

# Ekonomik Büyüme ve Girişimcilik Aktivitelerinde Kümeleşmenin Rolü: Bursa ve Konya Sanayi Kümeleri Örneğinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma

*Role of Clustering in Economic Growth and Entrepreneurship Activity: The Comparative Study in Case of Bursa and Konya Industrial Clusters*

Özer KARAKAYACI<sup>1</sup>

Girişimcilik ve kümeleşme kavramları son otuz yılda ekonomik coğrafya, bölge bilimi ve sosyoloji yazınında yer alan önemli konulardan biri olmuştur. Girişimcilik, kümeleşme ve ekonomik büyüme gibi kavramlar ekonomik coğrafya, bölge bilimi ve sosyoloji gibi geniş bir yazın içerisinde irdelendiğinde, girişimcilik aktivitelerinin yerel ve bölgesel büyümenin temel unsurlarından biri olduğu ortak noktasında buluşmaktadır. Girişimcilik aktiviteleri ve davranışlarının, firmaların birbirleriyle coğrafik olarak bütünleşmesi ve belirli bir bölgede kurumsallaşması ve buna bağlı olarak gelişen sosyal atmosferin tanımlandığı kümelenme eğilimlerinin başlangıç noktası olduğu kabul edilmektedir. Bu bağlamda, yazında, sanayi kümelerinin sosyal ve ekonomik yönlerinin, girişimcilerin aktiviteleri ve bölgenin ekonomik kalkınmasına olası etkileri üzerine kuramsal açıdan yoğun bir tartışma yer almaktadır. Bu nedenle çalışma, sanayi kümelerinin bölgelerin girişimci aktiviteleri/davranışlarına ve ekonomik büyümeye olası etkileri üzerine odaklanmıştır. Çalışmanın amacı, imalat sanayi açısından kümeleşme eğilimi gösteren bölgelerde ekonomik büyümenin ve girişimci aktivitelerinin belirlenmesinde kümeleşme eğilimlerinin rolünü belirlemektir. Bu bağlamda, imalat sanayi açısından kümeleşme eğilimi yüksek bölgelerde ve kümeleşme eğilimi düşük bölgelerde, ekonomik büyüme ve girişimci aktiviteleri/davranışları üzerine kümeleşmenin etkileri karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Çalışmada iki aşamalı bir yöntem izlenmiştir. Birinci aşamada, imalat sanayi istihdam verileri ve firma sayıları gibi değişkenler ışığında lokasyon analizi yapılmıştır. Lokasyon analizi sonucunda, imalat sanayi açısından illerin yoğunlaşma düzeyi belirlenmiştir. İkinci aşamada ise, lokasyon analiz sonucunda elde edilen veriler ışığında imalat sanayi açısından yoğunlaşma katsayısı yüksek bir bölgede ve yoğunlaşma katsayısı düşük bir bölgede, alan çalışması ve ikincil kaynaklardan elde edilen veriler ışığında, sanayi kümelerinin ekonomik büyüme ve girişimci aktiviteleri/davranışları üzerindeki etkileri istatistikî olarak analiz edilmiştir. Çalışmanın temel sorunsalı, imalat sanayi açısında kümeleşme eğilimi gösteren bölgeler, kümeleşme eğilimi göstermeyen bölgelerden daha fazla ekonomik büyüme ve girişimcilik aktivitelerine katkıda bulunmakta mıdır?

**Anahtar sözcükler:** Girişimci aktiviteleri; girişimci davranışları; sanayi kümeleri; ekonomik büyüme.

*The academic discourse in economic geography, regional science, and economic sociology has been characterized over the last three decade by two key concepts: entrepreneurship as the creation of new organizations and clusters as a source of competitiveness and cooperation. The literature is a matter of opinion that entrepreneurship activity is one key element of local and regional development when concepts such as entrepreneurship, clustering and economic growth are concerned essentially with an extensive literature of on the subject such as economic geography, regional science and sociology. Entrepreneurial activities and behaviors are considered to be the starting point clustering tendencies describing as social atmosphere due to geographically concentration and institutionalization to particular region of firms. In this context, possible effects for entrepreneurs activity and regional economic development of industrial clusters' social and economic aspects have been an intense debate on the theoretical aspects. For this reason, the study has been focused on the possible effects of economic growth and entrepreneurs' activity/behavior in industrial clusters. The aim of the study, regions clustering in terms of the manufacturing industry has determine the role of clustering being possible effects of economic growth and entrepreneurs activity/behavior. In this context, regions clustered and clustering in terms of the manufacturing industry have been comparatively analyzed possible effects clustering on economic growth and entrepreneurs' activity/behavior. The study followed a two-stage method. The first stage, location quotient are analyzed in the light of variables such as firm size data and number of firm. After location quotient had been completed, the concentration level of regions in terms of manufacturing industry was determined. The second stage, industrial clusters impacted on economic growth and entrepreneur activity/behavior have been analyzed as a statistical in light of the data obtained from field work and secondary sources in clustered and clustering regions in terms of the manufacturing industry. This study attempt to explain whether the regions displaying the clustering tendencies in manufacturing are more prosperous than the regions where the manufacturing firms are geographically dispersed.*

**Key words:** Entrepreneurial activity; entrepreneurial behavior; industrial clusters; economic growth.

<sup>1</sup>Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, İstanbul-Türkiye

<sup>1</sup>Department of City and Regional Planning, Yıldız Technical University Faculty of Architecture, Istanbul, Turkey

MEGARON 2010;5(3):149-159

**Başvuru tarihi: 10 Mart 2010 (Article arrival date: March 10, 2010) - Kabul tarihi: 25 Kasım 2010 (Accepted for publication: November 25, 2010)**

İletişim (Correspondence): Dr. Özer KARAKAYACI. e-posta (e-mail): karakayaci@gmail.com

© 2010 Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi - © 2010 Yıldız Technical University, Faculty of Architecture

## Giriş

Kümelenme ve girişimcilik konuları son otuz yılda ekonomi, bölge bilimi, ekonomik coğrafya yazınında büyük ilgi görmüştür. Özellikle Porter (1990) ve Krugman'ın (1991) sanayi kümeleri üzerine yaptıkları çalışmalar, kümelenme ve girişimcilik konularına olan ilginin artmasında önemli bir faktör olmuştur. Bu etkiyle beraber, özellikle 1990'lı yıllardan itibaren sanayi kümelerinin başarısı ve bölgesel kalkınmaya olası etkileri üzerine ampirik ve kuramsal çalışmalar yoğunlaşmıştır. Bu gelişmelere paralel olarak, girişimcilik aktiviteleri ve davranışları gibi konularda, sanayi kümeleri yazınında inceleme yapılan konulardan biri olmuştur. Girişimcilik aktiviteleri ve davranışları gerek ulusal gerekse bölgesel kalkınmanın tetikleyici unsuru olarak değerlendirilmiştir. Ancak, yapılan çalışmaların çoğunluğu sanayi kümeleri içinde belirli konular üzerinde yoğunlaşmıştır. Dolayısıyla, sanayi kümelerinin girişimcilik aktiviteleri ve davranışları üzerine etkilerini belirlemeye yönelik yeterli düzeyde çalışma yapılmamıştır. Kuramsal açıdan ortaya çıkan bu boşluk, sanayi kümelerinin girişimcilik aktiviteleri/davranışları ve firma performansı üzerine etkisine yönelik ampirik çalışmalar yapılmasını kısıtlamıştır.<sup>[1]</sup>

Yazında sanayi kümeleri, girişimcilik aktiviteleri ve davranışlarını belirlemeye yönelik farklı kuramsal yaklaşımlar söz konusudur. Sanayi kümeleri, genel çerçevede birbirine olumlu dışsallıklar sağlayan firmaların belirli bir mekânda yığılması olarak tanımlanmaktadır.<sup>[2-4]</sup> Mekânsal yığılmanın yanı sıra, firmalar arası ilişkileri düzenleyen ve biçimlendiren güven, normlar ve sosyal ağlar gibi unsurlarda sanayi kümeleri yazınında üzerinde durulan önemli konulardır. Girişimcilik aktiviteleri ve davranışlarına yönelik temelde iki farklı kuramsal yaklaşım söz konusudur. Bu yaklaşımlardan biri "neo-klasik" öğreti, diğeri ise "yeni ekonomik coğrafya" (*new economic geography*) öğretisidir. Neo-klasik öğreti girişimcilik aktiviteleri ve davranışlarının mekânsal faktörlerden soyutlayarak açıklarken, yeni ekonomik coğrafya öğretisi girişimcilik aktiviteleri ve davranışlarında mekânsal faktörlerin temel unsur olduğu konusuna vurgu yapmaktadır. Çünkü sosyal yapı, kültür, güven ve sosyal sermaye gibi unsurlar girişimcilik aktivitelerinde belirleyici niteliktedir. Bu unsurların ortaya çıkışı ve etkisi, belirli bir mekânda aktörler arasındaki etkileşim sonucunda meydana gelmektedir. Aktörler arasındaki bu etkileşim, girişimci aktivitelerinin başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla, aktörler arasındaki etkileşim ve sinerjinin oluşmasında mekân önemli bir unsurdur. Çünkü bir bölgenin ekonomik, fiziksel, sosyal, kültürel ve kurumsal potansiyeli mekân içinde yerleşiktir. Bir başka deyişle,

ekonomik faaliyetler açısından her bir mekân parçası farklı olanaklar sunmaktadır. Genelde sanayi kümeleri, özelde ise girişimcilik aktiviteleri, yenilikçilik, bölgesel kalkınma için mekânsal özellikler önemlidir. Örneğin Batten Württemberg, Silikon Vadisi, Sinos Vadisi, Üçüncü İtalya gibi sanayi kümelerinin başarısında bölgenin ekonomik, fiziksel, sosyal, kültürel ve kurumsal potansiyeli yadsınamaz. Dolayısıyla, bir mekân olarak tanımlanan sanayi kümelerinde ortaya çıkan yoğun ilişki ağları "girişimcilik kültürü, girişimci aktivitesi ve girişimci davranışı"nı yaratmaktadır. Bir sanayi kümesinde organizasyonlar arası işbirlikleri, formel ya da enformel ilişkiler firmalar arasında yoğun işgücü hareketliliği (mobility), üretimin geliştirilmesi, yatay ve dikey ayrışma olarak karakterize edilen yapıyı ortaya çıkarmaktadır. Bir başka deyişle, sanayi kümeleri girişimcilik kültürünün, aktivitesinin ve davranışlarının gelişmesine yol açmaktadır. Bu bakış açısıyla, girişimcilik aktiviteleri ve davranışlarının biçimlenmesini mekândan bağımsız olarak değerlendirmek olası değildir.

Bu çerçevede, çalışmanın amacı sanayi kümelerinin girişimci aktiviteleri/davranışları ve firma performansı üzerindeki etkilerini belirlemektir. Bu amaçla, Türkiye'de ekonomik faaliyetler içinde imalat sanayi açısından yoğunlaşma özelliği gösteren iki bölgede ampirik çalışma yapılmıştır. Bu ampirik çalışma sonucunda elde edilen veriler istatistikî olarak analiz edilmiştir. Analizler sonucunda, imalat sanayi açısından yoğunlaşma özelliği gösteren iki farklı bölgede sanayi kümelerinin girişimcilik aktiviteleri/davranışları ve firma performansı üzerindeki etkileri karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Bu kapsamda, çalışma üç bölümde ele alınmıştır. Birinci bölümde, sanayi kümeleri, girişimcilik ve ekonomik büyümeye yönelik kavramsal çerçeve irdelenmiştir. Çalışmanın ikinci bölüm metodoloji kısmını oluşturmaktadır. Son bölüm ise, analiz sonucunda elde edilen araştırma bulguları ve değerlendirmelerden oluşmaktadır.

## Kavramsal Çerçeve: Kümelenme, Girişimcilik ve Ekonomik Büyüme

Yazında sanayi bölgeleri büyük ölçekli işletmelerin değişen koşullara ayak uydurmakta zorlanması, işletmelerin üretim aşamalarını yatayda ve düşeyde ayrıştırarak, değişen koşullar karşısında daha az risk almak istemeleri vb. nedenler sonucunda ortaya çıkmış ekonomik mekânlar olarak tanımlanabilir. Belirli bölgelerde küçük ölçekli uzmanlaşmış firmaların yığıldığı sanayi bölgeleri yüksek düzeyde ekonomik gelişmenin motoru olmuştur. Aslında sanayi bölgeleri kavramı, firmaların pazar koşulları karşısında maliyetlerini düşürmek için hammadde ve ucuz işgücüne yakın olma gibi dışsal iliş-

ki kararlarının üst kademede alındığı geleneksel ekonomik kuramlara karşı alternatif bir tez olarak ortaya çıkmıştır. Özellikle, Alfred Marshall'ın 1890'larda küçük ve orta ölçekli firmalara yönelik yaptığı çalışmalar sanayi bölgeleri teorisinin temelini oluşturmuştur. 1970'lerde yaşanan ekonomik, politik, kurumsal ve teknolojik bağlamda yaşanan değişimler sanayi bölgelerine olan ilgiyi yeniden ortaya çıkarmıştır. Üretim sürecinde yaşanan değişim karşısında, özellikle gelişmiş ülkelerde bölgesel gelişmenin sağlanması ve bölgenin rekabetçi özelliklerinin ortaya çıkarılması için politikalar geliştirilmiştir. Bu politikaların sonucunda, özellikle gelişmiş ülkelerde bölgesel kalkınmanın motoru olarak tanımlanan yeni sanayi odakları gelişmiştir. Yerel avantajların kullanımı, bilginin paylaşımı, esnek işgücü kültürü, yoğun sosyal ilişkilerden ortaya çıkan işbirlikleri ve güven, servis dağıtım ağı ve kaynak alt yapısında yerel alt yapının ortak kullanımı gibi özellikler, bu sanayi bölgelerinin başarısının altında yatan kriterler olarak ortaya çıkmıştır.<sup>[5,6]</sup> İtalya'da İtalya Sanayi Bölgesi (Üçüncü İtalya<sup>1</sup> ya da Emilia Romagna), Almanya'da Batten Württemberg, Amerika'da Silikon Vadisi, Brezilya'da Sinos Vadisi vb. gibi başarılı ekonomik bölgeler ya da yeni sanayi bölgeleri ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, 1980'lere kadar sanayi bölgeleri teorisi önemini korumuştur. Bu süreçte sanayi bölgeleri teorisini farklı biçimlerde ele alan akımlar ortaya çıkmıştır. Bu akımlardan birincisi İtalyan Okulu'dur.<sup>[7-10]</sup> Bu okul, temelde Marshall teorisine bağlı kalarak, sanayi bölgelerinin tarihsel ve sosyo-kültürel faktörleri üzerine yoğunlaşmışlardır. Özellikle Becattini (1989) sanayi bölgelerinin, firma ya da sektör odaklı analizleri yerine sosyo-kültürel yönlerine yönelik analizlerin yapılması gerekliliği üzerine vurgu yapmaktadır. Sanayi bölgeleri teorisi üzerine odaklanan ikinci akım ise, kurumsalcı perspektiftir.<sup>3</sup> Piore ve Sabel (1984) bu süreci "ikinci sanayi devrimi" olarak nitelendirmiştir. Bu okul temelde, sanayi bölgelerinde firmalar arası işbirlikleri ve güven gibi olguların mekânsal yığılma eğilimini arttırdığı, varsayımı üzerine odaklanmıştır. Kurumsalcı perspektif, firmalar arası işbirliklerinin ve güvenin oluşmasında belirli kurumların önemli rol oynadığını vurgulanmaktadır. Bu bağlamda Amin ve Thrift (1994) sanayi bölgelerinde kurumlar, organizasyonlar, firmalar ve politik birlikler arasındaki ilişkileri kurumsal yoğunluklar (*institutional thickness*) biçimi-

mindeki bir kavramla açıklamıştır. Üçüncü akım ise, Kaliforniya Okulu'dur<sup>4</sup>. Kaliforniya Okulu, üretimin yatayda ayrışması sonucu artan işlem maliyetlerini azaltma ve belirsiz ekonomik şartlar altında aktörler arası işbirliği sağlayan alışkanlıklar, formel ve enformel ilişkilerin kurulmasında ticari olmaya bağımlılıkların (*untraded interdependencies*) önemini vurgulamıştır.<sup>[11]</sup> 1980'lere kadar coğrafyacılar, sosyologlar, iktisatçılar, bölge bilimciler hatta siyaset bilimciler tarafından yapılan çalışmalar sonucunda, sanayi bölgelerinin sosyal ve kültürel değerlerin mekân üzerinde önemli etkisi olduğu gerçeği görülmüştür. Bu kapsamda sanayi bölgelerinin mekânsal özellikleri, sosyal ilişki ağları, kültürel özellikleri, politik özellikleri, ekonomik başarıları bağlamında birçok çalışma yapılmıştır.<sup>[3,9,12-16]</sup>

1980'lere kadar sanayi bölgeleri teorisi üzerine yoğunlaşan yazın, 1990'lardan itibaren yerini sanayi kümeleri teorisine bırakmıştır. Kümelenme yazını, sanayi bölgeleri yazınına ilaveten mekânsal yakınlık, yenilikçilik, bölgesel uzmanlaşma ve ağ ilişkileri üzerine yoğunlaşmıştır. 1990'larda kümelenme yazını açısından önemli açılımlar ortaya koyan iki teori ortaya çıkmıştır. Bu teorilerden biri, ekonomik temellere dayalı olarak gelişen Porter'ın (1990, 1998, 2001) rekabetçilik teorisidir. Porter farklı bölgesel, ulusal ve uluslararası organizmaların rekabetçilik avantajlarına odaklanmıştır. Porter kümelenmeyi, birbirleriyle ilişkili firmaların, kurumların ve derneklerin belirli bir mekânda yığılması olarak tanımlamıştır. Porter bu anlamda firmaların, kurumların ve derneklerin verimliliklerine göre küresel ekonomi içindeki rekabet avantajlarını belirlemeyi amaçlamıştır. 1990'larda kümelenme yazınına katkı sağlayan ikinci teori, ekonomik aktivitelerde mekânın önemini vurgulayan Krugman'ın (1991) yeni ekonomik coğrafya teorisidir. Krugman ekonomik aktivitelerin coğrafyasını belirlemede tarihsel geçmişin önemini vurgulamaktadır. Bu teoriye göre, bölgenin sahip olduğu sosyo-mekânsal faktörler sanayi kümelerinin ortaya çıkışında önemli rol oynamaktadır.<sup>[17-19]</sup>

Dolayısıyla, sanayi kümelerinde coğrafi/mekânsal yakınlık, firmalar arası ağlar ve organizasyonel ya da kurumsal ağlar olmak üzere üç farklı boyut incelenmektedir.<sup>[20,21]</sup> Girişimcilik aktiviteleri ve davranışları ise, kümelenme yazınında kritik bir noktada yer almaktadır.

<sup>1</sup> İtalya bölgesel açıdan Birinci İtalya, İkinci İtalya ve Üçüncü İtalya olmak üzere üç bölgeye ayrılır. Birinci İtalya; İtalya'nın kuzey batı kesiminde bulunan Liguria, Piedmonte, Valle D'aosta ve Lombardy bölgelerini kapsar. İkinci İtalya; güney kesiminde yer alan Sardunya, Lazio, Abruzzi, Molise, Puglia, Calabria, Sicilya, Basilicata ve Campania bölgelerinden oluşur. Üçüncü İtalya ise; İtalya'nın merkezi ve kuzey doğusunda yer alan Tuscan, Umbria, Trentino, Alto-Adige, Friuli-Venezia-Giulia, Veneto, Emilia-Romagna ve Marche bölgelerini içerir.

<sup>2</sup> Detaylı bilgi için; Becattini 1990 ve 1989, Brusco 1992, Pyke and Sengenberger 1992 bakınız.

<sup>3</sup> Detaylı bilgi için; Piore ve Sabel 1984, Storper 1997, Amin ve Thrift 1996'ya bakınız.

<sup>4</sup> Detaylı bilgi için; Scott 1988'e bakınız.

Girişimcilik risk alma, fırsatları kovalama, hayata geçirme ve yenilik yapma süreçleri olarak tanımlanmaktadır.<sup>[22,23]</sup> Başarılı bir sanayi kümesi girişimcilik aktivitelerinin yoğun olduğu ve girişimciler arasında ortaya çıkan yoğun ilişkilerin bir sonucudur. Girişimcilik üretim aşamasında, ürünün üretimiyle ilgili bilgilere sahip olmak, yeni ürün geliştirmek için gerekli stratejileri kurulumak, ulaşılması herkes için mümkün olmayan bilgiye ulaşmak, sorumluluk yetkisi ve risk alarak firmanın gelişimine katkı sağlamak ve sürekli yeniliklere açık olmak şeklinde değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak, girişimcilik aktiviteleri ve davranışları belirli bir mekânda meydana gelen ekonomik eylemler sonucu şekillenmektedir. Belirli bir mekânda gerçekleşen ekonomik eylemlerin özellikleri ve potansiyelleri girişimcilik aktiviteleri için çıkış noktası oluşturmaktadır. Bu etkileşim, ekonomik performans da pozitif yönde etki etmektedir.<sup>[18,24]</sup>

### Gereç ve Yöntem

Çalışmanın amacı, ekonomik aktiviteler açısından kümeleşme eğiliminin ekonomik performans ve girişimcilik aktiviteleri/davranışları üzerindeki etkilerini belirlemektir. Bu amaçla, kümeleşme eğiliminin ekonomik performans ve girişimcilik aktiviteleri/davranışları üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik yöntem geliştirilmiştir. Çalışmada üç aşamalı bir yöntem süreci izlenmiştir.

- Birinci aşama, çalışma alanının belirlenmesine yönelik analizler,
- İkinci aşama, alan çalışmasına ilişkin yöntemin belirlenmesi,
- Üçüncü aşama, alan çalışması sonucu elde edilen verilerin istatistiksel analizleridir.

Bu çalışmada, imalat sanayi açısından kümeleşme eğilimi yüksek bölgeler kümeleşme eğilimi düşük bölgelerden daha mı fazla girişimcilik aktiviteleri/davranışları ve ekonomik performansa katkıda bulunduğu belirlenmesi hedeflenmiştir. Bu kapsamda, çalışma alanının belirlenmesi süreci çalışma yönteminin ilk aşamasını oluşturmaktadır. Çalışma alanının belirlenmesi için 2000 yılı verileri kullanılarak, lokasyon katsayısı (LQ)<sup>5</sup> yöntemiyle imalat sanayi açısından illerin yoğunlaşma değerleri bulunmuştur. Şekil 1'de ekono-

mik faaliyetler içinde imalat sanayi açısından LQ değeri 1.00'in üzerinde olan iller ve bu illerde LQ değeri 1.00'in üzerinde olan imalat sanayi alt sektörleri görülmektedir. Bu analiz sonuçlarına göre, Türkiye'de 21 ilin imalat sanayi yoğunlaşma düzeyi 1.00 değerinin üzerinde bulunmuştur. Bu iller içerisinde lokasyon değeri 1.03 olan Konya kümeleşme eğilimi en düşük bölge, lokasyon değeri 1.57 olan Bursa kümeleşme eğilim en yüksek bölge olarak belirlenmiştir. Bu değerlendirmeler çerçevesinde, Bursa ve Konya illeri çalışma alanı olarak belirlenmiştir.

Yöntem sürecinin ikinci aşaması, alan çalışmasının tasarımı ve değişkenlerin belirlenmesine yönelik süreçtir. Bu aşamada öncelikle, sanayi kümelerinin özellikleri, firmaların genel özellikleri, firma ekonomik performansı ve girişimci aktiviteleri/davranışlarını belirlemeye yönelik değişkenler belirlenmiştir. Sonrasında, çalışmanın amacına yönelik anket formu hazırlanmıştır. Bu anket formu; firmanın genel özellikleri, firma ekonomik performansı, girişimcilere göre sanayi kümesinin özellikleri ve girişimci aktiviteleri/davranışlarını belirlemeye yönelik dört ana bölümden oluşmaktadır.

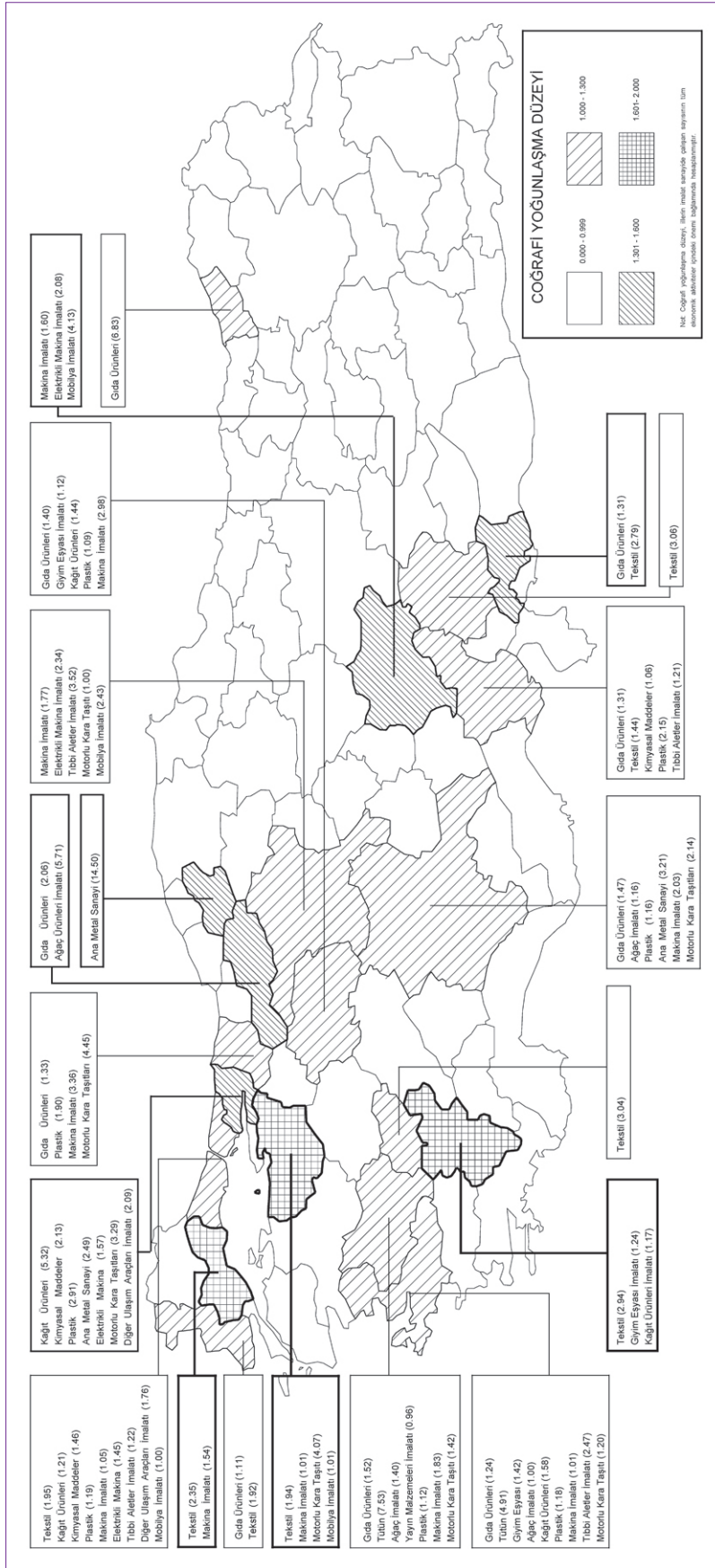
**Firma genel özellikleri**, firmanın kuruluş sermayesi, firmada çalışan sayısı, firmanın faaliyet gösterdiği sektör gibi bilgileri kapsamaktadır.

**Firma ekonomik performansı**, firmanın son beş yıl içerisinde toplam satışlarında ve istihdamındaki değişim oranlarını kapsamaktadır.

**Küme özellikleri**, 21 farklı değişkene bağlı olarak sorgulanmıştır. Küme özelliklerine ilişkin yapılan sorgulamalarda, girişimcinin bulunduğu kümeyi tercih etme nedenleri sorgulanmıştır. Girişimcilerin bulunduğu kümeyi tercih etme nedenleri, bölgenin yurtiçi ve yurtdışı pazarlardaki olumlu imaja sahip olması, bölgede ana firma sayısının yüksek olması ve bu firmalar için tedarikçi olarak çalışma olanağı, bölgenin vasıflı işgücü potansiyeli, işkolundaki uzmanlaşma düzeyinin ve teknolojik kapasitesinin yüksek olması, bölgede diğer firmalarla kolay işbirliği yapma olanağı, aynı düşünce ve görüşleri paylaşan girişimcilerin yoğunluğu, bölgenin sosyo-kültürel yapısının girişimciler için uygun olması, girişimci özelliklerinin bölgedeki girişimcilerle benzerlikler göstermesi, bölgenin yeni fikirler ve projeler için uygun altyapıya sahip olması, firmanın ihtiyacı olan bilgiye ulaşma imkânı olması, fiziksel, finansal ve ticari altyapısının firma gelişimi için uygun olması, girişimciler için belirsizlikleri ve riskleri ortadan kaldırma potansiyeline sahip olması, rekabet yapısının güçlü olması, bölgede girişimcileri destekleyen ve yönlendiren STK'ların varlığı, merkezi ve yerel yönetimlerin firmala-

<sup>5</sup> Lokasyon katsayısı, tüm ekonomik aktivite içinde bir bölgedeki ekonomik aktivitenin yoğunlaşma düzeyidir.  $LQ = \frac{(\text{Yerde İmalat Sanayi İstihdamı})}{(\text{Yerde Toplam İstihdam})} / \frac{(\text{Ulusalda İmalat Sanayi İstihdamı})}{(\text{Ulusalda Toplam İstihdam})}$  şeklinde hesaplanmıştır. Buna göre LQ 1'den büyük olan iller imalat sanayi açısından yoğunlaşan bölgeler olarak kabul edilmiştir.<sup>[27]</sup>





Şekil 1. Türkiye'de imalat sanayinin mekânsal dağılımı, 2000.

**Tablo 1.** Alan çalışması sonucunda ankete katılan girişimcilerin sektörlere göre dağılımı

Sektörler	Bursa	Konya
Gıda	8	16
Makina	11	23
Metal	10	5
Mobilya	7	0
Otomotiv	20	7
Tekstil	17	0
<b>Toplam</b>	<b>73</b>	<b>51</b>

rın gelişimi için ortaya koyduğu teşvikler, bölgede ihracatçı ve ithalatçı firmaların varlığı, girişimciler arasında sosyal ilişki ağlarının yoğun olması, bölgenin araştırma ve geliştirme kurumları açısından altyapıya sahip olması, bölgede örnek alınabilecek firmaların fazla olması, bölgenin lojistik açıdan avantajlı olma durumu gibi değişkenler kapsamında irdelenmiştir.

**Girişimci aktiviteleri ve davranışları**, ikinci ve üçüncü nesil girişimci olup olmaması, bireysel yetenekleri, geleneksel üretim tarzına sahip olup olmaması, girişimcinin yeni ürün geliştirme arzusu, bölgedeki fırsatları değerlendirme arzusu, risk/inisiyatif alma arzusu, toplumsal statü elde etme arzusu ve topluma güven verme arzusu gibi değişkenler kapsamında irdelenmiştir.

Girişimcilerin küme özelliğine ilişkin değerlendirmeleri ve girişimci aktiviteleri/davranışlarına ilişkin veriler Likert ölçeğine göre elde edilmiştir (5= Kesinlikle katılıyorum, 4= Büyük ölçüde katılıyorum, 3= Kısmen katılıyorum, 2= Pek katılmıyorum, 1= Kesinlikle katılmıyorum). Ekonomik performansla ilişkin değerlendirmeler ise oransal olarak elde edilmiştir. Bu kapsamda, firma sahiplerine mail yoluyla anket formu gönderilmiştir. Bursa'dan 73 firma sahibi, Konya'dan ise 51 firma sahibi anket çalışmasına katılmıştır. Anket çalışmasına katılan firmaların sektörlere göre dağılımı tablo 1'de verilmiştir.

Yöntem sürecinin son aşaması, anket sonucu elde edilen verilerin istatistiksel analizleri ve analiz so-

nuçlarının değerlendirilmesi sürecidir. Bu aşamada, istatistikî analiz tekniklerinden faktör analizi<sup>6</sup> ve kümeleme analizi<sup>7</sup> yöntemleri kullanılmıştır. Bu süreçte öncelikle, girişimcilerin değerlendirmeleri kapsamında küme özellikleri ortaya konulmuştur. Küme özellikleri, girişimcilerin kümeyi değerlendirme kriterleri bağlamında elde edilen verilere, faktör analizi yönteminin uygulanması sonucu elde edilmiştir. Faktör analizi sonucunda girişimcilerin küme özelliklerine ilişkin değerlendirmeleri mekânsal faktörler, sosyal ve kültürel faktörler, ekonomik faktörler ve kurumsal faktörler olmak üzere 4 faktöre indirgenmiştir. Sonrasında, faktör analizi sonucu indirgenen her bir faktörün skorları bağlamında, kümeleme analizi yapılmıştır. Kümeleme analizi sonucunda, özellikleri itibarıyla homojen özellikler gösteren dört farklı küme elde edilmiştir. Son aşamada ise, özellikleri itibarıyla homojen özellikler gösteren dört kümeye ilişkin firmalar genel özellikleri, ekonomik performansları ve girişimcilik aktiviteleri/davranışları değerlendirilmiştir.

## Bulgular

Alan araştırması sonucunda elde edilen veriler bağlamında, girişimcilerin sanayi kümesine ilişkin değerlendirmeleri faktör analizi yöntemine göre analiz edilmiştir. Alan çalışmasında, küme özelliğini sorgulamaya yönelik elde edilen 21 değişken, faktör analizi sonucunda altı faktöre indirgenmiş ve kümelerin özellikleri belirlenmiştir. Buna göre, Bursa'da altı faktörün toplam varyans yüzdesi 0.7580, Konya'da altı faktörün varyans yüzdesi 0.6780 olarak hesaplanmıştır. Bir başka deyişle, Bursa'da kümenin özelliğine ilişkin indirgenen altı faktör yirmi bir değişkenin 0,7580'ini, Konya'da ise 0,6780'ini temsil etmektedir.

Bursa'da faktör analizi sonucunda elde edilen faktör yüzdeleri; faktör 1 0.245, faktör 2 0.166, faktör 3 0.110, faktör 4 0.097, faktör 5 0.079 ve faktör 6 0.062 oranındadır. İstatistikî açıdan faktörlerin sınırlandırılmasında çeşitli yöntemler uygulanmaktadır<sup>8</sup>. Bu yöntemlerden biri, faktörlerin araştırmacı tarafından sınırlandırılmasıdır.<sup>[28]</sup> Bu çalışmada, faktörlerin ağırlıkları ve homojen dağılımı değerlendirildiğinde faktör 1, faktör 2, faktör 3

<sup>6</sup> Faktör analizi, birbirleriyle ilişkili çok sayıda değişkeni az sayıda, anlamlı ve birbirinden bağımsız faktörler haline getiren ve yaygın olarak kullanılan çok değişkenli istatistik tekniğidir.<sup>[28]</sup>

<sup>7</sup> Kümeleme analizi, önceden belirlenen seçme kriterine göre birbirine çok benzeyen birey ya da nesnelere aynı küme içinde sınıflandıran çok değişkenli istatistik tekniğidir.<sup>[28]</sup>

<sup>8</sup> Değişkenler arasında ilişkileri en yüksek derecede temsil edecek az sayıda faktör elde edilmesini amaçlayan faktör analizinde, faktörlerin sayısını belirlemek için çeşitli kriterler söz konusudur. Bu kriterlerden birincisi özdeğer istatistiğidir. Özdeğer istatistiği 1'den büyük olan faktörler anlamlı kabul edilir. Özdeğeri 1'den küçük olan faktörler dikkate alınmaz. İkinci kriter Scree Test'tir. Scree test her faktörle ilişkili toplam varyansı verir. Elde edilen grafikte değerlerin yatay şekil aldığı noktaya kadar olan faktörler, elde edilecek maksimum faktör sayısı olarak kabul edilir. Üçüncü kriter toplam varyans yüzdesi yöntemidir. Her ilave faktörün toplam varyansın açıklanmasına katkısı %5'in altına düştüğünde maksimum faktör sayısına ulaşılmıştır demektir. Dördüncü kriter Joliffe kriteridir. Bu kriterle göre 0.7'nin altındaki tüm faktörler modelden çıkartılır. Son kriter ise, araştırmacının faktör sayısına kendisinin karar vermesidir.<sup>[28]</sup>

ve faktör 4 değerlendirilmeye alınmıştır. Bu dört faktörün varyans yüzdesi ise 0.618'dir. Dolayısıyla, Bursa sanayi kümesinde faktör analizi sonucu elde edilen dört faktör tüm değişkenlerin %61,8'ini temsil etmektedir. İstatistikî analizler açısından %61,8'lik oran kabul edilebilir niteliktedir. Tablo 2'de, girişimcilerin değerlendirmelerine göre Bursa sanayi kümesine ilişkin faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Bu analiz sonucunda,

**Faktör 1:** Mekânsal faktörler,

**Faktör 2:** Sosyal ve kültürel faktörler,

**Faktör 3:** Ekonomik faktörler,

**Faktör 4:** Kurumsal faktörler,

biçiminde adlandırılmıştır.

Bu sonuçlara göre, girişimciler Bursa sanayi kümesini, %24,5 oranında mekânsal faktörlere, %16,6. ora-

nında sosyal ve kültürel faktörlere, %11 oranında ekonomik faktörlere, %9,7 oranında kurumsal faktörlere göre değerlendirmektedir (Tablo 2).

Konya'da faktör analizi sonucunda elde edilen faktör yüzdeleri; faktör 1 0.188, faktör 2, 0.158, faktör 3 0.108, faktör 4 0.086, faktör 5 0.079 ve faktör 6 0.058 oranındadır. Faktörlerin ağırlıkları ve homojen dağılımı değerlendirildiğinde faktör 1, faktör 2, faktör 3, faktör 4 değerlendirilmeye alınmıştır. Bu dört faktörün varyans yüzdesi ise 0.540'dir. Dolayısıyla, Konya sanayi kümesinde faktör analizi sonucu elde edilen dört faktör tüm değişkenlerin %54,0'ını temsil etmektedir. İstatistikî analizler açısından %54,0'lık oran kabul edilebilir niteliktedir. Tablo 3'de, girişimcilerin değerlendirmelerine göre Konya sanayi kümesine ilişkin faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Bu analiz sonucunda,

**Tablo 2.** Girişimcilerin değerlendirmelerine göre Bursa sanayi kümesi faktör analizi sonuçları

	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6
Bölgenin yurt içi ve yurt dışı pazarlardaki olumlu imaja sahip olması	<b>-0,6771</b>	0,0939	-0,3242	0,4083	0,3219	-0,2140
Bölgede ana firmaların fazlalığı ve bu firmalar için tedarikçi olarak çalışma olanağı	<b>-0,6681</b>	0,2115	0,1463	0,0356	-0,0724	0,0567
Bölgenin vasıflı işgücü potansiyeli yüksek olması	<b>-0,6537</b>	0,0092	-0,2478	0,5031	0,3168	-0,0968
Bölgenin işkolundaki uzmanlaşma düzeyinin yüksek olması	<b>-0,6513</b>	0,0314	-0,3440	0,4895	0,2712	-0,1228
Bölgenin teknolojik kapasitesinin yüksek olması	<b>0,6105</b>	0,1714	-0,0415	0,4403	-0,3750	-0,1627
Bölgede, diğer firmalarla kolay işbirliği yapma olanağı	<b>0,5833</b>	0,0491	-0,3457	0,5213	-0,3122	-0,0742
Aynı düşünce ve görüşleri paylaşan girişimcilerin yoğunluğu	-0,3006	<b>-0,8251</b>	0,2522	0,0878	-0,0753	-0,0914
Bölgenin sosyo-kültürel yapısının girişimciler için uygun olması	-0,2949	<b>-0,8107</b>	0,2758	-0,0575	-0,0944	-0,0429
Girişimci özelliklerinin bölgedeki girişimcilerle benzerlikler göstermesi	-0,4012	<b>-0,7536</b>	0,1713	0,2201	-0,1361	0,1557
Bölgenin, yeni fikirler ve projelerin için uygun altyapıya sahip olması	-0,3550	0,3992	<b>0,6485</b>	0,0525	-0,1417	-0,2825
Bölgenin, firmanın ihtiyacı olan bilgiye ulaşma imkanı olması	-0,3034	0,5760	<b>0,5410</b>	0,1715	-0,1302	0,0000
Bölgenin fiziksel, finansal ve ticari altyapısının firma gelişimi için uygun olması	0,2206	-0,1422	<b>0,5047</b>	0,2204	0,2500	0,2770
Bölgenin, girişimciler için belirsizlikleri ve riskleri ortadan kaldırma potansiyeline sahip olması	-0,3574	0,0951	<b>0,4853</b>	0,3089	-0,2140	-0,3628
Bölgenin rekabet yapısının güçlü olması	-0,5554	-0,0040	<b>-0,3929</b>	-0,2037	-0,4347	-0,3648
Bölgede girişimcileri destekleyen ve yönlendiren STK'ların varlığı	0,4789	0,0059	-0,2445	<b>0,5670</b>	-0,3969	0,3024
Merkezi ve yerel yönetimlerin firmaların gelişimi için ortaya koyduğu teşvikler	-0,5073	-0,0919	-0,2795	<b>-0,3658</b>	-0,3592	-0,1832
Bölgede, ihracatçı ve ithalatçı firmaların varlığı	-0,5354	0,1336	-0,2485	<b>-0,3054</b>	-0,3678	0,2701
Girişimciler arasında sosyal ilişki ağlarının yoğun olması	-0,5430	0,2067	-0,0462	0,1111	-0,4790	0,3275
Bölgenin, araştırma ve geliştirme kurumları açısından altyapıya sahip olması	-0,5649	0,1571	-0,2587	-0,0721	0,2523	0,4630
Bölgede, örnek alınabilecek firmaların fazlalığı	-0,2514	-0,7028	0,0915	0,2421	-0,1917	0,2728
Bölgenin lojistik açıdan avantajlı olması	-0,4320	0,6144	0,2840	0,1113	-0,0962	0,3798
<b>Varyans</b>	<b>5,1480</b>	<b>3,4781</b>	<b>2,3120</b>	<b>2,0406</b>	<b>1,6491</b>	<b>1,2993</b>
<b>% var</b>	<b>0,2450</b>	<b>0,1660</b>	<b>0,1100</b>	<b>0,0970</b>	<b>0,0790</b>	<b>0,0620</b>
<b>Toplam varyans</b>						<b>15,9271</b>
<b>Toplam % var</b>						<b>0,7580</b>

**Faktör 1:** Sosyal ve kültürel faktörler

**Faktör 2:** Mekânsal faktörler,

**Faktör 3:** Ekonomik faktörler

**Faktör 4:** Kurumsal faktörler,

biçiminde adlandırılmıştır.

Bu sonuçlara göre, girişimciler Konya sanayi kümesini, %18,8 oranında sosyo-kültürel faktörler, %15,8 oranında mekânsal faktörler, %10,8 oranında ekonomik faktörler, %7,9 oranında kurumsal faktörler bağlamında değerlendirmektedir (Tablo 3).

Faktör analizi sonrasında, faktör analizi sonucu her bir firma için belirlenen faktör değerlerine göre kümelene analizi yapılmıştır. Kümelene analizi sonucunda birbirleriyle benzerlikler gösteren dört küme elde edilmiştir. Kümelene analizi sonucunda Bursa'da, 1.

küme 27 firma, 2. küme 19 firma, 3. küme 10 firma, 4. küme ise 17 firmadan oluşmuştur. Konya özelinde yapılan kümelene analizi sonucunda ise 1. küme 8 firma, 2. küme 14 firma, 3. küme 17 firma, 4. küme 12 firmadan oluşmuştur. Son aşamada ise, Bursa ve Konya sanayi kümesinde kümelene analizi sonucu elde edilen dört kümeye ilişkin firmaların genel özellikleri, ekonomik performansı ve girişimcilik aktiviteleri/davranışları değerlendirilmiştir. Tablo 4 ve Tablo 5'de, Bursa ve Konya özelinde analiz edilen dört kümenin firma genel özellikleri, ekonomik performansları ve girişimcilik aktiviteleri/davranışları bağlamında değerlendirme sonuçları verilmiştir.

Bursa ve Konya çalışma alanında firma özellikleri, firma ekonomik performansı ve girişimcilik aktiviteleri/davranışları değerlendirildiğinde, her bir kümenin farklı özellikler gösterdiği görülmektedir.

**Tablo 3.** Girişimcilerin değerlendirmelerine göre Konya sanayi kümesi faktör analizi sonuçları

	Faktör 1	Faktör 2	Faktör 3	Faktör 4	Faktör 5	Faktör 6
Girişimci özelliklerinin bölgedeki girişimcilerle benzerlikler göstermesi	-0,8210	0,1604	0,2268	-0,0610	-0,1585	0,0878
Bölgenin sosyo-kültürel yapısının girişimciler için uygun olması	-0,7952	0,0774	0,1641	-0,0701	0,0200	-0,1902
Aynı düşünce ve görüşleri paylaşan girişimcilerin yoğunluğu	-0,6977	-0,2318	-0,0037	-0,3522	0,1216	0,1071
Girişimciler arasında sosyal ilişki ağlarının yoğun olması	-0,6094	0,2825	0,0445	-0,1345	0,2132	0,1324
Bölgede, örnek alınabilecek firmaların fazlalığı	-0,4152	0,6866	-0,1072	0,1431	0,2000	-0,0387
Bölgenin vasıflı işgücü potansiyeli yüksek olması	-0,3546	0,6228	0,0875	0,1175	0,1479	0,4057
Bölgenin teknolojik kapasitesinin yüksek olması	-0,2113	-0,6198	0,2956	0,3664	0,4210	0,0084
Bölgede, diğer firmalarla kolay işbirliği yapma olanağı	-0,3949	0,5800	-0,1036	0,0770	0,2794	-0,2601
Bölgenin yurt içi ve yurt dışı pazarlardaki olumlu imaja sahip olması	-0,0137	0,5128	-0,1589	0,5206	-0,2425	-0,1339
Bölgenin işkolundaki uzmanlaşma düzeyinin yüksek olması	-0,4297	-0,5034	0,2593	0,2811	0,3430	-0,3197
Bölgenin rekabet yapısının güçlü olması	0,3298	0,3770	0,6238	-0,2043	0,0921	-0,0633
Bölgenin, girişimciler için belirsizlikleri ve riskleri ortadan kaldırma potansiyeline sahip olması	-0,2329	-0,2131	-0,6065	-0,1482	-0,1359	-0,1416
Bölgenin, firmanın ihtiyacı olan bilgiye ulaşma imkanı olması	-0,2942	-0,4390	-0,6025	0,1115	-0,0518	-0,2463
Bölgede girişimcileri destekleyen ve yönlendiren STK'ların varlığı	-0,1220	0,0581	-0,3765	0,7053	-0,2983	0,1285
Merkezi ve yerel yönetimlerin firmaların gelişimi için ortaya koyduğu teşvikler	-0,1664	-0,4697	0,3138	0,5376	0,2719	0,2271
Bölgenin, araştırma ve geliştirme kurumları açısından altyapıya sahip olması	-0,5318	-0,3866	-0,2340	-0,3814	-0,1722	-0,0454
Bölgenin fiziksel, finansal ve ticari altyapısının firma gelişimi için uygun olması	-0,1557	-0,0604	0,3636	0,0794	-0,7008	0,1933
Bölgenin lojistik açıdan avantajlı olması	-0,4383	0,1062	0,2674	0,2926	-0,4235	-0,3271
Bölgenin, yeni fikirler ve projelerin için uygun altyapıya sahip olması	-0,0396	-0,4095	0,2403	-0,0526	-0,3800	-0,1455
Bölgede ana firmaların fazlalığı ve bu firmalar için tedarikçi olarak çalışma olanağı	-0,5601	-0,0443	-0,0111	-0,1518	-0,1980	0,3292
Bölgede, ihracatçı ve ithalatçı firmaların varlığı	-0,0433	-0,3428	-0,2274	0,1136	0,0333	0,5996
<b>Varyans</b>	<b>3,9564</b>	<b>3,3174</b>	<b>2,2752</b>	<b>1,8141</b>	<b>1,6566</b>	<b>1,2150</b>
<b>% var</b>	<b>0,1880</b>	<b>0,1580</b>	<b>0,1080</b>	<b>0,0860</b>	<b>0,0790</b>	<b>0,0580</b>
<b>Toplam varyans</b>						<b>14,2347</b>
<b>Toplam % var</b>						<b>0,6780</b>



**Tablo 4.** Bursa'da kümelenmenin girişimci aktivitelerine ve ekonomik performansa etkisi

	1. küme			2. küme			3. küme			4. küme		
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Orta	Yüksek
Ekonomik performans			✓			✓			✓			✓
İkinci ve üçüncü nesil girişimci aktiviteleri			✓			✓			✓			✓
Bireysel yeteneklere sahip girişimciler aktiviteleri			✓			✓			✓			✓
Geleneksel üretim tarzına sahip girişimci aktiviteler		✓			✓			✓			✓	
Girişimcinin yeni ürün geliştirme arzusu		✓			✓			✓			✓	
Girişimcinin bölgedeki fırsatları değerlendirme arzusu			✓			✓		✓				✓
Girişimcinin risk/inisiyatif alma arzusu			✓		✓			✓				✓
Toplumsal statü elde etme arzusu		✓			✓			✓		✓		
Topluma güven verme arzusu			✓		✓				✓		✓	
Firmanın büyüklüğü <sup>9</sup>	Büyük ölçekli			Büyük ve orta ölç.			Büyük ve orta ölç.			Orta ölç.		
Firmaların sektörel dağılımı	Tekstil-Otomotiv			Tekstil-Otomotiv			Tekstil-Metal			Tekstil-Makina		
Toplam firma sayısı	27 firma			19 firma			10 firma			17 firma		

**Tablo 5.** Konya'da kümelenmenin girişimci aktivitelerine ve ekonomik performansa etkisi

	1. küme			2. küme			3. küme			4. küme		
	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Orta	Yüksek
Ekonomik performans			✓			✓			✓			✓
İkinci ve üçüncü nesil girişimci aktiviteleri			✓	✓				✓				✓
Bireysel yeteneklere sahip girişimciler aktiviteleri		✓				✓			✓			✓
Geleneksel üretim tarzına sahip girişimci aktiviteler			✓		✓		✓			✓		
Girişimcinin yeni ürün geliştirme arzusu			✓	✓				✓		✓		
Girişimcinin bölgedeki fırsatları değerlendirme arzusu		✓		✓			✓			✓		
Girişimcinin risk/inisiyatif alma arzusu	✓				✓		✓			✓		
Toplumsal statü elde etme arzusu		✓		✓			✓			✓		
Topluma güven verme arzusu		✓		✓				✓			✓	
Firmanın büyüklüğü <sup>9</sup>	Büyük ölçekli			Büyük ve orta ölç.			Büyük ve orta ölç.			Orta ölç.		
Firmaların sektörel dağılımı	Gıda-Makina			Gıda-Makina			Gıda-Makina			Metal-Makina		
Toplam firma sayısı	8 firma			14 firma			17 firma			12 firma		

Bursa çalışma alanında; 1. küme büyük ölçekli firmaların yoğunlaştığı ve genellikle tekstil-otomotiv sektörünün ağırlıkta olduğu bir küme özelliği göstermektedir. Bu kümede firmalar toplam satışlar ve istihdam sayısı açısından büyüme eğilimi göstermektedirler. Dolayısıyla, ekonomik performansı yüksek olan firmalar olarak değerlendirilmektedir. Bu kümede yer alan girişimciler, genellikle aile firmalarının devamı niteliğinde olan ve

ikinci-üçüncü nesil girişimcilerin yönetimde bulunduğu firmalardır. Bu girişimciler, üretim konusunda eğitimini tamamlamış ve bireysel yeteneklere sahip aktivitelere sahiptir. Bu tür girişimciler arasında yeni ürün geliştirme arzusu yanında, küme içerisinde üretim konusunda boşlukları tespit ederek bu boşlukları fırsata dönüştürme arzusu yüksektir. Ayrıca, girişimcilerin risk/inisiyatif alma ve topluma güven verme arzusu yüksektir.

<sup>9</sup> Çalışmada firmalar büyüklüklerine göre 4 grupta ele alınmıştır. 1-9 kişi çalıştırılan firmalar küçük ölçekli, 10-49 kişi çalıştırılan firmalar orta ölçekli, 50-249 kişi çalıştırılan firmalar orta-büyük ölçekli, 250 ve üzeri kişi çalıştırılan firmalar büyük ölçekli firmalar olarak gruplandırılmıştır.

2. küme ekonomik performans ve girişimcilik aktiviteleri açısından 1. kümeyle benzerlik göstermektedir. Ancak, 2. kümede büyük ve orta ölçekli firmalar daha baskın konumdadır. Bunun yanında, girişimcinin risk/inisiyatif alma arzusu, toplumsal statü elde etme arzusu ve topluma güven verme arzusu gibi girişimci davranışları orta derecedir.

3. küme girişimcilik aktiviteleri 1. ve 2. küme girişimcilik aktiviteleriyle benzerlik göstermekle birlikte, 3. kümede büyük ve orta ölçekli firmalar baskın konumdadır. Bu kümede tekstil ve metal sanayi sektöründe faaliyet gösteren girişimciler çoğunluktadır. Bu kümede bulunan firmalar toplam satış ve istihdam artışı açısından orta derecede büyüme göstermektedir. Ayrıca, girişimcinin yeni ürün geliştirme arzusu, bölgedeki fırsatları değerlendirme arzusu, risk/inisiyatif alma arzusu, toplumsal statü elde etme arzusu gibi girişimcilik davranışları orta derecedir.

4. küme ekonomik performans ve girişimcilik aktiviteleri 3. kümeyle benzerlik göstermektedir. Bu kümede tekstil ve makina sektöründe faaliyet gösteren girişimciler baskın konumdadır. Firma büyüklükleri açısından orta ölçekli firmalar baskındır. Girişimcilik davranışları açısından ise, girişimcinin yeni ürün geliştirme arzusu ve topluma güven verme arzusu orta derece, bölgedeki fırsatları değerlendirme arzusu ve risk/inisiyatif alma arzusu yüksek derece, toplumsal statü elde etme arzusu düşük derecedir.

Konya çalışma alanında; 1. küme büyük ve orta ölçekli firmaların yoğunlaştığı ve genellikle gıda-makina sektörünün ağırlıkta olduğu bir küme özelliği göstermektedir. Bu kümede bulunan firmalar toplam satışlar ve istihdam sayısı açısından büyüme eğilimi göstermektedirler. Dolayısıyla, ekonomik performansı yüksek firmalar olarak değerlendirilmektedir. Bu kümede yer alan girişimciler, genellikle aile firmalarının devamı niteliğinde olan ve ikinci-üçüncü nesil girişimcilerin yönetiminde bulunduğu firmalardır. Bu girişimciler bireysel yetenekleri orta derecedir. Girişimcilerin, geleneksel üretim tarzını devam ettirme eğilimleri yüksektir. 2. küme firma genel özellikleri açısından 1. kümeyle benzerlik göstermesine karşın, ekonomik performans, girişimcilik aktiviteleri ve girişimcilik davranışları açısından oldukça farklıdır. 2. küme ekonomik performans açısından orta derecedir. İkinci ve üçüncü nesil girişimcilerin baskınlığı düşüktür. Bu kümedeki girişimciler çoğunlukla belirli firmalarda tecrübe edindikten sonra kendi firmalarını kurmaktadır. Dolayısıyla, bireysel becerileri yüksektir. Bu girişimcilerin yeni ürün geliştirme arzusu, bölgedeki fırsatları değerlendirme arzusu, toplumsal statü elde etme arzusu ve topluma güven verme ar-

zusu oldukça düşüktür. 3. küme ve 4. küme ise ekonomik performans, girişimci aktiviteleri, girişimci davranışları ve firma genel özellikleri açısından 2. kümeye oldukça benzemektedir.

### Tartışma ve Sonuç

Çalışmada, imalat sanayide kümelenme eğilimlerini firma performansları, girişimci aktiviteleri ve girişimci davranışları üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda kümeleşme eğilimi yüksek sanayi kümeleri, kümeleşme eğilimi düşük sanayi bölgelerine göre gerek firma ekonomik performansı gerekse girişimcilik aktiviteleri ve girişimcilik davranışlarına daha fazla katkı sağlamaktadır.

Kümeleşme eğilimi yüksek Bursa sanayi kümesi incelendiğinde büyük ve büyük-orta ölçekli firmaların ekonomik performansının yüksek olduğu görülmektedir. Buna karşın Konya sanayi kümesinde büyük-orta ölçekli ve orta ölçekli firmaların ekonomik performansının orta derece olduğu görülmektedir. Diğer taraftan, Bursa'daki girişimcilerde yeni ürün geliştirme, fırsatları değerlendirme ve risk alma konusunda oldukça yüksek bir eğilim varken, Konya'da girişimcilerin yeni ürün geliştirme, fırsatları değerlendirme ve risk alma konusundaki eğilimleri düşük derecedir. Özellikle, girişimcilerin %76'lık bir bölümünün aile firması olması, girişimcilerin risk alma eğilimini düşürmektedir.<sup>[25]</sup> Çünkü aile firmalarının geleneksel üretim tarzından modern üretim tarzına geçişi süreci, bireysel girişimcilere göre daha zordur. Konya'nın 1980 sonrasında sanayi kimliğinin tarımdan daha baskın hale geldiği ve sanayideki canlanmanın Konya'daki diğer girişimcileri de bu sektöre çektiği söylenebilir.<sup>[26]</sup> Dolayısıyla Konya sanayi kümesinde; deneyimlere dayalı gelişen aile firmaları ve bazı firmalarda çalışarak işi öğrenen bilgiye dayalı gelişen arkadaş firmaları baskın konumdadır. Bursa sanayi kümesindeki girişimcilerin büyük bir çoğunluğu, bireysel yeteneklere sahip girişimcilerden oluşmaktadır. Özellikle, makina ve otomotiv sektörünün yükselişi yenilikçi ve belirli üretim konularında uzmanlaşmayı hızlandırmıştır. Bursa sanayi kümesindeki yüksek teknoloji kullanımı, vasıflı işgücü potansiyeli ve rekabet düzeyinin yüksek olması gibi özellikleri risk alma düzeyi yüksek, yeni ürün geliştirme çabası olan ve bireysel yetenekleri sayesinde pazardaki boşlukları fırsatlara dönüştürebilen girişimci profilini doğurmuştur.

Sonuç olarak, küme özellikleri ile girişimcilik aktiviteleri/davranışları ve firma ekonomik performansı arasında bir ilişki söz konusudur. Rekabet düzeyi yüksek, ulusal/uluslararası pazarlara entegrasyonu yüksek, işgücü potansiyeli gibi kriterler açısından potansiyel taşı-

yan kümelerin yeni girişimciler açısından çekici bir unsur olduğu söylenebilir. Buna karşın, geleneksel üretim tarzının baskın olduğu kümelerde ise girişimci aktiviteleri/davranışlarının geleneksel kurallara bağlı geliştiği ve kabuğunu kıramadığı söylenebilir.

### Kaynaklar

1. Wennberg, K., Lindqvist, G., (2008), "How Do Entrepreneurs in Clusters Contribute To Economic Growth?", SSE/EFI Working Paper Series in Business Administration No 2008:3.
2. Robert, B.H., Enright, M.J., (2004), "Industry Clusters in Australia: Reent Trends and Prospects", European Planning Studies, Sayı 12.1, s. 99-121.
3. Porter, M.E., (1998), "Clusters and the New Economics of Competition", Harvard, Harvard Business Review.
4. Cumbers, A., MacKinnon, D., (2004), "Introduction: Clusters in Urban and Regional Development", Urban Studies, Sayı 45-5/6, s. 959-69.
5. Amin, A., Thrift, N., (1996), "Living in the Global", Ed. A. Amin ve N. Thrift (editörler) Globalization, Institutions and Regional Development in European, Oxford, Oxford University Press, s. 1-22.
6. Türkün, A., (1998), "Using Critical Realist Approach in Geographical Research: an Attempt to Analyze the Transforming Nature of Production and Reproduction in Denizli", Basılmamış Doktora Tezi, ODTÜ Mimarlık Fakültesi, Ankara.
7. Becattini, G., (1989), "Sectors and/or Districts: Some Remarks on the Conceptual Foundations of Industrial Economics", Ed. E. Goodman (editörler) Small Firms and Industrial Districts in Italy, London, Routledge, s. 123-35.
8. Becattini, G., (1990), "The Marshallian Industrial District as a Socio-Economic Notion", Ed. F. Pyke, G. Beccatini ve W. Sengenberger (editörler) Industrial Districts and Inter-Firm Co-operation in Italy, Geneva, International Institute for Labour Studies, s. 37-51.
9. Brusco, S., (1992), "Small Firms and the Provision of Real Services", Ed. F. Pyke and W. Sengenberger (editörler) Industrial Districts and Local Economic Regeneration, Geneva, International Institute for Labour Studies, s. 177-96.
10. Pyke, F., Sengenberger, W., (1992), "Industrial Districts and Local Economic Regeneration", Geneva, International Institute for Labour Studies.
11. Storper, M., (1999), "The Resurgence of Regional Economies, Ten Years Later: The Region as a Nexus of Untraded Interdependencies", Ed. J. Bryson ve diğ. (editörler) The Economic Geography Reader, New York, John Wiley and Sons, s. 209-15.
12. Amin, A. (1999a), "An Institutional Perspective on Regional Economics Development", International Journal Urban and Regional Research, Sayı 23.2., s. 365-78.
13. Markusen, A., (1996), "Sticky Places in Slippery Space: A Typology of Industrial Districts", Economic Geography, Sayı 72, s. 293-313.
14. Farrell, J.H., (2000), "The Political Economy of Trust: Exploring Cooperation Between Mechanical Engineering Firms in Emilia-Romagna and Baden-Württemberg", Basılmamış Doktora Tezi, Georgetown University, Washington.
15. Schmitz, H., (1992), "Industrial Districts: Model and Reality in Baden-Württemberg", Ed. F. Pyke ve W. Sengenberger (editörler) In Industrial Districts and Local Economic Regeneration, Geneva, International Institute for Labour Studies, s. 87-121.
16. Schmitz, M., Musky, B., (1994), "Industrial Districts in Europe: Policy Lessons for Developing Countries?", World Development, Sayı 22, s. 889-910.
17. Amin, A. (1999b), "The Emilian Model: Institutional Challenges", European Planning Studies, Sayı 7.4., s. 389-405.
18. Storper, M., (1997), "Territorial Development in a Global Economy: the Regional World", New York, The Guilford Press.
19. Scott, A., (1988), "New Industrial Spaces: Flexible Production Organization and Regional Development in North America and Western Europe", London, Pion Press.
20. Rocha, H.O., (2004), "Entrepreneurship and Development: the Role of Clusters", Small Business Economics, Sayı 23, s. 363-400.
21. Rocha, H.O., Sternberg, R., (2005), "Entrepreneurship: the Role of Clusters Theoretical Perspectives and Empirical Evidence From Germany", Small Business Economics, Sayı 24, s. 267-92.
22. Glaser, E.L., Kerr, W.R., (2009), "Local Industrial Conditions and Entrepreneurship: How Much of the Spatial Distribution Can We Explain?", Journal of Economics and Management Strategy, Sayı 18.3, s. 623-63.
23. Bas, T.G., Amoros, E., Kunc M., (2008), "Innovation, Entrepreneurship and Clusters in Latin America Natural Resource - Implication and Future Challenges", Journal of Technology Management and Innovation, Sayı 3.3., s. 52-65.
24. Sternberg, R., Litzberger, T., (2004), "Regional Clusters in Germany: Their Geography and Their Relevance for Entrepreneurial Activities", European Planning Studies, Sayı 12.6., s. 767-91.
25. Gökalp, Ş.G., (1998), "The Dynamics of Industrial Development: Konya as a New Industrial District", Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, ODTÜ Mimarlık Fakültesi, Ankara.
26. Eraydın, A., (2002), "Yeni Sanayi Odakları; Yeni Kalkınmanın Yeniden Kavramsallaştırılması", Ankara, ODTÜ Mimarlık Fakültesi Yayınları.
27. Bendavid-Val, A., (1991), "Regional and Local Economic Analysis for Practitioners", 4th ed., London, Praeger.
28. Kalaycı, Ş., 2005, "SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri", Ankara, Asil Yayın.
29. Porter, M.E., (1990), "The Competitive Advantage of National", New York, The Free Press.
30. Krugman, P., (1991), "Geography and Trade", Cambridge, MIT Press.
31. Piore, M., Sabel, C. F., (1984), "The 2nd Industrial Divide", New York, Basic Books.