benzerliği algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p \approx 0,05$ ). Ciro aralığı 1.000.000 – 5.000.000 TL olan işletmelerin %43,75’i bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %16,67’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ciro aralığı 20.000.000 TL+ olan işletmelerin %25,00’i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %66,67’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, yüksek cirolu işletmelerin yerel ve uluslararası talep benzerliği algısını %66,7 oranı ile daha yüksek gördüklerini göstermektedir. Bu da bu işletmelerin küresel pazar ve talebin farkında olduğunu ve bunun bilincinde bulduklarını göstermektedir.

#### 4.3.2.7. Müşteri Talebi ile Ürün/Hizmet Standartlarının Değişimi ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki

Tablo 4.44’de işletmelere yöneltilen müşteri talebi ile ürün/hizmet standartlarının değişimi ile yıllık ciro arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.44: Müşteri talebi ile ürün/hizmet standartlarının değişimi ile yıllık ciro arasındaki ilişki

Talep koşulları	Katılım düzeyi	Yıllık ciro										ki kare; p
		1000.000 – 5000.000 TL		5000.001- 7000.000 TL		7000.001 – 10.000.000 TL		10.000.001- 20.000.000 TL		20.000,0 0 TL+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Müşterilerimizden yoğun talep	Kesinlikle katılmıyorum	3	23,08	0	0,00	4	30,77	0	0,00	6	46,15	15,06;p:0,50 19,77;p:0,23
	Katılmıyorum	2	11,11	3	16,67	3	16,67	3	16,67	7	38,89	
	Kararsızım	6	22,22	6	22,22	7	25,93	1	3,70	7	25,93	
	Katılıyorum	17	31,48	8	14,81	5	9,26	5	9,26	19	35,19	
	Kesinlikle katılıyorum	15	27,27	3	5,45	7	12,73	7	12,73	23	41,82	

İşletme cirosu ile yoğun müşteri talebi durumunda ürün/hizmet standartlarını değiştirme arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Ciro aralığı 1.000.000 – 5.000.000 TL olan işletmelerin %23,08’i bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %27,27’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ciro aralığı 20.000.000 TL+ olan işletmelerin %46,15’i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %41,82’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletme cirosunun yoğun müşteri talebi durumunda ürün/hizmet standartlarını değiştirme konusunda bu aşamada önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir. Bu sonuç cirosu düşük işletmeler için müşteri talebine yönelik üretim yapacaklarını ve yeniliklere açık olduğunu gösterebilir, yüksek cirolu işletmeler için durum ümit kırıcı olup işletmelerin genellikle esnek bir üretim yapısına sahip olmadığını, tüketici talep kalıplarının değişmesine karşı hazırlıksız olduğunu göstermektedir.

#### 4.3.2.8. Fiyat Düzeyi ile Yıllık Ciro Arasındaki İlişki

Tablo 4.45’de işletmelere yöneltilen fiyat düzeyi ile yıllık ciro arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.45: Fiyat düzeyi ile yıllık ciro arasındaki ilişki

Talep koşulları	Katılım düzeyi	Yıllık ciro										Ki kare;p
		1000.000 – 5000.000 TL		5000.001- 7000.000 TL		7000.001 – 10.000.000 TL		10.000.001- 20.000.000 TL		20.000.00 TL+ TL+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Fiyat düzeyinin hedef kitlemiz için çok önemlidir.	Kesinlikle	3	30,00	1	10,00	2	20,00	0	0,00	4	40,00	15,06;p: 0,52
	Katılmıyorum	2	28,57	0	0,00	1	14,29	2	28,57	2	28,57	
	Kararsızım	4	30,77	1	7,69	3	23,08	1	7,69	4	30,77	
	Katılıyorum	16	23,19	13	18,84	13	18,84	6	8,70	21	30,43	
	Kesinlikle	18	26,47	5	7,35	7	10,29	7	10,29	31	45,59	
												13,88;p: 0,61

İşletme cirosu ile fiyat düzeyinin hedef kitle için önemi arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Ciro aralığı 1.000.000 – 5.000.000 TL olan işletmelerin %30,00’i bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %26,47’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Ciro aralığı 20.000.000 TL+ olan işletmelerin %40,00’i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %45,59’u "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar işletmenin uyguladığı fiyatların işletmenin cirosu üzerinde etkili olmadığını ifade etmektedir. Bundan da üretilen ürünlerin talebi fiyat esneklik katsayısının 1 e eşit veya yakın oldukça katı olduğunu göstermektedir.

#### 4.3.3. İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar ile İşletmenin Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki

Katılımcılara ankette rekabete etkileyen değişkenlerden biri olan ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu ile ilgili sorular sorulmuştur. Bunun neticesinde işletmenin bulunduğu yer ile ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasına yönelik yapılan analizde ki kare testi uygulanmış ve 0,05 anlamlılık düzeyinde işletmenin bulunduğu yer ile ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığına dair bulgular aşağıdaki gibidir.

##### 4.3.3.1. Ambalaj ve Depolama ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki

Tablo 4.46’da işletmelere yöneltilen ambalaj ve depolama ile bulunduğu yer arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.46: Ambalaj ve depolama ile bulunduğu yer arasındaki ilişki

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar	Katılım Düzeyi	İşletmenin Bulunduğu Yer								ki kare;p
		Organize Sanayi Bölgesi		Küçük Sanayi Bölgesi		Yerleşim Alanı		Diğer		
		N	%	N	%	N	%	N	%	
Ambalaj ve Depolama İmkanım Vardır.	Kesinlikle Katılmıyorum	3	16,67	3	16,67	8	44,44	4	22,22	13,41;p:0,34
	Katılmıyorum	2	5,71	6	17,14	21	60,00	6	17,14	
	Kararsızım	0	0,00	4	28,57	8	57,14	2	14,29	
	Katılıyorum	10	17,86	13	23,21	25	44,64	8	14,29	
	Kesinlikle Katılıyorum	18	40,91	9	20,45	11	25,00	6	13,64	

İşletmenin bulunduğu yer ile ambalaj ve depolama imkanı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Organize Sanayi Bölgesi’nde bulunan işletmelerin %16,67’si bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %40,91’i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Küçük Sanayi Bölgesi’nde bulunan işletmelerin %16,67’si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %20,45’i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Yerleşim alanında bulunan işletmelerin %44,44’ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %25,00’i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Diğer bölgelerdeki işletmelerin %22,22’si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %13,64’ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar işletmenin

uyguladığı fiyatların işletmenin cirosu üzerinde etkili olmadığını ifade etmektedir. Bundan da üretilen ürünlerin talebi fiyat esnekliğinin oldukça katı olduğunu göstermektedir.

#### 4.3.3.2. Üretim Konulu Araştırma Merkezi ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki

Tablo 4.47’de işletmelere yöneltilen üretim konulu araştırma merkezi varlığı ile bulunduğu yer arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.47: Üretim konulu araştırma merkezi ile bulunduğu yer arasındaki ilişki

İlgili ve destekleyici kuruluşlar	Katılım düzeyi	İşletmenin bulunduğu yer								Ki kare:p
		Organize sanayi bölgesi		Küçük sanayi bölgesi		Yerleşim alanı		Diğer		
		n	%	n	%	n	%	n	%	
İlde üretim alanında araştırma merkezi mevcuttur.	Kesinlikle katılmıyorum	6	19,35	5	16,13	17	54,84	3	9,68	14,33;p:0,28
	Katılmıyorum	7	10,77	16	24,62	31	47,69	11	16,92	
	Kararsızım	1	3,70	10	37,04	13	48,15	3	11,11	
	Katılıyorum	9	32,14	3	10,71	8	28,57	8	28,57	
	Kesinlikle katılıyorum	10	62,50	1	6,25	4	25,00	1	6,25	

İşletmenin bulunduğu yer ile ilde üretim alanında araştırma merkezi bulunması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Organize Sanayi Bölgesi’nde bulunan işletmelerin %19,35’i bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %62,50’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Küçük Sanayi Bölgesi’nde bulunan işletmelerin %16,13’ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %6,25’i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Yerleşim alanında bulunan işletmelerin %54,84’ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %25,00’i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Diğer bölgelerdeki işletmelerin %9,68’i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %6,25’i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletmenin bulunduğu yerin ilde araştırma merkezi bulunması algısı üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir. Ancak bu genel görünüme rağmen organize sanayi bölgelerindeki işletmelerin %62,5’i işletmelerin bulunduğu yer ile ilde araştırma merkezi bulunması arasında yüksek bir ilişkinin olduğunu ifade etmektedir. Bu sonuç aslında cirosu yüksek olan ve kurumsallaşan şirketlerin yukarıda sunduğumuz yaklaşımları arasında bir paralelliğin olduğunu göstermektedir. Kurumsallaşmayan, küçük cirolu ve yerel bazda

üretim yapan firmaların zaten araştırma merkezleri ile pek ilişki kurmadıkları anlamı da buradan çıkarılabilir.

#### 4.3.3.3. Üretim Konulu Üniversite Bölümünün Varlığı ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki

Tablo 4.48’de işletmelere yöneltilen üretim konulu üniversite bölümün varlığı bulunduğu yer ile arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.48: Üretim konulu üniversite bölümünün varlığı ile bulunduğu yer arasındaki ilişki

İlgili ve destekleyici kuruluşlar	Katılım düzeyi	İşletmenin bulunduğu yer								Ki kare;p
		Organize sanayi bölgesi		Küçük sanayi bölgesi		Yerleşim alanı		Diğer		
		N	%	N	%	N	%	N	%	
İlde üretim yapılan alanda ilgili bölüm mevcuttur.	Kesinlikle katılmıyorum	5	20,00	7	28,00	12	48,00	1	4,00	43,02;p:0,00
	Katılmıyorum	4	7,69	13	25,00	24	46,15	11	21,15	
	Kararsızım	4	10,53	7	18,42	22	57,89	5	13,16	
	Katılıyorum	10	29,41	7	20,59	10	29,41	7	20,59	
	Kesinlikle katılıyorum	10	55,56	1	5,56	5	27,78	2	11,11	

İşletmenin bulunduğu yer ile ilde üretim yapılan alanda ilgili bölüm bulunması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Organize Sanayi Bölgesi’nde bulunan işletmelerin %20,00’si bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %55,56’sı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Küçük Sanayi Bölgesi’nde bulunan işletmelerin %28,00’i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %5,56’sı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Yerleşim alanında bulunan işletmelerin %48,00’i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %27,78’i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Diğer bölgelerdeki işletmelerin %4,00’ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %11,11’i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletmenin bulunduğu yerin ilde ilgili bölüm bulunması algısı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Özellikle organize sanayi bölgelerindeki işletmelerin gerek kalifiye işgücü ve gerekse bilgi ve araştırma merkezi ihtiyacının etkisi ile %55,6 oranında yüksek bir oran ile bu ilişki nedeniyle talep oluşturduğu gözlenmektedir.

#### 4.3.3.4. Üretim Yerine Yakın Finans Kuruluşunun Varlığı ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki

Tablo 4.49’da işletmelere yöneltilen üretim yerine yakın finans kuruluşunun varlığı bulunduğu yer ile arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.49: Üretim yerine yakın finans kuruluşunun varlığı ile bulunduğu yer arasındaki ilişki

İlgili ve destekleyici kuruluşlar	Katılım düzeyi	İşletmenin bulunduğu yer								Ki kare;p
		Organize sanayi bölgesi		Küçük sanayi bölgesi		Yerleşim alanı		Diğer		
		n	%	n	%	n	%	n	%	
İlde ve çevresinde üretim yerine yakın finans kuruluşu vardır.	Kesinlikle katılmıyorum	4	25,00	4	25,00	6	37,50	2	12,50	24,32;p:0,02
	Katılmıyorum	4	12,50	6	18,75	17	53,13	5	15,63	
	Kararsızım	3	9,09	6	18,18	21	63,64	3	9,09	
	Katılıyorum	12	19,05	16	25,40	22	34,92	13	20,63	
	Kesinlikle katılıyorum	10	43,48	3	13,04	7	30,43	3	13,04	

İşletmenin bulunduğu yer ile ilde ve çevresinde üretim yerine yakın finans kuruluşu bulunması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Organize Sanayi Bölgesi’nde bulunan işletmelerin %25,00’si bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %43,48’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Küçük Sanayi Bölgesi’nde bulunan işletmelerin %25,00’si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %13,04’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Yerleşim alanında bulunan işletmelerin %37,50’si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %30,43’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Diğer bölgelerdeki işletmelerin %12,50’si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %13,04’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletmenin bulunduğu yerin finans kuruluşlarına yakınlık algısı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir. Bu konuda organize sanayi bölgelerindeki işletmelerin daha yüksek bir ilişki kurduğunu görmek mümkündür.

#### 4.3.3.5. Tedarikçi Durumunun Yeterliliği ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki

Tablo 4.50’de işletmelere yöneltilen tedarikçi durumunun yeterliliği ile bulunduğu yer arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.50: Tedarikçi durumunun yeterliliği ile bulunduğu yer arasındaki ilişki

İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar	Katılım Düzeyi	İşletmenin Bulunduğu Yer								Ki Kare;P
		Organize sanayi bölgesi		Küçük sanayi bölgesi		Yerleşim alanı		Diğer		
		n	%	n	%	n	%	n	%	
İl içi girdi tedarikçi durumu yeterlidir.	Kesinlikle katılmıyorum	4	16,67	8	33,33	10	41,67	2	8,33	15,06;p:0,24
	Katılmıyorum	6	12,77	9	19,15	27	57,45	5	10,64	
	Kararsızım	3	10,34	10	34,48	11	37,93	5	17,24	
	Katılıyorum	8	20,51	5	12,82	18	46,15	8	20,51	
	Kesinlikle katılıyorum	12	42,86	3	10,71	7	25,00	6	21,43	

İşletmenin bulunduğu yer ile il içi girdi tedarikçi durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Organize Sanayi Bölgesi’nde bulunan işletmelerin %16,67’si bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %42,86’sı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Küçük Sanayi Bölgesi’nde bulunan işletmelerin %33,33’ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %10,71’i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Yerleşim alanında bulunan işletmelerin %41,67’si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %25,00’i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Diğer bölgelerdeki işletmelerin %8,33’ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %21,43’ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletmenin bulunduğu yerin il içi girdi tedarikçi durumu algısı üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir. Bu sonuç da bölgedeki işletmelerin girdi tedarik edilmesi konusunda pek sorun yaşamadığını ifade edebilir.

#### 4.3.3.6. Eğitim Kurumları ve STK’lardan Faydalanma Durumu ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki

Tablo 4.51’de işletmelere yöneltilen eğitim kurumları ve STK’lardan faydalanma durumu ile bulunduğu yer arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.51: Eğitim kurumları ve stk'lardan faydalanma durumu ile bulunduğu yer arasındaki ilişki

İlgili ve destekleyici kuruluşlar	Katılım düzeyi	İşletmenin bulunduğu yer								Ki kare;p
		Organize sanayi bölgesi		Küçük sanayi bölgesi		Yerleşim alanı		Diğer		
		N	%	N	%	N	%	N	%	
Eğitim kurumları ve STK'lardan faydalanma düzeyi yüksektir.	Kesinlikle katılmıyorum	2	8,33	8	33,33	11	45,83	3	12,50	19,91;p:0,07
	Katılmıyorum	7	14,00	11	22,00	27	54,00	5	10,00	
	Kararsızım	3	9,38	6	18,75	15	46,88	8	25,00	
	Katılıyorum	13	35,14	7	18,92	12	32,43	5	13,51	
	Kesinlikle katılıyorum	8	33,33	3	12,50	8	33,33	5	20,83	

İşletmenin bulunduğu yer ile eğitim kurumları ve STK'lardan faydalanma düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki sınırdadır (p ≈ 0,05). Organize Sanayi Bölgesi'nde bulunan işletmelerin %8,33'ü bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %33,33'ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Küçük Sanayi Bölgesi'nde bulunan işletmelerin %33,33'ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %12,50'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Yerleşim alanında bulunan işletmelerin %45,83'ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %33,33'ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Diğer bölgelerdeki işletmelerin %12,50'si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %20,83'ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletmenin bulunduğu yerin eğitim kurumları ve STK'lardan faydalanma düzeyi algısı üzerinde istatistiksel olarak sınırdan anlamlı olduğunu göstermektedir. Burada sınır da olmasa bir ilişki bulunmakla birlikte işletmelerin eğitim kurumları ve STK'lardan faydalanma düzeyi bakımından yüksek bir talep içinde olmadığını da ifade edilebilir.

#### 4.3.3.7. İl İçi Bakım ve Onarım Firmalarının Varlığı ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki

Tablo 4.52'de işletmelere yöneltilen il içi bakım onarım firmalarının varlığı ile bulunduğu yer arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.52: İl içi bakım ve onarım firmalarının varlığı ile bulunduğu yer arasındaki ilişki

İlgili ve destekleyici kuruluşlar	Katılım düzeyi	İşletmenin bulunduğu yer								Ki kare;p
		Organize sanayi bölgesi		Küçük sanayi bölgesi		Yerleşim alanı		Diğer		
		N	%	N	%	N	%	N	%	
İl içi bakım ve onarım firmaları bulunmaktadır.	Kesinlikle katılmıyorum	3	14,29	6	28,57	10	47,62	2	9,52	11,31;p:0,50
	Katılmıyorum	6	14,29	7	16,67	22	52,38	7	16,67	
	Kararsızım	10	21,28	8	17,02	21	44,68	8	17,02	
	Katılıyorum	7	17,95	14	35,90	14	35,90	4	10,26	
	Kesinlikle katılıyorum	7	38,89	0	0,00	6	33,33	5	27,78	

İşletmenin bulunduğu yer ile il içi bakım ve onarım firmaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Organize Sanayi Bölgesi'nde bulunan işletmelerin %14,29'u bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %38,89'u "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Küçük Sanayi Bölgesi'nde bulunan işletmelerin %28,57'si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %0'ı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Yerleşim alanında bulunan işletmelerin %47,62'si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %33,33'ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Diğer bölgelerdeki işletmelerin %9,52'si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %27,78'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletmenin bulunduğu yerin il içi bakım ve onarım firmaları arasındaki ilişki üzerinde önemli bir etkisinin bulunmadığını göstermektedir. Buradan işletmelerin il içinde bulunmasa bile il dışından bu ihtiyaçlarını kolaylıkla karşılama imkanına sahip oldukları anlaşılabilir.

#### 4.3.3.8. İşletmeye Yakın Lojistik Firmalarının Varlığı ile Bulunduğu Yer Arasındaki İlişki

Tablo 4.53'de işletmelere yöneltilen işletmeye yakın lojistik firmalarının varlığı ile bulunduğu yer arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4. 53: İşletmeye yakın lojistik firmalarının varlığı ile bulunduğu yer arasındaki ilişki

İlgili ve destekleyici kuruluşlar	Katılım düzeyi	İşletmenin bulunduğu yer								Ki kare;p
		Organize sanayi bölgesi		Küçük sanayi bölgesi		Yerleşim alanı		Diğer		
		N	%	N	%	N	%	N	%	
Üretim merkezine yakın lojistik firmaları bulunmaktadır.	Kesinlikle katılmıyorum	3	15,79	5	26,32	9	47,37	2	10,53	19,75;p:0,07
	Katılmıyorum	6	17,65	2	5,88	20	58,82	6	17,65	
	Kararsızım	2	6,90	7	24,14	15	51,72	5	17,24	
	Katılıyorum	8	16,67	14	29,17	20	41,67	6	12,50	
	Kesinlikle katılıyorum	14	37,84	7	18,92	9	24,32	7	18,92	

İşletmenin bulunduğu yer ile üretim merkezine yakın lojistik firmaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki sınırdadır (p ≈ 0,05). Organize Sanayi Bölgesi'nde bulunan işletmelerin %15,79'u bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %37,84'ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Küçük Sanayi Bölgesi'nde bulunan işletmelerin %26,32'si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %18,92'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Yerleşim alanında bulunan işletmelerin %47,37'si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %24,32'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Diğer bölgelerdeki işletmelerin %10,53'ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %18,92'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletmenin bulunduğu yerin lojistik firmalarına yakınlık algısı üzerinde istatistiksel olarak sınırdadır anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu yönüyle firmaların genellikle lojistik firmaları yerine tedarik ve satışlarda özel kaynakları yeğledikleri söylenbilir.

#### 4.3.4. Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Katılımcılara ankette rekabete etkileyen değişkenlerden biri olan firma stratejisi, yapısı ve rekabet ile ilgili sorular sorulmuştur. Bunun neticesinde işletmenin faaliyet süresi ile firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasına yönelik yapılan analizde ki kare testi uygulanmış ve 0,05 anlamlılık düzeyinde faaliyet süresi ile firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığına dair bulgular aşağıdaki gibidir.

#### 4.3.4.1. Firmalar Arası Rekabetin Varlığı ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Tablo 4.54'de işletmelere yöneltilen firmalar arası rekabet varlığı ile faaliyet süresi arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.54: Firmalar arası rekabetin varlığı ile faaliyet süresi arasındaki ilişki

Firma stratejisi, yapısı ve rekabet	Katılım düzeyi	Faaliyet süresi												Ki kare:p
		5-10 yıl		11-15 yıl		16-20 yıl		21-25 yıl		26-30 yıl		30 yıl+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Firmalar arası rekabetin varlığı	Kesinlikle katılmıyorum	6	46,15	4	30,77	1	7,69	0	0,00	1	7,69	1	7,69	23,65;p:0,01
	Katılmıyorum	1	14,29	1	14,29	2	28,57	2	28,57	0	0,00	1	14,29	
	Kararsızım	3	27,27	1	9,09	2	18,18	1	9,09	1	9,09	3	27,27	
	Katılıyorum	20	30,77	13	20,00	6	9,23	4	6,15	5	7,69	17	26,15	
	Kesinlikle katılıyorum	11	15,49	10	14,08	18	25,35	10	14,08	7	9,86	15	21,13	

Faaliyet süresi ile firmalar arası rekabetin varlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Faaliyet süresi 5-10 yıl olan firmaların %46,15'i bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %15,49'u "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Faaliyet süresi 30 yıl ve üzeri olan firmaların %7,69'u "kesinlikle katılmıyorum" derken, %21,13'ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, firmalar arası rekabet varlığı ile faaliyet süresi arasında önemli bir etkisinin bulunduğunu göstermektedir.

#### 4.3.4.2. Firmalar Arası Rekabetin Düzeyi ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Tablo 4.55’de işletmelere yöneltilen firmalar arası rekabet düzeyi ile faaliyet süresi arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.55: Firmalar arası rekabetin düzeyi ile faaliyet süresi arasındaki ilişki

Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet	Katılım Düzeyi	Faaliyet Süresi												Ki Kare;P
		5-10 Yıl		11-15 Yıl		16-20 Yıl		21-25 Yıl		26-30 Yıl		30 Yıl+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Firmanın Fiyat Rekabeti Düzeyi	Kesinlikle Katılmıyorum	5	55,56	0	0,00	1	11,11	0	0,00	2	22,22	1	11,11	17,80;P:0,60
	Katılmıyorum	1	12,50	3	37,50	1	12,50	2	25,00	0	0,00	1	12,50	
	Kararsızım	4	21,05	3	15,79	4	21,05	2	10,53	1	5,26	5	26,32	
	Katılıyorum	19	27,14	12	17,14	9	12,86	7	10,00	7	10,00	16	22,86	
	Kesinlikle Katılıyorum	12	19,67	11	18,03	14	22,95	6	9,84	4	6,56	14	22,95	

Faaliyet süresi ile firmanın fiyat rekabeti düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Faaliyet süresi 5-10 yıl olan firmaların %55,56’sı bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %19,67’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Faaliyet süresi 30 yıl ve üzeri olan firmaların %11,11’i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %22,95’i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, faaliyet süresinin firmanın fiyat rekabeti düzeyi üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir.

#### 4.3.4.3. Firmaların Gelirlerini Yatırıma Dönüştürme Oranı ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Tablo 4.56’da işletmelere yöneltilen firmaların gelirlerini yatırıma dönüştürme oranı ile faaliyet süresi arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.56: Firmaların gelirlerini yatırıma dönüştürme oranı ile faaliyet süresi arasındaki ilişki

Firma stratejisi, yapısı ve rekabet	Katılım düzeyi	Faaliyet süresi												Ki kare;p
		5-10 yıl		11-15 yıl		16-20 yıl		21-25 yıl		26-30 yıl		30 yıl+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Firma gelirinin yatırıma dönüşme düzeyi	Kesinlikle katılmıyorum	6	50,00	1	8,33	2	16,67	0	0,00	1	8,33	2	16,67	26,26;p:0,04
	Katılmıyorum	7	38,89	2	11,11	2	11,11	1	5,56	0	0,00	6	33,33	
	Kararsızım	6	17,65	6	17,65	7	20,59	2	5,88	5	14,71	8	23,53	
	Katılıyorum	14	25,45	12	21,82	6	10,91	11	20,00	4	7,27	8	14,55	
	Kesinlikle katılıyorum	8	16,67	8	16,67	12	25,00	3	6,25	4	8,33	13	27,08	

Faaliyet süresi ile firma gelirinin yatırıma dönüşme düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Faaliyet süresi 5-10 yıl olan firmaların %50,00'si bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %16,67'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Faaliyet süresi 30 yıl ve üzeri olan firmaların %16,67'si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %27,08'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, faaliyet süresinin firma gelirinin yatırıma dönüşme düzeyi üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir.

#### 4.3.4.4. Firmaların Yerel Piyasa Payı ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Tablo 4.57'de işletmelere yöneltilen firmaların yerel piyasa payı ile faaliyet süresi arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.57: Firmaların yerel piyasa payı ile faaliyet süresi arasındaki ilişki

Firma stratejisi, yapısı ve rekabet	Katılım düzeyi	Faaliyet süresi												Ki kare;p
		5-10 yıl		11-15 yıl		16-20 yıl		21-25 yıl		26-30 yıl		30 yıl+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Firmanın yerel piyasa payı	Kesinlikle katılmıyorum	4	40,00	1	10,00	1	10,00	0	0,00	2	20,00	2	20,00	20,36;p:0,44
	Katılmıyorum	6	28,57	2	9,52	1	4,76	2	9,52	3	14,29	7	33,33	
	Kararsızım	3	15,00	3	15,00	6	30,00	4	20,00	0	0,00	4	20,00	
	Katılıyorum	19	28,79	15	22,73	9	13,64	6	9,09	5	7,58	12	18,18	
	Kesinlikle katılıyorum	9	18,00	8	16,00	12	24,00	5	10,00	4	8,00	12	24,00	

Faaliyet süresi ile firmanın yerel piyasa payı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Faaliyet süresi 5-10 yıl olan firmaların %40,00'ı bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %18,00'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Faaliyet süresi 30 yıl ve üzeri olan firmaların %20,00'si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %24,00'ü

"kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, faaliyet süresinin firmanın yerel piyasa payı üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir.

#### 4.3.4.5. Firmaların Ulusal Piyasa Payı ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Tablo 4.58’de işletmelere yöneltilen firmaların ulusal piyasa payı ile faaliyet süresi arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.58: Firmaların ulusal piyasa payı ile faaliyet süresi arasındaki ilişki

Firma stratejisi, yapısı ve rekabet	Katılım düzeyi	Faaliyet süresi												Ki kare;p
		5-10 yıl		11-15 yıl		16-20 yıl		21-25 yıl		26-30 yıl		30 yıl+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Firmanın ulusal piyasa payı	Kesinlikle katılmıyorum	9	29,03	5	16,13	6	19,35	3	9,68	3	9,68	5	16,13	12,63;p:0,01
	Katılmıyorum	10	29,41	6	17,65	3	8,82	5	14,71	2	5,88	8	23,53	
	Kararsızım	9	30,00	5	16,67	8	26,67	2	6,67	2	6,67	4	13,33	
	Katılıyorum	8	25,00	7	21,88	4	12,50	3	9,38	3	9,38	7	21,88	
	Kesinlikle katılıyorum	5	12,50	6	15,00	8	20,00	4	10,00	4	10,00	13	32,50	

Faaliyet süresi ile firmanın ulusal piyasa payı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Faaliyet süresi 5-10 yıl olan firmaların %29,03’ü bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %12,50’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Faaliyet süresi 30 yıl ve üzeri olan firmaların %16,13’ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %32,50’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, faaliyet süresinin firmanın ulusal piyasa payı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir.

#### 4.3.4.6. Optimum Sayının Üstünde Kobinin Varlığı ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Tablo 4.59’da işletmelere yöneltilen optimum sayının üstünde KOBİ varlığı ile faaliyet süresi arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.59: Optimum sayının üstünde kobinin varlığı ile faaliyet süresi arasındaki ilişki

Firma stratejisi, yapısı ve rekabet	Katılım düzeyi	Faaliyet süresi												Ki kare;p
		5-10 yıl		11-15 yıl		16-20 yıl		21-25 yıl		26-30 yıl		30 yıl+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Optimum sayının üstünde kobi varlığı	Kesinlikle katılmıyorum	5	35,71	2	14,29	3	21,43	1	7,14	3	21,43	0	0,00	23,92;p:0,25
	Katılmıyorum	9	27,27	5	15,15	2	6,06	6	18,18	1	3,03	10	30,30	
	Kararsızım	8	21,62	6	16,22	11	29,73	1	2,70	3	8,11	8	21,62	
	Katılıyorum	12	29,27	8	19,51	7	17,07	5	12,20	3	7,32	6	14,63	
	Kesinlikle katılıyorum	7	16,67	8	19,05	6	14,29	4	9,52	4	9,52	13	30,95	

Faaliyet süresi ile optimum sayının üstünde KOBİ varlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Faaliyet süresi 5-10 yıl olan firmaların %35,71'i bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %16,67'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Faaliyet süresi 30 yıl ve üzeri olan firmaların %0'ı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %30,95'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, faaliyet süresinin optimum sayının üstünde KOBİ varlığı algısı üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir.

#### 4.3.4.7. Tescil Edilmiş Marka Düzeyi ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Tablo 4.60'da işletmelere yöneltilen tescil edilmiş marka düzeyi ile faaliyet süresi arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.60: Tescil edilmiş marka düzeyi ile faaliyet süresi arasındaki ilişki

Firma stratejisi, yapısı ve rekabet	Katılım düzeyi	Faaliyet süresi												Ki kare;p
		5-10 yıl		11-15 yıl		16-20 yıl		21-25 yıl		26-30 yıl		30 yıl+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Piyasadaki tescil edilmiş marka düzeyi	Kesinlikle katılmıyorum	7	43,75	1	6,25	3	18,75	1	6,25	2	12,50	2	12,50	18,24;p:0,57
	Katılmıyorum	7	18,42	7	18,42	9	23,68	5	13,16	0	0,00	10	26,32	
	Kararsızım	10	28,57	5	14,29	8	22,86	3	8,57	3	8,57	6	17,14	
	Katılıyorum	10	25,64	10	25,64	4	10,26	4	10,26	4	10,26	7	17,95	
	Kesinlikle katılıyorum	7	17,95	6	15,38	5	12,82	4	10,26	5	12,82	12	30,77	

Faaliyet süresi ile piyasadaki tescil edilmiş marka düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Faaliyet süresi 5-10 yıl olan firmaların %43,75'i bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %17,95'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Faaliyet süresi 30 yıl ve üzeri olan firmaların %12,50'si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %30,77'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, faaliyet süresinin piyasadaki tescil edilmiş marka düzeyi algısı üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir.

#### 4.3.4.8. Rakip Firmalar Arası İletişim ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Tablo 4.61’de işletmelere yöneltilen rakip firmalar arası iletişim ile faaliyet süresi arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.61: Rakip firmalar arası iletişim ile faaliyet süresi arasındaki ilişki

Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet	Katılım Düzeyi	Faaliyet Süresi												Ki Kare;P
		5-10 Yıl		11-15 Yıl		16-20 Yıl		21-25 Yıl		26-30 Yıl		30 Yıl+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Rakip Firmalar Arası İletişim Ağının Varlığı	Kesinlikle Katılmıyorum	9	42,86	2	9,52	5	23,81	2	9,52	2	9,52	1	4,76	27,59;P:0,12
	Katılmıyorum	9	25,00	7	19,44	3	8,33	4	11,11	1	2,78	12	33,33	
	Kararsızım	4	15,38	2	7,69	8	30,77	1	3,85	5	19,23	6	23,08	
	Katılıyorum	11	26,83	10	24,39	7	17,07	5	12,20	3	7,32	5	12,20	
	Kesinlikle Katılıyorum	8	18,60	8	18,60	6	13,95	5	11,63	3	6,98	13	30,23	

Faaliyet süresi ile rakip firmalar arası iletişim ağı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Faaliyet süresi 5-10 yıl olan firmaların %42,86’sı bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %18,60’ı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Faaliyet süresi 30 yıl ve üzeri olan firmaların %4,76’sı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %30,23’ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, faaliyet süresinin rakip firmalar arası iletişim ağı algısı üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir.

#### 4.3.4.9. Üretim Destekleme Programlarının Varlığı ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Tablo 4.62’de işletmelere yöneltilen üretim destekleme programının varlığı ile faaliyet süresi arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.62: Üretim destekleme programlarının varlığı ile faaliyet süresi arasındaki ilişki

Firma stratejisi, yapısı ve rekabet	Katılım düzeyi	Faaliyet süresi												Ki kare;p
		5-10 yıl		11-15 yıl		16-20 yıl		21-25 yıl		26-30 yıl		30 yıl+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Üretim destekleme programlarının varlığı	Kesinlikle katılmıyorum	8	34,78	2	8,70	5	21,74	3	13,04	2	8,70	3	13,04	19,48;p:0,49
	Katılmıyorum	11	32,35	6	17,65	4	11,76	1	2,94	2	5,88	10	29,41	
	Kararsızım	7	20,59	7	20,59	9	26,47	3	8,82	3	8,82	5	14,71	
	Katılıyorum	11	29,73	7	18,92	6	16,22	5	13,51	2	5,41	6	16,22	
	Kesinlikle katılıyorum	4	10,26	7	17,95	5	12,82	5	12,82	5	12,82	13	33,33	

Faaliyet süresi ile üretim destekleme programlarının varlığı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Faaliyet süresi 5-10 yıl olan firmaların %34,78'i bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %10,26'sı "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Faaliyet süresi 30 yıl ve üzeri olan firmaların %13,04'ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %33,33'ü "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, faaliyet süresinin üretim destekleme programlarının varlığı algısı üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir.

#### 4.3.4.10. Rakiplere Karşı Rekabet Gücünün Yüksekliği ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Tablo 4.63'te işletmelere yöneltilen rakiplere karşı rekabet gücünün yüksekliği ile faaliyet süresi arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.63: Rakiplere karşı rekabet gücünün yüksekliği ile faaliyet süresi arasındaki ilişki

Firma stratejisi, yapısı ve rekabet	Katılım düzeyi	Faaliyet süresi												Ki kare;p
		5-10 yıl		11-15 yıl		16-20 yıl		21-25 yıl		26-30 yıl		30 yıl+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Rakip işletmelere karşı rekabet gücümüz yüksektir.	Kesinlikle katılmıyorum	8	40,00	2	10,00	5	25,00	0	0,00	2	10,00	3	15,00	17,96;p:0,59
	Katılmıyorum	5	25,00	5	25,00	2	10,00	3	15,00	0	0,00	5	25,00	
	Kararsızım	6	24,00	3	12,00	4	16,00	1	4,00	3	12,00	8	32,00	
	Katılıyorum	12	23,53	10	19,61	8	15,69	8	15,69	6	11,76	7	13,73	
	Kesinlikle katılıyorum	10	19,61	9	17,65	10	19,61	5	9,80	3	5,88	14	27,45	

Faaliyet süresi ile rakip işletmelere karşı rekabet gücü arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Faaliyet süresi 5-10 yıl olan firmaların %40,00'ı bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %19,61'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Faaliyet süresi 30 yıl ve üzeri olan firmaların %15,00'i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %27,45'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, faaliyet süresinin rakip işletmelere karşı rekabet gücü algısı üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir.

#### 4.3.4.11. Müşteri Talebi ile Ürün/Hizmet Standardı Değişimi ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Tablo 4.64'de işletmelere yöneltilen müşteri talebi ile ürün/hizmet standardı değişimi ile faaliyet süresi arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.64: Müşteri talebi ile ürün/hizmet standardı değişimi ile faaliyet süresi arasındaki ilişki

Firma stratejisi, yapısı ve rekabet	Katılım düzeyi	Faaliyet süresi												Ki kare;p
		5-10 yıl		11-15 yıl		16-20 yıl		21-25 yıl		26-30 yıl		30 yıl+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Müşterilerimizden yoğun talep gelirse, ürün/hizmet standartlarımızı değiştirebiliriz.	Kesinlikle katılmıyorum	3	37,50	1	12,50	1	12,50	0	0,00	1	12,50	2	25,00	15,88;p:0,72
	Katılmıyorum	2	25,00	0	0,00	1	12,50	3	37,50	0	0,00	2	25,00	
	Kararsızım	3	15,79	5	26,32	3	15,79	3	15,79	2	10,53	3	15,79	
	Katılıyorum	20	27,78	12	16,67	12	16,67	6	8,33	8	11,11	14	19,44	
	Kesinlikle katılıyorum	13	21,67	11	18,33	12	20,00	5	8,33	3	5,00	16	26,67	

Faaliyet süresi ile yoğun müşteri talebi durumunda ürün/hizmet standartlarını değiştirme arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Faaliyet süresi 5-10 yıl olan firmaların %37,50'si bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %21,67'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Faaliyet süresi 30 yıl ve üzeri olan firmaların %25,00'i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %26,67'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, faaliyet süresinin yoğun müşteri talebi durumunda ürün/hizmet standartlarını değiştirme algısı üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir.

#### 4.3.4.12. Maliyet Azaltmaya Verilen Önem ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Tablo 4.65'de işletmelere yöneltilen maliyet azaltmaya verilen önem ile faaliyet süresi arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.65: Maliyet azaltmaya verilen önem ile faaliyet süresi arasındaki ilişki

Firma stratejisi, yapısı ve rekabet	Katılım düzeyi	Faaliyet süresi												Ki kare;p
		5-10 yıl		11-15 yıl		16-20 yıl		21-25 yıl		26-30 yıl		30 yıl+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Şirketimiz tüm iş faaliyetlerinde maliyet azaltmaya önem verir.	Kesinlikle katılmıyorum	3	42,86	1	14,29	1	14,29	0	0,00	2	28,57	0	0,00	21,19;p:0,39
	Katılmıyorum	2	14,29	1	7,14	1	7,14	3	21,43	1	7,14	6	42,86	
	Kararsızım	1	7,14	4	28,57	4	28,57	0	0,00	1	7,14	4	28,57	
	Katılıyorum	21	26,25	14	17,50	12	15,00	10	12,50	7	8,75	16	20,00	
	Kesinlikle katılıyorum	14	26,92	9	17,31	11	21,15	4	7,69	3	5,77	11	21,15	

Faaliyet süresi ile şirketin tüm iş faaliyetlerinde maliyet azaltmaya önem verme arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Faaliyet süresi 5-10 yıl olan firmaların %42,86'sı bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %26,92'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Faaliyet süresi 30 yıl ve üzeri olan firmaların %0'ı

"kesinlikle katılmıyorum" derken, %21,15'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, faaliyet süresinin şirketin tüm iş faaliyetlerinde maliyet azaltmaya önem verme algısı üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir.

#### 4.3.4.13. Patent, Faydalı Model ve Markaya Verilen Önem ile Faaliyet Süresi Arasındaki İlişki

Tablo 4.66'da işletmelere yöneltilen patent, faydalı model ve markaya verilen önem ile faaliyet süresi arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.66: Patent, faydalı model ve markaya verilen önem ile faaliyet süresi arasındaki ilişki

Firma stratejisi, yapısı ve rekabet	Katılım düzeyi	Faaliyet süresi												Ki kare;p
		5-10 yıl		11-15 yıl		16-20 yıl		21-25 yıl		26-30 yıl		30 yıl+		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Firmamız patent, faydalı model ve markaya önem verir.	Kesinlikle katılmıyorum	3	33,33	0	0,00	1	11,11	1	11,11	3	33,33	1	11,11	19,74;p:0,47
	Katılmıyorum	3	27,27	2	18,18	1	9,09	2	18,18	0	0,00	3	27,27	
	Kararsızım	5	35,71	4	28,57	3	21,43	0	0,00	0	0,00	2	14,29	
	Katılıyorum	18	25,71	12	17,14	9	12,86	8	11,43	6	8,57	17	24,29	
	Kesinlikle katılıyorum	12	19,05	11	17,46	15	23,81	6	9,52	5	7,94	14	22,22	

Faaliyet süresi ile firmanın patent, faydalı model ve markaya önem verme arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Faaliyet süresi 5-10 yıl olan firmaların %33,33'ü bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %19,05'i "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Faaliyet süresi 30 yıl ve üzeri olan firmaların %11,11'i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %22,22'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, faaliyet süresinin firmanın patent, faydalı model ve markaya önem verme algısı üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir.

#### 4.3.5. Kamu ve Paydaş Destekleri Boyutu ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki

Katılımcılara ankette rekabete etkileyen değişkenlerden biri olan kamu ve paydaş destekleri ile ilgili sorular sorulmuştur. Bunun neticesinde işletmenin işletmedeki konumu ile kamu ve paydaş destekleri boyutu arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasına yönelik yapılan analizde ki kare testi uygulanmış ve 0,05 anlamlılık düzeyinde işletmedeki konumu ile kamu ve

paydaş destekleri boyutu arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığına dair bulgular aşağıdaki gibidir.

#### 4.3.5.1. Maliyet Üstünlüğü Sağlayan Desteklerin Varlığı ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki

Tablo 4.67’de işletmelere yöneltilen maliyet üstünlüğü sağlayan desteklerin varlığı ile işletmedeki konum arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.67: Maliyet üstünlüğü sağlayan desteklerin varlığı ile işletmedeki konum arasındaki ilişki

Kamu ve paydaş destekleri	Katılım düzeyi	İşletmedeki konumunuz nedir										Ki kare;p
		Sahibi		Ortağı		Müdür		Çalışan		Diğer		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Maliyet üstünlüğü sağlayan teşvikler vardır.	Kesinlikle katılmıyorum	29	76,32	5	13,16	2	5,26	1	2,63	1	2,63	29,20;p:0,02
	Katılmıyorum	29	60,42	8	16,67	6	12,50	4	8,33	1	2,08	
	Kararsızım	13	81,25	2	12,50	0	0,00	1	6,25	0	0,00	
	Katılıyorum	23	57,50	0	0,00	6	15,00	11	27,50	0	0,00	
	Kesinlikle katılıyorum	13	52,00	1	4,00	5	20,00	5	20,00	1	4,00	

İşletmedeki konum ile maliyet üstünlüğü sağlayan teşvikler algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Sahiplerin %76,32’si bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %52,00’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Çalışanların %2,63’ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %20,00’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletmedeki konumun maliyet üstünlüğü sağlayan teşvikler algısı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir.

#### 4.3.5.2. Nitelikli İşgücü Temini ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki

Tablo 4.68’te işletmelere yöneltilen nitelikli işgücü temini ile işletmedeki konum arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.68: Nitelikli işgücü temini ile işletmedeki konum arasındaki ilişki

Kamu ve paydaş destekleri	Katılım düzeyi	İşletmedeki konumunuz nedir										Ki kare;p
		Sahibi		Ortağı		Müdür		Çalışan		Diğer		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Nitelikli işgücü temini imkanı bulunmaktadır.	Kesinlikle katılmıyorum	26	74,29	5	14,29	2	5,71	1	2,86	1	2,86	22,54;p:0,13
	Katılmıyorum	33	56,90	9	15,52	8	13,79	7	12,07	1	1,72	
	Kararsızım	18	66,67	1	3,70	1	3,70	7	25,93	0	0,00	
	Katılıyorum	22	70,97	0	0,00	5	16,13	4	12,90	0	0,00	
	Kesinlikle katılıyorum	8	50,00	1	6,25	3	18,75	3	18,75	1	6,25	

İşletmedeki konum ile nitelikli işgücü temini imkanı algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Sahiplerin %74,29'u bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %50,00'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Çalışanların %2,86'sı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %18,75'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletmedeki konumun nitelikli işgücü temini imkanı algısı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir.

#### 4.3.5.3. Vergi Muafiyetlerinin Varlığı ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki

Tablo 4.69'da işletmelere yöneltilen vergi muafiyetlerinin varlığı ile işletmedeki konum arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.69: Vergi muafiyetlerinin varlığı ile işletmedeki konum arasındaki ilişki

Kamu ve paydaş destekleri	Katılım düzeyi	İşletmedeki konumunuz nedir										Ki kare;p
		Sahibi		Ortağı		Müdür		Çalışan		Diğer		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Vergi muafiyetleri vardır ve yeterlidir.	Kesinlikle katılmıyorum	32	80,00	5	12,50	1	2,50	1	2,50	1	2,50	24,45;p:0,08
	Katılmıyorum	29	56,86	7	13,73	8	15,69	6	11,76	1	1,96	
	Kararsızım	20	66,67	3	10,00	3	10,00	4	13,33	0	0,00	
	Katılıyorum	18	60,00	0	0,00	6	20,00	6	20,00	0	0,00	
	Kesinlikle katılıyorum	8	50,00	1	6,25	1	6,25	5	31,25	1	6,25	

İşletmedeki konum ile vergi muafiyetleri algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki sınırda bulunmaktadır ( $p \approx 0,05$ ). Sahiplerin %80,00'ı bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %50,00'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Çalışanların %2,50'si "kesinlikle katılmıyorum" derken, %31,25'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar,

işletmedeki konumun vergi muafiyetleri algısı üzerinde sınırda anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir.

#### 4.3.5.4. İhracat Desteklerinin Varlığı ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki

Tablo 4.70’de işletmelere yöneltilen ihracat desteklerinin varlığı ile işletmedeki konum arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.70: İhracat desteklerinin varlığı ile işletmedeki konum arasındaki ilişki

Kamu ve paydaş destekleri	Katılım düzeyi	İşletmedeki konumunuz nedir										Ki kare;p
		Sahibi		Ortağı		Müdür		Çalışan		Diğer		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
İhracat destekleri bulunmaktadır.	Kesinlikle katılmıyorum	27	77,14	4	11,43	1	2,86	2	5,71	1	2,86	22,84;p:0,12
	Katılmıyorum	27	64,29	4	9,52	7	16,67	3	7,14	1	2,38	
	Kararsızım	24	64,86	6	16,22	3	8,11	4	10,81	0	0,00	
	Katılıyorum	21	63,64	1	3,03	4	12,12	7	21,21	0	0,00	
	Kesinlikle katılıyorum	8	40,00	1	5,00	4	20,00	6	30,00	1	5,00	

İşletmedeki konum ile ihracat destekleri algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Sahiplerin %77,14’ü bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %40,00’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Çalışanların %5,71’i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %30,00’si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletmedeki konumun ihracat destekleri algısı üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir.

#### 4.3.5.5. Dış Ticaret Engellerinin Azaltılması ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki

Tablo 4.71’de işletmelere yöneltilen dış ticaret engellerinin azaltılması ile işletmedeki konum arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.71: Dış ticaret engellerinin azaltılması ile işletmedeki konum arasındaki ilişki

Kamu ve paydaş destekleri	Katılım düzeyi	İşletmedeki konumunuz nedir										Ki kare;p
		Sahibi		Ortağı		Müdür		Çalışan		Diğer		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Dış ticaret engelleri azaltılmaktadır.	Kesinlikle katılmıyorum	27	81,82	4	12,12	1	3,03	1	3,03	0	0,00	31,04;p:0,01
	Katılmıyorum	24	63,16	3	7,89	8	21,05	3	7,89	0	0,00	
	Kararsızım	19	54,29	7	20,00	2	5,71	5	14,29	2	5,71	
	Katılıyorum	28	68,29	1	2,44	5	12,20	7	17,07	0	0,00	
	Kesinlikle katılıyorum	9	45,00	1	5,00	3	15,00	6	30,00	1	5,00	

İşletmedeki konum ile dış ticaret engelleri algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Sahiplerin %81,82'si bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %45,00'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Çalışanların %3,03'ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %30,00'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletmedeki konumun dış ticaret engelleri algısı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir.

#### 4.3.5.6. Üretim ve Ticarete Kolaylaştırıcı Hukuki Düzenlemelerin Varlığı ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki

Tablo 4.72'de işletmelere yöneltilen üretim ve ticarete kolaylaştırıcı hukuki düzenlemelerin varlığı ile işletmedeki konum arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.72: Üretim ve ticarete kolaylaştırıcı hukuki düzenlemelerin varlığı ile işletmedeki konum arasındaki ilişki

Kamu ve paydaş destekleri	Katılım düzeyi	İşletmedeki konumunuz nedir										Ki kare;p
		Sahibi		Ortağı		Müdür		Çalışan		Diğer		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Üretim ve ticaret kolaylaştırıcı hukuki düzenlemeler vardır.	Kesinlikle katılmıyorum	23	79,31	5	17,24	0	0,00	1	3,45	0	0,00	26,94;p:0,04
	Katılmıyorum	27	62,79	6	13,95	7	16,28	2	4,65	1	2,33	
	Kararsızım	29	65,91	3	6,82	6	13,64	5	11,36	1	2,27	
	Katılıyorum	18	60,00	1	3,33	4	13,33	7	23,33	0	0,00	
	Kesinlikle katılıyorum	10	47,62	1	4,76	2	9,52	7	33,33	1	4,76	

İşletmedeki konum ile üretim ve ticaret kolaylaştırıcı hukuki düzenlemeler algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Sahiplerin %79,31'i bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %47,62'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Çalışanların %3,45'i "kesinlikle katılmıyorum" derken, %33,33'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletmedeki konumun üretim ve ticaret kolaylaştırıcı hukuki düzenlemeler algısı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir.

#### 4.3.5.7. Mal Piyasasının Çeşitlendirilmesine Yönelik Teşvikler ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki

Tablo 4.73'de işletmelere yöneltilen mal piyasasının çeşitlendirilmesine yönelik teşvikler ile işletmedeki konum arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.73: Mal piyasasının çeşitlendirilmesine yönelik teşvikler ile işletmedeki konum arasındaki ilişki

Kamu ve paydaş destekleri	Katılım düzeyi	İşletmedeki konumunuz nedir										Ki kare;p
		Sahibi		Ortağı		Müdür		Çalışan		Diğer		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Mal ve piyasa çeşitlendirmesi teşvikleri bulunmaktadır.	Kesinlikle katılmıyorum	23	79,31	6	20,69	0	0,00	0	0,00	0	0,00	33,40;p:0,01
	Katılmıyorum	26	61,90	6	14,29	6	14,29	3	7,14	1	2,38	
	Kararsızım	25	65,79	1	2,63	5	13,16	6	15,79	1	2,63	
	Katılıyorum	22	64,71	2	5,88	6	17,65	4	11,76	0	0,00	
	Kesinlikle katılıyorum	11	45,83	1	4,17	2	8,33	9	37,50	1	4,17	

İşletmedeki konum ile mal ve piyasa çeşitlendirmesi teşvikleri algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ( $p < 0,05$ ). Sahiplerin %79,31'i bu ifadeye "kesinlikle

katılmıyorum" derken, %45,83'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Çalışanların %7,14'ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %37,50'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletmedeki konumun mal ve piyasa çeşitlendirmesi teşvikleri algısı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu göstermektedir.

#### 4.3.5.8. Hibelere Erişim Düzeyi ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki

Tablo 4.74'de işletmelere yöneltilen hibelere erişim düzeyi ile işletmedeki konum arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.74: Hibelere erişim düzeyi ile işletmedeki konum arasındaki ilişki

Kamu ve paydaş destekleri	Katılım düzeyi	İşletmedeki konumunuz nedir										Ki kare;p
		Sahibi		Ortağı		Müdür		Çalışan		Diğer		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Hibelere erişim düzeyi yüksektir.	Kesinlikle katılmıyorum	38	76,00	7	14,00	2	4,00	2	4,00	1	2,00	25,21;p:0,07
	Katılmıyorum	27	64,29	4	9,52	7	16,67	3	7,14	1	2,38	
	Kararsızım	15	57,69	3	11,54	1	3,85	7	26,92	0	0,00	
	Katılıyorum	19	55,88	1	2,94	7	20,59	7	20,59	0	0,00	
	Kesinlikle katılıyorum	8	53,33	1	6,67	2	13,33	3	20,00	1	6,67	

İşletmedeki konum ile hibelere erişim düzeyi algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki sınırda bulunmaktadır ( $p \approx 0,05$ ). Sahiplerin %76,00'ü bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %53,33'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Çalışanların %4,00'ü "kesinlikle katılmıyorum" derken, %20,00'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletmedeki konumun hibelere erişim düzeyi algısı üzerinde sınırda anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir.

#### 4.3.5.9. İl Dışına Emek ve Sermaye Göçünü Engelleyen Tedbirlerin Varlığı ile İşletmedeki Konum Arasındaki İlişki

Tablo 4.75'de işletmelere yöneltilen il dışına emek ve sermaye göçünü engelleyen tedbirlerin varlığı ile işletmedeki konum arasındaki ilişkiye dair bulgular analiz edilerek verilmiştir.

Tablo 4.75: İl dışına emek ve sermaye göçünü engelleyen tedbirlerin varlığı ile işletmedeki konum arasındaki ilişki

Kamu ve paydaş destekleri	Katılım düzeyi	İşletmedeki konumunuz nedir										Ki kare;p
		Sahibi		Ortağı		Müdür		Çalışan		Diğer		
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
İl dışına emek ve sermaye göçünü engelleyen tedbirler bulunmaktadır.	Kesinlikle katılmıyorum	31	77,50	7	17,50	1	2,50	0	0,00	1	2,50	23,52;p:0,10
	Katılmıyorum	27	64,29	3	7,14	8	19,05	4	9,52	0	0,00	
	Kararsızım	23	58,97	3	7,69	4	10,26	8	20,51	1	2,56	
	Katılıyorum	13	52,00	2	8,00	4	16,00	6	24,00	0	0,00	
	Kesinlikle katılıyorum	13	61,90	1	4,76	2	9,52	4	19,05	1	4,76	

İşletmedeki konum ile il dışına emek ve sermaye göçünü engelleyen tedbirler algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır ( $p > 0,05$ ). Sahiplerin %77,50'si bu ifadeye "kesinlikle katılmıyorum" derken, %61,90'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Çalışanların %0,00'ı "kesinlikle katılmıyorum" derken, %19,05'si "kesinlikle katılıyorum" demiştir. Bu sonuçlar, işletmedeki konumun il dışına emek ve sermaye göçünü engelleyen tedbirler algısı üzerinde önemli bir etkisi olmadığını göstermektedir.

#### 4.4. Elmas Modeline İlişkin Analiz Sonuçları

Porter'in Elmas Modeli'ne göre belirlenen beş boyut (faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici kuruluşlar, firma stratejisi, yapısı ve rekabet ve kamu ve paydaş destekleri boyutu) açısından firmaların rekabet üstünlükleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla öncelikle modelde kullanılan ölçeklerin uyum ve güvenilirlik testleri yapılmış ve olası hata ya da sahteliklerin giderilmeye yönelik çalışılmıştır. Elmas Modeli'ne ilişkin ölçekler/faktörler için yapılan testlerin sonuçları Tablo 4.76'daki gibidir.

Tablo 4.76: Ölçeklerin uyumuna ve güvenilirliğine ilişkin test sonuçları

Ölçek/Faktör	KMO	Bartlett $\chi^2$ (p)	Cronbach's (a)
Faktör Koşulları (9 soru)	0,781	366,543 <sub>(0,000)</sub>	0,784
Talep Koşulları (8 soru)	0,718	406,244 <sub>(0,000)</sub>	0,772
İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar (8 soru)	0,872	565,605 <sub>(0,000)</sub>	0,871
Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet (13 soru)	0,875	1420,403 <sub>(0,000)</sub>	0,913
Kamu ve Paydaş Destekleri (9 soru)	0,916	1342,128 <sub>(0,000)</sub>	0,947
Toplam	0,882	5486,203 <sub>(0,000)</sub>	0,954

Tablo 4.76’da görüleceği üzere hem her ölçek bazında hem de tüm ölçekler bazında KMO, Bartlett  $\chi^2$  ve Cronbach’s (a) değerleri anlamlıdır. Tabloya göre KMO değerleri 0,7’den büyüktür, Bartlett’s Sphericity testi  $\chi^2$  değeri istatistik açıdan anlamlıdır (p değeri, 0,005 küçük veya eşit) ve Cronbach  $\alpha$  katsayısı 0,7’den büyüktür/1’e yakındır. Bu durumda sırasıyla ölçekteki değişkenlerin açıklayıcılık güçlerinin yüksek olduklarını, normal dağılım sergilediklerini ve değişkenlerin iç tutarlılık/güvenirlik düzeylerinin yüksek olduklarını söylemek mümkündür.

Rekabet avantajlarını ortaya koymak amacıyla yaptığımız anket çalışması sonucunda elde edilen bulgular Elmas Modeli boyutlarına göre her il için ayrı ayrı aşağıda tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 4.77: Elmas modeli faktör koşulları boyutu: Bartın

İl	Bartın									
	1		2		3		4		5	
Ölçek değeri	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Faktör koşulları										
1-Etkin ve verimli mal üretimi yapıyorum.	3,0	6,3	12,0	25,0	6,0	12,5	13,0	27,1	14,0	29,2
2-Düşük maliyetli girdi sağlıyorum.	5,0	10,4	14,0	29,2	8,0	16,7	16,0	33,3	5,0	10,4
3-Teknolojik yenilikleri takip edebiliyorum.	0,0	0,0	3,0	6,3	9,0	18,8	22,0	45,8	14,0	29,2
4-Ar-ge harcaması yapıyorum.	8,0	16,7	10,0	20,8	10,0	20,8	12,0	25,0	8,0	16,7
5-Profesyonel danışmanlık hizmeti satın alımı yapıyorum	8,0	16,7	16,0	33,3	2,0	4,2	15,0	31,3	7,0	14,6
6-Çalışan eğitimini minimum maliyetle karşılanması imkânımız vardır.	3,0	6,3	14,0	29,2	11,0	22,9	13,0	27,1	7,0	14,6

Tablo 4.77: (devam ediyor)

7-Nitelikli eleman ihtiyacının il/bölgeden karşılanması imkânımız vardır.	3,0	6,3	13,0	27,1	13,0	27,1	14,0	29,2	5,0	10,4
8-Bu sektörde tedarik edilen girdiler kolay bulunur.	5,0	10,4	7,0	14,6	12,0	25,0	15,0	31,3	9,0	18,8
9-Bu sektörün tedarikçilerinin gücü, bu sektör için bir tehdit oluşturmaz.	8,0	16,7	8,0	16,7	11,0	22,9	10,0	20,8	11,0	22,9
Ortalama	5	10,0	11	22,5	9	19,0	14	30,1	9	18,5

Tablo 4.77'ye göre Bartın ili için faktör koşulları boyutunda yer alan dokuz seçenekten yedi tanesi yüksek (4) ve en yüksek (5) ölçek değeri düzeyindedir. Faktör koşulları sorularına verilen cevapların genel ortalamaları bakımından rekabet gücü %61 oranında yüksek çıkmıştır. Bu bağlamda katılımcı firmaların tablodaki 1,2,3,4,7,8,9 faktör koşullarına ilişkin verdikleri cevaplarda rekabet gücünün %60 oranında yüksek olduğu ortaya çıkmış, tablodaki 5,6 sorulara verdikleri cevaplarda ise rekabet gücü %50 civarında çıkmıştır.

Tablo 4.78: Elmas modeli faktör koşulları boyutu: Zonguldak

İl	Zonguldak									
	1		2		3		4		5	
Ölçek değeri	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Faktör koşulları	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1-Etkin ve verimli mal üretimi yapıyorum.	5,0	8,8	7,0	12,3	7,0	12,3	16,0	28,1	22,0	38,6
2-Düşük maliyetli girdi sağlıyorum.	10,0	17,5	14,0	24,6	6,0	10,5	18,0	31,6	9,0	15,8
3-Teknolojik yenilikleri takip edebiliyorum.	3,0	5,3	7,0	12,3	7,0	12,3	22,0	38,6	18,0	31,6
4-Ar-ge harcaması yapıyorum.	6,0	10,5	16,0	28,1	6,0	10,5	14,0	24,6	15,0	26,3
5-Profesyonel danışmanlık hizmeti satın alımı yapıyorum	8,0	14,0	22,0	38,6	6,0	10,5	7,0	12,3	14,0	24,6
6-Çalışan eğitimini minimum maliyetle karşılanması imkânımız vardır.	4,0	7,0	21,0	36,8	9,0	15,8	12,0	21,1	11,0	19,3
7-Nitelikli eleman ihtiyacının il/bölgeden karşılanması imkânımız vardır.	7,0	12,3	17,0	29,8	11,0	19,3	16,0	28,1	6,0	10,5
8-Bu sektörde tedarik edilen girdiler kolay bulunur.	5,0	8,8	18,0	31,6	8,0	14,0	17,0	29,8	9,0	15,8
9-Bu sektörün tedarikçilerinin gücü, bu sektör için bir tehdit oluşturmaz.	4,0	7,0	20,0	35,1	9,0	15,8	13,0	22,8	11,0	19,3
Ortalama	5,8	10,1	15,8	27,7	7,7	13,5	15,0	26,3	12,8	22,4

Tablo 4.78'e göre Zonguldak ili için faktör koşulları boyutunda yer alan dokuz seçenekten üç tanesi yüksek (4) ve en yüksek (5) ölçek değeri düzeyindedir. Faktör koşulları sorularına verilen cevapların genel ortalamaları bakımından rekabet gücü %56 oranında yüksek çıkmıştır. Bu bağlamda katılımcı firmaların tablodaki 1,2,3 faktör koşullarına ilişkin verdikleri cevaplarda rekabet gücünün %69,5 oranında yüksek olduğu ortaya çıkmış, tablodaki 4,5,6,7,8,9 sorulara verdikleri cevaplarda ise rekabet gücü %49,5 civarında çıkmıştır.

Tablo 4.79: Elmas modeli faktör koşulları boyutu: Karabük

İl	Zonguldak									
	1		2		3		4		5	
Ölçek değeri	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Faktör koşulları										
1-Etkin ve verimli mal üretimi yapıyorum.	9,0	14,5	16,0	25,8	8,0	12,9	14,0	22,6	15,0	24,2
2-Düşük maliyetli girdi sağlıyorum.	14,0	22,6	15,0	24,2	9,0	14,5	19,0	30,6	5,0	8,1
3-Teknolojik yenilikleri takip edebiliyorum.	4,0	6,5	6,0	9,7	7,0	11,3	24,0	38,7	21,0	33,9
4-Ar-ge harcaması yapıyorum.	11,0	17,7	18,0	29,0	4,0	6,5	14,0	22,6	15,0	24,2
5-Profesyonel danışmanlık hizmeti satın alımı yapıyorum	17,0	27,4	28,0	45,2	2,0	3,2	3,0	4,8	12,0	19,4
6-Çalışan eğitimini minimum maliyetle karşılanması imkânımız vardır.	13,0	21,0	20,0	32,3	9,0	14,5	15,0	24,2	5,0	8,1
7-Nitelikli eleman ihtiyacının il/bölgeden karşılanması imkânımız vardır.	12,0	19,4	23,0	37,1	10,0	16,1	11,0	17,7	6,0	9,7
8-Bu sektörde tedarik edilen girdiler kolay bulunur.	9,0	14,5	13,0	21,0	9,0	14,5	25,0	40,3	6,0	9,7
9-Bu sektörün tedarikçilerinin gücü, bu sektör için bir tehdit oluşturmaz.	4,0	6,5	21,0	33,9	11,0	17,7	17,0	27,4	9,0	14,5
Ortalama	10,3	16,7	17,8	28,7	7,7	12,4	15,8	25,4	10,4	16,8

Tablo 4.79'a göre Karabük ili için faktör koşulları boyutunda yer alan dokuz seçenekten üç tanesi yüksek (4) ve en yüksek (5) ölçek değeri düzeyindedir. Faktör koşulları sorularına verilen cevapların genel ortalamaları bakımından rekabet gücü %48 oranında yüksek çıkmıştır. Bu bağlamda katılımcı firmaların tablodaki 2,3,8 faktör koşullarına ilişkin verdikleri cevaplarda rekabet gücünün %62 oranında yüksek olduğu ortaya çıkmış, tablodaki 1,4,5,6,7,9 sorulara verdikleri cevaplarda ise rekabet gücü %41,45 civarında çıkmıştır.

Tablo 4.80: Elmas modeli talep koşulları boyutu: Bartın

İl	Bartın									
	1		2		3		4		5	
Ölçek değeri	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Talep koşulları										
1-İl içi üretim ve satış düzeyi yüksektir.	8,0	16,7	16,0	33,3	14,0	29,2	7,0	14,6	3,0	6,3
2-Tüketicilerin teknoloji takip düzeyleri yüksektir.	5,0	10,4	13,0	27,1	6,0	12,5	20,0	41,7	4,0	8,3
3-Yabancı talep yüksektir.	9,0	18,8	12,0	25,0	11,0	22,9	12,0	25,0	4,0	8,3
4-Yabancı yatırımcıyı çekecek potansiyel talep mevcuttur.	7,0	14,6	13,0	27,1	7,0	14,6	13,0	27,1	8,0	16,7
5-Ucuz ve kaliteli mal talep durumu yüksektir.	7,0	14,6	9,0	18,8	8,0	16,7	20,0	41,7	4,0	8,3
6-Yerel ve uluslararası talep benzerliği vardır.	5,0	10,4	10,0	20,8	9,0	18,8	19,0	39,6	5,0	10,4
7-Müşterilerimizden yoğun talep gelirse, ürün/hizmet standartlarımızı değiştirebiliriz.	3,0	6,3	5,0	10,4	9,0	18,8	15,0	31,3	16,0	33,3
8-Fiyat düzeyinin hedef kitlemiz için çok önemlidir.	3,0	6,3	2,0	4,2	5,0	10,4	20,0	41,7	18,0	37,5
Ortalama	5,9	12,2	10,0	20,8	8,6	18,0	15,8	32,8	7,8	16,1

Tablo 4.80'e göre Bartın ili talep koşulları boyutunda yer alan sekiz adet sorunun beş tanesi yüksek (4) ve en yüksek (5) ölçek değeri düzeyindedir. Talep koşulları sorularına verilen cevapların genel ortalamaları bakımından rekabet gücü %60 oranında yüksek çıkmıştır. Bu bağlamda katılımcı firmaların tablodaki 2,3,4,5,6,7,8, talep koşullarına ilişkin verdikleri cevaplarda rekabet gücünün %63,35 oranında yüksek olduğu ortaya çıkmış, tablodaki 1,3,4 sorulara verdikleri cevaplarda ise rekabet gücü %41,96 civarında çıkmıştır.

Tablo 4.81: Elmas modeli talep koşulları boyutu: Zonguldak

İl	Zonguldak									
	1		2		3		4		5	
Ölçek değeri	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Talep koşulları	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1-İl içi üretim ve satış düzeyi yüksektir.	4,0	7,0	18,0	31,6	9,0	15,8	14,0	24,6	12,0	21,1
2-Tüketicilerin teknoloji takip düzeyleri yüksektir.	5,0	8,8	12,0	21,1	12,0	21,1	19,0	33,3	9,0	15,8
3-Yabancı talep yüksektir.	9,0	15,8	16,0	28,1	14,0	24,6	9,0	15,8	9,0	15,8
4-Yabancı yatırımcıyı çekecek potansiyel talep mevcuttur.	9,0	15,8	17,0	29,8	7,0	12,3	13,0	22,8	11,0	19,3
5-Ucuz ve kaliteli mal talep durumu yüksektir.	5,0	8,8	11,0	19,3	8,0	14,0	18,0	31,6	15,0	26,3
6-Yerel ve uluslararası talep benzerliği vardır.	4,0	7,0	13,0	22,8	11,0	19,3	17,0	29,8	12,0	21,1
7-Müşterilerimizden yoğun talep gelirse, ürün/hizmet standartlarımızı değiştirebiliriz.	5,0	8,8	6,0	10,5	9,0	15,8	16,0	28,1	21,0	36,8
8-Fiyat düzeyinin hedef kitlemiz için çok önemlidir.	2,0	3,5	3,0	5,3	4,0	7,0	21,0	36,8	27,0	47,4
Ortalama	5,4	9,4	12,0	21,1	9,3	16,2	15,9	27,9	14,5	25,4

Tablo 4.81'a göre Zonguldak ili talep koşulları boyutunda yer alan sekiz adet sorunun beş tanesi yüksek (4) ve en yüksek (5) ölçek değeri düzeyindedir. Talep koşulları sorularına verilen cevapların genel ortalamaları bakımından rekabet gücü %64 oranında yüksek çıkmıştır. Bu bağlamda katılımcı firmaların tablodaki 2,5,6,7,8 talep koşullarına ilişkin verdikleri cevaplarda rekabet gücünün %72,61 oranında yüksek olduğu ortaya çıkmış, tablodaki 1,3,4 sorulara verdikleri cevaplarda ise rekabet gücü %48,2 civarında çıkmıştır.

Tablo 4.82: Elmas modeli talep koşulları boyutu: Karabük

İl	Karabük									
	1		2		3		4		5	
Ölçek değeri	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Talep koşulları	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1-İl içi üretim ve satış düzeyi yüksektir.	7,0	11,3	20,0	32,3	8,0	12,9	19,0	30,6	8,0	12,9
2-Tüketicilerin teknoloji takip düzeyleri yüksektir.	7,0	11,3	11,0	17,7	12,0	19,4	27,0	43,5	5,0	8,1

Tablo 4.82: (devam ediyor)

3-Yabancı talep yüksektir.	14,0	22,6	20,0	32,3	13,0	21,0	11,0	17,7	4,0	6,5
4-Yabancı yatırımcıyı çekecek potansiyel talep mevcuttur.	17,0	27,4	19,0	30,6	12,0	19,4	12,0	19,4	2,0	3,2
5-Ucuz ve kaliteli mal talep durumu yüksektir.	9,0	14,5	13,0	21,0	12,0	19,4	18,0	29,0	10,0	16,1
6-Yerel ve uluslararası talep benzerliği vardır.	7,0	11,3	13,0	21,0	18,0	29,0	17,0	27,4	7,0	11,3
7-Müşterilerimizden yoğun talep gelirse, ürün/hizmet standartlarımızı değiştirebiliriz.	5,0	8,1	7,0	11,3	9,0	14,5	23,0	37,1	18,0	29,0
8-Fiyat düzeyinin hedef kitlemiz için çok önemlidir.	5,0	8,1	2,0	3,2	4,0	6,5	28,0	45,2	23,0	37,1
Ortalama	8,9	14,3	13,1	21,2	11,0	17,7	19,4	31,3	9,6	15,5

Tablo 4.82'ye göre Karabük ili talep koşulları boyutunda yer alan sekiz adet sorunun dört tanesi yüksek (4) ve en yüksek (5) ölçek değeri düzeyindedir. Talep koşulları sorularına verilen cevapların genel ortalamaları bakımından rekabet gücü %57 oranında yüksek çıkmıştır. Bu bağlamda katılımcı firmaların tablodaki 2,5,7,8 talep koşullarına ilişkin verdikleri cevaplarda rekabet gücünün %72 oranında yüksek olduğu ortaya çıkmış, tablodaki 1,3,4 sorulara verdikleri cevaplarda ise rekabet gücü %36,6 civarında çıkmıştır.

Tablo 4.83: Elmas modeli ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu: Bartın

İl	Bartın											
	Ölçek değeri		1		2		3		4		5	
İlgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1-Ambalaj ve depolama imkanım vardır.	6,0	12,5	6,0	12,5	4,0	8,3	17,0	35,4	15,0	31,3		
2-İlde üretim alanında araştırma merkezi mevcuttur.	14,0	29,2	18,0	37,5	4,0	8,3	7,0	14,6	5,0	10,4		
3-İlde üretim yapılan alanda ilgili bölüm mevcuttur.	10,0	20,8	14,0	29,2	7,0	14,6	11,0	22,9	6,0	12,5		
4-İlde ve çevresinde üretim yerine yakın finans kuruluşu vardır.	6,0	12,5	9,0	18,8	10,0	20,8	17,0	35,4	6,0	12,5		
5-İl içi girdi tedarikçi durumu yeterlidir.	11,0	22,9	12,0	25,0	7,0	14,6	14,0	29,2	4,0	8,3		
6-Eğitim kurumları ve stk'lardan faydalanma düzeyi yüksektir.	9,0	18,8	13,0	27,1	8,0	16,7	13,0	27,1	5,0	10,4		
7-İl içi bakım ve onarım firmaları bulunmaktadır.	4,0	8,3	16,0	33,3	10,0	20,8	12,0	25,0	6,0	12,5		
8-Üretim merkezine yakın lojistik firmaları bulunmaktadır.	3,0	6,3	10,0	20,8	8,0	16,7	14,0	29,2	13,0	27,1		
Ortalama	7,9	16,4	12,3	25,5	7,3	15,1	13,1	27,3	7,5	15,6		

Tablo 4.83'e göre Bartın ili ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutunda yer alan sekiz adet sorunun beş tanesi yüksek (4) ve en yüksek (5) ölçek değeri düzeyindedir. İlgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu sorularına verilen cevapların genel ortalamaları bakımından rekabet gücü %51 oranında yüksek çıkmıştır. Bu bağlamda katılımcı firmaların tablodaki 1,4,5,6,8 ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutuna ilişkin verdikleri cevaplarda rekabet gücünün %58,1 oranında yüksek olduğu ortaya çıkmış, tablodaki 2,3,6,7 sorulara verdikleri cevaplarda ise rekabet gücü %39,9 civarında çıkmıştır.

Tablo 4.84: Elmas modeli ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu: Zonguldak

İl	Zonguldak									
	1		2		3		4		5	
Ölçek değeri	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
İlgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1-Ambalaj ve depolama imkanım vardır.	8,0	14,0	11,0	19,3	0,0	0,0	20,0	35,1	18,0	31,6
2-İlde üretim alanında araştırma merkezi mevcuttur.	8,0	14,0	19,0	33,3	10,0	17,5	12,0	21,1	8,0	14,0
3-İlde üretim yapılan alanda ilgili bölüm mevcuttur.	8,0	14,0	16,0	28,1	14,0	24,6	12,0	21,1	7,0	12,3
4-İlde ve çevresinde üretim yerine yakın finans kuruluşu vardır.	6,0	10,5	8,0	14,0	8,0	14,0	23,0	40,4	12,0	21,1
5-İl içi girdi tedarikçi durumu yeterlidir.	6,0	10,5	12,0	21,1	10,0	17,5	13,0	22,8	16,0	28,1
6-Eğitim kurumları ve stk'lardan faydalanma düzeyi yüksektir.	6,0	10,5	14,0	24,6	8,0	14,0	16,0	28,1	13,0	22,8
7-İl içi bakım ve onarım firmaları bulunmaktadır.	10,0	17,5	10,0	17,5	13,0	22,8	17,0	29,8	7,0	12,3
8-Üretim merkezine yakın lojistik firmaları bulunmaktadır.	8,0	14,0	11,0	19,3	4,0	7,0	16,0	28,1	18,0	31,6
Ortalama	7,5	13,2	12,6	22,1	8,4	14,7	16,1	28,3	12,4	21,7

Tablo 4.84'e göre Zonguldak ili ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutunda yer alan sekiz adet sorunun altı tanesi yüksek (4) ve en yüksek (5) ölçek değeri düzeyindedir. İlgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu sorularına verilen cevapların genel ortalamaları bakımından rekabet gücü %59 oranında yüksek çıkmıştır. Bu bağlamda katılımcı firmaların tablodaki 1,4,5,6,7,8 ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutuna ilişkin verdikleri cevaplarda rekabet gücünün %63,2 oranında yüksek olduğu ortaya çıkmış, tablodaki 2,3 sorulara verdikleri cevaplarda ise rekabet gücü %43,3 civarında çıkmıştır.

Tablo 4.85: Elmas modeli ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu: Karabük

İl	Karabük									
	1		2		3		4		5	
Ölçek değeri	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
İlgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu	4,0	6,5	18,0	29,0	10,0	16,1	19,0	30,6	11,0	17,7
1-Ambalaj ve depolama imkanım vardır.	4,0	6,5	18,0	29,0	10,0	16,1	19,0	30,6	11,0	17,7
2-İlde üretim alanında araştırma merkezi mevcuttur.	9,0	14,5	28,0	45,2	13,0	21,0	9,0	14,5	3,0	4,8
3-İlde üretim yapılan alanda ilgili bölüm mevcuttur.	7,0	11,3	22,0	35,5	17,0	27,4	11,0	17,7	5,0	8,1
4-İlde ve çevresinde üretim yerine yakın finans kuruluşu vardır.	4,0	6,5	15,0	24,2	15,0	24,2	23,0	37,1	5,0	8,1
5-İl içi girdi tedarikçi durumu yeterlidir.	7,0	11,3	23,0	37,1	12,0	19,4	12,0	19,4	8,0	12,9
6-Eğitim kurumları ve stk'lardan faydalanma düzeyi yüksektir.	9,0	14,5	23,0	37,1	16,0	25,8	8,0	12,9	6,0	9,7
7-İl içi bakım ve onarım firmaları bulunmaktadır.	7,0	11,3	16,0	25,8	24,0	38,7	10,0	16,1	5,0	8,1
8-Üretim merkezine yakın lojistik firmaları bulunmaktadır.	8,0	12,9	13,0	21,0	17,0	27,4	18,0	29,0	6,0	9,7
Ortalama	6,9	11,1	19,8	31,9	15,5	25,0	13,8	22,2	6,1	9,9

Tablo 4.85'e göre Karabük ili ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutunda yer alan sekiz adet sorunun üç tanesi yüksek (4) ve en yüksek (5) ölçek değeri düzeyindedir. İlgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu sorularına verilen cevapların genel ortalamaları bakımından rekabet gücü %43 oranında yüksek çıkmıştır. Bu bağlamda katılımcı firmaların tablodaki 1,4,8 ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutuna ilişkin verdikleri cevaplarda rekabet gücünün %56,95 oranında yüksek olduğu ortaya çıkmış, tablodaki 2,3,5,6 sorulara verdikleri cevaplarda ise rekabet gücü %32,65 civarında çıkmıştır.

Tablo 4.86: Elmas modeli firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu: Bartın

İl	Bartın										
	Ölçek Değeri		1		2		3		4		5
Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Boyutu	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
1-Firmalar Arası Rekabetin Varlığı	1,0	2,1	1,0	2,1	3,0	6,3	20,0	41,7	23,0	47,9	
2-Firmanın Fiyat Rekabeti Düzeyi	0,0	0,0	1,0	2,1	8,0	16,7	18,0	37,5	21,0	43,8	
3-Firma Gelirinin Yatırıma Dönüşme Düzeyi	1,0	2,1	2,0	4,2	9,0	18,8	18,0	37,5	18,0	37,5	
4-Firmanın Yerel Piyasa Payı	1,0	2,1	4,0	8,3	5,0	10,4	21,0	43,8	17,0	35,4	
5-Firmanın Ulusal Piyasa Payı	8,0	16,7	7,0	14,6	7,0	14,6	12,0	25,0	14,0	29,2	
6-Optimum Sayının Üstünde Kobi Varlığı	2,0	4,2	10,0	20,8	8,0	16,7	12,0	25,0	16,0	33,3	
7-Piyasadaki Tescil Edilmiş Marka Düzeyi	4,0	8,3	11,0	22,9	8,0	16,7	10,0	20,8	15,0	31,3	
8-Rakip Firmalar Arası İletişim Ağının Varlığı	2,0	4,2	11,0	22,9	6,0	12,5	13,0	27,1	16,0	33,3	
9-Üretim Destekleme Programlarının Varlığı	5,0	10,4	11,0	22,9	10,0	20,8	9,0	18,8	13,0	27,1	
10-Rakip İşletmelere Karşı Rekabet Gücümüz Yüksek.	5,0	10,4	3,0	6,3	9,0	18,8	14,0	29,2	17,0	35,4	
11-Müşterilerimizden Yoğun Talep Gelirse, Ürün/Hizmet Standartlarımızı Değiştirebiliriz.	2,0	4,2	1,0	2,1	6,0	12,5	18,0	37,5	21,0	43,8	
12-Şirketimiz Tüm İş Faaliyetlerinde Maliyet Azaltmaya Önem Verir.	0,0	0,0	4,0	8,3	3,0	6,3	23,0	47,9	18,0	37,5	
13-Firmamız Patent, Faydalı Model ve Markaya Önem Verir.	3,0	6,3	1,0	2,1	3,0	6,3	19,0	39,6	22,0	45,8	
Ortalama	2,6	5,4	5,2	10,7	6,5	13,6	15,9	33,2	17,8	37,0	

Tablo 4.86'ya göre Bartın ili firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutunda yer alan on üç adet sorunun on üç tanesi yüksek (4) ve en yüksek (5) ölçek değeri düzeyindedir. Firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu sorularına verilen cevapların genel ortalamaları bakımından rekabet gücü %81 oranında yüksek çıkmıştır.

Tablo 4.87: Elmas modeli firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu: Zonguldak

İl	Zonguldak									
	1		2		3		4		5	
Ölçek değeri	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Boyutu	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1-Firmalar Arası Rekabetin Varlığı	7,0	12,3	2,0	3,5	2,0	3,5	15,0	26,3	31,0	54,4
2-Firmanın Fiyat Rekabeti Düzeyi	4,0	7,0	4,0	7,0	4,0	7,0	21,0	36,8	24,0	42,1
3-Firma Gelirinin Yatırıma Dönüşme Düzeyi	7,0	12,3	6,0	10,5	10,0	17,5	13,0	22,8	21,0	36,8
4-Firmanın Yerel Piyasa Payı	7,0	12,3	4,0	7,0	8,0	14,0	14,0	24,6	24,0	42,1
5-Firmanın Ulusal Piyasa Payı	14,0	24,6	10,0	17,5	7,0	12,3	6,0	10,5	20,0	35,1
6-Optimum Sayının Üstünde Kobi Varlığı	8,0	14,0	9,0	15,8	8,0	14,0	12,0	21,1	20,0	35,1
7-Piyasadaki Tescil Edilmiş Marka Düzeyi	5,0	8,8	12,0	21,1	13,0	22,8	9,0	15,8	18,0	31,6
8-Rakip Firmalar Arası İletişim Ağının Varlığı	9,0	15,8	10,0	17,5	6,0	10,5	10,0	17,5	22,0	38,6
9-Üretim Destekleme Programlarının Varlığı	10,0	17,5	7,0	12,3	9,0	15,8	12,0	21,1	19,0	33,3
10-Rakip İşletmelere Karşı Rekabet Gücümüz Yüksektir.	5,0	8,8	7,0	12,3	6,0	10,5	14,0	24,6	25,0	43,9
11-Müşterilerimizden Yoğun Talep Gelirse, Ürün/Hizmet Standartlarımızı Değiştirebiliriz.	4,0	7,0	5,0	8,8	5,0	8,8	18,0	31,6	25,0	43,9
12-Şirketimiz Tüm İş Faaliyetlerinde Maliyet Azaltmaya Önem Verir.	4,0	7,0	6,0	10,5	4,0	7,0	25,0	43,9	18,0	31,6
13-Firmanız Patent, Faydalı Model Ve Markaya Önem Verir.	2,0	3,5	5,0	8,8	3,0	5,3	22,0	38,6	25,0	43,9
Ortalama	6,6	11,6	6,7	11,7	6,5	11,5	14,7	25,8	22,5	39,4

\*: Ölçek değerleri Çok Düşük (= 1), Düşük (= 2), Orta (= 3), Yüksek (= 4) ve Çok Yüksek (= 5)

Tablo 4.87'ye göre Zonguldak ili firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutunda yer alan on üç adet sorunun on üç tanesi yüksek (4) ve en yüksek (5) ölçek değeri düzeyindedir. Firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu sorularına verilen cevapların genel ortalamaları bakımından rekabet gücü %74 oranında yüksek çıkmıştır.

Tablo 4.88: Elmas modeli firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu: Karabük

İl	Karabük									
	1		2		3		4		5	
Ölçek değeri	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Boyutu	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1-Firmalar Arası Rekabetin Varlığı	5,0	8,1	4,0	6,5	6,0	9,7	30,0	48,4	17,0	27,4
2-Firmanın Fiyat Rekabeti Düzeyi	5,0	8,1	3,0	4,8	7,0	11,3	31,0	50,0	16,0	25,8
3-Firma Gelirinin Yatırıma Dönüşme Düzeyi	4,0	6,5	10,0	16,1	15,0	24,2	24,0	38,7	9,0	14,5
4-Firmanın Yerel Piyasa Payı	2,0	3,2	13,0	21,0	7,0	11,3	31,0	50,0	9,0	14,5
5-Firmanın Ulusal Piyasa Payı	9,0	14,5	17,0	27,4	16,0	25,8	14,0	22,6	6,0	9,7
6-Optimum Sayının Üstünde Kobi Varlığı	4,0	6,5	14,0	22,6	21,0	33,9	17,0	27,4	6,0	9,7
7-Piyasadaki Tescil Edilmiş Marka Düzeyi	7,0	11,3	15,0	24,2	14,0	22,6	20,0	32,3	6,0	9,7
8-Rakip Firmalar Arası İletişim Ağının Varlığı	10,0	16,1	15,0	24,2	14,0	22,6	18,0	29,0	5,0	8,1
9-Üretim Destekleme Programlarının Varlığı	8,0	12,9	16,0	25,8	15,0	24,2	16,0	25,8	7,0	11,3
10-Rakip İşletmelere Karşı Rekabet Gücümüz Yükseklerdir.	10,0	16,1	10,0	16,1	10,0	16,1	23,0	37,1	9,0	14,5
11-Müşterilerimizden Yoğun Talep Gelirse, Ürün/Hizmet Standartlarımızı Değiştirebiliriz.	2,0	3,2	2,0	3,2	8,0	12,9	36,0	58,1	14,0	22,6
12-Şirketimiz Tüm İş Faaliyetlerinde Maliyet Azaltmaya Önem Verir.	3,0	4,8	4,0	6,5	7,0	11,3	32,0	51,6	16,0	25,8
13-Firmanız Patent, Faydalı Model Ve Markaya Önem Verir.	4,0	6,5	5,0	8,1	8,0	12,9	29,0	46,8	16,0	25,8
Ortalama	5,6	9,1	9,8	15,9	11,4	18,4	24,7	39,8	10,5	16,9

Tablo 4.88'e göre Karabük ili firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutunda yer alan on üç adet sorunun on iki tanesi yüksek (4) ve en yüksek (5) ölçek değeri düzeyindedir. Firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu sorularına verilen cevapların genel ortalamaları bakımından rekabet gücü %69 oranında yüksek çıkmıştır. Bu bağlamda katılımcı firmaların tablodaki 1,2,3,4,6,7,8,9,10,11,12,13 firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutuna ilişkin verdikleri cevaplarda rekabet gücünün %76,3 oranında yüksek olduğu ortaya çıkmış, tablodaki 5. soruya verdikleri cevaplarda ise rekabet gücü %51,99 civarında çıkmıştır.

Tablo 4.89: Elmas modeli kamu ve paydaş destekleri boyutu: Bartın

İl	Bartın									
	1		2		3		4		5	
Ölçek değeri	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kamu ve paydaş destekleri boyutu	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1-Maliyet üstünlüğü sağlayan teşvikler vardır.	8,0	16,7	10,0	20,8	7,0	14,6	14,0	29,2	9,0	18,8
2-Nitelikli işgücü temini imkanı bulunmaktadır.	7,0	14,6	15,0	31,3	7,0	14,6	11,0	22,9	8,0	16,7
3-Vergi muafiyetleri vardır ve yeterlidir.	11,0	22,9	13,0	27,1	11,0	22,9	8,0	16,7	5,0	10,4
4-İhracat destekleri bulunmaktadır.	10,0	20,8	12,0	25,0	12,0	25,0	9,0	18,8	5,0	10,4
5-Dış ticaret engelleri azaltılmaktadır.	11,0	22,9	8,0	16,7	11,0	22,9	13,0	27,1	5,0	10,4
6-Üretim ve ticaret kolaylaştırıcı hukuki düzenlemeler vardır.	6,0	12,5	10,0	20,8	16,0	33,3	11,0	22,9	5,0	10,4
7-Mal ve piyasa çeşitlendirmesi teşvikleri bulunmaktadır.	6,0	12,5	11,0	22,9	15,0	31,3	8,0	16,7	8,0	16,7
8-Hibelere erişim düzeyi yüksektir.	13,0	27,1	10,0	20,8	8,0	16,7	11,0	22,9	6,0	12,5
9-İl dışına emek ve sermaye göçünü engelleyen tedbirler bulunmaktadır.	14,0	29,2	12,0	25,0	11,0	22,9	5,0	10,4	6,0	12,5
Ortalama	9,6	19,9	11,2	23,4	10,9	22,7	10,0	20,8	6,3	13,2

Tablo 4.89'a göre Bartın ili kamu ve paydaş destekleri boyutunda yer alan dokuz adet sorunun bir tanesi yüksek (4) değeri düzeyindedir. Kamu ve paydaş destekleri boyutu sorularına verilen cevapların genel ortalamaları bakımından rekabet gücü %44 oranında yüksek çıkmıştır. Bu bağlamda katılımcı firmaların tablodaki 1'inci kamu ve paydaş destekleri boyutuna ilişkin verdikleri cevaplarda rekabet gücünün %56 oranında yüksek olduğu ortaya çıkmış, tablodaki 2,3,4,5,6,7,8,9 sorulara verdikleri cevaplarda ise rekabet gücü %40 civarında çıkmıştır.

Tablo 4.90: Elmas modeli kamu ve paydaş destekleri boyutu: Zonguldak

İl	Zonguldak									
	1		2		3		4		5	
Ölçek değeri	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kamu ve paydaş destekleri boyutu										
1-Maliyet üstünlüğü sağlayan teşvikler vardır.	13,0	22,8	15,0	26,3	4,0	7,0	17,0	29,8	8,0	14,0
2-Nitelikli işgücü temini imkanı bulunmaktadır.	12,0	21,1	19,0	33,3	10,0	17,5	11,0	19,3	5,0	8,8
3-Vergi muafiyetleri vardır ve yeterlidir.	12,0	21,1	14,0	24,6	11,0	19,3	14,0	24,6	6,0	10,5
4-İhracat destekleri bulunmaktadır.	11,0	19,3	11,0	19,3	11,0	19,3	13,0	22,8	11,0	19,3
5-Dış ticaret engelleri azaltılmaktadır.	10,0	17,5	10,0	17,5	9,0	15,8	18,0	31,6	10,0	17,5
6-Üretim ve ticaret kolaylaştırıcı hukuki düzenlemeler vardır.	10,0	17,5	8,0	14,0	18,0	31,6	10,0	17,5	11,0	19,3
7-Mal ve piyasa çeşitlendirmesi teşvikleri bulunmaktadır.	10,0	17,5	11,0	19,3	8,0	14,0	19,0	33,3	9,0	15,8
8-Hibelere erişim düzeyi yüksektir.	16,0	28,1	13,0	22,8	8,0	14,0	14,0	24,6	6,0	10,5
9-İl dışına emek ve sermaye göçünü engelleyen tedbirler bulunmaktadır.	13,0	22,8	9,0	15,8	13,0	22,8	14,0	24,6	8,0	14,0
Ortalama	11,9	20,9	12,2	21,4	10,2	17,9	14,4	25,3	8,2	14,4

Tablo 4.90'a göre Zonguldak ili kamu ve paydaş destekleri boyutunda yer alan dokuz adet sorunun altı tanesi yüksek (4) ve çok yüksek (5) değeri düzeyindedir. Kamu ve paydaş destekleri boyutu sorularına verilen cevapların genel ortalamaları bakımından rekabet gücü %48 oranında yüksek çıkmıştır. Bu bağlamda katılımcı firmaların tablodaki 1,3,4,5,7,9 kamu ve paydaş destekleri boyutuna ilişkin verdikleri cevaplarda rekabet gücünün %51,4 oranında yüksek olduğu ortaya çıkmış, tablodaki 2,8 sorulara verdikleri cevaplarda ise rekabet gücü %37,5 civarında çıkmıştır.

Tablo 4.91: Elmas modeli kamu ve paydaş destekleri boyutu: Karabük

İl	Karabük									
	1		2		3		4		5	
Ölçek değeri	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kamu ve paydaş destekleri boyutu										
1-Maliyet üstünlüğü sağlayan teşvikler vardır.	17,0	27,4	23,0	37,1	5,0	8,1	9,0	14,5	8,0	12,9
2-Nitelikli işgücü temini imkanı bulunmaktadır.	16,0	25,8	24,0	38,7	10,0	16,1	9,0	14,5	3,0	4,8
3-Vergi muafiyetleri vardır ve yeterlidir.	17,0	27,4	24,0	38,7	8,0	12,9	8,0	12,9	5,0	8,1
4-İhracat destekleri bulunmaktadır.	14,0	22,6	19,0	30,6	14,0	22,6	11,0	17,7	4,0	6,5
5-Dış ticaret engelleri azaltılmaktadır.	12,0	19,4	20,0	32,3	15,0	24,2	10,0	16,1	5,0	8,1
6-Üretim ve ticaret kolaylaştırıcı hukuki düzenlemeler vardır.	13,0	21,0	25,0	40,3	10,0	16,1	9,0	14,5	5,0	8,1
7-Mal ve piyasa çeşitlendirmesi teşvikleri bulunmaktadır.	13,0	21,0	20,0	32,3	15,0	24,2	7,0	11,3	7,0	11,3
8-Hibelere erişim düzeyi yüksektir.	21,0	33,9	19,0	30,6	10,0	16,1	9,0	14,5	3,0	4,8
9-İl dışına emek ve sermaye göçünü engelleyen tedbirler bulunmaktadır.	13,0	21,0	21,0	33,9	15,0	24,2	6,0	9,7	7,0	11,3
Ortalama	15	24,4	22	34,9	11	18,3	9	14,0	5	8,4

Tablo 4.91'e göre Karabük ili kamu ve paydaş destekleri boyutunda yer alan dokuz adet sorunun hiçbirinde yüksek (4) ve çok yüksek (5) değeri düzeyinde üstünlük sağlamış seçenek bulunmamaktadır. Kamu ve paydaş destekleri boyutu sorularına verilen cevapların genel ortalamaları bakımından rekabet gücü %27,5 oranında yüksek çıkmıştır.

Tablo 4.92: Elmas modeli rekabet üstünlükleri

Fakör/il	Bartın	Zonguldak	Karabük
Faktör koşulları	60,00%	56,00%	48,00%
Talep koşulları	60,00%	64,00%	57,00%
İlgili ve destekleyici kuruluşlar	51,00%	59,00%	43,00%
Firma stratejisi, yapısı ve rekabet	81,00%	74,00%	69,00%
Kamu ve paydaş destekleri	44,00%	48,00%	28,00%
Ortalama	59,20%	60,20%	49,00%

Elmas Modeli değişkenlerine bağlı kalınarak yapılan saha çalışması neticesinde elde edilen veriler analiz edilmiş olup, çıktıları yukarıda paylaşılmıştır. Tablo 4.92'de elde edilen

çıktıların özeti şeklinde sunulan rekabet avantajına sahiplik yüzdeleri bulunmaktadır. Bu bağlamda elde edilen sonuçlara göre yüzdesel olarak en yüksekte en düşüğe rekabet avantajına sahip olan iller sırasıyla Zonguldak, Bartın ve Karabük şeklindedir.

Koşullar boyutunda analiz incelendiğinde temelinde üretimi aşamalarındaki ihtiyaçların ve girdilerin oluşturduğu Faktör Koşulları boyutunda Bartın ve Zonguldak ilinin Karabük iline göre daha yüksek bir potansiyele sahip durumdadır, ayrıca iç ve dış talebin ve talebi oluşturan istek ve ihtiyaçların oluşturduğu Talep Koşulları boyutunda ise Zonguldak ili diğer iki ile göre daha yüksek bir potansiyele sahiptir. İşletmenin lojistik, tedarik, bakım onarım hizmeti ve eğitim gibi hizmetlere erişebilirliğinin rekabetçilik yapısı üzerine etkisini ortaya koymaya yönelik olan İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar boyutunda ise Zonguldak ili alınan yanıtlar ve yapılan analiz neticesinde en yüksek rekabet endeksine sahip il olmaktadır. Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet boyutunda ise Bartın ili diğer iki ile karşı daha yüksek bir rekabet endeksine sahip olduğu görülmektedir. Yapılmakta olan mali yardım, teşvik ve her türlü kamu desteğinin ve üretim sahası içerisindeki tedarikçi ve alt ürün üreticilerinin birbiri ile iş birliğinin oluşturduğu Kamu ve Paydaş Destekleri boyutunda ise Zonguldak ili alınan yanıtlar sonrası yapılan analizde diğer illere göre daha yüksek bir rekabet endeksine sahip olduğu görülmüştür.

Bununla birlikte değerlerin tüm illerde %60 ile 49 arasında yer alması kalması rekabetçilik açısından bölge illerinin oldukça önemli bir desteğe ihtiyaç duyduklarını, ayrıca yapılacak olan destek ile girişimlerde olumlu etkilerin ortaya çıkma ihtimalinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Analiz sonucunda ağır sanayi ve sektörel potansiyele sahip olan Karabük İlinin %49 ile bölge illerinin tümünün altında ve en düşük rekabetçilik katsayısına sahip olması bölgede Karabük'teki potansiyelin reorganizasyonuna, günün şartlarına uygun bir yapılanmaya ve gerekirse yer seçimi noktasında geleceğe yönelik yatırımlarında rekabetçilik katsayısı yüksek olan diğer illere doğru kaydırma yapılması gerektiğini göstermektedir.

Diğer yandan görece olarak rekabetçilik katsayısı yüksek olan Zonguldak ili ile Bartın ili katsayılarının sadece %1 oranında fark bulunması her iki ilin gelecekte birbirine yakın ve birbiri ile yoğun bir rekabet içinde olacaklarını göstermektedir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sanayi devrimi, 1929 Dünya Ekonomik Buhranı ve İkinci Dünya Savaşı gibi ekonomik dinamikleri tetikleyen, krize sokan ve düzeni bozan olayların peş peşe yaşanması, dünya üzerinde sosyoekonomik dengeleri altüst etmiştir. Bir tarafta zenginlikler, lüks ve şatafat içerisinde olan burjuva kesimini ortaya çıkaran ekonomik düzen, diğer tarafta da açlık ve yoksulluk içerisinde üretim çarklılarını döndürmek için, deyim yerindeyse karın tokluğuna çalışmak zorunda olan bir alt kesimi oluşturmuştur. 1980'li yıllara gelindiğinde küreselleşmenin etkisi ile artan üretim ve uluslararası ticaret ile bireyde başlayan bu farklar, zamanla şehirlere, bölgelere ve ülkelere kadar yayılmıştır. Sanayileşmiş şehirlerin/bölgelerin kırsaldan aldığı göç, başta tarımı, nüfusu ve yaşam standartlarını düşürmüş, göç alan şehirlerin ise sosyal ve ekonomik alt yapıları değişmiş, nüfusları artmış ve metropoller ortaya çıkmıştır. Metropolleşen ve büyüyen şehirler/bölgeler daha fazla yatırım almaya ve daha çok göç almaya devam etmiştir. Bu bozulmakta olan düzen, yöneticileri sorunu gidermeye yönelik politikalar üretmeye zorlamış ve 20.yy'dan günümüze kadar bütün dünya devletlerinin en önemli sorunlarından biri kalkınma olmuştur. Uluslararası ticaret ve gelişen teknoloji ile ortaya çıkan küreselleşme olgusu beraberinde rekabeti doğurması ve bu rekabet ortamında kalkınma yapısını ulusal bazdan yerel baza indirgemeye sebep olmuş, bununla birlikte Bölgesel Kalkınma (BK) kavramı önem kazanmıştır. Ayrıca süregelen zaman içerisinde sanayisini geliştirmiş, üretimini arttırmış ve uluslararası ticarete söz sahibi olan ülkelere Gelişmiş Ülkeler, sanayi hareketlerini tamamlayamamış, üretimde dışa bağımlılığı devam eden ve ithalatı ihracatından fazla olan ülkeler ise Gelişmekte Olan Ülkeler veya Geri Kalmış Ülkeler olarak sınıflandırılmışlardır.

Bölgesel Kalkınma, temelinde bölgeler arası gelişmişlik farklarını ortadan kaldırmak olan kavramın, asıl amacı ulusal kalkınmaya hizmet etmektedir. Bireyden, bütüne bir şekilde kalkınmayı ve gelişmeyi amaçlayan bir sistemdir. Bu sistemin çarklıları genelde devlet kontrolü ile sağlandığı düşünülse de aslında temelde bireyden başlayan bir çaba ile harekete geçmektedir. Bireylerin öncelikle maksimum karlılığı hedefledikleri düzenin içerisinde, yerel ve ulusal rakipleri ile rekabet ortamını oluşturmaları ve verimliliklerini de bu düzeyde geliştirmeleri gerektiğinin bilincindedirler. Bu bağlamda rekabet olgusu içerisinde yapılan her bir üretimin rakibinden daha düşük maliyetle gerçekleşmesi ve karlılığının artması, başlangıçta yerel akabinde ise ulusal kalkınmaya katkı sağladığı bir gerçektir. Firmaların

birbirleri ile başlayan rekabeti, firmaların yoğunlaştığı şehirlerin rekabetine, rekabet üstünlüğü sağlayan şehirlerin ise çevre il ve ilçelere sağladığı katkı neticesinde bölgelerin rekabet seviyesine etki etmektedir. Bölgesel rekabet üstünlüğünün oluştuğu takdirde ise ulusal kalkınma ve büyüme kaçınılmazdır.

Rekabet gücü, tanımının net cümleler ile ifadesi mümkün olmayan ancak işleyiş mantığının üretilen ekonomik değere sahip çıktının, aynı üretimi yapan farklı bölgelerdeki üreticilerden daha düşük maliyetle üretip, daha karlı bir şekilde satma becerisidir. Ancak rekabet gücü firma bazlı incelendiğinde tanımlanmasının pek mümkün olmadığı görülmektedir çünkü kimi firma için rekabet gücü ürettiği ürün miktarı ile doğru orantılıyken, diğer bir firma için ise ürettiği ürüne sağladığı katma değer ile doğru orantılıdır. Nitekim bundan sebep rekabet gücünün ölçümü üzerine de kesin kurallara sahip formül ya da yöntemler bulunmamaktadır. Ancak literatür incelendiğinde M. Porter (1990), geliştirdiği elmas modeli ile rekabetçiliği firma ve sektör bazında ölçme amacıyla çalışmalar yapmıştır. Bu model, ülkenin nitelikli işgücü, ülkedeki endüstriyel ürünlere olan talep, ülkede küresel piyasada rekabet eden endüstriyi destekleyen yan endüstrilerin oluşumu, firmalar arası rekabet ve devlet desteğini içermektedir. Tez çalışması kapsamında, M. Porter'ın elmas modeli temel alınmış olup, yapılan analiz ve incelemeler bu bağlamda gerçekleştirilmiştir. Öncelikle sektörel farkları ve gelişmişlikleri belirlemek amacıyla Bartın, Karabük, Zonguldak ve TR81 Bölgesi'ne üç yıldız analizi uygulanmış olup akabinde hazırlanan anket ile 3 ilde saha çalışması yapılmış ve elde edilen veriler temel alınan "Elmas Modeline uygun bir şekilde analiz edilmiştir.

Tez çalışması aşamasında yapılan Üç Yıldız analizinde Bartın ilinin TR81 illeri arasında yapılan Nace Rev 2 kodlu sektörlerde faaliyet gösteren işletme ve istihdam sayılarının kıyaslanması sonucu elde edilen çıktılarla üç yıldız (olgun sektör) alan sektörler belirlenmiştir. TR81 bölgesi illeri arasında 8 sektörde Bartın ilinin rekabet avantajı olduğu görülmüş ve katma değer üretebilme açısından yönlendirilmeye ve yatırıma açık olan sektörlerin avantaj ve dezavantajları öne çıkarılmıştır. Yapılan analiz neticesinde Bartın'da genellikle plastik, kauçuk hammaddeleri ile yapılan imalatlar, vitrifiye, tuğla ve çimento imalatı ve ahşap, kereste ve mobilya üzerine yapılan imalatlar rekabet avantajı taşıyan ve gelecek vaat eden sektörler olarak belirlenmiştir. Yapılacak olan politik planların Bartın özelinde belirlenen sektörlerle yönelik yapılması ayrıca reklam ve pazarlama çalışmaları ile sektörlerin ulusallaşmasına ve Bartın ile birlikte bölgenin kalkınmasına katkı sağlayacağı görülmüştür. TR81Bölgesinin genelinde bir doğa turizmi alt yapısı olmasına rağmen

Bartın'da, Amasra gibi tarihi bir yapıya sahip, İnkümu ve Güzelcehisar gibi doğal yapısı bozulmamış bölgelerinin olması turizm konusunda da Bartın'ı avantaja sahip kılmaktadır. Ayrıca son 2 yıldır Amasra limanına olan Cruise gemilerinin ilgisi yerli turistlerin yanı sıra yabancı turist içinde Bartın'ı cazibe merkezi kılmıştır. Bunun yanı sıra genellikle aile işletmeleri olan, resmi kayıtlar altında işçi çalıştırmayan (günlük yevmiyeci olarak çalışan işçiler) ve matematiksel olarak pek bir anlam ifade etmeyen bir sektör olsa da geleneksel bir biçimde yapılan ahşaptan yat ve tekne imalatı, katma değeri ve istihdam katkısı çok yüksek bir sektör olarak Bartın'da faaliyet göstermeye devam etmektedir. Bu bağlamda sektöre yapılacak olan yatırımlar, teknolojik alt yapılarının geliştirilmesi, işçi ve işveren desteklerinin artırılması, gerekli ekipman desteği ve en önemlisi tanıtım ve reklam desteği sonucunda dünyada sektörün kalbi olabilecek potansiyele sahip bir bölge oluşturulması mümkündür.

Tez çalışması aşamasında yapılan Üç Yıldız analizinde Karabük ilinin TR81 illeri arasında Nace Rev 2 kodlu sektörlerde faaliyet gösteren işletme ve istihdam sayılarının kıyaslanması sonucu elde edilen çıktılarla üç yıldız (olgun sektör) alan sektörler belirlenmiştir. TR81 bölgesi illeri arasında 5 sektörde Karabük ilinin diğer illere kıyasla rekabet avantajına sahip olduğu görülmüş ve katma değer üretebilme açısından yönlendirmeye ve yatırıma açık olan sektörlerin avantaj ve dezavantajları öne çıkarılmıştır. Yapılan analizler neticesinde Karabük ilinin ağırlıklı olarak Demir-Çelik Sanayii'nin faaliyet kollarındaki sektörlerde uzmanlaşma ve verimliliği söz konusudur. Cumhuriyetin ilk yatırımları ile bölge üzerindeki ağır sanayinin canlanması ve Karabük Demir Çelik Fabrikasının kurulması, Karabük'ü bölgede avantaj sahibi yapmaktadır. Ayrıca Zonguldak taşkömürüne ve Batı Karadeniz limanlarına olan yakınlığı bölgede yapılacak olan üretimi tercih edilebilir kılmıştır. Şehrin tarihi ve ticari yapısının ekonomik faaliyetleri ve gelişmişliği üzerine etkisi aşikardır. Bu bağlamda Karabük ilinin ağır sanayi sayesinde olan gelişmişlik seviyesinin ve avantajının çevre illere de yayılması ve üretim faaliyetlerinin ulusal şirketler tarafından yönetilmesi, bölgedeki mikro ekonomik dengelere olumlu etki etse de makro bazda düşünüldüğünde istatistiksel bir faydanın sağlanmadığı görülmektedir. Şirket merkezi Karabük olan ve yapılan ticaretin sonucu kazanılan paranın bölge içerisinde kalmasını sağlayacak olan şirketlerin desteklenmesi gerekmektedir. Reel refahın sağlandığı ancak istatistiksel refahın sağlanmadığı bölgede yapılması beklenen yatırımlar ve girişim sayıları, beklentiyi karşılamayacaktır. Ayrıca Karabük'te bir Osmanlı mirası olarak görülen ve geleneksel yöntemler ile üretim hayatını sürdürmeye devam eden sektör olarak, Deri Giyim Eşyası İmalatı sektörü de faaliyet

göstermektedir. Her ne kadar ticari hacmi düşük ve verimli üretim sağlanmasa da sektöre yapılacak olan yatırımlar neticesinde, elde edilecek sonuç dünyada ve ülkemizde deri giyim eşyalarının imalatında verimli üretimi sağlamış sektör olması ile sonuçlanacaktır. Dünyada Güney Kore, ABD ve Arjantin gibi ülkelerde ilgili sektördeki dış ticaret hacimleri düşünüldüğünde, sektöre yapılacak olan yatırımın karşılığını vereceği görülmektedir.

Tez çalışması aşamasında yapılan Üç Yıldız analizinde Zonguldak ilinin TR81 Bölgesi illerinin arasında Nace Rev 2 kodlu sektörlerde faaliyet gösteren işletme ve istihdam sayılarının kıyaslanması sonucu elde edilen çıktılarla üç yıldız (olgun sektör) alan sektörler belirlenmiştir. TR81 bölgesi illeri arasında 20 sektörde Zonguldak ilinin diğer illere kıyasla rekabet avantajına sahip olduğu görülmüş ve katma değer üretebilme açısından yönlendirmeye ve yatırıma açık olan sektörlerin avantaj ve dezavantajları öne çıkarılmıştır. Genel yapılarıyla bakıldığında Zonguldak ilinde önde gelen sektörlerin, madencilik faaliyetleri, ahşap ve ağaç üzerine yapılan imalatlar, plastik ve kauçuk ile yapılan imalatlar, beton, çimento ve tuğla gibi inşaat malzemelerinin imalatı, iç ve dış ticarete yönelik faaliyetler ve doğalgaz çıkarımı olarak sınıflandırmak mümkündür. İlgili sektörlerin katma değer üretme oranı ve dış ticaret hacimleri oldukça yüksek ve karlı olduğundan Zonguldak ilinin ticari bakımdan gelişmişlik düzeyi ve rekabetçi yapısı diğer bölge illerine nazaran daha yüksektir. Zonguldak ili özelinde yapılacak olan çalışma ve planların ilgili sektörlerle yönelik olarak yapılması, ilde geliştirilecek olan ekonomik ve sosyal refah ile bölgesel ve ulusal kalkınmaya vereceği katkıyı arttırmak mümkün olacaktır. Ayrıca ulusal bazda avantaja sahip olduğu sektörlerden biri olan doğalgaz çıkarımı, Karadeniz gazının Zonguldak sınırları içerisinde çıkarılması ve depolanması ile büyük yatırımlara ve girişimlere ev sahipliği yapmasına sebep olmuştur. Ulusal bazda dışa bağımlılığı azaltacak olan ve ülkemizin en önemli enerji kaynaklarından birine sahip olan bölgenin ilgili sektör ve alt sektörlerinin bölgede gerekli politik ve stratejik destekler sunulması ile ulusal kalkınmaya pozitif etki etmesi beklenmektedir. Ayrıca Türkiye'nin en büyük limanına ev sahipliği yapan Zonguldak ilinin, bölgede oluşturulması hedeflenen misyon ve vizyonu doğrultusunda, reklam ve pazarlama çalışmaları ile Ereğli'den Filyosa, Filyos'tan Kurucaşile limanına kadar kullanım alanı bulunan liman potansiyeli, endüstriyel ve turistik faaliyetlerde rekabet avantajı taşımaktadır. Nitekim mevcut ekonomik rekabet avantajı bulunan sektörler üzerinde Zonguldak ilinde tersane, ahşap gemi imalatı ve denizcilik faaliyetleri üzerine oluşturulacak girişim ve yatırımlara yönelik ekstra bir politikanın bölgenin denizcilik faaliyetleri üzerinde kümelenmesine, etkin ve verimli üretim yapmasına teşvik olacaktır.

Tez çalışması aşamasında yapılan Üç Yıldız analizinde TR81 bölgesinin ülke genelinde Nace Rev 2 kodlu sektörlerde faaliyet gösteren işletme ve istihdam sayılarının kıyaslanması sonucu elde edilen çıktılarla üç yıldız (olgun sektör) alan sektörler belirlenmiştir. TR81 bölgesinin ülke genelinde rekabet avantajına sahip, üç yıldız alan 5 sektör olduğu belirlenmiş olup, bu sektörlerin katma değer üretebilme açısından yönlendirilmeye ve yatırıma açık sektörler olduğu görülmüştür. Analiz sonucu belirlenen sektörlerin avantajları ve dezavantajları ortaya koyulmuştur. TR81 bölgesinde rekabet avantajına sahip sektörler ağaç ürünleri imalatı, ana metal sanayii, doğalgaz çıkarımı, taşocağı faaliyetleri ve madencilik faaliyetleridir. Bölgenin coğrafik ve jeolojik imkanları ilgili sektörlerdeki uzmanlaşma ve ekonomik gelişimin alt yapısını oluşturmaktadır. Ormanlarındaki çeşitliliği ve yoğunluğu ağaç ürünleri imalatındaki uzmanlaşmasına, taşkömürünün ana vatanı olması taş kömürü madenciliğinde ve ana metal sanayinin gelişiminde, jeolojik yapısı taş ocağı faaliyetlerinde uzmanlaşmasına ve rekabet avantajı kazanmasına sebep olmaktadır. Aynı zamanda Karadeniz gazının TR81 bölgesi sınırları içerisinde keşfi ve depolanması, doğalgaz çıkarımı sektöründe de bölgenin önemini ve popüleritesini arttırarak, yatırım ve girişimlere ev sahipliği yapmasına neden olmuştur. Bölgede zaten oturmuş olan, verimli üretimin yapıldığı ana metal sanayi, taş kömürü madenciliği ve ağaç ürünleri imalatı gibi sektörlerden ziyade, halen daha bir yandan gaz çıkarımı süren, bir yandan da gaz sahasının içerisinde bulunduğu limanın inşaatının sürdüğü sektörde, doğalgaz üzerine yapılacak olan girişimler ve yatırımların karlılık seviyelerinin yüksek ve katma değer üretme oranının yüksek olacağı öngörülmektedir. Bölgede dünyanın en büyük limanlarından birinin inşa edilmesi, denizcilik faaliyetlerinde bölgenin ilgi odağı olacağı, ayrıca limanın ilgili sektörlerinin ve tedarik zincirinin de bölgede yatırım alacağı öngörülmektedir.

Üç Yıldız analizi sonrasında Bartın, Karabük ve Zonguldak illerinde yapılan saha çalışması ile halkın rekabet olgusuna yaklaşımını ve M. Porter'ın Elmas Modeli esas alınarak rekabetçi yapı ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda yapılan saha çalışmasından elde edilen çıktılarda maksimum değerlere bakıldığında; Katılımcıların demografik ve işletme bilgileri değerlendirildiğinde, cinsiyet dağılımı açısından erkek katılımcıların çoğunlukta olduğu, işletmedeki konumlarına bakıldığında çoğunluğun işletme sahibi olduğu, eğitim seviyesi incelendiğinde katılımcıların çoğunluğunun üniversite mezunu olduğu, yaş dağılımına göre katılımcıların 41-50 yaş aralığında olduğu, işletmelerin hukuki statüsü incelendiğinde çoğunluğun limited şirketi olduğu belirtilmiştir. İşletmelerin sektörde faaliyet gösterme süreleri çoğunlukla 5-10 yıl aralığında olduğu, personel sayısı açısından işletmelerin 1-20

personel çalıştırdığı, işletmelerde çalışanların yaş ortalamasının 34-41 yaş aralığında olduğu belirtilmiştir. Firmanın yıllık cirosu incelendiğinde işletmelerin çoğunluğunun 20.000.000 TL üzerinde olduğu, sektördeki ortalama aylık ücret getirisi açısından 20.001-25.000 TL aralığında olduğu, kapasite kullanım oranı incelendiğinde işletmelerin %70+ verimlilikle üretim yaptığı belirtilmiştir. İşletmelerin bulunduğu yer açısından çoğunlukla yerleşim alanında bulunmaktadır.

Yapılan saha çalışmasında Elmas Modeli değişkenlerine yönelik hazırlanana sorulara verilen cevaplara ki kare testi uygulanmış olup, işletme ve katılımcı bilgilerinde ayırt edici olan sorular ile aralarındaki ilişki analiz edilmiş olup elde edilen çıktılar yorumlanmıştır. Bu bağlamda faktör koşulları ile işletme statüsü arasındaki ilişki incelendiğinde 9 sorudan 2 tanesinde anlamlı değişiklik olduğu görülmüştür. Talep koşulları ile yıllık ciro arasındaki ilişki incelendiğinde 8 değişkenden 4'ünde anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. İlgili ve Destekleyici Kuruluşlar Boyutu ile işletmenin bulunduğu yer arasındaki ilişki incelendiğinde 8 değişkenden 3 tanesinde anlamlı farklılık olduğu görülmüştür. Firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu ile faaliyet süresi arasındaki ilişki incelendiğinde 13 değişkenden 3 tanesinde anlamlı farklılığın olduğu görülmüştür. Kamu ve paydaş destekleri ile işletmedeki konum arasındaki ilişki incelendiğinde 9 değişkenden 6 tanesinde anlamlı farklılığın olduğu ve 3 tanesinde de anlamlı farklılık sınırında olduğu görülmüştür.

Yapılan çalışma kapsamında, Zonguldak Bartın ve Karabük İllerinin bulunduğu Batı Karadeniz Bölgesindeki rekabet gücü mukayesesi yapılırken öncelikle üç yıldız analizi yapılmış olup, analiz sonucuna göre toplamda Zonguldak ilinde 20, Bartın ilinde 8 ve Karabük ilinde 5 sektör büyüklük, yoğunluk ve uzmanlaşma boyutları itibarıyla üç yıldız olarak tam anlamıyla sektörel rekabet avantajına sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla üç yıldız analizi temel alınarak yapılan incelemeler sonucunda Zonguldak ili en yüksek yıldızla en yüksek sektörel rekabet gücüne sahip il olarak bulunurken, Karabük en düşük üç yıldızla sahip olarak, Bartın ilinin de arkasında son sırada sektörel rekabet gücünde saf bulunmuştur. Daha sonra M. Porter'ın elmas modeli temel alınmış, analiz ve incelemeler bu bağlamda gerçekleştirilmiştir. Rekabet olgusuna firmaların yaklaşımlarını ve göreceli rekabet gücü yüzdelelerini belirlemek üzere yine M. Porter'ın elmas modeli temelli rekabeti etkileyen faktörler konusundaki görüş düşünce ve kanaatlerini ölçmek amacıyla Bartın, Karabük, Zonguldak illerinde ampirik araştırma yapılmış ve anket sonucunda ve elde edilen veriler modele uygun bir şekilde analiz edilmiş olup, elmas modeli analizi bulgularının tıpkı

üç yıldız analizinin bulgularına benzer sonuçlar elde edilmiştir. Bu her iki analiz sonucu da birbirini teyit ve tasdik etmiştir. Yapılan iki analiz sonucunda da ortaya çıkan sonuçlar neticesinde rekabetçilik yüzdesine bağlı olarak iller rekabet gücü yüksek olandan düşüğe olacak şekilde sıralanmıştır. Buna göre FK'na göre en yüksek rekabet gücü %60 oranında Bartın iline aitken, TK boyutunda ise %64'lük bir oranla en yüksek rekabet gücü Zonguldak iline ait olduğu çıkmıştır. Yine İDKB ve KPDB'na göre sırasıyla %59 ve %48 oranında rekabet gücü ile en yüksek oranlara Zonguldak ili sahipken, FSYRB'nda ise %81'lik bir rekabet gücü ile en yüksek oran Bartın'a aittir. Bu bağlamda ağırlıklı ortalamalara bakıldığında Zonguldak ili %60,2 oranıyla en yüksek rekabet gücüne sahipken, Bartın ili %59,2 ve Karabük ili ise %49 oranında rekabet gücüne sahiptir.

Sonuç olarak yapılan üç yıldız analizi ve elmas modeli analizi neticesinde hem sektörel rekabet avantajı hem de rekabet gücü oranları birbirini tasdik ve teyit etmektedir. Her iki analiz sonucunda da rekabet gücü yüksekten düşüğe doğru sıralaması Zonguldak, Bartın ve Karabük şeklinde yapmak mümkündür. Yapılan saha çalışması ile M. Porter'ın Elmas Modeli değişkenleri de ilgili sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin; faktör koşulları, talep koşulları, ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu ve firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutunun rekabetçilik üzerinde arttırıcı bir etkiye sahip olduğunu; kamu ve paydaş desteklerinin ise yeterli derecede ulaşılabilir olmadığından ötürü rekabetçiliğin üzerinde olumsuz etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur.

Politika üreticilerine öneri olarak ulusal bazda incelendiğinde TR81 Bölgesinde rekabet avantajına sahip sektörler, katma değer üretebilen ve ağır sanayiye dayalı sektörlerdir. Bu bağlamda il bazlı yapılacak olan yatırımların Zonguldak ilinde halihazırda etkin ve verimli üretim yapan sektörlerden ziyade, inşası devam etmekte olan ve ulusal bazda Türkiye'nin en büyük limanlarından biri olma özelliğini taşıyan, Filyos Limanına sahip olmanın avantajı kullanılarak denizcilik ve Petro-Kimya sektörleri ile lojistik sektörüne yapılması, bu ana sektörlerin ve alt sektörlerinin desteklenmesi gerekmektedir. Bartın ilinde ise, zengin ağaç çeşitliliğine sahip ormanlara sahip olması avantajı kullanılarak ağaç ürünleri imalatı sektörü, bu bağlamda ihmal edilen ahşap yat ve tekne ile entegre sanayi imalatı sektörü yüksek bir rekabet gücü üstünlüğüne sahip bulunmaktadır. Ayrıca ilde tam anlamıyla etkin ve verimli üretime sahip olmayan, ancak kümelenme ve küreselleşme potansiyeline sahip olan sayacılık sektörüne yatırım yapılması büyük önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra bacasız sanayi olarak bilinen turizm sektörü, Bartın'da gelecek vaat eden sektörlerdendir. Akdeniz

ve Ege'nin balonlaşmış yapısının, fiyat pahalılığı, mülteci sorunu ve konaklama yetersizliği düşünüldüğünde gelecekte bugünün Ege'sinin gördüğü ilginin Batı Karedeniz kıyılarına kayması kaçınılmazdır. Bu bağlamda Bartın'da yüksek eko-turizm potansiyeli dikkate alınarak otel, acente ve turizm ile ilgili diğer sektörlerle yönelik yapılacak olan yatırım, teşvik ve reklamların sonucunda pozitif katma değer ve istihdam olarak hem ile, hem bölgeye hem de ülke ekonomisine geri dönecektir. Karabük ilinde ise hali hazırda demir çelik sektöründeki uzmanlaşması şehrin ağır sanayi ile iç içe olmasına sebep olmuştur. Ancak şehirde geleneksel olarak devam etmekte olan deri giyim eşyası üretimi sektörü, gerekli teşvikler ve yatırımlar ile markalaşmaya ve ulusallaşmaya sebep olabilir. Bu bağlamda yapılacak olan yatırımların Karabük ilinde ilgili sektöre yönelik yapılması önem arz etmektedir.

## KAYNAKLAR

- Aktan, C. C. (1999), Global Ekonomik Entegrasyon ve Türkiye, *D Ticaret Dergisi*, Ocak, <http://www.foreigntrade.gov.tr/ticaret/dtdergi/ocak99/global>. (20.07.2024).
- Aktan, C. C. ve Vural, Y. İ. (2004). *Rekabet Gücü ve Türkiye*, Ankara: TİSK Yayınlar.
- Alada, D. (2000). *İktisat Felsefesi ve Belirsizlik*, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Alıber, R. Z. (1993). *The Multi-National Paradigm*, Cambridge MA: MIT Press.
- Alkin, K., Bulu, M. ve Kaya, H. (2007). İller arası rekabet endeksi: Türkiye'deki illerin rekabetçilik seviyelerinin göreceli olarak ölçülebilmesi için bir yaklaşım. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (11): 221–235.
- Alsaç F. (2010). *Bölgesel Gelişme Aracı Olarak Kümelenme Yaklaşımı ve Türkiye için Kümelenme Destek Modeli Önerisi*. Uzmanlık Tezi, DPT, 189 s.
- Altıparmak, Y. D. D. A. ve Özdemir, A. İ. (2005). Sosyo-Ekonomik Göstergeler Açısından İllerin Gelişmişlik Düzeyinin Karşılaştırmalı Analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 0 (24): 97-110.
- Arda M. ve Filiztekin A. (2009). *Türkiye İçin Bir Rekabet Endeksi*, EDAM ve DELOITTE Ortak Yayın.
- Arda M.ve Filiztekin A. (2009). *Türkiye İçin Bir Rekabet Endeksi*, EDAM ve DELOITTE Ortak Yayın.
- Arslan, A. ve Türkmen, A. (2023). Türkiye'de Kalkınma Politikaları ve Bölgesel Kalkınma Planlarının Dönüşümü. *Toplum Ekonomi ve Yönetim Dergisi*, 4 (Özel): 254-272.
- Arslan, K. (2005). Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Etkin Bir Araç: Bölgesel Planlama ve Bölgesel Kalkınma Ajansları. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7.
- Atiyas, İ. (2000). Rekabet Politikasının İktisadi Temelleri Üzerine Düşünceler, *Rekabet Dergisi*, 1 (Ocak), 25-46.
- Aydemir Z. C. (2002). *Bölgesel Rekabet Edebilirlik Kapsamında İllerin Kaynak Kullanım Görece Verimlilikleri: Veri Zarflama Analizi Uygulaması*, Uzmanlık Tezi, Ankara: DPT, 203 s.
- Bachtler J. ve Yuill, D. (2001). Policies and Strategies for Regional Development: A Shift in Paradigm?, *University of Strathclyde-European Policies Research Center, UK*.
- Bank Of England (1982). *Measures of Competitiveness*, Bank of England Quarterly
- Beata K. B. ve Kuziemska-Pawlak, K. (2016). *Competitiveness and export performance of CEE countries*. Economic Institute Warsaw: NBP Working.

- Beceren, E. (2004). Bölgesel Rekabet Gücü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (2): 279-302.
- BEGG, I. (1999). Cities and Competitiveness, *Urban Studies*, 36 (5-6): 795-809.
- Bournakis I. ve Tsoukis C. (2013). *Government size, institutions, and export performance among OECD economies*, Middlesex University Research Repository, 1-47.
- Bowen, H. P. (1985). *U. S. Comparative Advantage: A Review of Theoretical and Empirical Literature, Report of the President on U. S. Competitiveness*, US Department of Labor, Washington, D. C.: US Government Printing Office.
- Bowen, H. P.; E. E. Learner ve L. Sve Kauskas (1987). Multicountry, Multifactor Test of The Factor Abundance Theory. *American Economic Review*, 77-5.
- Bulu, M., Eraslan, H. ve Şahin Ö. (2010). Elmas (Diamond) Modeli ile Ankara Bilişim Kümelenmesi Rekabet Analizi” Osmangazi Üniversitesi Kongre Bildirisi, <http://iibf.ogu.edu.tr/kongre/bildiriler/04-01.pdf> (10.06.2024).
- Carlin W., Glyn A. ve Reenen J. V. (2001). Export market performance of OECD countries: empirical examination of the role of cost competitiveness. *Economic Journal*, 111 (468): 128-162.
- Ceyhan, M. S. ve Özcan, S. Ö. (2018). Bölgesel Kalkınmada Kümelenmelerin Rolü: Bartın İli Ayakkabıcılık Sektörü Örneği. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (1): 141-163.
- Ceyhan, M. S. ve Özcan, S. Ö. (2018). Bölgesel Kalkınmada Kümelenmelerin Rolü: Bartın İli Ayakkabıcılık Sektörü Örneği. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (1): 141-163.
- Ciampi, C. A. (1995). Enhancing European Competitiveness, First Report to President of the Commission the Prime Ministers and Heads of State.
- Çelebi Zengin, E. ve Sağır, H. (2019). Rekabet Gücü Kapsamında Dünyadaki ve Türkiye’deki Kentlerin Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22 (2): 867-889.
- Çiftçi, H. (2002). *Rekabetin Gücü V: Diamond Modeli*, Alkım Yayın, Activeline Gazetesi no: 25.
- Çivi E. (2001). Rekabet Gücü: Literatür Araştırması, *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 8 (1-2).
- Çoban, O. ve Çoban, S. (2004). Globalleşme Endeksiyle Türkiye’nin Rekabet Gücünün Ölçülmesi: Ab Ülkeleriyle Bir Karşılaştırma, 1970-2001, *Manas Üniversitesi, SBE. Dergisi*, 10, 14.
- D. J. Bogue (1949). The Structure of the Metropolitan Community a Study of Dominance and Sub-dominance, *Ann Arbor*.

- Dinler, Z. (2020). *Bölgesel İktisat Genel Olarak ve Türkiye’de Bölgeler Arası Gelişmişlik Farklarının Ortaya Çıkışı ve Azaltılmasına Yönelik Politikalar*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Doğan, S. ve Yıldız, Z. (2007). Bölgesel kalkınma, turizmin ilişkisi ve göller bölgesi kalkınmasında alternatif turizm potansiyelinin kullanılabilirliğine yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (6): 147-182.
- Dosı, G. (1982). Technological Paradigms and Technological Trajectories: A Suggested Interpretation of The Determinants and Directions of Technical Change Research Policy, no:11.
- DPT (1963). *Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı* (1963-1967), Ankara.
- DPT (1968). *İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı* (1968-1972), Ankara.
- DPT (1973). *Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı*, Ankara.
- DPT (1979). *Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı* (1979-1983), Ankara.
- DPT (1985). *Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı* (1985-1989), Ankara.
- DPT (1990). *Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı* (1990-1994), Ankara.
- DPT (1996). *Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı* (1996-2000), Ankara.
- DPT (2001). *Sekizinci Kalkınma Planı* (2001-2005), Ankara.
- DPT (2007). *Dokuzuncu Kalkınma Planı* (2007-2013), Ankara.
- DPT-Devlet Planlama Teşkilatı. (1996). İllerin ve bölgelerin sosyoekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması.
- DPT-Devlet Planlama Teşkilatı. (2003). İllerin ve bölgelerin sosyoekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması. Yayın No: 2671.
- Dubarle, P. (2003). Competitiveness in Metropolitan Regions, OECD Seminar on Policy Challenges in Metropolitan Regions, Busan.
- Dunning, J. H. (1993). Internationalizing Porter s Diamond Management. *International Review*, 3 (Özel Sayı): 2.
- Durand, M. ve C. Giorno (1987). Indicators of International Competitiveness: Conceptual Aspects and Evaluation, *OECD Economic Studies*.
- Ecorys. (2004). The Competitiveness of Places and Spaces, A Position Paper, Brussels, [http://www.ecorys.com/competitiveness/resources/ ECORYS\\_Position\\_Paper.pdf](http://www.ecorys.com/competitiveness/resources/ ECORYS_Position_Paper.pdf) (10.04.2024).

- EDAM (Ekonomi ve Dış Politika Araştırmalar Merkezi). (2009). Türkiye İçin Bir Rekabet Endeksi Raporu.
- Ekinci Hamamci, E. D. (2019). Türkiye’de bölgesel rekabet edebilirlik. *İstanbul İktisat Dergisi- Istanbul Journal of Economics*, 69 (1): 67-101.
- Elma, M. (2019). *Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi: Teori ve Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 55 s.
- Elmas Arslan, G. (2014). Ekonomik Büyüme, Kalkınma ve Gelir Dağılımı. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2): 45-52.
- Eraydın, A. (2004). Bölgesel Kalkınma Kavram, Kuram ve Politikalarında Yaşanan Değişimler, Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu (KEAS), Cilt-I, Devlet Planlama Teşkilatı, Pamukkale Üniversitesi, Ankara, 126-146.
- Eraydın, A. (2004). *Yeni Sanayi Odakları: Yerel Kalkınmanın Yeniden Kavramlaştırılması*, Ankara: ODTÜ Mimarlık Fakültesi Matbaası.
- Erbaş, S. (2011). Dünya’da ve Türkiye’de Kalkınma Ajansları: Türkiye Genelinde Kalkınma Ajansları ile TR52 Bölgesi Mevlâna Kalkınma Ajansının Faaliyetleri. *Türk İdare Dergisi* (478): 65-108.
- Erkal, M. (1990). *Bölge Açısından Az Gelişmişlik*. İstanbul: Der Yayınları.
- Erkan, B. (2012). BRIC ülkeleri ve Türkiye’nin ihracat uzmanlaşma ve rekabet düzeylerinin karşılaştırmalı analizi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (1): 101-131.
- Eroğlu, Ergün ve Atasoy, M. (2006). Veri Zarflama Analizi ile Etkinlik Ölçümü ve Etkin Karar Birimlerinin Duyarlılık Analizi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 35 (2): 91-106.
- Ersungur, M. (2016). *Bölgesel İktisat Teori, Politika ve Uygulama*, Ankara: İmaj Yayınevi.
- Eser, U. (1993). *Türkiye’de Sanayileşme*, Ankara: İmge Kitabevi.
- European Commission, (2000). The Sixth Periodic Report on the Social and Economic Situation and Development of Regions in the EU.
- European Commission, (2000). The Sixth Periodic Report on the Social and Economic
- Fatih, A. ve Yılmaz, A. (2006). Bölgesel Kalkınma Stratejileri Açısından Fuarçılık: Birinci ve İkinci Çukurova Sanayi Fuarlarının Değerlendirilmesi *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.
- Foreks (2023) Voleks, Türkiye’de kablo üreticisi Murat Ticaret’i satın aldı <https://www.foreks.com/haber/detay/6493e91a46e0fb00010a67f4/PICNEWS/tr/voleks-turkiye-de-kablo-ureticisi-murat-ticaret-i-satin-aldi/> (10.06.2024).
- Gaffıkın, F. ve Morrissey, M. (2001). The Other Crisis Restoring Competitiveness to Northern Ireland’s Regional Economy, *Local Economy*, 16 (1): 26-37

- Gould (1964). *Economic Health in New York -State*. E: Friedmann ve Alonso: Regional Economic Planning.
- Gündüz, A.Y. (2006). *Bölgesel Kalkınma Politikası*. Bursa: Ekin Kitapevi Yayınları.
- Güngör, İ. ve Demirgil, H. (2005). Bölgesel rekabet yapısının bulanık VZA ile araştırılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 10: 23–38.
- Gürak, H. (2004). *Emek-Teknolojik Yenilik ve Büyüme*, İstanbul: Değişim Yayınları.
- Hitt, M. A.; R. Hoskisson ve J. S. Harrison (1991). Strategic Competitiveness in the 1990s: Challenges and Opportunities for US Executives. *Academy of Management Executives*, 5 (2).
- Hal (1998). The Challenge of Regional Development in Indonesia, *Australian Journal of International Affairs*, 52 (1).
- Haner, B. ve Haner, S. (2015). Batı Karadeniz Havzasının Endüstriyel Hammadde Kaynaklarından Bartın İli Şiferton Potansiyeli, Bartın Sektörel Kalkınma Sempozyumu.
- Huavari, J., Kangasharju, A. ve Alanen, A. (2001). *Constructing an Index for Regional Competitiveness*, Pellervo Economic Research Institute: Working Papers.
- Ildıran, M. (2004). *Bölgesel Kalkınma ve Gelişme Stratejileri*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- İlkin, A. (1979). *Kalkınma ve Sanayi Ekonomisi* (Üçüncü Baskı). İstanbul: İ.Ü. Yayın No: 2691, İkt. Fak. Yayın No: 453.
- İSO (2014) İstanbul Sanayi Odası, *Mineral Ürünler imalatı Sanayi*, İSO Yayın No:2014/2.
- John, B. (2002). UK Industrial Policy: Old Tunes on New Instruments? *Oxford Review of Economic Policy*, 18 (2): 221-239.
- Kalkınma Bakanlığı (2014). *Onuncu Kalkınma Planı* (2014-2018), Ankara.
- Kalkınma Bakanlığı. (2013). İllerin ve bölgelerin sosyoekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması -SEGE-2011. Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü. Ankara.
- Kara, M. (2008). *Bölgesel rekabet edebilirlik kavramı ve bölgesel kalkınma politikalarına yansımaları*. Uzmanlık Tezi. Ankara: DPT.
- Kaynak, M. (2011). *Ekonomik Kalkınma*, Ankara: Gazi Kitapevi.
- Keleş, R. (2020). *Kentleşme Politikası*. Ankara: 17. imge Kitabevi.
- Keskin, H. ve Dulupçu M.A, (2010). Kümelenmeler: Bir Literatür İncelemesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 15 (1): 441-461.

- Kester, C. W. ve Luehrman, T.A. (1989). Are We Feeling More Competitive Yet? *The Exchange Rate Gambit Sloan Management Review*.
- Kırankabeş, M.C. ve Arık, M. (2014). Industrial clustering approach in regional development: *The case of Turkey. Journal of Applied Business and Economics*, 16 (3): 135-151.
- Kitson, M., Martin, R. ve Tyler, P. (2004). Regional competitiveness: An elusive yet key concept?. *Regional Studies*, 38, 991–999.
- Kresl, P. K. ve Singh, B. (1999). Competitiveness and the Urban Economy: Twentyfour Large US Metropolitan Areas, *Urban Studies*, 36 (5-6): 1017-1027.
- Krugman, P. (1996). Making sense of the competitiveness debate. *Oxford Review of Economic Policy*, 12: 17–35.
- Krugman, P. R. (1994). Competitiveness: A Dangerous Obsession, *Foreign Affairs*, 73 (2).
- Kuşat, N. ve Atlas Denli, E. (2021). Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlüklere göre Türkiye-BRICS rekabet gücü analizi (2008-2019). *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1): 94-111.
- Landau, R. (1992). Technology, capital, formation and U.S. competitiveness, ed. *Competitiveness review*, 1.
- Lipschitz, L. ve McDonald, D. (1991). Real exchange rates and competitiveness: a clarification of concepts, and some measurements for Europe. *IMF Working Papers*, 91 (25): 1-26.
- Madzova, V. (2018). The impact of competitiveness on export performance of the Republic of Macedonia. In *Traders International Trade. Academic Journal*, 1(1): 23-45.
- Malecki, J.E., *Technology and Economic Development*, Longman Group UK Ltd. 1991.
- Markusen, J. R. (1987). *Productivity, Competitiveness, Trade Performance, and Real Income*, Ottawa: Economic Council of Canada for Minister of Supply and Services, Canada.
- Markusen, J. R. (1992). *Productivity, Competitiveness, Trade performance and real Income: the Nexus Among Four Concepts*, Minister of Supply and Services.
- Marsh, I.W. ve Tokarick, S.P. (1994). Competitiveness indicators: a theoretical and empirical assessment. *IMF Working Paper*, 1-52.
- Martin, R. L. (2004). *Cambridge Econometrics, Ecorys-NEI University of Cambridge, A Study on the Factors of Regional Competitiveness, A draft final report for The European Commission Directorate-General Regional Policy, European Commission*.

- Martin, R. L. (2005). *Thinking About Regional Competitiveness: Critical Issues*, Background Paper Commissioned.
- Matheson, A. (2001). *Measures to Increase Efficiency and Effectiveness*, OECD.
- MTA (2015b). 2012 Yılı Maden Dış Ticareti, [http://www.mta.gov.tr/v2.0/default.php?id=maden-\(10.06.2024\)](http://www.mta.gov.tr/v2.0/default.php?id=maden-(10.06.2024)).
- Narula, R. (1993). Technology, International Business and Porter's Diamond: Synthesizing A Dynamic Competitive Development Model Management. *International Review*, 2.
- New York Times (1960). <http://search.proquest.com/docview/114965889?accountid=9645> (12.10.2024).
- OECD (1997a). *Trends in Regional Policies in OECD Countries*, Paris.
- OECD (1997b). *Regional Performances and Factors of Competitiveness*, Working Party on Regional Development, Paris.
- OECD (1997c). *Regional Competitiveness and Skills*, OECD Paris.
- OECD (2003). *Regional Competitiveness Policies*, Interim Synthesis Report, 5th Session of the Working Party on Territorial Policy in Urban Areas, Sevilla.
- OECD (2005a). *Building Competitive Regions: Strategies and Governance*, Paris.
- OECD (2005b). *Regions at a Glance-2005*, Paris.
- OECD (2005c). *OECD Territorial Reviews: Finland*, OECD Publications, Paris.
- OECD (2005d). *OECD Science, Technology and Industry Scoreboard- 2005*, Paris.
- OECD (2006a) *OECD Territorial Reviews: Competitive Cities in the Global Economy*, Paris.
- OECD (2006b). *Innovation-Led Policies For Regional Development*, Analytical Report, Territorial Development Policy Committee, OECD Headquarters, Paris.
- OECD (2006c). *A Review Of National Cluster Policies: Why Are They Popular, Again*, Territorial Development Policy Committee, 28-29 November 2006, OECD Headquarters, Paris.
- OECD (2006d) Appendix to the Report: *A Review Of National Cluster Policies: Why Are They Popular, Again?*, Territorial Development Policy Committee, 29-30, OECD Headquarters, Paris.
- Omisakin, O., Adeniyi, O. ve Omojolaibi, A. (2009). Foreign direct investment, trade openness and growth in Nigeria. *Journal of Economic Theory*, 3 (2): 13-18.

- Örkcü, H. H. ve Kardiyen, F. (2006). İllerin gelişmişlik düzeylerini sıralama ve sınıflandırma bakımından varyasyon analizi ve çok değişkenli istatistiksel yöntemlerin karşılaştırılması üzerine bir çalışma. *H.U. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24 (2), 127–152.
- Örtlek, Z. (2015). *İnovasyon ve Bölgesel Kalkınma Perspektifinden Türkiye*. Yüksek Lisans Tezi, Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray.
- Özdemir, A. İ. ve Altıparmak, A. (2005). Sosyoekonomik göstergeler açısından illerin gelişmişlik düzeyinin karşılaştırmalı analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24, 98–110.
- Özden, A. ve Haçikoğlu, M., (2017). *Ana metal sanayi sektörü*, İstanbul: A&T Bank Ekonomik Araştırmalar Departmanı.
- Porter M. E., Ketels C., Delgado M., The Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings From The Business Competitiveness Index, WEF Global Competitiveness
- Porter ME. (1990). *Competitive Advantage of Nations*, The MacMillan Press, New York.
- Porter, M. (1980). *Rekabet Stratejisi*. Aura Yayınları.
- Porter, M., E. (1998). *The Competitive Advantage of Nations*, (With a new introduction), Hampshire: MacMillan Business.
- PORTER, M.E. (1991). *Competitive Advantage of Nations*, New York: The MacMillan Press.
- Porter, M.E. (2003). The Economic Performance of Regions, *Regional Studies*, 37: 549-578.
- President's Commission on Industrial Competitiveness (1985). *Global Competition: The New Reality*, The Report of the President Commission on Industrial Competitiveness, Vol.: I-II, Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office.
- Rainnie, A. (2002). *New Regionalism in Australia—Limits and Possibilities*, Social Inclusion and New Regionalism Workshop, University of Queensland.
- Resmi Gazete (5 Ekim 1960). Sayı: 10621.
- Resmi Gazete (5 Temmuz 1961). Sayı: 10846.
- Salep, M. (2017). Türk İktisat Tarihi Açısından Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967). *Turkish Studies*.
- Scot B.R. ve Lodge C. (1985). *US Competitiveness in The World Economy*, Boston: Harvard Business Press.
- Sevinç, H. (2011). Bölgesel Kalkınma Sorunsalı: Türkiye’de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politikaları. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6 (2):39-41.

- Sharples, J. ve N. Milham (1990), Long Run Competitiveness of Australian Agriculture, United States Department of Agriculture, Economic Research Service, Foreign Agricultural Economics, Report no: 243.
- Smith, A. (1997). *Ulusların Zenginliği*, çev. Ayşe Yunus ve Mehmet Bakırcı, İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Steinle, W. J. (1992). Regional Competitiveness and the Single Market, *Regional Studies*, 26 (4): 307-318.
- Şen, Ö. ve Sandal, E.K. (2017). Gaziantep ilinde üç yıldız analizi yöntemi ile endüstriyel kümelenme analizi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 22 (38): 39-62.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2019). *Onbirinci Kalkınma Planı* (2019-2023), Ankara.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2023). *On ikinci Kalkınma Planı* (2024-2028), Ankara.
- T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, İş Teftiş Kurulu Bakanlığı (2011). Metal sektöründe çalışan işçilerin çalışma koşullarının iyileştirilmesi programlı teftişi sonuç raporu, Yayın No:49, Ankara.
- Tekeli, İ. (2004). Bir Bölge Plancısının Çözmeğe Çalıştığı Sorunun Büyüklüğü Karşısında Yaşadığı İç Huzursuzlukları, Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu (KEAS), Cilt-II, Devlet Planlama Teşkilatı, Pamukkale Üniversitesi, Ankara, 244-262.
- Tekeli, İ. (2008). *Türkiye’de Bölgesel Eşitsizlik ve Bölge Planlama Yazıları*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- The Observatory of Economics Complexity. (2021). <https://oec.world/> (20.05.2024).
- Tmmob -Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği (2007). Sanayi Kongresi Oda Raporu, Ankara.
- TOBB, İllere Göre Sektörel Dağılımı, (2023). [https://sanayi.tobb.org.tr/kitap\\_nace.php](https://sanayi.tobb.org.tr/kitap_nace.php) (18.12.2023).
- TTK (Türkiye Taşkömürü Kurumu) (2014). Taşkömürü Sektör Raporu, Mayıs 2014.
- Ünal, B. (2019). *Kümelenmeye Yönelik Türkiye’de Uygulanan Devlet Destekleri: Sivas İli İçin Örnek Bir Kümelenme Modeli Önerisi*. Yüksek Lisans Tezi Sivas: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Ana Bilim Dalı.
- Waheeduzzaman, M. ve Ryans, J. K., (1996). Definition, Perspective, and Understanding of International Competitiveness: A Quest For a Common Ground, *Competitiveness Review*, 6 (2).
- Walter, C. (1966). *Central Places in Southern Germany*. Prenticehall.

William, J. B.; Wolff, E.A. ve Blackman, S.A. (1991). *Productivity and American Leadership: The Long View*, Cambridge MA: MIT Press.

Yapraklı, S. ve Aslan, Ö. F. (2023). Tra1 Bölgesi İllerinde (Erzurum, Erzincan, Bayburt) Kümelenme Potansiyeli ve Yerel Rekabet Gücü: Üç Yıldız Analizine Dayalı Bir Saha Araştırması. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24 (2): 429-458.

# EKLER

## EK 1: Anket formu

### BATI KARADENİZİLLERİNİN BÖLGESEL REKABET EDİLEBİLİRLİK AÇISINDAN ANALİZİ VE KARŞILAŞTIRILMASI ÜZERİNE SAHA ÇALIŞMASI ANKET FORMU

Bu anket çalışması Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Müdürü Ve Bölgesel Kalkınma İktisadi Anabilim Dalı Başkanı Doç. Dr. M. Said CEYHAN danışmanlığında yürütülen, Bölgesel Kalkınma İktisadi Anabilim Dalı Öğrencisi Furkan BÜLBÜL tarafından hazırlanan "BATI KARADENİZ İLLERİNİN BÖLGESEL REKABET EDİLEBİLİRLİK AÇISINDAN PORTER'İN ÜÇ YILDIZ ANALİZİ YÖNTEMİ İLE KARŞILAŞTIRILMASI" başlıklı tez çalışması kapsamında yapılmaktadır. Siz değerli katılımcıların vereceği samimi cevaplar araştırmanın etkinliğini arttıracaktır. Göstermiş olduğunuz ilgi ve özenden dolayı teşekkür ederiz.  
NOT: VERİLER YALNIZ İSTATİSTİKİ AMAÇLA TOPLANMAKTA OLUP TAMAMEN GİZLİLİK NİTELİĞİ TAŞIMAKTADIR. SÖZ KONUSU BİLGİLER ÖZEL SIR KAPSAMINDA OLUP RESMİ VEYA ÖZEL KURUMLAR TARAFINDAN ANKET AMACI DIŞINDA KULLANILAMAYACAKTIR. AYRICA KİŞİSEL VERİLERİN KORUNMASI KAPSAMINDA TÜM VERİLER KORUMA ALTINDA OLACAKTIR. TAAHHÜT EDERİZ.  
Furkan BÜLBÜL Doç. Dr. M. Said CEYHAN  
Bölgesel Kalkınma İktisadi Yüksek Lisans Öğrencisi (Danışman)

#### A-ANKET YAPILAN İŞLETME VE KATILIMCI BİLGİLERİ

İŞLETMENİZ HANGİ İLDE FAALİYET GÖSTERMEKTEDİR?

A. BARTIN B. ZONGULDAK C. KARABÜK

İŞLETMENİZ HANGİ SEKTÖRDE FAALİYET GÖSTERMEKTEDİR?

1. CİNSİYETİNİZ NEDİR?

A. ERKEK

B. KADIN

2. İŞLETMEDEKİ KONUMUNUZ NEDİR?

A. SAHİBİ B. ORTAĞI C. MÜDÜR D. ÇALIŞAN E. DİĞER

3. EĞİTİM SEVİYESİNİZ NEDİR ?

A. İLKOKUL B. LİSE C. ÜNİVERSİTE D. YÜKSEKLİSANS E. DİĞER

4. YAŞ ARALIĞINIZ NEDİR?

A. 18-30 B. 31-40 C. 41-50 D. 51-60 E. 61-

5. İŞLETMENİN HUKUKİ STATÜSÜ NEDİR?

A. ŞAHİS ŞİRKETİ (TEK SAHİPLİ) B. LİMİTET ŞİRKETİ

C. AİLE ŞİRKETİ D. ORTAKLIK (BİR ÇOK SAHİPLİ) E. ULUSAL FİRMA

**6. İŞLETMENİZ KAÇ YILDIR SEKTÖRDE FAALİYET GÖSTERMEKTE?**

A. 5-10 B. 11-15 C. 16-20 D. 21-25 D.26-30 E.31-

**7. İŞLETMEDE ÇALIŞAN PERSONEL SAYINIZ KAÇTIR?**

A. 1-20 B. 21-100 C.101-200 D.201-300 E.301-

**8. İŞLETMENİZDE ÇALIŞANLARIN YAŞ ORTALAMASI NEDİR?**

A. 18-25 B. 26-33 C. 34-41 D.41-48 E. 48-

**9. FİRMANIZIN FAALİYET ALANI NEDİR?**

A. İMALAT B. HİZMET C. TARIM

**10. FİRMANIZIN YILLIK CİROSU NEDİR (TL)?**

A. 1000.000 – 5000.000 B. 5000.001- 7000.000 C. 7000.001 – 10.000.000  
D. 10.000.001- 20.000.000 E. 20.000.001 –

**11. SEKTÖRÜNÜZDE ORTALAMA AYLIK ÜCRET GETİRİSİ NE KADARDIR?**

A. 17.002 – 20.000 B. 20.001 – 25.000 C. 25.001 – 35.000  
D. 35.001 – 50.000 E. 50.001 –

**12. İŞLETMENİZİN KAPASİTE KULLANIM ORANI NEDİR?**

A. %5- %25 B. %26- %40 C. %41- %55 D. %56- %70 E. %70 –

**13. İŞLETMENİZİN BULUNDUĞU YER NERESİDİR?**

A. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ B. KÜÇÜK SANAYİ BÖLGESİ  
C. YERLEŞİM ALANI D. DİĞER

**B. LÜTFEN AŞŞAĞIDAKİ SORULARDA SİZE EN UYGUN OLAN GÖRÜŞÜ SEÇİNİZ.**

(1). KESİNLİKLE HAYIR

(2). HAYIR

(3). KARARSIZIM

(4). EVET

(5). KESİNLİKLE EVET

**1-Elmas Modeli faktör koşulları boyutu**

Tedarikçi ve üreticiler açısından rekabetçiliği etkileyen faktörleri dikkate alarak uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

SORULAR	KESİNLİKLE EVET	KARARSIZIM	HAYIR	KESİNLİKLE HAYIR
	Etkin ve verimli mal üretimi yapıyorum			
Düşük maliyetli girdi sağlıyorum				
Teknolojik yenilikleri takip edebiliyorum				
Ar-Ge harcaması yapıyorum				
Profesyonel danışmanlık hizmeti satın alımı yapıyorum				
Çalışan eğitiminin minimum maliyetle karşılanması imkanımız vardır				
Nitelikli eleman ihtiyacının il/bölgeden karşılanması imkanımız vardır				
Bu sektörde tedarik edilen girdiler, kolay bulunur				
Bu sektörün tedarikçilerinin gücü, bu sektör için bir tehdit oluşturmaz				

## 2-Elmas Modeli Talep koşulları boyutu

Satış koşullarını ve tüketici talebini dikkate alarak aşağıdaki kriterlerden uygun olanı işaretleyiniz.

SORULAR	KESİNLİKLE EVET	KARARSIZIM	HAYIR	KESİNLİKLE HAYIR
	İl içi üretim ve satış düzeyi yüksektir			
Tüketicilerin teknoloji takip düzeyleri yüksektir				
Yabancı talep düzeyi yüksektir				
Yabancı yatırımcıyı çekecek potansiyel talep mevcuttur				
Ucuz ve kaliteli mal talep durumu yüksektir				
Yerel ve uluslararası talep benzerliği vardır				
Müşterilerimizden yoğun talep gelirse, ürün/hizmet standardımızı değiştirebiliriz.				
Fiyat düzeyinin hedef kitlemiz için çok önemlidir.				

## 3-Elmas Modeli ilgili ve destekleyici kuruluşlar boyutu

Bulduğunuz sektöre yönelik kamu ve paydaş desteklerini dikkate alarak uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

SORULAR	KESİNLİKLE				
	HAYIR	KARARSIZIM	EYET		
Ambalaj ve depolama imkanlarım vardır					
İlde üretim alanında araştırma merkezi mevcuttur					
İlde üretim yapılan alanda ilgili bölümün varlığı					
İlde ve çevresinde üretim yerine yakın finans kuruluşu varlığı					
İl içi girdi tedarikçi durumu yeterlidir					
Eğitim kurumları ve STK'lardan faydalanma düzeyi yüksektir					
İl içi bakım-onarım firmalar bulunmaktadır					
Üretim merkezine yakın lojistik firmaları bulunmaktadır.					

#### 4-Elmas Modeli Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Boyutu

Firma stratejisi, yapısı ve rekabet boyutu açısından rekabetçiliği etkileyen faktörleri dikkate alarak uygun olan seçeneği işaretleyiniz

SORULAR	KESİNLİKLE				
	HAYIR	KARARSIZIM	EYET		
Firmalar arası rekabetin varlığı					
Firmanın fiyat rekabeti düzeyi					
Firma gelirinin yatırıma dönüşme düzeyi					
Firmanın yerel piyasa payı					
Firmanın yerel piyasa payı					
Optimum sayının üstünde KOBİ varlığı					
Piyasadaki tescil edilmiş marka düzeyi					
Rakip firmalar arası iletişim ağının varlığı					
Üretim destekleme programlarının varlığı					
Rakip işletmelere karşı rekabet gücümüz yüksektir					
Müşterilerimizden yoğun talep gelirse, ürün/hizmet standardımızı değiştirebiliriz.					
Şirketimiz tüm iş faaliyetlerinde maliyet azaltmaya önem verir.					
Firmamız patent, faydalı model ve markaya önem verir					

#### 5-Elmas Modeli Kamu ve Paydaş Destekleri boyutu

Bulduğunuz sektöre yönelik kamu ve paydaş desteklerini dikkate alarak uygun olan seçeneği işaretleyiniz.

SORULAR	KESİNLİKLE		KARARSIZIM	EVET	KARARSIZIM	KESİNLİKLE
	HAYIR	HAYIR				
Maliyet üstünlüğü sağlayan teşvikler vardır						
Nitelikli işgücü temini imkanı bulunmaktadır						
Vergi muafiyetleri vardır ve yeterlidir						
İhracat destekleri bulunmaktadır						
Dış ticaret engellerinin azaltılmaktadır						
Üretim ve ticareti kolaylaştırıcı hukuki düzenlemeler vardır						
Mal ve piyasa çeşitlendirmesi teşvikleri bulunmaktadır						
Hibelere erişim düzey yüksektir						
İl dışına emek ve sermaye göçünü engelleyen tedbirler bulunmaktadır						

Furkan BÜLBÜL  
İşif

## EK 2: Anket sorusu kullanım izni

ANKET ÇALIŞMASI KULLANIM İZİNİ Hk.

**FB** Furkan Bülbül  
Değerli Hocam Merhaba; Ben Bartın Üniversitesi Bölgesel Kalkınma İktisadi yüksek lisans öğrencisi F... 17 Şub 2024 Cmt 21:42

**ÖÖ** Özlem Özcan <ozlem.ozcan1410@gmail.com>  
Kime: Siz 18 Şub 2024 Paz 10:31

Merhaba,

Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Alanında "*Bölgesel Kalkınmada Kümelemelerin Rolü: Bartın İli Ayakkabıcılık Sektörü Üzerine Bir Alan Araştırması*" başlıklı Yüksek Lisans Tezi çalışması için hazırlamış olduğum anketin Bartın Üniversitesi Bölgesel Kalkınma İktisadi Yüksek Lisans Öğrencisi Furkan Bülbül tarafından "*Batı Karadenizillerinin Bölgesel Rekabet Edilebilirlik Açısından Analizi ve Karşılaştırılması*" başlıklı Tez çalışmasında kullanılmasına izin veriyorum.

Çalışmanızda başarılar dilerim, kolay gelsin

Furkan Bülbül <[bulbulfurkan97@gmail.com](mailto:bulbulfurkan97@gmail.com)>, 18 Şub 2024 Paz, 00:42 tarihinde şunu yazdı:  
Değerli Hocam Merhaba;

Ben Bartın Üniversitesi Bölgesel Kalkınma İktisadi yüksek lisans öğrencisi Furkan BÜLBÜL. "**BATI KARADENİZİLLERİNİN BÖLGESEL REKABET EDİLEBİLİRLİK AÇISINDAN ANALİZİ VE KARŞILAŞTIRILMASI**" isimli tez çalışmamda kullanmak üzere **472292** tez nolu yüksek lisans tezinizde geliştirmiş olduğunuz anketinizi kendi tezimde kullanmak için izninizi istiyorum.

SAYGILARIMLA..  
KOLAYLIKLAR DİLERİM.

ÖA

ö.faruk aslan <ofaruk.aslan@atauni.edu.tr>

Kime: Siz

← ↩ → ...

20 Şub 2024 Sal 06:50

Merhaba Furkan bey, danışman hocama sordum. Dönüş yapmadı. Ancak benim açımdan yayınlarda atıf yapmak şartıyla sorun yok. İyi çalışmalar dilerim

**Kimden:** "Furkan Bülbül" <bulbulfurkan97@gmail.com>

**Kime:** "ofaruk aslan" <ofaruk.aslan@atauni.edu.tr>

**Gönderilenler:** 16 Şubat Cuma 2024 21:23:47

**Konu:** "TRA1 BÖLGESİNDE KÜMELENME VE YEREL KALKINMA" Adlı Çalışma Hk.

Değerti Hocam Merhaba;

Ben Bartın Üniversitesi Bölgesel Kalkınma İktisadı yüksek lisans öğrencisi Furkan BÜLBÜL, "**BATI KARADENİZİLLERİNİN BÖLGESEL REKABET EDİLEBİLİRLİK AÇISINDAN ANALİZİ VE KARŞILAŞTIRILMASI**" isimli tez çalışmamda kullanmak üzere **823476** tez nolu doktora tezinizde geliştirmiş olduğunuz anketinizi kendi tezimde kullanmak için izninizi istiyorum.

SAYGILARIMLA..  
KOLAYLIKLAR DİLERİM.

### EK 3: Etik kurul kararı



T.C.  
BARTIN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ  
Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu  
Onay Belgesi



TOPLANTI SAYISI  
3

KARAR SAYISI  
1

TOPLANTI TARİHİ  
14.03.2024

<b>Protokol No:</b>	2024-SBB-0266
<b>Araştırmanın Başlığı:</b>	Batı Karadeniz İllerinin Bölgesel Rekabet Edilebilirlik Açısından Porter'ın Üç Yıldız Analizi Yöntemi ile Karşılaştırılması
<b>Proje Yürütücüsü:</b>	Furkan BÜLBÜL
<b>Başvuru Formunun Geliş Tarihi:</b>	11.03.2024

Başvuru dosyasında etik sorun oluşturabilecek sorular/maddeler, süreçler ya da unsurlar bulunmadığından 14.03.2024 tarihli ve 3 numaralı toplantıda 2024-SBB-0266 numaralı başvuruya araştırma için ETİK KURUL ONAY belgesinin verilmesine karar verilmiştir.

Prof. Dr. Ayla ÇETİN  
DİNDAR  
Başkan

Doç. Dr. Hilal UYSAL  
Başkan yardımcısı

Prof. Dr. Sefer Yetkin IŞIK  
Üye

Doç. Dr. Özge ÖZGÜR  
Üye

Doç. Dr. Vahit CELAL  
Üye

Dr. Öğr. Üyesi Nergiz TEKE  
Üye

Dr. Öğr. Üyesi Sevim Handan  
YILMAZ  
Üye

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Belge Doğrulama Kodu: 93C4CFA

Belge Takip Adresi: <http://ubys.bartın.edu.tr/ERMS/Record/ConfirmationPage/Index>

Adres: Ağdacı Mahallesi Fakülte Caddesi No:54 Bartın

Telefon No: (0 378) 2235500

e-Posta:

Kep Adresi: [bartinuniversitesi@hs01.kep.tr](mailto:bartinuniversitesi@hs01.kep.tr)

Faks No: (0 378) 2235042

İnternet Adresi: <http://www.bartın.edu.tr/>

Bilgi için :

Canan Polater  
Sekreter

Telefon No:



**EK 4: Üç yıldız analizinde kullanılan veriler**

NACE REV 2	SEKTÖR	FAALİYE T GÖSTER DİĞİ İL SAYISI	BARTI N İSTİHD AM	ZONGUL DAK İSTİHD M	KARAB ÜK İSTİHD AM	BART İN FİRMA SAYISI	ZONGUL DAK FİRMA SAYISI	KARAB ÜK FİRMA SAYISI	TR81 İSTİHD AM	TR81 FİRMA SAYISI	TR İSTİHD AM	TR FİRMA SAYISI
1	Bitkisel ve hayvansal üretim ile avcılık ve ilgili hizmet faaliyetleri	81	125	52	81	1	2	2	258	5	24215	919
111	Tahılların (pirinç hariç), baklagillerin ve yağlı tohumların yetiştirilmesi	19	0	0	0	0	0	0	0	0	716	39
113	Sebze, kavun-karpuz, kök ve yumru sebzelerin yetiştirilmesi	19	0	0	0	0	0	0	0	0	3790	66
125	Diğer ağaç ve çalı meyvelerinin ve sert kabuklu meyvelerin yetiştirilmesi	6	0	0	0	0	0	0	0	0	148	11
141	Sütü sağılan büyük baş hayvan yetiştiriciliği	7	0	0	0	0	0	0	0	0	873	10
145	Koyun ve keçi yetiştiriciliği	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
146	Domuz yetiştiriciliği	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
147	Kümes hayvanları yetiştiriciliği	50	0	0	81	0	0	2	81	2	11643	357
149	Diğer hayvan yetiştiriciliği	6	0	0	0	0	0	0	0	0	136	6
150	Karma çiftçilik	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
161	Bitkisel üretimi destekleyici faaliyetler	52	125	52	0	1	2	0	177	3	6642	407
C	Hayvan üretimini destekleyici faaliyetler	16	0	0	0	0	0	0	0	0	258	22
170	Avcılık, tuzakla avlanma ve ilgili hizmet faaliyetleri	1	0	0	0	0	0	0	0	0	9	1
5	KÖMÜR VE LİNYİT ÇIKARILMASI	32	876	8126	26	2	15	1	9046	18	41906	185
510	TAŞ KÖMÜRÜ MADENCİLİĞİ	12	876	8126	26	2	15	1	9046	18	10005	41
520	LİNYİT MADENCİLİĞİ	32	0	0	0	0	0	0	0	0	31901	144

6	HAM PETROL VE DOĞAL GAZ ÇIKARIMI	6	0	342	0	0	1	0	342	1	1402	16
610	HAM PETROL ÇIKARIMI	6	0	0	0	0	0	0	0	0	807	9
620	DOĞALGAZ ÇIKARIMI	6	0	342	0	0	1	0	342	1	595	7
8	DİĞER MADENCİLİK VE TAŞ OCAKCILIĞI	81	1292	15210	4587	28	34	27	21089	89	147761	4560
811	Süsleme ve yapı taşları ile kireç taşı, alçı taşı, tebeşir ve kayağantaşı (arduvaz-kayraktaşı) ocakçılığı	76	261	221	184	14	8	12	666	34	42145	1998
812	Çakıl ve kum ocaklarının faaliyetleri; kil ve kaolin çıkarımı	81	1031	8840	4403	14	23	15	14274	52	59913	2015
891	Kimyasal ve gübreleme amaçlı mineral madenciliği	45	0	0	0	0	0	0	0	0	9110	154
892	Turba çıkarımı	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
893	Tuz çıkarımı	21	0	0	0	0	0	0	0	0	2239	69
899	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer madencilik ve taş ocakçılığı	56	0	6149	0	0	3	0	6149	3	34354	324
10	GIDA ÜRÜNLERİNİN İMALATI	77	496	947	515	14	34	27	1958	75	793232	17129
1011	Etin işlenmesi ve saklanması	66	0	38	8	0	2	1	46	3	23057	577
1012	Kümes hayvanları etlerinin işlenmesi ve saklanması	51	0	0	64	0	0	2	64	2	28725	208
1013	Et ve kümes hayvanları etlerinden üretilen ürünlerin imalatı	67	12	42	64	1	2	2	118	5	45096	625
1020	Balık, kabuklu deniz hayvanları ve yumuşakçaların işlenmesi ve saklanması	39	14	184	0	1	3	0	198	4	15184	227
1031	Patatesin işlenmesi ve saklanması	27	0	0	0	0	0	0	0	0	4693	48
1032	Sebze ve meyve suyu imalatı	44	14	0	0	1	0	0	14	1	12672	193
1039	Başka yerde sınıflandırılmamış meyve ve sebzelerin işlenmesi ve saklanması	73	126	378	8	3	10	1	512	14	102043	2465
1041	Sıvı ve katı yağ imalatı	57	0	27	0	0	1	0	27	1	33849	1635
1042	Margarin ve benzeri yenilebilir katı yağların imalatı	18	0	0	0	0	0	0	0	0	4128	39
1051	Süthane işletmeciliği ve peynir imalatı	74	146	27	16	4	2	1	189	7	52659	1160

1052	Dondurma imalatı	50	46	0	54	1	0	2	100	3	14676	343
1061	Öğütülmüş hububat ve sebze ürünleri imalatı	73	46	78	24	1	2	2	148	5	65839	1443
1062	Nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı	24	0	0	0	0	0	0	0	0	6775	61
1071	Ekmek, taze pastane ürünleri ve taze kek imalatı	77	0	107	143	0	7	6	250	13	72032	2310
1072	Peksimet ve bisküvi imalatı; dayanıklı pastane ürünleri ve dayanıklı kek imalatı	56	0	17	0	0	1	0	17	1	42479	479
1073	Makarna, şehriye, kuskus ve benzeri unlu mamullerin imalatı	26	0	0	0	0	0	0	0	0	8089	94
1081	Şeker imalatı	64	0	15	0	0	1	0	15	1	25453	433
1082	Kakao, çikolata ve şekerleme imalatı	67	46	0	105	1	0	9	151	10	66141	1237
1083	Kahve ve çayın işlenmesi	47	0	0	0	0	0	0	0	0	28807	567
1084	Baharat, sos, sirke ve diğer çeşni maddelerinin imalatı	52	0	0	0	0	0	0	0	0	30121	647
1085	Hazır yemeklerin imalatı	43	0	0	0	0	0	0	0	0	29978	368
1086	Homojenize gıda müstahzarları ve diyetetik gıda imalatı	28	0	0	0	0	0	0	0	0	3950	77
1089	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer gıda maddelerinin imalatı	72	46	2	0	1	1	0	48	2	48247	936
1091	Çiftlik hayvanları için hazır yem imalatı	68	0	32	29	0	2	1	61	3	24855	865
1092	Ev hayvanları için hazır gıda imalatı	27	0	0	0		0	0	0	0	3684	92
11	İÇECEKLERİN İMALATI	60	49	0	132	2	0	4	181	6	26876	641
1101	Alkollü içeceklerin damıtılması, arıtılması ve harmanlanması	11	0	0	0	0	0	0	0	0	717	22
1102	Üzümünden şarap imalatı	27	0	0	0	0	0	0	0	0	1487	132
1103	Elma şarabı ve diğer meyve şaraplarının imalatı	6	0	0	0	0	0	0	0	0	647	14
1104	Diğer damıtılmamış mayalı içeceklerin imalatı	3	0	0	0	0	0	0	0	0	126	3
1105	Bira imalatı	7	0	0	0	0	0	0	0	0	1279	19
1106	Malt imalatı	8	0	0	0	0	0	0	0	0	939	8
1107	Alkolsüz içeceklerin imalatı; maden sularının ve diğer şişelenmiş suların üretimi	62	49	0	132	2	0	4	181	6	21681	443

13	TEKSTİL ÜRÜNLERİNİN İMALATI		725	3045	492	9	11	7	4262	27	956418	1161 7
1310	Tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi	49	0	976	0	0	1	0	976	1	170915	1673
1320	Dokuma	40	387	0	35	1	0	1	422	2	102955	1416
1330	Tekstil ürünlerinin bitirilmesi	47	58	1179	0	3	2	0	1237	5	199423	1824
1391	Örgü (triko) veya tığ işi (kroşe) kumaşların imalatı	33	0	0	0	0	0	0	0	0	80351	1545
1392	Giyim eşyası dışındaki tamamlanmış tekstil ürünlerinin imalatı	62	247	222	349	3	3	5	818	11	214546	2648
1393	Halı ve kilim imalatı	36	0	30	0	0	1	0	30	1	58743	634
1394	Halat, urgan, kınnap ve ağ imalatı	26	0	0	0	0	0	0	0	0	8772	169
1395	Dokusuz kumaşların ve dokusuz kumaştan yapılan ürünlerin imalatı, giyim eşyası hariç	46	3	193	0	1	1	0	196	2	32817	326
1396	Diğer teknik ve endüstriyel tekstillerin imalatı	45	0	445	108	0	3	1	553	4	39719	754
1399	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer tekstillerin imalatı	41	30	0	0	1	0	0	30	1	48177	628
14	GİYİM EŞYALARININ İMALATI	77	9086	6484	5265	45	50	44	20835	139	1405395	1723 3
1411	DERİ GİYİM EŞYASI İMALATI	21	0	0	131	0	0	2	131	2	10051	246
1412	İŞ GİYİSİ İMALATI	68	241	244	304	1	2	5	789	8	90622	843
1413	DİĞER DIŞ GİYİM EŞYALARI İMALATI	77	2921	1534	2555	15	10	14	7010	39	364569	4656
1414	İÇ GİYİM EŞYASI İMALATI	75	2917	2362	981	14	15	8	6260	37	367480	4794
1419	DİĞER GİYİM EŞYALARININ VE GİYSİ AKSESUARLARININ İMALATI	71	1025	750	748	6	7	8	2523	21	271659	3524
1420	KÜRKTEN EŞYA İMALATI	7	0	0	131	0	0	2	131	2	5103	175
1431	ÖRME (TRİKOTAJ) VE TIĞ İŞİ (KROŞE) ÇORAP İMALATI	59	1137	816	190	5	9	2	2143	16	151145	1547
1439	ÖRME (TRİKOTAJ) VE TIĞ İŞİ (KROŞE) DİĞER GİYİM EŞYASI İMALATI	63	845	778	225	4	7	3	1848	14	144766	1448
15	DERİ İLE İLGİLİ ÜRÜNLERİN İMALATI	53	913	121	504	11	2	8	1538	21	91869	2248

1511	Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması	16	0	0	0	0	0	0	0	0	8777	344
1512	Bavul, el çantası ve benzerleri ile saraçlık ve koşum takımı imalatı (deri giyim eşyası hariç)	50	18	108	232	1	1	4	358	6	30334	511
1520	Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı	53	895	13	272	10	1	4	1180	15	52758	1393
16	Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı	73	1142	13036	487	30	39	24	14665	93	178333	5500
1610	Ağaçların biçilmesi ve planyalanması	70	432	465	241	17	20	15	1138	52	34850	1790
1621	Ahşap kaplama paneli ve ağaç esaslı panel imalatı	59	297	6242	182	5	4	6	6721	15	44659	632
1622	Birleştirilmiş parke yer döşemelerinin imalatı	34	0	51	10	0	2	1	61	3	13105	233
1623	Diğer bina doğramacılığı ve marangozluk ürünlerinin imalatı	73	268	30	54	4	4	2	352	10	37809	1252
1624	Ahşap konteyner imalatı	56	84	6236	0	2	7	0	6320	9	39192	1265
1629	Diğer ağaç ürünleri imalatı; mantardan, saz, saman ve benzeri örme malzemelerinden yapılmış ürünlerin imalatı	43	61	12	0	2	2	0	73	4	8718	328
17	KAĞIT VE KAĞIT ÜRÜNLERİNİN İMALATI	55	0	528	0	0	5	0	528	5	141374	6243
1711	KAĞIT HAMURU İMALATI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1712	KAĞIT VE MUKAVVA İMALATI	42	0	289	0	0	2	0	289	2	30517	310
1721	Oluklu kağıt ve mukavva imalatı ile kağıt ve mukavvadan yapılan muhafazaların imalatı	53	0	74	0	0	1	0	74	1	46150	995
1722	Kağıttan yapılan ev eşyası, sıhhi malzemeler ve tuvalet malzemeleri imalatı	55	0	162	0	0	1	0	162	1	31872	4171
1723	Kağıt kırtasiye ürünleri imalatı	18	0	0	0	0	0	0	0	0	6786	145
1724	Duvar kağıdı imalatı	9	0	0	0	0	0	0	0	0	733	22
1729	Kağıt ve mukavvadan diğer ürünlerin imalatı	42	0	3	0	0	1	0	3	1	25316	600
19	Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı	53	0	6109	3976	0	1	1	10085	2	31849	354
1910	Kok fırını ürünlerinin imalatı	9	0	6109	3976	0	1	1	10085	2	14855	9

1920	Rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı	53	0	0	0		0	0	0	0	16994	345
20	KİMYASALARIN VE KİMYASAL ÜRÜNLERİN İMALATI	61	1817	14212	18066	4	14	8	34095	26	416735	7646
2011	Sanayi gazları imalatı	26	779	342	3976	1	1	1	5097	3	15762	87
2012	Boya maddeleri ve pigment imalatı	35	387	178	6109	1	1	4	6674	6	27699	241
2013	Diğer inorganik temel kimyasal maddelerin imalatı	49	0	0	0	0	0	0	0	0	30541	287
2014	Diğer organik temel kimyasalların imalatı	54	0	6490	3976	0	6	1	10466	7	48799	374
2015	Kimyasal gübre ve azot bileşiklerinin imalatı	61	0	6109	4005	0	1	2	10114	3	37355	905
2016	Birincil formda plastik hammaddelerin imalatı	46	651	0	0	2	0	0	651	2	43344	511
2017	Birincil formda sentetik kauçuk imalatı	11	0	0	0	0	0	0	0	0	1682	47
2020	Haşere ilaçları ve diğer zirai-kimyasal ürünlerin imalatı	41	0	0	0	0	0	0	0	0	17388	417
2030	Boya, vernik ve benzeri kaplayıcı maddeler ile matbaa mürekkebi ve macun imalatı	44	0	0	0	0	0	0	0	0	24841	660
2041	Sabun ve deterjan ile temizlik ve parlatici maddeler imalatı	56	0	0	0	0	0	0	0	0	30770	929
2042	Parfümlerin, kozmetiklerin ve kişisel bakım ürünlerinin imalatı	56	0	126	0	0	4	0	126	4	43131	1356
2051	Patlayıcı madde imalatı	21	0	0	0	0	0	0	0	0	8943	53
2052	Tutkal imalatı	34	0	0	0	0	0	0	0	0	13932	269
2053	Uçucu yağların imalatı	26	0	0	0	0	0	0	0	0	4556	153
2059	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer kimyasal ürünlerin imalatı	54	0	0	0	0	0	0	0	0	44456	1235
2060	Suni veya sentetik elyaf imalatı	21	0	967	0	0	1	0	967	1	23536	122
22	Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	71	3344	1714	101	11	26	4	5159	41	519070	9789
2211	İç ve dış lastik imalatı; lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi	37	350	21	0	1	2	0	371	3	20584	108
2219	Diğer kauçuk ürünleri imalatı	51	950	307	0	1	2	0	1257	3	64407	996
2221	Plastik tabaka, levha, tüp ve profil imalatı	67	1960	38	0	5	2	0	1998	7	122799	1989

2222	Plastik torba, çanta, poşet, çuval, kutu, damacana, şişe, makara vb. paketlenme malzemelerinin imalatı	65	0	0	61	0	0	2	61	2	94515	2153
2223	Plastik inşaat malzemesi imalatı	71	84	796	0	4	12	0	880	16	55319	1461
2229	Diğer plastik ürünlerin imalatı	60	0	552	40	0	8	2	592	10	161446	3082
23	Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	81	1454	4099	299	28	57	17	5852	102	324166	7435
2311	Düz cam imalatı	24	0	0	0	0	0	0	0	0	3787	62
2312	Düz camın şekillendirilmesi ve işlenmesi	64	35	59	0	1	2	0	94	3	32175	601
2313	Çukur cam imalatı	24	0	0	0	0	0	0	0	0	13404	90
2314	Cam elyafı imalatı	21	0	0	0	0	0	0	0	0	3903	50
2319	Diğer camların imalatı ve işlenmesi (teknik amaçlı cam eşyalar dahil)	38	0	0	40	0	0	1	40	1	12363	202
2320	Ateşe dayanıklı (refrakter) ürünlerin imalatı	24	95	225	2	1	4	1	322	6	4210	77
2331	Seramik karo ve kaldırım taşları imalatı	22	0	0	0	0	0	0	0	0	21705	78
2332	Fırınlanmış kilden tuğla, karo ve inşaat malzemeleri imalatı	46	329	73	0	1	1	0	402	2	16021	246
2341	Seramik ev ve süs eşyaları imalatı	14	0	0	0	0	0	0	0	0	13065	102
2342	Seramik sıhhi ürünlerin imalatı	21	210	933	0	1	1	0	1143	2	11633	56
2343	Seramik yalıtkanların (izolatörlerin) ve yalıtkan bağlantı parçalarının imalatı	9	0	23	0	0	1	0	23	1	950	20
2344	Diğer teknik seramik ürünlerin imalatı	8	0	0	0	0	0	0	0	0	230	12
2349	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer seramik ürünlerin imalatı	15	0	0	0	0	0	0	0	0	1139	34
2351	Çimento imalatı	53	248	55	37	3	2	1	340	6	14163	85
2352	Kireç ve alçı imalatı	45	46	1938	0	1	3	0	1984	4	10686	117
2361	İnşaat amaçlı beton ürünlerin imalatı	78	65	201	7	3	8	1	273	12	27530	819
2362	İnşaat amaçlı alçı ürünlerin imalatı	20	0	0	0	0	0	0	0	0	2329	38
2363	Hazır beton imalatı	81	361	299	130	13	21	7	790	41	48639	1758
2364	Toz harç imalatı	57	0	15	0	0	1	0	15	1	9124	250

2365	Lif ve çimento karışımı ürünlerin imalatı	19	0	0	0	0	0	0	0	0	3041	46
2369	Beton, alçı ve çimentodan yapılmış diğer ürünlerin imalatı	73	30	185	0	1	7	0	215	8	13157	507
2370	Taş ve mermerin kesilmesi, şekil verilmesi ve bitirilmesi	66	0	82	73	0	4	5	155	9	34557	1487
2391	Aşındırıcı ürünlerin imalatı	20	0	0	0		0	0	0	0	4569	74
2399	Başka yerde sınıflandırılmamış metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı	79	35	11	10	3	2	1	56	6	21786	624
24	Ana metal sanayii	52	889	8539	7963	5	41	56	17391	102	283792	4194
2410	Ana demir ve çelik ürünleri ile ferro alaşımların imalatı	51	873	6832	6236	3	10	29	13941	42	56269	350
2420	Çelikten tüpler, borular, içi boş profiller ve benzeri bağlantı parçalarının imalatı	49	0	445	0	0	12	0	445	12	35061	572
2431	Barların soğuk çekilmesi	26	8	10	860	1	1	16	878	18	5039	114
2432	Dar şeritlerin soğuk haddelenmesi	8	0	0	0	0	0	0	0	0	4668	35
2433	Soğuk şekillendirme veya katlama	52	0	251	0	0	6	0	251	6	21864	482
2434	Tellerin soğuk çekilmesi	36	8	171	114	1	3	4	293	8	11076	165
2441	Değerli metal üretimi	24	0	0	0	0	0	0	0	0	9469	100
2442	Alüminyum üretimi	45	0	552	0	0	5	0	552	5	46877	663
2443	Kurşun, çinko ve kalay üretimi	35	0	0	0	0	0	0	0	0	4192	120
2444	Bakır üretimi	35	0	146	9	0	1	1	155	2	20452	300
2445	Demir dışı diğer metallerin üretimi	21	0	0	0	0	0	0	0	0	2027	42
2451	Demir döküm	40	0	74	248	0	2	2	322	4	28072	461
2452	Çelik dökümü	36	0	58	248	0	1	2	306	3	13680	269
2453	Hafif metallerin dökümü	28	0	0	0	0	0	0	0	0	19818	393
2454	Diğer demir dışı metallerin dökümü	25	0	0	248	0	0	2	248	2	5228	128
25	Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç)	70	549	5070	1262	11	61	24	6881	96	769893	1819 6
2511	Metal yapı ve yapı parçaları imalatı	70	267	1092	601	4	17	11	1960	32	121817	3080
2512	Metalden kapı ve pencere imalatı	63	19	146	0	1	8	0	165	9	41046	1419

2521	Merkezi ısıtma radyatörleri (elektrikli radyatörler hariç) ve sıcak su kazanları (boylerleri) imalatı	48	0	178	0	0	1	0	178	1	21210	341
2529	Metalden diğer tank, rezervuar ve konteynerler imalatı	60	0	30	0	0	2	0	30	2	30770	809
2530	Buhar jeneratörü imalatı, merkezi ısıtma sıcak su kazanları (boylerleri) hariç	39	72	167	0	2	4	0	239	6	13206	290
2540	Silah ve mühimmat (cephane) imalatı	37	0	0	0	0	0	0	0	0	43734	829
2550	Metallerin dövülmesi, preslenmesi, baskılanması ve yuvarlanması; toz metalürjisi	44	38	230	0	1	5	0	268	6	64932	1401
2561	Metallerin işlenmesi ve kaplanması	46	110	1404	171	1	7	3	1685	11	56694	1176
2562	Metallerin makinede işlenmesi ve şekil verilmesi	49	0	278	198	0	4	1	476	5	46112	1677
2571	Çatal-bıçak takımları ve diğer kesici aletlerin imalatı	21	0	0	35	0	0	1	35	1	6589	134
2572	Kilit ve menteşe imalatı	39	0	50	0	0	1	0	50	1	38167	708
2573	El aletleri, takım tezgahı uçları, testere ağızları vb. imalatı	51	38	608	44	1	4	1	690	6	106934	2476
2591	Çelik varil ve benzer muhafazaların imalatı	48	0	0	0	0	0	0	0	0	11055	297
2592	Metalden hafif paketleme malzemeleri imalatı	27	0	0	0	0	0	0	0	0	13432	155
2593	Tel ürünleri, zincir ve yayların imalatı	58	0	0	196	0	0	6	196	6	30405	598
2594	Bağlantı malzemelerinin ve vida makinesi ürünlerinin imalatı	36	0	33	0	0	1	0	33	1	22982	442
2599	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer fabrikasyon metal ürünlerin imalatı	66	5	854	17	1	7	1	876	9	100808	2364
26	Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı	47	3	0	51	1	0	3	54	4	268007	2788
2611	Elektronik bileşenlerin imalatı	35	0	0	0	0	0	0	0	0	33228	307
2612	Yüklü elektronik kart imalatı	30	0	0	17	0	0	1	17	1	39990	381
2620	Bilgisayar ve bilgisayar çevre birimleri imalatı	27	3	0	0	1	0	0	3	1	23747	209
2630	İletişim ekipmanlarının imalatı	24	0	0	0	0	0	0	0	0	52754	356
2640	Tüketici elektroniği ürünlerinin imalatı	18	0	0	0	0	0	0	0	0	23501	169
2651	Ölçme, test ve seyrüsefer amaçlı alet ve cihazların imalatı	47	0	0	34	0	0	2	34	2	75528	1153

2652	Kol saatlerinin, masa ve duvar saatlerinin ve benzerlerinin imalatı	13	0	0	0	0	0	0	0	0	3467	52
2660	Işnlama, elektro medikal ve elektro terapi ile ilgili cihazların imalatı	12	0	0	0	0	0	0	0	0	5671	54
2670	Optik aletlerin ve fotografik ekipmanların imalatı	18	0	0	0	0	0	0	0	0	9807	103
2680	Manyetik ve optik kaset, bant, CD, vb. ortamların imalatı	3	0	0	0	0	0	0	0	0	314	4
27	Elektrikli teçhizat imalatı	52	20	3385	403	2	18	17	3808	37	428244	5743
2711	Elektrik motorlarının, jeneratörlerin ve transformatörlerin imalatı	42	10	941	62	1	4	3	1013	8	71422	805
2712	Elektrik dağıtım ve kontrol cihazları imalatı	52	10	1112	185	1	3	6	1307	10	72415	1395
2720	Akümülatör ve pil imalatı	23	0	0	0	0	0	0	0	0	20184	117
2731	Fiber optik kabloların imalatı	8	0	0	0	0	0	0	0	0	3097	22
2732	Diğer elektronik ve elektrik telleri ve kablolarının imalatı	34	0	146	17	0	1	1	163	2	27175	283
2733	Kablolamada kullanılan gereçlerin imalatı	31	0	525	18	0	3	2	543	5	32976	418
2740	Elektrikli aydınlatma ekipmanlarının imalatı	42	0	444	9	0	1	1	453	2	49917	1173
2751	Elektrikli ev aletlerinin imalatı	46	0	0	0	0	0	0	0	0	84045	684
2752	Elektriksiz ev aletlerinin imalatı	41	0	0	39	0	0	1	39	1	24852	346
2790	Diğer elektrikli ekipmanların imalatı	41	0	217	73	0	6	3	290	9	42161	500
28	Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	69	829	1987	673	4	40	19	3489	63	741832	1842 3
2811	Motor ve türbin imalatı (hava taşıtı, motorlu taşıt ve motosiklet motorları hariç)	25	0	0	0	0	0	0	0	0	34684	214
2812	Akışkan gücü ile çalışan ekipmanların imalatı	32	0	224	0	0	1	0	224	1	36693	616
2813	Diğer pompaların ve kompresörlerin imalatı	48	0	224	0	0	1	0	224	1	42489	788
2814	Diğer musluk ve valf/vana imalatı	27	0	0	0	0	0	0	0	0	25816	516
2815	Rulman, dişli/dişli takımı, şanzıman ve tahrik elemanlarının imalatı	38	0	0	48	0	0	3	48	3	28107	501

2821	Fırın, ocak (sanayi ocakları) ve brülör (ocak ateşleyicileri) imalatı	42	0	0	0	0	0	0	0	0	20363	579
2822	Kaldırma ve taşıma ekipmanları imalatı	69	0	0	13	0	0	1	13	1	83868	2392
2823	Büro makineleri ve ekipmanları imalatı (bilgisayarlar ve çevre birimleri hariç)	8	0	0	0	0	0	0	0	0	2101	22
2824	Motorlu veya pnömatik (hava basınçlı) el aletlerinin imalatı	16	0	246	0	0	3	0	246	3	2799	49
2825	Soğutma ve havalandırma donanımlarının imalatı, evde kullanılanlar hariç	54	0	0	0	0	0	0	0	0	81964	1342
2829	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer genel amaçlı makinelerin imalatı	55	0	0	11	0	0	1	11	1	73842	2091
2830	Tarım ve ormancılık makinelerinin imalatı	61	0	65	6	0	4	1	71	5	44217	1334
2841	Metal işleme makinelerinin imalatı	50	0	524	0	0	17	0	524	17	44698	1340
2849	Diğer takım tezgahlarının imalatı	44	38	0	0	1	0	0	38	1	25779	943
2891	Metalürji makineleri imalatı	27	779	234	595	1	9	13	1608	23	10602	222
2892	Maden, taş ocağı ve inşaat makineleri imalatı	53	7	465	0	1	4	0	472	5	50120	1168
2893	Gıda, içecek ve tütün işleme makineleri imalatı	58	5	0	0	1	0	0	5	1	39570	1456
2894	Tekstil, giyim eşyası ve deri üretiminde kullanılan makinelerin imalatı	37	0	5	0	0	1	0	5	1	22497	741
2895	Kağıt ve mukavva üretiminde kullanılan makinelerin imalatı	20	0	0	0	0	0	0	0	0	3398	157
2896	Plastik ve kauçuk makinelerinin imalatı	39	0	0	0	0	0	0	0	0	15370	591
2899	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer özel amaçlı makinelerin imalatı	47	0	0	0	0	0	0	0	0	52855	1361
29	Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	60	1544	25	83	2	3	6	1652	11	325356	3365
2910	Motorlu kara taşıtlarının imalatı	29	0	0	0	0	0	0	0	0	68271	237

2920	Motorlu kara taşıtları karoseri (kaporta) imalatı; treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	60	0	25	83	0	3	6	108	9	49084	1179
2931	Motorlu kara taşıtları için elektrik ve elektronik donanımların imalatı	21	594	0	0	1	0	0	594	1	41832	179
2932	Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı	45	950	0	0	1	0	0	950	1	166169	1770
30	Diğer ulaşım araçlarının imalatı	34	3	670	3986	1	6	189	4659	196	129100	1306
3011	Gemilerin ve yüzen yapıların inşası	23	0	670	0	0	6	0	670	6	21903	246
3012	Eğlence ve spor amaçlı teknelerin yapımı	23	3	0	0	1	0	0	3	1	9163	240
3020	Demir yolu lokomotifleri ve vagonlarının imalatı	25	0	0	3976	0	0	188	3976	188	27553	188
3030	Hava taşıtları ve uzay araçları ile bunlarla ilgili makinelerin imalatı	18	0	0	0	0	0	0	0	0	33264	134
3040	Askeri savaş araçlarının imalatı	12	0	0	0	0	0	0	0	0	9694	81
3091	Motosiklet imalatı	22	0	0	0	0	0	0	0	0	7493	87
3092	Bisiklet ve engelli aracı imalatı	29	0	0	10	0	0	1	10	1	10437	142
3099	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer ulaşım ekipmanlarının imalatı	34	0	0	0	0	0	0	0	0	9593	188
31	Mobilya imalatı	73	842	1154	293	17	22	7	2289	46	341997	9239
3100	Koltuk, sandalye, tabure, bank ve benzeri oturaklar (takımlar hariç) ile bunların parçaları ve mobilya parçaları (CPA 31.00)	64	243	103	57	3	3	1	403	7	99983	2462
3101	Büro ve mağaza mobilyaları imalatı	57	212	243	0	4	1	0	455	5	50170	1484
3102	Mutfak mobilyalarının imalatı	67	0	25	54	0	3	2	79	5	29520	1247
3103	Yatak imalatı	55	75	7	0	3	1	0	82	4	39514	650
3109	Diğer mobilyaların imalatı	73	312	776	182	7	14	4	1270	25	122810	3396
32	Diğer imalatlar	50	0	193	10	0	1	1	203	2	115092	3041
3211	Madeni para basımı	1	0	0	0	0	0	0	0	0	178	1
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	31	0	0	0	0	0	0	0	0	15984	801

3213	İmitasyon (taklit) takılar ve ilgili eşyaların imalatı	2	0	0	0	0	0	0	0	0	534	51
3220	Müzik aletleri imalatı	6	0	0	0	0	0	0	0	0	300	33
3230	Spor malzemeleri imalatı	25	0	0	0	0	0	0	0	0	4831	145
3240	Oyun ve oyuncak imalatı	29	0	0	10	0	0	1	10	1	9835	284
3250	Tıbbi ve dişçilik ile ilgili araç ve gereçlerin imalatı	50	0	0	0	0	0	0	0	0	48637	1036
3291	Süpürge ve fırça imalatı	21	0	0	0	0	0	0	0	0	6842	137
3299	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalatlar	42	0	193	0	0	1	0	193	1	27951	553
33	Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı	25	0	43	0	0	1	0	43	1	37372	253
3311	Fabrikasyon metal ürünlerin onarımı	15	0	0	0	0	0	0	0	0	4421	37
3312	Makinelerin onarımı	15	0	0	0	0	0	0	0	0	4078	35
3313	Elektronik veya optik ekipmanların onarımı	1	0	0	0	0	0	0	0	0	6	1
3314	Elektrikli ekipmanların onarımı	6	0	0	0	0	0	0	0	0	394	8
3315	Gemilerin ve teknelerin bakım ve onarımı	9	0	0	0	0	0	0	0	0	8724	80
3316	Hava taşıtlarının ve uzay araçlarının bakım ve onarımı	2	0	0	0	0	0	0	0	0	10769	7
3317	Diğer ulaşım ekipmanlarının bakım ve onarımı	5	0	0	0	0	0	0	0	0	3003	5
3319	Diğer ekipmanların onarımı	2	0	0	0	0	0	0	0	0	31	3
3320	Sanayi makine ve ekipmanlarının kurulumu	25	0	43	0	0	1	0	43	1	5946	77
35	Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtımı	80	208	3683	59	3	9	5	3950	17	152699	1627
3511	Elektrik enerjisi üretimi	80	208	3683	59	3	9	5	3950	17	126100	1494
3521	Gaz imalatı	13	0	0	0	0	0	0	0	0	5586	18
3530	Buhar ve iklimlendirme temini	35	0	0	0	0	0	0	0	0	21013	115
38	Atığın toplanması, ıslahı ve bertarafı faaliyetleri; maddelerin geri kazanımı	72	0	266	10	0	17	1	276	18	102299	3266
3832	Tasnif edilmiş materyallerin geri kazanımı	72	0	266	10	0	17	1	276	18	102299	3266
45	Motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin toptan ve perakende ticareti ile onarımı	41	0	0	0	0	0	0	0	0	28338	518
4511	Otomobillerin ve hafif motorlu kara taşıtlarının ticareti	1	0	0	0	0	0	0	0	0	8	1

4520	Motorlu kara taşıtlarının bakım ve onarımı	41	0	0	0	0	0	0	0	0	28330	517
46	Toptan ticaret (Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)	40	0	1169	0	0	29	0	1169	29	22676	433
4612	Yakıtların, maden cevherlerinin, metallerin ve endüstriyel kimyasalların satışı ile ilgili araçlar	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1114	2
4671	Katı, sıvı ve gazlı yakıtlar ile bunlarla ilgili ürünlerin toptan ticareti	40	0	11	0	0	1	0	11	1	2105	103
4672	Madenler ve maden cevherlerinin toptan ticareti	27	0	1158	0	0	28	0	1158	28	19457	328
52	Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler		0	0	0	0	0	0	0	0	7209	205
5210	Depolama ve ambarlama		0	0	0	0	0	0	0	0	7209	205
56	Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri	80	137	32	28	5	3	3	197	11	36748	1164
5629	Diğer yiyecek hizmeti faaliyetleri	80	137	32	28	5	3	3	197	11	36748	1164
62	Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler	36	0	54	2	0	2	1	56	3	64348	1193
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	36	0	54	2	0	2	1	56	3	64348	1193
82	Büro yönetimi, büro destek ve iş destek faaliyetleri	74	131	55	0	3	6	0	186	9	100457	2128
8292	Paketleme faaliyetleri	74	131	55	0	3	6	0	186	9	100457	2128
96	Diğer hizmet faaliyetleri	6	0	0	0	0	0	0	0	0	782	24
9609	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer hizmet faaliyetleri	6	0	0	0	0	0	0	0	0	782	24

**EK 5: Üç Yıldız Analizi Eşik Değerler**

NACE REV 2	SEKTÖR	BÜYÜK LÜK BARTIN	BASKIN LIK BARTIN	UZMANLA ŞMA BARTIN	BÜYÜKL ÜK ZONGUL DAK	BASKINL IK ZONGUL DAK	UZMANLA ŞMA ZONGULD AK	BÜYÜK LÜK KARAB ÜK	BASKIN LIK KARAB ÜK	UZMANLA ŞMA KARABÜK
1	Bitkisel ve hayvansal üretim ile avcılık ve ilgili hizmet faaliyetleri	0,005	0,484	1,728	0,002	0,202	0,235	0,003	0,314	0,906
111	Tahılların (pirinç hariç), baklagillerin ve yağlı tohumların yetiştirilmesi	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
113	Sebze, kavun-karpuz, kök ve yumru sebzelerin yetiştirilmesi	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
125	Diğer ağaç ve çalı meyvelerinin ve sert kabuklu meyvelerin yetiştirilmesi	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
141	Sütü sağılan büyük baş hayvan yetiştiriciliği	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
145	Koyun ve keçi yetiştiriciliği	#SAYI/0!	#SAYI/0 !	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0 !	#SAYI/0!
146	Domuz yetiştiriciliği	#SAYI/0!	#SAYI/0 !	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0 !	#SAYI/0!
147	Kümes hayvanları yetiştiriciliği	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,007	1,000	1,884
149	Diğer hayvan yetiştiriciliği	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
150	Karma çiftçilik	#SAYI/0!	#SAYI/0 !	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0 !	#SAYI/0!
161	Bitkisel üretimi destekleyici faaliyetler	0,019	0,706	0,000	0,008	0,294	0,857	0,000	0,000	0,000
162	Hayvan üretimini destekleyici faaliyetler	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000

170	Avcılık, tuzakla avlanma ve ilgili hizmet faaliyetleri	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000
5	KÖMÜR VE LİNYİT ÇIKARILMASI	0,021	0,097	6,999	0,194	0,898	21,225	0,001	0,003	0,168
510	TAŞ KÖMÜRÜ MADENCİLİĞİ	0,088	0,097	29,315	0,812	0,898	88,903	0,003	0,003	0,704
520	LİNYİT MADENCİLİĞİ	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
6	HAM PETROL VE DOĞAL GAZ ÇIKARIMI	0,000	0,000	0,000	0,244	1,000	2,768	0,000	0,000	0,000
610	HAM PETROL ÇIKARIMI	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
620	DOĞALGAZ ÇIKARIMI	0,000	0,000	0,000	0,575	1,000	6,521	0,000	0,000	0,000
8	DİĞER MADENCİLİK VE TAŞ OCAKÇILIĞI	0,009	0,061	2,928	0,103	0,721	11,267	0,031	0,218	8,407
811	Süsleme ve yapı taşları ile kireç taşı, alçı taşı, tebeşir ve kayağantaşı (arduvaz-kayraktaşı) ocakçılığı	0,006	0,392	2,073	0,005	0,332	0,574	0,004	0,276	1,182
812	Çakıl ve kum ocaklarının faaliyetleri; kil ve kaolin çıkarımı	0,017	0,072	5,761	0,148	0,619	16,150	0,073	0,308	19,902
891	Kimyasal ve gübreleme amaçlı mineral madenciliği	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
892	Turba çıkarımı	#SAYI/0!	#SAYI/0 !	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0 !	#SAYI/0!
893	Tuz çıkarımı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
899	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer madencilik ve taş ocakçılığı	0,000	0,000	0,000	0,179	1,000	19,592	0,000	0,000	0,000
10	GIDA ÜRÜNLERİNİN İMALATI	0,001	0,253	0,209	0,001	0,484	0,131	0,001	0,263	0,176
1011	Etin işlenmesi ve saklanması	0,000	0,000	0,000	0,002	0,826	0,180	0,000	0,174	0,094

1012	Kümes hayvanları etlerinin işlenmesi ve saklanması	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	1,000	0,603
1013	Et ve kümes hayvanları etlerinden üretilen ürünlerin imalatı	0,000	0,102	0,089	0,001	0,356	0,102	0,001	0,542	0,384
1020	Balık, kabuklu deniz hayvanları ve yumuşakçaların işlenmesi ve saklanması	0,001	0,071	0,309	0,012	0,929	1,326	0,000	0,000	0,000
1031	Patatesin işlenmesi ve saklanması	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1032	Sebze ve meyve suyu imalatı	0,001	1,000	0,370	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
1039	Başka yerde sınıflandırılmamış meyve ve sebzelerin işlenmesi ve saklanması	0,001	0,246	0,413	0,004	0,738	0,405	0,000	0,016	0,021
1041	Sıvı ve katı yağ imalatı	0,000	0,000	0,000	0,001	1,000	0,087	0,000	0,000	0,000
1042	Margarin ve benzeri yenilebilir katı yağların imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1051	Süthane işletmeciliği ve peynir imalatı	0,003	0,772	0,928	0,001	0,143	0,056	0,000	0,085	0,082
1052	Dondurma imalatı	0,003	0,460	1,049	0,000	0,000	0,000	0,004	0,540	0,996
1061	Öğütülmüş hububat ve sebze ürünleri imalatı	0,001	0,311	0,234	0,001	0,527	0,130	0,000	0,162	0,099
1062	Nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1071	Ekmek, taze pastane ürünleri ve taze kek imalatı	0,000	0,000	0,000	0,001	0,428	0,163	0,002	0,572	0,538
1072	Peksimet ve bisküvi imalatı; dayanıklı pastane ürünleri ve dayanıklı kek imalatı	0,000	0,000	0,000	0,000	1,000	0,044	0,000	0,000	0,000
1073	Makarna, şehriye, kuskus ve benzeri unlu mamullerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1081	Şeker imalatı	0,000	0,000	0,000	0,001	1,000	0,065	0,000	0,000	0,000
1082	Kakao, çikolata ve şekerleme imalatı	0,001	0,305	0,233	0,000	0,000	0,000	0,002	0,695	0,430

1083	Kahve ve çayın işlenmesi	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1084	Baharat, sos, sirke ve diğer çeşni maddelerinin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1085	Hazır yemeklerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1086	Homojenize gıda müstahzarları ve diyetetik gıda imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1089	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer gıda maddelerinin imalatı	0,001	0,958	0,319	0,000	0,042	0,005	0,000	0,000	0,000
1091	Çiftlik hayvanları için hazır yem imalatı	0,000	0,000	0,000	0,001	0,525	0,141	0,001	0,475	0,316
1092	Ev hayvanları için hazır gıda imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
11	İÇECEKLERİN İMALATI	0,002	0,271	0,610	0,000	0,000	0,000	0,005	0,729	1,330
1101	Alkollü içeceklerin damıtılması, arıtılması ve harmanlanması	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1102	Üzümünden şarap imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1103	Elma şarabı ve diğer meyve şaraplarının imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1104	Diğer damıtılmamış mayalı içeceklerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1105	Bira imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1106	Malt imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1107	Alkolsüz içeceklerin imalatı; maden sularının ve diğer şişelenmiş suların üretimi	0,002	0,271	0,757	0,000	0,000	0,000	0,006	0,729	1,649

13	TEKSTİL ÜRÜNLERİNİN İMALATI	0,001	0,170	0,254	0,003	0,714	0,348	0,001	0,115	0,139
1310	Tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi	0,000	0,000	0,000	0,006	1,000	0,625	0,000	0,000	0,000
1320	Dokuma	0,004	0,917	1,259	0,000	0,000	0,000	0,000	0,083	0,092
1330	Tekstil ürünlerinin bitirilmesi	0,000	0,047	0,097	0,006	0,953	0,647	0,000	0,000	0,000
1391	Örgü (triko) veya tığ işi (kroşe) kumaşların imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1392	Giyim eşyası dışındaki tamamlanmış tekstil ürünlerinin imalatı	0,001	0,302	0,385	0,001	0,271	0,113	0,002	0,427	0,441
1393	Halı ve kilim imalatı	0,000	0,000	0,000	0,001	1,000	0,056	0,000	0,000	0,000
1394	Halat, urgan, kınnap ve ağ imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1395	Dokusuz kumaşların ve dokusuz kumaştan yapılan ürünlerin imalatı, giyim eşyası hariç	0,000	0,015	0,031	0,006	0,985	0,644	0,000	0,000	0,000
1396	Diğer teknik ve endüstriyel tekstillerin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,011	0,805	1,226	0,003	0,195	0,736
1399	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer tekstillerin imalatı	0,001	1,000	0,208	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
14	GİYİM EŞYALARININ İMALATI	0,006	0,436	2,165	0,005	0,311	0,505	0,004	0,253	1,015
1411	DERİ GİYİM EŞYASI İMALATI	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,013	1,000	3,530
1412	İŞ GİYİSİSİ İMALATI	0,003	0,305	0,890	0,003	0,309	0,295	0,003	0,385	0,908
1413	DİĞER DIŞ GİYİM EŞYALARI İMALATI	0,008	0,417	2,683	0,004	0,219	0,461	0,007	0,364	1,898
1414	İÇ GİYİM EŞYASI İMALATI	0,008	0,466	2,658	0,006	0,377	0,704	0,003	0,157	0,723
1419	DİĞER GİYİM EŞYALARININ VE GİYSİ AKSESUARLARININ İMALATI	0,004	0,406	1,263	0,003	0,297	0,302	0,003	0,296	0,746
1420	KÜRKTEN EŞYA İMALATI	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,026	1,000	6,952

1431	ÖRME (TRİKOTAJ) VE TIĞ İŞİ (KROŞE) ÇORAP İMALATI	0,008	0,531	2,519	0,005	0,381	0,591	0,001	0,089	0,340
1439	ÖRME (TRİKOTAJ) VE TIĞ İŞİ (KROŞE) DİĞER GİYİM EŞYASI İMALATI	0,006	0,457	1,954	0,005	0,421	0,588	0,002	0,122	0,421
15	DERİ İLE İLGİLİ ÜRÜNLERİN İMALATI	0,010	0,594	3,327	0,001	0,079	0,144	0,005	0,328	1,486
1511	Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1512	Bavul, el çantası ve benzerleri ile saraçlık ve koşum takımı imalatı (deri giyim eşyası hariç)	0,001	0,050	0,199	0,004	0,302	0,390	0,008	0,648	2,071
1520	Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı	0,017	0,758	5,680	0,000	0,011	0,027	0,005	0,231	1,396
16	Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı	0,006	0,078	2,144	0,073	0,889	8,001	0,003	0,033	0,740
1610	Ağaçların biçilmesi ve planyalanması	0,012	0,380	4,150	0,013	0,409	1,461	0,007	0,212	1,873
1621	Ahşap kaplama paneli ve ağaç esaslı panel imalatı	0,007	0,044	2,227	0,140	0,929	15,299	0,004	0,027	1,104
1622	Birleştirilmiş parke yer döşemelerinin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,004	0,836	0,426	0,001	0,164	0,207
1623	Diğer bina doğramacılığı ve marangozluk ürünlerinin imalatı	0,007	0,761	2,373	0,001	0,085	0,087	0,001	0,153	0,387
1624	Ahşap konteyner imalatı	0,002	0,013	0,718	0,159	0,987	17,417	0,000	0,000	0,000
1629	Diğer ağaç ürünleri imalatı; mantardan, saz, saman ve benzeri örme malzemelerinden yapılmış ürünlerin imalatı	0,007	0,836	2,343	0,001	0,164	0,151	0,000	0,000	0,000
17	KAĞIT VE KAĞIT ÜRÜNLERİNİN İMALATI	0,000	0,000	0,000	0,004	1,000	0,409	0,000	0,000	0,000
1711	KAĞIT HAMURU İMALATI	#SAYI/0!	#SAYI/0 !	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0!	#SAYI/0 !	#SAYI/0!
1712	KAĞIT VE MUKAVVA İMALATI	0,000	0,000	0,000	0,009	1,000	1,037	0,000	0,000	0,000

1721	Oluklu kağıt ve mukavva imalatı ile kağıt ve mukavvadan yapılan muhafazaların imalatı	0,000	0,000	0,000	0,002	1,000	0,176	0,000	0,000	0,000
1722	Kağıttan yapılan ev eşyası, sıhhi malzemeler ve tuvalet malzemeleri imalatı	0,000	0,000	0,000	0,005	1,000	0,556	0,000	0,000	0,000
1723	Kağıt kırtasiye ürünleri imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1724	Duvar kağıdı imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
1729	Kağıt ve mukavvadan diğer ürünlerin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,000	1,000	0,013	0,000	0,000	0,000
19	Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı	0,000	0,000	0,000	0,192	0,606	20,996	0,125	0,394	33,807
1910	Kok fırını ürünlerinin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,411	0,606	45,014	0,268	0,394	72,483
1920	Rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
20	KİMYASALARIN VE KİMYASAL ÜRÜNLERİN İMALATI	0,004	0,053	1,460	0,034	0,417	3,733	0,043	0,530	11,740
2011	Sanayi gazları imalatı	0,049	0,153	16,547	0,022	0,067	2,375	0,252	0,780	68,312
2012	Boya maddeleri ve pigment imalatı	0,014	0,058	4,678	0,006	0,027	0,703	0,221	0,915	59,726
2013	Diğer inorganik temel kimyasal maddelerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2014	Diğer organik temel kimyasalların imalatı	0,000	0,000	0,000	0,133	0,620	14,558	0,081	0,380	22,065
2015	Kimyasal gübre ve azot bileşiklerinin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,164	0,604	17,901	0,107	0,396	29,034
2016	Birincil formda plastik hammaddelerin imalatı	0,015	1,000	5,029	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
2017	Birincil formda sentetik kauçuk imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000

2020	Haşere ilaçları ve diğer zirai-kimyasal ürünlerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2030	Boya, vernik ve benzeri kaplayıcı maddeler ile matbaa mürekkebi ve macun imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2041	Sabun ve deterjan ile temizlik ve parlatici maddeler imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2042	Parfümlerin, kozmetiklerin ve kişisel bakım ürünlerinin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,003	1,000	0,320	0,000	0,000	0,000
2051	Patlayıcı madde imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2052	Tutkal imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2053	Uçucu yağların imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2059	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer kimyasal ürünlerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2060	Suni veya sentetik elyaf imalatı	0,000	0,000	0,000	0,041	1,000	4,497	0,000	0,000	0,000
22	Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	0,006	0,648	2,157	0,003	0,332	0,361	0,000	0,020	0,053
2211	İç ve dış lastik imalatı; lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi	0,017	0,943	5,693	0,001	0,057	0,112	0,000	0,000	0,000
2219	Diğer kauçuk ürünleri imalatı	0,015	0,756	4,938	0,005	0,244	0,522	0,000	0,000	0,000
2221	Plastik tabaka, levha, tüp ve profil imalatı	0,016	0,981	5,344	0,000	0,019	0,034	0,000	0,000	0,000
2222	Plastik torba, çanta, poşet, çuval, kutu, damacana, şişe, makara vb. paketleme malzemelerinin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	1,000	0,175
2223	Plastik inşaat malzemesi imalatı	0,002	0,095	0,508	0,014	0,905	1,575	0,000	0,000	0,000
2229	Diğer plastik ürünlerin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,003	0,932	0,374	0,000	0,068	0,067

23	Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	0,004	0,248	1,502	0,013	0,700	1,384	0,001	0,051	0,250
2311	Düz cam imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2312	Düz camın şekillendirilmesi ve işlenmesi	0,001	0,372	0,364	0,002	0,628	0,201	0,000	0,000	0,000
2313	Çukur cam imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2314	Cam elyafı imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2319	Diğer camların imalatı ve işlenmesi (teknik amaçlı cam eşyalar dahil)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,003	1,000	0,876
2320	Ateşe dayanıklı (refrakter) ürünlerin imalatı	0,023	0,295	7,555	0,053	0,699	5,850	0,000	0,006	0,129
2331	Seramik karo ve kaldırım taşları imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2332	Fırınlanmış kilden tuğla, karo ve inşaat malzemeleri imalatı	0,021	0,818	6,875	0,005	0,182	0,499	0,000	0,000	0,000
2341	Seramik ev ve süs eşyaları imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2342	Seramik sıhhi ürünlerin imalatı	0,018	0,184	6,044	0,080	0,816	8,779	0,000	0,000	0,000
2343	Seramik yalıtkanların (izolatörlerin) ve yalıtkan bağlantı parçalarının imalatı	0,000	0,000	0,000	0,024	1,000	2,650	0,000	0,000	0,000
2344	Diğer teknik seramik ürünlerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2349	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer seramik ürünlerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2351	Çimento imalatı	0,018	0,729	5,863	0,004	0,162	0,425	0,003	0,109	0,707
2352	Kireç ve alçı imalatı	0,004	0,023	1,441	0,181	0,977	19,851	0,000	0,000	0,000

2361	İnşaat amaçlı beton ürünlerin imalatı	0,002	0,238	0,791	0,007	0,736	0,799	0,000	0,026	0,069
2362	İnşaat amaçlı alçı ürünlerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2363	Hazır beton imalatı	0,007	0,457	2,485	0,006	0,378	0,673	0,003	0,165	0,724
2364	Toz harç imalatı	0,000	0,000	0,000	0,002	1,000	0,180	0,000	0,000	0,000
2365	Lif ve çimento karışımı ürünlerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2369	Beton, alçı ve çimentodan yapılmış diğer ürünlerin imalatı	0,002	0,140	0,763	0,014	0,860	1,539	0,000	0,000	0,000
2370	Taş ve mermerin kesilmesi, şekil verilmesi ve bitirilmesi	0,000	0,000	0,000	0,002	0,529	0,260	0,002	0,471	0,572
2391	Aşındırıcı ürünlerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2399	Başka yerde sınıflandırılmamış metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı	0,002	0,625	0,538	0,001	0,196	0,055	0,000	0,179	0,124
24	Ana metal sanayii	0,003	0,051	1,049	0,030	0,491	3,294	0,028	0,458	7,599
2410	Ana demir ve çelik ürünleri ile ferro alaşımların imalatı	0,016	0,063	5,194	0,121	0,490	13,290	0,111	0,447	30,012
2420	Çelikten tüpler, borular, içi boş profiller ve benzeri bağlantı parçalarının imalatı	0,000	0,000	0,000	0,013	1,000	1,389	0,000	0,000	0,000
2431	Barların soğuk çekilmesi	0,002	0,009	0,532	0,002	0,011	0,217	0,171	0,979	46,218
2432	Dar şeritlerin soğuk haddelenmesi	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2433	Soğuk şekillendirme veya katlama	0,000	0,000	0,000	0,011	1,000	1,257	0,000	0,000	0,000
2434	Tellerin soğuk çekilmesi	0,001	0,027	0,242	0,015	0,584	1,690	0,010	0,389	2,787
2441	Değerli metal üretimi	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000

2442	Alüminyum üretimi	0,000	0,000	0,000	0,012	1,000	1,289	0,000	0,000	0,000
2443	Kurşun, çinko ve kalay üretimi	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2444	Bakır üretimi	0,000	0,000	0,000	0,007	0,942	0,781	0,000	0,058	0,119
2445	Demir dışı diğer metallerin üretimi	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2451	Demir döküm	0,000	0,000	0,000	0,003	0,230	0,289	0,009	0,770	2,392
2452	Çelik dökümü	0,000	0,000	0,000	0,004	0,190	0,464	0,018	0,810	4,909
2453	Hafif metallerin dökümü	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2454	Diğer demir dışı metallerin dökümü	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,047	1,000	12,846
25	Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç)	0,001	0,080	0,239	0,007	0,737	0,721	0,002	0,183	0,444
2511	Metal yapı ve yapı parçaları imalatı	0,002	0,136	0,734	0,009	0,557	0,981	0,005	0,307	1,336
2512	Metalden kapı ve pencere imalatı	0,000	0,115	0,155	0,004	0,885	0,389	0,000	0,000	0,000
2521	Merkezi ısıtma radyatörleri (elektrikli radyatörler hariç) ve sıcak su kazanları (boylerleri) imalatı	0,000	0,000	0,000	0,008	1,000	0,919	0,000	0,000	0,000
2529	Metalden diğer tank, rezervuar ve konteynerler imalatı	0,000	0,000	0,000	0,001	1,000	0,107	0,000	0,000	0,000
2530	Buhar jeneratörü imalatı, merkezi ısıtma sıcak su kazanları (boylerleri) hariç	0,005	0,301	1,825	0,013	0,699	1,384	0,000	0,000	0,000
2540	Silah ve mühimmat (cephane) imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2550	Metallerin dövülmesi, preslenmesi, baskılanması ve yuvarlanması; toz metalürjisi	0,001	0,142	0,196	0,004	0,858	0,388	0,000	0,000	0,000
2561	Metallerin işlenmesi ve kaplanması	0,002	0,065	0,650	0,025	0,833	2,711	0,003	0,101	0,817

2562	Metallerin makinede işlenmesi ve şekil verilmesi	0,000	0,000	0,000	0,006	0,584	0,660	0,004	0,416	1,163
2571	Çatal-bıçak takımları ve diğer kesici aletlerin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,005	1,000	1,438
2572	Kilit ve menteşe imalatı	0,000	0,000	0,000	0,001	1,000	0,143	0,000	0,000	0,000
2573	El aletleri, takım tezgahı uçları, testere ağzları vb. imalatı	0,000	0,055	0,119	0,006	0,881	0,622	0,000	0,064	0,111
2591	Çelik varil ve benzer muhafazaların imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2592	Metalden hafif paketleme malzemeleri imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2593	Tel ürünleri, zincir ve yayların imalatı	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,006	1,000	1,746
2594	Bağlantı malzemelerinin ve vida makinesi ürünlerinin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,001	1,000	0,157	0,000	0,000	0,000
2599	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer fabrikasyon metal ürünlerin imalatı	0,000	0,006	0,017	0,008	0,975	0,927	0,000	0,019	0,046
26	Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı	0,000	0,056	0,004	0,000	0,000	0,000	0,000	0,944	0,052
2611	Elektronik bileşenlerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2612	Yüklü elektronik kart imalatı	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	1,000	0,115
2620	Bilgisayar ve bilgisayar çevre birimleri imalatı	0,000	1,000	0,042	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
2630	İletişim ekipmanlarının imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2640	Tüketici elektroniği ürünlerinin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2651	Ölçme, test ve seyrüsefer amaçlı alet ve cihazların imalatı	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	1,000	0,122
2652	Kol saatlerinin, masa ve duvar saatlerinin ve benzerlerinin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000

2660	Işınlama, elektro medikal ve elektro terapi ile ilgili cihazların imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2670	Optik aletlerin ve fotografik ekipmanların imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2680	Manyetik ve optik kaset, bant, CD, vb. ortamların imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
27	Elektrikli teçhizat imalatı	0,000	0,005	0,016	0,008	0,889	0,865	0,001	0,106	0,255
2711	Elektrik motorlarının, jeneratörlerin ve transformatörlerin imalatı	0,000	0,010	0,047	0,013	0,929	1,442	0,001	0,061	0,235
2712	Elektrik dağıtım ve kontrol cihazları imalatı	0,000	0,008	0,046	0,015	0,851	1,681	0,003	0,142	0,692
2720	Akümülatör ve pil imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2731	Fiber optik kabloların imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2732	Diğer elektronik ve elektrik telleri ve kablolarının imalatı	0,000	0,000	0,000	0,005	0,896	0,588	0,001	0,104	0,169
2733	Kablolamada kullanılan gereçlerin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,016	0,967	1,743	0,001	0,033	0,148
2740	Elektrikli aydınlatma ekipmanlarının imalatı	0,000	0,000	0,000	0,009	0,980	0,974	0,000	0,020	0,049
2751	Elektrikli ev aletlerinin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2752	Elektriksiz ev aletlerinin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	1,000	0,425
2790	Diğer elektrikli ekipmanların imalatı	0,000	0,000	0,000	0,005	0,748	0,563	0,002	0,252	0,469
28	Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	0,001	0,238	0,374	0,003	0,570	0,293	0,001	0,193	0,246
2811	Motor ve türbin imalatı (hava taşıtı, motorlu taşıt ve motosiklet motorları hariç)	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000

2812	Akışkan gücü ile çalışan ekipmanların imalatı	0,000	0,000	0,000	0,006	1,000	0,668	0,000	0,000	0,000
2813	Diğer pompaların ve kompresörlerin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,005	1,000	0,577	0,000	0,000	0,000
2814	Diğer musluk ve valf/vana imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2815	Rulman, dişli/dişli takımı, şanzıman ve tahrik elemanlarının imalatı	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	1,000	0,462
2821	Fırın, ocak (sanayi ocakları) ve brülör (ocak ateşleyicileri) imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2822	Kaldırma ve taşıma ekipmanları imalatı	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	1,000	0,042
2823	Büro makineleri ve ekipmanları imalatı (bilgisayarlar ve çevre birimleri hariç)	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2824	Motorlu veya pnömatik (hava basınçlı) el aletlerinin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,088	1,000	9,620	0,000	0,000	0,000
2825	Soğutma ve havalandırma donanımlarının imalatı, evde kullanılanlar hariç	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2829	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer genel amaçlı makinelerin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	1,000	0,040
2830	Tarım ve ormancılık makinelerinin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,001	0,915	0,161	0,000	0,085	0,037
2841	Metal işleme makinelerinin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,012	1,000	1,283	0,000	0,000	0,000
2849	Diğer takım tezgahlarının imalatı	0,001	1,000	0,494	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
2891	Metalürji makineleri imalatı	0,073	0,484	24,601	0,022	0,146	2,416	0,056	0,370	15,198
2892	Maden, taş ocağı ve inşaat makineleri imalatı	0,000	0,015	0,047	0,009	0,985	1,016	0,000	0,000	0,000
2893	Gıda, içecek ve tütün işleme makineleri imalatı	0,000	1,000	0,042	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
2894	Tekstil, giyim eşyası ve deri üretiminde kullanılan makinelerin imalatı	0,000	0,000	0,000	0,000	1,000	0,024	0,000	0,000	0,000

2895	Kağıt ve mukavva üretiminde kullanılan makinelerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2896	Plastik ve kauçuk makinelerinin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2899	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer özel amaçlı makinelerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
29	Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	0,005	0,935	1,589	0,000	0,015	0,008	0,000	0,050	0,069
2910	Motorlu kara taşıtlarının imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
2920	Motorlu kara taşıtları karoseri (kaporta) imalatı; treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	0,000	0,000	0,000	0,001	0,231	0,056	0,002	0,769	0,458
2931	Motorlu kara taşıtları için elektrik ve elektronik donanımların imalatı	0,014	1,000	4,754	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
2932	Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı	0,006	1,000	1,914	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
30	Diğer ulaşım araçlarının imalatı	0,000	0,001	0,008	0,005	0,144	0,568	0,031	0,856	8,361
3011	Gemilerin ve yüzen yapıların inşası	0,000	0,000	0,000	0,031	1,000	3,348	0,000	0,000	0,000
3012	Eğlence ve spor amaçlı teknelerin yapımı	0,000	1,000	0,110	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
3020	Demir yolu lokomotifleri ve vagonlarının imalatı	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,144	1,000	39,078
3030	Hava taşıtları ve uzay araçları ile bunlarla ilgili makinelerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3040	Askeri savaş araçlarının imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3091	Motosiklet imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000

3092	Bisiklet ve engelli aracı imalatı	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	1,000	0,259
3099	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer ulaşım ekipmanlarının imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
31	Mobilya imalatı	0,002	0,368	0,824	0,003	0,504	0,369	0,001	0,128	0,232
3100	Koltuk, sandalye, tabure, bank ve benzeri oturaklar (takımlar hariç) ile bunların parçaları ve mobilya parçaları (CPA 31.00)	0,002	0,603	0,814	0,001	0,256	0,113	0,001	0,141	0,154
3101	Büro ve mağaza mobilyaları imalatı	0,004	0,466	1,415	0,005	0,534	0,530	0,000	0,000	0,000
3102	Mutfak mobilyalarının imalatı	0,000	0,000	0,000	0,001	0,316	0,093	0,002	0,684	0,495
3103	Yatak imalatı	0,002	0,915	0,635	0,000	0,085	0,019	0,000	0,000	0,000
3109	Diğer mobilyaların imalatı	0,003	0,246	0,851	0,006	0,611	0,692	0,001	0,143	0,401
32	Diğer imalatlar	0,000	0,000	0,000	0,002	0,951	0,184	0,000	0,049	0,024
3211	Madeni para basımı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3213	İmitasyon (taklit) takılar ve ilgili eşyaların imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3220	Müzik aletleri imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3230	Spor malzemeleri imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3240	Oyun ve oyuncak imalatı	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	1,000	0,275
3250	Tıbbi ve dişilik ile ilgili araç ve gereçlerin imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000

3291	Süpürge ve fırça imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3299	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalatlar	0,000	0,000	0,000	0,007	1,000	0,756	0,000	0,000	0,000
33	Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı	0,000	0,000	0,000	0,001	1,000	0,126	0,000	0,000	0,000
3311	Fabrikasyon metal ürünlerin onarımı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3312	Makinelerin onarımı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3313	Elektronik veya optik ekipmanların onarımı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3314	Elektrikli ekipmanların onarımı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3315	Gemilerin ve teknelerin bakım ve onarımı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3316	Hava taşıtlarının ve uzay araçlarının bakım ve onarımı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3317	Diğer ulaşım ekipmanlarının bakım ve onarımı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3319	Diğer ekipmanların onarımı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
3320	Sanayi makine ve ekipmanlarının kurulumu	0,000	0,000	0,000	0,007	1,000	0,792	0,000	0,000	0,000
35	Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtımı	0,001	0,053	0,456	0,024	0,932	2,640	0,000	0,015	0,105
3511	Elektrik enerjisi üretimi	0,002	0,053	0,552	0,029	0,932	3,197	0,000	0,015	0,127
3521	Gaz imalatı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000

3530	Buhar ve iklimlendirme temini	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
38	Atığın toplanması, ıslahı ve bertarafı faaliyetleri; maddelerin geri kazanımı	0,000	0,000	0,000	0,003	0,964	0,285	0,000	0,036	0,026
3832	Tasnif edilmiş materyallerin geri kazanımı	0,000	0,000	0,000	0,003	0,964	0,285	0,000	0,036	0,026
45	Motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin toptan ve perakende ticareti ile onarımı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
4511	Otomobillerin ve hafif motorlu kara taşıtlarının ticareti	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
4520	Motorlu kara taşıtlarının bakım ve onarımı	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
46	Toptan ticaret (Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)	0,000	0,000	0,000	0,052	1,000	5,643	0,000	0,000	0,000
4612	Yakıtların, maden cevherlerinin, metallerin ve endüstriyel kimyasalların satışı ile ilgili araçlar	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
4671	Katı, sıvı ve gazlı yakıtlar ile bunlarla ilgili ürünlerin toptan ticareti	0,000	0,000	0,000	0,005	1,000	0,572	0,000	0,000	0,000
4672	Madenler ve maden cevherlerinin toptan ticareti	0,000	0,000	0,000	0,060	1,000	6,515	0,000	0,000	0,000
52	Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
5210	Depolama ve ambarlama	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000
56	Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri	0,004	0,695	1,248	0,001	0,162	0,095	0,001	0,142	0,206
5629	Diğer yiyecek hizmeti faaliyetleri	0,004	0,695	1,248	0,001	0,162	0,095	0,001	0,142	0,206
62	Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler	0,000	0,000	0,000	0,001	0,964	0,092	0,000	0,036	0,008
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,000	0,000	0,000	0,001	0,964	0,092	0,000	0,036	0,008

82	Büro yönetimi, büro destek ve iş destek faaliyetleri	0,001	0,704	0,437	0,001	0,296	0,060	0,000	0,000	0,000
8292	Paketleme faaliyetleri	0,001	0,704	0,437	0,001	0,296	0,060	0,000	0,000	0,000
96	Diğer hizmet faaliyetleri	0,000	#SAYI/0 !	0,000	0,000	#SAYI/0!	0,000	0,000	#SAYI/0 !	0,000

## EK 6: Üç Yıldız Analizi

NACE REV 2	SEKTÖR	BARTIN			ZONGULDAK			KARABÜK		
		BÜYÜK LÜK	BASKIN LIK	UZMANLA ŞMA	BÜYÜK LÜK	BASKIN LIK	UZMANLA ŞMA	BÜYÜK LÜK	BASKIN LIK	UZMANLA ŞMA
1	Bitkisel ve hayvansal üretim ile avcılık ve ilgili hizmet faaliyetleri		*	*		*			*	
111	Tahılların (pirinç hariç), baklagillerin ve yağlı tohumların yetiştirilmesi									
113	Sebze, kavun-karpuz, kök ve yumru sebzelerin yetiştirilmesi									
125	Diğer ağaç ve çalı meyvelerinin ve sert kabuklu meyvelerin yetiştirilmesi									
141	Sütü sağılan büyük baş hayvan yetiştiriciliği									
145	Koyun ve keçi yetiştiriciliği									
146	Domuz yetiştiriciliği									
147	Kümes hayvanları yetiştiriciliği								*	*
149	Diğer hayvan yetiştiriciliği									
150	Karma çiftçilik									
161	Bitkisel üretimi destekleyici faaliyetler	*	*			*				
162	Hayvan üretimini destekleyici faaliyetler									
170	Avcılık, tuzakla avlanma ve ilgili hizmet faaliyetleri									

5	KÖMÜR VE LİNYİT ÇIKARILMASI	*	*	*	*	*	*			
510	TAŞ KÖMÜRÜ MADENCİLİĞİ	*	*	*	*	*	*			
520	LİNYİT MADENCİLİĞİ									
6	HAM PETROL VE DOĞAL GAZ ÇIKARIMI				*	*	*			
610	HAM PETROL ÇIKARIMI									
620	DOĞALGAZ ÇIKARIMI				*	*	*			
8	DİĞER MADENCİLİK VE TAŞ OCAKÇILIĞI		*	*	*	*	*	*	*	*
811	Süsleme ve yapı taşları ile kireç taşı, alçı taşı, tebeşir ve kayağantaşı (arduvaz-kayraktaşı) ocakçılığı		*	*		*			*	*
812	Çakıl ve kum ocaklarının faaliyetleri; kil ve kaolin çıkarımı	*	*	*	*	*	*	*	*	*
891	Kimyasal ve gübreleme amaçlı mineral madenciliği									
892	Turba çıkarımı									
893	Tuz çıkarımı									
899	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer madencilik ve taş ocakçılığı				*	*	*			
10	GIDA ÜRÜNLERİNİN İMALATI		*			*			*	
1011	Etin işlenmesi ve saklanması					*			*	
1012	Kümes hayvanları etlerinin işlenmesi ve saklanması								*	
1013	Et ve kümes hayvanları etlerinden üretilen ürünlerin imalatı		*			*			*	
1020	Balık, kabuklu deniz hayvanları ve yumuşakçaların işlenmesi ve saklanması		*			*	*			

1031	Patatesin işlenmesi ve saklanması									
1032	Sebze ve meyve suyu imalatı		*							
1039	Başka yerde sınıflandırılmamış meyve ve sebzelerin işlenmesi ve saklanması		*			*			*	
1041	Sıvı ve katı yağ imalatı					*				
1042	Margarin ve benzeri yenilebilir katı yağların imalatı									
1051	Süthane işletmeciliği ve peynir imalatı		*			*			*	
1052	Dondurma imalatı		*	*					*	
1061	Öğütülmüş hububat ve sebze ürünleri imalatı		*			*			*	
1062	Nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı									
1071	Ekmek, taze pastane ürünleri ve taze kek imalatı					*			*	
1072	Peksimet ve bisküvi imalatı; dayanıklı pastane ürünleri ve dayanıklı kek imalatı					*				
1073	Makarna, şehriye, kuskus ve benzeri unlu mamullerin imalatı									
1081	Şeker imalatı					*				
1082	Kakao, çikolata ve şekerleme imalatı		*						*	
1083	Kahve ve çayın işlenmesi									
1084	Baharat, sos, sirke ve diğer çeşni maddelerinin imalatı									
1085	Hazır yemeklerin imalatı									
1086	Homojenize gıda müstahzarları ve diyetetik gıda imalatı									
1089	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer gıda maddelerinin imalatı		*			*				

1091	Çiftlik hayvanları için hazır yem imalatı					*			*	
1092	Ev hayvanları için hazır gıda imalatı									
11	İÇECEKLERİN İMALATI		*						*	*
1101	Alkollü içeceklerin damıtılması, arıtılması ve harmanlanması									
1102	Üzümünden şarap imalatı									
1103	Elma şarabı ve diğer meyve şaraplarının imalatı									
1104	Diğer damıtılmamış mayalı içeceklerin imalatı									
1105	Bira imalatı									
1106	Malt imalatı									
1107	Alkolsüz içeceklerin imalatı; maden sularının ve diğer şişelenmiş suların üretimi		*						*	*
13	TEKSTİL ÜRÜNLERİNİN İMALATI		*			*			*	
1310	Tekstil elyafının hazırlanması ve bükülmesi					*				
1320	Dokuma		*	*					*	
1330	Tekstil ürünlerinin bitirilmesi		*			*				
1391	Örgü (triko) veya tığ işi (kroşe) kumaşların imalatı									
1392	Giyim eşyası dışındaki tamamlanmış tekstil ürünlerinin imalatı		*			*			*	
1393	Halı ve kilim imalatı					*				
1394	Halat, urgan, kınnap ve ağ imalatı									
1395	Dokusuz kumaşların ve dokusuz kumaştan yapılan ürünlerin imalatı, giyim eşyası hariç		*			*				

1396	Diğer teknik ve endüstriyel tekstillerin imalatı					*	*		*	
1399	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer tekstillerin imalatı		*							
14	GİYİM EŞYALARININ İMALATI		*	*		*			*	*
1411	DERİ GİYİM EŞYASI İMALATI							*	*	*
1412	İŞ GİYİSİ İMALATI		*			*			*	
1413	DİĞER DIŞ GİYİM EŞYALARI İMALATI		*	*		*			*	*
1414	İÇ GİYİM EŞYASI İMALATI		*	*		*			*	
1419	DİĞER GİYİM EŞYALARININ VE GİYSİ AKSESUARLARININ İMALATI		*	*		*			*	
1420	KÜRKTEN EŞYA İMALATI							*	*	*
1431	ÖRME (TRİKOTAJ) VE TIĞ İŞİ (KROŞE) ÇORAP İMALATI		*	*		*			*	
1439	ÖRME (TRİKOTAJ) VE TIĞ İŞİ (KROŞE) DİĞER GİYİM EŞYASI İMALATI		*	*		*			*	
15	DERİ İLE İLGİLİ ÜRÜNLERİN İMALATI		*	*		*			*	*
1511	Derinin tabaklanması ve işlenmesi; kürkün işlenmesi ve boyanması									
1512	Bavul, el çantası ve benzerleri ile saraçlık ve koşum takımı imalatı (deri giyim eşyası hariç)		*			*			*	*
1520	Ayakkabı, bot, terlik vb. imalatı	*	*	*		*			*	*
16	Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı		*	*	*	*	*		*	
1610	Ağaçların biçilmesi ve planyalanması	*	*	*	*	*	*		*	*

1621	Ahşap kaplama paneli ve ağaç esaslı panel imalatı		*	*	*	*	*		*	*
1622	Birleştirilmiş parke yer döşemelerinin imalatı					*			*	
1623	Diğer bina doğramacılığı ve marangozluk ürünlerinin imalatı		*	*		*			*	
1624	Ahşap konteyner imalatı		*		*	*	*			
1629	Diğer ağaç ürünleri imalatı; mantardan, saz, saman ve benzeri örme malzemelerinden yapılmış ürünlerin imalatı		*	*		*				
17	KAĞIT VE KAĞIT ÜRÜNLERİNİN İMALATI					*				
1711	KAĞIT HAMURU İMALATI									
1712	KAĞIT VE MUKAVVA İMALATI					*	*			
1721	Oluklu kağıt ve mukavva imalatı ile kağıt ve mukavvadan yapılan muhafazaların imalatı					*				
1722	Kağıttan yapılan ev eşyası, sıhhi malzemeler ve tuvalet malzemeleri imalatı					*				
1723	Kağıt kırtasiye ürünleri imalatı									
1724	Duvar kağıdı imalatı									
1729	Kağıt ve mukavvadan diğer ürünlerin imalatı					*				
19	Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı				*	*	*	*	*	*
1910	Kok fırını ürünlerinin imalatı				*	*	*	*	*	*
1920	Rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı									
20	KİMYASALARIN VE KİMYASAL ÜRÜNLERİN İMALATI		*	*	*	*	*	*	*	*
2011	Sanayi gazları imalatı	*	*	*	*	*	*	*	*	*

2012	Boya maddeleri ve pigment imalatı	*	*	*		*		*	*	*
2013	Diğer inorganik temel kimyasal maddelerin imalatı									
2014	Diğer organik temel kimyasalların imalatı				*	*	*	*	*	*
2015	Kimyasal gübre ve azot bileşiklerinin imalatı				*	*	*	*	*	*
2016	Birincil formda plastik hammaddelerin imalatı	*	*	*						
2017	Birincil formda sentetik kauçuk imalatı									
2020	Haşere ilaçları ve diğer zirai-kimyasal ürünlerin imalatı									
2030	Boya, vernik ve benzeri kaplayıcı maddeler ile matbaa mürekkebi ve macun imalatı									
2041	Sabun ve deterjan ile temizlik ve parlaticı maddeler imalatı									
2042	Parfümlerin, kozmetiklerin ve kişisel bakım ürünlerinin imalatı					*				
2051	Patlayıcı madde imalatı									
2052	Tutkal imalatı									
2053	Uçucu yağların imalatı									
2059	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer kimyasal ürünlerin imalatı									
2060	Suni veya sentetik elyaf imalatı				*	*	*			
22	Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı		*	*		*			*	
2211	İç ve dış lastik imalatı; lastiğe sırt geçirilmesi ve yeniden işlenmesi	*	*	*		*				
2219	Diğer kauçuk ürünleri imalatı	*	*	*		*				
2221	Plastik tabaka, levha, tüp ve profil imalatı	*	*	*		*				

2222	Plastik torba, çanta, poşet, çuval, kutu, damacana, şişe, makara vb. paketlenme malzemelerinin imalatı								*	
2223	Plastik inşaat malzemesi imalatı		*		*	*	*			
2229	Diğer plastik ürünlerin imalatı					*			*	
23	Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı		*	*	*	*	*		*	
2311	Düz cam imalatı									
2312	Düz camın şekillendirilmesi ve işlenmesi		*			*				
2313	Çukur cam imalatı									
2314	Cam elyafı imalatı									
2319	Diğer camların imalatı ve işlenmesi (teknik amaçlı cam eşyalar dahil)								*	
2320	Ateşe dayanıklı (refrakter) ürünlerin imalatı	*	*	*	*	*	*			
2331	Seramik karo ve kaldırım taşları imalatı									
2332	Fırınlanmış kilden tuğla, karo ve inşaat malzemeleri imalatı	*	*	*		*				
2341	Seramik ev ve süs eşyaları imalatı									
2342	Seramik sıhhi ürünlerin imalatı	*	*	*	*	*	*			
2343	Seramik yalıtkanların (izolatörlerin) ve yalıtkan bağlantı parçalarının imalatı					*	*	*		
2344	Diğer teknik seramik ürünlerin imalatı									
2349	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer seramik ürünlerin imalatı									
2351	Çimento imalatı	*	*	*		*			*	

2352	Kireç ve alçı imalatı		*	*	*	*	*			
2361	İnşaat amaçlı beton ürünlerin imalatı		*			*			*	
2362	İnşaat amaçlı alçı ürünlerin imalatı									
2363	Hazır beton imalatı		*	*		*			*	
2364	Toz harç imalatı					*				
2365	Lif ve çimento karışumlu ürünlerin imalatı									
2369	Beton, alçı ve çimentodan yapılmış diğer ürünlerin imalatı		*		*	*	*			
2370	Taş ve mermerin kesilmesi, şekil verilmesi ve bitirilmesi					*			*	
2391	Aşındırıcı ürünlerin imalatı									
2399	Başka yerde sınıflandırılmamış metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalat		*			*			*	
24	Ana metal sanayii		*	*	*	*	*	*	*	*
2410	Ana demir ve çelik ürünleri ile ferro alaşımların imalatı	*	*	*	*	*	*	*	*	*
2420	Çelikten tüpler, borular, içi boş profiller ve benzeri bağlantı parçalarının imalatı				*	*	*			
2431	Barların soğuk çekilmesi					*		*	*	*
2432	Dar şeritlerin soğuk haddelenmesi									
2433	Soğuk şekillendirme veya katlama					*	*			
2434	Tellerin soğuk çekilmesi		*		*	*	*		*	*
2441	Değerli metal üretimi									
2442	Alüminyum üretimi					*	*			
2443	Kurşun, çinko ve kalay üretimi									

2444	Bakır üretimi					*			*	
2445	Demir dışı diğer metallerin üretimi									
2451	Demir döküm					*			*	*
2452	Çelik dökümü					*		*	*	*
2453	Hafif metallerin dökümü									
2454	Diğer demir dışı metallerin dökümü							*	*	*
25	Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç)		*			*			*	
2511	Metal yapı ve yapı parçaları imalatı		*			*			*	*
2512	Metalden kapı ve pencere imalatı		*			*				
2521	Merkezi ısıtma radyatörleri (elektrikli radyatörler hariç) ve sıcak su kazanları (boylerleri) imalatı					*				
2529	Metalden diğer tank, rezervuar ve konteynerler imalatı					*				
2530	Buhar jeneratörü imalatı, merkezi ısıtma sıcak su kazanları (boylerleri) hariç		*	*	*	*	*			
2540	Silah ve mühimmat (cephane) imalatı									
2550	Metallerin dövülmesi, preslenmesi, baskılanması ve yuvarlanması; toz metalürjisi		*			*				
2561	Metallerin işlenmesi ve kaplanması		*		*	*	*		*	
2562	Metallerin makinede işlenmesi ve şekil verilmesi					*			*	*
2571	Çatal-bıçak takımları ve diğer kesici aletlerin imalatı								*	*
2572	Kilit ve menteşe imalatı					*				
2573	El aletleri, takım tezgahı uçları, testere ağızları vb. imalatı		*			*			*	

2591	Çelik varil ve benzer muhafazaların imalatı									
2592	Metalden hafif paketlenme malzemeleri imalatı									
2593	Tel ürünleri, zincir ve yayların imalatı							*	*	
2594	Bağlantı malzemelerinin ve vida makinesi ürünlerinin imalatı					*				
2599	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer fabrikasyon metal ürünlerin imalatı					*		*		
26	Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı		*					*		
2611	Elektronik bileşenlerin imalatı									
2612	Yüklü elektronik kart imalatı							*		
2620	Bilgisayar ve bilgisayar çevre birimleri imalatı		*							
2630	İletişim ekipmanlarının imalatı									
2640	Tüketici elektroniği ürünlerinin imalatı									
2651	Ölçme, test ve seyrüsefer amaçlı alet ve cihazların imalatı							*		
2652	Kol saatlerinin, masa ve duvar saatlerinin ve benzerlerinin imalatı									
2660	Işınlama, elektro medikal ve elektro terapi ile ilgili cihazların imalatı									
2670	Optik aletlerin ve fotografik ekipmanların imalatı									
2680	Manyetik ve optik kaset, bant, CD, vb. ortamların imalatı									
27	Elektrikli teçhizat imalatı					*		*		
2711	Elektrik motorlarının, jeneratörlerin ve transformatörlerin imalatı				*	*	*	*		

2712	Elektrik dağıtım ve kontrol cihazları imalatı				*	*	*		*	
2720	Akümülatör ve pil imalatı									
2731	Fiber optik kabloların imalatı									
2732	Diğer elektronik ve elektrik telleri ve kablolarının imalatı					*			*	
2733	Kablolamada kullanılan gereçlerin imalatı				*	*	*		*	
2740	Elektrikli aydınlatma ekipmanlarının imalatı					*			*	
2751	Elektrikli ev aletlerinin imalatı									
2752	Elektriksiz ev aletlerinin imalatı								*	
2790	Diğer elektrikli ekipmanların imalatı					*			*	
28	Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı		*			*			*	
2811	Motor ve türbin imalatı (hava taşıtı, motorlu taşıt ve motosiklet motorları hariç)									
2812	Akışkan gücü ile çalışan ekipmanların imalatı					*				
2813	Diğer pompaların ve kompresörlerin imalatı					*				
2814	Diğer musluk ve valf/vana imalatı									
2815	Rulman, dişli/dişli takımı, şanzıman ve tahrik elemanlarının imalatı								*	
2821	Fırın, ocak (sanayi ocakları) ve brülör (ocak ateşleyicileri) imalatı									
2822	Kaldırma ve taşıma ekipmanları imalatı								*	
2823	Büro makineleri ve ekipmanları imalatı (bilgisayarlar ve çevre birimleri hariç)									

2824	Motorlu veya pnömatik (hava basınçlı) el aletlerinin imalatı				*	*	*			
2825	Soğutma ve havalandırma donanımlarının imalatı, evde kullanılanlar hariç									
2829	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer genel amaçlı makinelerin imalatı							*		
2830	Tarım ve ormancılık makinelerinin imalatı					*		*		
2841	Metal işleme makinelerinin imalatı					*	*			
2849	Diğer takım tezgahlarının imalatı		*							
2891	Metalürji makineleri imalatı	*	*	*	*	*	*	*	*	*
2892	Maden, taş ocağı ve inşaat makineleri imalatı		*			*	*			
2893	Gıda, içecek ve tütün işleme makineleri imalatı		*							
2894	Tekstil, giyim eşyası ve deri üretiminde kullanılan makinelerin imalatı					*				
2895	Kağıt ve mukavva üretiminde kullanılan makinelerin imalatı									
2896	Plastik ve kauçuk makinelerinin imalatı									
2899	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer özel amaçlı makinelerin imalatı									
29	Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı		*	*		*		*		
2910	Motorlu kara taşıtlarının imalatı									
2920	Motorlu kara taşıtları karoseri (kaporta) imalatı; treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı					*		*		

2931	Motorlu kara taşıtları için elektrik ve elektronik donanımların imalatı	*	*	*						
2932	Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı		*	*						
30	Diğer ulaşım araçlarının imalatı					*		*	*	*
3011	Gemilerin ve yüzen yapıların inşası				*	*	*			
3012	Eğlence ve spor amaçlı teknelerin yapımı		*							
3020	Demir yolu lokomotifleri ve vagonlarının imalatı							*	*	*
3030	Hava taşıtları ve uzay araçları ile bunlarla ilgili makinelerin imalatı									
3040	Askeri savaş araçlarının imalatı									
3091	Motosiklet imalatı									
3092	Bisiklet ve engelli aracı imalatı								*	
3099	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer ulaşım ekipmanlarının imalatı									
31	Mobilya imalatı		*			*			*	
3100	Koltuk, sandalye, tabure, bank ve benzeri oturaklar (takımlar hariç) ile bunların parçaları ve mobilya parçaları (CPA 31.00)		*			*			*	
3101	Büro ve mağaza mobilyaları imalatı		*	*		*				
3102	Mutfak mobilyalarının imalatı					*			*	
3103	Yatak imalatı		*			*				
3109	Diğer mobilyaların imalatı		*			*			*	
32	Diğer imalatlar					*			*	

3211	Madeni para basımı									
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı									
3213	İmitasyon (taklit) takılar ve ilgili eşyaların imalatı									
3220	Müzik aletleri imalatı									
3230	Spor malzemeleri imalatı									
3240	Oyun ve oyuncak imalatı								*	
3250	Tıbbi ve dişçilik ile ilgili araç ve gereçlerin imalatı									
3291	Süpürge ve fırça imalatı									
3299	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer imalatlar					*				
33	Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı					*				
3311	Fabrikasyon metal ürünlerin onarımı									
3312	Makinelerin onarımı									
3313	Elektronik veya optik ekipmanların onarımı									
3314	Elektrikli ekipmanların onarımı									
3315	Gemilerin ve teknelerin bakım ve onarımı									
3316	Hava taşıtlarının ve uzay araçlarının bakım ve onarımı									
3317	Diğer ulaşım ekipmanlarının bakım ve onarımı									
3319	Diğer ekipmanların onarımı									
3320	Sanayi makine ve ekipmanlarının kurulumu					*				
35	Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtımı		*		*	*	*		*	

3511	Elektrik enerjisi üretimi		*		*	*	*		*	
3521	Gaz imalatı									
3530	Buhar ve iklimlendirme temini									
38	Atığın toplanması, ıslahı ve bertarafı faaliyetleri; maddelerin geri kazanımı					*			*	
3832	Tasnif edilmiş materyallerin geri kazanımı					*			*	
45	Motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin toptan ve perakende ticareti ile onarımı									
4511	Otomobillerin ve hafif motorlu kara taşıtlarının ticareti									
4520	Motorlu kara taşıtlarının bakım ve onarımı									
46	Toptan ticaret (Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)				*	*	*			
4612	Yakıtların, maden cevherlerinin, metallerin ve endüstriyel kimyasalların satışı ile ilgili araçlar									
4671	Katı, sıvı ve gazlı yakıtlar ile bunlarla ilgili ürünlerin toptan ticareti					*				
4672	Madenler ve maden cevherlerinin toptan ticareti				*	*	*			
52	Taşımacılık için depolama ve destekleyici faaliyetler									
5210	Depolama ve ambarlama									
56	Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri		*	*		*			*	
5629	Diğer yiyecek hizmeti faaliyetleri		*	*		*			*	
62	Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler					*			*	
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri					*			*	

82	Büro yönetimi, büro destek ve iş destek faaliyetleri		*			*				
8292	Paketleme faaliyetleri		*			*				
96	Diğer hizmet faaliyetleri									



