BÖLGELERARASI GELİŞMİŞLİK FARKLARINI GİDERMEDE BİR ARAÇ OLARAK KÜMELENME YAKLAŞIMI: KONYA OTOMOTİV SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ

Merve YAZAR YILDIZTEKİN

YÜKSEK LİSANS TEZİ
ŞEHİR VE BÖLGE PLANLAMA

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

MART 2014
ANKARA

TEZ BİLDİRİMİ

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

Merve YAZAR YILDIZTEKİN

BÖLGELERARASI GELİŞMİŞLİK FARKLARINI GİDERMEDE BİR ARAÇ OLARAK KÜMELENME YAKLAŞIMI: KONYA OTOMOTİV SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Merve YAZAR YILDIZTEKİN

GAZİ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

Mart 2014

ÖZET

Dengeli kalkınmanın sağlanması bugün gelişmiş ya da az gelişmiş olsun dünya üzerindeki tüm ülkelerin temel politika alanlarından birdir. Kalkınma Politikaları Dönemler içerisinde farklılık gösterseler de özellikle 90'lardan itibaren bazı bölgelerin güçlü ekonomik yapıları ile ön plana çıkması rekabet olanaklarının kaynağının bölgelerde olduğu düşüncesin beraberinde getirmiş ve bölgeler rekabet yarışının önemli bir kaynağı olarak yeniden keşfedilmişlerdir. "Yeni Bölgecilik" ya da "Bölgenin Zenginliği" olarak adlandırılan bu sürecin beraberinde getirdiği kalkınma modelleri içerisinde hiç birisi Yerel potansiyelleri ön plana çıkaran çok aktörlü, yenilikçi, rekabetçi ve esnek bir yaklaşımı savunan kümelenme yaklaşımı kadar Kalkınma Poltikalarının merkezine oturmamıştır.

Çalışmada öncelikle kümelenme yaklaşımı kavramsal olarak ele alınmış İkinci kısımda ise kalkınma politikalalarının önemli bir uygulama aracı olarak kümelenme yaklaşımı Konya Otomotiv Sektörü Kümesi örnekleminde irdelenmiştir. Bu çerçevede Konya Ekonomisi içerisinde Otomotiv Sektörünün yeri güncel veriler ışığında Üç Yıldız Analizi ve Herfindahl-Hirschman Analizi ile ortaya konulmuş daha sonra Konya Otomotiv Sektörü yapısal ve mekansal olarak irdelenerek sektörün mekansal olarak kümelenmesi ve rekabet gücü

berlirlenmiştir. Çalışmanın amacı Konya özelinde mevcut kümenin yaşam döngüsünün hangi evresinde olduğu ve bir soraki evreye geçiş için atılabilecek adımlara ilişkin bir durum tespiti yapılması ve Konya otomotiv sektöründen yola çıkarak az gelişmiş bölgeler ve ilişkili yazın için örnek bir kalkınma modelinin ortaya konmasıdır.

Bilim Kodu : 801.1.024
Anahtar Kelimeler: Kalkınma Politikaları, Rekabetçilik, Yığılma, Yeni Bölgecilik, Yeni Ekonomik Coğrafya, Firma Stratejisi, Yeni Neoklasik Kent Ekonomileri, Kümelenme, Otomotiv Sektörü
Sayfa Adedi : 314
Tez Yöneticisi : Yrd. Doç. Dr. Demet EROL

CLUSTERING APPROACH AS A MATTER OF REGIONAL DEVELOPMENT: REVIEWING KONYA AUTOMATIVE INDUSTRY
(M. Sc. Thesis)

MERVE YAZAR YILDIZTEKİN

GAZİ UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF NATURAL AND APPLIED SCIENCES
March 2014

ABSTRACT

Today even development is not only one of the main political area for undeveloped nations but also it is the main concern of developed nations. Though development policies show differences in periods especially after 90's appearing some regions with their strong economic structure has brought about the idea of the source of competitive advantages is in regions and the regions were rediscovered as one important source of global race instead of national economies. Named as "New Regionalism" or "Wealt of Regions" in Economic Literature and in Planning Disipline this trend has brouht about with new development models and concepts. By featuring the potential of local, defending an innovative, competitive, flexible and participant approach any concept has not settled in the heart of development policies like clustering approach.

In this study firstly clustering approach noticed thoritically. As an important tool of development policies the clustering approach reviewed in the case of Konya Automative Cluster. In this context the place of Automotive Industry in economy of Konya Region determined by Three Stars Analysis and Herfindahl-Hirschman Analysis then Konya Automative industry reviewed as structural and spatial and the spatial clustering and competitive advantages of sector determined for understanding the stage of Cluster in life cycle. Aim of the study is doing a case determination for the stage of cluster in life cycle and steps can

be taken for turning into the upper stages and with the case of Konya putting forth a development model for undeveloped regions and related literature.

Science Code : 801.1.024
Key Words : Development Policies, Competition, Agglomeration, New Regionalism, New Economic Geography, Firm Strategy, New NeoClassical Urban Economics, Clustering, Automative Industry
Page Number: 314
Supervisor : Assist. Prof. Dr. Demet EROL

TEŞEKKÜR

Öncelikle çalışmalarımın en başından beri beni sabırla ve anlayışla destekleyen ve değerli yardım ve katkılarıyla beni yönlendiren hocam Yrd. Doç. Dr. Demet EROL'a teşekkürlerimi sunarım.

Ayrıca bu meşakkatli ve stresli çalışma sürecim boyunca beni hep anlayışla karşılayan, desteğini asla esirgemeyen, bu tezi hazırlamak için birlikte geçireceğimiz zamandan çaldığım değerli eşim Halil YILDIZTEKİN'e ve desteklerini eksik etmeyen Sevgili Babam İbrahim YAZAR, Annem Serdal YAZAR ve Kardeşim Elif Miray YAZAR'a teşekkürü bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖZET iv

ABSTRACT vi

TEŞEKKÜR viii

İÇİNDEKİLER ix

ÇİZELGELERİN LİSTESİ xii

ŞEKİLLERİN LİSTESİ xv

SİMGELER VE KISALTMALAR xii

1. GİRİŞ 1

2. KALKINMA OLGUSU VE BÖLGESEL KALKINMA TEORİLERİ..... 7

2.1. Kalkınma Kavramı ve Kalkınma Politikaları 8

2.2. Geçmişten Günümüze Kalkınma Politikaları 10

2.2.1. Yeni bölgecilik ve 1990 sonrası bölgesel kalkınma politikaları..... 12

2.2.2. 1990 sonrası bölgesel kalkınma yaklaşımları 18

2.3. Yığılma Teorisi ve Mekansal Gelişme Modelleri 28

2.3.1. Yığılma teorisi..... 28

2.3.2. Mekansal gelişme modelleri……..….36

3. KÜMELENME KAVRAMI, KAVRAMIN GELİŞİMİ VE KURAMSAL ÇERÇEVE……..53

3.1. Kümelenme Olgusunun Kökenleri ve İlişkili Literatürün Gelişimi…….53

3.1.1. Kümelenme literatürünün gelişimi……...……..55

3.2. Kümelerin Oluşumları 59

3.2.1. Kaynağa odaklanan neoklasik kuramlar 59

3.2.2. Ekonomik coğrafyada sosyal değişim: sosyal ağlara odaklanma…....61

Sayfa

3.2.3. Kurumlar ve sistemlere odaklanma……...……62

3.3. Kümelerin Özellikleri ve Sağladıkları Olanaklar…….66

3.3.1. Kümelerin özellikleri……66

3.3.2. Kümelerin sağladığı olanaklar……72

4. KÜMELERİN DİNAMİKLERİ VE PERFORMANS KRİTERLERİ……...86

4.1. Kümelerin Dinamikleri……86

4.1.1. Evrimsel yaklaşım (kümelerin yaşam döngüsüne dayalı sınıflama)…..89

4.1.2. Kümelerin işlem temelli sınıflaması 99

4.1.3. Teknolojik/ bilgi temelli sınıflama……..……...…...105

4.1.4. Kümelerin kökenlerine ilişkin sınıflama……..……109

4.2. Kümelerin Başarı Ölçütleri……110

5. KÜMELENME POLİTİKALARI VE UYGULAMA ARAÇLARI……120

.

5.1. Kümelenme Politikaları…….….121

5.1.1. Broker politikaları (borsa acentaları, arabulucular, iş simsarları)……123

5.1.2. Talebe yönelik politikalar……...…...123

5.1.3. Çerçeve/ düzenleyici politikalar……...124

5.2. Kümelenme Politikalarının Uygulama Alanları ve Politika Araçları……125

5.3. Türkiye'de Kümelenme Politikaları……...128

5.3.1. Kümelenme politikalarının gelişimi…….128

6. OTOMOTİV SEKTÖRÜ VE KÜMELENME DEĞERİ……136

6.1. Türkiye'de Otomotiv Sektörünün Gelişimi……....138

6.2. Kalkınma Politikalarında Otomotiv Sektörü…….….143

6.2.1. Onuncu Kalkınma Planı ve otomotiv sektörü (2014-2018)…….……..144

6.2.2. Orta Vadeli Program (2013-2015)……...…….…..144

Sayfa

6.2.3. Yeni teşvik sistemi……...…...……145

7. KONYA OTOMOTİV SEKTÖRÜ VE KÜMELENME DEĞERİ……..148

7.1. Konya Ekonomisine Genel Bakış……..150

7.2. Konya Ekonomisi İçerisinde Otomotiv Sektörünün Yeri……..157

7.2.1. Verilerle Konya Ekonomisi içerisinde otomotiv sektörü……..158

7.2.2. Analizlerle Konya Ekonomisi içerisinde otomotiv sanayi……....164

7.3. Konya'da Otomotiv Sektörünün gelişimi……..…….……...182

7.3.1. Konya'da otomotiv sektörünün kökenleri……...182

7.3.2. Konya Otomotiv Yan Sanayi İş Kümesi……...…….…….187

7.4. Konya Otomotiv Sektörünün Yapısal Özellikleri……..190

7.4.1. Konya Otomotiv Sektöründe mekansal yakınlık……193

7.4.2. Konya Otomotiv Sektörü yapı analizi …….....206

SONUÇ VE ÖNERİLER …….216

KAYNAKÇA…….....221

EKLER.....230
EK-1 Kalkınma Politikaları ve Yıllara Göre Değişimi…….....231
EK-2 Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar…….....232
EK-3 Konya Otomotiv Sektörü Yapı Analizi …….....304

ÖZGEÇMİŞ……..……317

ÇİZELGELERİN LİSTESİ

Çizelge **Sayfa**

Çizelge 2.1. Yığılma üzerine iktisatçılar ve akademisyenler tarafından ortaya atılan farklı görüşler ve bölgesel gelişme modelleri……..35

Çizelge 2.2. Gelişim sırasına göre mekansal gelişme modelleri ve savunucuları……..40

Çizelge 3.1. Kümelenme literatürünün gelişimi 65

Çizelge 3.2. Teknik bilginin dört ana bileşeni 77

Çizelge 3.3. Yeni bilgi üretiminin kaynakları..... 80

Çizelge 4.1. Kümelerin analitik alarak sınıflandırılması 88

Çizelge 4.2. Kümelerin yaşam döngüsüne dayalı sınıflama……..……94

Çizelge 4.3. Endüstriyel kümelerin işlem maliyeti yaklaşımına göre sınıflandırılması……..……..104

Çizelge 4.4. Endüstriyel kümelerin bilgi/ teknoloji temelli sınıflaması 107

Çizelge 4.5 Kümelerin bilgi temelli performans kriterleri..... 113

Çizelge 4.6. Performans göstergeleri ile Güney Kore ve Brezilya bilişim kümelerinin karşılaştırılması 118

Çizelge 5.1. Kalkınma Sorunları, Politika Araçları ve Uygulama Örnekleri..... 127

Çizelge 5.2. Türkiye'de kümelenme ile ilişkili politika alanları ve yansımaları 132

Çizelge 5.3. KOBİ İşbirliği ve Kümelenme Projesi kapsamında oluşturulması hedeflenen pilot kümleler..... 135

Çizelge 6.1. Türkiye'de otomotiv sektörünün dönemlere göre gelişimi..... 140

Çizelge 6.2. Otomotiv sanayi ihracat rakamları, 2012……..142

Çizelge 7.1. Konya Otomotiv Yan Sanayisinde yaygın olarak üretilen parçalar üretim ve istihdam oranları 148

Çizelge 7.2. Yatırım Teşvik Belge adedine göre ilk 5 İl, 2011..... 153

Çizelge 7.3. Konya İli ihracat ve ithalatta ilk 10 ülke, 2012..... 153

Çizelge **Sayfa**

Çizelge 7.4. İSO-İstanbul Sanayi Odası İlk 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Listesi, 2011 155

Çizelge 7.5. İSO-İstanbul Sanayi Odası İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Listesi,..... 156

Çizelge 7.6 NACE Kodları ile sektörlere göre istihdam ve işletme verileri..... 158

Çizelge 7.7. ISIC sınıflamasına göre Konya İli 2012 yılı sektörlere göre ihracat rakamları ve sektör içerisindeki payları, 2012 160

Çizelge 7.8. ISIC sınıflandırmasına göre dış ticaret açığı ve fazlası 2012 161

Çizelge 7.9. Konya'daki yabancı sermayeli firmaların sektörel dağılımı, 2011 162

Çizelge 7.10. Konya'daki yabancı sermayeli firmaların ülkesel dağılımı..... 163

Çizelge 7.11. Türkiye'nin ilk 1000 ihracatçı firması listesine giren Konya firmaları..... 164

Çizelge 7.12. NACE Kodlarına göre c-imalat sektörü Konya ili ve Türkiye geneli istihdam değerleri 166

Çizelge 7.13. NACE Kodlarına göre C-imalat sektörü üç yıldız analizi "büyüklük" endeksleri..... 167

Çizelge 7.14. NACE Kodlarına göre C-imalat sektörü üç yıldız analizi "başatlık" endeksleri..... 168

Çizelge 7.15. NACE Kodlarına göre C-imalat sektörü üç yıldız analizi "Uzmanlaşma" Endeksleri 170

Çizelge 7.16. NACE Kodlarına göre C-imalat sektörü üç yıldız analizi 171

Çizelge 7.17. NACE 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı alt sektörlerine göre Konya İli İstihdam ve İşletme Sayıları..... 173

Çizelge 7.18. NACE 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı alt sektörlerine göre Türkiye Geneli İstihdam ve İşletme Sayıları..... 174

Çizelge **Sayfa**

Çizelge 7.19. NACE 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı alt sektörlerine göre "Büyüklük" Endeksleri 174

Çizelge 7.20. NACE 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı alt sektörlerine göre "Başatlık" Endeksleri 175

Çizelge 7.21. NACE 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı alt sektörlerine göre "Uzmanlaşma" Endeksleri 176

Çizelge 7.22. NACE C-imalat sektörü işletme sayılarına göre H-H analizi 178

Çizelge 7.23. ISIC C-İmalat sanayi sektörlere göre H-H Analizi 180

Çizelge 7.24. Sektörler itibari ile Konya ili 2005-2012 yılları arasındaki ihracat değişimi (Milyon Dolar) (TÜİK 2005 ve 2010 verileri) 187

Çizelge 7.25. KSO veritabanına göre ilçelere göre faaliyet gösteren firma sayıları 191

Çizelge 7.26. Çalışma alanında alt sektörler ve faaliyet koluna göre firma sayısı,2013 192

Çizelge 7.27. Organize sanayi bölgelerindeki firmaların sektörel dağılımı, 2011 198

Çizelge 7.28. Çalışma alanında konumlarına göre otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firma sayısı, 2013 201

Çizelge 7.29. Yapısal analiz kapsamında incelenen firmaların faaliyet gösterdiği alanlara göre dağılımı, 2013 206

Çizelge 7.30. Yapısal analiz kapsamında incelenen firmaların müşteri firmaları ve alımlardaki payları, 2013 207

Çizelge 7.31. Yapısal analiz kapsamında incelenen firmaların konumlarına göre dağılımı, 2013 209

Çizelge 7.32. Yapısal analiz kapsamında incelenen firmaların konumlarına göre dağılımı, 2013 209

Çizelge 7.33. Performans Kriterleri ve Konya Otomotiv Sektörü'nün karşılama düzeyi 214

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil **Sayfa**

Şekil 2.1. Porter'ın Elmas Diyagramı 27

Şekil 2.2. Yenilikçi Çevrelerin gelişme biçimleri: mekânsal ekonomi..... 47

Şekil 3.1. Kümeyi meydana getiren aktörler 68

Şekil 3.2. Porter'ın Değer Zinciri 69

Şekil 3.3. Kavramsal bir kümelenme analizi; içerdiği sayısız değer zinciri ile Kaliforniya Şarap Kümelenmesi..... 71

Şekil 3.4. Kümelerin yerel rekabete etkisi 75

Şekil 3.5. Endüstriyel Atmosfer: vızıltı, gürültü, canlı yayın (içsel ve dışsal ağlar)..... 83

Şekil 4.1. Kümelerin Yaşam Döngüsü 95

Şekil 4.2. Kümelerin performans kriterleri ve etki düzeyleri..... 112

Şekil 6.1. Bir otomobili meydana getiren parçalar 137

Şekil 6.2. Türkiye imalatının ithalata bağımlılığının yıllar içerisinde değişimi 145

Şekil 6.3. Teşvik Sisteminde Bölgeleme 146

Şekil 7.1. Çalışma alanındaki organize sanayi bölgeleri-1 194

Şekil 7.2. Çalışma alanındaki organize sanayi bölgeleri-2 (detay)..... 194

Şekil 7.3. Konya Organize Sanayi Bölgesi'nin konumu..... 196

Şekil 7.4. 1.Organize Sanayi Bölgesi'nin konumu 196

Şekil 7.5. BÜSAN Özel Organize Sanayi Bölgesi'nin konumu 197

Şekil 7.6. KONSAN Özel Organize Sanayi Bölgesi konumu 198

Şekil 7.7. Ankara karayolunun her iki cephesinde yığılan otomotiv sektörü 200

Şekil **Sayfa**

Şekil 7.8. Ankara karayolunun her iki cephesinde sıralanan organize sanayi bölgeleri ve küçük sanayi siteleri 201

Şekil 7.9. Çalışma alanında otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firmaların kümelenmesi 203

Şekil 7.10. Konya otomotiv sektörü mekânsal kümelenmesi 204

Şekil 7.11. Konya otomotiv sektörü yığılma aksı 204

Şekil 7.12. Konya'da otomotiv sanayi gelişme aksı 205

Şekil 7.13. Analiz kapsamında incelenen firmaların olgunluk/yaşlılık yapısı..... 210

Şekil 7.14. Analiz kapsamında incelenen firmaların ihracat yapısı 211

Şekil 7.15. Analiz kapsamında incelenen firmaların kalite belgesi sahipliği 212

Şekil 7.16. Analiz kapsamında incelenen firmaların Ar-Ge yatırımları 212

Şekil 7.17. Analiz kapsamında incelenen firmaların patent sahiğliği..... 214

SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış bazı simgeler ve kısaltmalar, açıklamaları ile birlikte aşağıda sunulmuştur.

Simgeler	**Açıklama**
∑	Sigma (Toplam Sembolü)

Kısaltmalar	**Açıklama**
AB	Avrupa Birliği
ERDF	Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu
H-H endeksi	Herfindahl – Hirschman Endeksi
IPA	Avrupa Birliği Katılım Öncesi Mali Yardım
ISIC	Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması
KPG	Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi
NACE	Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
OEM	Orjinal Ürün Üreticisi
TİM	Türkiye İhracatçılar Merkezi
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TPE	Türk Paten Enstitüsü
TSE	Türk Standartları Enstitüsü
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu

1. GİRİŞ

Sürdürülebilir Büyümeyi gerçekleştirebilmek için ülke düzeyindeki tüm üretim faktörlerinde optimum standartların yakalanması yani dengeli kalkınmanın sağlanması bugün gelişmiş ya da az gelişmiş olsun dünya üzerindeki tüm ülkelerin temel politika alanlarından birdir. Bununla birlikte temel hedefi bölgelerarası gelişmişlik farklarını gidermek olan kalkınma politikaları dönemler ve ideolojiler itibariyle değişiklik göstermektedir.

1960 sonrası dönemde yaygın olarak taraftar toplayan kalkınma politikalarına baktığımızda 1960 ve 70'lerin ilk yarısına devletin müdahalesini savunan Keynesçi yaklaşım damgasını vururken Petrol Krizi ve beraberinde getirdiği bunalım ile birlikte 70'lerin ikinci yarısından itibaren Keynesçi düşüncenin yerini serbest piyasa ekonomisine bıraktığı görülmektedir. Bununla birlikte her iki yaklaşım da ekonomik faaliyetlerin belirli kalkınma kutuplarında yoğunlaşmasının önüne geçememiştir.

Yarattıkları ideolojilerle sadece ülkelerin ekonomik sistemlerini değil ülkelerin tüm politika alanlarını belirleyen her iki yaklaşımdan da alınan başarısız sonuçlar ile birlikte küreselleşme, haberleşme teknolojilerindeki gelişmeler, Doğu Bloğunun dağılması ve ulus yapısının yerini ekonomik blokların alması küresel yarışın kızışmasına sebep olmuş ve 90 sonrası kalkınma politikalarına ülkeler arasındaki rekabet damgasını vurmuştur. Bu rekabet sürecinde uluslar yerine bölgeler ve kentler esnek yapıları ve içsel potansiyelleri ile rekabet yarışının önemli bir kaynağı olarak yeniden keşfedilmişlerdir. İktisadi Literatürde ve Planlama disiplininde "Yeni Bölgecilik" ya da "Bölgenin Zenginliği" olarak adlandırılan bu süreç beraberinde yeni kalkınma modellerini ve kavramlarını getirmiştir.

Yeni Bölgecilik beraberinde "Yeni Ekonomik Coğrafya", "Firma Stratejileri" ve "Yeni Neoklasik Kent Ekonomileri" gibi kalkınma modelleri getirmiştir. Hem Ekonomi hem de Planlama Disiplinlerinde benimsenen bu yaklaşımların kapsamları birbirinden farklı olsa da üçünün de vurguladığı şey yığılmalardır.

Yığılmalar yarattıkları ölçek ekonomileri, yığılmaya bağlı işlem maliyetlerinin azalması ile artan gelirler ve kolektif öğrenme ile ortak bir iş kültürünü oluşturmakta böylece haber, dedikodular, teknik bilgi, teknoloji, nitelikli işgücü gibi kaynaklara sürekli erişme olanak tanımaktadır. Bununla birlikte örgütlenme düzeyinin yükselmesi, ve yenilikçiliğe destekleyen en önemli ortamlar olması açısından da Kalkınma Politikalarının vazgeçilmez araçlarıdır.

Esasında İktisadi Literatürde yüzyılı aşkın bir süredir sıklıkla dile getirilen yığılmaların doğasına yeniden duyulan bu ilgi endüstri bölgelerinde gerçekleştirilen pek çok analitik çalışmayı da beraberinde getirmiştir. Bu çalışmalarda edinilen gözlemlerin bir sonucu olarak endüstri bölgelerinin benzerliklerini ortaya koyan; bu benzerlikleri tanımlayan ve işlevleri açısından kategorize eden sayısız mekansal gelişme modeli iktisadi literatürü zenginleştirmiştir. Pek çoğu benzer olguları ifade eden modellerden Üretim Bölgeleri/Bölgesel Üretim Sistemleri, Öğrenen Bölge/Öğrenen Ekonomi, yenilikçi çevreler, fonksiyonel bölgeler ve endüstri kümeleri yaygın olarak kullanılanlardır.

Bununla birlikte bu mekansal gelişme modelleri içerisinde hiç birisi sundukları rekabet olanakları ile endüstri kümeleri yaklaşımı kadar Kalkınma Politikalarının merkezine oturmamıştır. Küreselleşme, teknolojik gelişmeler ve haberleşme teknolojilerinin getirdiği yeni olanakların bölgesel gelişme politikalarını yeniden şekillendirmesi ile birlikte ekonomik sistemleri bir bütün olarak ele alan merkezi ve sıkı kalkınma politikalarının yerine yerel sistemleri ve yerelin kendine özgü yönlerini ön plana çıkaran çok aktörlü, yenilikçi, rekabetçi ve esnek bir yaklaşımı savunan kümelenme kavramı günümüzde tüm ekonomik sistemlerde yaygınca kullanılan bir politika aracı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Pek çok akademisyenin sayısız bölgede gerçekleştirdikleri analitik çalışmaların sonucunda tek bir endüstriden ziyade kümelerin bir dizi ilişkili endüstrileri ve rekabet için gerekli olan girdileri içerdiği günümüzde yaygın olarak kabul görmektedir.

Özellikle 90'lardan itibaren bazı bölgelerin güçlü ekonomik sistemleri ile ön plana çıkması bu başarılı kümelerin başka coğrafyalarda kopyalanabilirliği düşüncesini beraberinde getirmiş bu düşünce pek çok bölgesel ve küresel örgütü kümelerin dinamiklerini ve performans kriterlerini anlamaya itmiştir. Çoğunluğu bu örgütlerce gerçekleştirilen gözlemler endüstriyel kümelerin birbirinden farklı özellikler gösterdiğini ortaya koymuştur. Kümelerin bu tekdüze olmayan yapısına ilişkin keşif ilişkili literatürde kümelerin yaşam döngüsünden, yenilikçilik düzeyine kadar farklı sınıflamalar meydana getirmiştir. Bununla birlikte bu sınıflamalarla ilintili olarak sayısız performans göstergesi belirlenmiştir. Yapılan bu çalışmaların ışığında farklı coğrafyalarda bölgelerin potansiyelleri çerçevesinde hükümetler, bölgesel ve küresel örgütlerce desteklenen sayısız kümelenme girişiminde bulunulmuştur. Bugün Avrupa Birliği, Dünya Bankası gibi küresel ve bölgesel ekonomik organizasyonlar kümelenme girişimlerini bölgeler arası gelişmiş farklarını gidermede resmi politika araçları olarak şemsiyeleri altında bulunan ülkelerde sıklıkla uygulamaktadırlar.

Ülkemizde 2000'lerin başında ilk defa bireysel girişimlerle uygulanmaya çalışan Avrupa Birliği (AB) Uyum süreci ile birlikte Kalkınma Politikaları ve İlişkili Politikalarında yerini alan Kümelenme Yaklaşımı bugün Hükümet Politikalarında ve Politika Belgelerinde yaygın olarak kullanılmakta ve kalkınmanın önemli bir bileşeni olarak sıklıkla uygulanmaktadır.

Ülkemizde devlet eliyle gerçekleştirilen ilk kümelenme çalışması AB fonları ile gerçekleştirilen Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi (KPG) Projesidir. Dış Ticaret Müsteşarlığının yararlanıcı olduğu proje ile geniş kapsamlı bir kümelenme araştırması yapılmış ve potansiyel kümeler belirlenmiştir.

Çalışma kapsamında seçilen Konya Otomotiv Sektörü Kümesi bu çalışmada geliştirilmesi desteklenecek 10 potansiyel kümeden biri olarak belirlenmiştir.

Pek çok sanayi dalı ile ilişkili olması, yarattığı katma değer ve yüksek ihracat potansiyeli ile otomotiv sanayi bugün imalat sanayiinin lokomotif sektörlerinden biri haline gelmiştir. Küresel eğilimler, ulusal belgeler ve politikalar önümüzdeki on yılın

da önde gelen sektörlerinden biri olacağını göstermektedir. Dünya'da otomotiv sektörü yarattığı rekabet gücü, üretim teknolojileri, Ar-Ge'ye yatırımları ve yenilikçilik kapasitesi ile ülke ekonomileri için önemi her geçen gün daha da artan bir sektördür. Ayrıca otomotiv sektörü, dünyanın en büyük yatırımlarının gerçekleştiği sektörlerden birisidir.

Çalışma Alanı Konya'da ana sanayi ve otomotiv yan sanayi ile birlikte bu sanayinin ürettiği ürünlerin pazarlanmasını sağlayan işletmeler ve bu sanayiye yönelik lojistik ve diğer hizmet kollarında faaliyet gösteren işletmeler bir bütün olarak değerlendirildiğinde otomotiv sektörü baskın sektörlerden birini meydana getirmektedir. Konya İli'nin otomotiv sektöründe gerçekleştirdiği ihracatın büyük bir kısmını otomotiv yan sanayi meydana getirmektedir. Konya İli otomotiv sektörü içerisinde otomotiv yan sanayi sektörü, ihracatın önünü açan lokomotif bir sektör olarak ön plana çıkmaktadır. İlde sanayi üretiminin önemli kısmını otomotiv yedek parçası oluşturmaktadır. Konyada ana üretici konumunda faaliyet gösteren yalnızca bir firma mevcuttur.

Konya otomotiv sektörü içerisinde yan sanayi sektörü, ihracatın büyük bir kısmının gerçekleştiği önemli alanlardan biridir. Ülkemizdeki en önemli motor piston ve gömlek, supap, krank, dişli ve conta üreticileri Konya ilinde bulunmaktadır. Alt sektördeki diğer işletmeler şasi, aks, motor bloğu, silindir kapağı, dişli, direksiyon aksamı, krank mili, şanzıman ve aktarma organları gibi ürünleri üretmektedir

Ülkemiz otomotiv sanayi ihracatındaki payı düşük olsa da ülkemizin piston üreticilerinin yarısından fazlasının, supap üreticilerinin %76'sının, aks ve dingil üreticilerinin yarısının yer alması ve piston üretiminin %71'inin, ve supap üretiminin %68'inin ve aks ve dingil üretiminin yarısından fazlasının gerçekleştirmesi açısından Konya otomotiv yan sanayiinde önemli bir konuma sahiptir. Diğer yandan yarattığı istihdam olanakları ve içsel büyüme potansiyelleri ile diğer pek çoğuna göre Anadolu Kentleri için bir büyüme modeli ortaya koyduğu düşünülen Konya otomotiv sektörünün durumu daha geniş bir bakış açısı ile değerlendirilmelidir.

Çalışmanın temel amacı Konya Otomotiv Sektörünün genel yapısını performans kriterleri çerçevesinde ortaya koyarak yaşam döngüsü içerisinde hangi konumda olduğunu belirlemek ve kümenin yaşam döngüsünün bir diğer evresine geçişi için yol haritası oluşturarak bir küme gelişim modeli ortaya koymaktır.

Çalışma kapsamında öncelikle Konya Otomotiv Sektörünün Koya Ekonomisi içerisindeki yeri irdelenmiştir. Bu çerçevede öncelikle TÜİK, TOBB, TPE, TİM 2010-2013 verileri içerisinde otomotiv sektörünün yeri ortaya konmuştur. Ardından bu veriler ışığında üç yıldız analizi ile Konya Otomotiv Sektörünün kümelenme yapısı ortaya konulmuş, Herfindahl-Hirschman analizi ile sektörlerin rekabet endeksleri ile Konya Ekonomisinin rekabet yapısı belirlenmiştir.

Bu veriler ve analizlerden edinilen sonuçların ışığında Konya Otomotiv Sektörü yapısal ve mekânsal olarak irdelenmiştir. Bu çerçevede Konya Sanayi Odası Veritabanına kayıtlı otomotiv sektöründe faaliyet gösteren 1409 firma belirlenerek konumlarına göre ayrılmış firmaların çoğunlukla Merkez İlçede yoğunlaştığı belirlenmiştir. Bu doğrultuda ilk değerlendirmede yığılmaya yönelik bulgulara rastlanan Merkez İlçesi mekânsal ve yapısal analiz için çalışma alanı olarak belirlenmiştir. Bu çerçevede örneklem daraltılarak merkez ilçede faaliyet gösteren 1139 firma otomotiv sektörü içerisindeki faaliyet kollarına göre gruplanarak konumları işaretlenmiştir. Analiz sonucunda firmaların meksanl olarak da bir kümelenme ortaya koyup koymadıkları belirlenmiştir. Örneklem kapsamdında belirlenen 1139 firma içerisinden küçük-orta ve büyük ölçekli 50 firma belirlenmiştir. Firmaların internet adreslerinden ve e-posta ile alınan cevaplardan edinilen bilgilerle yapısal bir analiz gerçekleştirilerek Konya Otomotiv sektörünün yenilikçilik, müşteri grubu, kalite, üretim kapasitesi, ortalama işletme büyüklüğü, pazar yapısı, Orjinal Ürün Üreticisi (OEM) tedarikçiliği, ülke çapında tanınmışlık, yaygınlık, patent-faydalı model ve marka tescili sahipliği, coğrafi yakınlık gibi performans kriterleri çerçevesinde performans yapısı belirlenerek kümenin yaşam döngüsünün hangi evresinde olduğu ortaya koyulmuştur. Firmalarla iletişimde yaşanan zorluklar, tez konusunun çok boyutluluğu ve geniş bir literatürü kapsaması çalışmanın sınırlılıklarını oluşturmuştur. Çalışmanın sonuç kısmında ise kümeyi bir

sonraki evreye taşıyacak olası etkenler ve potansiyeller ortaya koyularak bir bölgesel kalkınma modeli oluşturulmaya çalışılmıştır. Tezin, mevcut yazınının derlenmesiyle az gelişmiş bölgelerin içsel potansiyellerine dayalı gelişimlerine ilişkin Konya örneklemiyle bir yol haritası oluşturarak ilişkili alan çalışmalarına katkı sağlaması amaçlanmaktadır.

2. KALKINMA OLGUSU VE BÖLGESEL KALKINMA TEORİLERİ

Kabaca bir ülkenin zenginliğini ya da fakirliğini ifade eden Kalkınma kavramı bugün dünya üzerindeki gelişmiş ve az gelişmiş tüm ülkelerin en temel politika alanı olsa da esasen İkinci Dünya Savaşı sonrası ekonomi literatüründe yaygın olarak kullanılmaya başlanmış yeni bir kavramdır.

Özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası gerek savaşın getirdiği yıkımın ekonomik sonuçları gerekse güç dengelerinin, ticari odakların değişimi gerekse ülkelerin ticari olarak korumacı bir yapıya bürünmesi kalkınma konularına duyulan ilgiyi arttırmıştır. Konuya ilişkin Lösh, Chamberlin, Hirschman, Myrdal gibi ana akım ekonomistlerin gerçekleştirdiği öncü çalışmalar İktisat Bilimine yeni bir dal kazandırmakla kalmamış kendilerinden sonra gelen neredeyse yarım yüzyılı etkilemiştir. İktisat Bilimi içerisinde yeşeren bu yeni alan büyüme, dengeli gelişme, dengesiz gelişme, gelişmişlik, az gelişmişlik kavramları ile birlikte "kalkınmanın planlanması gereğini" de beraberinde getirmiştir.

Sürdürülebilir Büyümeyi gerçekleştirebilmek için Dengeli Kalkınmanın sağlanması gelişmiş ya da az gelişmiş olsun dünya üzerindeki tüm ülkelerin teme politika alanlarından birisi olmuştur.

Bununla birlikte ülke düzeyindeki tüm üretim faktörlerinde optimum standartların yakalanmasına odaklanan ve temel hedefi bölgelerarası gelişmişlik farklarını gidermek olan kalkınma politikaları dönemler ve ideolojiler itibariyle değişiklik göstermektedir.

Kalkınma Politikalarında 1960 ve 70'lerin ilk yarısına devletin müdahalesini savunan Keynesçi yaklaşım damgasını vururken Petrol Krizi ve beraberinde getirdiği bunalım ile birlikte 70'lerin ikinci yarısından itibaren Keynesçi düşünce yerini Liberal Ekonomiye bırakmıştır. Bununla birlikte her iki yaklaşım da ekonomik faaliyetlerin belirli odaklarda toplanmasının önüne geçememiştir. Politikalardan alınan başarısız sonuçlar, küreselleşme, haberleşme teknolojilerindeki gelişmeler, Doğu Bloğunun

dağılması ve ulus yapısının yerine ekonomik blokların alması ile birlikte küresel yarış kızışmış 90 sonrası politikalara ülkeler arasındaki rekabet damgasını vurmuştur. Bu rekabet sürecinde uluslar yerine bölgeler ve kentler esnek yapıları ve içsel potansiyelleri ile rekabet yarışında önemli kaynaklar olarak yeniden keşfedilmişlerdir. İktisadi Literatürde ve Planlama disiplininde "Yeni Bölgecilik" ya da "Bölgenin Zenginliği" olarak adlandırılan bu süreç beraberinde yeni kalkınma modellerini ve kavramlarını beraberinde getirmiştir.

Bu dönemde kalkınma politikalarına Krugman'ın Yeni Ekonomik Coğrafyası ve Porter'ın Firma Stratejisi damgasını vurmuştur. Bu iki yaklaşım kadar taraftar bulmasa da Yeni Neoklasik Kent Ekonomileri yaklaşımı da pek çok ekonomist tarafından savunulan ve ekonomik faaliyetlerin mekânsal yer seçimine ilişkin sayısız konumsal modeller sunan diğer bir yaklaşımdır.

Ekonomi ve Planlama disiplinlerinde benimsenen bu yaklaşımların kapsamları birbirinden farklı olsa da temelde aynı şeyi vurgulamaktadır. 90'lara damgasını vuran bu yaklaşımların tamamı kalkınmanın kaynağı olarak ölçek ekonomileri ve yığılmaya bağlı parasal gelirler ve kolektif öğrenme ile ortak bir iş kültürünün geliştirilmesi sonucu haber, teknik bilgi, teknoloji, nitelikli işgücü gibi kaynaklara sürekli erişme ve örgütlenme düzeyinin yükselmesi ile işlem maliyetlerinin azaltılmasına olanak tanıyan ve yenilikçiliğe ev sahipliği yapan yığılmalara odaklanmaktadır.

2.1. Kalkınma Kavramı ve Kalkınma Politikaları

Kalkınma esasen çok boyutlu bir süreç olsa da sıklıkla bir ülkenin bütün olarak kalkınması ve kalkınmanın sürdürülebilirliğinin sağlanması için o ülkeyi meydana getiren her bir birim için optimum standartların yakalanmasını ve dengeli bir büyümeyi ifade etmede kullanılmaktadır.

Kutlu (2004)'a göre kalkınma çoğunlukla algılandığı üzere salt üretimin ve kişi başına gelirin artması demek olmayıp, az gelişmiş bir toplumda iktisadi ve sosyokültürel yapının da gelişmesini ifade eder [1].

Kutlu (2004) kalkınmanın temel ögelerini şöyle ifade etmektedir:

"… Kişi başına düşen milli gelirin artmasının yanında genel olarak üretim faktörlerinin etkinlik ve miktarlarının değişmesi, sanayi kesiminin milli gelir ve ihracat içindeki payının artması gibi yapısal değişiklikler kalkınmanın temel ögeleridir" [1].

Kutlu (2004)'a göre iktisat literatüründe denge kavramı oldukça değişik anlamlarda kullanılmakla birlikte Dengeli kalkınma geniş anlamda bütün ekonomik alanların birlikte ve aynı anda geliştirilmesini ifade etmektedir. Dengeli büyüme ise tam istihdamı sürdürmek için toplam talebin toplam arzdaki artışa eşit bir hışla artması anlamına gelmektedir [1].

Bu tanımlardan yola çıkarak Dengesiz Kalkınma ülkeyi meydana getiren tüm birimlerde optimum standartların yakalanamaması olarak algılanabilir. Bu bakış açısı ile Dengesiz Kalkınmanın ülke coğrafyası üzerinde belirli büyüme kutupları yarattığı[1] bununla birlikte belirli bölgelerin ise ülke ortalamasının oldukça altında kaldığı düşünülebilir. Bu durum ülke coğrafyasında yalnızca ekonomik değil sosyal ve kültürel olarak da büyük problemlere yol açmakta ve Ulusal Kalkınmanın Sürdürülebilirliğini tehdit etmektedir. Bu sebeple Bölgesel Dengesizliklerin giderilmesi konusu gelişmiş ülkeler de dahil olmak üzere her ülkenin Kalkınma Politikaları içerisinde önemli bir yer tutmaktadır.

Keleş, (2000) de benzer olarak dengesiz kalkınmayı kalkınma sürecinin ilk evrelerinde gelişme merkezleri konumundaki büyük kentlerin (doğal büyüme kutupları) sundukları mal, hizmet ve istidam olanakları nedeniyle, üretim faktörleri için çekim odakları olmalarına bağlamaktadır [2].

[1] Kalkınma Kutupları: Sanayileşmenin belli aşamalarında görülen ya da bilinçli olarak meydana getirilen bölgesel ekonomik gelişme merkezleridir.

Dinler (2012) de gelişmişlik farklarını Kalkınma süreci içerisinde her ülkede ekonomik gelişmenin ülkenin tüm yörelerinde aynı anda başlayamamasına ve belirli ayrıcalıklı noktalarda ortaya çıkan gelişmenin bu merkezlerde yoğunlaşmasına bağlamaktadır. Gelişme noktaları (kalkınma kutupları) etrafında yoğun bir ekonomik ve sosyal hareketliliğin giderek artması ve bunun sonucunda bölgelerarası dengesizliğin ortaya çıkmasının kaçınılmaz bir zorunluluktur [3].

Benzer olarak Coe ve ark., (2007)'ye göre ekonomik kalkınmanın dengesizliği aslında doğal bir olgu olduğunu ve kaynakların mekân üzerinde dengesiz dağılımından kaynaklandığını düşünmektedir. Bu duruma örnek olarak Endüstri Devriminin kömür, su ve diğer ham maddeleri barındıran Kuzey İngiltere'de başlamış olmasını ve Kanada, İsveç ve Amerika gibi tarımsal, mineral ve orman kaynaklarının yoğun bulunduğu ülkelerin gelişmiş bir sanayileşme düzeyine sahip olmasını göstermektedirler [4].

2.1.1. Geçmişten günümüze kalkınma politikaları

Amin (1999)'e göre son yıllara kadar önde gelen ekonomilerdeki bölgesel ve yerel kalkınma politikaları çoğunlukla firma odaklı, teşvik temelli, devlet eliyle yürütülen ve her bölge için standart politikalardır. Bu durum hem 1960'lara hükmeden Keynesçi yaklaşım hem de 1980'lerde öne çıkan neo-liberal yaklaşım için geçerlidir [5].

Keynesçi yaklaşım az gelişmiş bölgelerdeki işletmelere doğrudan ve dolaylı (devlet yardımlarından altyapı yatırımlarına) teşvik politikalarına olduğu kadar bölgelerdeki talebi arttırmak için refah politikalarına ve gelirin yeniden dağılımına da dayanmaktadır. Bununla birlikte Keynesçi bölge politikaları az gelişmiş bölgelerdeki istihdamın ve gelirin artışına yardımcı olmuş; ancak daha gelişmiş bölgelere kıyasla bu bölgelerdeki verimlilik artışı daha da önemlisi yerel kaynakların mobilizasyonu ve içsel büyümeyi sağlama konusunda başarısız olmuştur (Bkz. EK-1) [5].

Bachtler ve Yuill (2001)'e göre ise 1970'li yılların ortasında ve sonunda yaşanan petrol krizleri ile birlikte ekonomide yaşanan sorunlar kalkınmada devlet müdahalesine olan inancın sarsılmasına yol açmıştır. Ekonomik büyümedeki durgunluk, verimlilik artışındaki yavaşlama, enflasyonist baskılar, sınırlı yatırımlar, sürekli artan işsizlik ve kamu bütçesi üzerindeki baskılar bu dönemin ekonomisinde yaşanan önemli sorunlardır. Bu ortamda, uzun vadeli olarak; zengin bölgelerin, ekonomik olarak daha kötü seviyede olan bölgelere fayda sağlaması düşüncesinin işlerlik kazanamayacağı düşüncesi hâkim olmuştur. Devlet müdahalesinin kapsamı konusunda eleştiriler ortaya çıkmıştır. Bu sebeple 1980'li yıllarda, politikalar; özelleştirme, deregülasyon ve piyasaların serbestleştirilmesine odaklanmıştır [6].

Küresel ekonomiye hakim olan bu Neo-liberal ekonomi politikalarının etkisiyle bu dönemde bölgesel dengesizliklerin giderilmesi amacıyla uygulanan mevcut politikalar sorgulanmaya başlanmış ve devlet mekanizması yatırımlar için "kolaylaştırıcı" bir rol üstlenerek politika alanlarına müdahalesini azaltmıştır (Bkz. EK-1) [6].

Amin (1999)'e göre Neo-liberal yaklaşım market mekanizmasından doğmakta küçük işletmelere yönelik çeşitli politikalar ve piyasaların kararsızlaştırılması (özellikle emek ve sermaye maliyetlerinin) vasıtasıyla az gelişmiş bölgelerdeki girişimlerin teşvikini amaçlamaktadır. Bununla birlikte Bölgesel kalkınma sürecinde Neo-liberal bölge politikaları rüzgârın tersten esmesine sebep olmuş Az gelişmiş bölgelere doğru tüm girdi akışlarını ters yöne genişleyen serbest piyasa bölgelerine doğru çevirerek az gelişmiş bölgelerin ekonomik yapılarını daha da zayıflatmıştır [5].

Porter (2003)'e göre her iki dönemde de rekabet edebilirlik ve ekonomik kalkınma üzerine yapılan çalışmalar, incelenmesi gereken birimler olarak çoğunlukla ulusu ve ulusal politikaları ele almışlardır [7].

Benzer bir şekilde Amin (1999)'e göre her iki yaklaşımın da temel varsayımı ekonomik başarı bir dizi genel faktörlere (akılcı birey, kar maksimizasyonu, serbest

piyasa bölgesi vb.) bağlı olduğundan tüm bu politikaların evrensel olarak her türden bölge için uygulanabileceği düşüncesidir [5].

Bununla birlikte bir bütün olarak ulusu hedef alan ve her türden bölgeye uyarlanabilen bu yaygın kalkınma politikaları özellikle 1990'ların başında teknolojinin gelişmesi ve küreselleşme hareketleri ile birlikte teker teker başarısızlıklarını ilan etmişlerdir. Bu dönemde ekonomik aktivitelerin nerelerde yer aldığı ve neden belirli bölgelerde yoğunlaştığı sorusu ekonomik çevrede sıklıkla sorgulanmaya başlamıştır. Bu soru pek çok ekonomistin gözünü başarılı ekonomik bölgelere çevirmesine sebep olmuştur.

Bu başarılı ekonomik bölgelerde yapılan analitik çalışmalar sonucunda politika üreticileri üçüncü bir alternatifi keşfetmeye başlamışlardır. Amin (1999)'in "Bölgenin Zenginliği" adını verdiği planlama literatüründe "yeni bölgecilik (New Regionalism)" olarak adlandırılan bu üçüncü alternatif bölgelerin içsel potansiyellerinin harekete geçirilerek rekabet gücünün oluşturulmasında yani kalkınmanın temel kaynağı olarak bölgenin yeniden keşfinde gizlidir (Bkz. EK-1) [5].

2.1.2. Yeni bölgecilik ve 1990 sonrası bölgesel kalkınma politikaları

Kalkınma politikalarında elde edilen başarısızlıklar, küreselleşme, üretim ve tüketim sistemlerinde değişmeler, yeni ekonomi odaklarının doğuşu ve yüksek teknolojili üretim yapan bölgelerin türemesi ve başarısı küresel düzeyde ekonomi politikalarının sorgulanmasına neden olmuş gözleri tüm bu süreçlerden güçlenerek çıkabilmiş Emilia Romagna, Baden Württemberg ve Silikon Vadisi gibi başarılı ekonomik bölgelere çevirmiştir. Bu tür bölgelerde gerçekleştirilen sayısız çalışma ve analizler sonucu bölge, rekabet avantajlarının önemli bir kaynağı olarak adeta yeniden keşfedilmiştir.

Amin (1999)'e göre bölgesel kalkınma politikalarında yapılan yanlışlara cevaben az gelişmiş bölgelerin girişimler için yerel arz altyapısını iyileştirerek bu bölgelerin

potansiyellerini harekete geçiren ve böylece ekonomik rekabeti gerçekleştirmeyi hedefleyen üçüncü bir alternatif keşfedilmeye başlanmıştır. Kısaca fikir "bölgenin zenginliğinde" (wealth of region) yatmaktadır [5].

Porter (2003)'e göre ekonomistler ve ekonomik coğrafyacılar ulus içerisindeki bölgeler arasında ekonomik performansın önemli ölçüde farklılık gösterdiğini uzunca bir süre sonra anlamış; bu durum ekonomik performansın birçok önemli belirleyicisinin bölgesel düzeyde bulunduğu düşüncesini doğurmuştur [7].

Alsaç (2010)'a göre ise 1990'larda teknolojinin gelişiminin bir sonucu olarak küresel dünya ekonomisinin ağ yapısına bürünmesi ulus ekonomilerinin yerine bölgelerin ağın bağlantı noktası olarak ön plana çıkmasına neden olmuş, özellikle bilgi ekonomisi ile öne çıkan bölgeler ve yerel sistemler küresel sistemde daha kolay söz sahibi olmaya başlamıştır [8].

Amin (1999)'e göre bölgelerin yeniden keşfi rekabet gücünü yerel kaynaklarından alan dinamik bölgesel ekonomiler ve endüstriyel bölgelerin başarısına yönelik çalışmalara ve dışsallıklar ile ölçekle ilişkili olarak artan gelirler, mekânsal kümelenme ve uzmanlaşmaya dayanan içsel büyüme teorisine duyulan ilginin yeniden alevlenmesine dayanmaktadır. "Bu teori işlem maliyetlerini, yığılmaların oluşturduğu ölçek ekonomilerini, teknolojik veya nitelik avantajları ile uzmanlaşmayı içermektedir. İktisatçılar arasında görüş ayrılıkları olsa da ortak kanı bölge düzeyindeki endüstriyel yapılanma, arz yapısı ve kurumsal yapılanmanın ulus ötesi girdi akışları ve küresel düzeyde endüstriyel ve finansal organizasyonların şekillendirdiği küresel ekonomi içerisinde ekonomik başarının sağlanmasında kritik bir rol oynadığıdır [5].

Eraydın (2007) bölgesel gelişme politikalarındaki değişimin temel nedenini küreselleşen ekonomik sisteme uyum sağlamanın değişen koşullarına bağlamaktadır. 1980'lerin başından beri küreselleşme süreci ve bu sürecin yarattığı ekonomik bunalımla birlikte merkezi karar sistemi zayıflamış, ulus devletleri yeniden örgütlenerek yönetim yapılarının yerelleştirilmesi 90 sonrası döneme hakim olan

temel politika olmuştur. Bu gelişmeler ekonomik politikaları ve siyasi alandaki bir takım değişimleri zorunlu kılmıştır. Bu çerçevede devletin farklı düzeylerde yeniden örgütlenmesi, merkezi karar verme sisteminin zayıflaması ve devletin bazı işlevlerinin yarı-kamu niteliğindeki kuruluşlar ve sivil toplum kuruluşları ile paylaşılması, politikaların uluslararasılaşması ve ekonomi politikalarında rekabetçiliğin öne çıkmasına sebep olmuştur [9].

Eraydın (2007)'ye göre merkezi hükümet veya yerel kurumlar tarafından belirli bir dönem için beklentilerin ve gelişmelerin tanımlandığı bölgesel politikaların ve planların hazırlandığı kalkınmada dışsal müdahalelere dayalı gelişme modeli yerine içsel gelişme modellerinin benimsenmesi sonucunda yerel potansiyelin harekete geçirilmesi düşüncesi yeni bölgesel kalkınma politikalarının temelini oluşturmuştur. Yeni bölgesel kalkınma politikalarının önde gelen araçlarını yenilikçilik, insan sermayesi, sosyal sermaye ve ağsal ilişkiler ve bu ilişkilerle sağlanan sinerjiler oluşturmaktadır. Yeni politikalarda kümelenme ve uzmanlaşma ile sağlanan dışsallıklar, birlikteliklerin sağladığı yaratıcılık ve yenilikçilik, iş ağları ile sağlanan dışsallıklar, bölgesel gelişe yazınının üzerinde durduğu konuların başında gelmektedir [9].

Amin (1999) yeni bölgesel gelişme politikalarını geleneksel yerel ekonomik gelişme girişimlerinin de ötesine giden pratik eylemler olarak adlandırmaktadır. Bölge düzeyindeki girişimlerin başarıyla sonuçlanabilmesi için ön koşul olarak ekonomik, sosyal ve kurumsal yapının iyileştirilmesi ile bölgenin zenginliğinin açığa çıkarılmasına odaklanmaktadır. Böylece yerel çaba küresel endüstriyel ağlar ve değer zinciri içerisinde rekabet avantajı yaratabilmek için bölgenin arz yapısının (nitelikten eğitime, yenilikçilikten iletişime) ve kurumsal yapısının (ajansların geliştirilmesinden iş organizasyonlarına ve özerk siyasal temsile) geliştirilmesine odaklanabilmektedir [5].

Özellikle 2000'li yılların başından itibaren OECD (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü), Dünya Ekonomik Forumu gibi küresel ve AB gibi Bölgesel organizasyonların da politika gündeminde önemli bir yer tutan, yerel potansiyellerin

harekete geçirilerek ekonomi rekabetin gerçekleştirilmesi hedefi gelişmiş ya da az gelişmiş ülkelerin kalkınma politikalarının en önemli ilkesi haline gelmiştir ve bu konuda pek çok inisiyatif geliştirilmekte ve sürdürülmektedir.

Dünya Ekonomik Forumu'nun son 30 yıldır geleneksel olarak yayınladığı Yıllık Rekabet Edebilirlik 2009-2010 yılı Raporuna göre 1990 sonrası kalkınma politikalarının temelinde yatan ulusal düzeyde rekabet edebilirlik şöyle tanımlanmaktadır:

"Rekabet edebilirlik bir ülkenin yaratıcılık düzeyini belirleyen bir dizi kurumlar, politikalar ve faktörlerdir. Yaratıcılık düzeyi ise refah seviyesinin sürdürülebilirliğini sağlar. Bir diğer deyişle yüksek rekabet düzeyine sahip ülkeler vatandaşları için yüksek gelir üretebilme kapasitesine sahiptirler. Bu ülkelerin yaratıcılık düzeyi aynı zamanda yatırımlardan edinilen gelir düzeyini de belirler" [10].

OECD (1996) ulusal düzeyde rekabet edebilirliği vatandaşları zaman içerisinde artan bir yaşam standardına sahip iken uluslararası ve ulusal düzeyde standartları karşılayabilecek ürün ve hizmet üretme kapasitesi olarak tanımlamaktadır [11].

Porter 2008'e göre ulusal düzeyde rekabet edebilirlik son yıllarda her ulustan hükümetlerin ve endüstrilerin temel uğraşı haline gelmiştir. Ulusal düzeyde rekabet edebilirliğe ilişin pek çok makale ve tartışma olsa da üzerinde uzlaşılmış bir kuram henüz geliştirilmemiştir. Bazı ekonomistler rekabet edebilirliği döviz kuru, yatırım oranı ve bütçe açığı ile ilişkili makroekonomik bir olgu olarak değerlendirmektedir. Bununla birlikte bütçe açıklarına rağmen Japonya, İtalya, Güney Kore sürekli yükselen bir yaşam standardına; Almanya, İsviçre yüksek nakit paraya ve İtalya ile Güney Kore yüksek yatırım oranlarına sahiptir. Bazı ülkeler ise rekabet edebilirliği ucuz ve yüksek işgücü kapasitesi olarak görmektedir. Bununla birlikte İsveç, Almanya ve İsviçre yüksek ücret olanaklarına sahipken işçi sıkıntısı yaşamaktadır [12].

Clark ve ark. (2000)'e göre Rekabet gücü veya rekabet edebilirlik, küresel Endüstri Pazar payının dağılımının yetki sınırlarının genişlemesi olarak tanımlanmaktadır. Bu

kapsamda rekabet gücü ağlar ve yenilikçilik potansiyeli ile yakın ilişkilidir ve ağların genişliği rekabet gücü için önemli bir etkendir [13].

Porter (2000a) rekabet edilebilirliğe ilişkin mevcut tanımları şu şekilde derlemiştir:

"... Kimi iktisatçılarca rekabet düzeyi doğal kaynakların bolluğu ile ilişkilidir. Bununla birlikte Güney Kore, Japonya, Almanya, İsviçre İtalya'nın başarısı sınırlı doğal kaynakları ile açıklanamamaktadır" [14].

"... Son zamanlarda bu tartışma rekabetin hükümetlerin politikası haline gelmesiyle önem kazanmıştır. Bu doğrultuda ulusal düzeyde rekabet edebilirlik üzerine son günler popüler olan bir tanım da rekabet edebilirliğin iş ilişkilerinin yönetimini de kapsayan yönetim uygulamalarındaki farklılıklardır. Ancak; küçük, özel ve düşük örgütlenme düzeyine sahip İtalyan aile şirketlerinin ayakkabı, tekstil ve mücevher sektörlerindeki başarıları ile Alman kimya ve otomotiv şirketleri ile İsviçre ilaç üreticileri ya da Amerikan uçak üreticilerinin aynı sınıflama içerisinde yer alması büyük bir hatadır. Bu sebeple yönetim biçimlerini genellemek imkânsızdır" [14].

Tüm bu tanımlamaların ve Danimarka, Almanya, İsviçre, İtalya, Japonya, Kore, Singapur, İsveç, İngiltere ve Amerika'da sürdürdüğü araştırmaların ışığında Porter (2008) rekabet edebilirliği ifade eden en önemli kelimenin üreticilik olduğunu belirtmiş ve üreticiliği de bir ulusun vatandaşları için yüksek ve sürekli seviyesi artan yaşam standardı sunması ile ilişkilendirmiştir. Bu da bir ulusun istihdam edilen sermaye ve emeğiyle birlikte verimliliğine dayanmaktadır. Bir ülkenin yaşam standartları ise o ülkede faaliyet gösteren firmaların yüksek düzeyde verimlilik sağlayabilmeleri ile ilişkilidir [12].

Amin (1999) bölgenin ekonomik bir birim olarak yeniden keşfi ile birlikte iktisadi çevre içerisinde "mekân" hiç olmadığı kadar önemli hale gelmiş, iktisatçılar hiç olmadıkları kadar ekonomik coğrafyaya odaklanmışlardır [5].

Malmberg ve ark. (1996)'ya göre iktisatçıların güncel çalışmalarına bakıldığında son yıllarda sosyal, etnik, cinsiyet ve kültürel coğrafya gibi alt disiplinlere yönelik ilgiye oranla ekonomik coğrafyanın öneminin azaldığından söz edilmektedir. Bununla birlikte aslında son yıllarda ekonomik organizasyona ilişkin değişimleri açıklamaya

çalışan iktisatçılar ve akademisyenler hiç olmadıkları kadar ekonomik coğrafyaya odaklanmışlardır [15].

Krugman (1991) bu durumu ekonomik coğrafyanın aslında üretimin mekân üzerindeki konumlanması olduğu ve ekonominin bu dalının birbirleriyle ilişkili konuların nerede gerçekleştiği konusunda kafa yorduğu ile açıklamaktadır [16].

Gordon ve McCann (2000)'a göre mekânsal gelişme konularına duyulan ilgi farklı disiplinler arasında çeşitlilik göstermektedir. Neo-Klasik ekonomiler içerisinde coğrafi konulara duyulan ilgi ekonomik aktivitelerin mekânda dağılımına yönelik sorunlara bir çözüm arayışı olarak modern ticaret teorisinin doğuşu ile gelişmiş, ortak para birimi kullanan ticaret bloklarının oluşmasıyla artmıştır. Bu ilgi daha çok yatırımların yer seçimini belirleyen piyasa yapısı ve ölçeğe bağlı olarak artan gelirler üzerinde odaklanmaktadır. Bununla birlikte mekânsal konulara duyulan ilgi firmaların doğası ve mekân üzerindeki işlem maliyetleri arasındaki ilişki üzerine bir yeniden düşünme özelliği taşımaktadır. Bu yeniden düşünme, son yıllarda üretimin mekânsal organizasyonu ve faaliyetlerin mekân üzerindeki dağılımının doğası konusuna duyulan merak ile doğrudan ilişkilidir. Günümüzde Yeni haberleşme teknolojilerinin servis sektörüne önemli haberleşme olanakları sağlaması ve bu olanakları ekonomik faaliyetlerin mekânsal dağılımını ve üretim organizasyonlarını önemli ölçüde değiştirmesi ilginin yeninden bu alanda yoğunlaşmasına sebep olmuştur [17].

Yine Gordon, McCann (2000) mekânsal konulara duyulan ilgiyi ekonomik coğrafya ve sosyoloji literatürleri açısından farklı iki boyutta irdelemektedir. Bu irdelemeye göre ekonomik coğrafya ve planlama literatüründe endüstri bölgelerine duyulan ilginin artması Kaliforniya elektronik endüstrisi ve Kuzey İtalya hazır giyim endüstrisi gibi önemli sanayi alanlarının başarıları ve bu alanlarda gerçekleştirilen analiz ve gözlemelerden kaynaklanmaktadır. Bu alanda faaliyet gösteren pek çok analist yerel kalkınma alanında kamu politikalarının artan rolü ve bu artan rolün sağladığı olanakların keşfi ile yeniden şekillenen mekânsal kümelenme olgusuna ilgi göstermektedir. Sosyoloji literatüründe ise mekânsal kümelenmeye duyulan ilgi daha

çok firmalar arasındaki ilişki ve küme içerisinde gömülü sosyal ağlar ve firma ve endüstrinin sınırlarını aşabilen "etkileşime" odaklanmaktadır [17].

Değişen koşullar ve koşulların gereği olarak ekonomik coğrafya disiplinine duyulan ilginin artışı ile birlikte Porter, Krugman, Storper gibi ana akım iktisatçılar ekonomik olarak başarılı bölgelerde gerçekleştirdikleri analitik çalışmalar sonucunda yeni bölgesel kalkınma politikalarının temelini oluşturan pek çok yeni kalkınma modeli oluşturulmuştur. Bununla birlikte bölgesel kalkınma literatüründe kendinden sonrakileri en çok etkileyen ve en çok kabul gören Yeni Ekonomik Coğrafya, Yeni Neoklasik Kent Ekonomileri ve Firma Stratejisi ekolleri olmuştur.

2.1.3. 1990 sonrası bölgesel kalkınma yaklaşımları

1990 sonrasında bölgesel kalkınma politikalarında üç ekol öne çıkmıştır. Bunlardan ilki makroekonomik bir bakış açısı taşıyan ve bölgeler arası gelişmişlik farklarını bölgelerin rekabet üstünlükleri, bu üstünlüklerin yarattığı yığılmalar ve bu yığılmaların meydana getirdiği parasal dışsallıklar ile açıklayan Krugman'ın Yeni Ekonomik Coğrafya ekolüdür. Diğeri yine makroekonomik bakış açısı taşıyan ve ekonomik aktivitelerin dengesiz dağılımını firmaların yer seçim alışkanlıklarının, kişilerin konut seçim alışkanlıklarının ve çevreyi şekillendiren yer seçim alışkanlıklarının yarattığı ölçek ekonomilerine bağlayan yeni ekonomik coğrafyaya karşı gelişmiş Yeni Neoklasik Kent Ekonomileri yaklaşımıdır. Her iki ekol de birbirine rakip olmakla beraber ikisi de mekânsal ekonomik dinamikleri açıklama konusunda önemli ilkeler barındırmaktadır.

Bu iki yaklaşımdan farklı olarak özellikle 90'lardan itibaren oldukça popüler olan Porter'ın ekonomik aktivitelerin yer seçimini mekânın rekabet üstünlüklerine ve yere özgü dışsallıkların firmalara sağladığı olanaklara dayandırdığı firma stratejisi ve rekabetin elmas modeli literatüre yeni bir soluk getirmiş ve kendinden sonraki pek çok analitik ve kuramsal çalışmayı da etkileyen önemli bir ekol haline gelmiştir.

Krugman'ın Yeni Ekonomik Coğrafyası ile Porter'ın Firma Stratejisi ortak olarak fayda, kar maksimizasyonu, ölçek ekonomileri, yığılma ve yığılmaya bağlı dışsallıklar gibi klasik ekonominin temel ögeleri üzerine kurulsalar da ikisinin temel farkı yoğunlaşmaları Krugman'ın bazı kamusal politikaların bir sonucu olarak üretimin mekân üzerinde konumlanması ile açıklarken, Porter'ın firmaların davranış şekilleri ile açıklamasıdır.

Daha üst ölçekli bir yaklaşım ile Krugman'a göre kamu politikalarının bir sonucu olarak üretim mekân üzerinde konumlanır. Bu konumlanmanın yarattığı ölçek ekonomileri firmaların ve işçilerin yoğunlaşmasını teşvik eder. Krugman bu tür yığılmaları, genel ekonomik faaliyetlerin mekânda yoğunlaşması olarak tanımlamaktadır.

Porter'a göre ise firmalar güçlü yerel rekabetten, yerli tedarikçilerden ve talep eden yerel müşterilerden faydalanırlar. Bununla birlikte rekabet üstünlükleri yerel süreçler vasıtasıyla yaratılmakta ve sürdürülmektedir. Porter rekabet üstünlüklerini firma yapısı, talep koşulları, ilişkili ve destekleyici sektörler, girdi koşulları ve kamunun rolü fil ayaklarından oluşan elmas diyagram ile açıklamaktadır. Porter yoğunlaşmaları firmaların ve sektörlerin mekân üzerinde yığılması olarak tanımlamaktadır.

İki model arasındaki en temel farklardan biri de yerel kültürün Krugman'ın modelinde yer almazken Porter'ın modelinin temelini oluşturmasıdır. Krugman'a göre yoğunlaşmaların en önemli getirisi maddi dışsallıklardır bununla birlikte Porter yığılmaların en önemli getirisinin uzmanlaşmış işgücü, yerel bilgi ve tecrübe birikimi, çalışma kültürü, karşılıklı ilişkiler ve güven olgusu gibi bir dizi maddi olmayan çıktılar olduğunu savunmaktadır.

Bir diğer fark da Porter'ın modeli içerisinde yenilikçiliğin rolüdür. Porter'a göre firmalar rekabet avantajlarını yenilikçilik vasıtasıyla elde ederler. Bu açıdan da yenilikçilik kültürünün en iyi geliştiği ortamlar Krugman'ın savunduğu salt

yığılmalardan ziyade firmalara rekabet avantajlarının kaynaklarını en iyi şekilde sunan kümelerdir.

Malmberg ve ark (1996)'ya göre Yeni Ekonomik Coğrafya ve Yeni Neoklasik Kent Ekonomileri dışsallıkların kaynağı olarak üretim bölgeleri ve metropollere odaklanırken, Firma Stratejisi benzer firma ve sektörlerin yığılmasına yani dışsallıkların kaynağı olarak bölgesel üretim sitemleri ve endüstri bölgelerine odaklanmaktadır [15].

Bu üç ekol birbirinden oldukça farklı bakış açılarına sahip olsa da üçünün de ortak yanı ekonomik coğrafyanın en önemli özelliği olarak ekonomik faaliyetlerin mekânsal yığılmasına/yoğunlaşmasına odaklanmalarıdır.

Yeni Ekonomik Coğrafya:

Yeni Ekonomik Coğrafya yaklaşımı Scott (2004)'e göre ilk defa Krugman tarafından 1991 yılında Geography and Trade adlı kitabında yayınlanan, yayınlandığı dönemde büyük ses getiren ve kendinden sonraki çalışmaları şekillendiren bir yaklaşımdır [18].

Scott (2004)'e göre yeni ekonomik coğrafya sanıldığı gibi yalnızca bölgesel ekonomiye dönüş demek değildir. Aksine ekonomik coğrafyanın önceki döneme göre beklenmedik bir şekilde tüm yönleri ile büyük bir değişime uğramasıdır. Yeni ekonomik coğrafya esasında ilk defa Chamberlin (1993) tarafından gündeme getirilen ve Dixit ve Stiglits (1977) tarafından formüle edilen Tekelci rekabet fikrinin etrafında şekillenmektedir. Bununla birlikte bir önceki dönemde Hirschman (1958), Myrdal (1959) ve Kaldor (1970) tarafından savunulan artan gelirlere ve kümülatif nedenselliğe[1] odaklanan eski gelenekle de benzerlikler taşımaktadır. Açıkçası model

[1] Ekonominin temel ilkelerinden olan kümülatif nedensellik tek bir olayın birden çok sonucunun olmasıdır. Yani daha fazla iş olanakları sunan yeni bir firmanın yer seçimi, daha fazla yatırım fırsatı ve bir bölge için dahabüyük vergi matrahı oluşması gibi pozitif ya da bir işletmenin kapanması ve diğer işletmelerin açılmasını olumsuz yönde etkilemesi gibi negatif olabilir.

bireyselcilik, fayda ve kar maksimizasyonu, yerelde gömülü alışveriş ilişkileri gibi süregelen ekonomik modellerin hemen hemen hepsinde var olan temel ögeleri savunması açısından da ana akım ekonomiler ile paralellik göstermektedir [18].

Scott (2004)' e göre yeni ekonomik coğrafya şu şekilde formüle edilebilir. Sabit çiftçiler ve mobilize fabrika çalışanları ve firmalar içeren bir grup bölge. Bu bölgede faaliyet gösteren tüm firmalar farklı ve sadece kendileri tarafından üretilen ürünler üretiyorlar. Yani ölçek ekonomileri ve ölçeğe dayalı gelirler ile birlikte firmalar tekelci bir rekabet içerisindeler. Tüm bölgelerdeki tüketiciler (hem çiftçiler hem de fabrika işçileri) her firmanın ürünlerinden bir miktar satın almakta. Ücretler bölgelerin kendi içerilerinde belirleniyor. Piyasa fiyatları ürünlerin nakliyesindeki ulaşım maliyetlerini yansıtıyor. Bölgedeki hammaddeye yakın yerde konumlanan tüketiciler ulaşım maliyetleri açısından uzak noktalarda konumlanan tüketicilere göre ürünleri daha düşük maliyetlerle satın alabilmekte iken konumsal olarak dezavantajlı olanlar daha yüksek maliyetlerle ürünleri satın almaktadır. Bölgelerde yer seçen tüm bireylerin beklentisi hem çalışan ücretleri hem de fiyat düzeyi açısından fayda maksimizasyonudur. Bu sebeple fabrika çalışanları faydanın daha fazla olduğu bölgelere göç edecektir. Bir bölgedeki çalışan sayısının artması ile birlikte o bölgedeki çalışma ücretleri düşüş eğilimine girer. Böylece ürün maliyetleri de azalacağından firmaların kar maksimizasyonu artar. Bu artış daha fazla üretici firmayı bölgeye çeker. Bu durum daha sonra işgücünün o bölgeye göç etmesin tetikleyecektir. Bu göçlerin temel sonucu dengeli bir merkez-çeper deseninin oluşmasını sağlayan mekânsal gelişme sürecidir. Nihayetinde üretimde, çalışan ücretlerinde, ürün fiyatlarında ve talepte bir dengeye erişilir ve bu denge kaynağını rekabet koşulları altındaki firmalar arasında artan gelirlerden alan piyasa koşullarının belirlediği parasal dışsallıklarda kendini gösterir [18].

Chamberlin'in oluşturduğu bu çekirdek model ileriki yıllarda Krugman ve Venables tarafından yeniden şekillendirilmiştir. Sabit işçiler, ulaşım maliyetleri, talep ve ikamede esneklikler ve diğer temel parametrelere dayanan model, ekonomik faaliyetlerin yer seçimini belirleyen mekânsal etkenleri çeşitlendirmiştir. Buna örnek

olarak daha önceki modelde yer almayan endüstriyel bağlantılar verilebilir. Çekirdek Modelden diğer bir farkı ise Krugman'ın modeli içerisinde yığılmalar ve maddi dışsallıklar önemli bir yer tutmaktadır. Örnek olarak temel sanayilerin çıktılarını girdi olarak kullanan sanayilerin üretim yapıları piyasada mevcut olan girdilerin çeşitliliği ile yakın ilişkilidir. Bu tür durumlarda piyasadaki girdinin çeşitli ve bol olmasının ek sanayiler olarak adlandırılan bu tür sanayilerin üretim kapasitesine yaptığı olumlu etkinin bir sonucu olarak yığılma ve parasal dışsallıklar oluşur. Bu tür durumlarda girdi açısından mekânsal bolluk benzer sektörde faaliyet gösteren diğer firmaları da buraya çekerek bir yığılma meydana getiri meydana gelen bu yığılmaya bağlı olarak parasal dışsallıklar oluşur [18].

Storper (2011)'a göre Yeni Ekonomik Coğrafya temel olarak üretimle ilgilenmektedir ve ekonomik faaliyetlerin mekânsal yoğunlaşmalarını ekonomik sürecin içsel bölümleri olarak görmektedir. Ölçek ekonomileri firmaların ve işçilerin yoğunlaşmasını teşvik eder hem firmalar hem de işçiler piyasalarla yakın ilişkiler ve çok çeşitli girdi ve ürünlere erişim olanaklarından faydalanır. Yerel etkileşimler daha gelişmiş ölçek ekonomileri yaratacağından ticari maliyetler de belirli bir içsel karakter taşırlar yani bu etkenler ticari maliyetleri belirler. Bu konu üzerine yapılan ilk çalışmalar çoğunlukla ekonominin döngüsel ve dengesiz gelişme eğilimlerini yığılmanın birikme ve kendi kendine (içsel) gelişme süreçleri ile açıklamışlardı ve ilk defa Marshall'ın dile getirdiği ekonomik yığılma süreçlerini kent ekonomilerinin temeli olarak tanımlamışlardır. Bu erken düşünürler bugün olduğu gibi bağlantılara, yurtiçi piyasa etkilerine ve yerel öğrenmeye vurgu yapmış ancak ticari maliyetler, açık ekonomi ilişkileri, işgücü hareketliliği, ölçek ekonomilerini ve mikro ekonomik faktörleri tutarlı bir şekilde sergileyen bir çerçeve geliştirememişlerdir. Bu açıdan yeni ekonomik coğrafya kapsamlı bir bakış açısı sunmaktadır [19].

Malmberg ve ark. (1996) yaptıkları gözlemler sonucu coğrafi konum ile endüstriyel performans arasında iki önemli noktanın varlığını ortaya koymaktadırlar. Bunlar belirli bir mekânda yığılma eğilimi göstererek ulusal ve bölgesel uzmanlaşma desenini belirleyen ekonomik, teknolojik ve girişimciliğe yönelik faaliyetler ikincisi

ise çevresine hakim koşulların özellikle de yakınlığın belirlediği firmaların gelişimi ve performanslarıdır [10].

Karlsson,2007'ye göre Krugman pek çok endüstriyel bölgede gerçekleştirdiği analizler sonucu "ekonomik coğrafyanın en çarpıcı özelliğinin yoğunlaşmalar olduğunu ve bu yoğunlaşmaların Hotelling (1931), Christaller (1993) ve Lösh (1943) tarafından analiz edilmeye çalışıldığını fark etmiştir [20].

Esasen Becattini, Scott, Krugman, Porter, Storper, Maskell, Cook gibi ekonomistlerin savundukları; dışsal ekonomiler, mekânsal olarak kümelenmiş nitelikli işgücü, teknolojik yenilikçilik ve böyle bir yoğunlaşmanın büyümenin ve artan gelirler, insan sermayesi ve teknolojik ilerleme gibi rekabetin temel elementlerini sunacağıdır.

Yeni Ekonomik Coğrafya 'ya Karşı Yeni Neoklasik Kent Ekonomileri:

Krugman'ın Yeni Ekonomik Coğrafyası ve Porter'ın Firma Stratejisi kadar taraftar bulmasa da 1990 sonrası bölgesel kalkınma politikalarında filizlenen bir diğer yaklaşım da Krugman'ın Yeni Ekonomik Coğrafyasına karşı bir tepki olarak doğmuş olan Yeni Neoklasik Kent Ekonomileridir.

Storper (2011)'a göre Yeni Ekonomik Coğrafya 'ya karşı son yıllarda mekânsal ekonomi içerisinde gelişme gösteren diğer bir branş; kent ekonomisinin eski geleneğinden türeyen ve bölgeler arası mekânsal gelişmenin dengeli dağılımına yönelik pek çok model sunan Yeni Neo-klasik Kent Ekonomileridir. Mekânsal ekonomi içerisinde Her iki ekol de birbirine rakip olmakla beraber ikisi de mekânsal ekonomik dinamikleri açıklama konusunda önemli ilkeler barındırmaktadır [19].

Yeni Neo-klasik kent ekonomileri de en az diğeri kadar ilgi çeken farklı bir bakış açısı sunmaktadır. Firmaların yer seçim alışkanlıkları, bireylerin konut seçim alışkanlıkları ve çevreyi şekillendiren yer seçimi alışkanlıkları konusunda önemli bir çerçeve oluşturmaktadır. Bu yaklaşımın kalbinde firmaların verimliliklerini nasıl

geliştirecekleri ve bireylerin gelir, ödeme seçenekleri ve maddi olmayan özellikler açsından beklentilerini nasıl karşılayacakları yatmaktadır. Bu yaklaşım arazi kullanım ve konut edinimi konusunda yerel politikaları firmaların ve kişilerin mekân üzerinde dengesiz dağılım eğilimlerini açıklamak için anahtar olarak kullanmaktadır. Yeni Neo-klasik Kent Ekonomileri ayrıca kent ve bölge dinamiklerini açıklamak için bir çerçeve sunmaktadır [19].

Storper (2011) Yeni Neoklasik Kent Ekonomilerini şöyle açıklamaktadır:

" Yeni ekonomik coğrafya yığılmanın kendi kendini besleyen döngüsel etkisinin bir sonucu olarak Silikon Vadisini, bir yan da geniş ölçek ekonomilerin ve geniş çeşitlilik yelpazesinin diğer yanda işgücü talebinin nitelik yapısının bir sonucu olarak buradaki yüksek gelirleri ve açıklayabilmekte iken Yeni Neo-klasik Kent Ekonomileri işçilerin diğer işçilerle etkileşimleri sonucu Silikon vadisine geldiklerini firma kümelerinin bu işçileri bünyesine aldıklarını ve onların yaratıcılıklarından faydalandıklarını söylemektedir. Yani Yeni ekonomik coğrafyanın merkezinde zayıf rekabet ortamında üretim ve tüketim düzeyinde ölçek ekonomileri yer almakta iken Yeni Neo-klasik Kent Ekonomileri aşırı rekabetçi bir ortamda optimum tercih ve tatmin alışkanlıklarına odaklanmaktadır" [19].

Porter'ın Firma Stratejisi:

Porter ulusal/ bölgesel düzeyde rekabet edebilirlik üzerine makroekonomik bir bakış açısına sahip olan Krugman, Ulman, Myrdal, Hirschman gibi çağdaşlarının aksine rekabet üstünlüklerini mikroekonomik bir bakış açısıyla ortaya koyarak konuya farklı bölgesel kalkınma yazınına yeni bir bakış açısı kazandırmış, çalışmaları pek çok ekonomiste ve akademisyene ilham kaynağı olmuştur. 1990 yılında pek çok ulusal ekonomiyi analiz ettiği "Ulusların Rekabet Üstünlükleri" adlı çalışması ortaya koyduğu yaklaşımları ile literatürde bir dönüm noktası olmuş; kendinden sonra yapılan pek çok çalışmayı etkilemiştir.

Porter, rekabetin sürekli kızıştığı günümüz dünyasında küresel rekabet içerisinde ulusların önemine vurgu yapmaktadır. "Rekabetin yönünün bilginin özümsenmesine ve yaratıcılığa döndüğü günümüzde ulusların rolü günbegün artmaktadır. Rekabet üstünlükleri yerel süreçler vasıtasıyla yaratılmakta ve sürdürülmektedir. Ulusal

değerlerdeki farklılıklar, kültür, ekonomik yapı, kurumlar ve tarih rekabet başarısını etkilemektedir. Her ülke farklılıkları ile mücadele etmektedir ve hiç bir ulus bütün endüstrilerde rekabet üstünlüğüne sahip olamaz. Her ulus kendine özgü belirli bir endüstride başarılıdır. Bunun en temel nedeni de ulusların bulundukları çevrenin bunu belirleyen en temel dinamik olmasıdır [12].

Porter (2008)'e göre:

"Ulusal refah yaratılır, miras kalmaz. Bir ulusun rekabet edebilirliği yenilik ve geliştirme bağlamında endüstriyel kapasitesine bağlıdır. Firmalar güçlü yerel rekabetten, yerli tedarikçilerden ve talep eden yerel müşterilerden faydalanırlar" [12].

Porter (2008)'e göre rekabette en önemli kavram üretim düzeyidir. Bir ulusun en temel amacı vatandaşlarına iyi bir yaşam sunmaktır ve bu istihdam edilen işgücü ve sermaye ile birlikte üreticiliğe dayanmaktadır. Bununla birlikte firmalar rekabet edebilir avantajları yenilikçilik vasıtasıyla elde ederler. Yenilikçilik yeni teknolojilerle birlikte bunları üretmede yeni yöntemleri kapsayan bir süreçtir. Yenilikçilik rekabete yeni bir anlam kazandırmıştır. Yenilikçilik yeni bir ürün tasarımı, yeni bir üretim süreci, yeni bir piyasa yaklaşımı ve öğrenmeyi meydana getiren yeni bir yol olarak kendini göstermektedir. Yenilikçilik yatırımcıya beceri, bilgi, fiziksel değerler, marka şöhreti kazandırır. Ayrıca bazı yenilikçilik türleri diğerlerinin yok saydığı veya fark edemediği yeni piyasa fırsatlarının algılanmasını sağlayarak doğrudan rekabet edebilir avantaj sağlar [12].

Porter (2008) yenilikçiliğin yeni bir ürün tasarımı da, yeni bir üretim süreci de, yeni bir pazarlama yaklaşımı da yeni bir eğitim yöntemi de olabileceğini belirtmektedir ve bir firma yenilikçilik sayesinde rekabet üstünlüğü kazanıyorsa bu üstünlüğünü ancak onu sürekli ileri taşıyarak sürdürebilir. Çünkü pek çok üstünlük taklit edilebilir. Buna örnek olarak Kore firmaları çoktan televizyon üretimi konusunda Japon rakiplerini; Brezilya firmaları ise deri ayakkabı tasarımında İtalyan rakiplerinin teknolojilerini yakalamış olmaları verilebilir [12].

Porter (2008)'e göre zaman zaman müşteri ilişkileri, ölçek ekonomileri, mevcut teknoloji düzeyi veya dağıtım kanallarının elverişliliği gibi ilklik avantajları ile bazı firmalar uzun yıllar mevcut konumlarını korumaktadırlar. Ancak dinamik rakipler çok kısa bir süre sonra bu fırsatlardan faydalanarak daha ucuz ya da daha nitelikli üretmenin yollarını bulacaklardır. Sonuç olarak rekabeti sürdürmenin tek yöntemi sürekli geliştirmektir. Bu duruma dış piyasaya küçük ucuz ama kaliteli ve düşük üretim maliyetleri ile rekabet ederek nüfuz eden Japon otomobil üreticileri örnek verilebilir [12].

Porter (2008) ulusların rekabet avantajlarının belirleyicilerini ortaya koymak için elmas modelini geliştirmiştir. Diyagram rekabet avantajları oluşturan etkenleri ve bu etkenlerin birbirleriyle olan ilişkilerini ortaya koymakta, bununla bu etkenlerin meydana getirilmesinde devletin rolüne vurgu yapmaktadır. Şekil 2.1.'de de görüldüğü gibi bu diyagram ülkelerin kendi endüstrileri için uygulayabilecekleri bir model ortaya koymaktadır [12].

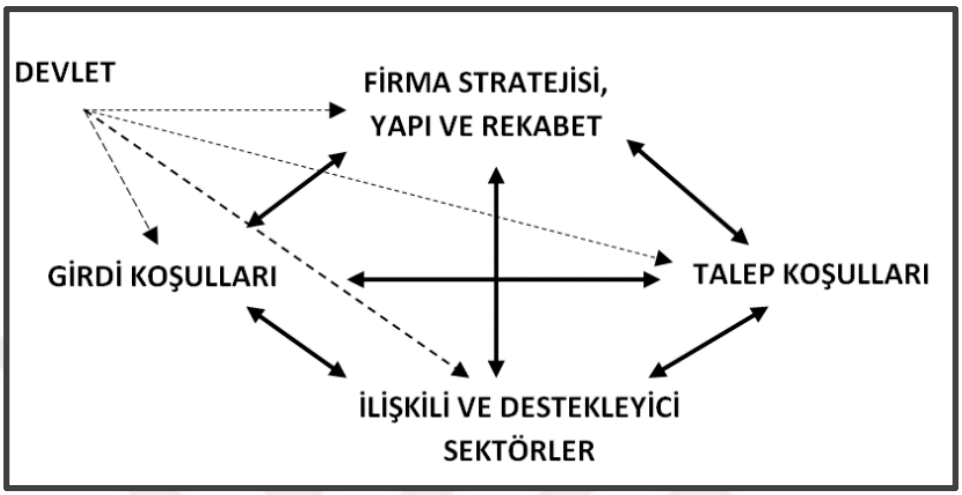
Porter (2008) ünlü elmas diyagramını şu üç temel soru etrafında şekillendirmiştir. Bunlar:

1- Neden belirli ülkelere ait belirli firmalar yenilikçilik kapasitesine sahiptir?
2- Neden sürekli gelişmeleri takip ederler ve rekabet üstünlüğü kazanmak için kaynak ararlar?
3- Nasıl kısa sürede firmaya başarı getiren değişim ve yenilikçiliğe karşı mevcut engellerin üstesinden gelebilirler?

Cevap rekabet üstünlüklerinin elmas modelini meydana getiren bir ulusun dört temel nitelikte yatmaktadır. Bunlar:

1- Faktör koşulları: belirli bir endüstride rekabet edebilmek için gerekli olan nitelikli işgücü ya da altyapı olanakları gibi ülkelerin faktör üretim durumları
2- Talep koşulları: iç piyasanın ürün ve hizmet talep yapısı
3- İlişkili ve destekleyici Endüstriler: uluslararası düzeyde rekabet eden tedarikçi endüstrilerin ve diğer ilişkili endüstrilerin varlığı ve sayısı

4- Firma Stratejisi, Yapı ve Rekabet: Firmaların nasıl üreteceğini ve örgütlenmesini belirleyen ve onları yöneten ulusların koşulları ve yerel rekabet düzeyidir [12].



Şekil 2.1. Porter'ın Elmas Diyagramı (Porter, 2008 ve Porter,2000a)

Porter (2008)'e göre bu dört temel etken firmaların içerisinde doğduğu ve nasıl rekabet edileceğini öğrendikleri doğal çevreyi meydana getirirler [12].

Porter (2000a)'e göre Elmas Modelindeki her nokta uluslararası rekabet başarısının gerçekleştirilmesi için gerekli olan bileşenleri etkilemektedir. Örneğin kaynakların ve becerinin erişilebilir olması bir endüstrinin rekabet edebilirliği açısından gereklidir. Haberleşme ise firmaların olanakları şekillendirmektedir. Firma sahiplerinin, yöneticilerin ve çalışanların hedefleri diğer firmalar için keşfetme ve yenilik yapma baskısı yaratmaktadır [14].

Elmas Modelde ortaya koyulan rekabet avantajlarını meydana getiren temel unsurları firmaların veya sektörlerin üreticiliğini arttırması, onların yenilikçilik kapasitesini böylece üretim büyüklüğünü arttırması, yenilikçiliği destekleyerek yeni iş biçimleri ortaya koyması açısından sunan ortamlar olarak kümelenmeleri işaret etmektedir. "Porter daha geleneksel gruplaşmalardan ziyade kümelenmeye vurgu yapılmasını ise kümelenmenin, rekabetin doğasını ve rekabet edebilir avantajların kaynaklarını iyi bir şekilde düzenlemesine ve sunmasına bağlamaktadır [14].

2.2. Yığılma Teorisi ve Mekansal Gelişme Modelleri

1990 sonrasında bölgesel kalkınma politikalarına hakim olan kalkınma modellerinin tamamının temelinde dışsal ekonomiler, mekânsal olarak kümelenmiş nitelikli işgücü, teknolojik yenilikçilik ve böyle bir yoğunlaşmanın büyümenin ve artan gelirler, insan sermayesi ve teknolojik ilerleme gibi rekabetin temel elementlerini sunacağı düşüncesi yatmaktadır. Hem "Yeni Ekonomik Coğrafya" hem "Yeni Neoklasik Kent Ekonomileri" hem de "Porter'ın Firma Stratejisi" farklı yollarla olsa da ekonomik coğrafyanın en önemli özelliğinin yoğunlaşmalar olduğunu düşünmektedir.

Marshall'dan beri söylenegelen genel düzeyde ekonomik aktivitelerin ya da firma ve sektörlerin yığılması pek çok çalışmaya ilham vermiş, özellikle 1990'lardan itibaren belli bölgelerin kalkınmada öne çıkması yığılmalara iktisadi çevrede ve planlama disiplininde yığılmaların doğasını anlamaya yönelik ilgiyi arttırmıştır. Bu merak gözleri Kuzey İtalya, Kaliforniya elektronik endüstrisi, Kuzey İtalya Tekstil Endüstrisi, Beden-Württemberg otomotiv endüstrisi gibi endüstri bölgelerine çevirmiştir. Bu bölgelerde gerçekleştirilen analitik çalışmaların sonucunda temelde aynı şeyi ortaya koysalar da pek çok mekansal gelişme modeli ortaya konmuştur.

2.2.1. Yığılma teorisi

Malmberg ve ark.(1996)'ya göre konuya ilişkin geliştirilen kuramların çıkış noktası yığılma teorisi altında değerlendirilen benzer sektörler arasındaki kümelenmelerdir. Teori üç ampirik gözlemden doğmuştur. Bu gözlemlerden ilki mamul malların toplam üretiminin büyük bir kısmının sınırlı sayıda oldukça yüksek düzeyde yoğunlaşma gösteren endüstriyel bölgelerde gerçekleşmesidir. İkinci gözlem ise benzer sektörlerde faaliyet gösteren firmaların bir arada konumlanma eğilimleri ve böylece meydana gelen mekânsal kümelenme formlarıdır. Üçüncü gözlem, zamanla kalıcı hale gelme eğilimde bir olgu olan yığılma sürecinin birikme eğilimli (kümülatif) olmasıdır. Bu olgu ülkeler arasındaki yoğunlaşmaları meydana getirmektedir. Yere özgü avantajlar böyle bir oluşumun meydana gelmesi esnasında

önemli rol oynar ve çoğunlukla ölçek ekonomilerine dayanan geniş bir yerelleşme sistemi oluşturur [15].

Krugman (1991) bu durumu şu sözlerle açıklamaktadır:

"Dünya yüzeyinde tek başına bağımsız olan hiçbir ekonomik alan yoktur, bu ekonomik coğrafyanın doğasından yani üretimin mekân üzerinde konumlanmasından kaynaklanmaktadır. Bu en üst ölçekten en alt ölçeğe kadar böyledir" [16].

Delgado ve ark. (2011)'e göre benzer ekonomik faaliyetlerin yığılması ekonomik coğrafyayı uzun yıllardır meşgul eden bir kondur ancak önemi ve sahip olduğu rol halen bir bilmecedir. Marshall'dan başlayarak ekonomistler yığılmanın üç temel dinamiğine vurgu yapmışlardır. Bunlar: girdi- çıktı ilişkileri, istihdam piyasası yapısı ve bilgi akışlarıdır. Bu üç kavram da gelirlerin arttırılmasını sağlayan firmaların maliyet ya da üretim avantajları ile ilişkilidir. Uzun yıllardır yerel arz yapısını, uzmanlaşmış kurumsallaşmayı ve bölgesel ticaret ile sosyal ağları içeren yığılma dinamiklerine ilişkin pek çok çalışma yapılmış geniş bir literatür meydana gelmiştir [21].

Esasen yığılma kavramı yeni bir şey değildir. Ölçekten kaynaklanan dışsallıklara ilişkin tartışmalar çok eskiye Marshall'a (1890)[1] dayanmaktadır.

Marshall (1890) yığılma kavramı ve olanaklarını şu sözleri ile anlatmaktadır:

"Bir sektör kendisi için belirli bir mekân seçtiğinde orada uzun süre konumlanacağı muhtemeldir bu durum bir bölgeden diğerine giderek faaliyet gösterdikleri sektördeki iş olanaklarını kollayan zanaatkârlar için büyük bir fırsattır. Ticaretin gizemi çözülür; bu havada olan bir şeydir ve çocuklar pek çoğunu bilinçsizce öğrenirler. Başarılı çalışmalar haklı olarak takdir görür, makine teknolojilerinde ilerlemeler ve yeni icatlar hızla yayılırlar: bir kişi yeni bir fikir geliştirirse bu fikir kolayca yayılır, başkaları tarafından edinilir ve kişilerin kendi fikirleri ile birleştirilir ve böylece yeni bilgilerin kaynağı olur. Birbirleri ile ilişkili sektörler aynı çevrede gelişir, mekâna uygulama ve araç tedarik eder, mekândaki alışverişleri düzenler ve pek çok açıdan araçları ile ekonomiye katkıda bulunur" [22].

[1] Yığılma yaklaşımı ilk defa Marshall'ın 1890 tarihli Principles of Economics adlı kitabında ele alınmıştır.

Marshall'ın esasında "bu havada olan bir şeydir" sözleriyle ifade ettiği şey ilişkili sektörlerin belirli bir mekânda uzun vadeli olarak yığılmasının yarattığı ortak bir kültürdür. Bu kültür zaman içerisinde bilginin ve becerinin mekânda yığılmasının sonucu olarak tüm bölge içerisinde paylaşılan bir bilgi ve nitelikli işgücü havuzlarının ve uzun süredir aynı ortamı paylaşmanın yarattığı ortak davranış kalıplarının yarattığı bir atmosferdir. Bununla birlikte Marshall'ın o dönemde yığılmaların önemli bir özelliği ve olanağı olarak "firmalar arası bilgi akışlarını" ifade etmesi de ilgi çekicidir. Marshall "bir kişi yeni bir fikir geliştirirse bu fikir kolayca yayılır, başkaları tarafından edinilir ve kişilerin kendi fikirleri ile birleştirilir ve böylece yeni bilgilerin kaynağı olur" sözleri ile yığılma bölgeleri içerisinde bilgi akışlarını, ve bu bilgi akışlarının bilginin kümülatif yapısının bir sonucu olarak yeni bilgilerin kaynağını oluşturduğunu ifade etmektedir.

Bununla birlikte Johansson ve Quigley (2004)'e göre konuya ilişkin ilk ciddi analizler 1. Dünya Savaşının bitiminden sonraki 10 yıl içerisinde Robert Murray Haig tarafından liderliği yapılan bir grup ekonomist tarafından New York'ta aynı mekânda yer seçen firmalar ve endüstriler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Hazır giyim endüstrisinde yapılan çalışmalarda tasarımcılar, üreticiler ve satıcılar arasındaki firmalar arası bağlantıların yerel ve yüz yüze iletişime dayalı olduğu tespit edilmiştir. Çalışmaların sonucunda üretimde standardizasyonu yakalamanın tüm metropoliten alanda kolayca yayılma olanağı sağladığı görülmüştür. Bu sonuç standartlaşmış üretimler için firmalar arasındaki işlem maliyetlerinin diğerlerine göre oldukça az olduğu yorumunu doğurmuştur. Böylece alıcı ve satıcılar arasında yakınlığın ve yerel ağların belirli bir mekânda gerçekleştirilen piyasa işlemleri için az bir avantaj yarattığı buna karşın standart olmayan hazır giyim endüstrisi içerisindeki firmaların etkileşimlerini yerel ağlarla gerçekleştirdiği belirlenmiştir [23].

Bu bulgulardan 30 yıl sonra New York ile beraber Londra ve Stockholm gibi büyük şehirlerde yapılan diğer analizler bu alandaki anlayışı genişletmiştir. 1950'lerde New York'ta Harvard'lı bir grup ekonomist endüstrinin gelişmesinin ekonomik aktivitelerin yer seçimini irdelemek için akademik çalışmalar gerçekleştirmişlerdir. Bu büyük ölçekli çalışmadan elde edilen temel bulgu ölçeğe dayalı dışsal

ekonomilerin önemi olmuştur. Bu çalışmanın sonuç raporu bu dışsallıkların firmaların yer seçimine ve kentlerin refahına etkilerini ve dışsal ekonomilerin doğuşu ve gelişimini irdeleyen bir bölüm içermektedir. Aynı dönemlerde Stockholm ekonomisi üzerine gerçekleştirilen çalışmalar, tedarikçiler ve alıcılar tarafından seçilen piyasa alanlarına yakın olarak yer seçen firmaların başarılarına odaklanmaktadır. Özellikle bu çalışmalar perakendecilerin, üreticilerin ve tüketici hizmetlerinin kentlerde bir arada yer seçiminin ekonomik olarak getirisine odaklanmıştır [23].

Krugman (2009) da yığılmanın ilk defa Marshall tarafından ifade edilen üç temel dinamiğine: bilgi akışları, uzmanlaşmış tedarikçiler ve zengin iş gücü piyasaları-vurgu yapmakta ve pek çok yere özgü endüstrilerin kaynaklarını çoğunlukla bölgelerin kendine özgü olanaklarından aldıklarına ve tüm bu yoğunlaşmaların devamlılığını bu üçlü yığılma etkileri ile sağladıklarına dikkat çekmektedir [24].

Malmberg ve ark. (1996) ise ilk defa Marshall (1890)'ın "havada olan bir şey" olarak dile getirdiği yığılmaların "aslında maddi ve maddi olmayan işlem maliyetlerinin azaltılması ile verimin arttırılması anlamına geldiğini ve bu şekilde yığılma teorisindeki temel noktanın firmalar ve ticari partnerleri arasındaki mesafeyi azaltılırken aynı zamanda müşteriler ve tedarikçiler arasındaki iletişimin hızlandırılması olduğunu düşünmektedirler [15].

Konumsal avantajlara dikkat çeken Malmberg ve ark. (1996)'ya göre geleneksel olarak bir endüstriyel bölgenin uzun ömürlü olması coğrafi konumla yakından ilişkilidir. Bir bölgenin belirli bir sektörel uzmanlaşmayı sürdürme eğilimi, o yer özgün konumsal avantajlarını kaybetmiş olsa dahi, o endüstriyel bölgenin devamlılığı için oldukça önemlidir. Her daim mevcut bir endüstriyel kapasitenin geliştirilmesi yeni bir alanda yeni bir işletme kurulmasından daha ucuza gelmektedir [15].

Şüphesiz dışsal ekonomiler işgücü ve ulaşım gibi maliyetleri azaltarak iş yapma maliyetlerini azaltmaktadır. Bununla birlikte Johansson ve Quigley (2004)'e göre yığılma ekonomilerine yönelik yapılan deneysel çalışmalar yığılmanın sağladığı olanakların farklı mekanizmalarını ve kaynaklarını birbirinden ayırmakta yetersiz kalmaktadır [23].

Yine Johansson ve Quigley (2004) bu mekanizmalar ve kaynaklar içerisinde birbirinden ayırılabilecek üç temel durum ortaya koymaktadırlar:

- İlk durumda yığılma içerisinde farklı ürünlerin üretiliyor olmasından kaynaklanan ölçeğe dayalı içsel ekonomiler sayesinde ihtiyaç duydukları talebi elde ederek bir endüstri içerisindeki tüm firmalar yığılmanın sunduğu olanaklardan faydalanırlar.
- İkinci durumda tüm bir endüstri yerine tek bir firma farklılaşmış tedarikçilerin aynı bölge içerisinde yer almasından faydalanarak düşük işlem maliyetleri ile daha özelleşmiş ürün elde etme olanağı ile yığılmanın sunduğu olanaklardan faydalanır.
- Üçüncü durumda tek bir firma yığılmanın sunduğu yakınlığın doğurduğu iletişim haberleşme ağlarından faydalanabilir [23].

İlk iki durumdaki ekonomik koşullar piyasa mekanizmasından doğmaktadır. Fayda ya da dışsallıklar karşılıklı olarak arz ve talepten doğarlar. Üçüncü durum ise bölge içerisindeki girdi- ürün durumunu değil de firmaların ya da tüm bölgenin üreticiliğini etkiler. Yani dışsallıkların firmalar arasındaki bu bağlantılardan doğduğunu düşünürsek iki durum ortaya çıkmaktadır: bunlar; girdi maliyeti ve dağıtım maliyetidir. Her iki durum da işlem maliyeti açısından yakınlığın önemine vurgu yapmaktadır. Girdi maliyetlerini firmaların tedarikçilere olan yakınlığı belirlemektedir. Yakınlık girdinin daha düşük işlem maliyetleri ile ve muhtemelen de daha düşük fiyatlarla edinilmesini sağlar. Aynı durum işgücünün tedarik edilesinde de geçerlidir. Kısaca kısa mesafeden girdi tedariki toplam üretim maliyetini azaltır. Bununla birlikte yakınlık firmalar arasında bağlantıların kurulmasında da avantaj sağlar [23].

Malmberg ve ark. (1996)'ya göre firmalar arasında yığılma eğiliminin ne kadar yaygın olduğuna bakılırsa coğrafik yığılmanın yeni bir olgu olmadığı görülecektir. Endüstri devriminin başlarından itibaren yeni gelişme gösteren alanlardaki firmalar kümelenme eğilimi içerisinde olmuşlardır. Bazı durumlarda mekân ile endüstri arasındaki bağ o kadar güçlüdür ki sadece coğrafyanın nosyonundan söz edilebilir. Buna en güzel örnek artık mekân ile özdeşleşmiş ve ondan bağımsız düşünülemeyen Hollywood film endüstrisidir. Yığılmaya söz konusu olan coğrafi alan bir bölge bir kent olabildiği gibi bir kent parçasını da ifade edebilmektedir [15].

Amin (1999) ise son dönem coğrafyacıların yakınlığın rolünü yığılma ekonomileri ile ilişkili olarak çok daha detaylı ele aldıklarına dikkat çekmektedir [5].

Storper (1994) yığılma olanaklarını pek çok ekonomistten farklı olarak ele almaktadır. Yığılma ekonomilerine duyulan ilginin artışını 1980'lerin ortalarında ve 1990'ların başında bölgesel ekonomilerin dirilişine, yeni yüksek teknolojili endüstriler ve bölgeler ile piyasanın liderliğini ele geçiren yeni Asya endüstriyel odaklarının doğuşuna ve küreselleşme olgusunun dinamiklerine duyulan merak ile ilişkilendiren Storper'a göre bu tür yoğunlaşma alanlarının ayırt edici özellikleri firmalar arası ilişkiler ve ticari olmayan bağımlılıklardır. Bunlar örtük/ yerel bilgi yüz yüze iletişim, yerel kurumsallaşma düzeyi, sosyal alışkanlıklar ve normlar, yerel iletişim ve benzeridir ve bu tür ortamlar; Firmalara kendilerini çevreleyen içsel ağlar, öğrenme, ortak anlayış/kültür gibi etkenler vasıtasıyla haber, bilgi, teknoloji, fikirler, eğitim ve beceri gibi kaynaklara sürekli erişimlerine dayanan öğrenme tabanlı rekabet olanakları sunmaktadır [25].

Storper (1994) ile paralel olarak kümelerin yarattıkları rekabet olanaklarına odaklanan Delgado ve ark. (2011)'e göre finansal hizmetlerde New York Kenti; Kuzey İtalya benzer ekonomik faaliyetlerin coğrafik yoğunlaşmalarına ve bu yoğunlaşmaların getirdikleri olanaklara verebilecek oldukça başarılı yığılma örnekleridir [25].

Delgado ve ark. (2011)'e göre yığılma firmaların ortak girdi ve teknik bilgiyi paylaştığı bir bölgenin belirli bir endüstride uzmanlaşmasından doğabilir ve çoğunlukla bu duruma yerelleşme ekonomileri denmektedir. Bununla birlikte bütün bir bölgesel ekonomi içerisindeki endüstri çeşitliliğinin bir sonucu da olabilir çoğunlukla bu duruma kentleşme ekonomileri denmektedir. Tamamlayıcı ekonomik faaliyetlerin varlığı (uzmanlaşmış tedarikçiler, gelişmiş yerel talep yapısı, tamamlayıcı ürün ve hizmetler, uzmanlaşmış kurumsallaşma) pek çok biçimde dışsallıklar yaratırken aynı zamanda o bölgedeki girdi olanaklarını arttırırlar. Bu durum girişim için kaynakların ve olanakların artmasını sağlayarak yenilikçiliği ve firmaların büyümesini teşvik etmektedir [21].

Ellison ve ark. (2010) tarafından İngiltere ve Amerika Endüstrilerinden edinilen verilerin değerlendirildiği analiz çalışmalarında endüstriyel ilişkilerin aslında firmaları bir arada yer seçmeye iten neden değil firmaların bir arada yer seçmesiyle oluşan bir sonuç olabileceği ihtimali üzerinde durulmuştur [26].

Malmberg ve ark. (1996) ise endüstrileri bir arada yer seçmeye iten nedenleri ortaya koymak amacıyla detaylı bir literatür incelemesi gerçekleştirmişlerdir. Bu incelemeleri esnasında yığılma ekonomilerinin kaynağını irdeleyen ekonomistlerin ve akademisyenlerin bu ekonomileri çoğunlukla kendi içerisinde iki tip olarak ayırıldığını görmüşlerdir. Bunlardan ilki firmaların ve sektörlerin tek bir mekânda yoğunlaştığı ve büyük ölçekli işlemlerden ve bir bütün olarak yığılmanın kendisinden kaynaklanan dışsallıklar sunarak endüstriyel bölgelerin oluşumlarını tetikleyen bölgesel ve kentsel yığılma ekonomileridir. Bu ekonomilere geniş bölge kentler ve metropoliten bölgeler örnek olarak gösterilebilir [15].

İkinci tip yığılmalar ise benzer veya birbirine bağlı faaliyetlerde bulunan firmalara dayalı benzer firmaların mekânsal kümelenmesini teşvik eden spesifik ekonomilerdir. Hollywood Film Endüstrisi, yenilikçi bölgeler vb. buna örnek verilebilir. Çoğunlukla bu güçler yerelleşme ekonomileri olarak adlandırılmaktadır. Bununla birlikte her iki çeşit yığılma da firmalar arası bağlantılardan; kurumsallaşmadan ve coğrafi alanın emek piyasasının gelişmişlik düzeyi,

uzmanlaşma ve yetenek düzeyi, yerel tedarikçiler ve müşteriler arasında güçlü etkileşimler, paylaşılan altyapı ve diğer yere özgü dışsallıklar gibi ölçek ve kapsam ekonomilerini meydana getiren etkenlerin varlığı gibi altyapısal özelliklerden kaynaklanmaktadır [15].

Görüldüğü gibi yığılma olgusuna ilişkin Çizelge 2.2.'de de özetlenen çok çeşitli yaklaşımlar mevcuttur. Malmberg ve ark.(1996) bu yaklaşımları düzene koyabilmek için iki boyutta sınıflama yapmıştır: Bunlardan ilki Ulman, Krugman, Myrdal, Anderson gibi iktisatçıların savunduğu genel düzeyde ekonomik faaliyetlerin yığılmasıdır. Bu yaklaşım dışsallıkların kaynağı olarak üretim bölgeleri (yeni ekonomik coğrafya) ve Metropollere (Yeni Neoklasik Kent Ekonomileri) odaklanırken, yığılmalara makroekonomik bir bakış açısı sunmaktadır. Bir diğeri ise Porter, Scott, Storper, Saxenian gibi iktisatçıların savunduğu firma stratejisi yani "benzer firma ve sektörlerin yığılmasıdır". Bu yaklaşım dışsallıkların kaynağı olarak bölgesel üretim sistemleri ve endüstri bölgelerinin kendisine odaklanırken, yığılmaları mikroekonomik olarak ele almaktadır [15].

Çizelge 2.1. Yığılma üzerine iktisatçılar ve akademisyenler tarafından ortaya atılan farklı görüşler ve bölgesel gelişme modelleri (Malmberg ve ark. 1996'dan uyarlanmıştır)

	Genel düzeyde ekonomik faaliyetlerin yığılması	Benzer firma ve sektörlerin
İşlem etkinliği ve esneklik	- Üretim bölgeleri (Ulman, Krugman) - Metropoller (Pred, Myrdal, Hirschman)	- Bölgesel üretim sistemleri (Scott, Storper) - Endüstri bölgeleri (Piore, Sabel)
Bilgi birikimi	- Yaratıcı Bölgeler (Anderson) - Girişimci bölgeler (Johanisson)	- Öğrenen bölgeler (Saxenian) - Yenilikçi ortamlar (Aydalot, Maillat) - Endüstri Kümeleri (Porter)

Malmberg ve ark. (1996)'ya göre her iki yaklaşımın da hem fikir olduğu en temel nokta yığılmaların işlem etkinliği ve esnekliği ile birlikte bilgi birikiminin oluşumuna olanak tanıyarak yenilikçiliği tetiklediğidir. Genel Düzeyde ekonomik faaliyetlerin yığılmasını temel alan "yeni ekonomik coğrafya" yaklaşımının önde gelen savunucuları bilgi birikiminin oluşumuna olanak tanıyan yığılmaları "yaratıcı bölgeler ve girişimci bölgeler" mekansal gelişme modelleri içerisinde değerlendirirken; benzer firma ve sektörlerin yığılmasını temel alan "firma stratejisi" yaklaşımının savunucuları yığılmaları "öğrenen bölgeler, yenilikçi çevreler ve endüstri kümeleri" mekansal gelişme modelleri ile tanımlamaktadır [15].

2.2.2. Mekansal gelişme modelleri

Son yıllarda akademik çevrelerde ekonomik faaliyetlerin mekânsal yığılmalarına duyulan yoğun ilginin tek başına coğrafik bir olgu olarak açıklanamayacağı düşüncesi yaygınlaşmıştır. Bu durum ilgili alanda gerçekleştirilen akademik çalışmaları bu tür ekonomik bölgelerin yapılarını anlamaya itmiştir. Endüstriyel bölgelerde gerçekleştirilen sayısız çalışma sonucunda bu tür yığılma alanlarının yapısına ilişkin pek çok kavram ve gelişme modeli ortaya atılmıştır. Bunlar içerisinde yaratıcı çevreler, öğrenen bölgeler, yenilikçi çevreler, fonksiyonel bölgeler ve endüstri kümeleri modelleri iktisadi literatürde ve planlama disiplininde en yaygın kullanılan mekansal gelişme modelleridir. Özellikle 2000'lerin başından itibaren pek çok çalışma mekânsal üretim organizasyonları olarak değerlendirilen bu yoğunlaşmaları organizasyonlarını gelişme ve yenilikçilik süreçlerini kapsayan bütüncül bir bakış açısı ile ortaya koymaktadır.

Maillat (1998)'ya göre bu bakış açısı ile mekân pasif bir olgu olarak değil de, küreselleşen ekonomi içerisinde kendi gelişimini belirleme ve organize etme yeteneğine sahip bir etken olarak değerlendirilmektedir [27].

1980'lerde pek çok ekonomist mekânın bu özelliğini mekânsal kimlik ve kolektif üretim kapasitesinin bir araya getiren içsel büyüme teorisi ile açıklamıştır. Becattini (1979), Grafoli (1981), Brusco (1982) ve Fua (1983) tarafından "Üçüncü İtalya" adı

verilen endüstri bölgesinin etkinliği üzerine gerçekleştirilen çalışmalar ve analizler bu bakış açısını doğrulamıştır. Bunlardan ilk defa Becattini (1979), işletilmesi ve devamlılığı işbirliği-rekabet mekanizmasına dayalı küçük ve orta ölçekli firmaları barındıran bu tarz bir mekânsal üretim organizasyonunun daha önce Marshall tarafından ortaya atılan "endüstriyel bölge" kavramını anımsattığına dikkat çekmiştir [27].

Malmberg ve ark. (1996) son yıllarda rekabetin temel parametrelerinin geleneksel fayda maliyeti bakış açısıyla sınırlandırılamayacağı düşüncesinin yaygın olarak kabul gördüğünü savunmaktadır. Sürdürülebilir rekabet statik etkinlikten ziyade dinamik gelişmeyi teşvik etme yeteneği ile geleneksel yaklaşımlardan çok daha fazlasını ifade etmektedir. Küresel rekabette son yıllardaki eğilimler yer seçimi kararının temel belirleyicisinin fayda maliyeti kaygısından ziyade işgücü kapasitesi gibi yerel altyapıya ilişkin olanaklar olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bakış açısı ile birlikte son yıllarda yığılma olanaklarını salt ekonomik bir yaklaşımla ele almaktan ziyade sosyokültürel ve kurumsal bir bakış açısı ile ele alma ve sürdürülebilir gelişimi yığılmaların sundukları üstün öğrenme, yaratıcılık ve yenilikçilik yetenekleri ile açıklama eğilimi gözlenmektedir [15].

Yerel bilgi yerel çevrede gömülü olma eğilimindedir yani endüstriyel sistemler yalnızca fiziksel girdi ve çıktı üretmezler aynı zamanda ticari veya ticari olmayan işletmelere yönelik haber alışverişleri, teknik bilgi, teknolojik uzmanlık üretmektedirler. Mekânsal yığılmalar ise ortak davranış biçimi geliştirilerek engelleri aşmakta kolaylık sağlamakta yani bilgi akışlarını arttırmaktadır. Bununla paralel olarak yenilikçilik de firmaların tek başlarına ürettikleri şeylerden ziyade belirli bir mekânda yığılan teknolojik altyapı olarak adlandırılan bilgi, kaynaklar, kurumlar ve diğer girdi ve yeteneklerin bir araya gelmesiyle meydana geldiği için bu süreçte coğrafya çok önemli bir role sahiptir. Daha spesifik olarak bakılırsa teknolojik altyapı firmaların ve endüstrilerin Ar-Ge'lerinin mekânda yoğunlaşması, benzer endüstrilerdeki imalatçı firmaların yığılması ve işletme- hizmet sağlayıcılar arasındaki güçlü ağların oluşması ile sonuçlanmaktadır. Bu girdilerin kümelenmesi ve güçlü ağlar ölçek ekonomilerini meydana getirir, bilgi paylaşımına ve fikirlerin

karşılıklı olarak geliştirilmesine olanak tanır, yüz yüze iletişim ve bunun gibi teknoloji transferinin gerçekleşmesini mümkün kılan kaynakları destekler [15].

Feldman, Florida (1994); Porter, (1990); Malmberg (1996), Maillat (1998), Maskell (2005) ve pek çok ekonomist tarafından gerçekleştirilen çalışmalar yenilikçiliğin teknolojik altyapıya sahip alanlarda yoğunlaştığını ortaya koymaktadır.

Malmberg ve ark. (1996)'e göre belirli bir alanda ilişkili aktiviteler yığıldığında yerel halk bu duruma ayak uydurarak endüstriyel yapıya ve ortaklık organizasyonuna bağlı faktörlerin gelişmesinin yanında sosyal, kültürel ve endüstriyel faktörlerin de gelişimi olarak tanımlanan "yerel çevrenin" oluşumu ile zaman içerisinde yerel endüstriyel yapı dinamizm kazanır. Yerel çevre; firmaları, müşterileri, araştırma kurumları, okulları ve yerel yöneticileri birbirine bağlayan bir dizi maddi (firmalar, altyapı), maddi olmayan (teknik bilgi birikimi, bilginin yayılması) ve kurumsal (yasal çerçeve ve yetkililer) element olarak tanımlanabilir [15].

Mekânı paylaşan ekonomik, sosyokültürel, politik ve kurumsal aktörler arasındaki etkileşim rekabetçi çevre içerisinde yeni çözümler bulma ve değişimlere kendilerini adapte edebilme yeteneklerini arttırabilir. Böylece yerel çevre "sosyal sermaye" olarak adlandırılan ortak dil, sosyal bağlar, normlar, değerler ve kurumlar sunar. Sosyal sermaye bilginin çoğunlukla örtük ve dolayısıyla edinilmesinin zor ve maliyetli olduğu bir ortamda, tıpkı bir atardamar gibi, iletişimin olanaklarından doğan bilginin birikim sürecine katkıda bulunur. Bu duruma ticari olmayan bağımlılıklar olarak adlandırılır [15].

Maillat (1998)'e göre endüstriyel bölgelerin ilk defa ortaya çıkışı ve gelişimi 1950'lerde gelişmiş ekonomilerin üretim sistemlerindeki büyük değişimlerle açıklanmaktadır. Mekânsal gelişim bakış açısıyla endüstri bölgelerine ilişkin literatürde iki farklı yaklaşım ortaya çıkmaktadır [27].

Piore ve Sabel (1984)[1]'e göre endüstriyel bölgelerin doğuşu seri üretimin yerini alan esnek üretim sistemlerinin bir sonucudur. Marshall'ın (1890) öncülüğünü yaptığı diğer görüşe göre endüstriyel bölgelerin doğuşunu teknik bilgi birikimi, bilimsel ve teknik beceri gibi mekâna özgü spesifik kaynakların ve mekâna özgü dinamikleri meydana getirdiği ve harekete geçirdiğidir [27].

Becattini (2002) endüstriyel bölgelerin karakteristiğini; aynı mekânda yer seçmeleriyle işlem maliyetlerini azaltan firmalar arasındaki işbirliği ve rekabetin bir arada bulunması; endüstriyel iklimin teşvik ettiği kaynaktan beslenen yüksek yenilikçilik kapasitesi; hem yatay hem dikey iş hareketliliği yoğunluğu; hem ekonomik konularda hem de bölge içerisindeki coğrafi ve sosyal çevreyi geliştirmek amacıyla sürekli birbirleriyle iletişim içerisinde olan aktörlerin rekabeti olarak tanımlamaktadır [28].

Bunların hepsi bir bütün olarak ele alındığına endüstriyel bölgeler, farklı gelişme evrelerini koordine eden ve önceden belirlenmiş kurallar ve hiyerarşik mekanizmalarla ilişkili olmayan aksine piyasa mekanizmasının yaptırımlarının ve toplum tarafından belirlenen sosyal kuralların belirlediği kendine özgü düzenlemeleri kumanda eden çok büyük üretim kompleksleridir [28].

Maillat (1998)'e göre endüstriyel bölgeler, firmalar arası ilişkilerin belirlediği piyasa kurallarını ve sosyal normları bir araya getiren bir dizi üstü kapalı ya da açık standartları olan mekânsal üretim organizasyonunun yaygın bir biçimidir [27].

İktisadi çevrede yığılmaların doğasına duyulan ilgi endüstri bölgelerinde gerçekleştirilen pek çok ampirik çalışmayı da beraberinde getirmiştir. Bu çalışmalarda edinilen gözlemlerin bir sonucu olarak endüstri bölgelerinin benzerliklerini ortaya koyan; bu benzerlikleri tanımlayan ve işlevleri açısından

[1] Michael Piore ve Charles Sabel 1984 yılında yayınladıkları "The Second Industrial Divide" adlı kitaplarında Fordist üretimde sona gelindiğinde, ulusal rekabetin pek çok firmayı standardize ürünler için kütlesel üretim fikrinden uzaklaştırdığını, bu zorlu rekabet ortamının üreticileri, ayakta kalmak için özel ve kaliteli ürün üretmeye ittiğini, firmaların ayakta kalabilmek için sürekli yeniklik stratejisini benimsemesi gerektiğini savunmuş ve endüstri bölgelerinin doğuşunu bu gereksinimlerin sonucu olarak ele almıştır.

kategorize eden sayısız model iktisadi literatürü zenginleştirmiştir. Pek çoğu benzer olguları ifade eden mekansal gelişme modellerinden 1990 sonrası ilişkili yazında en yaygın kullanılan modeller; Üretim Bölgeleri/Bölgesel Üretim Sistemleri, Öğrenen Bölge/Öğrenen Ekonomi, yenilikçi çevreler, fonksiyonel bölgeler ve endüstri kümeleridir. Çizelge 2.2.'de gelişim sırasına göre bu mekansal gelişme modelleri ve savunucuları görülmektedir.

Çizelge 2.2. Gelişim sırasına göre mekansal gelişme moderlleri ve savunucuları (Maillat (1998), Storper (1994), Malmberg ve ark. (1996), Amin (1999), Hudson (1999), Landabaso ve ark. (1999), Crevoisier (2004), Maskell (2005), Karlsson (2007), Boschma (2009)'den derlenmiştir)

MEKANSAL GELİŞME MODELLERİ	ÖNCÜLERİ
Endüstri Bölgeleri	- Marshall (1890) - Piore (1980) - Sabel (1980)
Mekânsal Üretim Sistemi	- Gilly (1987) - Perrin (1983) - Scott (1986) - Crevoisier ve Maillat (1989)
Yerel Endüstriyel Doku	- Thomas (1987)
Yerel Endüstriyel Sistem	- Raveyre ve Saglio (1984) - Colletis (1990)
Yerel Üretim Sistemleri	- Courlet ve Soulage (1994)
Yerel Ekosistem	- Planque (1983) - Pecqueur (1987)
Yaratıcı Bölgeler	- Andersson (1985)
Üretim ikincil sistemi	- Gilly (1991)
Teknolojik Bölgeler	- Antonelli (1986) - Maillat (1998)

Çizelge 2.2. Gelişim sırasına göre mekansal gelişme moderlleri ve savunucuları (Maillat (1998), Storper (1994), Malmberg ve ark. (1996), Amin (1999), Hudson (1999), Landabaso ve ark. (1999), Crevoisier (2004), Maskell (2005), Karlsson (2007), Boschma (2009)'den derlenmiştir)

Bölgesel Üretim Sistemleri/ Üretim Bölgeleri	- Scott (1988) - Krugman (1991) - Storper (1995)
Girişimci Bölgeler	- Johanisson (1991)
Öğrenen Bölge / Öğrenen Ekonomi	- Saxenian (1994) - Morgan (1997) - Amin (1998) - Hudson (1999) - Asheim (2001)
Endüstri Kümeleri	- Porter (1990)
Yenilikçi Çevre /Ortam	- Malmberg, (1996) - Maillat (1998) - Batheld, Malmberg, Maskell (2004) - Maskell (2005) - Crevoisier (2004) - Boshma (2005)
Fonksiyonel Bölge	- Karlsson, Johansson (2006) - Karlsson 2007

Maillat (1998)'e göre bu çok sayıda farklı terminolojilerin tamamı üretim süreçleri içerisinde önemli bir değişken olarak faaliyet gösteren mekânı, mekânın birbirleriyle yakınlığa dayalı ilişkiler içerisindeki aktörlere olan etkisini içsel bölgesel gelişme mekanizmasını anlamada birbirlerini desteklemektedir [27].

Bölgesel Üretim Sistemleri/ Yerel Üretim Sistemleri/ Üretim Bölgeleri Modeli:

Maillat (1998)'e göre Yerel Üretim Sistemi aynı coğrafik alanda yer seçen firmaları birbirine bağlayan firmalar arası teknoloji-üretim bağımlılıklarına dayanmaktadır.

Firmalar arasındaki bu bağımlılıkları sadece ticari ve maddi olarak değerlendirmekten ziyade bilgi, haberleşme, deneyim alışverişleri gibi ticari ve maddi olmayan faktörleri de dikkate almaktadır. Yakınlık ve firmalar arası bağımlılıklar dışsallıklar ve kaynak avantajları yaratmaktadır [27].

Yerel üretim sistemi teknik ve ekonomik olarak örgütlenmiş ve mekânsal olarak kümelenmiş bir dizi birbirine bağlı faaliyetleri ifade etmektedir. Bu sistemin aktörleri deneyim edindikleri bilimsel, teknik, endüstriyel ve ekonomik bir olguyu kolektif olarak geliştirir ve dış kaynaklı sınır kısıtlamaları, çözülecek problemleri ve olası çözümleri paylaşırlar. Yerel üretim sistemi bu şekilde çok sayıda yerel aktörün kolektif hareketinden doğan kaynaklar, yetenekler ve dışsallıkları şekillendirmektedir. Dahası sistem, aktörlerin etkileşimlerinin sınırlarını çizdiği dış dünya ile ilişkileri düzenlemektedir. Yani yerel üretim sistemi dışa kapalı bir dünya değildir. Teknoloji ve Piyasa çevreleri durmadan etkileşim içerisindedir. Kısacası yerel üretim sistemi fonksiyonel bir bakış açısından ziyade faaliyetini sürdürmesi için mekâna bağımlı olan "mekâna dayalı" bir mantık ile faaliyet göstermektedir [27].

Öğrenen Bölgeler / Öğrenen Ekonomi Modeli:

(Amin, 1999)'e göre öğrenen bölgeler firmalara kendilerini çevreleyen içsel ağlar, öğrenme, ortak anlayış gibi kurumlar vasıtasıyla haber, bilgi, teknoloji, fikirler eğitim ve beceri gibi kaynaklara sürekli erişimlerine dayanan öğrenme tabanlı rekabet olanakları sunan alanlardır [5].

Storper (1994)'e göre öğrenen ekonomi kavramı 1970 sonrası dönemde benimsenen Yeni Coğrafyanın getirdiği yeniliklerden biridir ve öğrenen bölgeleri ürüne dayalı öğrenme süreçlerinin şekillendirir. Esasen Storper 'in öğrenme olarak tanımladığı bir bölgenin rekabet edebilirliğinin en önemli belirleyicisi olan yüksek ücretli istihdam üretme kapasitesidir. Yani öğrenen bölgeleri ürüne dayalı öğrenme süreçleri şekillendirmektedir ve öğrenme terimi spesifik olarak ürüne dayalı teknolojik öğrenme anlamına gelmektedir. Bu tanım rekabetin temel kaynağı olan teknolojik

değişimlerin üretime adaptasyonuna vurgu yapmaktadır. Temel olarak öğrenme ürün çeşitliliğini arttırabilir ya da ürün ve süreçlerin yeniliklere adaptasyonu için düzenli olarak yapılandırılması şeklinde kendisini gösterebilir [25].

Firmalar, sektörler, bölgeler ve uluslar daha hızlı ya da daha iyi (yüksek kalite ya da aynı kalitede daha ucuz) öğrenebilme yetenekleriyle derin bilgi birikimleri ile rekabet gücü kazanmakta ve geliştirdikleri iletişim kanalları ile sektöre yeni giren firmalar tarafından kolay kolay taklit edilememektedirler. Böylece bu faaliyetlerin fiyat marjları yükselmekte, piyasa payları artmakta ve bu durum ücretlerin yükseltilmesi için baskı yaratmaktadır. Bu bakış açısıyla bu faaliyetler yüksek ücret alanları meydana getirmektedirler [25].

Asheim (2012)'ye göre ise Öğrenen Bölge kavramı, endüstriyel bölge içerisindeki firmaların kendi aralarındaki ve firmalar ile yerel otoriteler arasındaki bölgesel düzeyde rekabet gücü elde etmeye dayalı ilişkileri vurgulamaktadır. Teorik olarak kavram, yenilikçiliğin mekânsal ve sosyal olarak gömülü olduğu, karşılıklı öğrenme süreçlerinin kurumsal ve kültürel bağlamdan bağımsız düşünülemediği toplumları ifade etmek için kullanılmaktadır [29].

Landabaso ve ark. (1999)'a göre bir firmanın yenilikçilik kapasitesi doğrudan içerisinde bulunduğu bölgenin öğrenme yeteneği ile ilişkilidir. Yenilikçilik kapasitesi ve bölgesel öğrenme yeteneği de doğrudan bölgesel üretim sistemi içerisindeki ağların yoğunluğu ve niteliği ile ilişkilidir [30].

Amin (1999)'e göre öğrenen bölgeler terimi Silikon Vadisi, Baden Wuttenberg ve İtalyan Endüstri bölgesi gibi belirli endüstrilerde ihtisaslaşmış yerel iş ağlarının karşılaştırmalı üstünlüklerine yönelik analizlerden türemiştir. Bu bölgeler uzmanlaşma sayesinde firmalar arası güçlü etkileşimler, paylaşılan teknik bilgi, uzmanlık ve güçlü kurumsal destekleme sistemleri sunmaktadırlar [5].

Asheim (2012) de benzer bir şekilde modelin gelişimini 1990'lardan itibaren "Üçüncü İtalya" gibi hızlı ekonomik gelişmelerin görüldüğü bölgeleri tanımlamak amacıyla yapılan çalışmalara dayandırmaktadır [29].

Öğrenen Bölgeler mekansal gelişme modelinin doğuşuna ilişkin üç farklı görüş mevcuttur. Bunlardan ilki kavramın ilk olarak 1990'ların ortalarında iktisatçılarca, firmaların ve bölgelerinin yenilikçiliklerinin ve rekabet gücünün geliştirilmesinde yerel kümeler ve ağlar içerisindeki kolektif öğrenme ve işbirliklerinin rolünü vurgulamak için kullanılmıştır [29].

İkinci yaklaşım; kavramın kökenlerini, yenilikçiliğim mekânsal ve sosyal olarak gömülü olduğu, karşılıklı öğrenme süreçlerinin, bilginin ve öğrenmenin en temel kaynak olarak görüldüğü "öğrenen ekonomilere" ilişkin makalelerden aldığını ortaya koymaktadır [29].

Üçüncü yaklaşım ise öğrenen bölgeleri firma içi ve firmalar arası öğrenme organizasyonlarının nasıl şekilleneceğini belirleyen eylem odaklı organizasyonel araştırmacılar tarafından geliştirilen yerel koalisyonlar olarak kavramsallaştıran yaklaşımdır. Bu öğrenme organizasyonları geniş bir katılıma dayanmakta ve bölgesel düzeyde yerel düzeyde farklı aktörle arasındaki yatay ve dikey işbirlikleri olarak onaylanmaktadır [29].

Asheim, 2012'ye göre bu üç bakış açısına göre öğrenen bölgeler yenilikçiliğin ve değişimin öğrenme süreçlerini başlatan uzun vadeli ortaklığa dayalı gelişme stratejilerinin şekillendirilmesi için bir yöntem olarak görülmektedir. Yani öğrenen bölgeler modeli, öğrenmeye dayalı rekabetin gerçekleştirilebilmesi için karşılıklı öğrenmeye ve işbirliğine dayalı yenilikçi aktivitelerin şekillendirdiği bölgeleri tanımlamak için kullanılmaktadır [29].

Yenilikçi Çevre/Ortam Modeli (Innovative Milieu):

Maskell ve Kebir (2005)'e göre yenilikçi çevre (innovative milieu) yaklaşımı teknoloji, örgütlenme ve özellikle de mekâna onu meydana getiren sınırlara odaklanmaktadır ve pek çok kuramın kapsamından daha geniştir [31].

Maillat (1998)'e göre yenilikçi çevre mekansal gelişme modeli teknik bilgiyi, normları, standartları, değerleri ve ilişkili sermayeyi kapsayan dışa açık mekânsala bir komplekstir. Teknik bilgi teknoloji ve pazarlama ile ilgili, örgütsel ve ilişkisel olabilir. Burada teknik bilgi geniş bir bakış açısı ile tüm üretim süreçlerine hakim olmak anlamına gelmektedir. Piyasadaki gelişmelere cevap verebilmek için teknolojik değişimlere ayak uydurmak ve yeni aktörleri ya da araç gereçleri üretim sürecine dahil etmek hayatidir. Standartlar, normlar ve değerler küme içerisindeki aktörlerin davranışlarını ve birbirleriyle geliştirdikleri ilişkileri belirleyen temel ögelerdir. Bu ilişkiler çalışma ahlakı ve prensipleri, güven ve iletişim ortamı, dayanışma ve karşılıklı yardım olanakları geliştirilmesine katkı sağlarlar ve mekâna özgüdürler [27].

Maskell ve Kebir (2005) Yaratıcı çevre sırayla üç temel yapı taşı ile tanımlamaktadır:

1- Maddi (altyapı, teçhizat, finansman kapasitesi vb.) ve maddi olmayan (teknik bilgi, kurumsal yapı vb.) kaynakların yönetiminde stratejik tercihler yapabilmek için yeterince bağımsız aktörler,
2- Aktörlerin çevrede olup biten değişimlere kolayca adapte olabilmesini sağlayacak bir öğrenme dinamiği,
3- Aktörlerinin yenilik için işbirliği oluşturacağı ve ticari- ticari olmayan ilişkilerle ağlar geliştireceği bir örgütlenme mantığı [31].

Crevoisier (2004) Yenilikçi çevrenin teknolojik değişimler, mekân ve örgütlenme eksenlerinde geliştiğini ortaya koymaktadır. Bu bakış açısıyla yenilikçi çevre ekonomik değişimleri anlayabilmek için bütünleşik bir model ve analitik bir araçtır.

Coğrafyanın ögelerini, teknolojik- ekonomik ve örgütsel yaklaşımları içermesi ile spesifik bir akademik disiplin değil ideal bir tipolojidir [32].

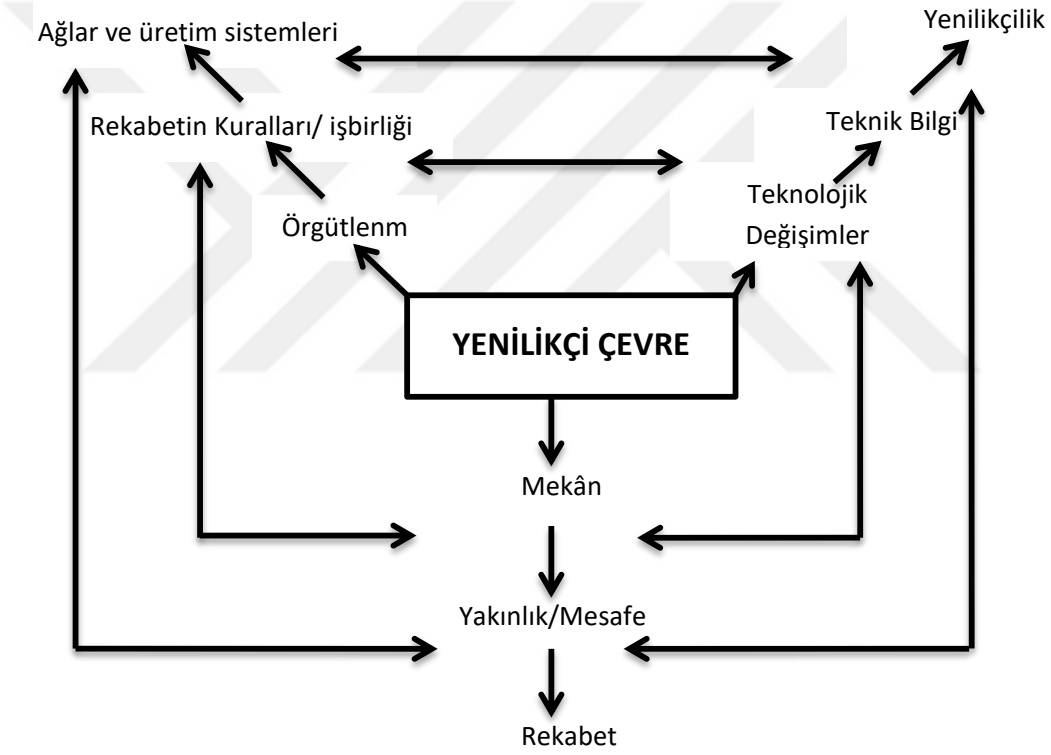
Crevoisier (2004)'e göre teknolojik değişim sürekli değişen ekonomik sistem içerisinde teknolojiyi ve yenilikçiliği vurgulamaktadır. Batı Avrupa ülkelerinde yüksek işçi ücretleri ve maliyetler diğer ülkelerden farklı bir rekabet kültürünün gelişimine sebep olmuştur. Bu ülkelerde rekabet yeni teknolojiler ve ürünlerle sürdürülmektedir. Yenilikçilik de hepsinden öte sektörün diğer sektörlerden farklılaşması, şirketlerin rakiplerinden farklılaşması şeklinde kendini gösteren rekabette farklılaşma sürecidir. Kaynaklarda ve organizasyonda farklılaşmadan piyasanın farklılaşması mümkün olmamaktadır. Yeni ürünlerin ve yeni tekniklerin geliştirilmesi o bölgenin, çevresine oranla teknik bilgi türlerinde ve teknik bilgi birikiminde aşamalı bir değişimi tetiklemektedir. Örgütlenme ise yenilikçi çevre içerisindeki aktörler arasında koordinasyonun sürekliliğini amaçlayan bir mekanizmadır. Tek bir firma özellikle de KOBİ'ler üretim sistemi ve mekânsal sistem içerisine eklemlenmiş elementlerdir. Bu eklemlenmeler firmaların bölge içerisinde yer alan, girdi tedarik eden ya da ürün veya hizmet satın alan firmalarla kurdukları ilişkilerle mümkün olmaktadır. Koordinasyon mekanizması mekânsal ve fonksiyonel bakış açıları sunarak yenilikçi çevrelerin temelini oluştururlar. Yerel ağlar aynı zamanda yenilikçi çevrenin sınırlarını belirlemektedir. Bu bakış açısı ile yerel ağlar yerel koordinasyon sitemini içerisinde hangi aktörlerin yer alıp hangilerinin almayacağını belirlemektedir. Rekabet edebilirlik esasında değişikliklere uyum sağlamada örgütlenme kapasitesinin bir sonucudur [32].

Yenilikçilik mekân üzerinde rutin ve standart bir şekilde gerçekleşmez. Mekânsal paradigma bu değişiklikleri dikkate alır ve mekânı yenilikçilik için gerekli olan bilgi birikimi, rekabet ve sermaye gibi kaynakları ve aktörleri üretebilen bir organizasyon olarak görmektedir. Teknik bilgi belirli bir bölgeye özgüdür ve ekonomik faaliyetlerle, eğitimlerle, araştırmalarla ve bölgede yer alan destekleyici kuruluşlarla yenilenen ve geliştirilen spesifik kaynaklar şeklinde kendini gösterir [32].

Crevoisier (2004) yenilikçi çevreleri şu şekilde tanımlamaktadır:

"Yenilikçilik bir miras değildir. Girişimcilik faaliyetleri, üretim sistemleri ve destekleyici kuruluşlar arasındaki güçlü ilişkiler gibi yerel gelişme kapasitesini belirleyen etkenler yerel kuralları inşa ederler. Bu yerel kurallar yenilikçi çevrenin piyasalardaki ve yapım tekniklerindeki değişimlere cevap verebilme kapasitesini meydana getirirler. Yenilikçi çevre yaklaşımına göre mekân firmaları, kurumları ve yerel nüfusu ekonomik kalkınma süreci içerisinde birbirine bağlayan bir örgütlenme görevi görür. Burada belirleyici etken mesafedir" [32].

Şekil 2.2. Yenilikçi Çevrelerin gelişme biçimleri: mekânsal ekonomi [32]



Maillat (1998)'e göre yenilik bir dizi resmi ve resmi olmayan ilişkilerden doğan kolektif bir süreçtir. Yenilikçilik sürecini meydana getirebilmek ve bu süreçteki kısıtlamalarla mücadele edebilmek için aktörler aralarında yenilikçilik ağları geliştirmek zorundadırlar. Yenilikçilik ağı kolektif olarak tasarıma, gelişmeye, üretime sürecine katılan çok sayıda farklı (kamu laboratuvarları, teknik araştırma merkezleri, şirketler vb.) ve kendi içerisinde örgütlenmiş profesyonel aktörlerden meydana gelen bir sistem olarak tanımlanabilmektedir. Çoğunlukla zaman içerisinde

örgütlenen bu işbirliği yaratıcılığın gelişmesine ve sürecin getireceği risk ve maliyetlerin azaltılmasına olanak tanımaktadır [27].

Yine Maillat (1998)'e göre ilişkisel sermaye yenilikçi çevre içeresindeki her bir aktör tarafından üretilen bilgi ile şekillenir. Bu bilgi bir arada çalışma alışkanlıkları meydana getiri ve resmi- gayri resmi, ticari- ticari olmayan ilişkilerle desteklenir. İlişkisel sermayenin yoğunluğu aktörlerin birbirine güvenmesine olanak tanır ve fırsatçı yaklaşımların önüne geçebilme kapasitesine sahip bir güvenlik ağı gibi çalışır. Dış dünyaya açık olmak ise piyasa ve teknolojideki değişimlere hakim olunmasını sağlar. Bu güven ortamı firmaların; teknolojik sorunları tartışmak, birbirlerinden bir şeyler öğrenmek ve böylelikle kolektif çözümler aramak için alışılmış rekabet bariyerlerini aşmalarını sağlar [27].

Maskell ve Kebir (2005) de benzer olarak yenilikçi çevre yaklaşımının temel konusunun belirli bir coğrafi alanda kendiliğinden gelişen ve yerel kolektif öğrenme sürecini meydana getiren ilişkiler olduğunu ortaya koymaktadır. Sonuç olarak böyle bir çevre teknik bilgi ve formasyon ile yenilikçilik ağlarının gelişimini tetiklemektedir. Aynı zamanda karşılıklı aşinalık, işbirliği, bilgi alışverişleri ile bilginin yayılması ve güven ilişkilerinin gelişmesine olanak tanımaktadır. Aktörleri benzer bir iş ahlakına sahip olduğundan bu tür çevreler izinsiz kullanım, el koyma gibi riskler olmaksızın teknik bilginin kolayca yayılması için karşılıklı açıklık sunmaktadır [31].

Maillat (1998)'e göre yenilikçi çevrenin varlığı içsel bölgesel gelişmenin ön şartıdır. Yenilikçi çevre önemli bir değişken olarak aktörlerin mekânla ilişkilerini belirler ve aktörlerin birbirleriyle olan yakınlığa dayalı ilişkilerindeki davranışlarını belirlemektedir [27].

Maillat (1998) yenilikçi çevreleri şu şekilde özetlemektedir:

"Yenilikçi çevrenin en önemli özelliği yerel üretim sistemlerinin gereksinimlerinin belirlediği teknik bilginin gelişimini tetikleme yeteneği ve onu nadir bulunan ve maddi olmayan bir kaynağa dönüştürmesidir" [27].

Fonksiyonel Bölgeler:

Karlsson (2007) düşük bölge içi işlem ve ulaşım maliyetlerine sahip olan ve yerel işgücü piyasalarına kolayca erişebilen bu rekabet düzeyi yüksek alanları fonksiyonel bölgeler olarak adlandırmış ve Fonksiyonel bölgeleri aktivitelerin yığılma düzeyi ve etkileşim sınırları içerisinde bölge içi ulaşım altyapısı, insan hareketliliğine olanak tanıması, ürünleri ve girdileri ile tanımlanmıştır [20].

Bölgesel ekonomide girdi ve çıktı etkileşimleri ile bağlantılı olarak iletişim ve karşılıklı etkileşim düzeyinin artması ile ürün çeşitliliğinin arttığı genel olarak kabul gören bir olgudur. Aynı tedarikçiler ve müşteriler aynı dağıtımı tekrarladıkça bu iki aktör arasındaki etkileşim rutine bağlanacaktır ve böylece karşılıklı ilişki düzeyi derinleşecektir bu durum da işlem maliyetlerinin azalmasını sağlayacaktır. Buna karşın pek çok ürün araştırma, müzakere, anlaşma, hukuki danışma ve anlaşmanın belgelenmesi gibi karmaşık etkileşim süreçleriyle pazarlanmaktadır. Bu tür pazarlama süreçlerine etkileşimler açısından bakıldığında çıkan sonuç süreçlerin standardize olmadığı ve rutine bağlanmadığıdır. " Bu rutine bağlanmayan süreç, karşılıklı güven ortamının ve ortak bir iş kültürünün olmaması tedarikçiler ve müşteriler arasındaki etkileşimleri karmaşıklaştırarak prosedür, zaman, efor ve maliyet artışlarıyla sonuçlanmaktadır. Oysa rutine bağlanmış alışveriş ilişkileri ortak bir iş kültürü ve etiğinin, karşılıklı güvenin ve formalitelerden arındırılmış bir prosedürün getirdiği avantajlarla süreci kısaltarak, harcanılan eforu ve maliyetleri azaltmaktadır (Karlsson, 2007).

Endüstri Kümeleri:

Küreselleşme, teknolojik gelişmeler, haberleşme teknolojilerinin getirdiği yeni olanaklar tüm ekonomik sistemleri doğrudan etkilemekte, bölgesel gelişme politikalarını yeniden şekillendirmektedir. Ekonomik sistemleri bir bütün olarak ele alan merkezi ve sıkı kalkınma politikalarının başarısızlığı yerel sistemleri ve yerelin kendine özgü yönlerini ön plana çıkarmış yerini çok aktörlü, yenilikçi, rekabetçi ve esnek uygulamalara bırakmıştır. Bu doğrultuda özellikle 2000'li yılların başından itibaren kümelenme oldukça etkili ve ister gelişmiş ister gelişmemiş olsun tüm ekonomik sistemlerde yaygınca kullanılan bir politika aracı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kümelenme üzerine en yaygın tanım Porter'ın kümelenme tanımdır. Porter (2000a)'e göre:

"Kümelenme belirli bir sektörde faaliyet gösteren, birbirlerine ortaklıklar ve tamamlayıcılıklar ile bağlı bir grup şirketin ve ortak kurumların coğrafi yakınlığıdır" [14].

Maskell ve Kebir (2005)'e göre ise:

"Kümeler benzer veya birbirini tamamlayıcı firmaların rastgele olmayan coğrafi yığılmalarıdır" [31].

Malmberg ve ark. (1996) ise kümeleri şu şekilde tanımlamaktadır:

"İlişkili sektörlerde faaliyet gösteren çok sayıda firma ve çalışanın bir arada bulunduğu sınırlı coğrafik alanlardır" [15].

Cruz ve Teixeira (2007)'ye göre kümelenme kavramının doğuşu doğal olarak kümelenme literatürünün gelişimi ile şekillenmiştir. Literatürde çok sayıda farklı bakış açılarının olması çok sayıda farklı tanımlama ve kavramın doğmasına yol açmıştır. Özetlemek gerekirse kümelenme kavramının üç temel boyutu vardır.

Bunlardan ilki küme içi iş bölümü ve uzmanlaşma vasıtasıyla yığılma ekonomilerini meydana getiren "coğrafi yakınlıktır". Diğer bir boyutu ise küme içi ağ bağlantıları içeren ve böylece ortak teknolojinin paylaşılması, işgücü altyapısı gibi farklı yakınlık biçimleri meydana getiren ve kolektif öğrenme ve bilginin yayılmasına öncülük eden sosyal ağlardır. Üçüncü boyu ise yeni girişimlerin doğmasına böylece kümenin evrimine olanak tanıyan kurumsallaşma ortak inanç ve değerlerin meydana getirdiği ortak kültür ve güven, resmi olmayan bağlar ve işbirliğinin meydana getirdiği iş ortamıdır. Bu yaklaşımlar kümelenme dinamiklerini bölgesel yenilikçilik sistemleri gibi geniş ağlara veya kurumsallaşma ya da kültür gibi bölgenin teknolojik motiflerine ve tarihsel yörüngelerine dayanarak açıklamaya çalışmaktadır [33].

Porter (2000b)'a göre kümeler tüm canlı ekonomilerin özellikle de gelişmiş ekonomilerin temel bir özelliğidir. Yığılma olgusu ekonomik literatürün önemli bir parçası haline geldiğinden beri kümelerin şekillenmesi ve işlevleri rekabetin küreselleştiği daha karmaşık, bilgi temelli ve dinamik bir karakter kazanmış gibi görünmektedir [34].

Kümelerin içerdikleri ağlar ve aracısız iletişim sunma olanaklarına odaklanan Batheld ve ark.(2004)'e göre benzer ve ilişkili ekonomik aktivitelerin coğrafik yığılmaları veya mekânsal kümelenmelerini diğerlerinden ayıran temel özellikler onların içerisinde yer alan firmalar arasında bilginin tutarlı, eklentisiz ve yaygın bir halde iletiminin sağlamasıdır. Paylaşılan bilgi tabanı küme firmalara yeni bilgiler ve yenilikler üretmek için gerekli kaynakların sürekli kombinasyonu ve yeniden kombinasyonu olanağını sağlar. Bu küme içerisinde ekonomik olarak uzmanlaşmayı teşvik eder ve firmanın kümelenmesini sağlayan yerel yeteneklerin gelişmesi ile sonlanır [35].

Porter (2000b)'e göre tek bir endüstriden ziyade kümeler bir dizi ilişkili endüstrileri ve rekabet için gerekli olan girdileri muhteva eder. Kümler yedek parça, teçhizat ve hizmetler gibi uzmanlaşmış girdileri tedarik etmelerinin yanında ayrıca uzmanlaşmış altyapı da sağlarlar. Pek çok küme kamu kurumu ve üniversite, girişimci destekleme/ danışmanlık merkezleri (beyin takımı vb.), teknokentler, mesleki eğitim kurumları,

kalite kontrol kurumları ve ticari birlikler gibi uzmanlaşmış eğitim, çalışma, haberleşme, araştırma, bilgi ve teknik destek olanaklarını içerisinde barındırır. Pek çok küme ticari birlikler ve birlik üyelerinin yer aldığı diğer kolektif yapıları içerir [34].

Amin 1999'e göre ise bölgenin refahını ortaya çıkarmak için dört temel eylem alanı mevcuttur. Bunlar kümeler ve yerel ekonomik işbirlikleri kurulması, öğrenmeyi öğrenmek ve uyarlamak, yerel kurumsal yapının geliştirilmesi ve harekete geçirilmesi ile girişimciliğin ve istihdamın sosyal sermayeyi öne alan yapısıdır [5].

Porter (2000b)'e kümeler daha küçük endüstrilerden, restoran, galericilik, antika satıcılığı gibi yerel endüstrilere her tür sektör dahilinde doğabilirler. Gelişmiş ekonomilerde, geri kalmış ekonomilerde, kırsal alanda, kentsel alanda ve her türlü coğrafik düzeyde (ülke, il, metropoliten bölge, kent…) mevcutturlar. Bununla birlikte gelişmiş ülkelerdeki kümeler diğerlerine göre daha fazla gelişme eğilimindedirler [34].

3. KÜMELENME KAVRAMI, KAVRAMIN GELİŞİMİ VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Küreselleşme, teknolojik gelişmeler, haberleşme teknolojilerinin getirdiği yeni olanaklar tüm ekonomik sistemleri doğrudan etkilemekte, bölgesel gelişme politikalarını yeniden şekillendirmektedir. Ekonomik sistemleri bir bütün olarak ele alan merkezi ve sıkı kalkınma politikalarının başarısızlığı yerel sistemleri ve yerelin kendine özgü yönlerini ön plana çıkarmış yerini çok aktörlü, yenilikçi, rekabetçi ve esnek uygulamalara bırakmıştır. Bu doğrultuda 90'lardan itibaren kümelenme ister gelişmiş ister gelişmemiş olsun tüm ekonomik sistemlerde yaygın olarak kullanılan bir politika aracı olarak karşımıza çıkmaktadır.

İlk defa Marshall'ın dile getirdiği yığılmalar yüzyıldan fazla bir süredir ilişkili yazını meşgul etse de hiç bir yığılma kavramı kümelenme kadar popülarite kazanmamıştır. Günümüzde neredeyse tüm sistemlerin politika gündeminin temel aracı olan kümeler bugün Avrupa Birliği ve Kalkınma Bankası gibi küresel ve bölgesel ekonomik organizasyonların resmi politika alanlarını belirlemektedir. Bununla birlikte pek çok ulusal kalkınma politikasında bölgelerarası gelişmişlik farklarını gidermede etkin bir araç olarak sıklıkla kullanılmaktadır.

3.1. Kümelenme Olgusunun Kökenleri ve İlişkili Literatürün Gelişimi

Pek çok akademisyene göre kümelenme kavramı çok sayıda disiplinin kesişim alanındadır ve ilişkili literatür bu kesişim alanındaki farklı disiplinlerin etkisinde gelişmiştir. Mevcut çalışmaları incelediğimizde genel kanının belirli bir sektördeki yoğunlaşmaların yenilikçiliği ve rekabeti tetikleyeceği ve ekonomik büyümeyi hızlandıracağı yönünde olduğudur.

Kümelenmenin pek çok farklı tanımı olsa da en yaygın tanım Porter'ın kümelenme tanımdır.

Porter (2000a)'e göre:

"Kümelenme belirli bir sektörde faaliyet gösteren, birbirlerine ortaklıklar ve tamamlayıcılıklar ile bağlı bir grup şirketin ve ortak kurumların coğrafi yakınlığıdır" [14].

Maskell ve Kebir (2005)'e göre ise:

"Kümeler benzer veya birbirini tamamlayıcı firmaların rastgele olmayan coğrafi yığılmalarıdır" [31].

Malmberg ve ark. (1996) ise kümeleri:

"ilişkili sektörlerde faaliyet gösteren çok sayıda firma ve çalışanın bir arada bulunduğu sınırlı coğrafik alan" olarak tanımlamaktadır [15].

Ekonomik faaliyetlerin belirli bir alanda yoğunlaşmasına ve bu yığılmaya bağlı olanaklara duyulan ilgi 19. yy.'ın başlarına uzanmaktadır. Ekonomik aktivitelerin belirli bölgelerde yoğunlaşması ve bu yoğunlaşmanın nedenleri ilk defa Ricardo, Von Thünen, Launhardt ve Weber tarafından açıklanmaya çalışılsa da bu yoğunlaşmaların meydana getirdiği dışsallıklar ilk defa Marshall (1890) tarafından keşfedilmiştir. Solingen, Sheffield ve Staffordshire bölgelerinde yaptığı gözlemlerin sonucunda Marshall yalnızca yığılmalara bağlı ölçek ekonomileri ve artan gelirlere odaklanmamış bir asırdan daha uzun bir süre önce politika gündeminde yeni yeni yerini alan pek çok konuyu dile getirmiştir. İlgi çekici olan Marshall'ın "Principles of Economics" adlı kitabında yığılmanın bir sonucu olarak zaman içerisinde gelişen bilgi birikimi, nitelikli işgücü havuzu, ortak davranış kalıpları ve karşılıklı güvenin meyana getirdiği ortak kültür ve yeni bilginin kaynağı olan firmalar arası ağları dile getirmiş olmasıdır.

Gelişigüzel yığılmalar olmayan kümeler asıl popülaritesini 1970'lerin ikinci yarısında Petrol Krizi ve beraberinde getirdiği bunalımın sonucunda çıkış arayışlarının sonucunda özellikle Üçüncü İtalya olarak adlandırılan Kuzey İtalya ve Kuzey Kaliforniya Silikon Vadisi gibi Bölgelerde yapılan analizlerin sonucunda

kazanmıştır. Bu dönemde literatür önemli ölçüde dönüşüm geçirmiş 1990'larda "Yeni Ekonomik Coğrafya"nın doğuşu ile iktisatçılar ekonomik faaliyetlerin yer seçimine ve coğrafyaya yoğun ilgi göstermişlerdir. 2000'li yıllar ile birlikte kümelenme literatürü bölgelerin gelişimi ile birlikte sistemlere ve kurumlara odaklanmaktadır.

3.1.1. Kümelenme literatürünün gelişimi

Kümelenme kavramı farklı disiplinlerin etkisinde gelişmiştir. Mevcut çalışmaları incelediğimizde genel kanının belirli bir sektördeki yoğunlaşmaların yenilikçiliği ve rekabeti tetikleyeceği ve ekonomik büyümeyi hızlandıracağı yönünde olduğudur. Bununla birlikte süreci incelediğimizde kümelenmeye ilişkin analizlerin ve çalışmaların başlangıç noktası " ulusların ekonomik rekabetini anlamak için bölgesel avantajları ortaya koyma çabasıdır [14].

Cruz ve Teixeira (2007)'ye göre kümelenme kavramının doğuşu doğal olarak kümelenme literatürünün gelişimi ile şekillenmiştir. Literatürde çok sayıda farklı bakış açılarının olması çok sayıda farklı tanımlama ve kavramların doğmasına yol açmıştır. Özetlemek gerekirse kümelenme yaklaşımının üç temel boyutu vardır. Bunlardan ilki küme içi iş bölümü ve uzmanlaşma vasıtasıyla yığılma ekonomilerini meydana getiren "coğrafi yakınlıktır". Diğer bir boyutu ise küme içi ağ bağlantıları içeren ve böylece ortak teknolojinin paylaşılması, işgücü altyapısı gibi farklı yakınlık biçimleri meydana getiren ve kolektif öğrenme ve bilginin yayılmasına öncülük eden sosyal ağlardır. Üçüncü boyu ise yeni girişimlerin doğmasına böylece kümenin evrimine olanak tanıyan kurumsallaşma ortak inanç ve değerlerin meydana getirdiği ortak kültür ve güven, resmi olmayan bağlar ve işbirliğinin yarattığı iş ortamıdır. Bu yaklaşımlar kümelenme dinamiklerini bölgesel yenilikçilik sistemleri gibi geniş ağlara veya kurumsallaşma ya da kültür gibi bölgenin teknolojik motiflerine ve tarihsel yörüngelerine dayanarak açıklamaya çalışmaktadır [33].

Esasen kümelenme yaklaşımının ekonomik çevredeki varlığı oldukça eskidir. Yüzyıllar öncesinde bile belirli bir sektörde faaliyet gösteren firma ya da benzer

ticari faaliyetler aynı mekânda yoğunlaşma eğilimi göstermişlerdir. Ancak İktisadi literatürde bu yoğunlaşma eğilimden ilk defa Marshall bahsetmiştir. Marshall "endüstriyel atmosfer" olarak tanımladığı kümelenmeye ilişkin olarak 1890 yılında yazdığı "Principles of Economics" adlı kitabında şunları söylemiştir:

" Ölçeğe bağlı olarak artan gelirler açısından ekonomi iki sınıfa ayrılabilir. İlk sınıf endüstrinin genel gelişimine dayalıdır, ikinci sınıf ise belirli bir sektörde faaliyet gösteren üretim birimlerinin kaynaklarına, organizasyonlarına ve yönetim etkinliklerine dayalıdır. İlki dışsal ekonomiler olarak adlandırılırken, ikincisi içsel ekonomiler olarak adlandırılmaktadır. … Dışsal ekonomiler genellikle endüstrinin lokalizasyonu olarak adlandırılan benzer karakterdeki firmaların aynı mekânda yoğunlaşması ile oluşan çok önemli ekonomilerdir."

"… Bir endüstrinin belirli bir alanda yoğunlaşması çoğunlukla yerelleşme ekonomileri olarak adlandırılmaktadır." [22].

" Haberleşme alanındaki tüm gelişmeler, fikirlerin mekânlar arasında serbest dolaşımına yönelik tüm olanaklar bir endüstrinin lokalizasyonunu belirleyen etkenleri değiştirmektedir. Genel olarak söylemek gerekirse tarifelerdeki ve ticari malların nakliyesindeki indirimler benzer endüstrilerin belirli mekânlarda yoğunlaşmasını tetikler. Diğer bir yandan ise yetenekli zanaatkârlar ürünlerini satın alacak müşterilerin yakınında yer seçme eğilimindedirler…" [22].

"…. Ticaretin gizemi çözülür; bu havada olan bir şeydir ve çocuklar pek çoğunu bilinçsizce öğrenirler. Başarılı çalışmalar haklı olarak takdir görü, makine teknolojilerinde ilerlemeler ve yeni icatlar hızla yayılırlar: bir kişi yeni bir fikir geliştirirse bu fikir kolayca yayılır, başkaları tarafından edinilir ve kişilerin kendi fikirleri ile birleştirilir ve böylece yeni bilgilerin kaynağı olur. Birbirleri ile ilişkili sektörler aynı çevrede gelişir, mekâna uygulama ve araç tedarik eder, mekândaki alışverişleri düzenler ve pek çok açıdan araçları ile ekonomiye katkıda bulunur" [22].

Sheffield ve Solingen' deki çatal endüstrisinde ve Staffordshire çömlek endüstrisinde yaptığı gözlemler sonucunda, ticari faaliyetlerin yoğunlaşmasını çoğunlukla kaynağa odaklanarak açıklayan Marshall "havada olan bir şey" olarak ifade ettiği yığılma olanaklarını "artan gelirlere" odaklanan çağdaşlarının aksine bilgi birikimi, ortak davranış biçimleri gibi ortak kültür ve yeni fikirlerin kaynağı olan firmalar arası ağlar ile açıklayarak kendinden sonra gelen pek çok çalışmaya ilham vermiş, yığılmalara farklı bir bakış açısı getirmiştir.

Krugman (2009) da 19. ve 20. Yüzyılın endüstriyel ekonomilerinin coğrafyalarına bakıldığında pek çok ekonomistin Alfred Marshall'ın "ihtisaslaşmış endüstrilerin belirli bir mekânda yoğunlaşması" tanımından ilham aldığını savunmaktadır [24].

Bununla birlikte Krugman (2009), Sheffield ve Solingen' deki çatal endüstrisi ve Staffordshire çömlek endüstrisi dışında 1900'lerde Atlantik Bölgesinin de böyle pek çok endüstriyel yoğunlaşmaya ev sahipliği yaptığını iddia etmektedir. Buna, New York'ta çıkarılabilir yaka ve manşet üretimi, iç giyim ve takı üretimi ile ilişkili firmaların yoğunlaşmasını, New Jersey'de ipek üretimi ile ilgili firmaların yoğunlaşmasını örnek vermektedir [24].

Maskell ve Kebir (2005)'e göre 1890 yılında Marshall'ın kümelenmeye ilişkin ilk bulguları yayınlanmaya başladığından beri bu ilk bulgular pek çok yeni bulguyu şekillendiren köşe taşları olmuşlardır. Marshall'ın endüstriyel bölgeleri kitabında çok küçük bir bölüm işgal etse de onun kümelenme olgusuna yönelik özel ilgisini ekonomik faaliyetlerin mekânda dengesiz dağılımı ve benzer firmaların belirli bir mekânda bir arada yer alma eğilimleriyle ilişkilendirmektedir [31].

Maskell ve Kebir (2005) Kümelenmeye ilişkin pek çok çalışma Marshall'ın Bir arada bulunan firmaların kendi çevrelerindeki ticari ortaklarıyla iletişim kurabilme kolaylığı veya ortak bir idrak inşa edebilme yeteneği anlamına gelen "Endüstriyel Atmosfer" fikrinden doğmuştur [31].

Cruz ve Teixeira (2007)'ye göre ise ekonomik faaliyetlerin dağılımına ve yığılma ekonomilerine duyulan ilgi 19. yy.'ın başlarına uzanmaktadır. Mekânsal ekonomilere yönelik ilk çalışmalar Ricardo (1817), Von Thünen (1826), Launhardt (1882) ve Weber' in (1902) öncü çalışmalarına dayanmaktadır. Uzmanlaşmış endüstriyel bölgeler konusu daha önce benzer çalışmalar yapılmış olsa da ekonomik faaliyetlerin belirli bir coğrafi alanda kümelenmesinin dışsallıkların önemli bir kaynağı olduğunu keşfeden Marshall'ın (1890) ufuk açıcı çalışmasıyla önem kazanmıştır. 1950 ve 60'ların neoklasik literatürü klasik mekânsal ekonomi modelinin ve yer seçimi teorilerinin gelişiminde önemli rol oynamıştır buna karşın hiçbir neoklasik çerçeve

ekonomik faaliyetlerin neden ve nasıl belli bir coğrafi alanda yığılma eğilimi gösterdiği konusunda kapsamlı ve dinamik bir açıklama sunamamıştır [33].

Karlsson (2007) de Cruz ve Teixeira (2007) ile paralel bir şekilde kümelenmeyi, 19. yy.'a kadar uzanan ve Von Thünen, Marshall, Weber, Ohlin, Hoover, Cristaller, Palander, Lösch, Isard ve Beckmann gibi önemli isimlerle birlikte anılan bir araştırma geleneği olarak tanımlamaktadır [20].

Karlsson (2007)'ye göre 1990'ların başına kadar ana akım iktisatçılar mekânsal hususları yok saymışlardır [20].

Porter (2008)'e göre yığılma ekonomilerine ilişkin çalışmalar genelde girdi maliyetlerinin minimizasyonuna ve mekânsal yakınlığa odaklanmış, arz ve talebin kümelenmeyi şekillendiren en önemli element olduğuna vurgu yapmıştır. Bu çalışmalar firmaların diğerleriyle bağlantı içerisinde inşa edilmesi gerektiğine vurgu yaparken devletin güçlü bağlar kurarak bu alanları desteklemesi gerektiğini savunmuşlardır [12].

Martin ve Sunley (2011)'e göre kümelenme üzerine geçmişte yapılan çalışmalar çoğunlukla anlık ilgiler sonucu gelişmişlerdir. Kümelenmeler veya endüstriyel bölgelerin ve yığılmaların diğer türlerini içeren literatür gelişmenin aşamaları veya en azından farklı tarihsel dönemler ile paralel olarak doğmuş ve gelişme göstermiştir [36].

Cruz ve Teixeira (2007)'ye göre kümelenme literatürüne ilişkin ilk çalışmalar 19. yy.'ın başlarında klasik yer seçimi teorileri kapsamında gerçekleştirilmiş; ancak kümelenme olgusu asıl popülaritesini 1970'lerden sonra kazanmıştır. Son yıllarda kümelenme ve endüstriyel yer seçimine ilişkin çalışmalar dört dönemde incelenebilir. Bunlardan ilki 20. yüzyılın ortalarına tekabül eden (1950-60'lar), yer seçimine ilişkin neoklasik modeller ve kuramlardan etkilenen dönemdir. İkinci dönem ise "İtalyan Endüstri Bölgesi" örneği ile literatürün önemli ölçüde dönüşüm geçirdiği 1970-1980 yılları arasıdır. "Yeni ekonomik coğrafya" yaklaşımının

doğduğu üçüncü periyod ise iktisatçıların ekonomik faaliyetlerin yer seçimine ve coğrafyaya büyük ilgi gösterdiği, kümeler ile endüstri bölgelerini hedef alan çalışmaların sayısında olağanüstü bir artış gözlenen 1990'lardır. 2000'li yıllara baktığımızda ise çalışmaların bölgelerin gelişmesi ve zaman içerisindeki değişimlerine odaklandığı ve bu gelişme ve değişim süreçlerinin açıklanması için yeni kurumsal ve evrimsel yaklaşımlar ortaya koyulduğu görülmektedir [33].

3.2. Kümelerin Oluşumları

Kümelerin oluşumlarına ilişkin olarak Literatürde üç yaklaşım öne çıkmaktadır. İlişkili yazının gelişiminde belirli dönemlere damgasını vuran yaklaşımlar sırasıyla; Kaynağa odaklanan Neoklasik Kuramlar, Sosyal Ağlar ve son olarak da Kurumlar ve Sistemlerdir.

Kaynak temelli yaklaşımlar temel olarak 19.yy.ın sonları ile 20.yy.ın başlarında yaygın olarak savunulurken 1970-1980 yılları arasında petrol krizinin ve beraberinde getirdiği bunalımın etkisi ile Üçüncü İtalya olarak adlandırılan İtalyan Endüstri Bölgeleri, Paris'in Kuzey Bölgesinin Bilimsel Şehri ve Amerika Silikon Vadisi kompleksi gibi başarılı endüstriyel bölgelerde yapılan analizlerin sonucu olarak sosyal ağlara odaklanan yaklaşımlar gelişmiştir. Bu dönemde özellikle kümelenmenin sağladığı rekabet etkileşimleri üzerinde durulmuş; yenilikçiliğin ve başarının bir sistem dahilinde ve sitem içerisindeki kurumların etkileşimleri vasıtasıyla gerçekleştiği genel bir kanı olarak kabul görmüş bunun sonucu olarak kurumlara ve sistemlere odaklanan yaklaşımlar ilgili yazına hakim olmuştur.

3.2.1. Kaynağa odaklanan neoklasik kuramlar

Kaynak temelli yaklaşımlar temel olarak 19.yy.'ın sonları ile 20.yy.'ın başı arasında fiziksel kaynaklara ve üretim faktörlerine vurgu yapan yer seçiminin klasik kuramları ve neoklasik modellerinin gelişimiyle bağlantılıdır. Neoklasik modellerde mekânsal sınırlar tamamen teoriktir ve endüstriyel bölgelerin analizi ölçekten kaynaklanan gelirlere ve rekabetçi piyasalara ilişkin varsayımların basitleştirilmesine ve statik

olarak modellenmesine dayanır. Neoklasik yer seçimi modellerinde oldukça isabetli varsayımlar olsa da literatür her zaman tüm endüstrileri ve sektörleri genelleştirerek her türden endüstri bölgesinin analizi için bir çerçeve geliştirmeyi amaçlamıştır [33]. Karlsson (2007)'ye göre faaliyetlerin yer seçimi ve kümelenmesine ilişkin geleneksel çalışmalar çoğunlukla fonksiyonel bölge içerisinde kaynakların bolluğuna vurgu yapmaktadır. Bu yaklaşım yer seçimi ve kümelenmenin ticaretin gibi kaynak temelli olduğu teorisidir. Teoriye göre yer seçimi açısından bir yanda üretim için gerekli kaynakların varlığı diğer yanda olanaklar ve ağlar, Ar-Ge organizasyonları, üretim kapasitesi ve teknikleri, farklı işgücü kategorileri vb. gerekli altyapının sunulması temel faktörlerdir [20].

Marshall (1890) endüstrilerin belirli bir mekânda yoğunlaşmasını çoğunlukla mekâna özgü kaynaklara bağlamaktadır. Bu kaynaklar hammadde, yakıt gibi somut girdiler olabileceği gibi ulaşım ve haberleşme olanakları ve kolaylıkları, teknolojik gelişim düzeyi gibi soyut kaynaklar da olabilmektedir.

Marshall (1890) bu durumu şu sözler ile açıklamaktadır:

" Pek çok etken endüstrileri belirli bir mekânda yoğunlaşmaya iter. Bununla birlikte temel sebepler iklim, toprak verimliliği, maden ve taş ocaklarının varlığı ya da araziye ve içme suyuna erişim olanakları gibi fiziksel koşullardır. Metal sanayileri ya kaynağa yakın ya da yakıtın ucuz olduğu yerleri seçerler. İngiltere'de demir sanayileri öncelikle kömürün bol olduğu bölgeleri ardın da maden ocaklarının yoğun olduğu bölgeleri seçmişlerdir. Örneğin Staffordshire tüm materyalleri çok uzun mesafelerden getirilen çömlekleriyle ünlüdür. Bununla birlikte bölgede bolca kömür yatağı ve çömlekler pişirilirken içerisine konulan sandık yapımında kullanılan çok kaliteli kil yatağı bulunmaktadır" [22].

Marshall (1890) gibi Coe ve ark., (2007) da bu duruma Endüstri Devriminin kömür, su ve diğer ham maddeleri barındıran Kuzey İngiltere'de başlamış olmasını ve Kanada, İsveç ve Amerika gibi tarımsal, mineral ve orman kaynaklarının yoğun bulunduğu ülkelerin gelişmiş bir sanayileşme düzeyine sahip olmasını örnek göstermektedir [4].

3.2.2. Ekonomik coğrafyada sosyal değişim: sosyal ağlara odaklanma

1970-1980 yılları kümelenme literatüründe bir dönüm noktasıdır. Savaş sonrası yeniden yapılanmanın ve Kitle üretim sistemlerinin içerisinde bulunduğu krizin etkisiyle 1950 ve 60'larda ulus içinde mekânsal gelişmişlik farkları iyiden iyiye belirgin hale gelmiştir. Bu mekânsal dengesizlikler özellikle hammadde odaklı ve içerisinde geleneksel üretim yapan sektörleri barındıran köklü sanayi bölgelerinde gözlenmiştir ve hem akademik çevrelerde hem de karar alıcılarda bölgesel gelişme açısından büyük bir kaygı yaratmıştır. Değişen dış konjonktür ve (hızlı değişim ve artan rekabet bağlamında) küreselleşme sonucu süreci esnek üretim sistemleri yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu esnek üretim süreçleri Marshall'ın "endüstriyel bölgelere" ilişkin prensiplerinin yenilikçi ve tazelenmiş bir versiyonu olarak adlandırılmaktadır. Üçüncü İtalya olarak adlandırılan İtalyan Endüstri Bölgeleri, Paris'in Kuzey Bölgesinin Bilimsel Şehri ve Amerika Silikon Vadisi kompleksi endüstriyel dinamiklerin başarılı örnekleridir. Bu başarılı örnekler içerisinde 1970-1980 yılları arasında üç okul ve bu okullarda gelişen üç yaklaşım yaklaşım ortaya çıkmıştır. Bunlar "Endüstriyel bölgeler" mekansal gelişme modeli ile İtalyan Okulu, "yenilikçi çevre" modeli ile GREMI (Groupe de Recherches sur I' Energetiquesdes MillieuxIonises, Orleans Üniversitesi, Fransa) Okulu ve "Yeni endüstriyel Bölgeler" modeli ile Chicago Okulu. Tüm bu modeller neoklasik yaklaşımların aksine kümelenmenin sosyal ağlar ve firmaların doğası başta olmak üzere sosyolojik ve coğrafik boyutlarına odaklanmışlardır. Bu doğrultuda yapılan çalışmalar etkileşimlerin ve sosyal süreçlerin yer aldığı asıl olgu olarak coğrafyaya vurgu yapmıştır [33].

Ekonomik coğrafyadaki sosyal değişimleri "sosyal sermaye yaklaşımı" olarak adlandıran Eisebith (2004)'e göre yaklaşım başarılı bir bölgesel gelişme için firmalar arasındaki mekâna özgü ilişkilerin fonksiyonlarını ve beraberinde getirdiği olanakları ortaya koymaktadır [37].

Yine Eisebith (2004) sosyal sermayeyi tek bir bireyin ya da bir grup bireyin kurumsallaşmış ilişkilerin meydana getirdiği bir ilişkiyi devam ettirebilme meziyeti

olarak tanımlamakta ve sosyal sermayenin kişiler arasındaki sosyal ilişkilerden doğan bir zenginlik ve göreceli olarak kurumsallaşmış ilişkiler ağına katılmaktan doğan bir kaynak olduğunu savunmaktadır [37].

Ettlinger (2003) de özellikle 1980'lerde sosyal disiplinlerin[1] ve sosyologların[2] ilgilerinin bu tür yığılmalara yönelmesini içerdikleri bu sosyal ağlara bağlamaktadır [38].

Cruz ve Teixeira (2007)'ye göre 1970-1980 arası dönem kümelerin ve endüstriyel komplekslerin tanımlanması ve bölgesel ticaret deseninin araştırılması için analitik tekniklerin ve nicel metotların çalışılması ve geliştirilmesi bakımından çok zengin bir dönemdir [33].

Pek çok akademisyene göre iktisadi çevre içerisinde farklı modeller benimsenmiş olsa da bu dönem genel alışkanlıkların ve normların, yerel teknik bilgi birikimi, karşılıklı güvenin ve bilgi akışlarının yani aktörler arasındaki "sosyal süreçlerin" kümelerin başarısına etkisinin keşfedildiği ve coğrafyanın tüm bu tartışmaların merkezine oturtulduğu dönemdir.

3.2.3. Kurumlar ve sistemlere odaklanma

Kümelenme literatüründe asıl patlama 1990-2000 yılları arasında yaşanmıştır. Bu dönemde bölgelere yönelik sadece kurumları değil aynı zamanda yer seçiminin belirleyici faktörü yerel kültürü de ele alan aynı zamanda bölgenin gelişiminde geleneksel motiflerin ve teknolojik yörüngelerin de kilit rol oynadığı yeni yaklaşımlar geliştirilmiştir [33].

---

[1] Makalenin orjinalinde sosyal disiplinler yerine "cultural studies" tanımlaması kullanılmıştır. Cultural Studies kişilerin günlük yaşamını meydana getiren kültürel etkenleri araştıran özellikle 1964'den sonra yaygın olarak kabul gelen sosyal bir disiplindir. Çalışmaya genel anlamı ile sosyal disiplinle olarak aktarılmıştır.

[2] Makelinin orjnalinde "social scientists" olarak tanımlanmaktadır. Çalışmaya en yakın ifade ile "sosyologlar" olarak aktarılmıştır. Bununla birlikte yalnızca sosyologarı değil sosyal disiplinlerde faaliyet gösteren tüm meslek dallarını ifade etmektedir.

Bu dönemde özellikle kümelenmenin sağladığı rekabet etkileşimleri üzerinde durulmuş; yenilikçiliğin ve başarının bir sistem dahilinde ve sitem içerisindeki kurumların etkileşimleri vasıtasıyla gerçekleştiği genel bir kanı olarak kabul görmüştür.

Literatürün gelişiminin son 20 yılına baktığımızda ise; ekonomik faaliyetlerin yer seçimi ve yığılma eğilimlerine yönelik yapılan pek çok çalışma ve analizle birlikte önemli gelişmeler kaydedildiği ve bu çalışmaların diğer ilişkili bilim dallarının da ilgisini bu yöne çektiği görülmektedir.

Buna karşın Karlsson (2007)'ye göre kümelenmeye ilişkin pek çok çalışma yapılmasına rağmen kümelerin ekonomik aktivitelerin rastgele olmayan yoğunlaşmaları olduğu görüşü genel olarak kabul edilmiş olsa da kümelerin kavramsallaştırılması konusunda halen kafa karışıklıkları mevcuttur [20].

Bu kafa karışıklıklarını gidermek adına Gordon ve McCann (2000) endüstriyel kümelerin analizinde kapsamlı bir çerçeve oluşturmaya yardımcı olmak amacıyla yığılma, kümelenme, endüstri bölgesi, bölgesel ekonomik çevre ve endüstriyel komplex gibi modelleri irdeleyerek kümelenmenin üç analitik çeşidi olduğunu ortaya koymuşlardır:

- İlk kümelenme modeli; yığılmanın klasik bir modeli olan, iş olanakları ve kapsam ve ölçekle ilişkili hizmet ekonomileri sunan, yerel akışlardan ve yerel piyasalardan kaynaklanan dışsallıklar sunan kümeler.
- İkinci model endüstriye kompleks modelidir. Kümelenmenin bu formu firmalar arasında bağlantılar kurarak işlem masraflarını azaltma olanakları sunar.
- Üçüncü model ise kulüp modelidir. İşbirliğine ve yenilikçiliğe olanak tanıyan sosyal bağlar ve güvene odaklanan sosyal ağlar modeli olarak da adlandırılır [17].

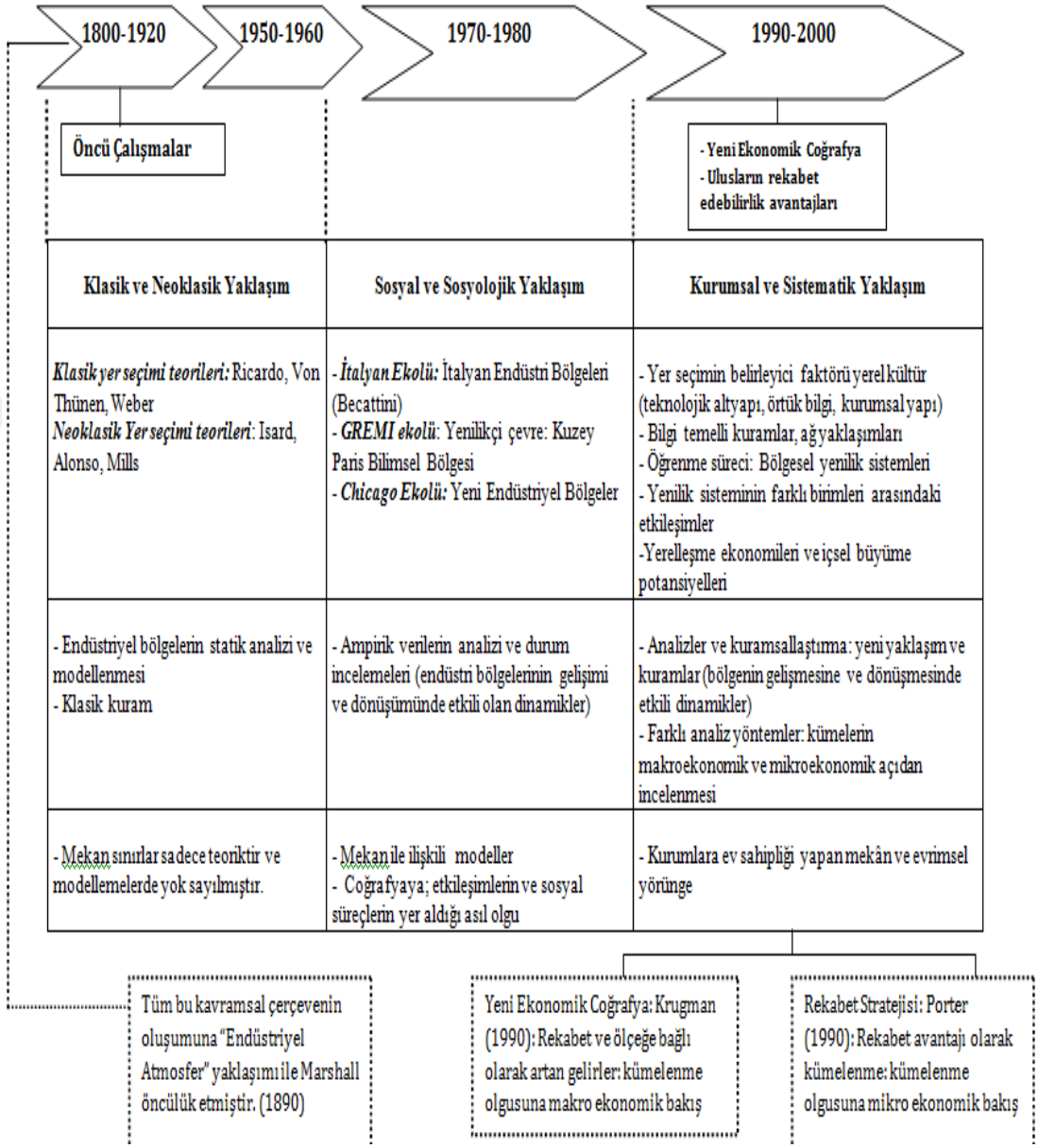
Karlsson (2007)'ye göre bu üç model de yerel piyasaların, yerel etkileşim bağlarının ve yerel sosyal ağların varlığından doğmaktadır. Üç model de göstermektedir ki

endüstriyel kümelere gerçekte zengin fakat karmaşık özelliklere sahiptir ve bu özelliklerden pek çoğu için politika geliştirmek oldukça zordur [20].
Cruz ve Teixeira (2007)'ye göre kümelenme literatürüne ilişkin güncel trendler "bilgi temelli kuramlar" ve "ağ" yaklaşımları ile açıklanmaktadır. Bu trendler öğrenme sürecinin ve bilgi akışlarının da firmaların etkileşimleri ve sosyal ağlar kadar bilginin yayılma sürecine ve ürünler, yeni iş alanları, fikirler gibi yeni projelerin geliştirilmesine ve kümlerin gelişmesine katkı sağladığını vurgulamaktadır [33].

Yine Cruz ve Teixeira (2007) kümeleri Bölgesel yenilik sistemleri gibi geniş ağların bir parçası olarak gören Yenilik Sistemi ve sistem yaklaşımı da son zamanlardaki önemli trendlerden biri olduğunu düşünmektedir. Onlara göre bu yaklaşım yenilik sürecinin belirleyici etkeni olarak yenilik sisteminin farklı birimleri arasındaki (üniversiteler- hükümetler- kuruluşlar, örgütler) etkileşimlerin rolüne vurgu yapmaktadırlar. Aynı zamanda yenilik sürecinin sistematik ve kurumsal yapısını vurgulamaktadır. İşte bu önemli çalışmalar yenilikçiliğin sistemleri ve kurumlarına duyulan ilgi doğrultusunda gelişmiştir. Bu yaklaşımlar firmaların dönüşümlerinde önemli rol oynayan örtük bilgi, kurumlar, kültür gibi yerel faktörlere ve bölgenin teknolojik ve geleneksel motiflerine odaklanmaktadır [33].

Karlsson (2007) de benzer bir şekilde son yıllarda kümelenme modelleri çoğunlukla temel yer seçimi faktörlerinden biri olarak bilgi tabanlı işgücü altyapısının sunulmasına vurgu yaptığını belirtmektedir [20].

Çizelge 3.1. Kümelenme literatürünün gelişimi [33]



Karlsson (2007)'ye göre son yıllarda kümelenme politikaları politik düşüncenin en önemli parçalarından biri haline gelmiştir. Politika düzeyinde gelişmiş ülkelerdeki merkezi, bölgesel ve yerel yönetimler yeni kümelenmelerin oluşumunun tetiklenmesi kadar mevcut kümelerin de desteklenmesini amaçlayan politikalar geliştirmeye başlamış ve kümelenme çalışmaları yürütmüşlerdir. Politikaların başarısı tartışılabilir ancak endüstriyel ve bölgesel politikalar açısından kümelenme politikaları, politik düşüncenin ayrılmaz bir parçası olacak gibi görünmektedir. OECD gibi uluslararası

örgütler kümelenme politikalarının gelişiminin desteklenmesi için büyük ölçekli kümelenme çalışmaları yürütmektedirler [20].

3.3. Kümelerin Özellikleri ve Sağladıkları Olanaklar

İlişkili literatürde kümelerin özellikleri ve sağladığı olanaklara ilişkin çalışmalar kümelerin sunduğu aracısız iletişim olanaklarına ve beraberinde getirdiği rekabet üstünlüklerine odaklanmaktadır. Bununla birlikte özellikle 2000'lerin başından itibaren kümelenme ve yenilikçilik ilişkisi ilgi çeken diğer bir konudur.

Batheld ve ark. (2002)'ye ge coğrafik yığılmaları veya mekânsal kümelenmeleri birbirinden ayıran temel özellik küme içerisinde yer alan firmalar arasında bilginin tutarlı, eklentisiz ve yaygın bir halde iletiminin sağlamasıdır. Bölgenin bilgi birikimi ve aracısız iletişim olanakları vasıtasıyla sürekli olarak paylaşılan bilgi firmalara yeni bilgiler ve yenilikler üretmek için gerekli kaynağı ve bu kaynakların yeni bilgilerle eklemlenerek kombinasyonunu ve yeniden kombinasyonunu sağlar. Bu durum küme içerisinde ekonomik olarak uzmanlaşmayı teşvik eder ve firmanın kümelenmesini sağlayan yerel yeteneklerin gelişmesi ile sonlanır [35].

Maskell ve Kebir (2005) de benzer olarak kümelenmeye yönelik mevcut çalışmaların sosyal uyumun çeşitli avantajlarına, ilişkiler arasındaki esnekliğe küme içi etkileşimin kolaylığına, yerel bilgi birikiminin gelişimine odaklandığını savunmaktadır [31].

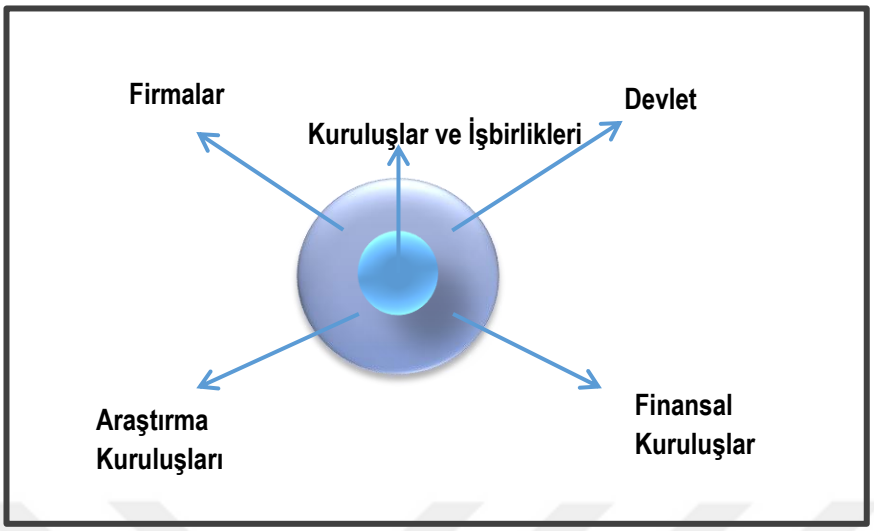
3.3.1. Kümelerin özellikleri

Porter (2000b)'e göre kümeler tüm canlı ekonomilerin özellikle de gelişmiş ekonomilerin önemli bir özellikleridir. Yığılma olgusu ekonomik literatürün önemli bir parçası haline geldiğinden beri kümelerin şekillenmesi ve işlevleri rekabetin küreselleştiği daha karmaşık, bilgi temelli ve dinamik bir karakter kazanmış gibi görünmektedir [34].

Maskell ve Kebir (2005)'e göre küme içerisindeki firmalar birbirlerine tedarik ve satın alma gibi doğrudan iş ilişkileri ve dolaylı olarak emek ve özel veya kamu hizmetleri piyasaları ile bağlıdırlar. Yere özgü ekonomiler ve dışsallıklar, firmaların konumsal gereksinimleri ve bu gereksinimlerin karşılanmasının bir sonucu olarak başlangıçta tahmin edilmeyen sonuçlardır. Yere özgü etkenler çoğunlukla ulaşımda maliyet avantajlarından veya belirli bir altyapı, nitelikli işgücü, ilişkili eğitim sistemleri, uzmanlaşmış tedarikçilerin yoğunlaşmalarından meydana gelen bir ortamı paylaşmaktan kaynaklanmaktadır. Daha da ötesi kümeler yatay ve dikey boyutlarda rekabet, araştırma maliyetleri, kurumsal etkenler gibi ölçülmesi çok zor olan birçok dışsallığı muhteva ederler. Kümelenme süreci ise koordinasyonun maliyetlerini azaltarak ve haberleşme ve bilgiye erişimdeki problemlerin önüne geçer ve yüksek düzeyde uzmanlaşma ve teknik bilgi birikimi oluşumuna imkân tanımaktadır [31].

Porter (2000a)'e göre tek bir endüstriden ziyade kümeler bir dizi ilişkili endüstrileri ve rekabet için gerekli olan girdileri muhteva eder. Kümler yedek parça, teçhizat ve hizmetler gibi uzmanlaşmış girdileri tedarik etmelerinin yanında ayrıca uzmanlaşmış altyapı da sağlarlar. Pek çok küme kamu kurumu ve üniversite, girişimci destekleme/ danışmanlık merkezleri (beyin takımı vb.), teknokentler, mesleki eğitim kurumları, kalite kontrol kurumları ve ticari birlikler gibi uzmanlaşmış eğitim, çalışma, haberleşme, araştırma, bilgi ve teknik destek olanaklarını içerisinde barındırır. Pek çok küme ticari birlikler ve birlik üyelerinin yer aldığı diğer kolektif yapıları içerir [14].

Sölvell ve ark. (2003)'e göre kümeleri firmalar, devlet, araştırma kuruluşları, finansal kuruluşlar ve küme içi organizasyonlar ve işbirlikleri olmak üzere beş temel aktör meydana getirir [39].



Şekil 3.1. Kümeyi meydana getiren aktörler [39]

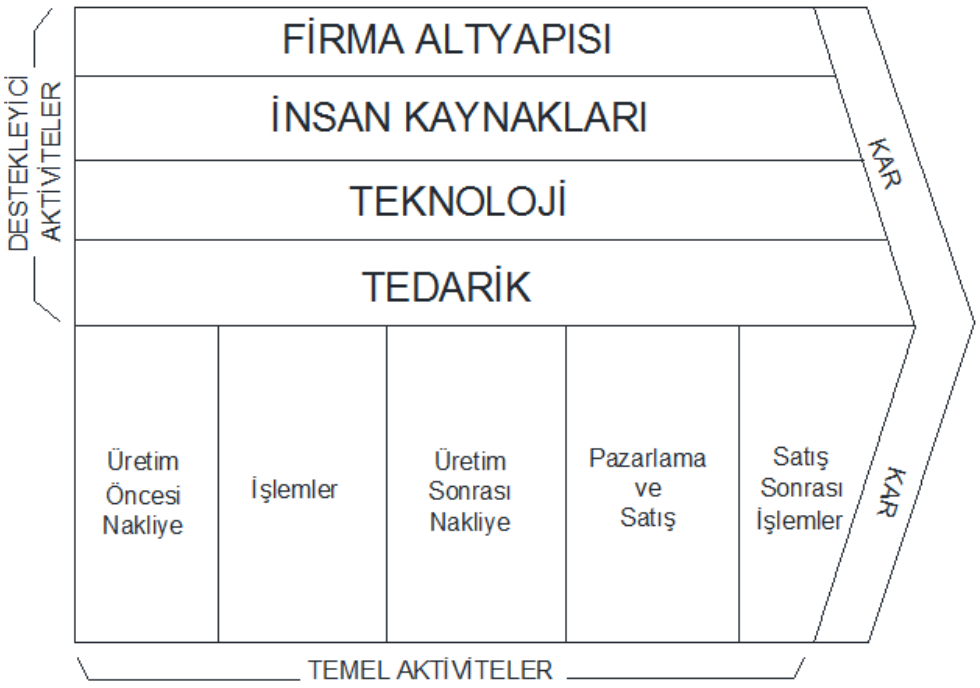
Porter (2000a)'e göre kümeler daha küçük endüstrilerden, restoran, galericilik, antika satıcılığı gibi yerel endüstrilere her tür sektör dahilinde doğabilirler. Gelişmiş ekonomilerde, geri kalmış ekonomilerde, kırsal alanda, kentsel alanda ve ülke, il, metropoliten bölge, kent gibi her türlü coğrafik düzeyde mevcutturlar. Bununla birlikte gelişmiş ülkelerdeki kümeler diğerlerine göre daha fazla gelişme eğilimindedirler. Kümelerin kapsamları bir bölge, bir il veya komşu ülkelere yayılan sadece tek bir kent düzeyinde olabilir. Buna Almanya sınırındaki yerleşmeler ile Almanca konuşan İsviçre yerleşmeleri örnek verilebilir. Kümelerin boyutlarını haberleşme, etkileşim ilişkileri ve teşvikler ve diğer etkiler belirler [14].

Kümelerin en önemli özelliklerinden biri de içerdikleri değer zinciridir. Pek çok ekonomist kümelerin çok sayıda değer zincirinin bir araya gelerek meydana gelen coğrafi yoğunlaşmalar olduğunu savunmaktadır. Bununla birlikte kümelerin değer zincirinin gelişmesi için uygun ortam sağladığı da savunulan diğer bir görüştür.

Değer zinciri kümeler ve yığılmaya bağlı olanakların temelinde yatan etkendir Neoklasik kuramlarda sıklıkla savunulan ölçeğe ve yığılmaya bağlı olarak artan gelirler fikri esasında belirli bir zincirin halkasını oluşturan çok sayıda birbirine tamamlayıcı firmaların yarattığı dışsallıklara dayanmaktadır. Bununla birlikte bir endüstriyel kümenin rekabet gücünü meydana getiren en önemli etkenlerden biridir.

İlk defa 1985 yılında yayınladığı firmaların rekabet olanaklarına odaklanan "Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance" eserinde tanımladığı değer zincirini (value chain) Porter şu şekilde tanımlamaktadır:

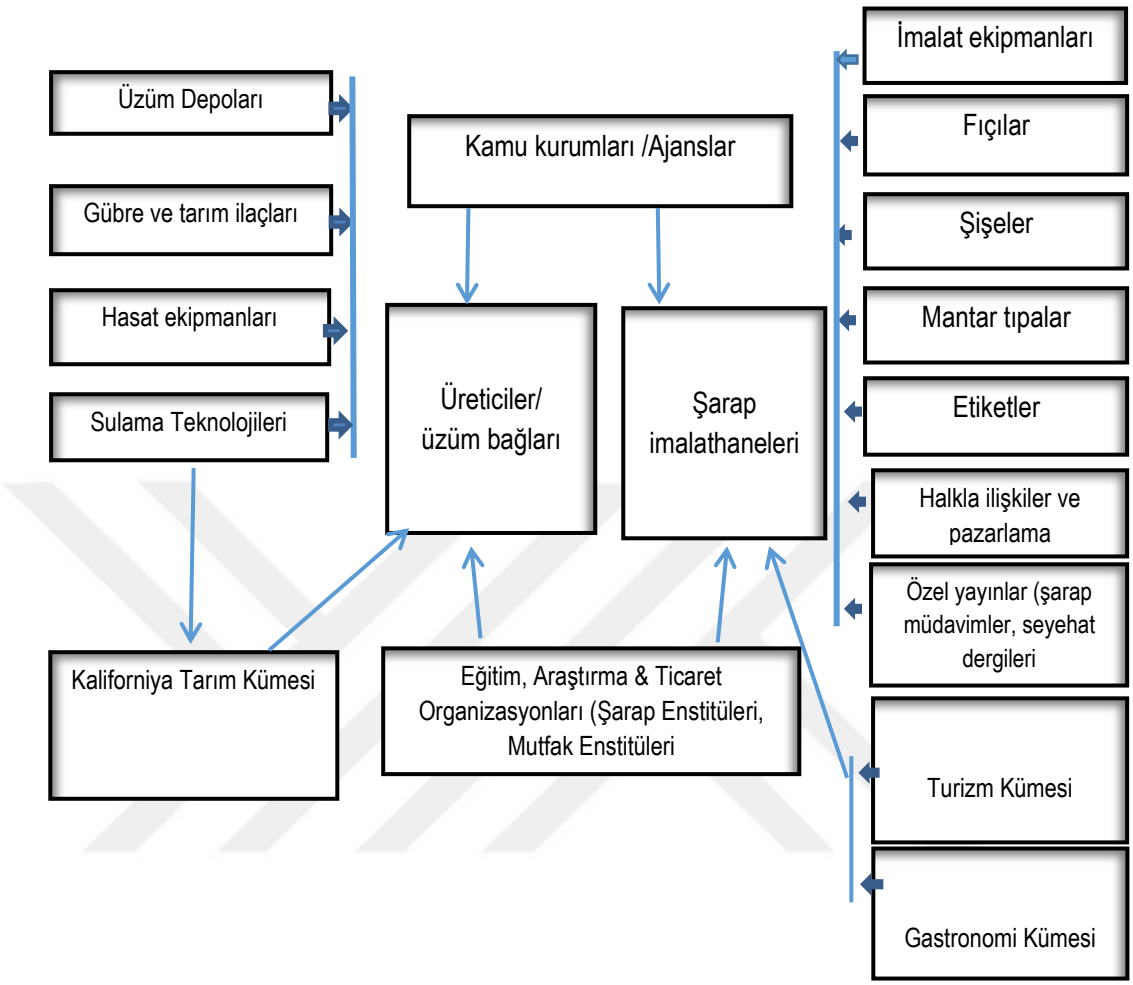
"...Bütün firmalar tasarım, üretim, pazarlama, dağıtım ve ürünlerin tanıtımını gerçekleştirmek için gerçekleştirilen aktivitelerin toplamıdır. Tüm bu aktiviteler belirli bir değer zincirini kullanarak gerçekleştirilir... Bir değer zincirini meydana getiren belirli bir endüstri ya da sektördeki firmaların aktiviteleridir. Bir bütün olarak belirli bir endüstri ya da sektörün meydana getirdiği değer zinciri içerdiği rekabet olanaklarını anlayabilmek için oldukça büyük ve belirsiz bir ölçektir. Her ne kadar belirli bir endüstrideki firmalar üretim ve üretim sonrasını içeren benzer süreç zincirlerine sahip olsa da birbirine rakip firmaların değer zinciri farklılaşmaktadır. Örneğin "People Express" ve "United" Havayolu şirketleri havacılık alanında faaliyet göstermekle birlikte yer hizmetleri, çalışan politikaları ve işletmecilik açısından büyük farklılıklar içeren oldukça farklı değer zincirlerine sahiptirler... Belirli bir endüstride faaliyet gösteren bir firmanın değer zinciri ürün grubu, müşteri grubu, coğrafik alanlar ve dağıtım kanalları gibi üretim süreçlerindeki farklılıklardan dolayı çeşitlilik gösterebilir" [40].



Şekil 3.2. Porter'ın Değer Zinciri [40]

İlk bakışta kümelenme yaklaşımı ve değer zinciri yaklaşımı aynı gibi görünse de; Dünya Bankası (2009)'a göre değer zinciri yaklaşımı etkileşim temellidir ve zincir içerisindeki etkileşimlerin etkinliğine odaklanır ve esasen lineerdir. Tersine kümelenme yaklaşımı sistematiktir, içerisinde çok sayıda değer zinciri içerir ancak değer zincirinin haricinde destekleyici kurumların etkin katılımı ile koordinasyon ve haberleşme sorunlarını çözmeye odaklanır. Kümeler coğrafyaya odaklanırken değer zinciri coğrafyalara yayılabilir [41].

Değer zinciri üretim süreci içerisindeki akışlarla ilgilenir ve her zincirin her bir bölmesinde meydana gelen değere vurgu yapması ile tedarik zincirinden ayrılır. Kümelenme yaklaşımı coğrafyaya odaklanmasının yanında endüstriyel değer zinciri yaklaşımı üzerine temellenmektedir [42].



Şekil 3.3. Kavramsal bir kümelenme analizi; içerdiği sayısız değer zinciri ile Kaliforniya Şarap Kümelenmesi [34]

Şekilde California şarap kümesi görülmektedir. Porter (2000b)'e göre küme çok sayıda şarap imalathanesini, binlerce bağımsız üzüm yetiştiricisini ve depolama ekipmanları, sulama ekipmanları, hasat ekipmanları, fıçılar, etiketler, pazarlama, halkla ilişkiler, reklam firmaları ve hedef kitlesi tüketiciler olan sayısız ticari şarap kuruluşlarını hem şarap üreticileri gibi hem de üzüm yetiştiricileri için tamamlayıcı/ destekleyici pek çok sektörü içerir. Kaliforniya Eyaleti, Şarap Enstitüsü ve Kaliforniya Üniversitesi bünyesinde bulunan dünyanın en tanınmış bağcılık ve enoloji (şarap yapma bilimi) programı gibi yerel kuruluşlara ev sahipliği yapmaktadır. Kaliforniya şarap kümesi aynı zamanda Kaliforniya'da bulunan diğer tarım, yiyecek ve restoran kümeleri ile birlikte şarap turizmi kümeleri ile de yakın ilişki içerisindedir [34].

3.3.2. Kümelerin sağladığı olanaklar

Malmberg ve ark. (1996) kümelenmelerin yerel girdi ve ürün ilişkisi açısından önemine dikkat çekmektedir. Piyasaların ve firmaların hızlı bir şekilde küreselleşmesi pek çok sektörde hem ulus hem bölge hem de firma düzeyinde bir rekabet baskısı yaratmaktadır. Bununla birlikte artık günümüzde rekabet için temel parametre maliyet avantajları değildir. Sürdürülebilir rekabet dinamik bir gelişme eğilimi yakalama kapasitesiyle çok daha fazlasını yapabilmek anlamına gelmektedir. Endüstriyel sistemler artık sadece sabit mal ve hizmet akımları değil aynı zamanda bilgi üretimine dayanan dinamik yapılardır. Bu yeni görüşle bağlantılı olarak ilişkili firmaların mekânsal kümelenmelerinin sürdürülebilirlikleri üzerine yapılan araştırmalar yerel bilgi akışlarının ve teknolojik dışsallıkların önemine odaklanmaktadırlar. Bu görüşe göre endüstriyel sistemler yalnızca girdi ve ürünlerin fiziksel akışlarından değil aynı zamanda teknik bilginin, deneyimlerin ve teknolojik uzmanlığın paylaşılmasıyla şekillenmektedir [15].

Bununla birlikte Malmberg ve ark. (1996) tarafından maliyetlerin azaltılması, bilginin ve sermayenin gelişmiş sirkülasyonu ve sektör içi alışverişlerin yanı sıra vurgulanan noktalardan biri de mekânsal kümelenmenin Marshall'ın endüstriyel atmosferi içerisinde sosyal dayanışmaya katkıda bulunacağıdır. Aslında Marshall'ın endüstriyel atmosfer olarak betimlediği ilişkili firmalar arasında mekânsal kümelenmelerin varlığı ve yeniden üretimidir [15].

Kümelerim sağladıkları olanaklara ilişkin çalışmalar genellikle küme- rekabet ilişkisine ya da küme-yenilikçilik ilişkisine odaklanmaktadır. Kümelerin sağladıkları rekabet üstünlükleri "rekabet teorisi" ile açıklanırken kümelerin sundukları yenilikçilik olanakları "kümelerin bilgi tabanlı gelişimi teorisi" ile açıklanmaktadır.

Rekabet Teorisi: Kümelerin Sağladıkları Rekabet Üstünlükleri:

Maskell ve Kebir (2005)'e göre esasında kümelenmeye yönelik mevcut çalışmalar sosyal uyumun çeşitli avantajlarına, ilişkiler arasındaki esnekliğe küme içi etkileşimin kolaylığına, yerel bilgi birikiminin gelişimine odaklanmaktadır [31].

Bununla birlikte kümelenme üzerine yapılan hiçbir çalışma son yıllarda Porter'ın çalışmalarıyla kümelenme literatürüne yaptığı katkılar kadar kendisinden sonraki çalışmaları etkilememiştir. Porter çalışmalarında Marshall'dan beri süregelen genel yaklaşımın aksine küresel ekonomi bağlamında; ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde rekabet edebilirlik üzerine mikroekonomi temelli bir kuram geliştirmiştir. Bu kuram kümelere önemli bir rol biçmiştir. Öncü çalışmalarında çalışmasında kümeleri rekabet edebilirlik açısından irdeleyerek "Firma Stratejisi" ile kümelere farklı bir bakış açısı kazandırmıştır.

Porter 1990 yılında yazdığı Ulusların Rekabet Üstünlükleri (Competitive Advantages of Nations) adlı kitabında ulusların rekabet üstünlüklerini anlamak için analiz edilmesi gereken temel birimin endüstri olduğunu ve ulusların başarısının izole endüstrilerden değil dikey ve yatay ilişki ağlarıyla bağlantılı endüstriyel kümelerden geçtiğine vurgu yapmıştır. Porter aynı çalışmasında bir ulusun ekonomisinin rekabet üstünlüklerini meydana getiren bir dizi küme içerdiğini savunmaktadır[1] [31].

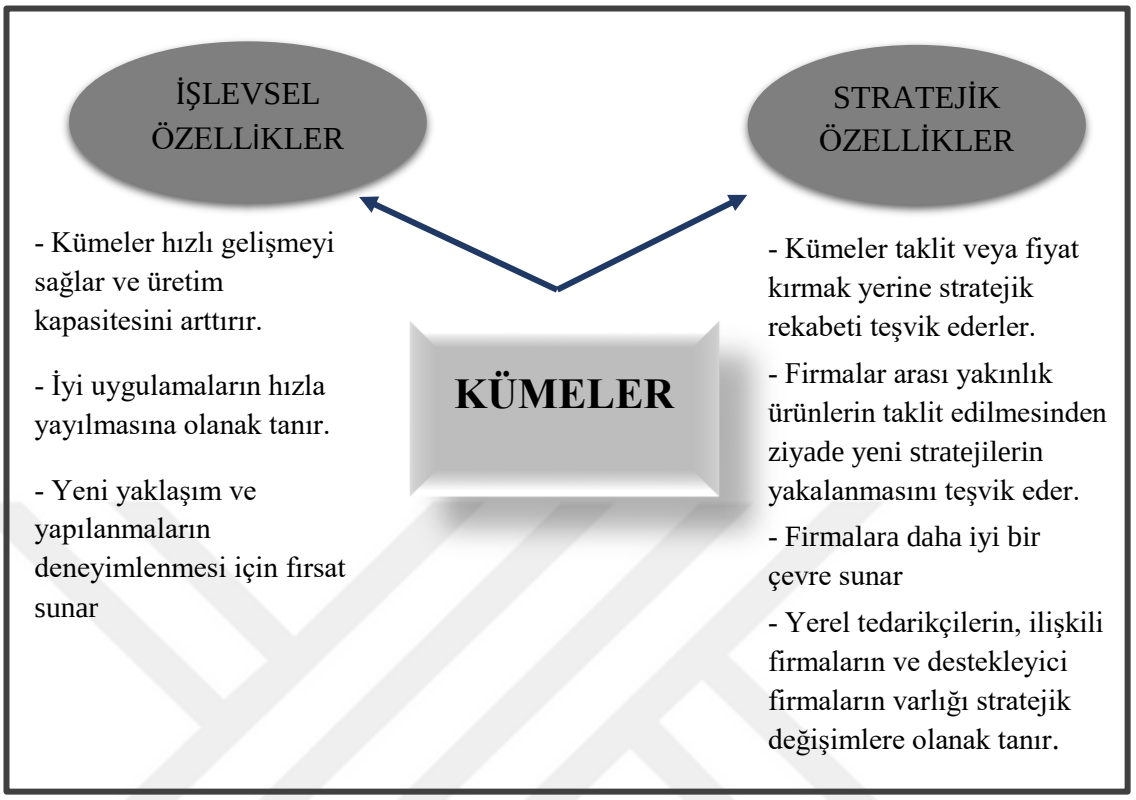
Porter (2000b)'e göre kümeler küresel ekonomi içerisinde rekabet ve rekabet üstünlükleri stratejisinden bağımsız olarak değerlendirilemez. Kümelerin varlığı rekabetin mikroekonomisinin ve rekabet üstünlükleri içerisinde coğrafyanın öneminin anlaşılması açısından çok önemlidir. Kümelere ulusal, bölgesel ve yerel ekonomiler düzeyinde yeni bir düşünme biçimi sunmakta ve rekabet edebilirliğin geliştirilmesi için firmalara devlete ve devletin tüm kurumlarına yeni roller biçmektedir. Firmalar için rekabet edebilirlik ve rekabet stratejisi örgütlenme ile

[1] Maskell ve Kebir (2005) What Qualifiers as a Cluster Theory adlı makalesinde Porter'ın 1990 yılında yazdığı Ulusların Rekabet Üstünlükleri adlı kitabının kısa bir değerlendirmesini yapmıştır; paragrafta bu değerlendirmeden faydalanılmıştır.

yakından ilişkilidir ve kümeler firmalara başka firmalardan hatta başka endüstrilerde kaynaklanan rekabet olanaklarını sunmaktadır. Esasen kümeler sağladıkları vergi olanakları, enerji avantajları ve sabit ücret oranları ile firmalara içerisinde faaliyet gösterdikleri iş çevresi içerisinde önemli çıkarlar sağlamaktadır [34].

Pek çok ulus ve sayısız dinamik bölgede gerçekleştirdiği detaylı analizler sonucunda Porter kümelerin sunduğu olanakları, tüm bu olanakların temel sonucu olarak yarattıkları rekabet üstünlükleri ile ilişkilendirerek sıralamaktadır. Porter (2000a)'e göre küme- rekabet- firma stratejisi arasındaki ilişkiyi anlamak için kümelerin rekabete ve rekabet üstünlüklerine etkisini irdelemek gerekmektedir:

- Kümeler, uzmanlaşmış girdi (yedek parça, teçhizat) ve işgücüne erişimi (uzmanlaşmış hizmetler ve personel) kolaylaştırarak ve sağladığı tamamlayıcılıklarla firmaların ya da endüstrilerin üreticiliğini arttırır.
- Kümeler, bilgiye erişimi kolaylaştırarak yenilikçiliği teşvik eden AR-GE faaliyetlerinin ve yeni iş yapma biçimlerinin geliştirmesine olanak tanır.
- Kümeler, kurumlara ve kamu hizmetlerine (yerel eğitim programları vb.) erişim kolaylıkları sunar.
- Kümeler, coğrafi yakınlık vasıtasıyla firmalar arasında rekabet baskısı yaratır. Bu rekabet baskısı, yeni girişimlerin desteklemesini teşvik eder. Örneğin ticari işbirlikleri rekabet olanakları yaratabilir.
- Kümeler, sürekli sınırlarını genişletme eğilimindedir.
- Kümeler, tüm bu özellikleri ile ekonomik büyümeyi tetikler [14].



Şekil 3.4. Kümelerin yerel rekabete etkisi [14]

Kümelenme- Yenilikçilik İlişkisi; Mekânsal Kümelerin Bilgi Tabanlı Gelişme Teorisi (Knowledge Based Theory):

Mekânsal kümelerin mikro ve makro ölçeklerde sundukları olanaklara odaklanan pek çok ekonomist son yıllarda kümelenme- yenilikçilik ilişkisinin önemine özellikle vurgu yapmaktadır. Kümelerin sağladıkları coğrafi yakınlıklar ile ilişkilendirilen bilgi tabanlı gelişme teorisi firmaların aynı mekânda bulunması ve bu yakınlığın meydana getirdiği sürekli iletişim üzerine temellenmektedir.

Geçmişten günümüze kalkınma politikaları içerisinde güncelliğini asla yitirmeyen temel soru neden bazı bölgelerin diğerlerinden daha çok geliştiği sorusu olmuştur. “ 1980’lere kadar neoklasik teori bölgenin gelişiminde teknolojinin belirleyici rolünü sorgulamıştır. Bununla birlikte tek başına bu düşünce coğrafyanın rolünü açıklamakta yetersiz kalmıştır. 1980’lerden sonra akademisyenler “yenilikçiliğin coğrafyasına” odaklanmaya başlamışlardır. Bu bakış açısına göre bazı bölgeler

diğerlerinden daha yenilikçidir ve bölgedeki kurumsal yapılar bu yenilikçilik düzeyini olumlu etkiler. Bu düşünce yenilikçiliğin ve ekonomik büyümenin belirleyicisinin aslında bölgenin kendisi olduğu fikrine öncülük yapmıştır. Endüstriyel bölgeler (Beccatini, 1987), kümeler (Porter 1990), yenilikçi çevreler (Camagni, 1991), teknoloji bölgeleri (Storper, 1992), bölgesel yenilik sistemi (Cooke, 2001) ve öğrenen bölgeler (Asheim, 1996) mekansal gelişme modelleri bu bakış açısını tamamlamak için 80'lerin ikinci yarısından itibaren ortaya çıkmaya başlamıştır [43].

Sonn ve Storper (2003)'e göre küreselleşme süreci ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sayesinde, fikirlerin, sermayenin, mal ve hizmetlerin küresel dolaşımı artsa da ekonomik coğrafya ve kent ekonomileri üzerine yapılan çalışmalar teknolojik yenilik için aktörler arasındaki coğrafik yakınlığın önemli olabileceğini ortaya koymaktadır. Pek çok iktisatçı ve akademisyen; bilgi tabanlı ekonominin yükselişinin ve yenilikçilik sürecinin organizasyonundaki değişimlerin yenilikçilik açısından bu tür yakınlıkların değerini arttırdığını düşünmektedirler [44].

Antonelli (1999)'a göre bilgi; öğrenme süreçleri, deneyimlerin paylaşılması, mevcut bilgilerin yeniden kombinasyonu ve Ar-Ge faaliyetlerinden edinilen sonuçların üzerine inşa edilen üretme sürecin sonucudur [45].

Boschma (2009)'a göre ise bilgi kullanıldıkça azalmaz, aksine evrilir ve deneyimlerden öğrenilenlerle birikir. Bilginin bu birikimli yapısı kişilerin yetenekleri ve firmaların rutin olarak yaptıkları işlerle gelişir ve şekillenir. Bilgi bu kümülatif yapısı gereği mekânda birikme eğilimindedir. Pek çok bölge ve ülke belirli bir teknik bilgi alanında uzmanlaşmıştır ve bu uzmanlaşmayı uzun yıllarca devam ettirirler. Hollywood film endüstrisi, Londra finans sektörü, Detroit'teki Amerikan araba sanayii bilginin belirli bir mekânda yoğunlaşma eğiliminde olduğuna örnek verilebilir. Aynı zamanda ülkeler ve bölgeler arasında da Ar-Ge ve insan sermayesini hedef alan yatırımların sayısı farklılık gösterir. Bu durum esasında ülkeler arasında gelir farklılıklarının da oluşmasının temel sebebidir. Ar-Ge faaliyetleri de mekânsal

olarak odaklanma eğilimindedirler. Pek çok çalışma bir bölgedeki bilgi stoku ile ekonomik performans arasında yakın bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır [43]. Boschma (2009) bilginin belirli bir bölgede birikme eğiliminde olmasının sebeplerini bilginin firmalar arasında akış olmasına bununla birlikte yapısı gereği çok uzun mesafelerde yayılamamasına bağlamaktadır. Analizlere dayanan çalışmalar bilgi akışlarının çoğunlukla coğrafi olarak yığıldığını, yayılma etkisinin bilginin kaynağından uzaklaştıkça zayıfladığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte bilgi ve insan sermayesinin birikiminden firmanın sadece kendisinin değil, diğer firmaların da faydalanabildiği anlamına gelmektedir. Bu durum firmalar için dışsal olan ölçeğe bağlı gelirlerin artması ile sonuçlanmaktadır [43].

Antonelli (1999)'a göre özellikle firmalarca üretilen ve kullanılan teknik bilgi örtük veya sistemli ve dışsal veya içsel olmak üzere iki ayrı aks üzerinde gelişir. İçsel örtük bilgi üretimden ve kullanımdan kaynaklanan öğrenme süreci ile üretilir. Dışsal örtük bilgi ise bilgi alışverişi ve kişiler arasındaki etkileşimlerden doğar. Dışsal örtük bilgi tüm her bir firmanın faydalandığı teknolojik ve bölgesel yenilikçilik sistemi içerisinde damıtılan teknolojik dışsallıkların yayılmasına ve içselleştirilmesine olanak tanır. İçsel sistemli bilgi Ar-Ge faaliyetlerinin bir sonucudur, dışsal sistemli bilgi ise ilk tasalandığı halinden ziyade farklı alanlar için yeniden organize edilerek kullanılan ve çoğunlukla Ar-Ge laboratuvarları ile birlikte firmalar arası resmi işbirlikleri ya da firma- üniversite işbirlikleri ile gerçekleştirilen teknolojik bilgilerin yeniden kombinasyonu ile üretilmektedir [45].

Çizelge 3.2. Teknik bilginin dört ana bileşeni (Antonelli, 1999) [45]

	Örtük	Sistemli
İçsel	Öğrenme	Ar-Ge
Dışsal	Sosyal İlişkiler	Bilgilerin yeniden kombinasyonu

Gertler (2005) örtük bilginin oldukça teknik bir doğası olduğu yerel araştırma kuruluşları ve şirketlerin araştırmalarından kaynaklanan sonuçların bölge içerisindeki firmalar arasındaki transferinden kaynaklandığını ortaya koymaktadır [46].

Boshma (2009) da diğer pek çok ekonomist gibi bilginin örtük yapısına dikkat çekmektedir. Bu sebeple firmalar sadece kendi bilgi birikimlerine yakın bilgileri anlayabilir ve özümseyebilir. Bilginin etkili bir şekilde aktarılabilmesi için firmaların bu bilgiyi kavrayacak ve özümseyecek bir kapasitesi olması gerekir. Bu firmalar arasında etkili bir iletişimin kurulabilmesi için benzer bilgileri ve deneyimleri paylaşmaları gerekliliği anlamına gelmektedir [43].

Antonelli (1999)'a göre bu tür bir yapı içerisinde tüm bileşenler tamamlayıcı ve vazgeçilmezdir. Örtük bilgi, yeni sistemli bilginin edinilmesi ve öğrenilmesi için gereklidir. Sistemli bilgi de araştırmacılar arasındaki doğrudan ve yakın ilişkilerle edinilebilir ve bu sebeple yeni örtük bilginin birikmesi ve detaylandırılması için gereklidir. Dışsal sistemli bilgi bilginin yeniden kombinasyonu için gerekli olan yeni fikirler için çok önemli bir kaynaktır. Dışsal örtük bilgi içsel bilginin kullanılması ile edinilir. Bu dört bilgi türü birbirinden bağımsız düşünülemez, yeni bilgi bu farklı bilgi türlerinin birbirleri içerisindeki kombinasyonları ile üretilir [45].

Kümelenme olgusunu ve sağladığı olanakları "yakınlık" temelinde irdeleyen Gertler (2005)'e göre kümelerin içerisindeki firmalara sağladığı olanakların iki temel kaynaktan doğduğunu ortaya koymaktadır. Bunlar yığılma olanakları ve bilgi akışlarıdır [46].

Küme içerisindeki bilgi akışlarının kaynaklarını da aynı eksende irdeleyen Gertler (2005)'e göre mekânsal yığılma, resmi ve planlanmış ya da günlük ve ani etkileşimlere olanak tanır ve bu etkileşimlerin sıklıkla gerçekleşmesi için fırsatlar sunar. Ortak normlar ve alışkanlıklar küme içerişindeki aktörler arasındaki güven duygusunu meydana getirerek bilgi akışlarını arttırır. Bu durumun yerel müşteriler ve tedarikçiler arasında yakın ve işbirliğine dayalı etkileşimi de arttırdığı söylenmektedir. Bu düşünce öğrenmeye dayalı etkileşimlerin, teknoloji üreticileri ve

bu teknolojiyi kullananlar arasında ortak faydalar yaratması ile açıklanmaktadır. Sonuç olarak benzer endüstrilerden firmaların coğrafi olarak bir arada bulunması ve meydana getirdikleri yenilikçi dinamizm, firmaların birbirlerini gözlemleyerek yeni şeyler öğrenme kapasitelerini arttırmaktadır [46].

Birbirine yakın yer seçen ekonomik aktörler arasında yeni bilginin üretilmesi ve yayılması çok daha kolay olmaktadır. İster Ar-Ge enstitülerinden edinilsin ister öncü firmalar ar-ge faaliyetlerinden edinilsin bilgi kaynaklarına yakınlık yeni teknik gelişmelerin yakın olarak takip edilmesine olanak tanımaktadır. Bilgi yapısı gereği kişiler arası bağlantılarla ve nitelikli çalışanların firmalar arasındaki hareketlilikleri ile etkili bir şekilde aktarılır. Bununla birlikte sadece fiziksel yakınlık bilginin aktarılması için tek başına yeterli değildir. Bilgiyi paylaşanlar arasında güçlü ağlar olması ve bu ilişkilerin firmalar arasındaki güveni meydana getiren ve aktörler arasındaki resmi olmayan ilişkileri destekleyen yakın sosyal etkileşimlerle desteklenmesi gerekmektedir. Yani bir firmanın bilgi akışlarından faydalanabilme derecesini belirleyen mekânsal yakınlıkla beraber kültürel yakınlık ve ortak kültürdür [46].

Boshma (2009)'a göre bir bölge belirli bir teknik bilgi alanında uzmanlaşır ve bu alanda rekabet gücü kazanırsa, bu durum bölgede konumlanmış olan diğer firmaları teşvik eder ve firmaların benzer alanlarda gelişmesi için fırsatlar sunar. Bu bölgede konumlanmamış olan firmalar için ise fiziksel mesafe bilginin yayılmasının önünde bir engel oluşturacağından bilginin yerelde birikmesi yerel firmalar için benzersiz bir fırsat sunmaktadır [20].

Yine Boschma (2009)'a göre sadece girişimciler değil, yeni işçiler de firmalara yeni bilgiler getirebilir. Esasen firmalar arası işçi hareketleri bilginin yayılmasının en temel yöntemlerinden biridir. Özellikle temel bilimlere dayalı endüstrilerde anahtar konumdaki mühendislerin bir firmadan diğerine transferi firmalar arasında bilginin yayılması için önemli mekanizmalardan biridir. İşçi hareketliliğinin de yerel düzeyde gerçekleştiği düşünülürse, işçi hareketliliğinin bölgesel düzeyde bilginin şekillenmesine katkı sağladığı anlamına gelmektedir [43].

Gertler (2005) de küme bilgi akışlarının teknik araştırmalar dışında bir diğer kaynağının da araştırma kuruluşlarından firmalara ya da bir firmadan diğer firmalara nitelikli işgücü hareketlilikleri olduğunu ortaya koymaktadır. İşgücü hareketliliği ile kazanılmış yeteneklerin sürekli olarak yeni yapılanmalar içerisinde kombinasyonu, pek çok çalışmada küme içerisindeki yenilikçi dinamizmi besleyen önemli kaynaklarından biri olarak değerlendirilmektedir [46].

Antonelli (1999) ise bilgi üretiminin kaynaklarını daha sistematik bir şekilde kategorize ederek; içsel ve dışsal kaynaklar olarak iki sınıfta irdelemektedir. Çizelge 3.3.'de içsel ve dışsal bilgi kaynakları görülmektedir [45].

Çizelge 3.3. Yeni bilgi üretiminin kaynakları (Bell 1999, Antonelli 1999 ve Yeung 2006'dan uyarlanmıştır.)

İçsel Kaynaklar	Dışsal Kaynaklar
Üretimden öğrenilen deneyimler	Nitelikli işgücünün firmalar arasında ve kümeler arasında hareketliliği
Spesifik Teknolojilerin geliştirilmesi ve adaptasyonu	Planlama, dizayn ve teknoloji yönetimi konusunda küme bazında yürütülen eğitimler
Deneme ve yanılmalardan öğrenilen deneyimler	Küme içerisindeki teknolojik kurumlarla (Ar-Ge enstitüleri, üniversiteler) ve firmaların birbirleriyle işbirlikleri
Diğer yatırımlardan edinilen uygulanabilir teknolojiler	Ürün tasarımı geliştirme, testler, teknolojinin adaptasyonu konusunda küme içi işbirlikleri
Mevcut teknolojilerin üretime uygulanmasıyla edinilen teknolojik bakış açıları	Küme içerisindeki mevcut bilginin yeniden kombinasyonu (Kümenin bilgi birikimi)
Mevcut bilginin yeniden kombinasyonu (Firmanın bilgi birikimi)	Dış piyasalara ilişkin edinilen bilgiler (tasarım, mühendislik, yeni teknolojiler vb.)
	Küme dışı firmalarla işbirlikleri, küresel üretim ağları, küresel ortaklıklar/stratejik partnerlik, taşeronluk faaliyetleri vb.

Boschma (2009)'a göre bilginin firmalar arasında yayılmasında bir diğer transfer mekanizması da ağlardır. Bilgi ağlar aracılığıyla yayılır. Ağların şekillenmesinde belirleyici etken çoğunlukla firmalar arasında sosyal yakınlıklardır. Sosyal yakınlığın da fiziksel yakınlık ile doğru orantılı olarak arttığı düşünülürse ağların bilginin üretimi ve yayılması süreçleri gibi coğrafi olarak yoğunlaştığı düşünülebilir. Ağlar iki şekilde meydana gelir. Bunlardan ilki çalışanlar ve firmalar arasında güçlü bağların kurulması ve bu güçlü bağların korunmasıdır. Bir diğeri de yine işçi hareketliliğidir. Firmalar arasındaki işçi transferleri de eski iş arkadaşları arasında devam eden sosyal bağlar sayesinde firmalar arasındaki bilgi akışlarına katkı sağlar [43].

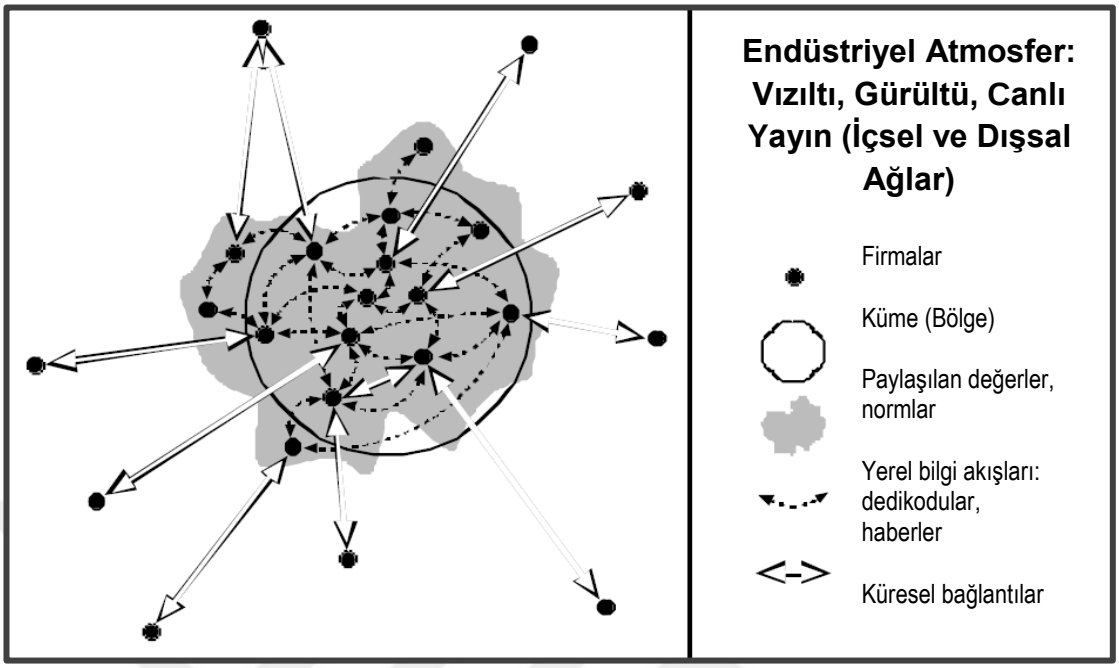
Gertler (2005) ise bilgi akışlarının bir diğer kaynağı olarak girişimcilik becerilerini göstermektedir. Girişimcilik becerisi çoğunlukla gözden kaçırılan ancak başarılı bir küme için olmazsa olmaz bir ögedir. Girişimcilik bilgisi dış piyasa yapılarına ilişkin bilgi ile yakından ilişkilidir. Küçük ve orta ölçekli işletmeler büyümek için dış piyasaların rekabet koşullarını bilmelidir, dış piyasalara yönelik bu bilgi birikimi onlara genişleme için doğru hedefler teşkil edecektir. Piyasalara yönelik haberler ve girişimcilik yetenekleri küme içerisinde pek çok farklı mekanizma ile yayılmaktadır. Bu mekanizmalardan en önemlisi yerel endüstriyel kuruluşlar, meslek örgütleri ve sivil toplum kuruluşları tarafından gerçekleştirilen organizasyonlarla birebir bilgi paylaşımıdır [46].

Batheld ve ark. (2002)'ye göre bilgi ne kadar yaygın (küresel) ise o kadar mekândan bağımsızdır. Buna karşın ne kadar örtük (yerel) ise o kadar mekânsal yakınlığa bağımlıdır. Sadece aynı yerel çevre içerisinde yer almak ve sürekli karşılaşmak farkında olmadan bilgi alışverişlerine olanak tanımaktadır. Bu durum etkileşim kurulabilecek benzer ve ilişkili firmalardan oluşan aynı mekânsal küme içerisinde yer almayı faydalı hale getiren temel mekanizmadır. Hepsinden öte paylaşılan bilgi tabanı firmalara yeni bilgi üretimi ve yenilikçilik için gerekli olan kaynakların sürekli kombinasyonuna ve yeniden kombinasyonuna olanak tanır. Bu süreç küme içerisinde ekonomik uzmanlaşmayı tetikleyerek yerel yeteneklerin gelişmesiyle sonuçlanır [35].

Yine Batheld ve ark. (2002)'ye göre bir endüstriyel küme içerisinde yer almak başka bir yerde bulunamayacak önemli avantajlar sağlar. Marshall'ın ünlü "havada olan" bir şeyler söylemi belirli bir bölgede ya da mekânda yer alan insanlarla sınırlıdır. Bu tür alanlar kendi kendilerine bir "endüstriyel atmosfer" meydana getirerek başka yerlerde firmalara kolay kolay bulunamayacak önemli olanaklar yaratırlar ve bir endüstriyel atmosfer başka yere taşınamaz. Bununla birlikte Marshall'ın "endüstriyel atmosferi" çoğunlukla "yerelleşme ekonomileri" olarak adlandırılan sektöre özgü küme avantajlarına odaklansa da aslında Marshall'ın asıl düşüncesi çok sonraları anlaşılmış ve bu avantajların endüstrilerin ve hizmetlerin coğrafi yakınlığından doğduğu genel kabul görmüştür [35].

Sonn ve Storper (2003)'e göre son yıllarda yapılan analitik çalışmalar da yenilikçiliğin dış bilgiden çok yerel/ içsel bilgiyi kullanarak gerçekleştiği görülmektedir. Böylece ekonomik değeri olan bilginin yaratılmasında coğrafi yakınlık; eskiye oranla çok daha önemli hale gelmektedir [44].

Batheld ve ark. (2002)'ye göre esasen bu yakınlık bazı ekonomistlerin vızıltı (buzz), bazılarının atmosfer, bazılarının canlı yayın (broadcasting) bazılarının ise gürültü (noise) olarak adlandırdığı; "sürekli güncellenen spesifik bilgi ve haberler, önceden kararlaştırılmış ya da ani karşılaşmalar, yeni bilgi ve teknolojiler konusunda karşılıklı anlayış ve ortak bir yorumlayıcı çerçevenin uygulanması ve belirli bir teknoloji alanında ortak bir gelenek ve ortak kurumsal düzenlemelerin oluşumunu teşvik eden, kültürel geleneklerin ve alışkanlıkların paylaşılmasıdır. Küme içerisindeki aktörler sadece o mekânda bulunarak, bilginin, dedikodunun ve haberlerin sürekli yayılmasına katkıda bulunurlar ve bu durumdan faydalanırlar [35].



Şekil 3.5. Endüstriyel Atmosfer: vızıltı, gürültü, canlı yayın (içsel ve dışsal ağlar) [35]

Şekilde görüldüğü gibi kümeler sağladıkları coğrafi yakınlık ile ortak değerler, yargılar ve ortak değerlendirme kalıpları içerirler. Bu yere özgü alışkanlıkları paylaşan firmalar arasında yerel bilgi, dedikodu ve haber akışlarından doğan ilişkiler küme içi ağları meydana getirirler. Küme içerisindeki aktörler tek tek ya da bir bütün olarak küresel bağlantılarla (ağlar) küme dışı aktörler ya da diğer kümelerle ile ilişki kurarlar. Meydana gelen bu içsel ve dış ağlar yeni bilgi üretiminin ve yenilikçilik sürecinin temel kaynağıdır.

Sonn ve Storper (2003)'e göre ise son yıllarda fikirlerin, sermayenin, mal ve emeğin küresel akışları önemeli derecede artmıştır. Özellikle de engelle karşılaşmadan dünyanın dört bir yanına internet ya da kurye hizmetleri hızında ve düşük maliyetle erişebilen bilginin. Dahası bilgi tabanlı ekonomiye geçiş üretilen bilginin dünyanın diğer kısımlarına yayılması için girişimleri hızlandırmaktadır. Bununla birlikte her bilgi ticari olarak kullanılabilir değildir ve mesafe bilginin bütünlüğü ve doğruluğunu tehdit etmektedir. Bu sebeple ekonomistler bilgi üreten kişiler ile organizasyonlar arasındaki mesafenin ticari bilgi üretmede önemli bir rol oynadığını belirtmektedirler. Bu yaklaşım güncel bilgi ve iletişim teknolojileri, ürünler ve

süreçler arasında çok daha esnek ve daha hızlı bir etkileşimi garantilemekte ve potansiyel yenilikçiler arasında yüz yüze iletişim olanakları sunmaktadır. Buna ek olarak mikro elektronikler, internet ve biyoteknoloji gibi yeni ufuklara açık olmak sürekli yeniliğin temelini oluşturmakta ve bu endüstrilerin performanslarını belirlemektedir [44].

Boschma (2009) da benzer bir şekilde son yıllarda yerel, ulusal ve küresel ekonomik sistemlerde önemli değişimlerin görüldüğünü ortaya koymaktadır. Özellikle son iki yüzyıl içerisinde sanayide lider olan İngiltere, Amerika ve Almanya gibi ülkelerin liderlikleri bir bir Güney Asya'nın endüstrileşen ülkelerine geçmektedir [43].

Yeung (2006)'ya göre Uzak Doğu Elektronik Firmalarının küresel ekonomi içerisindeki başarılarının temelinde kümelerin bilişim endüstrisi içerisinde firmalar arası güçlü ilişkilerin geliştirilmesi için önemli bir olanak yaratması yatmaktadır [47].

Asya'nın yeni yeni endüstrileşen iki ülkesi olan Tayvan ve Singapur elektronik sanayii kümelerinden yoğun bir şekilde faydalanmaktadır. Tayvan'da Bilişim odaklı elektronik sanayii kümeleri; özelleşmiş yedek parçaların, modüllerin, elektronik üretim hizmetlerinin ve sistem entegrasyonunun tasarımı ve Ar-Ge faaliyetleri de dahil tüm değer zincirini kapsayacak şekilde bütüncül olarak geliştirilmiştir. Bu ülkelerde kümelenmenin sağladığı yere bağlı avantajlar bilişim endüstrisi içerisinde firmalar arası güçlü ilişkilerin geliştirilmesi için önemli bir olanak yaratmaktadır. Quanta, Compal gibi sistem entegrasyonu sağlayan şirketler ve HonHai gibi Elektronik Üretim hizmetleri sağlayıcıları Tayvan'daki tedarikçilerin makul fiyatlara çok kısa sürede özelleşmiş yedek parça sağlayabilme kapasitelerinden yoğun bir şekilde faydalanmaktadırlar. Tayvan'da elektronik firmaları böylece hem üretim de hem de tedarik zinciri yönetiminde kapasitelerini dünya devleriyle yarışabilecek şekilde geliştirmişlerdir. Bununla birlikte Singapur'da yerel elektronik firmaları elektronik sanayii kümeleri içerisinde küresel olarak öncü firmaların güçlü varlıklarından da faydalanmaktadır [47].

Dahası bu kümelenme ekonomileri sadece Tayvan ve Singapur'un ulusal sınırları içerisinde değil aynı zamanda Çin, Hong Kong gibi komşu ülkelerin farklı coğrafi bölgeleri ile de kurulmaktadır. Çin'de ve Güneydoğu Asya'da bölgesel üretim ağlarının oluşmasını sağlayan düşük maliyetli bir hinterlanda erişim olanaklarından her iki ülkenin ekonomileri de faydalanmaktadır [47].

4. KÜMELERİN DİNAMİKLERİ VE PERFORMANS KRİTERLERİ

Son yıllarda ülkelerin kalkınma hedeflerinde kümelenme girişimlerinin yaygın bir uygulama aracı olarak kullanılması kümelerin başarısının kaynağına duyulan ilgiyi de beraberinde getirmiş; yalnızca akademik çevrede değil bölgesel, ulusal ve küresel organizasyonlar düzeyinde de ilginin kümelerin başarısının nasıl ölçüleceği sorusuna odaklanmasına yol açmıştır. Bu doğrultuda pek çok akademisyen bağımsız olarak ya da bir bölgesel ulusal ya da küresel organizasyonca desteklenen analitik çalışmalar yapmaya yönelmiştir.

Yapılan analitik çalışmaların sonucunda kümelerin yapısal olarak farklılıklar gösterdiği keşfedilmiştir. Iammarino ve McCann (2006)'ya göre yapılan analiz çalışmalarında yapısal bir çıkarım yapılmasının önündeki en büyük engel kümelerin ve yığılmaların farklı evrelerinde çok farklı özellikler göstermeleri ve kümelerin bulundukları evrenin belirlenmesinde ve tanımlanmasındaki zorluklardır. Mikroekonomik bulgular kümenin davranışsal mantığının belirlenebilmesi için türünün belirlenmesinin gerektiğini ortaya koymaktadır [48].

Yapılan analizler sonucunda kümelerin performanslarını belirleyen sayısız kriter ortaya konmuştur. Hepsinin temelinde rekabet olanakları yatan kümelerde oldukça üst ölçekli bir bakış açısı ile istihdama katkı, sektörel büyümeye katkı bölgesel kalkınmaya katkı ulusal kalkınmaya katkı gibi kriterler kümelerin başarılarının ölçmede temel belirleyicilerdendir. Bununla birlikte daha mikro ölçekten baktığımızda işletme sayısı, patent- faydalı ürün ve marka tescil sayısı, yeni firma oluşumlarını destekleme ve kurumsallaşma düzeyi gibi parametreler kümelerin performanslarını belirlemektedir.

4.1. Kümelerin Dinamikleri

Gordon ve McCann (2000)'e göre kümelerin dinamiklerinin ve mekânsal gelişmeye etkilerinin anlaşılabilmesi için yapılan analitik çalışmaların mevcut görünümlerine bakıldığında bu çalışmalara açıklık getirebilmek için kaynağını Marshall, Hoover,

Isard, Perroux, Chinitz ve Mills'in erken ancak içerisinde yer alan pek çok görüşün ekonomik çevre içerisinde halen geçerli olduğu çalışmalarından alan bazı açıklamalar yapmak gerekmektedir [17].

Bunlardan ilki ana akım neoklasik ekonomistlerden Krugman'ın artan gelirleri analiz edecek uygun biçimsel metotların bulunmadığı görüşüdür. İkincisi ise; son 25 yılda ekonomik çevrede meydana gelen önemli değişimlerin (uluslararasılaşma, üretim piyasasındaki dengesizlikler ve artan rekabet) esnekliğin önemini arttırmış olması ve dışsaldan ziyade içe bağımlılığı teşvik etmesidir. Bu durum mekânsal kümelenmeye verilen önemin artmasına neden olmuştur [17].

"Üçüncü önemli faktör ise 1980-90'ların yapısal gelişme ve makroekonomik yaklaşımlarının karşısında içsel büyümeyi harekete geçirecek yenilikçi stratejiler gerektiren mekânsal politikaya yönelik geleneksel yaklaşımların yetersizliğidir [17].

Gordon ve McCann (2000)'e göre bu durum oldukça sınırlı olan başarılı endüstri bölgelerinde gerçekleştirilen farklı çalışmalardan çok sayıda farklı çıkarımların edinilmesine neden olmuştur. Bununla birlikte farklı politik girişimler farklı etkiler doğurabileceğinden çok geniş bir yelpazede yer alan faydaların belirlenmesi ve önermeler üzerinde ampirik analizlerin yapılması çok zor olduğundan politika konusu analitik olarak kesin ve genel bir sonuç elde edilmesini önünde engeldir. Bu çeşitlilik "yığılma", "kümelenme", "yeni endüstriyel alanlar", "gömülülük", "sosyal çevre" ve "kompleks" gibi birbirinden farklı ancak uygulamada birbirlerine çok benzeyen farklı terimlerin doğmasına neden olmuştur [17].

Kümelerin yaşam döngülerini evrime benzeten Martin ve Sunley (2011)'e göre pek çok eski küme, içerisinde bulundukları endüstri içerisinde uluslararası ya da ulusal liderler olmuş; ancak uzun zaman önce yüksek rekabet düzeyine sahip küresel ekonomi içerisinde hayatta kalmayı başaramayarak dinamizmlerini kaybetmişlerdir. Bir kısmı ise ayakta kalma çabalarını sürdürmektedir. Pek çok küme konjonktürle paralel bir şekilde boyutlarını genişletmiş ve küresel ekonomi içerisinde konumlarını güçlendirmiştir. Bununla birlikte dinamizmlerini arttırmak için yenilenmeye ihtiyaç

duymaktadırlar. Buna karşın son yıllarda gelişme göstermiş küresel ölçekte, ulus boyutunda ve bölgesel düzeyde öncü role sahip çok başarılı kümeler de mevcuttur. Dahası gelişmesinin çok erken aşamasında olan ve halen dönüşüm sürecini tamamlamamış kümeler de vardır. Kümelere doğar, büyür, boyutları değişebilir ya da köklü bir dönüşüme gidebilirler hatta ortadan kaybolabilirler [36].

Kümelerin dinamiklerinin ortaya konulması ve diğer çalışmalara öncülük edilebilecek genel çıkarımların yapılabilmesi için kümenin baskın yapısal karakterinin analitik olarak tanımlanması çok önemlidir. İlişkili Literatürde, kümelerin sınıflandırılmasında dört yaklaşım ön plana çıkmaktadır bunlardan ilki ve yaygın olarak kabul göreni "Yaşam Döngüsüne" göre sınıflama diğerleri ise "İşlem Temelli Sınıflandırma" ve "Bilgi Temelli Sınıflandırma"dır.

Yaygın olarak kullanılmayan bununla birlikte kümelenmenin küresel ve bölgesel ekonomik örgütlerin de literatürüne girmesi ile birlikte kalkınma politikalarının önemli araçlarından biri haline gelen kümelenme girişimlerinin sayısının artması ile kümelerin kökenlerine ilişkin sınıflama da son yıllarda analitik çalışmalarda kullanılmaktadır. Her biri farklı yaklaşımlar sunsa da bir küme tüm bu sınıflamaların özelliklerini birlikte de gösterebilir.

Çizelge 4.1. Kümelerin analitik olarak sınıflandırılması

Evrimsel Yaklaşım (Yaşam Döngüsüne Dayalı Sınıflandırma)	Erken Dönem (Doğuş)
	İkinci Dönem (Büyüme)
	Üçüncü Dönem (Liderlik ya da çöküş)
İşlem Temelli Sınıflandırma	Salt Yığılma Modeli
	Endüstriyel Kompleks Modeli
	Sosyal Ağlar Modeli

Çizelge 4.1. Kümelerin Analitik Olarak Sınıflandırılması

<table>
<tr><td rowspan="4">Teknolojik/Bilgi Temelli Sınıflandırma</td><td colspan="2">Salt Yığılma Modeli</td></tr>
<tr><td colspan="2">Endüstriyel Kompleks Modeli</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Sosyal Ağlar Modeli</td><td>Eski (Sürece dayalı)</td></tr>
<tr><td>Yeni (Yeni üretim sistemlerine dayalı)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Kümelerin Kökenlerine İlişkin Sınıflama</td><td colspan="2">Kendiliğinden Oluşan Kümeler</td></tr>
<tr><td colspan="2">Politikaların sonucu olarak kamu desteği ile kurulan kümelenme girişimleri</td></tr>
</table>

4.1.1. Evrimsel yaklaşım (kümelerin yaşam döngüsüne dayalı sınıflama)

Evrimsel yaklaşım, kümelerin dinamikleri ve performans analizlerinde en yaygın olarak kullanılan yöntemdir.

Boari (2001)'e göre evrimsel yaklaşımlardan bazıları dışsal ekonomilere, rekabet düzeyine ve sosyal yapının bu rekabet düzeyine olan etkilerine odaklanırken bazıları yerel koşullara, talebe ve ilişkili endüstrilerin varlığına odaklanmakta ve öncelik/ ilklik avantajlarının zamanla önemini yitirdiğine ve başka yeni etkenlerin kümenin gelişimini belirlediğine vurgu yapmaktadır. Bununla birlikte kümelerin yaşam döngüsüne ilişkin yapılan tüm çalışmalar tüm kümelerin üstlendiği rol ve görevler açsından homojen olduğu, her birinin diğer kümelerle etkileşim içerisinde olduğu, endüstriyel yığılmaların doğuşunda ve gelişiminde kurumsallaşmanın bireysel şirketleşmeye oranla daha çok fayda sağladığı konusunda hem fikirdir [49].

Maggioni (2004) kümelerin yaşam döngüsünü erken dönem, ikinci dönem ve üçüncü dönem olmak üzere üç aşamada irdelerken; Martin ve Sunley (2011) oluşum/doğuş, büyüme, olgunluk ve çöküş olmak üzere dört gelişme evresi belirlemiştir.

Maggioni (2004) kümelerin oluşumunu hem yüksek-orta teknolojili endüstrilerde hem de geleneksel endüstriler için büyük bir teknolojik yenilik gerçekleşmesi ve bu yeniliğin ticari olarak başarılı olmasına bağlamaktadır. Bu kümeler çoğunlukla daha tarihi endüstriyel alanların mirasında gelişir ve büyür. Bu "yeni kümenin" eskimesi ve "tarihi" bir küme olması ise bir yandan yığılma ekonomileri ile eksik ekonomiler arasındaki etkileşim diğer yandan da marjinallik düzeyine karşın radikal yenilikler oranıdır. Öylece teknolojik ve bölgesel dinamikler bir arada ilerler ve karşılıklı olarak birbirlerini belirler [50].

Kümelenme oluşumlarının ardında firmaların karlılığa ilişkin kaygılarının yattığını düşünmektedir. Bu doğrultuda kümelerin doğuşunda temel belirleyici karlılık endişesi olmakla birlikte bu kaygının bir sonucu olan altı temel olgunun belirleyici rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bunlar taklit etme, bilginin/haberlerin yayılması, aynı endüstriyel çevre içerisinde ana kiracı adı verilen bir öncü firmanın yer alması (Anchor Tenant), taşeronluk faaliyetleri yani lider bir firma ve bunun tedarikçi ilişkileri, endüstriyel çevre içerisinde belirli bir kurumsallaşma düzeyinin bulunması ve sosyal yasaların varlığı ve endüstriyel çevre içerisinde diğer firmaları çeken yığılma ekonomileri ve eksik ekonomilerin varlığıdır [50].

Martin ve Sunley (2011) ise Maggioni (2004)'den farklı olarak kümelenme evrelerinin belirleyicileri olarak küme içerisindeki firma sayısını, yenilikçilik kapasitesini, pazar payını ya da buna benzer göstergeleri performans kriterleri olarak belirlemiştir. Kümelenme literatüründe yaşam süreci aynı zamanda endüstriyel ve teknolojik bir döngü ya da süreç ve yığılmaya özgü mekanizmaları da ifade etmektedir [36].

Maggioni (2004)'ün literatür taraması sonucu edindiği verilere göre bir kümenin yaşam döngüsü üç temel aşamada gerçekleşir. Bunlar:

- *Erken Dönem*: Bu dönemde küme oluşmaya başlar, kümenin oluşumu çoğunlukla dışsal kaynaklıdır ve anidir.

- *İkinci Dönem*: Nitelikli işgücü havuzu, ara ürün, hizmet tedariki ve bilgi akışları gibi yığılma ekonomilerinin belirleyicileri içsel büyümenin ve yapısal dönüşümün sürdürülebilirliğinde hayati rol oynarlar.
- *Üçüncü Dönem*: Küme faaliyet gösterdiği sektörde ulusal/uluslararası liderlik elde eder ve teknolojideki ani değişimler ekonomik durgunluk gibi olumsuzluklara karşı esneklik kazanır ya da küme sosyal ve ekonomik olarak çöker ve büyük bir işsizlik ya da işgücü göçü yaratır [50].

Maggioni (2004)'e göre küme içerisindeki yeni firmalar çoğunlukla küme içerisindeki başka firmalardan kopan eski çalışanlardan meydana gelirler ya da başarılı girişimcileri taklit ederek işe başlarlar. Bu erken dönemde Küme içinde ve dışında bilgisel tutarsızlıkların olduğu belirsiz bir çevrede endüstriyel çevre içerisindeki firmaların sayısı potansiyel girişimcilere işgücünün kalitesi, ara mamul olanakları, genel ticari iklim gibi mekânın karlılığını meydana getiren etkenler konusunda işaret verir [50].

Kümelerin oluşumunda etkili olan bir diğer olgu ise haberlerin yayılma mekanizmasıdır Yeni, karlı bir alana yönelik bilgi (haberler ye da dedikodular) endüstriyel çevre içerisinde kolayca yayılabilir. Bilginin yayılma mekanizması bir silsile, sürü psikolojisi doğurur. Bu sürü mantığı yalnız kalma korkusu yaratarak yeni yerlere karşı bir önyargı doğurur ve böylece yer seçimi kararını belirleyen en önemli etkenlerden biri haline gelir. Bunların bir sonucu olarak bu haberleşme mekanizması aynı zamanda yer değiştirme maliyeti de doğurur. Başarılı bir küme içerisinde yer almayı seçen firma; nitelikli işgücü, sermaye, banka kredisi, arazi vb. gibi girdi piyasalarının ve özellikle de küme içerisinde ara mamul tedarik olanağı varsa çıktı piyasalarının ağır rekabet ortamında hayatta kalma başarısı sergileyerek potansiyel müşterilerine kalitesini de göstermiş olur. Küme yeterince büyüdüğünde aşırı rekabet korkusu yeni firmaların kümeye girme isteğini azaltır böylece kümenin büyümesi dengelenir [50].

Bir diğer olgu ise "Anchor Tenant" yani Ana Kiracı olgusudur. Gayrimenkul ekonomileri literatüründe kullanılan bu terim kümelenme literatüründe endüstriyel

atmosfer içerisinde dışsallıklar yaratarak yığılmanın olanaklarına katkı sağlayan büyük bir endüstriyel firmanın varlığı anlamına gelmektedir. Yani yeni firmalar ve bu firmaların doğuşu çoğunlukla Bilgi akışları, özelleşmiş girdi temini ve yenilikçilik ağı gibi etkenlerle ilişkili olarak küme içerisindeki ana kiracıların sayılarıyla ilişkilidir. Büyük bir firmanın varlığı belirsizliğin fazla olduğu ve bariz bir yer seçiminin mevcut olmadığı endüstrinin erken devrelerinde kümeleşme sürecinde katalizör görevi üstlenir [50].

Firmaların belirli bir mekânda yoğunlaşmalarının altında yatan en önemli olgulardan biri de lider tedarikçi ilişkileridir. Bu tür bir ilişki tüm bölgede faaliyetleri organize eden ve koordine eden az sayıda, büyük, öncü ve yenilikçi firma ile bunların taşeronu gibi faaliyet gösteren çoğunlukla zanaatkârlardan oluşan çok sayıda taklitçi küçük firma arasındaki hem sinerjik hem de rekabetçi ortaklık ilişkisi anlamına gelmektedir. Bu tür ilişkilere çoğunlukla Kuzey İtalya Endüstri Bölgesi örnek gösterilmektedir. Aynı bölgede lider ve tedarikçi firmaların gelişimleri arasındaki ilişki, farklı zamanda farklı roller üstlenen maddi dışsallıkların ve rekabetçi dinamiklerin yer aldığı karşılıklı bir varoluşa örnek gösterilebilir. Tedarikçiler daha yüksek fiyatlara ürünlerini satabilmek ve alıcıların çokluğundan kaynaklanan bir "güvenceye" sahip olabilmek için yeterli sayıda lider firmanın bulunduğu bir bölgede yer seçmek zorundadırlar. Lider firmalar ise daha düşük maliyetle ara mamul tedarik edebilmek için yeterli sayıda firmanın bulunduğu bir alanda olmak zorundadırlar [50].

Kümelerin doğuşunda etkili olan bir diğer olgu ise Kurumsallaşma Süreci ve Sosyal Yasalardır. Köken olarak sosyoloji literatüründe kullanılan kurumsallaşma süreci ve sosyal yasalar, kümelenme literatüründe kurumsallaşma sürecinin küme içerisindeki kuruluş/ işyeri açma oranına etkisini ifade etmektedir. Yani organizasyon içerisindeki firma sayısı azsa yatırımların hayata geçirilmesinde ve ortak bir form/hareket oluşturulmasında pek çok yasal engelle ve prosedürle karşı karşıya kalınmaktadır. Bununla birlikte bu hareket içerisindeki firma sayısı yeterli sayıya ulaştığında bu prosedürler ve dolayısıyla organizasyon maliyeti azalmaktadır. Diğer değişkenler sabitken, bu ortak oluşumun içerisinde geliştirilen ortak prosedürün

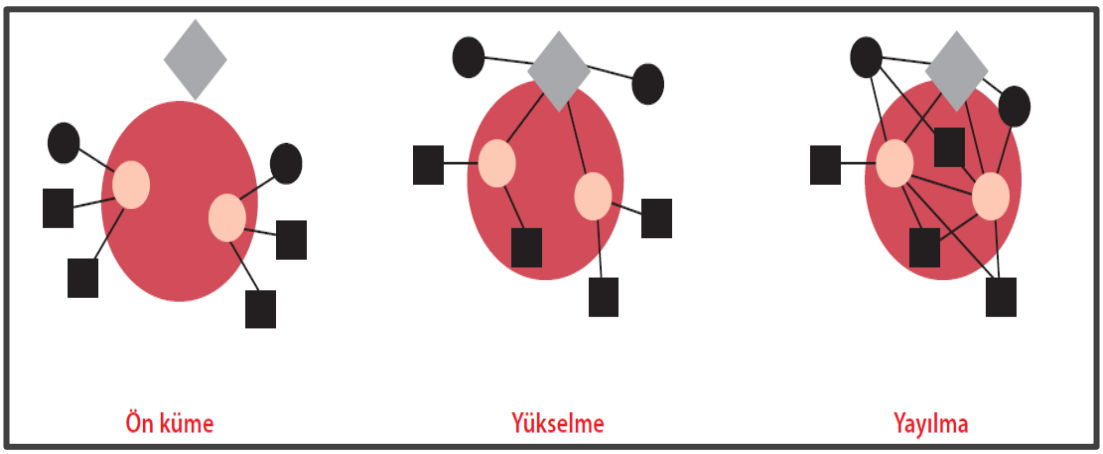
oluşturulan bu ortak form içerisinde kuruluş/ işyeri açma oranını olumlu olarak etkilediği düşünülebilir. Eğer bu ortak form içerisindeki teknik bilgi birikiminin yerel olduğu düşünülürse mekânsal kümelenme bu sürecin doğal sonucudur. Bununla birlikte ortak form/hareket içerisinde kuruluş sayısına bağlı olarak artan rekabet olgusu sürecin aşırı büyümeyle sonuçlanmasının önüne geçer yani firmalar arası rekabet negatif yoğunluğun temel sebebidir [50]. Çizelge 4.2.'de kümelerin oluşumları, erken, ikinci ve üçüncü dönemleri özetlenmektedir.

Çizelge 4.2. Kümelerin yaşam döngüsüne dayalı sınıflama (Maggioni, 2004 ve Martin ve Sunley, 2011'den uyarlanmıştır)

KÜMENİN OLUŞUMU	ERKEN DÖNEM	İKİNCİ DÖNEM	ÜÇÜNCÜ DÖNEM
✓ *Küme içerisindeki firmalardan kopan yeni firmalar:* taklitçilik ve tutarsızlıklar ✓ *Haberlerin yayılma mekanizması:* Yeni ve karlı bir alana yönelik dedikodular ve bu dedikoduların silsile şeklinde yayılması ✓ *Anchor Tenant:* endüstriyel atmosfer içerisinde dışsallıklar yaratarak yığılmanın olanaklarına katkı sağlayan büyük bir endüstriyel firmanın varlığı ✓ *Lider-tedarikçi ilişkileri:* az sayıda, büyük, öncü ve yenilikçi firma ile bunların taşeronu gibi faaliyet gösteren çoğunlukla zanaatkârlardan oluşan çok sayıda taklitçi küçük firma arasındaki hem sinerjik hem de rekabetçi ortaklık ilişkis ✓ *Kurumsallaşma Süreci ve Sosyal Yasalar:* kurumsallaşma sürecinin küme içerisindeki kuruluş/ işyeri açma oranına etkisi	Bu dönemde küme oluşmaya başlar, kümenin oluşumu çoğunlukla dışsal kaynaklıdır ve anidir. Yerel dışsal ekonomiler bir endüstrinin ve teknolojinin erken dönemlerinde küme içerisindeki firmalara küme dışındaki rakiplerine karşı üstünlükler kazandır	Nitelikli işgücü havuzu, ara ürün, hizmet tedariki ve bilgi akışları gibi yığılma ekonomilerinin belirleyicileri içsel büyümenin ve yapısal dönüşümün sürdürülebilirliğinde hayati rol oynarlar.	Küme faaliyet gösterdiği sektörde ulusal/uluslararası liderlik elde eder ve teknolojideki ani değişimler ekonomik durgunluk gibi olumsuzluklara karşı esneklik kazanır ya da yeni ürünlerden ziyade ürün etkinliğine ve yeniliklerin sürece dönüşmesine odaklanılması, firma sayındaki artışların ve karmaşanın getirdiği riskler ve artan işlem maliyetleri sebebiyle kümeleşme daha az faydalı hale gelir ve küme sosyal ve ekonomik olarak çöker ve büyük bir işsizlik ya da işgücü göçü yaratır.

Martin ve Sunley (2011)'e göre ise kümenin yaşam döngüsünü kümenin canlılığı ile teknolojik düzeyi arasındaki eş zamanlılık belirlemektedir. Pek çok ekonomist bir endüstrinin evriminin erken dönemlerinde kümelerin çok değerli ve faydalı olduğunu söylemektedirler. Yerel dışsal ekonomiler bir endüstrinin ve teknolojinin erken dönemlerinde küme içerisindeki firmalara küme dışındaki rakiplerine karşı üstünlükler kazandırdığından özellikle önemlidir [36].

Bununla birlikte kümenin ileriki safhalarında yeni ürünlerden ziyade ürün etkinliğine ve yeniliklerin sürece dönüşmesine odaklanılması, firma sayındaki artışların ve karmaşanın getirdiği riskler ve artan işlem maliyetleri sebebiyle kümeleşme daha az faydalı hale gelir. Pek çok ekonomiste göre kümenin ileriki dönemlerinde firmalar üretimlerini sürdürmek için daha az maliyetli yerler arama eğilimdedirler. Bu yaklaşıma benzer diğer bir yaklaşıma göre ise teknik bilgi zaman içerisinde daha standart ve homojen hale gelmektedir. Endüstri ve küme içerisinde çeşitlilik azalmaktadır kümelerin doğası gereği geliştirdiği güçlü bağlar zamanla kitlenmektedir. Bazı durumlarda küme içerisindeki iletişim ağları çok daha tutarlı ve dışarı kapalı olmaktadır bu durum kümenin yeni bilgileri yakalama kapasitesini ya da küme içerisindeki firmaların yeni ürün ve süreç geliştirme kapasitesini azaltmaktadır. Endüstri- teknoloji yaklaşımına göre yeni ürünlerin geliştirilmesi eski kümelerle mücadele eden ve onların işlerini olumsuz etkileyen yeni kümeler yaratmaktadır [36].



Şekil 4.1. Kümelerin Yaşam Döngüsü [62]

Martin ve Sunley (2011) kümenin yaşam döngüsünü yığılma avantajları ve dezavantajları arasındaki dengenin belirlediğini ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım aynı endüstri içerişimde kümelerin sürdürülebilirlikleri arasındaki farklılıklara dayanmaktadır ve bu yüzden bir endüstrinin evrim süreci içerisinde farklı kümeler doğar ve yok olurlar. Kümeler farklı salt yığılma, endüstriyel kompleks eski ve yeni sosyal ağlar modeli gibi farklı örgütsel rejimlerden meydana gelen yörünge boyunca hareket ederek evrilirler. Bu evreleri belirleyen ne tek başına endüstrinin yaşı ne de teknolojik ve teknik bilgi birikimine dayalı özellikleridir. Küme türleri ve bu evrim yörüngesi arasındaki farklılıklar tamamen sektörlere de dayanmamaktadır. 1990'larda Silikon Vadisinde patlayan bilişim sektörüne karşın Boston Bölgesindeki küçülen endüstri benzer Pazar ve teknolojik koşullar altında bulunan bazı kümelerin büyürken diğerlerinin onların gölgesinde kaldığını ortaya koymaktadır. Teknoloji odaklı yaklaşımdan farklı olarak bu yaklaşımda kümeler teknolojik gerilemeden kurtulabilmek için yeni endüstrilere genişlerler ve yeni bir yaşam döngüsüne başlayarak kümeye yeniden can verirler. Kümenin doğasında endüstri yaşam döngüsünden bağımsız olarak büyüme ve gerileme üzerinde doğrudan etkili olan bir bileşen vardır [36].

Martin ve Sunley (2011) kümelerin büyüme ve gerileme evrelerini rekabet düzeyi ile ilişkilendirmektedirler. Yani kümelerin önemli gerileme sebeplerinden biri mekâna bağlılığın, teknolojik dışa kapalılığın bir sonucu olarak küme içerisindeki firmaların bilişsel olarak birbirlerine çok benzemeleri ve yakın rakiplerini taklididir. Sonuç olarak bir endüstri içerisinde yenilikçilik konusundaki liderlik zamanla bu negatif sürecin bir parçası olmayan küme dışındaki firmalara geçer [36].

Maggioni (2004) ise kümelerin evrimini doğal bir döngüye; kümeye yatırım yapan her yeni girişimcinin önce mevcut girişimcilerin nitelikli işgücü havuzunun varlığı, ara mamul olanakları, teknolojik dışsallıklar ve bilgi akışları mekândan elde ettikleri faydaları arttırmasına ancak daha sonra rekabet ve aşırı sayı artışı sebebiyle bu faydaları azaltmasına bağlamaktadır [50].

Christina Boari'nin 2001 yılında Dünya Bankası için yürüttüğü çalışmasında kümenin dinamiklerini İtalya'daki en başarılı kümelerden biri olan Bolonya Paketleme (Packaging) Vadisi özelinde irdelemiştir. Ülkenin kuzeyinde yer alan Bolonya Paketleme Vadisi büyük üreticiler ve çok sayıda küçük ve orta büyüklükte firmaların oluşturduğu montajcı ve özelleşmiş yedek parça tedarikçisi ile ülkedeki paketleme makineleri üretiminin en yoğun olduğu bölgedir. İtalyan üreticiler bu alanda teknolojik düzeyleri bakımından uluslararası rekabet düzeyine sahiptirler. Bunu son 15 yıl içerisinde ihracat oranlarının %85'e ulaşarak Almanya'dan sonra ikinci sırayı almaları kanıtlamaktadır. ACMA gibi birkaç büyük ölçekli öncü firma dışında bölge firmaları endüstriye küçük atölyeler olarak girmişlerdir. ACMA faaliyete küçük bir atölyede bölgede yer alan bir farmasötik firmasının partneri olarak başlamış birbirinden başarılı ürünleriyle kısa sürede büyüyerek kimya sanayii, farmasötik, gıda ve konfeksiyon endüstrilerine makineler üreterek üretim yelpazesini genişletmiştir. 1960'lar ve 80'lerin ortalarına kadar ACMA'nın kendisinden kopan, kriz döneminde işten çıkardığı işçilerin kurdukları çok sayıda yeni firma doğmuştur. Bu firmalardan pek çoğu kendinden önceki firmaların ürünlerini geliştirmeyi hedeflemiş farklı pazarlara yönelerek küme içerisindeki diğer firmalarla doğrudan rekabet etmeyi reddetmiştir. Mekanik parça ve metal işlerinde uzmanlaşmış olan bu firmalardan bazıları için büyük firmaların fason üretimlerini gerçekleştirmek ve yedek parça üretmek oldukça kolay olmuştur [49].

Boari (2001)'e göre Paketleme Vadisinin bu erken evrelerinde iki önemli faktörün rolü endüstriyel alanın gelişiminde etkili olmuştur. Bunlardan ilki; bazıları bölgede yer alan ve sürekli yeni ve gelişmiş ürünler talep ederek yenilikçilik sürecini ve firmaların ürünlerini çeşitlendirmesini tetikleyen yoğun müşteri talepleridir. Erken dönemlerde yerel talep belirleyici bir rol oynamıştır. Diğer belirleyici faktör de yerel teknik uzmanlığın varlığıdır.. Tüm bu durum ve bölgede yer alan Istituto Aldini Valeriani Teknik Okulu, Bolonya'nın üretim geçmişini meydana getirmişlerdir. Deneme yanılma yöntemine dayalı öğrenim süreci tasarımcılar ve montajcıların sık sık birbirleriyle etkileşim içerisinde olmasını tetiklemiştir [49].

Cooke (2007) ise kümelerin döngüsünü San Fransisco Biyoteknik ve Medical kümesi özelinde irdelemektedir. Cooke, 2007'ye göre DNA'nın rekombinasyonunu (genetik çeşitleme) gerçekleştiren Nobel ödüllü Herb Boyer ve ortağı Stanley Cohen 1976'da ana sermayedar Robert Swanson ve diğer sermayedarlar Kleiner, Perkins, Caufield ve Byer ile karşılaşarak "Genetech" adlı firmayı kurduğunda San Fransisco'da herhangi bir küme mevcut değildir [51].

İkinci evrede bölgede kaynağını bilimsel araştırmalardan alan biyoteknoloji alanında faaliyet gösteren daha fazla firma oluşmuş ve bu yeni firmalar Genetech'in başarısını taklit etmişlerdir. Bu evrede sektör artık özelleşmiştir. Bu evrede firmaların ve bu firmaların kurucuları da dahil bu firmalarda istihdam edenlerin yakın üniversiteler ile yakın bağlantı içerisinde olması, bölgede iletişim kanallarının açıklığı ve bilgi akışları, bilime temelli yapının etrafında yüksek düzeyde yenilikçi bir çevreyi inşa etmiştir. Üçüncü aşama bir yandan firmalar arası farklılaşmaların ve uzmanlaşmış tedarikçilerin oluşumu diğer yandan gen haritasının çözülmesi gibi yeni araştırıma alanlarının ve yeni firma türlerinin oluşumu ile başlar. Bugüne kadar büyük araştırma bütçeleri önde gelen araştırma merkezlerini cezbetmiş ve bölgedeki yeni buluşların oluşumunu, iletişim olanakları ve bilgi akışları ile yeni firmaların oluşumunu tetiklemiştir. Son olarak bölgede yer alan büyük ilaç firmaları ile karşılıklı ilişkilerin sonucu olarak pek çok ciddi girişim gerçekleşmiştir. Denemeler başarı ile sonuçlanmış ve bir sağlık ürününün pazarlanması için yapılan lisans anlaşmaları büyük ilaç firmaları ve biyoteknoloji alanında faaliyet gösteren firmalar arasında sıklıkla görülmektedir [51].

Boari (2001)'in Bolonya Paketleme Vadisi örneği ile Cooke (2007)'nin San Fransisco Biyoteknik ve Medikal Kümesi örneği esasında Maggioni (2004) ve Martin ve Sunley (2011)'in kümelerin yaşam döngüsüne ilişkin ortaya koydukları kuramsal çerçeveyi doğrulamaktadır. Boari (2001)'in çalışmasının ortaya koyduğu üzere ACMA şirketi ve partnerliğini yaptığı farmasötik firmalarının oluşturduğu Lider-tedarikçi ilişkisi kümenin oluşumunda önemli rol oynamıştır. Bununla birlikte bölgede zaman içerisinde gelişerek sektörün önde gelenlerinden olan "ACMA" gibi bir firmanın varlığı ve yarattığı dışsallıklardan bölge içerisindeki diğer firmaların

faydalanması ve gelişmesi yığılmanın erken devrelerinde bölgede büyük bir firmanın varlığının (Anchor Tenant) kümeyi bir üst evrelere taşımasına örnek olarak gösterilebilir. Kümenin ikinci evresinde ACMA gibi büyük firmalardan kopan yeni firmaların varlığı, Istituto Aldini Valeriani Teknik Okulu ve kurumsallaşma süreci kümenin yapısal dönüşümünde belirleyici rol oynamışlardır Bununla birlikte erken dönemdeki tutarsızlıkların aksine ikinci dönemde daha da zenginleşen bilgi ve işgücü havuzları ve sosyal iletişimin getirdiği küme içerisinde deneyimlerin ve teknolojinin yayılma hızı kümeyi bir üst evreye taşımıştır. Üçüncü evrede ise küme ulusal boyutta liderlik elde etmiş ve ününü küresel boyuta taşımıştır [49].

Benzer olarak Cooke (2007)'nin örneği de bilimsel bir gelişmenin sonucunda sektörün öncülerinden olan Genetech firmasının oluşumu, firmanın yarattığı dışsallıklar, küme içi bilgi akışları ve yenilikçiliği destekleyen bir çevrenin sonucunda küresel lider bir kümenin oluşumu kümelerin yaşam döngüsünü ortaya koymaktadır [51].

4.1.2. Kümelerin işlem temelli sınıflaması

Gordon ve McCann (2000) a göre kümelenmenin üç temel formu vardır. Bunlardan ilk ikisi neoklasik gelenekten türeyen klasik yığılma modeli ve endüstriyel kompleks modelidir. Üçüncü model ise daha sosyolojik bir bakış açısına sahip olan sosyal ağlar/kulüp modelidir [17].

McCann ve ark. (2002)'ye göre bu endüstriyel küme modellerini birbirinden ayıran temel şey küme içerisindeki firmaların birbirleriyle olan ilişkileridir [52].

Iammarino ve McCann (2006)'ya göre işlem maliyeti sınıflamasının en önemli avantajı mekânsal yoğunlaşmaların çeşitliliğini anlayabilmemize olanak tanıyan örgütsel bir çerçeve sunmasıdır. Aynı zamanda bu sınıflamanın en önemli eksikliği öğrenme, bilgi birikimi ve teknik bilgi üretimi gibi dinamik etkenleri yok saymasıdır. Bu yaklaşım statik doğası, bilgi ve teknoloji gibi dinamikler için sınırlı açıklama

sunması ve yenilikçilik süreci ve endüstriyel yapı arasındaki ilişkiyi hesaba katmaması ile oldukça dar bir bakış açısı sunmaktadır [46].

Klasik / Salt Yığılma Modeli:

Gordon ve McCann (2000)'e göre erken mekânsal analizler endüstriyel yığılmaların varlığını ortaya koymuş olsa da bu olgunun ilk sınıflaması Adam Smith'in uzmanlaşma üzerine öncü görüşlerini analiz eden Alfred Marshall tarafından yapılmıştır. Alfred Marshall firmaların aynı mekânda yer alma eğilimlerini açıklamak için üç tane neden sunmuştur. Bunlar uzmanlaşmış işgücünün de mekânda yığılması ("işgücü havuzu), belirli bir endüstriye özgü ticari olmayan girdinin kolayca tedarik edilmesi ve sürekli fikirler ve haber akışlarıdır. Alfred Marshall'ın mekân üzerinde uzmanlaşmış yerel işgücü birikiminin avantajlarına yönelik gözlemleri günümüz koşullarında bakıldığında işçiler ve çalışanlar arasında iş yapma olanaklarını maksimize eden ve her iki taraf için de arama masraflarını azaltan işgücü piyasası olarak tanımlanabilir [17].

Ticari olmayan girdilerin kolayca temini mekânda ölçeğe dayalı ekonomilerin varlığı anlamına gelmektedir, fikir ve haber akışlarının maksimizasyonu ile ürün ve piyasa bilgisi mekânsal yapılanma içerisindeki aktörler arasında kolayca paylaşılabilir. Marshall'ın bu yaklaşımının temelinde yatan coğrafi yakınlıktan kaynaklanan ekonomik faydalar arasındaki bağlantıların ne olduğu ve bu faydalardan mekân üzerindeki her bir firmanın payına ne düştüğüdür. Bir arada bulunmanın getirdiği faydaların farklı kaynakları olsa da coğrafi yakınlık bu firmaların "dışsal ekonomiler" adı altında bir arada gruplanmasının temel sebebidir bu duruma çoğunlukla "yığılma ekonomileri" denmektedir. Mekânsal yığılmalar yerel istihdam piyasası içerisinde etkin arama ve karşılıklı iş yapma fırsatları yaratarak, nitelikli işgücünün bölgede birikimine ve firmaların verimliliklerinin artmasına olanak tanırlar. Bu durum çalışan ücretlerinin etkin bir şekilde belirlenmesi ile sonuçlanır [17].

Bununla birlikte McCann ve ark. (2002)'ye göre Salt Yığılma Modelinde firmalar arası ilişkiler geçicidir. Firmalar genelde küçük ölçeklidir. Pazar kabiliyetleri azdır ve fırsatları yakalamak ve rekabet koşullarına uyum sebebiyle sürekli diğer firmalar ve müşterileri ile olan ilişkileri değişmektedir. Bu durumda firmalar arasında sadakat ya da uzun dönemli ilişkiler söz konusu değildir. Kümelenmenin tüm yerleşik firmalar getirdiği pozitif dışsallıklar sadece o firmaların mekandaki varlıklarından kaynaklanmaktadır. Kümeye erişim açıktır ve kümenin performansının göstergesi o bölgedeki emlak kiralarının artışı ile ölçülür. Bu ideal model en iyi Marshall'ın (1920) yığılma modeli ile örneklenebilir. Bu tür bir yığılma modeli ancak kentlerde oluşabileceğinden bu model içerisinde yer alan mekan kent mekanıdır [52].

Endüstriyel Kompleks Modeli:

Gordon ve McCann (2000)'e göre Klasik ve Neoklasik Ekonomi geleneğinden doğan ikinci tür mekânsal kümelenme modeli endüstriyel kompleks modelidir. Endüstriyel kompleksler firmalar arasındaki bir dizi tanımlanabilir ve sabit ilişkilerle karakterize edilmektedir. Bu ilişkiler temel olarak ticari bağlantılar ve yerel alışkanlıkların belirlediği alış-satış alışkanlıklarından doğmaktadır. Üretim ve endüstrinin mekânsal örgütlenmesi arasındaki ilişkiye yönelik eken çalışmalar ulaşım maliyeti ve yerel üretim faktörlerinin fiyatı ile optimal yer seçimi arasındaki ilişkiyi sorgulamışlardır. Analizlerde firmaların yer seçiminin nasıl mekânsal işlem maliyetine dayalı olduğu üzerine odaklanılmıştır. 19. Yüzyılda yapılan erken çalışmalarda mekânsal işlem maliyeti yalnızca ulaşım maliyeti olarak değerlendirilmiştir ancak mekânsal işlem maliyeti günümüzde telekomünikasyon maliyetini ve geniş bir tanımlama ile taşıma maliyetlerini de içermektedir [17].

Endüstriyel kompleks modelinde her firma tarafından üretilecek ürün bellidir, haberleşme işlem maliyeti ve coğrafi mesafenin analizi için bilinmesi gereken tek değişken firmaların üretim yapılarıdır. Modelin amacı birbiriyle ilişkili firmaların mekânsal alışkanlıklarının ve giderlerinin belirlenmesidir. Bu yaklaşımla endüstriyel kümelerin gözlenmesinin tek sebebi firmaların en çok bir arada yer seçerek minimize edebildiği mekânsal işlem maliyetlerinin azaltılmasıdır.

McCann ve ark. (2002) Endüstriyel Kompleks Modeli'ni küme içerisindeki firmalar arasında önceden belirlenmiş uzun vadeli ilişkiler olarak tanımlamaktadır. Bu tür bir kümelenme genellikle demir çelik ve kimya endüstrilerinde gözlemlenir. Bu mekansal gruplanmaya katılan firmalar, grubun bir parçası olabilmek için başta fiziksel sermaye ve yerel gayrimenkul yatırımı gibi önemli uzun vadeli yatırımlra yaparlar. Bu tür bir gruba erişim yüksek giriş ve ayrılma maliyeti sebebiyle zor ve sınırlıdır ve bu tür bir mekansal kümelenmede firmalar arası ulaşım ve işlem maliyetlerini azaltmak için temel gereklilik "yakınlıktır". Kira artışları bu modelde söz konusu değildir, çünki arazi firmalar tarafından zaten satın alınmıştır ve satılık değildir. Endüstriyel Kompleks Modelinde mekan kavramı yereldir ancak bu model içerisinde yer alan mekan, kent olmak zorunda değildir bu tür kompleksler bir kentte olabileceği gibi kent dışında da yer alabilir. Endüstriyel Kompleks Modeli özellikle gelişmekte olan ülkelerde sanayi teşvik politikalarında önemli bir araç olarak kullanılmaktadır [52].

Gordon ve McCann (2000)'ye göre ise Endüstriyel kompleks modeli statik bir modeldir ve tahmin edilebilir bir sistemdir. Tek amacı üretim bağlantıları oluşturarak kar etmektir. Bu modelde mekân kavramı önceden planlanmış bağlantıların şekillendirilmesiyle mesafenin getireceği maliyetin azaltılması ile ilişkilendirilir. Model özel olarak firmalar arasında tekel oluşturmak ve kar etmek amacıyla planlanmış olduğundan modelde temel aktörler de önceden tanımlanmıştır. Kompleks içerisindeki her firma ticari bağlantılar kurmak için sabit sermaye harcamaları ve araştırma-geliştirme harcamaları adı altında önemli sermaye yatırımları yapmaktadır. Petrol rafinerileri, petrokimya ve farmasötik kompleksler bu modelin en karakteristik örnekleridir. Ayrıca Toyota Kenti gibi Japon JIT (Just In Time) otomotiv kompleksleri de bu modele örnek verilebilir [17].

Sosyal Ağlar Modeli:

McCann ve ark. (2002)'ye göre endüstriyel kümelenmenin üçüncü ideal modeli sosyal ağlar modelidir. Sosyal ağlar modeli farklı organizasyonlar içerisindeki kilit aktörler arasında karşılıklı güvene dayanmaktadır. Bu tür bir güven anlayışı kendini

ortaklık, lobicilik, ortak iş yapma, resmi olmayan ittifaklar ve karşılıklı düzenlemeler seklinde göstermektedir. Bununla birlikte bu tür bir modelde kilit nokta firmalar tarafından fırsatçılık gözetilmemesidir. Sosyal ağlar modelinde tüm bu davranışsal özellikler paylaşılan bir geçmişin ve kilit aktörlerin deneyimlerinin şekillendirdiği karşılıklı güvenin meydana getirdiği ortak bir kültüre dayanmaktadır. Coğrafi açıdan bakıldığında yerel iş ortamını ve işbirliğini meydana getiren, risk alabilmeyi sağlayan böylesi güven ilişkilerinin mekânsal yakınlığa bağlı olduğu söylenebilir. Bununla birlikte ağlara erişim için mekânsal yakınlık gerekli; ancak yeterli değildir. Bu modelde üyelik kısmen açıktır buna karşın aynı mekânda yer seçmek ağa erişimi garantilemeyecek sadece erişim şansını arttıracaktır. Bu modeli en iyi ortaya koyan İtalya Emilia- Romagna Bölgesi gibi alanlar için kullanılan ve günümüzde oldukça popüler olan yeni endüstriyel alanlar modelidir. Bu modelde de mekân yereldir ve kent mekânı olmak zorunda değildir [52].

Gordon ve McCann (2000)'e göre ise sosyal ağlar modeli sosyolojik literatür içerisinde gelişmiştir. Bu modelin savunucularına göre hiyerarşik organizasyon ve kurumlar fırsatçılık ve rasyonellik üzerine kurulu Pazar ekonomisinden kaynaklanan işlem masrafları sorunlarının çözümünde en iyi yöntemdir. Bu açıdan bakılınca örgütsel bir yapı güven olgusunun ekonomik sistem içerisinde kurumsallaşması anlamına gelen işlemlerin içselleştirilmesine ve koordinasyonuna olanak tanıyacaktır. Sosyal ağlar modelinde kişiler arasındaki bu ilişkiler karşılıklı güvene dayanmaktadır ve bu bağlantıları güçlendiren resmi olmayan bir ilişki söz konusudur. Bir grup farklı firma ya da organizasyon içerisinde karar alma gücüne sahip kişiler arasındaki güven ilişkisi hiyerarşik örgütlenme ilişkileri ya da sözleşmeye dayalı pazar ilişkilerinden kaynaklanan davranışlardan farklıdır. Güvene dayalı bu tutumun arkasında üç temel anahtar vardır. Bunlardan ilki sosyal ağlar içerisindeki firmalar fırsatçılık gütmeyerek riskli ortaklıklar ve ortak atılımlar gerçekleştirebilmelidir. İkincisi firmalar misilleme korkusu olmaksızın ilişkilerini yeniden organize edebilmelidirler, üçüncüsü firmalar ortak amaçları gerçekleştirmek için bir grup gibi davranma konusunda istekli olmalıdırlar [17].

Bu davranışsal özellikler ortak çalışma ve faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesi için ne fiyat düzenlemelerinin ne de izleme çalışmalarının yeterli olduğu durumlarda kurulan sosyal ağların karşılıklı ve özel ilişkiler geliştirdiği anlamına gelmektedir. Bu karşılıklı ilişkilerin gücü sosyal ağın "gömülülük" derecesi ile belirlenmektedir. Bununla birlikte (yığılma modelinin salt piyasa mekanizmasından kaynaklanan ilişkileri de dahil) her türlü ekonomik ilişki bir grup aktörce paylaşılan normlara, kurumlara ve bir dizi varsayıma dayalı olması açısından sosyal olarak gömülüdür. Ancak bu grubun büyüklüğü, normların gücü ve ortak inançların doğası ekonomik ilişkiler arasında farklılık yaratır. Endüstriye kümeler işte bu noktada yığılma modelinden ayrılır. Yapılan çalışmalar endüstriyel kümelerin aktörlerine yalnızca bazı tamamlayıcılıklar ve fırsatlar sunan basit ekonomik gruplardan ziyade sosyal entegrasyonun farklı bir düzeyi olduğunu göstermektedir [17].

Gordon ve McCann (2000)'e göre sosyal ağlar geçmişin ve süregelen kolektif faaliyetlerin yarattığı uzun ömürlü sosyal sermayenin farklı bir formudur. Bu yaklaşımla sosyal ağlar modelinin güçlü yanı geçmişten gelen karşılıklı güven, diğerlerinin davranışlarını gözlemleme olanağı, ortak çıkar duygusu ve önemli kazanımlar beklentisidir [17].

Çizelgede 4.3.'te her kümelenme çeşidinin özellikleri sıralanmaktadır. Görüldüğü gibi üç ideal kümelenme modeli de birbirinden oldukça farklıdır.

Çizelge 4.3. Endüstriyel kümelerin işlem maliyeti yaklaşımına göre sınıflandırılması [52]

	SALT YIĞILMA	ENDÜSTRİYEL KOMPLEKS	SOSYAL AĞLAR
Firma Büyüklükleri	Küçük Ölçekli İşletmeler	Bazı Firmalar Büyük Ölçekli	Farklı Ölçekte firmalar
İlişkilerin Yapısı	Firmalar arasındaki ilişki tanımlı değil. Firmalar arasında değişken ve kırılgan ilişki yapısı	Firmalar arasındaki bağlantılar tanımlı, sabit ve devamlı ticaret	Firmalar arası ilişkiler karşılıklı güvene dayalı, sadakat, ortaklık, lobicilik, ortak girişim, fırsatçılık gözetmeme

Çizelge 4.3. (Devam) Endüstriyel kümelerin işlem maliyeti yaklaşımına göre sınıflandırılması [52]

Üyelik	Açık	Kapalı	Kısmi olarak açık
Kümeye Erişim	Bir arada yer seçimi için belirli bir kira ödenmek zorunda	Bir arada yer seçmek için grup içi yatırım zorunlu (çoğunlukla araştırma bedeli ve sabit sermaye harcaması olarak)	Bir arada yer seçmek gereklidir bununla birlikte yeterli değildir ortak bir geçmiş ve deneyimlerin de olması gereklidir.
Mekâna Etkiler	Kira artışları, mülki değer artışları	Kiralara ya da mülklerin değerlerine bir etkisi yoktur	Kısmı kira artışı ve mülki değer artışı
Mekân Kavramı	Kentsel	Yerel ve bölgesel	Yerel ve Bölgesel
Küme Örnekleri	Rekabetçi Kent Ekonomisi	Petrokimya, Çelik Sanayii Kompleksleri	Yeni Endüstriyel Alanlar
Analitik Yaklaşımlar	Salt Kümelenme Modeli	Yer Seçimi- Üretim Teorisi, Girdi- çıktı analizleri	Sosyal Ağlar

4.1.3. Teknolojik/ bilgi temelli sınıflama

Geçmişte kümelerin sundukları olanaklara ilişkin çalışmalar genellikle klasik olarak yığılmaların sağladığı dışsallıklara ve artan gelirlere odaklanmaktaydı. Bununla birlikte teknolojinin son derece hızlı değiştiği günümüz dünyasında kümeler yapı olarak salt/klasik yığılma modelinden daha karmaşık bir yapı göstermektedir.

Iammarino ve McCann (2006)'ya göre değişen koşullarla birlikte Marshall'ın öncü gözlemi yerel ekonomik büyümeyi açıklamada önemli bir değişken olarak teknolojik etkenleri de içine alarak genişlemiştir. Bu teknolojik etkenlere yerel patent sayısı, yerel Ar-Ge harcamaları ve yerel istihdam örnek verilebilir. Bu modeller ayrıca bilgi

üretimi ve yenilikçilik düzeyinin tespiti için geliştirilen alternatif ölçümlerle genişletilmiştir [48].

Bilginin dinamik doğasının, teknolojik ilerlemenin ve küresel dinamiklerin bir sonucu olan tüm bu gelişmelerin sonucunda işlem maliyeti yaklaşımının tanımı genişletilerek mevcut koşulları daha iyi ortaya koyan güncel bir sınıflama geliştirilmiştir. Iammarino ve McCann(2006) bu yeni sınıflamayı endüstriyel kümelerin bilgi temelli sınıflandırılması olarak adlandırırken; Morosini (2004) endüstriyel kümelerin teknoloji temelli sınıflaması olarak adlandırmıştır.

Morosini (2004)'e göre kümelerin rekabet düzeyleri ve performanslarının temel belirleyicileri olarak bilgi tabanlı ögeler nicel ve örneğe dayalı araştırma çalışmaları içerisinde büyük ilgi çekmiştir. Bu çalışmalar kümelerin rekabet gücü ve performansını anlamak için kesin bir çerçeve sunmasa da hem kavramsal bir zemin hem de ampirik kanıtlar sunmaktadırlar [53].

Iammarino ve McCann (2006)'ya göre bu yaklaşım mekânsal olarak tanımlanmış endüstriyel kümeleri bilgi ve yenilikçilik yapılarına göre kendi içlerinde ayrılmaktadır. Bu tür bir uyarlamada temel özellikler bilginin doğası, teknolojik rejimler, endüstriyel yapı ve yönetim alışkanlıkları temel etkenler olarak tanımlanabilir. Esasen bu etkenler işlem maliyeti sınıflamasında da mevcuttur ancak böyle bir genişletilmiş yaklaşım bu durumu belirginleştirmektedir. Bu da firmaların endüstriyel ve teknolojik çevreleri ile etkileşim içerisinde olabileceklerini ve bilgi yapısı ile ekonomik gelişme arasındaki bağları güçlendirebilecekleri gibi olasılıkları hesaba katma olanağı sunmaktadır [48].

Kümeler işlem maliyeti açısından sınıflandırılabildiği gibi teknolojik alışkanlıklar, genel yapı ve yönetim sistemleri açısından da birbirinden ayrılır. Çizelge 4.4.'te teknik bilgi, teknoloji ve kümelerin diğer dinamiklerinin de dahil edilmesiyle beraber klasik işlem maliyeti sınıflamasının genişletilmiş bir uyarlaması olan endüstriyel kümelerin teknolojik sınıflandırması özetlenmektedir.

Çizelge 4.4. Endüstriyel kümelerin bilgi/ teknoloji temelli sınıflaması [48]

NITELIK	SALT YIĞILMA	ENDÜSTRIYEL KOMPLEKS	SOSYAL AĞLAR MODELI	
			Yeni	*Eski*
Teknik Bilgi Yapısı:	Yaygın, gezici ve kolay anlaşılan/herkese açık, haberleşme yoluyla aktarılan	Karma, Sistematik, rutinleşmiş, Ar-Ge odaklı, spesifik, transfer edilemeyen deneyimlere dayalı	Gömülü, yeni, o endüstriye özgü, sistematik olmayan, karşılıklı iletişimle aktarılan	Karma, olgunlaşmış, çoğalan, yerel ağlarla yayılan
Teknolojik Yörünge:	Süreç odaklı, problem çözmeye dayalı	Kompleks üretime ve maliyet minimizasyonuna dayalı	Yeni üretim sistemlerine dayalı	Sürece dayalı ve müşteri tarafından şekillendirilir
Dinamikler:	Rasgele/ Tahmini	Stratejik	Karma	Karma
Yenilikçilik Kaynakları:	Firma dışı, düşük düşük rekabet, monopol ya da dengesiz rekabet yapısı	Firmalararası, yüksek rekabet, yeni bilgi üretimi, oligopol rekabet yapısı	Hem Firma dışı hem firmalar arası, kamu-özel ortaklığına dayalı bilgi üretimi	Firma dışı , düşük rekabet, işbirliği ve rekabet
Teknolojik fırsatlar:	Orta	Düşük	Çok yüksek , değişken	Düşük
Yığılma Derecesi:	Düşük	Yüksel	Düşük	Yüksek

Çizelge 4.4. (Devam) Endüstriyel kümelerin bilgi/ teknoloji temelli sınıflaması [48]

Bilgiye Dayalılık:	Çeşitlilik	Uzmanlaşmış	Ar-Ge'ye dayalı	O endüstri içerisinde uzmanlaşmış
Yönetim Biçimi:	Piyasa dinamkleriyle yönetilen	Hiyerarşi ile yönetilen	Karşılıklı ilişkiler	Sosyal ve tarihi ağlar
Örnek Sektör:	Bankacılık, finans, sigortacılık, iş hizmetleri, perakendecilik	Çelik, Kimya, otomotiv, farmatik, teçhizat, medikal malzemeler,	KOBİ'lerin oluşturduğu yüksek teknolojili kümeler	Talebe göre özelleşen geleneksel ürünler: tekstil, ayakkabıcıık, mobilya, turizm
Örnek Küme:	Silikon Vadisi (Kaliforniya)	İskoç Elektronik Endüstrisi	Cambridge yüksek teknoloji kümesi	İtalya Endüstri Bölgesi (Emilia Romagna)
Sınıflama:	Bilgi bağımlı, tedarikçi odaklı firmalar	Ürün odaklı firmalar (Ölçeğe dayalı ve uzmanlaşmış firmalar)	Teknik bilgi odaklı firmalar	Tedarikçi odaklı firmalar

Tabloda görüldüğü gibi İşlem Maliyeti Yaklaşımından farklı olarak Iammarino ve McCann (2006) Sosyal Ağlar Modelini kendi içerisinde ikiye ayırmışlardır. Tabloya göre sosyal ağlar modeli diğer modellere göre daha homojen ve daha tutarlı bir analitik kategori olmasına rağmen genişletilmiş bir bakış açısı ile sosyal ağlar modeli de eski ve yeni sosyal ağlar modeli olarak kendi içerisinde ayrılabilir [48].

Tabloya göre yeni sosyal ağlar modelinde firmalar arası etkileşimlerden doğan bilginin kolayca yayılan karakteri, yenilikçilik sisteminin açıklığı ve bunlarla ilişkili yeni kurallar, standartlar, planlar ve süreçlerin doğması teknik bilginin önemli dış kaynaklarıdır. Eski sosyal ağlar modelinde ise açık bir hiyerarşik yapı yoktur yenilik

sisteminin koordinasyonu tamamen işbirliği ve rekabete bırakılmıştır. Bilgi yaygın ve olgunlaşmıştır ve tamamen yenilik sürecine odaklanmaktadır. Özellikle kişiler arası bağlantılar, sosyal ve politik lobicilik ile aktarılır [48].

İki model arasındaki temel farklılık yeni sosyal ağlar modeli temel olarak coğrafik olarak gömülü sosyal yakınlığa dayalıdır ve ilişkisel ve bilişsel yakınlık çoğunlukla yeni sosyal ağlar modelinin temelini oluşturmaktadır. Yeni sosyal ağlar modeli esasında çok da mekânsal olması gerekmeyen uygulamalara dayalı iken eski sosyal ağlar modeli ise tarihi deneyimlerden doğmaktadır [48].

4.1.4. Kümelerin kökenlerine ilişkin sınıflama

Kümeler çeşitlerine, kökenlerine ve dinamiklerine göre çeşitlilik gösterirler. Kümelerin kökenlerine ilişkin sınıflama literatürde yaygın olarak kullanılmasa da son yıllarda özellikle kümelenmenin küresel ve bölgesel örgütler düzeyinde önem kazanması ile birlikte kamu politikaları ya da özel girişim sonucu kurulan kümelenme girişimlerinin artışı kümelerin analizinde böyle bir sınıflamaya gidilmesini zorunlu kılmıştır.

Kümelerin kökenlerine göre sınıflaması yaklaşımı çoğunlukla potansiyel bir kümeyi kurulu bir küme haline getiren dinamiklerle ilgilenmektedir.

Floysand ve ark. (2012)'ye göre potansiyel bir kümede firmalar birlikte çalışmanın kendilerine bazı avantajlar getireceğini keşfetmeye başlarlar. Firmalar arası işbirliği potansiyeli ve karşılıklı faydanın gerçekleştirilmesi firmaların aynı yörüngede gelişmesini gerektirir. Firmalar arası bu etkileşimlerin ve işbirliklerinin harekete geçmesi ile küme oluşumu başlar. Bu aşamada firmalar, firmalar arası bilgi paylaşımı ve öğrenmeden faydalanmaya başlar. Eğer bu işbirlikleri başarılı olursa oluşma sürecindeki küme işbirliklerinin yapısının ve süreçlerinin düzenlenebildiği kurulu bir kümeye dönüşür [54].

Bununla birlikte son yıllarda çoğunlukla kamu politikalarının bir sonucu olarak doğrudan kamu eliyle ya da bazı teşviklerin sonucu olarak özel sektör girişimi ile kurulan kümelerin kalkınma politikalarının önemli araçlarından biri haline gelmesi kümelerin oluşumunda doğal dinamiklerin yanında politika ve stratejilerin rolünü ön plana çıkarmaktadır. Bu durum iktisadi çevrede kendiliğinden gelişen kümeler ile bir girişim sonucu kurulan kümeler arasındaki sınıflama yapma gereğini doğurmaktadır.

Floysand ve ark. (2012)'ye göre kendiliğinden gelişen kümelerin oluşumu bilgi akışları, karşılıklı öğrenme, rekabet, tamamlayıcılıklar ve yakınlık gibi klasik yığılma etkenlerine bağlı iken kümelenme girişimleri politika stratejileri ve erken dönemde kamu teşviklerine bağımlıdır [54].

4.2. Kümelerin Başarı Ölçütleri

Ketels ve ark. (2006)'ya göre firmalar ulusal politikalara göre şekillenmekle birlikte pek çok açıdan küresel piyasalarla doğrudan ilişki içerisindedir. Küresel piyasalar pek çok sektörde küresel değer zincirinin farklı düzeylerinde sundukları malzeme, yedek parça, makine- teçhizat ve hizmetler, düşük maliyetli üretim ve daha büyük piyasalara erişim gibi olanaklarla gelişmiş ölçek ekonomileri ile firmalara kendilerini geliştirme ve etkinliklerini arttırma olanağı sunarlar. Bir küme içerisinde yer alan firmanın etkinliğini ve rekabet gücünü sürdürebilmesi için küresel piyasalara yeteri kadar ulaşabilmesi gereklidir. Yani başarılı bir küme birbirinden farklı üç temel dinamikle şekillenir. Bunlar küresel çekim gücüne sahip olma, küresel piyasalara erişim ve sürdürülebilir yenilikçilik, içsel gelişim ve kaynakların geliştirilmesidir. Bu üç temel dinamik bir kümenin rekabet edebilirliğini geliştirmesi, büyümesi ve hedeflerini gerçekleştirebilmesi olmak üzere üç anahtar göstergeye bağlıdır. Bu üç anahtar göstergeden ilki olan küresel rekabet düzeyinin geliştirilmesi endüstri- Ar-Ge faaliyetleri ve yeni teknolojilerin geliştirilmesi arasında bağ kurmaktadır. Kümenin büyümesi hem yeni firmaların oluşumu gibi içsel, hem de yeni firmaların cezbedilmesi gibi dışsal büyümeyi içermektedir. Kümenin varoluş amaçlarını yerine getirmesi ise küme içerisindeki firmaların beklentilerinin karşılanma düzeyi ve

gerçekleştirilen faaliyetlerden üyelerin ne düzeyde haberdar olduğu ile ilişkilenmektedir [55].

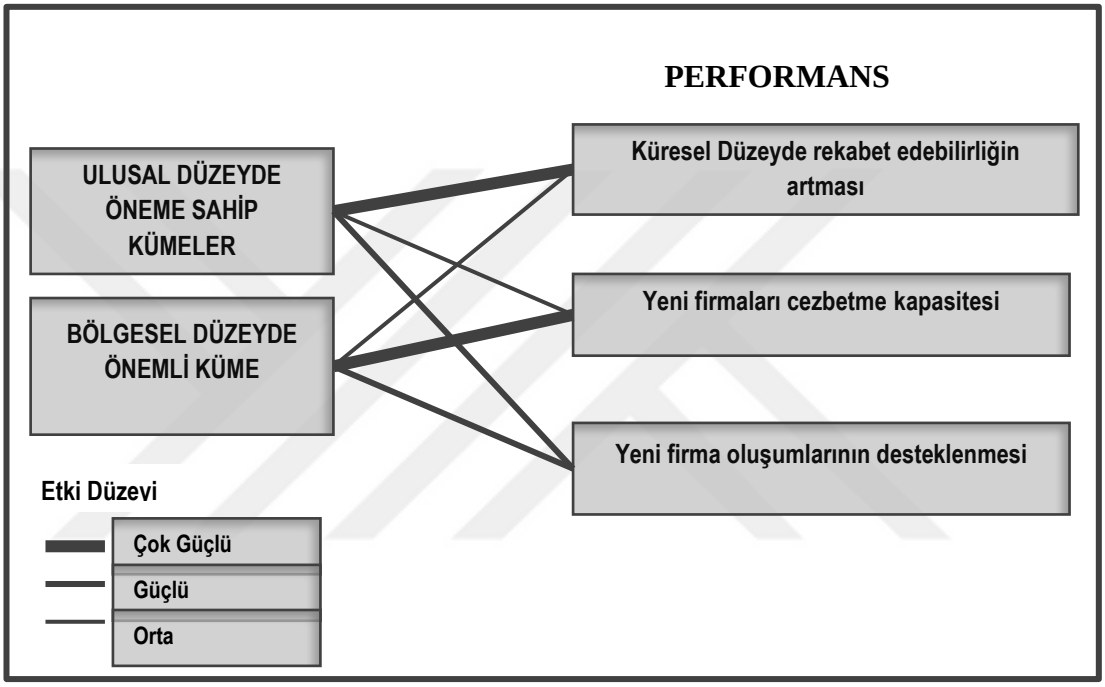
Farklı bir bakış açısı ile Delgado ve ark. (2011) ise yaptıkları analizlerle güçlü kümelerin istihdam büyüklüğünü olumlu yönde etkilemenin yanı sıra çalışan ücretlerinin artmasına, işletme sayısına ve patent alma girişimlerine de olumlu yönde katkı sağladığını ortaya koymaktadırlar. Kümelere bölgesel ekonomik performansın bir bileşeni olarak bakıldığında ise bir bölge içerisindeki ilişkili kümelerin sadece sektördeki büyümeyi etkilemekle kalmadığı bölgede yeni endüstrilerin yaratılmasına da katkı sağladıkları görülmektedir. Diğer bir deyişle yeni bölgesel endüstriler güçlü kümelerden doğmaktadır ve kümeler bölgesel ekonomik kalkınmada önemli bir rol oynamaktadır [21].

Delgado ve ark. (2011)'in yaptıkları bu analizler kümelerin başarısını ölçmede çalışan ücretleri, firma sayısı, patent sayısı gibi nicel göstergelerin yanı sıra kümenin sektördeki büyümeye katkısı, yeni endüstriler yaratabilme başarısı ve bölgesel ekonomik kalkınma içerisindeki payını temel göstergeler olarak ortaya koymaktadır [21].

Morosini (2004)'e göre geçmişte yapılan çalışmalarda mevcut olmayan günümüzün popüler yaklaşımlarından biri de rekabet avantajlarıdır. Bu yaklaşımla bir kümenin başarısı pek çok birbirleri ile ilişkili faktöre bağlanmaktadır. Buna firma stratejisi, rekabet, firma yapısı ve koşulları, ilişkili ve destekleyici endüstriler, içerisinde bulunulan ortamla ilişkili girdiler, işgücü tedariki hükümetlerin mali ve teşvik edici politikaları örnek verilebilir [53].

Sölvell ve ark. (2003) kümelerin performans kriterlerini kümeleri "ulusal düzeyde önem taşıması" ve "bölgesel düzeyde önem taşıması" açısından gruplayarak ortaya koymaktadır. Bu gruplamada üç temel performans kriteri belirlenmiştir. Bunlar, "Küresel Düzeyde Rekabet Edebilirliğin Artması", "Yeni Firmaları Cezbetme Kapasitesi" ve "Yeni Firma Oluşumlarının Desteklenmesi"dir. Bu gruplamaya göre bir küme bölgesel düzeyde önem taşıyabileceği gibi ulusal düzeyde de önem

taşıyabilir. Bir kümenin yeni firmaları cezbedebilme kapasitesi bölgesel ölçekteki bir kümenin başarısını doğrudan etkilerken ulusal düzeyde bir kümenin başarısında diğerleri kadar önemli bir etkiye sahip değildir. Küresel düzeyde rekabet edebilirlik ise ulusal düzeyde öneme sahip bir kümenin varlığı için hayati olsa da bölgesel düzeyde önemli bir küme için diğerleri kadar önemli bir etkiye sahip değildir [39].



Şekil 4.2. Kümelerin performans kriterleri ve etki düzeyleri [39]

Morosini (2004) rekabet avantajları yaklaşımının odağında endüstriyel kümelerin performanısını ölçmek amacıyla bilgi/ teknoloji temelli bir sınıflama geliştirimiştir. Bu çalışmaya göre kümelerin performansını belirleyen temel yapılardan ilki kurumsal yapıdır. Sınıflamada Kurumsal yapı sosyal topluluk ve ekonomik ögeler olarak iki boyutta irdelenmektedir. Bununla birlikte sınıflamaya göre Coğrafik yakınlık ve kümenin ekonomik bağlantıları da kümenin başarısını belirleyen temel etmenlerdendir [53].

Morosini (2004) "Common Glue" olarak adlandırdığı liderlik, fiziksel ortam, iletişim ritüelleri, bilgi alışverişleri, çalışan hareketlilikleri, dış faktörler, iç faktörler ve sosyal etkenler gibi küme içerisindeki firmaları bir arada tutan ve etkileşimlerin

sınırlarını belirleyen performans kriterlerini de kümelerin başarısını meydana getiren yapı taşları içerisinde değerlendirmektedir [53].

Çizelge 4.5.'de Morosini (2004)'ün kümelerin bilgi temelli performanslarını belirleyen temel yapı taşları ve performans kriterleri özetlenmektedir.

Çizelge 4.5 Kümelerin bilgi temelli performans kriterleri [53]

YAPI TAŞLARI	PERFORMANS KRİTERLERİ	
Kurumsal Yapı	Sosyal Topluluk	- Ortak değerler ve bakış açısından oluşan homojen bir sistemin varlığı - Ortak Değerler ve bakış açısından oluşan bu sistemin yeni teknolojileri ve girişimleri teşvik etmesi - Ortak değerleri ve bakış açısını yayacak bir kurumsal sistemin varlığı
	Ekonomik Ögeler	- Belirli bir alanda uzmanlaşmış çalışanların sayısı - Birbiri ile belirli bir fiziki yakınlık içerisinde bulunan firma sayısı - Birbirine ekonomik olarak bağlı firma sayısı - Küresel ve çok uluslu firma sayısı - Kurumların sayısı, çeşitliliği ve niteliği
Coğrafi Yakınlık	- Ölçeğe bağlı faydalardan doğan net içsel ekonomiler - Net uzmanlaşmış istihdama bağlı avantajları - Net firmalar arası bilgi alışverişleri ve ağlardan kaynaklanan avantajlar - Net firmalar arası teknoloji transferi avantajları - Net Pazar bilgisi avantajları - Net üretim, teknoloji, yönetimsel ve yenilikçilik avantajları	
Ekonomik Bağlantılar	- Ortak müşteriler - Ortak tedarikçiler ve hizmet sağlayıcıları - Ortak altyapı (ulaşım ve iletişim araçları) - Uzmanlık birikimi ve nitelikli işgücü havuzları - Çalışanlar için ortak eğitim, araştırma, yönlendirme olanakları - Ortak üniversiteler ve uzmanlaşmış araştırma merkezleri - Ortak risk sermaye pazarları	

Çizelge 4.5. (Devam) Kümelerin bilgi temelli performans kriterleri [54]

Kümeyi Bir arada tutan etmenler (Common Glue)- Devam	Liderlik	- Kümenin bilgi alışverişlerinin koordinasyonunu yapan, geleceğin liderlerini yönlendiren, anlaşmazlıklarda hakem görevi gören, vizyonu ve dinamikleri belirleyen bir liderinin varlığı - Kümenin pek çok firma tarafından kabul edilen öncülerinin varlığı
	Fiziki Ortam	- Sınırlar içerisinde güçlü sosyokültürel bağlar - Küme aktörleri arasında ortak davranış kurallarının varlığı - Küme aktörleri arasındaki güvenin derecesi - Aktörler arasında işbirliğinin varlığı - Ortak dil - Ortak endüstriyel kültür - Ortak endüstriyel atmosfer - İnsan sermayesinin gelişimi konusunda ortak yaklaşımlar - Ortak zihniyet ve iş yapma anlayışı - Ortak rekabet performansı yaklaşımı ve ölçümü
	İletişim Ritüelleri	- Düzenli etkinlikler - Rutin etkileşimler - Düzenli iletişimi teşvik eden yaklaşımlar
	Bilgi Alışverişleri	- Küme içerisinde kalite standartlarının belirlenmesi ve standartlara uyma zorunluluğu - Araştırma merkezlerinin, teknolojik enstitülerin ve üniversitelerin rolü - Küme içerisindeki firma çalışanlarına yönelik eğitimler - Firma içerisindeki firmalar arasında işbirlikleri için girişimler - Firmalar arasında teknoloji transferi - Ortak Ar-Ge girişimleri - Ortak üretim girişimleri - Ortak ürün tasarımı girişimleri

Çizelge 4.5. (Devam) Kümelerin bilgi temelli performans kriterleri [54]

Kümeyi Bir arada tutan etmenler (Common Glue)- Devam	Bilgi Alışverişleri (Devam)	- Ortak satış ve pazarlama girişimleri - Koordinasyon mekanizmasını harekete geçirecek ve düzenleyecek ara kurumların rolü
	Çalışan Hareketlilikleri	- Kendi uzmanlık alanında çalışanların sayısı - Küme içerisindeki firmalar arasında işçi hareketliliklerinin düzeyi - Küme içerisinde bir şirketten ayrılarak kendi işyerini kuranların oranı
	Dışsal Faktörler	- Ana müşteriler - Ana ürün ve hizmet piyasaları - Demografik eğilimler/değişimler - Yasal ve yönetsel çerçeve
	İçsel Faktörler	- Temel kaynaklar (beşeri sermaye, finansal sermaye) - Kilit süreçler (yenilikçilik, ürün geliştirme, tedarik zinciri yönetimi) - Rekabet avantajları ve yetenekleri (kilit teknolojiler, yenilikçilik hızı)
	Sosyal Faktörler	- Öğrenme (müşteriler, ürünler, teknolojiler, işletme süreçleri vb. hakkında/ - Bilgi üretme - Bilgi paylaşımı - Kültürel alışkanlıklar ve normlar

Tabloda görüldüğü gibi Bilgi, Rekabet Düzeyi ve Kümenin Performansı arasındaki ilişkiler irdelendiğinde, yeni bilgilerin entegrasyonu ve rekabetin düzeyinin endüstriyel kümelerin ekonomik performansını belirleyen çok önemli faktörler olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmalar endüstriyel küme içerisindeki firmaların

yeni teknik bilgileri yüksek düzeyde özümseyerek üretime dahil eden ve küresel düzeyde daha çok rekabet eden, daha yenilikçi, daha güçlü bir gelişim modeli ortaya koyan, değişen koşullara daha hızlı adapte olan kümeler içerisinde yer alan firmaların diğer daha düşük entegrasyon ve coğrafi olarak sınırlı bir rekabet düzeyine sahip kümeler içerisinde yer alan firmalara göre çok daha sürdürülebilir bir ekonomik performansa sahip olduklarını ortaya koymaktadır [54].

Morosini'nin gözlemlerinden edinilen genel çıkarım bir küme içerisinde yer alan firmalar yeni bilgiyi ne kadar fazla özümser ve üretim süreçlerine dahil ederse o kadar küresel düzeyde rekabet gücüne sahip olduğu ve firma ne kadar küresel düzeyde rekabet gücüne sahip olursa o kadar yüksek bir ekonomik performansa sahip olduğudur.

Avrupa Birliği tarafından finanse edilen Europe INNOVA Kümelenme Haritası Projesi Sonuç Raporu'na göre son yıllarda Avrupa'nın sanayileşmiş ülkeleri büyük ekonomik problemlerle mücadele etmektedirler. Pek çok Avrupalı her geçen gün refah, yenilikçilik ve üreticilik düzeyi açısından ABD ve Asya ülkeleri gibi diğer rekabetçi ülkelere ayak uydurmakta zorlanıldığını düşünmektedirler. Yaşanan ekonomik sıkıntıların nedenine yönelik gerçekleştirilen pek çok analitik çalışma çözüm olarak ekonomik gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun bölgesel ekonomilerin çok önemli bir parçası olan kümeleri göstermektedir. Bu sebeple küme politikaları Avrupa'da kalkınma politikalarının en önemli bileşenlerinden biri haline gelmiştir. Bu doğrultuda yenilikçilik ve üreticiliğin artması için üye ülkelerin liderleri tarafından Lizbon Stratejisi ile bir dizi hedef belirlenmiştir [56].

Bu strateji doğrultusunda Avrupa Komisyonu, Avrupa'daki kümelenme politikalarını geliştirmek ve mevcut küme yönetim çalışmalarının etkinliğini arttırmak için küme odaklı pek çok proje ve girişim başlatmıştır. Avrupa Kümelenme Mükemmelliği Girişimi de bu kapsamda 2009 yılında başlatılmıştır. Girişim Avrupa'nın alanlarında bu alanda faaliyet gösteren deneyimli aktörleri ve organizasyonları bir araya getirerek bir dizi kalite/performans göstergesi ve değerlendirme prosedürü oluşturmuşlardır. Temel amaç kümelerin gelişimlerinin desteklenmesi ve

mükemmelliğin yakalanması için kümelerin başarı düzeylerini ölçmede bir dizi kalite göstergesi belirlemektir [56].

Kalite göstergeleri dört temel bakış açısını içermektedir. Bunlar kümenin yapısı, tipolojisi- yönetimi ve işbirliği, finans yönetimi, strateji- amaçlar ve hizmetler, başarılar ve tanınma düzeyidir. Bu dört temel bakış açısı ise 31 performans göstergesi içermektedir. Bunlardan bazıları:

- Gönüllük ve isteklilik: gönüllü sayısı
- Küme içerisindeki firmaların coğrafik yoğunlaşması (firmaların birbirlerine ve küme içi organizasyonlara mesafesi 150 km'yi geçmemelidir.)
- Kümenin yaşı/olgunluğu: aktivitelere ne zaman başlanmıştır
- Mevcut insan kaynakları: çalışan sayısı
- Küme yönetimini meydana getiren personelin nitelikliliği
- Yaşam boyu öğrenme: düzenli eğitim programları, basılan eğitim dokümanlarının sayısı
- Küme içerisindeki insan kaynaklarının sürdürülebilirliği
- Kümeye katılımın sürdürülebilirliği
- Paydaşların karar verme sürecine katılımı
- Küme yönetimi ve paydaşlar arasında doğrudan iletişim
- Küme içerisinde işbirliklerinin düzeyi
- Yenilikçilik sistemine entegrasyon düzeyi
- Finansman kaynaklarının sürdürülebilirliği, özel sektörün finansman içerisindeki payı
- Strateji geliştirme: stratejilerin dokümantasyonu, uygulama planı, finansal kontrol sistemi, performans izleme, stratejilerin gözden geçirilmesi
- Sağlanan hizmetler: yenilikçilik kapasitesinin iyileştirilmesi, yeni iş olanaklarının keşfedilmesi, yeni girişimcilerin teşviki, eğitim hizmetleri ve insan kaynakları geliştirme, pazarlama ve markalaşma düzeyi, uluslararasılaşma
- Çalışma grupları (farklı konularda çalışma grupları oluşturulmuş mu, aktif mi?)
- Küme içi iletişim
- Küme organizasyonunun internet sitesinin varlığı
- Kümenin basında ve medyada tanınabilirliği

- Başarı hikâyeleri
- Küme içerisindeki firmaların tatmin düzeyleridir [56].

Bu 31 performans göstergesini de karşılayan kümelere kalite belgesi verilirken girişim bu kriterleri karşılama düzeylerine göre firmalara altın kalite ödülü vermektedir.

Yenilikçiliği rekabet olanaklarının en önemli yapı taşı olarak değerlendiren Cooke (2000) bir kümenin başarısını belirleyen göstergeleri farklı yenilikçilik ve rekabet yörüngelerine sahip olan Kuzey Kore ve Brezilya özelinde irdelemiştir. Kuzey Kore örneğinde bölgesel yenilikçilik sistemi yaklaşımı oldukça güçlü iken Brezilyada böylesi bir yapıdan söz edilememektedir. Çizelge 4.6.'da kümelerin yenilikçilik temelli performans kriterleri Güney Kore ve Brezilya özelinde irdelenmektedir [57].

Çizelge 4.6. Performans göstergeleri ile Güney Kore ve Brezilya bilişim kümelerinin karşılaştırılması [57]

PERFORMANS GÖSTERGESİ	GÜNEY KORE	BREZİLYA
Eğitim	Yüksek teknik eğitim mezunu ve mühendis oranı ile gelişen eğitim sistemi	Az sayıda mühendislik mezunu ile gerileyen eğitim sistemi
Bilgi Transferi	Yerel entegrasyon ve firmaların Ar-Ge faaliyetlerinin artması ile yüksek ithalat oranı	Amerika ile yüksek ithalatın gerçekleşmesi buna karşın düşük yerel entegrasyon ve Ar-Ge faaliyetleri
İş geliştirme ve Ar-Ge	Firmaların %50'den fazlası Ar-Ge faaliyetleri yürütmektedir	Ar-Ge faaliyeti yürüten firma sayısı %25'in altındadır.
Bağlantılar	Firmaların Ar-Ge faaliyetleri yüksek düzeyde bilim ve teknoloji altyapısı ile bağlantılıdır.	Düşük bilimsel ve teknolojik altyapı, firmalar arası zayıf ilişkiler
Yatırım	Büyük Japon yatırımları ile desteklenen ekonomik yapı, Japonya'da yüksek düzeyde öğrenme	Amerikan yatırımlarının azalması, düşük düzeyde başka ülkelerin deneyimlerinden faydalanma

Çizelge 4.6. (Devam) Performans göstergeleri ile Güney Kore ve Brezilya bilişim kümelerinin karşılaştırılması [57]

İletişim	Telekomünikasyon altyapısına büyük yatırımların gerçekleşmesi. Elektronik sektöründe büyük atılım ve ihracat	Telekomünikasyon altyapısının gelişiminde yavaşlıklar. Elektronik sektöründe düşük üretim ve ihracat, düşük öğrenme düzeyi

Bu iki ekonomi arasındaki temel fark Brezilya'da gerçekleştirilmemiş olan temel finansal ve mülkiyet reformlarının Güney Kore'de gerçekleştirilerek yatırımcı bir sınıf oluşması ve eğitim sisteminin dünya ile entegrasyonu ile yapısal ve teknik dönüşümdür. Bu durum yatırımcıların yenilikçilikten doğan sermayeye erişimini olanaklı kılmaktadır [57].

Bu noktada karşımıza kümelerin performansını belirleyen önemli etkenlerden biri olarak kamu politikalarının rolü çıkmaktadır. Benzer olarak Yeung (2006) da Güney Asya'nın sonradan endüstrileşen ülkelerinin başarısını temellendirdiği küresel üretim ağları, ortaklık stratejileri ve yer özgü avantajların meydana getirdiği üç etkenden biri olan yere özgü avantajlar içerisinde Kamu Politikalarının olumlu rolünü vurgulamaktadır [47].

5. KÜMELENME POLİTİKALARI VE UYGULAMA ARAÇLARI

Son yıllarda dünya üzerinde mevcut kümelerin güçlendirilmesini ya da yenilerinin oluşması için uygun koşulların oluşturulmasını hedefleyen pek çok politika girişimi yürütülmektedir. Bu girişimler kümelenme politikaları olarak adlandırılmaktadır.

AB Yenilikçilik Politikası çerçevesinde Avrupa komisyonunun 6. Çerçeve Programı altında yenilikçi işletmelerin desteklenmesi amacıyla hayata geçirilen Europe Innova Programı kapsamında 31 Avrupa ülkesinde gerçekleştirilen analizlerde kümelerin desteklenmesini hedefleyen 130'dan fazla tedbir tespit edilmiştir. Alınan önlemler irdelendiğinde neredeyse AB üyesi ülkelerin hepsinde yenilikçiliğin desteklenmesinde temel araç olarak görülen ulusal ve bölgesel düzeyde kümelenme programlarının ya da kümelere özel tedbirlerin bulunduğu görülmüştür.

Pek çok ekonomist ve bölge plancı kümelenme politikalarının gelişimini ve özellikle son 10 yılda dünya üzerindeki sayısız ülkenin kalkınma politikalarının gündemine oturmasını başarılı endüstriyel bölgelerin benzerlerinin başka yerlerde oluşturulması çabasına bağlamaktadır. Bu politikalar çerçeve/düzenleyici politikalar gibi dolaylı olabildiği gibi belirli önlemler tanımlayan, mali kaynak oluşturan doğrudan politikalar da olabilmektedir.

Nitekim Avrupa Komisyonu Kümelenme Politikalarını mevcut kümelerin geliştirilmesi ya da yenilerinin oluşmasına olanak tanımayı amaçlayan bir dizi hükümet politikası ve müdahalesi olarak tanımlanmaktadır.

Kümelenme politikalarında ülkelerin farklı kalkınma sorunsallarından doğan farklı uygulama araçları olsa da teknolojik iyileştirmeler, küme içi eğitim, iş planlama, ağ oluşturma ve ara buluculuklar, Ar-Ge birimleri kurma ve danışmanlık hizmetleri yaygın olarak başvurulan politika araçlarıdır.

5.1. Kümelenme Politikaları

Bağımsız ve uluslararası bir organizasyon olan ve bilgiye dayalı ekonomilerin sorunlarına odaklanan IKED'e (International Organisation for Knowledge Economy and Enterprise Development) göre kümelenme politikaları konusu tek başına son zamanlarda oldukça popüler olan kümelenme girişimleri ile sınırlandırılamayacak kadar çok sayıda ve çeşitli stratejileri ve eylemleri içeren geniş kapsamlı bir konudur. Bununla birlikte doğrudan kümelerle ilişkili olmayan pek çok eylem de dolaylı yoldan kümeleri etkilemektedir. Teoride kümelenme politikaları sosyoekonomik faydaları arttırmak amacıyla kamu eliyle belirlenir. Eğitim sistemi, rekabet kuralları, kamu alımları, araştırma ve ürün geliştirme faaliyetlerinin kamu tarafından finanse edilmesi, üniversitelere yönelik mevzuatlar, yeni fikirlerin ticarileştirilmesine ilişkin şirketlere sağlanan olanaklar gibi diğer politikalar da kümeleri dolaylı olarak etkilemektedir. Bazı hükümet politikaları ve önlemler kümelerin gelişimine yönelik fırsatları sınırlandırmakta ya da kümelenme girişimlerinin etkinliğini azaltmaktadır [58].

Avrupa Komisyonu'na göre ise Silikon Vadisinin olağanüstü gelişimi kümelere duyulan politik ilgiyi arttırmış ve benzerlerinin başka bölgelerde oluşturulması arzusunu güçlendirmiştir. Kümelenme yaklaşımı yenilikçiliği ön planda tutan ve yatırımcılara küresel rekabet koşulları içerisinde daha iyi rekabet olanakları sunan modern, çok aktörlü ve işbirlikçi bir sisteme duyulan ihtiyaca cevap vermeyi amaçlamaktadır. Kümelenme politikaları; koordinasyon hataları, bilgi uyuşmazlıkları gibi bilgi ve teknoloji akışlarını engelleyen piyasa kusurlarını ortadan kaldırarak büyümenin ve yenilikçiliğin geliştirilmesine yönelik belirlenen hedeflerle şekillendirilmekte ve yürütülmektedir [59].

Karlsson (2007)'ye göre kümelenme yaklaşımı politikacılara paydaşlar arasındaki sinerjiyi kullanarak büyüme ve yenilikçiliği geliştirmeye yönelik farklı politikaları şekillendirme olanağı sunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında kümelenme politikaları büyüme ve yeni işler için ön koşul olan güçlü yenilikçilik sistemlerinin kurulabilmesi

için zorunludur. Yapılan analitik çalışmalar ulusal yenilik sisteminin başarısı ve yenilikçilik performansı arasındaki güçlü ilişkiyi kanıtlamaktadır [20].

Yine Karlsson (2007) Kümelenme Politikalarını üç farklı kategoride irdelemektedir. Bunlardan ilki yatay kategoridir, yatay kategori dolaylı olarak kümenin rekabet gücünü belirleyen ekonomik büyüme ve yenilikçilik için uygun bir mikroekonomik iş çevresi oluşturulması için politikaların harekete geçirilmesini hedeflemektedir. İkinci kategori ise kümelere ilişkin geliştirilen araçların daha etkin kullanımını sağlayan endüstri ve KOBİ Politikaları, araştırma ve yenilikçilik politikaları ve bölgesel politikalar gibi daha geleneksel çerçeve/ düzenleyici politikaları içermektedir. Üçüncü kategori ise belirli bir kümenin oluşturulmasını, harekete geçirilmesini ya da güçlendirilmesini amaçlayan kalkınma politikalarıdır. Bu politikaların yaygın uygulama aracı spesifik sektörel kümelenme girişimleridir [20].

Bununla birlikte pek çok küresel/ bölgesel organizasyon ile çoğu akademik çalışmalar başarıya ulaşmış politika örnekleri olsa da her koşulda başarı sağlayan tek bir kalıp ya da tüm kümelere uyacak tek bir model olamayacağını savunmaktadır.

Karlsson (2007) Kümelenme politikaları bir ülkenin ya da bölgenin mevcut sistem üzerine inşa ettiği ve tüm paydaşları hedeflenen doğrultuda mobilize ettiği orta vadeli bakış açısı ile birlikte küresel rekabet içerisinde hedefledikleri pozisyonun bir yansıması olduğunu belirtmekle birlikte politikaların kuramsallaşmasında asıl riski bölgenin ya da ülkenin diğer ülkelerdeki rekabet koşulları ile ilişkili olarak rekabet avantajlarını yeterince hesaba katamama olasılığının yarattığını yani diğer bir deyişle stratejilerin dış dünyadan çok kopuk içsel yapıya çok dönük olması durumunda tehlikeli bir durum oluştuğunu savunmaktadır [20].

Andersson (2004) ise daha geniş bir bakış açısı ile pek çok ülkede kümelerin desteklenmesine ilişkin teşvik politikalarının analizlerinin bir sonucu olarak kümelenme politikalarını 5 kategoride irdelemektedir. Bunlar Broker Politikaları: Borsa Acentaları, Arabulucular, İş Simsarları; Talep odaklı Politikalar, Eğitim Politikaları, uluslararası bağlantıların desteklenmesine yönelik faaliyetler, Çerçeve/

Düzenleyici Politikalardır. Bununla birlikte bu farklı politika alanları birbirlerini destekleyicidir, bir bütünlük arz ederler. Politikalardan hiç biri tek başına başarılı bir kümenin oluşturulmasında yeterli değildir. Bununla birlikte uygun bir şekilde kullanıldıklarında kümelenme süreçlerini hızlandırmakta ve kümelerin daha başarısını ve sürdürebilirliğini desteklemektedirler [58].

5.1.1. Broker politikaları (borsa acentaları, arabulucular, iş simsarları)

Kümelenme sürecinin başarısı doğrudan irtibat halinde olmayan çok sayıda paydaşın karşılıklı ilişkilerinin yapısına bağlıdır. Kümelerin gelişimini hedefleyen politik girişimlerden pek çoğu firmalar arası olduğu kadar firmalar ile diğer aktörler arasındaki diyalog ve işbirliğini geliştirmeyi hedeflemektedir. Bu alanda alınan önlemler genellikle Broker/ arabuluculuk politikaları olarak isimlendirilmektedir. Bu politikaların temel amacı ürün ve hizmetlerin değerini arttıran diyalog ve işbirliğine olanak sağlamaktadır. Arabuluculuk politikaları çeşitli araçlarla uygulanmaktadır. Örneğin rekabet sisteminin canlandırılması, bilim parklarının kurulması akademik çevreler, girişimler ve finansörler arasında köprü kurulmasını sağlayacak ortamların oluşturulmasına katkı sağlayabilmektedir. İş inkübatörleri de benzer birimler olarak yeni işletmelerin kurulmasına ve gelişimine katkı sağlamaktadır [58].

5.1.2. Talebe yönelik politikalar

Güçlü kümelerin performans göstergelerinden biri de piyasalara daha etkin bir şekilde erişmek için sağlayacak yeterli kaynaklara ve yeterli enerji birikimine sahip olma yeteneğidir. Bununla birlikte iş insanları ve küme içerisindeki girişimciler genellikle talebin tanımlanmasına ve karşılanmasına odaklanmaktadırlar. Bununla birlikte bu politika alanı piyasa olanakları ve gelişen teknoloji hakkında veri toplamadan öte gidemeyecek sınırlı desteklere ve politik önlemlere olanak tanıyan bir alandır. Bu alanda uygulanan en temel politika şüphesiz pek çok ülkede başarılı olmuş kamu alımlarıdır. Doğru bir şekilde kullanıldığında kamu alımları kümelerin gelişimi ve güçlendirilmesi için güçlü bir potansiyel taşıyabilmektedir. Özellikle alımlar düzenli olarak zamana yayıldığında oldukça etkili olabilmektedir. Rekabet ve

büyüme politikasının dışında talepleri karşılamak adına geliştirilebilecek en başarılı politikalardan biri de eğitim programları oluşturulmasıdır. Bu tür girişimler bilginin artmasına, diğer aktörlerin bakış açılarının anlaşılmasına, müşterilerin fikirleri ve istekleri de dahil olmak üzere yeni fikirlere açık olma ve fikirlerin ve ilgi alanlarının desteklenmesine olanak tanımaktadır [58].

Eğitim:

KOBİ'lerin etkili bir şekilde kümelenmesi için yeteneklerin ve rekabetin geliştirilmesi hayati bir konudur. Firmalar arası ağların geliştirilmesi, üniversite-endüstri işbirliklerinin kurulmasının yanı sıra KOBİ'lerin rekabet edebilirliklerinin geliştirilmesine yönelik girişimler de kümelenme sürçlerini olumlu etkileyebilmektedir. Bu alana özel programlar bu çabaları güçlendirmektedir. Bu politikaların temel gerekçesi KOBİ'lerin bilgi eksiklikleri ve bilgi kusurları, KOBİ'lerin kredi ve hibe konusunda sıkıntılarla ve kısıtlamalarla karşılaşması ve KOBİ'lerin ihtiyaçları doğrultusunda özelleşmiş eğitim veren üniversite, kamu – özel eğitim kurumlarının azlığıdır.

İş Dünyasında Uluslararası Bağlantılar Geliştirilmesinin Desteklenmesi:

Bağlantıların desteklenmesi son yıllarda uygulanmaya başlanan yeni bir politika alanı değildir. Bununla birlikte geleneksel endüstriyel politikalarda uygulananlardan farklı olarak daha gelişmiş ve kapsamı genişletilmiş bir politika alanı olarak görülebilir. Ticari engellerin kaldırılması, iletişim ve ulaşım sistemlerinin geliştirilmesi piyasa düzenlemelerine uyum ile birlikte kaynak akışlarını arttırmış ve ulusal sınırların ötesinde değer zincirlerinde uzmanlaşmayı arttırmıştır.

5.1.3. Çerçeve/ düzenleyici politikalar

Çerçeve/Düzenleyici politikaların temel mantığı kümelerin faaliyetlerini devam ettirebilmeleri için hayati olan kurumsal ve altyapıya ilişkin koşulların iyileştirilmesidir. Kalkınma politikaları içerisinde pek çok konu birbirleri ile

bağlantılı olduğundan kümelenme politikaları çok geniş kapsamlıdır, pek çok politika alanı ile kesişmekte; doğrudan olmasa da dolaylı olarak etkilenmektedir. Örneğin endüstri, teknoloji ve bölgesel kalkınma politikaları kümeleri doğrudan etkileyen politikalardır [58].

Andersson ve ark., (2004)'e göre çerçeve politikalar kümelerin ve yenilikçiliğin başarı faktörlerini doğrudan etkiler. Bu çerçeve politika koşulları makroekonomik stabilite, üretim piyasalarının iyi işlemesi (ütün ve hizmetler), faktör piyasaları (iş ve finansal piyasalar), eğitim sistemi ve fiziksel, kurumsal ve hukuki altyapı, yenilikçilik sistemlerinin etkin bir şekilde sürdürülebilmesi için etkin bir yönetim sistemi, koşullara uygun bir iletişim ve ulaşım altyapısı. Bu etkenlere sosyal sermaye ve karşılıklı güveni belirleyen davranış kalıpları da dahil edilebilir. Doğal olarak tüm bu faktörlerin şekillendirilmesi yalnızca kümelenme süreçlerinin ve kümelenme politikalarının konu alanlarının ötesine geçmektedir [58].

5.2. Kümelenme Politikalarının Uygulama Alanları ve Politika Araçları

Kümelenme politikalarının uygulama alanlarına ilişkin bir genelleme yapmak gerekirse çok geniş bir bakış açısı ile çoğunlukla ekonomik büyüme ile ilişkili olarak rekabet gücüne odaklanmaktadır.

Karlsson (2007)'ye göre küreselleşmenin ilk yıllarında en temel politika tüm bölgelerde başarılı küme örneklerini taklit etmek olmuştur. Bunun bir sonucu olarak da pek çok hükümet ve kalkınma ajansları kümelerin başarısını arttıracak ya da yeni kümeler yaratacak politikaları uygulamakla sorumlu olmuştur [20].

Kümelenme politikaları genel olarak bölgesel ekonomik yapıya odaklanırlar ve bağımsız firmalardan ziyade ağları hedef alırlar. Politika araçları bir grup birbirleri ile ilişkili firmaya ortak kaynaklar ve olanaklar sunma eğilimindedirler. Bu eğilim uzmanlaşmış bir altyapı ya da ihtiyaca göre özelleşmiş eğitim programlarını kapsamaktadır. Temel politika ağ içerisindeki tek bir firmanın gelişiminin teşviki değil tüm ağın gelişimini sağlamaktır. Firmalar arasındaki bağlantıları güçlendirmek

için önemli araçlardan biri de araştırma kurumlarıdır. Devlet politikalarına bir diğer örnek de kamu kurumlarının güçlendirilmesidir. Başarılı kümelerin üniversitelerle ve diğer araştırma kuruluşları ile güçlü ilişkileri olduğu örneklerle görülmektedir [20].

Kümelenme politikalarının diğer bir özelliği ise küme içerisindeki yenilikçiliğin ve öğrenmenin vurgulanmasıdır. Bu yaklaşım diğerlerine göre daha geleneksel politika olmakla birlikte güncel politikalar bir bütün olarak bölgenin yenilik sisteminin desteklenmesindense belirli sektörlerin yenilik sistemlerinin desteklenmesini hedeflemesidir. Bu tür politikalarda kümeler, sınırları ekonominin diğer alanlarında olduğundan daha çok daha yoğun bilgi alışverişleri ile çizilen ağlar olarak tanımlanabilirler. Dolayısıyla rekabeti düzeyinin yükseltilmesi için daha az politik kaynak gerektirirler [20].

Porter (2007)'ye göre ülke politikalarının temel amacı bir ülkenin ya da bölgenin mal ve hizmet üretimi ile ölçülen "üreticiliğin" göstergesi olarak rekabet gücünü arttırmaktır. Rekabetin artışına yönelik politikalar çoğunlukla zıt kutuplara odaklanmaktadır. Bir uçta politika üreticileri tüm firmaları etkileyen genel iş ortamını geliştirmeyi hedeflemektedir. Bu tedbir makroekonomik denge, vergi politikaları temel Ar-Ge düzeyinin gelişimine yönelik yatırımlar, üniversitelere kamusal destekler, altyapı yatırımları ve yasal düzenlemelerle hayata geçirilmektedir. Bir diğer uçta ki politikalar ise her bir firmanın ve çalışanın rekabet olanaklarından faydalanmasına odaklanmaktadır. Bu tedbirler ise yatırım garantisi, teknik yardım programları, iş eğitimi, KOBİ'lere yönelik tedarik politikaları ile gerçekleştirilmektedir [60].

Gelişmiş ülkelerde uygulanan kümelenme politikalarına ilişkin gerçekleştirilen analitik incelemeler doğrultusunda yaygın olarak görülen sorunlar ve bu sorunların çözümüne yönelik uygulanan politika araçları irdelenmiştir. Çizelge 5.1.'de kümelerin sıklıkla karşılaştıkları sistemden ya da piyasadan kaynaklanan olumsuzluklar, bu sorunların karşısında alınan önlemler ve bu politikaların uygulandığı ülkeler görülmektedir.

Çizelge 5.1. Kalkınma Sorunları, Politika Araçları ve Uygulama Örnekleri [58]

SİSTEMDEN VE PİYASADAN KAYNAKLANAN OLUMSUZLUKLAR	ALINAN ÖNLEMLER (POLİTİKA KARARLARI)	UYGULANAN ÜLKELER
Piyasaların görevlerini yeterince getirememesi	- Rekabet Politikası ve düzenleyici reformlar	- Pek çok ülkede uygulanmıştır
Bilgi eksiklikleri, haberleşme problemleri	- Teknolojik önlemler/ iyileştirmeler	- Hollanda, İsveç
	- Küme içi eğitimler ve piyasa bilgisi verilmesi	- Kanada, Danimarka, Finlandiya, Hollanda, Birleşik Amerika
Yenilikçilik Sistemi İçerisindeki Aktörler arasında sınırlı etkileşimler	- Borsa acentaları (ara bulucular/brokerler), ağ oluşturma, planlama	- Avusturya, Danimarka, Hollanda
	- Aktörler arası diyalogları geliştirici ortamlar oluşturmak	- Avustu rya, Danimarka, Hollanda, Almanya, Finlandiya, İsveç, İngiltere, Birleşik Amerika
	- Ağ içerisinde işbirliklerine olanak tanımak (küme gelişim planları	Belçika, Finlandiya, Hollanda, İngiltere, Birleşik Amerika
Bilgi altyapısı ve piyasa ihtiyaçlarının birbirlerini karşılamaması	- Araştırma merkezleri kurulması	Belçika, Danimarka, Finlandiya, Hollanda, İspanya, İsveç, İsviçre
	- Endüstri- araştırma merkezi işbirliklerine olanak tanınması	Finlandiya, İspanya, İsveç
	- İnsan sermayesinin geliştirilmesi	Danimarka, İsveç
	- Teknoloji transfer programları	İspanya, İsviçre
Talep daralması	- Kamu alımları	Avusturya, Hollanda, İsveç, Danimarka
Hükümetten kaynaklanan politik hatalar	- Özelleştirme	Pek çok ülkede
	- İş dünyasının akılcılaştırılması	Kanada

Çizelge 5.1. (Devam) Kalkınma Sorunları, Politika Araçları ve Uygulama Örnekleri [58]

Hükümetten kaynaklanan politik hatalar	- Yatay politika uygulamaları	Kanada, Danimarka, Finlandiya
	- Danışmanlık hizmetleri	Kanada, Hollanda
	- Kamu müdahalelerinin azaltılması	Kanada, Birleşik Amerika, İngiltere

Çizelge 5.1. incelendiğinde Danimarka, Hollanda ve Finlandiya politikalarında KOBİ'lerin iş ortamlarını iyileştirmeye yönelik uygulamalar ön plana çıkmakta iken Avusturya, Avustralya, Kanada, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yeni Zelanda, Norveç, İspanya, Portekiz, İngiltere ve Birleşik Amerika hükümetleri nitelikli işgücü ve yenilikçiliğin gelişimine yönelik güçlü kamu programları uygulanmaktadır. Çin ve Tayvan, Japonya gibi Asya ülkeleri ise teknoloji bölgeleri, bilim parkları ve inkübatörler gibi yenilikçiliği geliştirecek politika araçları dikkat çekmektedir.

5.3. Türkiye'de Kümelenme Politikaları

Kümelenme yaklaşımı kalkınma politikaları içerisinde 2000'li yılların başında yerini almaya başlayan yeni bir kavramdır. Konjonktürle bağlantılı olarak kümelenme odaklı politika uygulamaları ülkemizin kalkınma politikaları içerisinde de 2000'lerde yeni yeni yer bulmaya başlamıştır. Özellikle Avrupa Birliği ile entegrasyon ile Çin ve Hindistan gibi üretimde ucuz maliyetlere sahip ülkelerin yarattığı baskının sonucu olarak 2000'lerin ikinci yarısından itibaren ekonomileri sarsan küresel kriz in bir sonucu olarak kümelenme politikaları politika gündeminin odağına yerleşmiştir.

5.3.1. Kümelenme politikalarının gelişimi

Türkiye'de Kümelenmeye ilişkin öncü çalışmalar 90'ların sonu ve 2000'li yılların başına rastlamaktadır. Bu yaklaşıma yönelik ilk çalışma 1999 yılında Ali Koç ve İpek Cem'in girişimleri sonucunda Türk özel sektörünün desteği ile başlatılan Competitive Advantage of Turkey (CAT) projesidir. Bu girişim Michael Porter'ı

Türkiye'nin Rekabet edebilir avantajlarına ilişkin bir çalışma yapması için ikna etmiştir. Zaten 1990 yılında yazdığı "Ulusların Rekabet Avantajları" (Competitive Advantages of Nations) adlı kitabında Türkiye'nin genel ekonomisini, ihracatta ağırlığı olan sektörleri inceleyen ve rekabet üzerine öneriler sunan Porter, asistanı Asya Rudkovskaya'yı Türkiye'ye çalışmaya başlatması için görevlendirilmiştir. Rudkovskaya önderliğinde dört kişilik bir ekip Türkiye'nin uluslararası ve bölgesel ekonomik rekabette daha güçlü olmasını sağlayacak kısa adı CAT (Competitive Advantages of Turkey) olan rekabet avantajları araştırmasının genel hatlarını çizmiştir. CAT'in hukuki altyapısı İstanbul Sanayi Odası'nın (İSO) çatısı altında oluşturulmuştur. 2003 yılına gelindiğinde Türkiye'de CAT platformuna gerek kamu gerekse özel sektörden gelen desteğin artarak devam ettiği görülerek, bu platformun Türkiye'de kurumsallaşma sürecini bir dernek çatısı altında devam ettirmesine karar verilmiş ve 2004 senesinde Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK) kurulmuştur [61].

Michael Porter'ın geliştirdiği kümelenme modelini bölgesel kalkınma çalışmalarında kullanarak Asya Rudkovskaya liderliğinde CAT ekibi, Türkiye'nin rekabet avantajı olan sektörleri belirlemiştir [61].

Çalışmanın sonucunda İstanbul en yüksek rekabet gücüne sahip kent olmakla birlikte Ankara beşeri sermaye ve yaşam kalitesi bakımında İstanbul'un üzerinde yer almış, Konya ve Kayseri, markalaşma becerisi ve yenilikçilikte 4'üncü ve 5'inci sırayı paylaşarak, İzmir'in önüne geçmiştir [62].

Kümelenme yaklaşımı politika gündemimize asıl Avrupa Birliği Müktesebatı ile girmiştir. Avrupa Birliği kümelenmedeki gelişimi yerel ekonomik kalkınma ve rekabet edebilirlik için belirleyici bir unsur olarak kabul etmektedir. 2006 yılında, AB geniş tabanlı bir yenilikçilik stratejisini benimsemiş ve Avrupa'da kümelenmeleri güçlendirmeyi yeniliğin başarılı bir şekilde teşvik edilmesi için belirlenen dokuz stratejik öncelikten biri olarak tanımlanmıştır. Avrupa Kümelenme Memorandumu, Ocak 2008 tarihinde başlatılmış ve AB Devlet Başkanları ile Kabine Üyeleri, "geliştirilmiş bilim–endüstri bağlantıları, dünya standartlarında yenilikçilik

kümeleri, bölgesel kümelerin ve ağların geliştirilmesi de dahil olmak üzere'', yenilik için çerçeve koşulların daha iyi koordine edilmesine ilişkin ihtiyacın altını çizmişlerdir. Ekim 2008 tarihinde kabul edilen Avrupa Kümelenme Tebliği, Avrupa'da kümelerin geliştirilmesi suretiyle Avrupa'da yeniliğin desteklenmesine duyulan ihtiyaç dile getirmektedir [62].

Yaşanan bu gelişmelere paralel olarak, Avrupa Birliği 2007 – 2013 yıllarına ait bütçe dönemiyle birlikte aday ülkelere sağladığı mali yardım mekanizmasında değişikliğe gitmiştir. Buna göre aday ve potansiyel aday ülkelere yapılan mali yardımlar Katılım Öncesi Yardım Aracı (IPA) adı altında birleştirilmiştir. Türkiye, bu yeni mali yardım mekanizmasının işleyişini düzenlemek üzere Avrupa Komisyonu ile 2008 yılında bir IPA Çerçeve Anlaşması imzalamıştır.
IPA uygulamasının bileşenleri şunlardır:

- Geçiş Dönemi Desteği ve Kurumsal Yapılanma
- Türkiye-Bulgaristan Sınır Ötesi İşbirliği Programı
- *İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi*
- *IPA-V Kırsal Kalkınma* Bileşeni
- Bölgesel Kalkınma bileşeni [63].

Ülkemizde kümelenme çalışmalarına ilişkin politika geliştirme süreci Kalkınma Planları ve bu planlar doğrultusunda hazırlanan yıllık programlar, ilgili kurumların oluşturduğu eylem planları ve AB katılım sürecinde gerekli belgeler ile yürütülen bir döngüdür. Kümelenme kavramı ulusal kalkınma politikamıza en belirgin olarak AB'ye uyum sürecinde ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda gerçekleştirilmesi beklenen dönüşümlerin yer aldığı temel politika belgesi olan 9. Ulusal Kalkınma Planı'nda (2007-2013) dahil olmuştur. 9. Ulusal Kalkınma Planı Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı "IPA"nın uygulama araçları olan Stratejik Uyum Çerçevesi ve Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programı vb. için politik bir zemin oluşturulmuştur. Bununla birlikte kümelenme kavramının yer aldığı ilk politika belgesi 2004 yılında yayınlanan KOBİ Stratejisi ve Eylem Planıdır [62].

Dokümanın “3.2. İlke ve Politikalar Bölümü”nün 8. Maddesini oluşturan “Kobilerin Teknoloji ve Yenilikçilik Kapasitesinin Geliştirilmesi” politikasını uygulama aracı olarak “Yerel ve bölgesel iş birliği kümelerinin ve iletişim ağlarının oluşturulması desteklenecek, bu uygulamalara baz teşkil edecek saha araştırmaları yapılacak, işletmeler arası iş birliğinin geliştirilmesi yoluyla teknolojinin yayınımının sağlanmasına çalışılacaktır. İşletmeler arası bilgi ağları güçlendirilecek, tüm işletmelerin aktif bir şekilde bu sistemlere katılmaları sağlanacaktır.” kararı yer almaktadır [64].

IPA’dan etkin bir şekilde yararlanılabilmesi için IPA’nın 3. ve 4. bileşenleri için Stratejik Çerçeve Belgesi ve bu belgeyle uyumlu olarak, Çevre, Ulaştırma, Bölgesel Rekabet Edebilirlik ve İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi başlıklı dört adet Operasyonel Program hazırlanmıştır. Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programı kapsamında “iş ortamının iyileştirilmesi” ve “işletme kapasitesi ve girişimciliğin artırılması” öncelikleri aracılığıyla özellikle KOBİ’lerin desteklenmesi hedeflenmiş, bu doğrultuda KOBİ’lerin rekabetin zorluklarını aşabilmeleri için kümelenme yaklaşımı vurgulanmıştır [65].

KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2007-2009)’un temel hedeflerinden biri de KOBİ’leri desteklemek ve mümkün olan en iyi iş ortamını sağlamaktır. Nitekim Eylem Planı’nın “6. Öncelikler, Politikalar ve Eylemler” bölümünde “6.4. İş Ortamının İyileşmesi” temel politika alanlarından biri olarak belirlenmiştir. Belgenin bu bölümünde işletmelerin rekabetçi bir noktaya tek başlarına ulaşamayacağı belirtilmiş ve bu zorluğu aşabilmek amacıyla kümelenme yaklaşımı işaret edilmiştir [65].

Kümelerin örtüşen kavramsal tanımları nedeniyle, çeşitli politika alanları olası ‘’kümelenme’’ politikalarını etkilemektedir. Kümeler, başlıca beş politika alanının kesişim noktalarında bulunmaktadır: bölgesel kalkınma politikaları, sanayi politikaları, bilim ve teknoloji politikaları, KOBİ gelişim politikaları, dış ticaret politikalarıdır [62]. Çizelge 5.2.’de Türkiye’de kümelenme ile ilişkili politika alanları ve yansımaları (politika belgeleri) görülmektedir.

Çizelge 5.2. Türkiye'de kümelenme ile ilişkili politika alanları ve yansımaları (DTM, 2009'dan uyarlanmıştır.)

POLİTİKA ALANI	KÜMELENME POLİTİKALARI İLE BAĞLANTISI	POLİTİKA KAVRAMINDA YANSIMALAR
Bölgesel Kalkınma Politikaları	Bölgesel sanayi yoğunlaşmaları; değer yaratılması, yerel dinamiklere ve iç potansiyele bağlı gelişim	- 9. Kalkınma Planı - Orta Vadeli Program (2009-2011) - Bölgesel Kalkınma Ajansları Kanunu - GAP Eylem Planı - Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programı (2007) - DPT 2008-2009 yılları programları - Yeni Teşvik Sistemi 2012 - 10. Kalkınma Planı
Sanayi Politikaları	Değer zincirinde kuruluşlar arası işbirliğini güçlendirmek için bir araç olarak "kümelenme"	- Anayasa - Türkiye Sanayi Politikası (2008) - Orta Vadeli Program (2009-2011) - Ön Ulusal Kalkınma Programı (2004-2006) - Teknoloji Gelişim Alanları Kanunu (Kanun No: 4691) - Organize Sanayi Bölgeleri Kanunu (Kanun No: 4562) - Sanayi Bölgeleri Kanunu (Kanun No: 4737) - 635 Sayılı Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri hakkında Kanun Hükmünde Kararname - Türkiye Sanayi Strateji Belgesi (2011-2014) - Yeni Teşvik Sistemi 2012
Bilim ve Teknoloji Politikaları	İşbirlikçi etkileşimler ve "bölgesel yenilik sistemleri" yoluyla teknolojik yenilik ve yenilikçilik	- TÜBİTAK "Bilimsel ve Teknolojik İşbirliği Ağları ve Platformları Kurma Girişimi Destekleme Programı (ISBAP; 2006) - TÜBİTAK Teknoloji Platformlar Bölgesel İnovasyon Strateji Planı - Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun (Kanun No: 5746) - Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Kanunu (Kanun No: 4691)

Çizelge 5.2. (Devam) Türkiye'de kümelenme ile ilişkili politika alanları ve yansımaları (DTM, 2009'dan uyarlanmıştır.)

KOBİ Gelişim Politikaları	KOBİ'ler arasında bağlantıları ve işbirliğini güçlendirmek ve KOBİ'lerin ferdi girişimcilik düzeyinde rekabet edebilirlik kapasitesini arttırmak.	- KOSGEB Kurulması Hakkında Kanun (Kanun No: 3624) - 9. Kalkınma Planı - KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2007-2011)[1] - 2010 tarihli KOSGEB Destek Programları Yönetmeliği - KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2011-2013) - Yeni Teşvik Sistemi 2012 - 10. Kalkınma Planı
Dış Ticaret Politikaları	Yüksek katma değerli üretim yapısına geçerek ekonominin rekabet edebilirliğini arttırmak için ihracat odaklı politikaların gerekliliği	- 9. Kalkınma Planı - DPT Orta Vadeli Program (2009-2011) - DTM İhracat Stratejik Planı (2004-2006) - KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2007) - 10. Kalkınma Planı

9. Ulusal Kalkınma Planı, "Bölgesel Kalkınmayı Sağlama'' hususunu istikrarlı bir yapıda ekonomik büyümeyi ve sosyal gelişimi sürdürmek için gerekli olan gelişim eksenlerinden birisi olarak tanımlamaktadır. Plan, bölgesel kalkınmadaki farklılıkları azaltmayı ve aynı şekilde bölgelerin rekabet edebilirliğini arttırmayı amaçlayan dengeli bir bölgesel kalkınma politikasının önemini vurgulamaktadır. Bölgesel rekabet edebilirliği yerel potansiyeller temelinde güçlendirme hedefi, başlıca yol gösterici ilke haline gelmiştir. ''Kalkınma Ajansları'nın'' kurulması ve ilgili idari reformlar bu dönüşümü örneklemektedir. Ana hedef, yerel aktörlerin, yerel girişimciliğin ve yerel kaynakların geliştirilmesine vurgu yaparak, kalkınmaya ilişkin genel bir ''tabandan tavana'' yaklaşımını kabul etmektir [66].

[1] KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı önce 2007-2009 yıllarını kapsayacak şekilde hazırlanmış bazı düzenlemeler yapılarak 2011 yılına uzatılmıştır.

Planda bu doğrultuda “İşletmelerin ortak Ar-Ge, ortak tedarik ve pazarlama faaliyetlerine önem verilecektir. İşletmelerin fiziki altyapı ihtiyaçları karşılanacak, ağ oluşturma ve kümelenme girişimleri desteklenecektir. İşletmelerin belirlenmiş sanayi bölgelerinde kurulması ve mevcutların bu alanlara taşınması özendirilecektir.” ve “Sürükleyici sektörler liderliğinde ve güçlendirilmiş sosyal ağ yapısı içinde kümelenmelerin desteklenmesi sağlanacaktır. Bu çerçevede; yerel kümelenme alanlarını destekleyici, kümedeki aktörler arasında işbirliğini artırıcı ve kümenin dünya piyasaları ile entegrasyonunu sağlamaya yönelik mekanizmaların oluşumu özendirilecektir.” hedefleri yer almaktadır [66].

10. Kalkınma Planı’nın ise 2.2.1. Bilim Teknoloji ve Yenilik Bölümünün politikalar kısmında yenilik sisteminin kümelenme yaklaşımını merkeze alan bir yapıya kavuşturulması, 2.2.11 İmalat Sanayiinde Dönüşüm Bölümünün politikalar kısmında belirli sanayi alanlarında ağ ve kümelenmelerin desteklenmesi, 2.2.12. Girişimcilik ve KOBİ’ler Bölümünün politikalar kısmında KOBİ’lerin kümelenmelerinin desteklenmesi, 2.3.1. Bölgesel Gelişme ve Rekabet Edebilirlik Bölümünün politikalar kısmında kümelenme modelinin merkezi ve bölgesel düzeyde desteklenmesi, kümelenme bölgelerinde fiziki altyapının iyileştirilmesi, kümeler arası işbirliklerinin arttırılması ve plan genelinde kümelenme çalışmalarının arttırılması üzerinde önemle durulan politikalardandır [67].

Türkiye’de AB fonları ile gerçekleştirilen ilk kümelenme projesi Mart 2007 tarihinde uygulamaya geçen Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi (KPG) Projesidir. Dış Ticaret Müsteşarlığının yararlanıcı olduğu 6 milyon Avro bütçeli projenin genel hedefi, uluslararası pazarlarda Türkiye`nin rekabet edebilirliğini arttırmak olmuştur. Başarı ile yürütülmüş olan proje; Türkiye çapında kümelenme alanında farkındalık ve kapasite oluşmasını sağlamış ve alanda yapılacak yeni ve kapsamlı çalışmalara zemin hazırlamıştır [67].

Proje kapsamında aşağıdaki 3 temel çıktı elde edilmiştir. Bunlar:

- Ulusal Kümelenme Stratejisi’nin geliştirilmesi süreci için ana paydaşlarda kapasite oluşturulması

- Ulusal Kümelenme Strateji Belgesi
- Makro Küme Haritalama ve Stratejik Yol Haritalarıdır [68].

Çizelge 5.3.'de KOBİ İşbirliği ve Kümelenme Projesi Kapsamında Oluşturulması Hedeflenen Pilot Kümleler görülmektedir.

Çizelge 5.3. KOBİ İşbirliği ve Kümelenme Projesi kapsamında oluşturulması hedeflenen pilot kümleler [68]

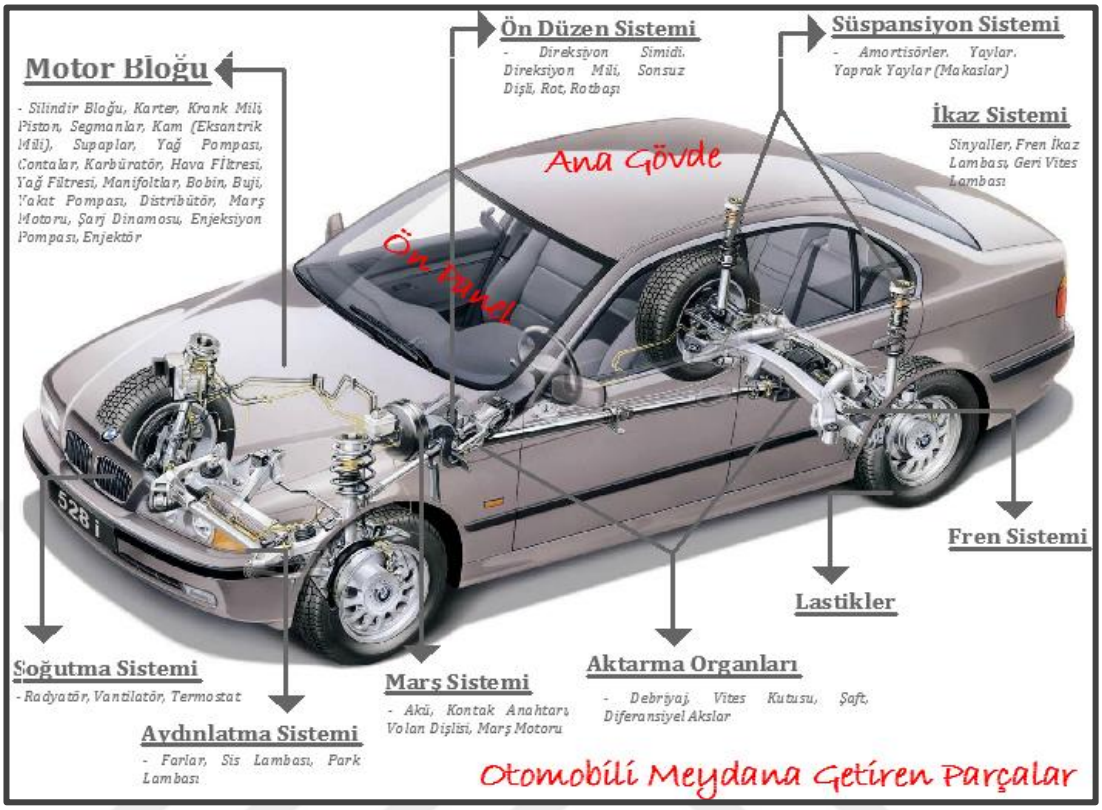
Yenilikçilik ve Girişimcilik	*Aktörler Arası Ağ Oluşturulması*	*Küme Oluşumu*	*Küme Tabanının Geliştirilmesi*	*Faktör Şartları*
Mersin İşlenmiş Gıda İş Kümesi	Ankara Makine İş Kümesi	Konya Otomotiv Yan Sanayi Kümesi	Eskişehir-Bilecik-Kütahya Seramik İş Kümesi	Manisa Elektrik Elektronik Aletler İş Kümesi
Ankara Yazılım İş Kümesi	Denizli-Uşak Ev Tekstili İş Kümesi	Muğla Yat Üretimi ve Tay Turizmi İş Kümesi	İzmir Organik Gıda İş Kümesi	Marmara Otomotiv İş Kümesi

6. OTOMOTİV SEKTÖRÜ VE KÜMELENME DEĞERİ

Türkiye Otomotiv Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2011-2014'e göre otomotiv sanayinin ürettiği ürünlerin iç ve dış pazarlarda pazarlanmasını sağlayan işletmeler ile bu sanayiye yönelik lojistik ve diğer hizmet kollarında faaliyet gösteren işletmeler de göz önünde bulundurulduğunda "Otomotiv Sektörü" kavramı ortaya çıkmaktadır. Sektör; gayri safi yurtiçi hâsıla, imalat sanayi üretimindeki payı, ihracat, net döviz girdisi, istihdam, rekabet edebilirlik, yatırımlar, dışa açıklık ve makroekonomik büyüklükler açısından ülkemiz için en önemli sektörlerin başında gelmektedir [69].

Otomotiv sanayii ise, motorlu karayolu taşıtlarının üretildiği ana sanayi ile bu ana sanayinin belirlediği teknik dokümanlara uygun orijinal ya da eşdeğer aksam, parça, modül ve sistem üreten yan sanayinin tümünü kapsayan büyük bir sanayi koludur. Bu yapısıyla otomotiv sanayi, tüm sanayileşmiş ülkelerde ekonominin lokomotif sanayilerinden biridir. Sanayinin ekonomideki lokomotif etkisinin nedeni, ekonominin diğer sanayileri ile olan çok yakın ilişkisidir. Otomotiv sanayi, demir-çelik, petrokimya gibi temel sanayi dallarının başlıca alıcısı ve bu sanayilerdeki teknolojik gelişme ve derinleşmenin de sürükleyicisidir. Turizm, altyapı ve inşaat ile ulaştırma ve tarım sanayilerinin gereksinim duyduğu her çeşit motorlu araç, bu sanayinin ürünleri ile sağlanmaktadır. Ayrıca otomotiv sanayi, savunma sanayisinin de en başta gelen destekçisidir [69].

Pek çok sanayi dalı ile ilişkili olması ve yüksek ihracat potansiyeli ile otomotiv sanayi bugün imalat sanayiinin lokomotif sektörlerinden biri haline gelmiştir. Mevcut gelişmeler önümüzdeki on yılın da önde gelen sektörlerinden biri olacağını göstermektedir.



Şekil 6.1. Bir otomobili meydana getiren parçalar

Dünya'da otomotiv sektörü, gün geçtikçe gelişen ve ülke ekonomileri için önemi artan bir sektördür. Bu sektörde firmalar arası rekabet hızla yükselmekte ve buna bağlı olarak verimlilik artışı, kaynakların etkin kullanımı, idari ve teknik organizasyon gibi unsurlar büyük önem kazanmaktadır. Bu kapsamda; Ar-Ge'ye yatırım, kalite yönetimi, ana ve yan sanayi arasında işbirliğine dayanan ilişkiler, nitelikli iş gücü istihdamı, esnek üretim yöntemlerinin uygulanması ve etkin pazarlama gibi özellikler rekabette öne çıkmayı belirleyen unsurlar olmaktadır [70].

Ayrıca otomotiv sektörü, dünyanın en büyük yatırımlarının gerçekleştiği sektörlerden birisidir. Sektörde, Ar-Ge ve üretim kapsamında 85 Milyar Euro'luk yatırım harcaması gerçekleştirilmekte ve yatırım yapılan ülkelerde 433 Milyar Euro'nun üzerinde vergi geliri sağlanmaktadır. Otomotiv sektörünün 2 Trilyon Euro civarında cirosu bulunmaktadır. Bu veri dünyanın ilk sıralarda yer alan sayılı büyüklükteki ülkeler arasında altıncı büyük ekonomiye karşılık gelmektedir [70].

Dünya otomotiv sanayisinin başlangıcından 1970'li yıllara kadar süren, "ölçek ekonomisi" ilkesine dayalı, esnek olmayan bant tipi üretim teknolojisi, model değişim süresinin uzun olması ve çalışanlara sorumluluk bilinci verilmeyişi gibi önemli sakıncaları beraberinde getirmiştir. 1970'li yıllarda Japonya tarafından başlatılan yalın üretim (Just İn Time) otomotiv sanayisinde önemli bir devrim olmuştur. Yalın üretim anlayışı "ekonomiklik" anlayışı ile atölye tipi üretimin "esneklik" anlayışını birleştirmiştir. Bu anlayışın beraberinde getirdiği, sürekli iyileştirme, tam zamanında üretim gibi uygulamalar bir yandan yaratıcılığı ve çalışanların işletmeye olan bağlılığını arttırmış, diğer taraftan da üretim maliyetlerinde tasarruf yapılmasına imkân sağlamıştır [70].

TUİK tarafından Türkiye genelinde yapılan "Teknolojik Yenilik Anketi" (1998-2010) sonuçlarına göre otomotiv sektörü en yenilikçi üçüncü sektör durumundadır. İlk sırada yer alan radyo, TV, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı sektörünün endeks değeri 80.6, ikinci sıradaki Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıt imalatı sektörünün endeks değeri ise 69.4 iken Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı römork imalatı sektörünün endeks değeri %59.8'dir. Bunu en yakından takip eden sektör ise 52,6'lık endeks değeri ile Kimyasal madde ve ürünleri imalatı sektörüdür [71].

6.1. Türkiye'de Otomotiv Sektörünün Gelişimi

Bedir (2002)'ye göre Türk otomotiv sanayiinin temelleri 1950'li yıllarda atılmış ve sektörün gelişimi 1960'ların sonu ve 1970'li yılların başında kurulan montaj fabrikalarının belirli kapasite ve yerlilik oranına ulaşmaları ile olmuştur [72].

Türkiye'de ilk kez otomotiv sanayi ürünleri üretimi 1954 yılında Türk Willys Overland Ltd.'nin orduya cip ve kamyonet üretmesi üzerine başlamıştır. Bu yatırımı, 1955 yılında Türk Otomotiv Endüstrisi A.Ş.'nin kamyon fabrikası ve daha sonrada Otosan ve Çiftçiler A.Ş.'nin ikinci ve üçüncü kamyon fabrikaları izlemiştir. Otobüs üretimi ise 1963 yılında İstanbul Otobüs Karoseri San. A.Ş. tarafından Magirüs otobüslerinin montajı ile başlatılmıştır. İlk Türk otomobili ise 1961 yılında Eskişehir

Devlet Demiryolları Fabrikasında üretilmiştir. “Devrim” adı verilen söz konusu otomobil 4 adetlik prototip üretimle sınırlı kalmıştır. Söz konusu yıllarda talebin 5.000 adetin altında olduğu düşünülürse, talep yetersizliği nedeniyle ekonomik ölçeğin çok altında bir üretimin yapılamayacağı gerekçesiyle üretimi sürdürülememiştir. Otomobilde ilk ciddi üretim 1966 yılında Anadol otomobili üretimi ile başlamıştır. Yıllık üretimi en fazla 7.200 adet olan Anadol marka otomobil üretimi 1982 yılına kadar devam etmiş ve toplam 87.000 adet üretilmiştir [72].

Bursa’da 1968’de Tofaş ve 1969’da Oyak Renault’nun kurulması, otomotiv sektöründe bambaşka dinamikleri tetiklemiştir. Bursa’daki imalatçılar başka sektörde de olsalar yavaş yavaş otomotive dönmeye ve otomotiv kültürü kazanmaya başlamışlardır. Montaj Sanayi Talimatı çerçevesinde, devletin yerliyi ve katma değeri özendirici politikaları sayesinde hem ana sanayi firmaları hem de yan sanayi firmaları için kazanma imkânları oluşmuştur [73].

Bedir (2002)’ye göre 1980’li yıllara kadar sürdürülen ithal ikamesi politikaları sonucu otomotiv sanayii iç pazara dönük, çok sayıda firmadan oluşan bir yapı içinde faaliyet göstermiştir. 1980’li yılların sonlarından itibaren koruma oranları önemli ölçüde indirilmiş, ekonomik ölçekteki yeni yatırımlar ve belirli büyüklükteki tevsii yatırımları desteklenmiştir [72].

Türkiye ile AB arasında benimsenen Gümrük Birliği Kararının fiilen uygulanmaya başladığı 1996 yılından itibaren otomotiv sanayi yapısal değişikliklere uğramış, gerek AB üyesi devletlerin (örneğin Fransa, Almanya, İtalya) gerek diğer devletlerin (örneğin Japonya, Kore) girişimcileri Türkiye’de büyük yatırımlar yapmışlardır. Bu yatırımların oluşturduğu ivme ile sürekli değişen pazar talepleri ve rekabet koşulları, otomotiv ana ve yan sanayisinde gelişmeyi ve yeniliği zorunlu kılmıştır. Gümrük Birliğine geçilen 1996 yılı baz alındığında, günümüze kadar geçen sürede otomotiv ana sanayinin ihracatı yaklaşık on beş kat, yan sanayinin ihracatı ise üç kat artmıştır [74]. Çizelge 6.1.’de ülkemizde otomotiv sektörünün dönemlere göre gelişimi özetlenmektedir.

Çizelge 6.1. Türkiye'de otomotiv sektörünün dönemlere göre gelişimi

1950-1960	1960-1980	1980-1990	1990-2000	2000-Günümüz
Erken Adımlar; İthal İkamesi Politikası - 1954 Türk Willys Overland Ltd. - 1954 Türk Traktör AŞ, Ankara - 1955 Türk Otomotiv Endüstrisi A.Ş - 1959, FORD, Ototsan, İstanbul	- Otomotiv Sanayiinde Dönüm Noktası: Montaj Sanayi Talimatı - 1961 Devrim Arabaları: İlk otomobil - 1963: İstanbul Otobüs Karoseri San. A.Ş (OTOKAR), Sakarya: Magirüs otobüsler - 1966 Anadol: ikinci otomobil üretimi denemesi (1982 yılına dek üretilmiştir.) - 1966 BMC, İzmir - Bursa Otomotiv Sektörünün Başkenti Oluyor: - 1966 KARSAN - 1968'de Tofaş - 1969'da Oyak Renault - 1968 Mercedes Benz, İstanbul	Liberal Ekonomi Politikaları, Tevsi Yatırımlarının Desteklenmesi - 1983 FORD OTOSAN, Eskişehir - 1985 Mercedes Benz, Aksaray - 1985 TÜMOSAN, Konya - 1987 TEMSA, Adana	Otomotiv Sanayiinde Yapısal Değişimler; Gümrük Birliği Uzak Doğu Arabalarının pazara girişi: - 1994 TOYOTASA, Sakarya - 1997 HYUNDAİ ASSAN, Kocaeli - 1997 HONDA, Kocaeli	Sürdürülebilir Küresel Rekabet Süreci - 2001, FORD OTOSAN, Kocaeli - 2010 yılı verilerine göre Türkiye Avrupa ülkeleri içerisinde: - Otobüs üretiminde ikinci, Hafif ticari araç üretiminde ikinci, - Ağır kamyon üretiminde dokuzuncu, -Otomobil üretiminde sekizinci, - Toplam üretimde altıncı sırada yer almaktadır.

Bugün 15 ana firma, sağladığı 25.000 civarındaki istihdamla sektörde faaliyet göstermekte ve ülke kalkınmasına önemli katkılarda bulunmaktadırlar. Sektördeki firmalar lisans altında üretim yapmakta olup, Dünya otomotiv sanayiinde çok güçlü firmalarla yabancı sermaye ortaklığı kurmuşlardır [72].

Türkiye'de de üretim için işbirliği yapılan küresel firmalarla Türkiye'deki ortakları arasındaki yoğun entegrasyonun gerçekleşmesi "ihracata yönelik rekabetçi bir sanayi niteliği" sürecini başlatmış ve geliştirmiştir. Bu nedenle otomotiv sanayinde uygulanan üretim yöntem ve teknolojileri, uluslararası düzeyde ve ana firmaların kullandıkları yöntem ve teknolojilerle eşdeğerdir. Ayrıca özellikle son yıllarda gelişen Ar-Ge olanak ve kapasitesi ile Türkiye'deki otomotiv sanayi de, üretim yöntemleri ve ürün teknolojisini geliştirme çabalarını arttırmaktadır [70].

Otomotiv yan sanayi ise gerek yurt içinde gerekse yurt dışında faaliyet gösteren firmalara ve bununla birlikte yenileme pazarına doğrudan veya dolaylı olarak ana sanayi tarafından belirlenen teknik dokümanlarına uygun orijinal ve eşdeğer mamul, yarı mamul ve sistem üreten bir sanayi dalıdır. Türk otomotiv yan sanayi firmalarının, bazı mamuller dışındaki tüm parçaları içeren ürün gamı, ülkemizde imal edilen taşıt araçlarının yüzde 85-90 oranında yerli imal edilmesine imkân verecek çeşitlilikte olmakla birlikte daha yüksek yerli katkının sağlanması için motor-vites kutusu ve diferansiyel kutusundan oluşan güç ünitesi ile elektrik/elektronik kontrol sistemlerinin de seri olarak üretimi gereklidir [69].

Otomotiv ana sanayine yönelik üretim yapan firmalarca imal edilen başlıca ürün grupları; komple motor ve motor parçaları, aktarma organları, fren sistemleri ve parçaları, hidrolik ve pnömatik aksamlar, süspansiyon parçaları, emniyet aksamları, kauçuk ve lastik parçalar, şasi aksam ve parçaları, dövme ve döküm parçalar, elektrik ekipmanları ve aydınlatma sistemleri, akü, oto camları ve koltuklardır [69].

Türk otomotiv yan sanayi gerek üretim miktarı, gerekse kalite olarak iç piyasada kendini kabul ettirmenin yanında, uluslararası pazarlarda da rekabet gücüne ulaşmış bulunmaktadır. Aynı zamanda, teknolojik olarak kendini geliştirmiş, üretim

kapasitesi ve verimlilik açısından da büyük bir aşama kaydetmiştir. Bu sanayi dalında hizmet veren firmaların büyük bölümü ISO kalite belgelerini almış ve dış pazarlara yönelik üretimlerini artırmışlardır [69].

Ülkemizde, tedarik zincirinde aksam parça üretmek üzere yer alan 1100 civarında firma bulunmakta olup, bunların büyük bölümü ana sanayi firmalarına orijinal parça üretmektedir. Bu firmalar, motorlu taşıt üretim merkezlerine paralel olarak büyük oranda Marmara, Ege ve İç Anadolu bölgelerinde kümelenmişlerdir [69].

Bedir (2002)'ye göre yaklaşık 100.000 civarında istihdamı bulunan yan sanayiinde 130' un üzerinde yabancı sermayeli firmayla işbirliği içinde bulunulmaktadır [72].

Erkut ve Albayrak (2010)'a göre Otomotiv sektörünün Türkiye içindeki yapısına bakıldığında ana üreticilerin ağırlıkla Doğu Marmara Bölgesinde kümelendiği gözlenmektedir. Büyük ölçüde İstanbul'un hinterlandı olarak gelişen bu bölge Türkiye'nin en önemli iki kentini (Ankara ve İstanbul) birbirine bağlayan konumunun da etkisiyle hızlı bir kentleşme ve sanayileşme süreci yaşamıştır [75].

Çizelge 6.2. Otomotiv sanayi ihracat rakamları, 2012 [76]

SIRALAMA	İL	İLİN TOPLAM İHRACATI	
		Değer (Amerikan Doları)	Yüzde
1	*Bursa*	11,916,551	10.81%
2	*Kocaeli*	13,080,861	11.87%
3	*İstanbul*	60,999,030	55.34%
4	*Sakarya*	1,784,795	1.62%
5	*Ankara*	6,550,267	5.94%
6	*İzmir*	8,484,258	7.70%
7	*Manisa*	4,314,900	3.91%
8	*Konya*	1,295,469	1.18%
9	*Adana*	1,802,802	1.64%

Çizelge 6.2.'de görüldüğü gibi Bursa, Kocaeli, İstanbul ve Sakarya İlleri ihracat, üretim ve altyapı bakımından otomotiv sektöründe öne çıkan iller arasındadır. Bu illerin otomotiv sektöründe ön plana çıkmasının Bursa'da Tofaş, Renault, KARSAN-Peugeot; Kocaeli'nde Hyundai, Honda, Ford OTOSAN ve Sakarya'da ToyotaSA ve OTOKAR fabrikalarının yer seçmesi, yarattığı istihdam ve beraberinde getirdikleri deneyim ile yan sanayi ve sektöre yönelik diğer becerilerin de gelişmesinde öncü olmasının bir sonucu olduğu savunulabilir.

Konya Otomotiv Sektörünün ülkemizin otomotiv sektöründeki ihracatı içerisindeki payı göreceli olarak az olsa da sektörün Konya ekonomisi içerisindeki payı, yarattığı istihdam olanakları ve bazı aksam ve parçaların üretimi ve istihdamında öncü durumda olması bakımından Konya için vazgeçilmezdir. Bununla birlikte bölgelerin içsel potansiyelleri ile kendi kendilerini kalkınmalarını savunan güncel bölgesel kalkınma politikaların etkinliğinin ve işlerliğinin yaygın olarak kabul gördüğü bu ortamda Konya'nın otomotiv sektörü az gelişmiş bölgeler için bir kalkınma modeli ortaya koyduğu savunulabilir.

6.2. Kalkınma Politikalarında Otomotiv Sektörü

Ülkemizin kalkınma politikaları içerisinde yüksek teknolojili üretime geçiş ve katma değerin arttırılması kapsamında yarattığı çarpan etkisi ile otomotiv sektörü öncelikli olarak geliştirilmesi hedeflenen sektörler içerisinde yer almaktadır. Bu doğrultuda Kalkınma Politikamızın Temel Belgesi olan Onuncu Kalkınma Planı, bu plan ile paralel olarak Orta Vadeli Program ve 2012 yılında yürürlüğe giren Yeni Teşvik Sistemi otomotiv sektörünü özellikle vurgulamaktadır.

Üst ölçekli planlar, ulusal politikalar ve küresel eğilimler önümüzdeki 10 yıl içerisinde "Ana Metal sanayi", "Motorlu Kara Taşıtı, Treyler (römork) ve Yarı Treyler (yarı römork) İmalatı"," Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine ve Ekipman İmalatı" sektörlerinin ekonomik politikalar içerisinde baskın sektörler olacağını ve çeşitli tedbirlerle destekleneceğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte önemle vurgulanan bir husus da kümelerin önemi ve sağladığı olanaklardır. Ulusal

Belgeler Önümüzdeki dönem içerisinde kümelenme politikalarının da ekonomik politikaların en önemli bileşenlerinden biri olacağını ortaya koymaktadır.

6.2.1. Onuncu Kalkınma Planı ve otomotiv sektörü (2014-2018)

2014-2018 yıllarını kapsayan 10. Kalkınma Planında üretimde katma değeri yüksek ürünlerin ağırlıklı olarak üretilmesi, rekabet gücünün arttırılması, sürdürülebilir üretime imkan veren daha yüksek teknolojili bir ürün desenine geçilmesi ithalat bağımlılığının azaltılması ve dünya ticaret pazarında ihracat payını yükseltebilen bir ulaşım yapısına ulaşılması hedeflenmektedir. Bu doğrultuda planda Ana metal sanayi, elektrik-elektronik, makine ve teçhizat, kimya sanayi, otomotiv sektörleri özellikle vurgulandığı görülmektedir [67].

Planda öncelikli sektörlerden biri olarak belirlenen otomotiv sanayiinde, tedarik zincirini kapsayan, tasarım/Ar-Ge, üretim ve satış-pazarlama süreçleri bütününün yurtiçinde geliştirilmesi sağlanarak, katma değerin arttırılması Kalkınma Planı'nın önemli hedeflerinden biri olarak vurgulanmaktadır [67].

6.2.2. Orta vadeli program (2013-2015)

2013-2015 yıllarını kapsayan Orta Vadeli Program'da imalat sanayiinde rekabet gücünü artırmak ve dünya ihracatından daha fazla pay almak üzere yüksek katma değerli mal üretimini artırarak yapısal dönüşümün hızlandırılması temel amaç olarak belirlenmiş bu amaca ulaşmak amacıyla Türkiye'nin orta ve yüksek teknolojili ürünlerde üretim merkezi olmasına yönelik yapısal dönüşümün sağlanması, ulusal ve uluslararası marka oluşturulması, yenilikçi fikirlere ve Ar-Ge'ye dayalı katma değeri yüksek ürün ve hizmetlerin ticarileştirilmesi ve pazarlanma süreçleri desteklenmesine ve İşletmelerin daha etkin faaliyet sürdürmelerinin sağlanabilmesi amacıyla başta organize sanayi bölgeleri olmak üzere sanayi ve teknoloji bölgesi uygulamalarının geliştirilmesi özellikle vurgulanmaktadır. Planda otomotiv sektörü gibi Ar-Ge'ye dayalı katma değeri yüksek ve yüksek teknolojili üretim yapısına sahip olan sektörler özellikle vurgulanmaktadır [77].

10. Kalkınma Planı ve planda öngörülen hedeflere ulaşmak için hazırlanan Orta Vadeli programda da ithalata bağımlılık ve bununla beraber gelen cari açık özellikle vurgulandığı Türkiye'nin ikili ve çok taraflı yükümlülükleri çerçevesinde yurtiçi üretimde yerli ara malı kullanımının ve katma değerin artırılması sağlanması temel amaçlardan biri olarak belirlendiği görülmektedir [77].

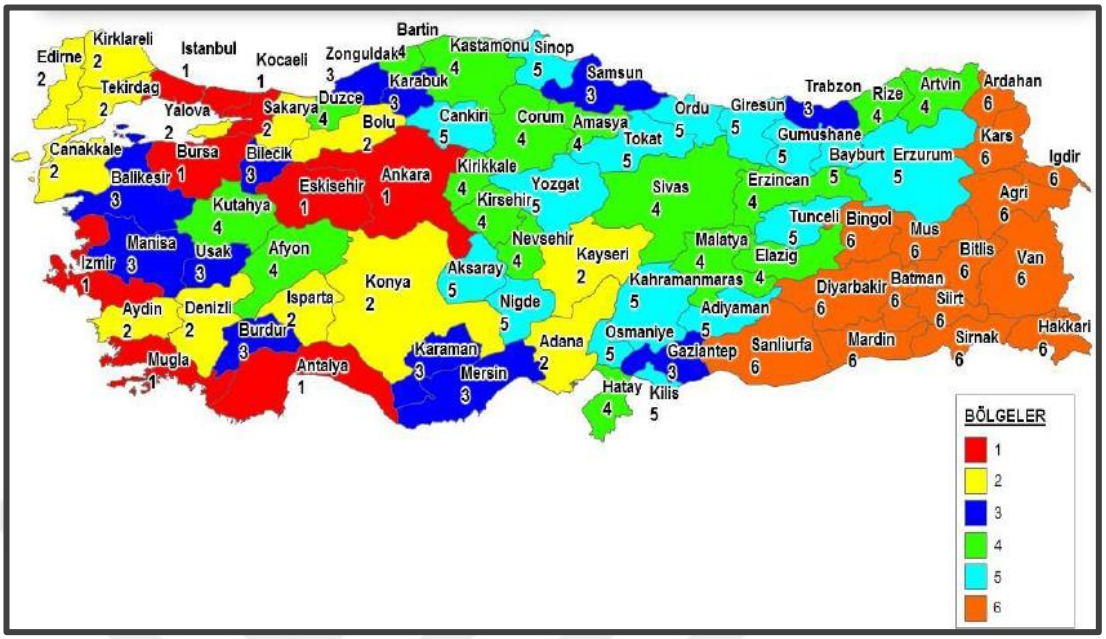
6.2.3. Yeni teşvik sistemi

Yeni teşvik sistemi 19.06.2012 tarihli ve 2012/3305 Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe girmiştir. Teşvik Sisteminin temel amacı Cumhuriyetimn 100. Yılında ilk 10 ekonomiden biri olmak, 500 milyar dolar ihracat ve 25.000 dolar kişi başı milli gelir olarak belirlenmiştir. 2011 yılı verilerine göre Türkiye'de 100 Dolarlık İmalat yapmak için 43 Dolarlık Yatırım/Ara Malı ithal edilmektedir. Yeni teşvik sistemi cari açığın azaltılması amacıyla ithalat bağımlılığı yüksek ara malları ve ürünlerin üretimi ve uluslararası rekabet gücünü artırma potansiyeline sahip yüksek teknolojili ve yüksek katma değerli yatırımları teşvik etmektir [78].



Şekil 6.2. Türkiye imalatının ithalata bağımlılığının yıllar içerisinde değişimi [78]

Yeni teşvik sistemi ile yeni bir Bölgesel Harita-İl bazlı bölgesel teşvik sistemine geçilmiş, desteklenecek sektörler güncellenmiş ve sosyoekonomik açıdan az gelişmiş bölgelere cazip destekler verilmiştir [78].



Şekil 6.3. Teşvik Sisteminde Bölgeleme [78]

İthalata bağımlılığı azaltmak amacıyla girdi tedarik stratejisi kapsamında Madencilik yatırımları başta demir cevheri ve linyit kömürü yatırımları; üst ölçekli ulaşım politikaları sebebi ile demiryolu ve denizyolu ile yük ve yolcu taşımacılığına yönelik yatırımlar ile test merkezleri, rüzgar tüneli yatırımları öncelikle desteklenecek sektörler olarak belirlenmiştir [78].

Bunlara ek olarak 200 milyon dolar ve üzeri Kimyasal Madde ve Ürünleri İmalatı yatırımları, 200 milyon dolar üzeri motorlu kara taşıtları ana sanayi yatırımları, 50 milyon dolar üzeri elektronik sanayi yatırımları ve 50 milyon dolar üzeri makine imalat yatırımları sektörleri de öncelikli olarak desteklenecek sektörler arasındadır. Anlaşılacağı üzere otomotiv sektörü ve yüksek teknolojili sanayi yapısı önümüzdeki on yıl içerisinde ekonomimizin öncelikli olarak desteklenecek sektörleri içerisinde değerlendirilmektedir [78].

Ayrıca yeni teşvik sistemi ile birlikte yatırım havzalarının oluşturulması ve kümelenmelerin desteklenmesi hedefleri çerçevesinde OSB'lerde yapılacak yatırımlar, sektörel işbirliğine dayalı yatırımlar ve TÜBİTAK tarafından desteklenen

Ar-Ge projeleri neticesinde geliştirilen ürünlerin üretimine yönelik yatırımlar teşvik sistemi kapsamında özellikle desteklenmektedir [78].

7. KONYA OTOMOTİV SEKTÖRÜ VE KÜMELENME DEĞERİ

Konya'da ana sanayi ve otomotiv yan sanayi ile birlikte bu sanayinin ürettiği ürünlerin pazarlanmasını sağlayan işletmeler ve bu sanayiye yönelik lojistik ve diğer hizmet kollarında faaliyet gösteren işletmeler bir bütün olarak değerlendirildiğinde otomotiv sektörü baskın sektörlerden birini meydana getirmektedir.

Tez konusu olan Konya İli'nin otomotiv sektöründe gerçekleştirdiği ihracatın büyük bir kısmını otomotiv yan sanayi meydana getirmektedir. Konya İli otomotiv sektörü içerisinde otomotiv yan sanayi sektörü, ihracatın önünü açan lokomotif bir sektör olarak ön plana çıkmaktadır.

Konya otomotiv sektörü içerisinde yan sanayi sektörü, ihracatın büyük bir kısmının gerçekleştiği önemli alanlardan biridir. Ülkemizdeki en önemli motor piston ve gömlek, supap, krank, dişli ve conta üreticileri Konya ilinde bulunmaktadır. Alt sektördeki diğer işletmeler şasi, aks, motor bloğu, silindir kapağı, dişli, direksiyon aksamı, krank mili, şanzıman ve aktarma organları gibi ürünleri üretmektedir [79].

Çizelge 7.1. Konya Otomotiv Yan Sanayisinde yaygın olarak üretilen parçalar, üretim ve istihdam oranları [79]

		TÜRKİYE	KONYA
Pistonlar	Üretici Sayısı	30	18
	İstihdam	2.022	651
	Üretim	47.866.828	34.145.000
Supaplar	Üretici Sayısı	21	16
	İstihdam	3.532	485
	Üretim	43.319.842	29.536.482

Çizelge 7.1. (Devam) Konya Otomotiv Yan Sanayisinde yaygın olarak üretilen parçalar, üretim ve istihdam oranları [79]

Aks, Dingil	Üretici Sayısı	58	26
	İstihdam	6.579	834
	Üretim	1.126.176	627.547
Rot, Rotil	Üretici Sayısı	61	15
	İstihdam	5.788	733
	Üretim	39.524.616	20.989.937

Tabloda görüldüğü gibi ülkemizin piston üreticilerinin yarısından fazlasının, supap üreticilerinin %76'sınının, aks ve dingil üreticilerinin yarısının yer alması ve piston üretiminin %71'inin, ve supap üretiminin %68'inin ve aks ve dingil üretiminin yarısından fazlasının gerçekleştirmesi açısından Konya otomotiv yan sanayinin otomotiv sanayiimiz içerisinde önemli bir konuma sahip olduğu savunulabilir.

Konya Ticaret Odasına göre ağırlıklı olarak saç üretimi gerçekleştiren Bursa'ya karşın Konya, 50'ye yakın alanda ihtisaslaşmış üretim yapmaktadır. Bu durum ülkemizin otomotiv sanayisinin önde gelen illeri olan Bursa, İstanbul, Kocaeli ve Sakarya gibi illere nazaran ülke ihracatında oldukça düşük bir paya sahip olan Konya İli'nin otomotiv yan sanayisinin pek çok alanında başatlık özelliği taşıdığı görülmektedir [80].

Konya otomotiv yan sanayi sektörü, Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından Türkiye'de kümelenme yol haritası çizilen pilot 10 sektörden biri olarak seçilmiştir. Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından yapılan çalışmada talep şartları açısından en avantajlı kümenin "Konya Otomotiv Parça ve Aksamları" olmakla beraber bu kümenin coğrafi konum avantajını en az yaşayan küme olduğu ortaya çıkmıştır [79].

Tez kapsamında Konya Otomotiv Sektörü güncel veriler çerçevesinde analiz edilmiştir. Bu kapsamda öncelikle Konya ekonomisi içerisinde otomotiv sektörünün konumu ortaya koyulmuş, daha sonra bu yoğunlaşma konumsal/mekansal ve yapısal olarak irdelenerek Konya Otomotiv Sektörünün performansı ve yaşam döngüsündeki yeri ortaya koyulmuştur.

7.1. Konya Ekonomisine Genel Bakış

Coğrafya kitaplarında sıklıkla ülkemizin "tahıl ambarı" olarak nitelendirilen Konya, bu geleneksel kimliğinin yanında aslında pek çok sektörde üretim gerçekleştiren sayısız ülkeye ihracat yapan ve ihracatını sürekli arttıran, hizmetler ve tarım sektörlerinin her birinde önemli gelişmeler kaydetmiş ve kendi kaynakları ile büyüyen bir İldir. Bu özelliği ile büyük küresel ve ulusal yatırımlara ev sahipliği yapan pek çok ili geride bırakmıştır.

Anadolu yarımadasının tam ortasında bulunan Konya aynı zamanda Anadolu'nun en eski yerleşimlerinden biridir. Selçuklu Devletine Başkentlik yapan ve tarihi ipek yolunun önemli duraklarından biri olan il tarih boyunca önemli bir kültürel ve ticari merkez olma özelliğini korumuştur. Anadolu'da bilinen ilk yerleşim yeri Çatalhöyük ve büyük tasavvuf düşünürü Mevlana'ya ev sahipliği yapan Konya, Anadolu'nun kuzeyini güneye, doğusunu batıya bağlayan bir kavşak noktası olarak stratejik bir konumda bulunmaktadır. Türkiye'nin en büyük yüz ölçümüne sahip olan İl TÜİK, 2013 verilerine göre 2.052,281 nüfusa sahiptir. TÜİK, 2012 verilerine göre Şehirleşme oranı %75 olan Konya İli %94 olan okuryazarlık oranı ile Türkiye ortalamasının üzerindedir. TÜİK, 2013 verilerine göre işsizlik ortalaması %4.9 olan Konya İli işsizlik oranı %7.9 olan Türkiye ortalamasının oldukça altındadır. TÜİK, 2011 yılı verilerine göre Konya İlinde genç nüfusun ağırlığı dikkat çekicidir. İl nüfusunun %44'ünü 25 altı nüfusun oluşturduğu Konya'da 65 yaş üstü nüfus toplam nüfusun yalnızca %8'ini oluşturmaktadır.

Selçukludan itibaren genel zanaatların geliştiği Konya sanayisi, yapısı itibariyle diğer illerin sanayilerinden farklı olarak birçok alanda faaliyet gösteren çok sayıda sektörü

içerisinde barındırmaktadır. Ekonomik göstergeler değerlendirildiğinde Konya'daki gelişmiş sektörlerin başında, otomotiv yan sanayi, makine sanayi ve gıda ürünleri imalatı ve Döküm sanayi gelmektedir.

Konya ili yer altı kaynakları bakımından zengin olup önemli maden rezervlerine sahiptir. Dünya'nın ve Türkiye'nin en büyük rezervli manyezit yatakları Meram ilçesindedir. Türkiye'nin en büyük alüminyum (boksit) yatakları ve aynı zamanda ülkemizin en büyük Alüminyum İşletmesi olan Eti Madencilik AŞ. Entegre Birincil Alüminyum İşletmesi Seydişehir'de yer almaktadır. Tesis tek başına Konya ihracatının yarısından fazlasını karşılamaktadır. Bununla birlikte pek çok ilçede büyük potansiyele sahip metalik madenler, endüstriyel hammaddeler ve sıcak su kaynakları bulunmaktadır. Türkiye'de en fazla metal işleme potansiyeline sahip olan İl, ana metal sanayinden döküm sanayiine, makine ve ekipmanlarından otomotiv sanayiine pek çok sektör için uygun bir yatırım ortamı sunmaktadır [81].

Ülke içi bir kavşak noktası niteliğinde olan Konya İli ulaşım açısından oldukça önemli bir konuma sahiptir. Güney ve Güneydoğuyu Batıya ve İstanbul'a bağlayan demiryolu, Konya ilinden geçmektedir. Ankara-Konya hızlı tren projesinin tamamlanması ile birlikte Konya-Ankara arası 1 sa. 45 dk.' ye inmiş bu yıl içerisinde tamamlanması beklenen Ankara-İstanbul hızlı tren projesi ile birlikte 12 saat 30 dk. olan Konya-İstanbul arasının 4 saate inmesi beklenmektedir. Ayrıca Konya ili TCDD tarafından yatırım programında alınan Konya-Mersin Tren Yolu Rehabilitasyonu, Kayseri-Nevşehir-Konya-Antalya Konvansiyonel Tren Yolu Projesi 2023 yılında tamamlanması hedeflenen Konya-Antalya, Konya-Kapadokya-Kayseri hızlı tren projesi ve Ankara-İzmir hızlı tren hattı ile birlikte yük ve yolcu taşımacılığında önemli bir kavşak noktası haline gelecektir. Bununla birlikte Konya İli Türkiye'nin en büyük limanı olan Mersin Limanı ve Serbest Bölgesine yalnızca 4 sa. mesafededir.

Konya İli 9 Organize Sanayi Bölgesi ile Türkiye'de en çok organize sanayi bölgesine sahip olan 3. ildir. 22 adet Küçük Sanayi Sitesi ile ülkemizdeki 485 küçük sanayi

sitesinin %4.9'una sahip olan Konya İli ülkemizde en çok küçük sanayi sitesine sahip olan ildir [81].

Bunlara ek olarak pek çok işletmenin bir araya gelerek kurduğu özel girişimler olan BÜSAN Özel Organize Sanayi Bölgesi ve KONSAN Özel Organize Sanayi Bölgesi de İlde yer almaktadır. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı OSB Bilgi sistemi (OSBUK) verilerine göre ilde yer alan Organize sanayi bölgelerinde 590 ve BÜSAN Özel Organize Sanayi Bölgesi ve KONSAN Özel Organize Sanayi Bölgelerinde 536 firma olmak üzere 1000'de fazla firma yer almaktadır [82].

Selçuk Üniversitesi, Mevlana Üniversitesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, KTO Karatay Üniversitesi olmak üzere dört üniversitenin varlığının, Selçuk Üniversitesi bünyesinde bulunan TEKNOKENT'in ve TÜBİTAK desteği ile gerçekleştirilen tek Bilim Merkezi olan ve Konya Organize Sanayi Bölgesinde inşaatı devam eden Konya Bilim Merkezi'nin İlin sanayisi için büyük bir şans olduğu savunulabilir.

Ayrıca İlde uluslararası standartlarda bir fuar merkezi bulunmaktadır. TÜYAP Konya Uluslararası Fuar Merkezi ülkemizin ihracat atağında çok önemli katkısı olan Anadolu endüstrisinin gücünün sergilendiği ticari fuarlara ev sahipliği yapmaktadır. Her yıl 10'dan fazla uluslararası fuar düzenlenen Konya İlinde Makine, Otomotiv Yedek Parça, Tarım, Gıda, Ayakkabı ve Tekstil fuarlarına yoğun bir katılım olmaktadır [83].

Bununla birlikte Bakanlar Kurulu'nun 16.07.2012 tarih ve 2012/3574 sayılı kararı ile Karapınar Enerji İhtisas Endüstri Bölgesi kurulması çalışmalarına başlanmış ve bölgenin fizibilite çalışmaları tamamlanmıştır. Türkiye'de kurulan 3 Enerji ihtisas endüstri bölgesinden biri olan Karapınar Enerji İhtisas Endüstri Bölgesi 5900 hektarlık alanda güneş enerjisinden elektrik üretilecek yatırımlara ev sahipliği yapılacaktır. Bölgenin tam kapasiteyle faaliyete geçmesi ile birlikte Konya İli Türkiye'nin önemli bir enerji üssü haline geleceği öngörülmektedir.

Konya Türkiye genelinde faaliyet gösteren 210.000 KOBİ'nin 19.000'inini bünyesinde barındırması nedeniyle KOBİ Başkenti olarak anılmaktadır. Çizelge 7.2.'de de görüldüğü üzere bu yapısı ile Konya İli İstanbul'dan sonra yatırımlarına en fazla teşvik alan 2. İldir [84].

Çizelge 7.2. Yatırım Teşvik Belge adedine göre ilk 5 İl, 2011 [84]

SIRA	İLLER	2010	2011
1	*İstanbul*	278	405
2	*Konya*	202	177
3	*Bursa*	122	157
4	*Gaziantep*	135	147
5	*Ankara*	107	138

Başta Irak olmak üzere Almanya, İran, Rusya, İtalya, Bulgaristan, Suudi Arabistan, Libya, Mısır ve ABD gibi 130 ülkeye ihracat yapan Konya İli toplamda 8 Trilyon Dolar ticaret hacmi olan çok sayıda pazara giriş yapmaktadır. 2001-2012 yılları arasında ihracat hacmini 13 kat arttıran Konya 2015 yılında 2.5 milyar dolar 2023 yılında 15 milyar dolar ihracat hedeflemektedir. 1313 kayıtlı ihracatçı firma bulunan Konya İli bu sayı ile Türkiye'de 5. Sırada yer almaktadır [85]. Çizelge 7.3.'de Konya İli'nin ithalat ve ihracat gerçekleştirdiği il 10 ülke görülmektedir.

Çizelge 7.3. Konya İli ihracat ve ithalatta ilk 10 ülke, 2012 [86]

	İHRACATTA İLK 15 ÜLKE		**İTHALATTA İLK 15 ÜLKE**	
1	*Irak*	240.966.802	*Rusya Federasyonu*	168.563.917
2	*Almanya*	73.233.488	*Çin*	137.505.393
3	*İran*	51.273.108	*Almanya*	106.005.001
4	*Rusya Federasyonu*	47.441.427	*İtalya*	70.211.534
5	*İtalya*	46.342.918	*Kazakistan*	49.399.890
6	*Bulgaristan*	45.738.796	*Suudi Arabistan*	48.620.464
7	*Suudi Arabistan*	43.920.396	*Tayvan*	43.695.018
8	*Libya*	39.842.933	*Hollanda*	39.710.602

Çizelge 7.3. (Devam) Konya İli İhracat ve İthalatta İlk 10 ülke, 2012 [86]

9	*Mısır*	38.662.595	*Hindistan*	33.628.846
10	*ABD*	37.596.854	*ABD*	26.842.056
11	*İngiltere*	29.849.997	*Katar*	26.120.016
12	*Azerbaycan*	29.694.531	*Polonya*	22.665.430
13	*İspanya*	26.963.951	*İran*	21.096.792
14	*Cezayir*	26.581.237	*Ukrayna*	19.105.958
15	*Kazakistan*	15.703.302	*İspanya*	18.165.245

Patent Enstitüsü verilerine göre Konya İlinde 1995-2012 yılları arasında 12.316 marka başvurusu tescil olmuştur. Bu değer ülke genelinde yapılan marka tescil sayısının %3'ünü meydana getirmektedir. Konya ili 12316 markasıyla Türkiye marka liginde İstanbul, Ankara, İzmir ve Bursa'dan sonra 5. Sıradadır [87].

Patent Başvurularında ise 1995-2012 yılları arasında Konya İli 108 patent başvurusu ile aynı dönemde ülke genelinde yapılan patent tescillerinin %2'sini oluşturmaktadır. Patent sıralamasına bakıldığında Konya İli İstanbul, Ankara, Bursa, İzmir, Manisa ve Kocaeli'nin ardından 7. Sıradadır [88].

Endüstriyel tasarım tescillerinde Konya İli 1995-2012 yılları arasında 1714 tescilli ürünü ile aynı dönemde ülke genelindeki tescillerin %2'lik kısmını meydana getirmektedir. Genel sıralamaya bakıldığında Konya İli'nin İstanbul, Bursa, Ankara, İzmir, Kayseri ve Gaziantep'ten sonra 7. sırada olduğu görülmektedir [89].

Çizelge 7.4.'te görüldüğü gibi İstanbul Sanayi Odası tarafından 2011 yılında hazırlanan İlk 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Listesinde Konya Şeker 49., TÜMOSAN 185., PAKPEN 226., Konya Çimento 349., Ova Süt ve Ova Un ile Akova AŞ. 422. ve Zade Yağları ile Helvacızade AŞ. 459. Sırayı almıştır [79].

Çizelge 7.4. İSO-İstanbul Sanayi Odası İlk 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Listesi, 2011 [79]

SIRA NO	FİRMA	TİCARİ MARKA	ÜRÜNLER
49	*Konya Şeker San. ve Tic. A.Ş.*	Konya Şeker, Torku, Boniki	Kristal/Kesme/Sıvı Şeker, Çikolatalı ürünler, biyoetanol, şekerleme
185	*Tümosan Motor ve Traktör Sanayi A.Ş.*	TÜMOSAN	Traktör
201	*İsminin Açıklanmasını İstemeyen Firma*		
226	*PAKPEN Plastik Boru ve Yapı Elemanları San. ve Tic. A.Ş.*	PAKPEN	PVC Kapı, pencere, siding profilleri, boru
349	*Konya Çimento Sanayi A.Ş.*	Konya Çimento	Çimento, hazır beton
422	*Akova Süt ve Gıda Mamulleri San. ve Tic. A.Ş.*	Ova Süt	Süt ve ürünleri
438	*Ova Un Fabrikası A.Ş.*	Ova Un	Buğday unu
459	*Helvacızade Gıda İlaç Kimya San. ve Tic. A.Ş.*	Zade, ZadeVital	Bitkisel yağlar ve fonksiyonel gıdalar

Çizelge 7.5.'de görüldüğü gibi İkinci 500'de 16 Sanayi Kuruluşu bulunan Konya İlinde Listenin üst sıralarında yer alan ve otomotiv sektöründe faaliyet gösteren üç firma dikkat çekmektedir. Bunlar, sıralı otogaz ülke genelinde 600'e yakın bayisi bulunan ATİKER AŞ., Konya otomotiv yan sanayi ihracatının önemli bir kısmını gerçekleştiren AYD Chasis (SSP. Otomotiv Sanayi) ve her geçen gün yurt çapında artan bayileri ve üretim kapasitesi ile kendi markasının yanında MAN'ın Bayiliğini de gerçekleştiren Serin Treyler Konya sanayisine yön vermektedir [79].

Çizelge 7.5. İSO-İstanbul Sanayi Odası İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu Listesi, 2011 [79]

SIRA NO	FİRMA	TİCARİ MARKA	ÜRÜNLER
32	*Hekimoğlu Un Fab. Tic. ve San. A.Ş.*	Hekimoğlu Un	Buğday unu
69	*Altınapa Değirmencilik Tic. ve San. A.Ş.*	Altınapa Un	Buğday unu
72	*Kombassan Kâğıt Matbaa Gıda ve Tekstil San. Tic. A.Ş.*	KOMBASSAN Kağıt	Kağıt ve Baskılı ürünler
136	*Komyapı Hazır Beton Prefabrik İnş. Taah. San. ve Tic. A.Ş.*	Komyapı İnşaat	Prefabrik mamuller
170	*Atiker Metal İth. İhr. ve İmalat San. Tic. A.Ş.*	ATİKER	Oto LPG/CNG/LNG Yakıt sistemleri, LPG tankı
172	*Enka Süt ve Gıda Mamulleri San. ve Tic. A.Ş.*	Enka süt	Süt ve ürünleri
186	*Büyük Hekimoğulları Gıda San. ve Tic. A.Ş.*	Adnan Unları	Buğday unu
264	*Akbel Süt ve Süt Ürünleri San. ve Tic. A.Ş.*	Akbel Süt	Süt ve ürünleri
268	*Aydınlar Yedek Parça San. ve Tic. A.Ş.*	AYD	Oto süspansiyon sistemi elemanları
353	*Kompen PVC Yapı ve İnşaat Malzemeleri San. ve Tic. A.Ş*	Kompen, Bauplast	PVC Kapı, pencere, siding profilleri
382	*Selva Gıda Sanayi A.Ş.*	Selva	İrmik, makarna
420	*Safa Tarım A.Ş.*	Safa Tarım	Tarımsal mücadele ilaçları
454	*KOMGIDA Kombassan Gıda İht. Mad. ve Pet. Ürün. San. ve Tic. A.Ş.*	Golda Un	Bakliyat paketleme
466	*Serin Makine San. ve Tic.*	Serin Treyler	Semi-Treyler, aks
486	*Tosunoğulları Mobilya San. ve Tic. A.Ş.*	Bürotime	Büro mobilyası
487	*Ak Alüminyum San. ve Tic. A.Ş.*	Ak Alüminyum	Alüminyum Levha

Anadolu Kaplanları olarak değerlendirilen ve özellikle son on yıl içerisinde kendi potansiyelleri ile hızlı bir büyüme grafiği yakalayan Konya ekonomisinin başarısı ve son yıllarda gerçekleştirdiği sanayi atağı, bölgesel rekabet edebilirliği yerel potansiyeller temelinde gerçekleştirmeyi, yerel aktörler, yerel girişimciler ve yerel kaynaklarla kalkınmada tabandan tavana bir yaklaşımı hedefleyen ulusal ve bölgesel kalkınma politikaları açısından irdelemeye değerdir.

7.2. Konya Ekonomisi İçerisinde Otomotiv Sektörünün Yeri

Konya Ekonomisi içerisinde otomotiv sektörünün yeri iki boyutta irdelenmiştir. İlk olarak TÜİK, Türkiye İhracatçılar Meclisi, TOBB-Sanayi Veritabanı ve Konya Ticaret Odası verileri çerçevesinde Konya Ekonomisi içerisinde otomotiv sektörünün payı incelenmiştir. İkinci olarak bu verilerin ışığında 3 yıldız analizi ile Konya otomotiv sektörünün kümelenme değeri belirlenmiş, Herfindahl-Hirschman Endeksi Analizi ile iş yeri sayısı ve ihracat ürünleri bakımından Konya ekonomisinin rekabet yapısı ve sektörel yoğunlaşmalar belirlenmiştir.

Çalışmada TÜİK, 2010 verileri, Mevlana Kalkınma Ajansı Sanayi Sektörü 2023 Vizyonu çalışmasından alınan TOBB veritabanı 2010 yılı verileri, TÜİK Dış Ticaret İstatistikleri, 2012 verileri ve TOBB- Sanayi Veritabanı 2012 yılı verileri kullanılmıştır. TÜİK ve TOBB veritabanı verileri Avrupa Topluluğunda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması (NACE) kodlarına göre gruplandırılarak yayınlanmaktadır. Çalışmada ve analizlerde C İmalat Sanayi bünyesinde bulunan 2 haneli alt sektörlere göre gruplandırma yapılarak veriler bu gruplandırmalara göre değerlendirilmiştir.

NACE sınıflandırmasına göre Temel sektörler Tarım, Balıkçılık, İmalat Sanayii gibi temel sektörler A, B, C, D gibi bölümler olarak gösterilirken her bir ana sektörün altındaki sektörler 2 haneli sayısal kodlarla gösterilmektedir. Bu alt sektörler de kendi içerisinde ayrılabilmektedir [90].

Dış Ticaret Verileri Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması (ISIC) sınıflamasına göre yayınlanmaktadır. ISIC sınıflaması tüm ekonomik aktivitelerin sınıflandırıldığı uluslararası bir sınıflama olup pek çok ülke tarafından sektörel sınıflamada kullanılmaktadır. NACE kodlamasına benzer olarak ISIC de A-U harfleri arasında sınıflanmaktadır. Örneğin A kodu ile Tarım, C Kodu ile imalat ve J kodu ile iletişim sektörleri ifade edilmektedir. Bu sınıflama kendi içerisinde 2-3 ve 4 haneli olarak detaylanarak gruplanmaktadır [91].

7.2.1. Verilerle Konya Ekonomisi içerisinde otomotiv sektörü

NACE sınıflaması baz alarak oluşturulan TOBB-Sanayi Veritabanı 2010 yılı verilerine göre Konya İli özelinde İmalat Sanayiinden en yüksek istihdama sahip sektör 30,269 kişi ile Gıda Ürünleri İmalatı Sektörüdür. Bunu 26,271 kişi ile Başka Yerde Sınıflandırılmamış Makine Ve Ekipman İmalatı ve 11,168 kişi ile Motorlu Kara Taşıtı, Treyler (römork) ve Yarı Treyler (yarı römork) İmalatı Sektörleri takip etmektedir. NACE kodlarına göre 29 Motorlu Kara Taşıtı, Treyler (römork) ve Yarı Treyler (yarı römork) İmalatı Sektörleri ile birlikte 30 Diğer ulaşım araçlarının imalatı ile birlikte otomotiv sanayiini oluşturmaktadır Çizelge 8.6'da NACE kodlarına göre C- İmalat Sanayini meydana getiren sektörlere göre istihdam verileri Konya İli özelinde ve ülke genelinde görülmektedir.

Çizelge 7.6. NACE Kodları ile sektörlere göre istihdam ve işletme verileri (MEVKA, 2011 ana: TOBB, 2010 ve TÜİK, 2010) [92]

NACE	KONYA İLİ			TÜRKİYE GENELİ		
C (İmalat Sanayi)	Faaliyet Sayısı	İstihdam		Faaliyet Sayısı	İstihdam	
		Sayı	Yüzde		Sayı	Yüzde
10 Gıda ürünlerinin imalatı	880	30269	25.83%	35 172	371 624	13.26%
11 İçeceklerin imalatı	5	118	0.10%	459	12 860	0.46%
13 Tekstil ürünlerinin imalatı	34	2089	1.78%	19 836	330 680	11.80%
14 Giyim eşyalarının imalatı	149	4410	3.76%	50 120	407 097	14.53%
15 Deri ve ilgili ürünlerin imalatı	69	1275	1.09%	6 289	50 453	1.80%
16 Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı	78	918	0.78%	23 134	67 680	2.41%
17 Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı	20	455	0.39%	2 146	45 087	1.61%
18 Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması	34	882	0.75%	11 286	51 399	1.83%

Çizelge 7.6. (Devam) NACE Kodları ile sektörlere göre istihdam ve işletme verileri (MEVKA, 2011 ana: TOBB, 2010 ve TÜİK, 2010) [92]

19 Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı	26	199	0.17%	172	6 637	0.24%
20 Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı	223	5231	4.46%	3 668	60 789	2.17%
21 Temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı	2	68	0.06%	199	31 559	1.13%
22 Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	346	9100	7.77%	16 037	159 616	5.70%
23 Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	172	4521	3.86%	12 208	192 095	6.85%
24 Ana metal sanayisi	405	8552	7.30%	2 206	102 833	3.67%
25 Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç)	431	8461	7.22%	47 330	251 936	8.99%
26 Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı	26	787	0.67%	557	24 446	0.87%
27 Elektrikli teçhizat imalatı	67	1120	0.96%	6 868	116 389	4.15%
28 Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalat	1058	26271	22.42%	12 335	153 878	5.49%
29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	417	11168	9.53%	4 072	134 260	4.79%
30 Diğer ulaşım araçlarının imalatı	16	391	0.33%	816	29 280	1.04%
31 Mobilya imalatı	199	442	0.38%	31 089	151 904	5.42%
32 Diğer imalatlar	34	442	0.38%	7 380	50 027	1.79%
TOPLAM	*4691*	117169		293 379	2 802 529	

Çizelge 7.7.'de görüldüğü üzere ihracat verilerine bakıldığında ise 2012 yılı verilerine göre en yüksek ihracatın 337,145,206 USD ile Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat sektöründe gerçekleştirildiği bunu 267,777,711 USD ile Motorlu kara taşıtı ve römorklar, 198,947,497 USD ile Gıda ürünleri ve içecek sektörlerinin takip ettiği görülmektedir.

Çizelge 7.7. ISIC sınıflamasına göre Konya İli 2012 yılı sektörlere göre ihracat rakamları ve sektör içerisindeki payları, 2012 [86]

ISIC	SEKTÖRLER	DEĞER (Dolar)
1	*Tarım ve hayvancılık*	76,070,099
2	*Ormancılık ve tomrukçuluk*	217,812
10	*Maden kömürü , linyit ve turb*	43,040
13	*Metal cevherleri*	4,389,593
14	*Taş ocakçılığı ve diğer madencilik*	4,526,681
15	*Gıda ürünleri ve içecek*	198,947,497
17	*Tekstil ürünleri*	23,015,070
18	*Giyim eşyası*	4,455,761
19	*Tabaklanmış deri, bavul, el çantası, saraciye ve ayakkabı*	1,100,136
20	*Ağaç ve mantar ürünleri (mobilya hariç); hasır vb. örülerek yapılan maddeler*	1,654,731
21	*Kağıt ve kağıt ürünleri*	8,318,988
22	*Basım ve yayım; plak, kaset vb.*	247,343
23	*Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıtlar*	14,230
24	*Kimyasal madde ve ürünler*	50,282,336
25	*Plastik ve kauçuk ürünleri*	56,183,443
26	*Metalik olmayan diğer mineral ürünler*	34,583,106
27	*Ana metal sanayi*	83,703,001
28	*Metal eşya sanayi (makine ve teçhizatı hariç)*	74,551,179
29	*Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat*	337,145,206
30	*Büro, muhasebe ve bilgi işleme makinaları*	504,693
31	*Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makina ve cihazlar*	12,377,924
32	*Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları*	5,392,664
33	*Tıbbi aletler; hassas optik aletler ve saat*	2,458,707
34	*Motorlu kara taşıtı ve römorklar*	267,777,711
35	*Diğer ulaşım araçları*	1,234,264
36	*Mobilya ve başka yerde sınıflandırılmamış diğer ürünler*	22,66182.00
51	*Atık ve hurdalar*	3,769,130.00
	TOPLAM	1,275,625,627.00

Bununla birlikte 2012 yılı verilerine göre ihracatın ithalatı karşılama oranına bakıldığında pek çok sektörün dış ticaret açığı verdiği görülmektedir. Çizelge 7.8.'de

görüldüğü üzere ISIC sınıflandırmasına göre Dış ticaret fazlası en yüksek olan sektör 231,962,850.00 USD dış ticaret fazlası ile Motorlu kara taşıtı ve römorklar sektörüdür. 139,941,371.00 USD ile onu Gıda ürünleri ve içecek sektörü takip etmektedir.

Çizelge 7.8. ISIC sınıflandırmasına göre dış ticaret açığı ve fazlası 2012 [86]

ISIC	SEKTÖRLER	İHRACAT	İTHALAT	FARK
1	*Tarım ve hayvancılık*	76,070,099.00	214,181,237.00	-138,111,138.00
2	*Ormancılık ve tomrukçuluk*	217,812.00	302,612.00	-84,800.00
10	*Maden kömürü , linyit ve turb*	43,040.00	43,581.00	-541.00
13	*Metal cevherleri*	4,389,593.00	502,929.00	3,886,664.00
14	*Taş ocakçılığı ve diğer madencilik*	4,526,681.00	2,354,932.00	2,171,749.00
15	*Gıda ürünleri ve içecek*	198,947,497.00	59,006,126.00	139,941,371.00
17	*Tekstil ürünleri*	23,015,070.00	10,179,147.00	12,835,923.00
18	*Giyim eşyası*	4,455,761.00	8,053.00	4,447,708.00
19	*Tabaklanmış deri, bavul, el çantası, saraciye ve ayakkabı*	1,100,136.00	3,807,777.00	-2,707,641.00
20	*Ağaç ve mantar ürünleri (mobilya hariç); hasır vb. örülerek yapılan maddeler*	1,654,731.00	20,313,813.00	-18,659,082.00
21	*Kağıt ve kağıt ürünleri*	8,318,988.00	28,304,298.00	-19,985,310.00
22	*Basım ve yayım; plak, kaset vb.*	247,343.00	427,189.00	-179,846.00
23	*Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıtlar*	14,230.00	60,562,233.00	-60,548,003.00
24	*Kimyasal madde ve ürünler*	50,282,336.00	233,009,787.00	-182,727,451.00
25	*Plastik ve kauçuk ürünleri*	56,183,443.00	41,833,794.00	14,349,649.00
26	*Metalik olmayan diğer mineral ürünler*	34,583,106.00	7,171,647.00	27,411,459.00
27	*Ana metal sanayi*	83,703,001.00	109,705,480.00	-26,002,479.00
28	*Metal eşya sanayi (makine ve teçhizatı hariç)*	74,551,179.00	19,326,698.00	55,224,481.00
29	*Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat*	337,145,206.00	245,063,074.00	92,082,132.00
30	*Büro, muhasebe ve bilgi işleme makinaları*	504,693.00	814,107.00	-309,414.00
31	*Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makina ve cihazlar*	12,377,924.00	25,773,325.00	-13,395,401.00
32	*Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları*	5,392,664.00	864,656.00	4,528,008.00

Çizelge 7.8. (Devam) ISIC sınıflandırmasına göre dış ticaret açığı ve fazlası 2012 [86]

33	*Tıbbi aletler; hassas optik aletler ve saat*	2,458,707.00	11,265,218.00	-8,806,511.00
34	*Motorlu kara taşıtı ve römorklar*	267,777,711.00	35,814,861.00	231,962,850.00
35	*Diğer ulaşım araçları*	1,234,264.00	5,322,953.00	-4,088,689.00
36	*Mobilya ve başka yerde sınıflandırılmamış diğer ürünler*	22,661,282.00	4,682,333.00	17,978,949.00
51	*Atık ve hurdalar*	3,769,130.00	9,193,977.00	-5,424,847.00
40	*Elektrik, gaz ve su*		835,047.00	-835,047.00
99	*Gizli veri*		2,000,156.00	-2,000,156.00
	TOPLAM	1,275,625,627.00	1,152,671,040.00	122,954,587.00

İhracatın teknolojik dağılımı göstergesine göre, 2010 yılı itibariyle orta ve ileri teknolojili ürün ihracatı 100 milyon USD'nin üzerinde olan iller sıralamasında Konya, 413 milyon USD orta ve ileri teknolojili mal ihracatı ile 9. sırada yer almıştır [92].

Çizelge 7.9.'da görüldüğü üzere Konya Ticaret Odasından alınan Ekonomi Bakanlığı, 2012 yılı verilerine göre Konya ilinde yabancı sermayenin sektörel dağılımına baktığımızda ise en fazla firmanın motorlu kara taşıtları sektöründe olduğu görülmektedir [93].

Çizelge 7.9. Konya'daki yabancı sermayeli firmaların sektörel dağılımı, 2011 [93]

SIRA	SEKTÖR	FİRMA SAYISI	TOPLAM İÇİNDEKİ PAYI (%)
1	*Motorlu kara taşıtları toptan ticareti*	59	69,4
2	*İnşaat*	5	5,9
3	*Ulaştırma faaliyetleri*	4	4,7
4	*Bilgisayar*	3	3,5
5	*Elektrik, su, gaz üretimi ve dağıtımı*	3	3,5
6	*Sağlık işleri ve sosyal hizmetler*	3	3,5
7	*Diğer iş faaliyetleri*	2	2,4

Çizelge 7.9. (Devam) Konya'daki yabancı sermayeli firmaların sektörel dağılımı, 2011 [95]

8	*Gıda ve içecek imalatı*	2	2,4
9	*Taş ocakçılığı*	2	2,4
10	*Ana Metal Sanayi*	2	2,4
	TOPLAM	85	100

Çizelge 7.10.'da görüldüğü üzere **y**abancı sermayeli firma bakımından Konya'ya en çok yatırım yapan ülke Almanya'dır [93]

Çizelge 7.10. Konya'daki yabancı sermayeli firmaların ülkesel dağılımı [93]

SIRA	ÜLKE	FİRMA SAYISI	TOPLAM İÇİNDEKİ PAYI (%)
1	*Almanya*	17	20,0
2	*Hollanda*	9	10,6
3	*Irak*	6	7,1
4	*İngiltere*	5	5,9
5	*Kazakistan*	5	5,9
6	*Danimarka*	4	4,7
7	*İran*	4	4,7
8	*Fas*	3	3,5
9	*İspanya*	3	3,5
10	*İtalya*	3	3,5
11	*Diğer*	23	27,1
	TOPLAM	85	100

Çizelge 7.11.'de görüldüğü üzere Türkiye'nin İlk 1000 İhracatçı Firması Listesine bakıldığında 1000 içinde Konya'dan ihracat yapan 6 firma olduğunu görülmektedir. Bu 6 firma 2010 yılında yaptığı toplam ihracat ile Konya'dan ihracat yapan 1086 firmanın 2010 yılındaki toplam 979 milyon dolarlık ihracatının % 26'sını tek başına karşılamaktadır. Listenin üst sıralarında yer alan ETİ Maden AŞ. ise tek başına %26'lık kısmın yarısından fazlasını karşılamaktadır. Bununla birlikte listede yer alan 6 firmanın ikisinin otomotiv sektöründe faaliyet göstermekte olması dikkat çekmektedir.

Çizelge 7.11. Türkiye'nin ilk 1000 ihracatçı firması listesine giren Konya firmaları [94]

KONYA BAZINDA SIRALAMA	TÜRKİYE GENELİ SIRALAMA	FİRMA	2010 İHRACAT MİKTARI ($)	PAYI (%)
1	73	*Eti Alüminyum AŞ.*	153,633,921.64	58,51
2	415	*S.S.P. Otomotiv Sanayi ve Dış Tic. AŞ. (AYD)*	34,355,531.96	13,08
3	656	*Araştırmaya Katılmıyor*	23,759,040.63	9,05
4	908	*Serin Otomotiv Sanayi Tic. AŞ.*	17,501,592.38	6,67
5	922	*Araştırmaya Katılmıyor*	17,152,468.47	6,53
6	978	*Araştırmaya Katılmıyor*	16,158,554.56	6,15
		TOPLAM	262,561,109.64	100

7.2.2. Analizlerle Konya Ekonomisi içerisinde otomotiv sanayi

Konya Ekonomisi içerisinde Otomotiv Sanayiinin kümelenme yapısı ve rekabet yapısını anlamak için Üç Yıldız Analizi ve Herfindahl-Hirschman Endeksi Analizi gerçekleştirilmiştir.

Üç Yıldız Analizi:

Kümelenme potansiyeli olan sektörlerin belirlenmesinde kullanılan analiz yöntemlerinden biri olan üç yıldız analizi istihdam verileri baz alınarak yapılan bir analiz yöntemidir. Bu analizde, temel göstergeler olan büyüklük, başatlık ve uzmanlaşma parametrelerinin her biri için bir oran belirlenir ve belirlenen bu oranların üzerinde değer alan parametrelere bir yıldız verilir. Analiz sonucunda üç yıldız alan sektörler, kümelenme potansiyeli olan sektörler olarak değerlendirilir [95].

Üç yıldız analizinin temel göstergeleri şu şekilde tanımlanmaktadır:

e_i: Analiz edilen bölgenin i sektöründeki istihdamı
e_t: Analiz edilen bölgenin toplam istihdamı
E_i: Referans alınan üst bölgenin i sektöründeki istihdamı
E_t: Referans alınan üst bölgenin toplam istihdamı

Üç Yıldız Analizinin üç temel parametresi vardır. Bu parametreler Büyüklük, Başatlık ve Uzmanlaşmadır. Büyüklük parametresi sektörün, aynı sektörün ülke geneli içerisindeki payını gösterirken Başatlık sektörün bölge içerisindeki payını göstermektedir. Uzmanlaşma ise sektörün bölge içerisindeki payının aynı sektörün ülke içerisindeki payına oranı ile sektörün uzmanlaşma endeksini vermektedir.

Büyüklük= e_i/E_i
Başatlık= e_i/e_t
Uzmanlaşma= $(e_i/e_t)/(E_i/E_t)$
formülleri ile belirlenmektedir. Kendi sınıfı içerisinde ortalama üzerinde değere sahip olan her bir parametre bir yıldız alır. Üç yıldız sahibi olan sektörler bölgede kümelenme özelliği göstermektedir [95].

Yöntem:

NACE-C İmalat Sanayi baz alınarak yapılan çalışma kapsamında Konya İli için Mevlana Kalkınma Ajansı Konya İli Sanayi Vizyonu Çalışmasından alınan TOBB-Sanayi Veritabanı 2010 verileri, Türkiye geneli için TÜİK, 2010 verileri kullanılmıştır [98]. Çizelge 7.12'de NACE Kodlarına göre c-imalat sektörü Konya ili ve Türkiye geneli istihdam değerleri görülmektedir.

Çizelge 7.12. NACE Kodlarına göre c-imalat sektörü Konya ili ve Türkiye geneli istihdam değerleri (TOBB- Sanayi Veritabanı, 2010 ve TÜİK, 2010)

NACE	KONYA İLİ		TÜRKİYE GENELİ	
C (İmalat Sanayi)	İstihdam		İstihdam	
	Kişi	Yüzde	Kişi	Yüzde
10 Gıda ürünlerinin imalatı	30269	25.83%	371 624	13.26%
11 İçeceklerin imalatı	118	0.10%	12 860	0.46%
13 Tekstil ürünlerinin imalatı	2089	1.78%	330 680	11.80%
14 Giyim eşyalarının imalatı	4410	3.76%	407 097	14.53%
15 Deri ve ilgili ürünlerin imalatı	1275	1.09%	50 453	1.80%
16 Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı	918	0.78%	67 680	2.41%
17 Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı	455	0.39%	45 087	1.61%
18 Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması	882	0.75%	51 399	1.83%
19 Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı	199	0.17%	6 637	0.24%
20 Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı	5231	4.46%	60 789	2.17%
21 Temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı	68	0.06%	31 559	1.13%
22 Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	9100	7.77%	159 616	5.70%
23 Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	4521	3.86%	192 095	6.85%
24 Ana metal sanayisi	8552	7.30%	102 833	3.67%
25 Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç)	8461	7.22%	251 936	8.99%
26 Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı	787	0.67%	24 446	0.87%
27 Elektrikli teçhizat imalatı	1120	0.96%	116 389	4.15%
28 Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalat	26271	22.42%	153 878	5.49%
29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	11168	9.53%	134 260	4.79%
30 Diğer ulaşım araçlarının imalatı	391	0.33%	29 280	1.04%
31 Mobilya imalatı	442	0.38%	151 904	5.42%
32 Diğer imalatlar	442	0.38%	50 027	1.79%
TOPLAM	117169		2 802 529	

Tabloda NACE Kodlarına Göre C-İmalat Sektörü Konya İli ve Türkiye Genel İstihdam Değerleri ve görülmektedir. Üç yıldız analizi kapsamında öncelikle "Büyüklük" parametresi için sektörlerin Konya Geneli İstihdam değerinin (e_i) aynı sektörün Türkiye Geneli istihdam değeri (E_i) içerisindeki payı (e_i/E_i) belirlenmiştir.

Çizelge 7.13'de üç yıldız analizine göre sektörlerin büyüklük endeks değerleri görülmektedir. Konya İli için büyüklük endeks ortalaması 0.036825942 olarak bulunmuştur. Bu endeks değerinin üzerindeki sektörler Konya Ekonomisi içerisinde büyüklük özelliği taşımaktadır. Ortalamanın üzerinde değere sahip olan 10 Gıda ürünlerinin imalatı, 20 Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, 22 Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı, 28 Başka yerde sınıflandırılmamış makina ve ekipman imalatı, 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı sektörleri Konya ekonomisi içerisinde büyüklük özelliği gösteren sektörlerdir.

Çizelge 7.13. NACE Kodlarına göre C-imalat sektörü üç yıldız analizi "büyüklük" endeksleri

NACE C (İmalat Sanayi)	BÜYÜKLÜK
ei/Ei	
10 Gıda ürünlerinin imalatı	0.081450606
11 İçeceklerin imalatı	0.009175739
13 Tekstil ürünlerinin imalatı	0.006317286
14 Giyim eşyalarının imalatı	0.010832799
15 Deri ve ilgili ürünlerin imalatı	0.025271044
16 Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı	0.01356383
17 Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı	0.010091601
18 Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması	0.017159867
19 Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı	0.029983426
20 Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı	0.086051753
21 Temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı	0.002154694
22 Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	0.057011828
23 Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	0.02353523

Çizelge 7.13. (Devam) NACE Kodlarına göre C-imalat sektörü üç yıldız analizi "büyüklük" endeksleri

24 Ana metal sanayisi	0.083163965
25 Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç)	0.033583926
26 Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı	0.032193406
27 Elektrikli teçhizat imalatı	0.009622903
28 Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	0.17072616
29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	0.083181886
30 Diğer ulaşım araçlarının imalatı	0.013353825
31 Mobilya imalatı	0.002909732
32 Diğer imalatlar	0.008835229
ORTALAMA	*0.036825942*

Çizelge 7.14'de Üç Yıldız Analizine göre sektörlerin "Başatlık" endeksleri görülmektedir. "Başatlık" endeksi her bir sektörün (e_i) Konya ekonomisi (e_t) içerisindeki payını (e_i/e_t) göstermektedir. Başatlık analizinin ortalama değeri 0.045454545 bulunmuştur. Bu değerin üzerinde endekse sahip olan 10 Gıda ürünlerinin imalatı, 22 Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı, 24 Ana metal sanayisi, 25 Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç), 28 Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı ve 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı sektörleri Konya Ekonomisi içerisinde başatlık özelliği göstermektedir.

Çizelge 7.14. NACE Kodlarına göre C-imalat sektörü üç yıldız analizi "başatlık" endeksleri

NACE C (İMALAT SANAYİ)	BAŞATLIK
ei/et	
10 Gıda ürünlerinin imalatı	0.258336249
11 İçeceklerin imalatı	0.001007092
13 Tekstil ürünlerinin imalatı	0.017828948
14 Giyim eşyalarının imalatı	0.037637942
15 Deri ve ilgili ürünlerin imalatı	0.010881718

Çizelge 7.14. (Devam) NACE Kodlarına göre C-imalat sektörü üç yıldız analizi "başatlık" endeksleri

16 Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı	0.007834837
17 Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı	0.00388328
18 Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması	0.007527588
19 Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı	0.001698401
20 Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı	0.044644915
21 Temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı	0.000580358
22 Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	0.077665594
23 Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	0.038585291
24 Ana metal sanayisi	0.072988589
25 Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç)	0.072211933
26 Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı	0.006716794
27 Elektrikli teçhizat imalatı	0.009558842
28 Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalat	0.224214596
29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	0.095315314
30 Diğer ulaşım araçlarının imalatı	0.00333706
31 Mobilya imalatı	0.003772329
32 Diğer imalatlar	0.003772329
ORTALAMA	0.045454545

Çizelge 7.15'de Üç Yıldız Analizine göre sektörlerin "Uzmanlaşma" endeksleri görülmektedir. "Uzmanlaşma" endeksi her bir sektörün (e_i) Konya ekonomisi (e_t) içerisindeki payının aynı sektörün Türkiye geneli içerisindeki payına oranını göstermektedir. Bu değer bir sektörün uzmanlaşma düzeyine sahip olup olmadığını belirlemektedir. Uzmanlaşma analizinin ortalama değeri 0.880828305 bulunmuştur. Bu değerin üzerinde endeks değerine sahip olan 10 Gıda ürünlerinin imalatı, 20 Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı, 22 Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı, 24 Ana metal sanayisi, 28 Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman

imalatı, 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı sektörleri uzmanlaşma düzeyi yüksek sektörler olarak belirlenmektedir.

Çizelge 7.15. NACE Kodlarına göre C-imalat sektörü üç yıldız analizi "Uzmanlaşma" Endeksleri

NACE C (İmalat Sanayi)	UZMANLAŞMA
(ei/et)(Ei/Et)	
10 Gıda ürünlerinin imalatı	1.948191803
11 İçeceklerin imalatı	0.219471651
13 Tekstil ürünlerinin imalatı	0.151101196
14 Giyim eşyalarının imalatı	0.259106364
15 Deri ve ilgili ürünlerin imalatı	0.604450278
16 Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı	0.324429041
17 Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı	0.241377869
18 Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması	0.410441539
19 Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı	0.71716428
20 Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı	2.058245207
21 Temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı	0.051537467
22 Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	1.363648255
23 Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	0.562931872
24 Ana metal sanayisi	1.989173103
25 Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç)	0.80328352
26 Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı	0.770024098
27 Elektrikli teçhizat imalatı	0.230167223
28 Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	4.083546105
29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	1.98960175
30 Diğer ulaşım araçlarının imalatı	0.319406005
31 Mobilya imalatı	0.069596989
32 Diğer imalatlar	0.211327104
ORTALAMA	*0.880828305*

Bu üç parametrenin her biri için birer yıldız alarak üç yıldızı tamamlayan sektörler Konya Ekonomisi içerisinde kümelenme özelliği göstermektedir. Çizelge 7.16'da Üç yıldız alarak kümelenme özelliği gösteren sektörler görülmektedir. 10 Gıda ürünlerinin imalatı, 22 Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı, 24 Ana metal sanayisi, 28 Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı ve 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı sektörleri Konya Ekonomisi içerisinde kümelenme özelliği göstermektedir.

Çizelge 7.16. NACE Kodlarına göre C-imalat sektörü üç yıldız analizi

	ÜÇ YILDIZ ANALİZİ			
NACE C (İmalat Sanayi)	BÜYÜKLÜK	BAŞATLIK	UZMANLAŞMA	KÜMELENME
	ei/Ei	ei/et	(ei/et)(Ei/Et)	*3 gösterge için de ortalamadan büyükse*
10 Gıda ürünlerinin imalatı	0.081450606	0.258336249	1.948191803	KÜMELENME VAR
11 İçeceklerin imalatı	0.009175739	0.001007092	0.219471651	
13 Tekstil ürünlerinin imalatı	0.006317286	0.017828948	0.151101196	
14 Giyim eşyalarının imalatı	0.010832799	0.037637942	0.259106364	
15 Deri ve ilgili ürünlerin imalatı	0.025271044	0.010881718	0.604450278	
16 Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı	0.01356383	0.007834837	0.324429041	
17 Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı	0.010091601	0.00388328	0.241377869	
18 Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması	0.017159867	0.007527588	0.410441539	

Çizelge 7.16. (Devam) NACE Kodlarına göre C-imalat sektörü üç yıldız analizi

19 Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı	0.029983426	0.001698401	0.71716428	
20 Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı	0.086051753	0.044644915	2.058245207	
21 Temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı	0.002154694	0.000580358	0.051537467	
22 Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	0.057011828	0.077665594	1.363648255	KÜMELENME VAR
23 Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	0.02353523	0.038585291	0.562931872	
24 Ana metal sanayisi	0.083163965	0.072988589	1.989173103	KÜMELENME VAR
25 Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç)	0.033583926	0.072211933	0.80328352	
26 Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı	0.032193406	0.006716794	0.770024098	
27 Elektrikli teçhizat imalatı	0.009622903	0.009558842	0.230167223	
28 Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalat	0.17072616	0.224214596	4.083546105	KÜMELENME VAR
29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	0.083181886	0.095315314	1.98960175	KÜMELENME VAR
30 Diğer ulaşım araçlarının imalatı	0.013353825	0.00333706	0.319406005	
31 Mobilya imalatı	0.002909732	0.003772329	0.069596989	
32 Diğer imalatlar	0.008835229	0.003772329	0.211327104	

Tez konusu olan otomotiv sektörünün önemli bir kısmını meydana getiren Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı sektörü Üç Yıldız Analizine göre Konya Ekonomisi içerisinde kümelenme özelliği taşıyan en önemli sektörlerden biridir.

Konya'da otomotiv sektörü imalat sanayiine detaylı olarak baktığımızda 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı kodunu oluşturan alt sektördeki istihdam verileri ve işletme sayıları Çizelge 7.17'de görülmektedir.

Çizelge 7.17. NACE 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı alt sektörlerine göre Konya İli İstihdam ve İşletme Sayıları

	KONYA İLİ	
C- 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	İŞLETME	İSTİHDAM
29.10 Motorlu kara taşıtlarının imalatı	14	393
29.20 Motorlu kara taşıtları karoseri (kaporta) imalatı; treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	150	2909
29.31 Motorlu kara taşıtları için elektrik ve elektronik donanımların imalatı	4	100
29.32 Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı	249	7766
TOPLAM	417	11168

Çizelge 7.17'ye baktığımızda en yüksek istihdam oranının *29.32 Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı alt sektöründe* gerçekleştiği bunu *29.20 Motorlu kara taşıtları karoseri (kaporta) imalatı; treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı* alt sektörünün takip ettiği görülmektedir.

29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı kodunu oluşturan alt sektördeki istihdam verilerine Türkiye genelinde baktığımızda ise alt sektörlere göre istihdam ve işletme değerleri Çizelge 7.18'de görülmektedir.

Çizelge 7.18. NACE 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı alt sektörlerine göre Türkiye Geneli İstihdam ve İşletme Sayıları

	TÜRKİYE GENELİ	
C- 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	İŞLETME	İSTİHDAM
29.10 Motorlu kara taşıtlarının imalatı	30	39117
29.20 Motorlu kara taşıtları karoseri (kaporta) imalatı; treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	1566	11962
29.31 Motorlu kara taşıtları için elektrik ve elektronik donanımların imalatı	171	15234
29.32 Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı	2305	67947
TOPLAM	4072	134260

Çizelge 7.18'e baktığımızda en yüksek istihdam oranlarının Konya İli'ndeki verilere benzer bir şekilde *29.32 Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı* ve 29.20 Motorlu kara taşıtları karoseri (kaporta) imalatı; treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı alt sektörlerinde gerçekleştiği görülmektedir.

Her bir alt sektör için üç yıldız analizi gerçekleştirdiğimizde ise; Büyüklük endekseleri Çizelge 7.19'da görülmektedir.

Çizelge 7.19. NACE 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı alt sektörlerine göre "Büyüklük" Endeksleri

C- 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	*İSTİHDAM (e_i = Konya)*	*İSTİHDAM (E_i= Türkiye)*	*BÜYÜKLÜK (ei/Ei)*
29.10 Motorlu kara taşıtlarının imalatı	393	39117	0.010046783
29.20 Motorlu kara taşıtları karoseri (kaporta) imalatı; treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	2909	11962	0.243186758
29.31 Motorlu kara taşıtları için elektrik ve elektronik donanımların imalatı	100	15234	0.006564264

Çizelge 7.19. (Devam) NACE 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı alt sektörlerine göre "Büyüklük" Endeksleri

29.32 Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı	*7766*	*67947*	*0.114294965*
TOPLAM	$e_{t=}$ 11168	E_t=134260	
			Ortalama= %9 (0.093523193)

Çizelge 7.19'da görüldüğü üzere Konya İli 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı sektörü içerisinde 29.20 Motorlu kara taşıtları karoseri (kaporta) imalatı; treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı ve 29.32 Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı alt sektörleri "Büyüklük" özelliği göstermektedir.

Çizelge 7.20. NACE 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı alt sektörlerine göre "Başatlık" Endeksleri

C- 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	*İSTİHDAM (e_i = Konya)*	*İSTİHDAM (E_i= Türkiye)*	*BAŞATLIK (ei/et)*
29.10 Motorlu kara taşıtlarının imalatı	393	39117	0.035189828
29.20 Motorlu kara taşıtları karoseri (kaporta) imalatı; treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	2909	11962	0.260476361
29.31 Motorlu kara taşıtları için elektrik ve elektronik donanımların imalatı	100	15234	0.008954155
29.32 Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı	7766	67947	0.695379656
TOPLAM	$e_{t=}$ 11168	E_t=134260	
			Ortalama= %25 (0.25)

Çizelge 7.20'da görüldüğü üzere Konya İli 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı sektörü içerisinde 29.20 Motorlu kara taşıtları karoseri (kaporta) imalatı; treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı ve 29.32 Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı alt sektörleri "Başatlık" özelliği göstermektedir.

Çizelge 7.21. NACE 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı alt sektörlerine göre "Uzmanlaşma" Endeksleri

C- 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	*İSTİHDAM* (e_i = *Konya)*	*İSTİHDAM* (E_i= *Türkiye)*	*UZMANLAŞMA (ei/et)(Ei/Et)*
29.10 Motorlu kara taşıtlarının imalatı	393	39117	0.010252648
29.20 Motorlu kara taşıtları karoseri (kaporta) imalatı; treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	2909	11962	0.023207346
29.31 Motorlu kara taşıtları için elektrik ve elektronik donanımların imalatı	100	15234	0.001015996
29.32 Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı	7766	67947	0.351921358
TOPLAM	e_t= 11168	E_t=134260	
			Ortalama= %9 (0.096599337)

Çizelge 7.21'de görüldüğü üzere göre Konya İli 29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı sektörü içerisinde 29.32 Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı alt sektörünün "Uzmanlaşma" özelliği göstermektedir.

Üç yıldız analizi sonucunda her üç parametreyi de sağlayan *29.32 Motorlu kara taşıtları için diğer parça ve aksesuarların imalatı alt sektörünün* diğer alt sektörlere göre Konya ekonomisi içerisinde kümelenme özelliği gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte diğer iki parametreyi sağlayan 29.20 Motorlu kara taşıtları karoseri (kaporta) imalatı; treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı alt sektörünün Konya otomotiv sanayi istihdam değerinin önemli bir kısmını oluşturduğu savunulabilir.

Herfindahl – Hirschman Endeksi (H-H) Analizi:

Endüstri ya da pazar yoğunlaşmasını ölçmek için kullanılan birçok yöntem bulunmaktadır. Bunlardan biri olan Herfindahl-Hirschman Endeksi 1980'li yıllardan

bu yana yaygın olarak kullanılmaktadır. H-H Endeksi bir pazarda bulunan firmaların ne kadar rekabetçi olduklarını saptamak için kullanılır. Bir pazar için H-H endeks değeri 0 ile 1 arasında değerler alabilmektedir [97].

H-H endeksi: $H=\sum_{i=1} s_i^2$ formülü ile hesaplanmaktadır [97].

Burada s_i her bir sektörün pazar payını ifade eder. Endeks ilgili pazardaki tüm oyuncuların pazar paylarının karelerinin toplanmasıyla hesaplanır. Pazar payları %n olarak işleme sokulabileceği gibi n/100 olarak da işleme sokulabilir. Bu durumda:

- H-H < 0.2 (ya da 2000) birbirine eşit Pazar payına sahip çok sayıda firmanın bulunduğu rekabetçi Pazar
- 0.2 < H-H< 0.4 (ya da 2000 < H-H < 4000) orta düzeyde rekabetçi Pazar
- 0.4 < H-H< 1 (4000 < H-H < 10000) Oligopol rekabet düzeyi düşük yoğunlaşması yüksek bir pazarı ifade eder [98].

H-H endeksinin küçük çıktığı piyasalar çoğunlukla büyük ölçekli firmaların yer almadığı çok sayıda küçük ve rekabetçi firmanın yer aldığı piyasaları gösterir [98].

Yöntem:

H-H analizinde istihdam, işletme sayısı, ihracat oranları gibi farklı veriler kullanılabilmektedir. Çalışmada işletme sayısı ve ihracat verileri için iki ayrı H-H analizi gerçekleştirilmiştir.

İlk analizde NACE sınıflarına göre C İmalat Sanayiindeki her bir sektörde faaliyet gösteren işletme sayısına göre H-H endeksi elde edilmiştir.

H-H endeksi: $H=\sum_{i=1} s_i^2$ formülüne göre her bir alt sektörde faaliyet gösteren işletme

sayısının NACE C- İmalat Sanayi sektörü içerisindeki payının karesi alınmış olup bulunan değerlerin tamamı toplanarak H-H endeksi elde edilmiştir. Çizelge 7.22'de NACE C-imalat sektörü işletme sayılarına göre H-H analizi görülmektedir.

Çizelge 7.22. NACE C-imalat sektörü işletme sayılarına göre H-H analizi

NACE (TÜİK, 2010)			
C (İmalat Sanayi)	Faaliyet Sayısına Göre		
	İşletme Sayısı	Pay (s_i)	s_i^2
10 Gıda ürünlerinin imalatı (Fındık ve Mamulleri, Hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri, kuru meyve ve mamulleri, meyve-sebze mamulleri)	880	0.187593264	0.03519123258428
11 İçeceklerin imalatı	5	0.001065871	0.00000113608060
13 Tekstil ürünlerinin imalatı	34	0.007247922	0.00005253236682
14 Giyim eşyalarının imalatı	149	0.03176295	0.00100888501369
15 Deri ve ilgili ürünlerin imalatı	69	0.014709017	0.00021635518896
16 Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek yapılan eşyaların imalatı	78	0.016627585	0.00027647657418
17 Kağıt ve kağıt ürünlerinin imalatı	20	0.004263483	0.00001817728956
18 Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması	34	0.007247922	0.00005253236682
19 Kok kömürü ve rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı	26	0.005542528	0.00003071961935
20 Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı	223	0.047537838	0.00225984608107
21 Temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı	2	0.000426348	0.00000018177290
22 Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	346	0.07375826	0.00544028099181
23 Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı (Demir, Çelik, Madenler ve Metaller)	172	0.036665956	0.00134439233571

Çizelge 7.22. (Devam) NACE C-imalat sektörü işletme sayılarına göre H-H analizi

21 Temel eczacılık ürünlerinin ve eczacılığa ilişkin malzemelerin imalatı	2	0.000426348	0.00000018177290
22 Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	346	0.07375826	0.00544028099181
23 Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı (Demir, Çelik, Madenler ve Metaller)	172	0.036665956	0.00134439233571
24 Ana metal sanayisi	405	0.086335536	0.00745382479938
25 Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (makine ve teçhizat hariç) (İklimlendirme sanayi, savunma sanayi, gemi ve yat)	431	0.091878064	0.00844157871396
26 Bilgisayarların, elektronik ve optik ürünlerin imalatı	26	0.005542528	0.00003071961935
27 Elektrikli teçhizat imalatı	67	0.014282669	0.00020399463206
28 Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı	1058	0.225538265	0.05086750887199
29 Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	417	0.088893626	0.00790207675988
30 Diğer ulaşım araçlarının imalatı	16	0.003410787	0.00001163346532
31 Mobilya imalatı	199	0.042421658	0.00179959710947
32 Diğer imalatlar	34	0.007247922	0.00005253236682
TOPLAM	4691		0.12265621460399

PİYASA YAPISI	
X<0.2	TAM REKABETÇİ
0.2<X<0.4	REKABETÇİ
0.4<X<1	OLİGOPOL

Çizelge 7.22.'de görüldüğü üzere analiz sonucunda işletme sayılarına göre Konya Ekonomisinin H-H değeri 0.12265... bulunmuştur. Bu değer:

H-H < 0.2 (0.12265... <0.2) aralığındadır.

Bu durumda işletme sayılarına göre Konya İmalat Sektörü *birbirine eşit pazar payına sahip çok sayıda firmanın bulunduğu rekabetçi bir pazarı* ifade etmektedir.

İkinci analizde ISIC sınıflamasına göre C-İmalat Sanayi sektöründeki her bir alt sektörün ihracat değerlerine göre H-H analizi gerçekleştirilmiştir.

H-H endeksi formülüne göre her bir alt sektörde faaliyet gösteren işletme sayısının ISIC-C İmalat Sanayi sektörü içerisindeki payının karesi alınmış olup bulunan değerlerin tamamı toplanarak H-H endeksi elde edilmiştir. Çizelge 7.23'de ISIC C-İmalat sanayi sektörlere göre H-H Analizi görülmektedir.

Çizelge 7.23. ISIC C-İmalat sanayi sektörlere göre H-H Analizi

ISIC (TÜİK, 2012)				
C (İmalat Sanayi)	*SEKTÖRLER*	DEĞER	PAY (S_i)	H-H ENDEKSİ (S_i)
1	*Tarım ve hayvancılık*	76,070,099.00	0.059634	0.0035561616311185
2	*Ormancılık ve tomrukçuluk*	217,812.00	0.000171	0.0000000291552745
10	*Maden kömürü , linyit ve turb*	43,040.00	0.000034	0.0000000011384083
13	*Metal cevherleri*	4,389,593.00	0.003441	0.0000118413723651
14	*Taşocakçılığı ve diğer madencilik*	4,526,681.00	0.003549	0.0000125925391490
15	*Gıda ürünleri ve içecek*	198,947,497.00	0.155961	0.0243237475920210
17	*Tekstil ürünleri*	23,015,070.00	0.018042	0.0003255203390663
18	*Giyim eşyası*	4,455,761.00	0.003493	0.0000122010527508
19	*Da baklanmış deri, bavul, el çantası, saraciye ve ayakkabı*	1,100,136.00	0.000862	0.0000007437830582
20	*Ağaç ve mantar ürünleri (mobilya hariç); hasır vb. örülerek yapılan maddeler*	1,654,731.00	0.001297	0.0000016827063561
21	*Kağıt ve kağıt ürünleri*	8,318,988.00	0.006521	0.0000425299159677
22	*Basım ve yayım; plak, kaset vb.*	247,343.00	0.000194	0.0000000375969640
23	*Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıtlar*	14,230.00	0.000011	0.0000000001244410
24	*Kimyasal madde ve ürünler*	50,282,336.00	0.039418	0.0015537617307006
25	*Plastik ve kauçuk ürünleri*	56,183,443.00	0.044044	0.0019398592884402
26	*Metalik olmayan diğer mineral ürünler*	34,583,106.00	0.027111	0.0007349901528521
27	*Ana metal sanayi*	83,703,001.00	0.065617	0.0043056189016434
28	*Metal eşya sanayi (makine ve teçhizatı hariç)*	74,551,179.00	0.058443	0.0034155650507533

Çizelge 7.23. (Devam) ISIC C-İmalat sanayi sektörlere göre H-H Analizi

29	*Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve teçhizat*	337,145,206.00	0.264298	0.0698533930379233
30	*Büro, muhasebe ve bilgi işleme makinaları*	504,693.00	0.000396	0.0000001565337867
31	*Başka yerde sınıflandırılmamış elektrikli makina ve cihazlar*	12,377,924.00	0.009703	0.0000941562498308
32	*Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları*	5,392,664.00	0.004227	0.0000178714690007
33	*Tıbbi aletler; hassas optik aletler ve saat*	2,458,707.00	0.001927	0.0000037150707106
34	*Motorlu kara taşıtı ve römorklar*	267,777,711.00	0.209919	0.0440658730154706
35	*Diğer ulaşım araçları*	1,234,264.00	0.000968	0.0000009362021906
36	*Mobilya ve başka yerde sınıflandırılmamış diğer ürünler*	22,661,282.00	0.017765	0.0003155894521119
51	*Atık ve hurdalar*	3,769,130.00	0.002955	0.0000087304325746
	TOPLAM	1,275,625,627.00		0.1545973055349300

PİYASA YAPISI	
0<X<0.2 TAM REKABETÇİ	TAM REKABETÇİ
0.2<X<0.4 REKABETÇİ	REKABETÇİ
0.4<X<1 OLİGOPOL	OLİGOPOL

Çizelge 7.23'de görüldüğü üzere analiz sonucunda işletme sayılarına göre Konya Ekonomisinin H-H değeri 0.15459... bulunmuştur. Bu değer:

H-H < 0.2 (0.15459... < 0.2) aralığındadır.

Bu durumda işletme sayılarına göre Konya İmalat Sektörü *birbirine eşit pazar payına sahip çok sayıda firmanın bulunduğu rekabetçi bir pazarı* ifade etmektedir.

İki analizde de görüldüğü üzere Konya ekonomisi pek çok sektörün geliştiği çok yönlü bir ekonomidir. Bu durum olası krizlere karşı İlin ekonomisini güçlü

kılmaktadır. Bununla birlikte ekonomik göstergeler ve analizler Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı, Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı ve Gıda ürünlerinin imalatı sektörleri Konya ekonomisinin yığılma özelliği gösteren önde gelen sektörleridir. Bununla birlikte kauçuk sanayi ve ana metal sanayisinin de ilde baskın bir yapıya sahip olması tüm bu sektörlerin kesişimindeki otomotiv sektörünün gelişimi için önemli bir atmosfer meydana getirmektedir.

7.3. Konya'da Otomotiv Sektörünün Gelişimi

Tarih boyunca önemli bir ticari merkez olan Konya'da otomotiv sektörünün gelişimine bakıldığında pek çok kaynakta uzun yıllar boyunca süregelen zanaatlerin zaman içerisinde sanayi altyapısını oluşturduğu ve ekonomik gelişmelerle ilişkili olarak otomotiv yan sanayiine yöneldiği görülmektedir.

7.3.1. Konya'da otomotiv sektörünün kökenleri

Konya'da otomotiv sanayisinin nasıl köklendiğine ilişkin kesin bir kaynak bulunamamakla birlikte tarımın gelişmişliği ile orantılı olarak tarım aletlerinin tamiri için kullanılan küçük atölyelerin ve bu aletlerin dökümü için kullanılan küçük dökümhanelerin zamanla otomotiv yan sanayiine yöneldiği ilde faaliyet gösteren ana sanayi üreticisinin faaliyete geçmesi ile büyümenin ivme kazandığı özellikle 1980'lerden itibaren Bölgenin karösörcülükte de önemli merkezlerden biri haline geldiği savunulabilir. [1]

Konya ili Günümüzde Konya, otomotiv yedek parça üretiminde ağırlıklı olarak aftermarket (satış sonrası hizmetler) piyasasına hitap eden önemli bir üs haline gelmiştir [79].

[1] Firmalarda gerçekleştirilen araştırmaların sonuçlarına göre

Eminoğlu (1997)'ye göre coğrafyanın elverişli oluşu sebebiyle Konya çok eski dönemlerden itibaren akınların, istilaların, seferlerin ve göçlerin güzergâhı olmuştur. Bu özelliği sebebiyle Konya başta doğu kavimleri ile olmak üzere ticaretini geliştirmiş, özellikle Anadolu'da transit ticaret, maden ticareti ve kereste ticaretinin en önemli merkezlerinden olmuştur. Özellikle Selçuklu devrinde altın çağını yaşayan Konya ekonomisinin bu dönemdeki zenginliğinin en önemli kanıtı Konya'nın her yanını saran muazzam kervansaraylardır. Bu kervansaraylar ticarete verilen önemi ortaya koymaktadır [99].

Osmanlı Döneminde Konya siyasi yapıdaki değişiklikle beraber ticari potansiyele bağlı olarak gelişen pek çok Anadolu şehri gibi eski önemini yitirmekle birlikte gerek Anadolu, gerek Ortadoğu gerekse Uzakdoğu ile ticari ilişkilerini sürdürmüştür. Tuş (2001) bu durumu şehirlerarası konumu ve ticari yol güzergâhları kesişimindeki konumuna bağlamaktadır. 1700'lü yıllarda Konya İmalatının en önemli sektörleri hayvan derilerini işleyen göncüler, sarraçlar, kürkçüler, papuççular, çizmeciler ile bunların yünlerinden keçe yapan keçecilerdir. Bu dönemde imalat sanayinin en önemli mal alıcısı devlettir. Devlet İstanbul'un ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla Konya'dan sık sık sahtiyan adı verilen tabaklanarak boyanmış keçi derisi talep etmektedir. Bununla birlikte madencilik faaliyetleri de önemli bir sanayi kolu oluşturmaktadır. Tuz Gölü ve Karapınar başta olmak üzere dokuz bölgede işlenen tuzlalar önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Konya'nın maden sanayi içerisinde önemli maden kaynaklarından biri de güherçile denilen ve tarımda gübre olarak kullanılan potasyum nitrattır. Bunların bir kısmı işlenmeden barut üretilmek üzere İstanbul'a gönderilmektedir. Bunların işlenmesi amacıyla 2. Mahmut döneminde Konya'da güherçile fabrikası kurulmuştur [100].

Eminoğlu (1997)'ye göre 1800'lerin sonunda Konya imalatının önemli bir kısmını dokuma, madencilik, dericilik ve arabacılık sektörleri oluşturmaktadır. Konya ihracatını ise çoğunlukla hububat ve diğer gıda maddelerinin küçük bir kısmını ise dokuma ürünlerin oluşturduğu görülmektedir. Buna karşın kahve, şeker, pirinç, petrol ve zirai aletler en çok ithal edilen ürünleri oluşturmaktadır. Bölgedeki ilk

sanayi yatırımı 1834 yılında kurulan tarımda kullanmak amacıyla güherçile adı verilen potasyum nitrat fabrikasıdır [99].

Yine Eminoğlu (1997)'ye göre Tanzimat'tan sonra ticaretin yeniden düzenlenmesi için bazı çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar kapsamında 1882 yılında Konya Ticaret ve Sanayi Odası kurulmuştur. Konya, İstanbul ve Tarsus'tan sonra bu örgütlenmenin gerçekleştirildiği üçüncü şehirdir [99].

Eminoğlu (1997)'ye göre Konya coğrafi yapısı ve bu yapının beraberinde getirdiği tarımın gelişmiş olmasına bağlı olarak sanayileşme sürecine öncelikle tarıma dayalı yapı ile başlamıştır [99].

Tarım makinelerinin tamiri ve bakımına yönelik küçük atölyeler zaman içerisinde yerini imalathanelere ve fabrikalara bırakmıştır. Tarıma yönelik makina ve ekipman imalatı İlde Döküm Sanayi ve Makine ve Ekipmanları İmalatını geliştirmiştir. Zaman içerisinde bu iki sektörle yakından ilişkili olan ve iki sektörün kesişiminde bulunan otomotiv yan sanayiinin gelişimi bu geleneğin bir sonucu olabilir.

Konya'da özellikle 1950–1960 yılları arasında imalat sanayi tesisi 47'den 91'e yükselirken sanayi faaliyetleri 1960 yıllarından itibaren istikrarlı bir gelişme göstermiştir. İl merkezinde inşa edilen organize sanayi bölgeleri ile merkez ve ilçelerdeki küçük sanayi siteleri bu gelişmeyi hızlandıran başlıca faktörlerden olmuştur. 1970– 1990 yılları arasında 19'u il merkezinde, 15'i ilçe merkezlerinde olmak üzere toplam 34 küçük sanayi sitesi kurulmuş ve bu sitelerde 8 bin 66 adet iş yeri faaliyete geçmiştir [101].

1950'den 1980'e kadar olan dönemde sanayinin bir ivme kazanarak geliştiği görülmektedir. Sanayide şeker, çimento, krom magnezit, ve Seydişehir Alüminyum gibi yatırımlarla sanayileşmenin geliştiği görülmektedir. Ülkemizdeki otomotiv sektöründeki gelişmeler; Konya'nın var olan sanayi alt yapısını otomotiv yan sanayine de yönelmesini sağlayan itici güçlerden olmuştur. Ancak yan sanayinin gelişimine ilişkin mevcut firmaların kökenlerine bakıldığında pek çoğunun

1960'ların başında bölgede tarımsal faaliyetlerin gelişmişliği ile paralel olarak tarım araçlarının dökümü, onarımı ve tarımsal araçlara yedek parça imalatına yönelik küçük atölyeler ile faaliyete başladığı, 1980'lerin ortalarından sonra ihracata başladıkları ve kendilerini geliştirdikleri savunulabilir. 1985 yılında bölgede faaliyet gösteren tek ana üretinin faaliyete geçmesi gelişim sürecini hızlandırmış olabilir.[1]

Konya İli'nin tarım alet makine ve ekipmanları imalatında Konya pazarının %65'ine sahip olduğu Türkiye tarım alet ve makineleri ihracatının da %45'ini gerçekleştirdiği düşünülürse otomotiv sanayiinin kökenlerinin tarım araçlarının dökümü, onarımı ve yedek parça imalatına yönelik küçük atölyelerde başladığı bununla birlikte otomotiv sanayiinin gelişimi ile ilişkili olarak sanayi altyapısının otomotiv yan sanayiine de yöneldiği düşüncesi güç kazanmaktadır [79].

Özellikle 1980'lerin ikinci yarısından itibaren genel konjonktürle de ilişkili olarak özel teşebbüslerin arttığı görülmekte olup bu dönemden itibaren sektörde faaliyet gösteren firma sayısındaki artış dikkat çekmektedir. Bu artışta organize sanayi bölgelerinin payı da unutlmamalıdır.

Cansız (2010)'e göre İkinci Beş Yıllık Planda (1968-1972) sanayi bölgeleri sorununu çözmek için OSB'lerin kurulması, gelişmesi ve teşvik edilmesi temel amaç olarak belirlenmiş olup OSB'lere yönelik ayrıcalıklı teşvik verme İkinci Kalkınma Planı döneminde gündeme gelmiştir [102].

Plan döneminin sonunda Manisa ve Konya OSB projelerinin yapımına başlanılmıştır. Konya OSB ise 1976 yılında faaliyete başlanmıştır [83].

1980'lerdeki genel görünümü bakıldığında pek çok firmanın TOFAŞ, RENAULT, Hollandalı DAF, İtalyan IVECO, İsveçli SCANIA, Türk ortakları ile Alman MAN ve İsveçli VOLVO firmaları için kamyon, treyler ve otobüs yedek parçaları üreterek

[1] Firmalarda gerçekleştirilen araştırmaların sonuçlarına göre

sektöre adım attıkları bununla birlikte binek araçlar için değil de çoğunlukla tarım araçları ve ağır vasıtalar için yedek parça üretildiği özellikle dikkat çekmektedir.[1]

1980'lerde çeşitli firmaların fason üretimlerini gerçekleştiren bununla birlikte 90'larda mal, para ve sermaye piyasalarının serbestleştirildiği bir küresel ekonomiye dahil olmayı seçen Türkiye'nin tüm ekonomik aktörleri gibi Konya'da bu dışa açılmadan etkilenmiştir. Özellikle 1990'dan sonra Konya'nın ekonomik yapısı, tarım yanında sanayi sektörünün gelişmesi ve dış ticaret yoluyla dünya pazarları ile bütünleşmesi sayesinde yapısal bir dönüşüme uğramıştır [104].

Bu dönüşümün bir sonucu olarak Konya firmalarının 90'ların başında kendi markalarını geliştirmeye başladığı görülmektedir. Özellikle bu dönemde Denizli, Gaziantep, Kahramanmaraş, Kayseri, Balıkesir ile birlikte Anadolu Kaplanları olarak anılan Konya'nın Türkiye ekonomisi ve sanayi içerisindeki payı büyük ölçüde artmıştır.

2002 yılında 130 milyon ihracatı olan Konya 2010 yılında 1,2 milyar dolar ihracat gerçekleştirmiştir. 2002 yılında 520 ihracatçı firma varken 2011 yılında 1249 firmaya çıkmıştır. Konya ihracatı 12 yıl içerisinde ihracatını 13 kat artmıştır.Çizelge 7.24'de görüldüğü üzere bu artıştaki en büyük paya sahip sektörlerden biri de otomotiv sektörüdür. 2005 yılında 83 Milyon Dolar olan otomotiv sanayi ihracatı 2012 yılında 216 milyon dolara ulaşarak sektörler içerisindeki en yüksek artışı gerçekleştirmiştir [85].

[1] Firmalarda yapılan araştırmalardan elde edilen sonuçlara göre

Çizelge 7.24. Sektörler itibari ile Konya ili 2005-2012 yılları arasındaki ihracat değişimi (Milyon Dolar) (TÜİK 2005 ve 2010 verileri) [85]

SEKTÖR	2005 (Milyon Dolar)	SEKTÖR	2012 (Milyon Dolar)
Makine Aksam ve Parçaları	95,5	Makine Aksam ve Parçaları	272,341
Taşıt Araç ve Yan Sanayi	83	Taşıt Araç ve Yan Sanayi	259,229
Hububat ve Bakliyat Ürünleri	74,9	Hububat ve Bakliyat Ürünleri	183,693
Demir ve Demir Dışı Metaller	66	Demir ve Demir Dışı Metaller	141,208
Elektrik-Elektronik Eşyalar	16,6	Elektrik-Elektronik Eşyalar	98,979

Bugün Otomotiv yan sanayinde üretim yapan imalatçıların birçoğu dünya standartlarında üretim yapmaktadır. Bu sektörde imalatçıların birçoğu, ISO 9000 belgesine sahip olup, ihracat gerçekleştirmektedir. Otomotiv yan sanayinde üretim yapan işletmelerin büyük bir kısmı başta Avrupa Birliği ülkeleri olmak Güney Amerika, Kuzey ve Güney Afrika, Ortadoğu, Türki Cumhuriyetleri ve Uzak Doğu Ülkelerine ihracat gerçekleştirmektedir [79].

7.3.2. Konya Otomotiv Yan Sanayi İş Kümesi

Bölgede var olan otomotiv sektöründeki yığılma Mart 2007 tarihinde Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından uygulamaya geçirilen Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi (KPG) Projesi kapsamında gerçekleştirilen analizlerde tespit edilmiş olup Konya Otomotiv Yan Sanayii Türkiye'de kümelenme yol haritası çizilen pilot 10 sektörden biri olarak seçilmiştir [62].

Gerçekleştirilen bu çalışmada talep şartları açısından en avantajlı kümenin "Konya Otomotiv Parça ve Aksamları" olmakla beraber bu kümenin coğrafi konum avantajını en az yaşayan küme olduğu ortaya çıkmıştır [62].

Konya Otomotiv Yan Sanayi İş Kümesi Oluşturma Projesinin yürütülmesi için Selçuk Üniversitesi Alâeddin Keykubat Kampüsünde faaliyet gösteren Teknokent'te

bir çalışma ofisi seçilmiş, farklı üniversitelerden farklı bilimsel alanlarda çalışan akademisyenlerden oluşan bir proje ekibi oluşturulmuştur. Çalışma kapsamında otomotiv yan sanayiinin yığılma yapısını ortaya koymak adına TÜİK ve KSO verilerinden faydalanılarak fiili olarak varlığın sürdüren işletmelerin 2000 adet olduğu belirlenmiş, bunların %70‘ ine yani 1400 işletmeye dönük anket ve yüz yüze görüşme çalışmalarından oluşan bir saha araştırılması gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda 12 adet potansiyel kümenin varlığı ortaya konulurken, uluslararası bütünleşmesi ve ağ ilişkisi bağlamında otomotiv yan sanayinde faaliyet gösteren firmalar pilot çalışma alanı olarak belirlenmiş, bu bilgiler muhataplarına anlatılmak amacı ile planmış olan toplantılar dizisi için gerekli çalışmalar yürürlüğe konulmuştur [104].

Bu amaçla ilk olarak genel bir tanıtım toplantısı yapılmış, ana sanayi ile yapılan toplantılarda ülkenin önde gelen tedarikçileri ile buluşturulmuştur. Bu süreç içerisinde ana sanayinin satın alma ve tedarikçi seçme koşulları ortaya konularak toplantıya katılan tedarikçilerin birbirleri ile iletişim kurma sürecine katkı sağlanmıştır [104].

Çalışma kapsamında ülkenin önde gelen tedarikçilerine teknik gezi düzenlenmiştir. Firmaların satın alma yetkilileri ile geziye katılan otomotiv yan sanayide faaliyet gösteren sanayiciler buluşturulmuştur. İkinci adım olarak örnek bir çalışma olan Sultanahmet Turizm Kümesi ziyaret edilerek yapılan görüşmelerle sürecin niteliğini ortaya koyarken sürecin çıktılarının görülmesine de önemli bir katkı sağlanmıştır [104].

İşletmelerin yürütme organları ile yürütücülerinin bilgilendirilmesi kapsamında Organize Sanayi Bölge Müdürlüğünde eğitimler düzenlenmiş, eğitimlere ilişkin firma yetkililerine ulaşılarak çağrı yapılmıştır. Yönetici ve çalışanlar bağlamında düzenlenen eğitim faaliyetlerinin konusu 13 farklı başlık üzerine oluşturulmuş, eğitim sonunda eğitim ve eğiticilerin değerlendirilmesi yapılarak geri besleme süreci gerçekleştirilmiştir. Eğitimlerde kümelenme bilgisinin yanı sıra kurumsallaşma ile değer zincirinde yer alan kavramlara yer verilmeye özen gösterilmiştir. Hazırlanan

bitiş raporu ile ilgili bütün çalışmalar ortaya koyulmuş, proje sonunda projenin yürütülme sürecine katılmış olan firmalardan %77,8 'i sürdürülebilirlik için katkı sağlayacağını belirtmiştir. Bu bağlamda 12 firma ile Konya Otomotiv Yan Sanayi İş Kümesi faaliyete başlamıştır [104].

Projenin bitirilmesinden sonraki süreçte devamlılık amacı ile projenin sahibi olan Konya Sanayi Odası bünyesinde bir Küme Merkezi oluşturulmuş, küme üyesi olarak çalışmanın devamlılığında rol oynayacak üyeler ile bir araya gelinerek tanışma sağlanmıştır. Şirket ve kimlik bilgileri alınmış, toplantı programı hazırlanarak ayda bir kez olağan toplantı yapılacağı karara bağlanmıştır. İl toplantıda Küme merkezinin yönetimi belirlenerek bir başkanın yanı sıra iki yardımcısı oy birliği ile seçilmiştir. Konya Otomotiv Yan Sanayi İş Kümesinin temel çalışma konuları; Konya Otomotiv Parça ve Aksamları İş Kümesinin geliştirilmesi, yenilikçiliğin başlatılmasının teşvik edilmesi, AR-GE'nin başlatılmasının teşvik edilmesi, kalite güvence standartlarına ulaşmak, maliyet etkinliğini sağlamak, tedarik zinciri üretkenliğidir. Konya Otomotiv Yan Sanayi İş Kümesi üyelerini yukarıda yer alan hedeflere ulaştırmak için; Konferanslar, seminerler, toplantılar, fuar organizasyonları, fuarlara katılım, ortak pazar araştırmaları, eğitimler, teknik inceleme gezileri ve işbirliği anlaşmaları gibi birçok alanda faaliyetler düzenlemektedir. Küme ayda bir kez üye toplantılarını yapmaya da devam etmektedir [104].

Bugün hâlihazırda yaklaşık 2500 kişi istihdam eden 74 firma Otomotiv Yan Sanayi İş Kümesi üyesidir. Bununla birlikte Konya da yer alan ve otomotiv sektöründe faaliyet gösteren bütün firmalar potansiyel üyedir. Verilen 50 adet eğitime katılımcı sayısı yaklaşık 1000 olup, firma yöneticileri ve çalışanları beş başlık (ISO 16949, FMEA, İstatistiksel Proses Kontrol, Orta Düzey Yönetici Yetiştirme, Etkili İletişim Teknikleri, Etkili Takım Çalışması) dışındaki eğitimlerden ücretsiz olarak yararlandırılmışlardır. 2009 yılından itibaren Konya otomotiv yan sanayi sektöründe ihracatına sürekli artırmıştır. Ayrıca 2012 yılında Konya ihracatında birinci sektör olmuştur. Gelinen noktada Konya otomotiv yan sanayi dünyanın birçok bölgesine ihracat yapmaktadır. Konya; savunma sanayi, havacılık sanayi, raylı sistemler sanayi, otomotiv sanayi, tarım makineleri sanayi gibi birçok sektöre ürün vermektedir.

Bunların dışında Taşıt Araçları Yan Sanayicileri Derneği (TAYSAD) Üyesi 2 den 6'ya, ISO 16949 Belgeli Firma sayısı 1 den 11'e, Savunma Sanayinde çalışan firma sayısı 1 den 17'ye çıkmıştır [105].

Konya Otomotiv Yan Sanayi İş Kümesi, Türkiye'deki En İyi 14 Proje (Sabancı Üniversitesi, Dünya gazetesi, Frederick Neauman Vakfı) arasına girmiş, Dünya Odalar Birliği En İyi Ağ Oluşturma Projesi Finalisti olmuş ve Küme Mükemmeliyet Ödülü almıştır [105].

7.4. Konya Otomotiv Sektörünün Yapısal Özellikleri

Konya İli otomotiv sanayiinin önemli bir bölümünü yan sanayi meydana getirmektedir. TR52 2010-2013 Bölge Planına göre ilde bu sektörde faaliyet gösteren firmaların büyük bir bölümü otomotivde ihracata parça vermekte ve Orjinal Ürün Üreticisi (OEM) olarak adlandırılan firmalara iş yapabilme kabiliyetinin giderek geliştiği görülmektedir. Üreticilerin, yan sanayi sektörü için önemli olan, ISO 9001 ve benzeri belge ve sertifikalara sahiplilik oranının yüksek olması, OEM'ler açısından güven teşkil etmektedir [79].

Bununla birlikte ülkemizde döküm sanayiinin en önemli müşterisinin otomotiv sanayii olduğu unutulmamalıdır. Türkiye döküm sektörü üretiminin %45'i otomotiv yedek parça sanayisine yöneliktir. Konya İli Türkiye'nin toplam döküm üretiminin %12'sini [81] karşılarken tüm döküm ihracatının %48'ini Avrupa'ya gerçekleştirmektedir. En önemli müşterileri İtalya, Yunanistan ve Almanya'dır [79].

Konya İli 256 dökümhanesi ile İstanbul'dan sonra ikinci sırada yer almaktadır. Dökümhanelerin türüne bakıldığında ise Konya İli demir grubu dökümhane ve çelik grubu dökümhane sayısında Türkiye'de birinci sırada yer almaktadır. Hassas döküm denilen tekniği ise ülke genelinde uygulayabilen 9 firmadan ikisi Konya'da yer almaktadır [106].

Bölgenin döküm sanayi altyapısı ve tarımın gelişmesine bağlı olarak başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatının oldukça gelişmiş olması bu sektörlerle yakından ilişkili olan otomotiv yan sanayiinin gelişimini desteklediği düşünülebilir.

Konya Otomotiv Sektörünün Yapısal Özelliklerinin incelenmesinde firmalardan edinilen verilerden faydalanılmıştır. Bu doğrultuda öncelikle Konya Sanayi Odası Veritabanına kayıtlı ana sanayi, yan sanayi ve diğer hizmetleri de içeren otomotiv sektöründe faaliyet gösteren 1409 firma belirlenmiştir (Bkz. Ek-2). Bu firmaların Konya İli içerisindeki dağılımı Çizelge 7.25'de görülmektedir.

Çizelge 7.25. KSO veritabanına göre ilçelere göre faaliyet gösteren firma sayıları

İLÇE	OTOMOTİV SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN FİRMALAR	
	Sayı	Yüzde
Merkez İlçe	1139	80.84%
Akşehir	90	6.39%
Altınekin	1	0.07%
Beyşehir	50	3.55%
Bozkır	10	0.71%
Cihanbeyli	7	0.50%
Çumra	11	0.78%
Ereğli	50	3.55%
Hüyük	2	0.14%
Kadınhanı	2	0.14%
Karapınar	8	0.57%
Kulu	6	0.43%
Sarayönü	3	0.21%
Seydişehir	30	2.13%
TOPLAM	1409	

Konya İlçelerinde otomotiv sektörünün genel yapısına bakıldığında merkez ilçe dışındaki ilçelerde ciddi bir sanayi yapısı görülmemekle birlikte bu ilçelerde faaliyet gösteren firmaların çoğunlukla İş/Tarım Makinaları ve Parçaları ticareti ile birlikte imalathane ölçeğinde tamiratı ile birlikte diğer araçların servis, bakım, yedek parça gibi aftermarket (satış sonrası hizmetler) işlemlerini gerçekleştiren ana ve yan sanayinin tamamlayıcı sektörlerinde faaliyet gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte merkez ilçede otomotiv sektörünün yapısına baktığımızda ana sanayide yalnızca 1 firmanın faaliyet gösterdiği yan sanayide 374; yedek parça, oto servis, bakım, araç kiralama, galeri gibi aftermarket sektörlerinde 764 olmak üzere toplamda 1139 firmanın faaliyet gösterdiği görülmektedir. Tabloda otomotiv sektörünü meydana getiren alt sektörler ve bu alt sektörlerdeki faaliyet koluna göre firma sayıları Çizelge 7.26'da görülmektedir.

Çizelge 7.26. Çalışma alanında alt sektörler ve faaliyet koluna göre firma sayısı,2013

ALT SEKTÖR	FAALİYET KOLU	FİRMA SAYISI	
		Sayı	Yüzde
Ana Sanayi	*Traktör*	1	0.09%
Yan Sanayi	*Aktarma, Şasi Ve Diferansiyel*	41	3.60%
	Elektrik ve Elektronik Aksamlar	21	1.84%
	Model Kalıp	9	0.79%
	Plastik ve Kauçuk Parçaları	14	1.23%
	Süspansiyon	6	0.53%
	Tasarım ve Mühendislik	3	0.26%
Yan Sanayi	*Yüzey ve Işıl İşlem*	4	0.35%
	Araç üstü Ekipmanlar	43	3.78%
	Döküm ve Dövme Parçalar	32	2.81%
	Makina Sanayi	26	2.28%
	Motor Parçaları	35	3.07%
	Sac ve Metal Şekillendirme	16	1.40%
	Römork, Treyler, Karoser Dorse, Damper, Tanker, Oto Makas	86	7.55%
	Hidrolik Sistemler	17	1.49%
	Araç Yakıt Sistemleri	21	1.84%

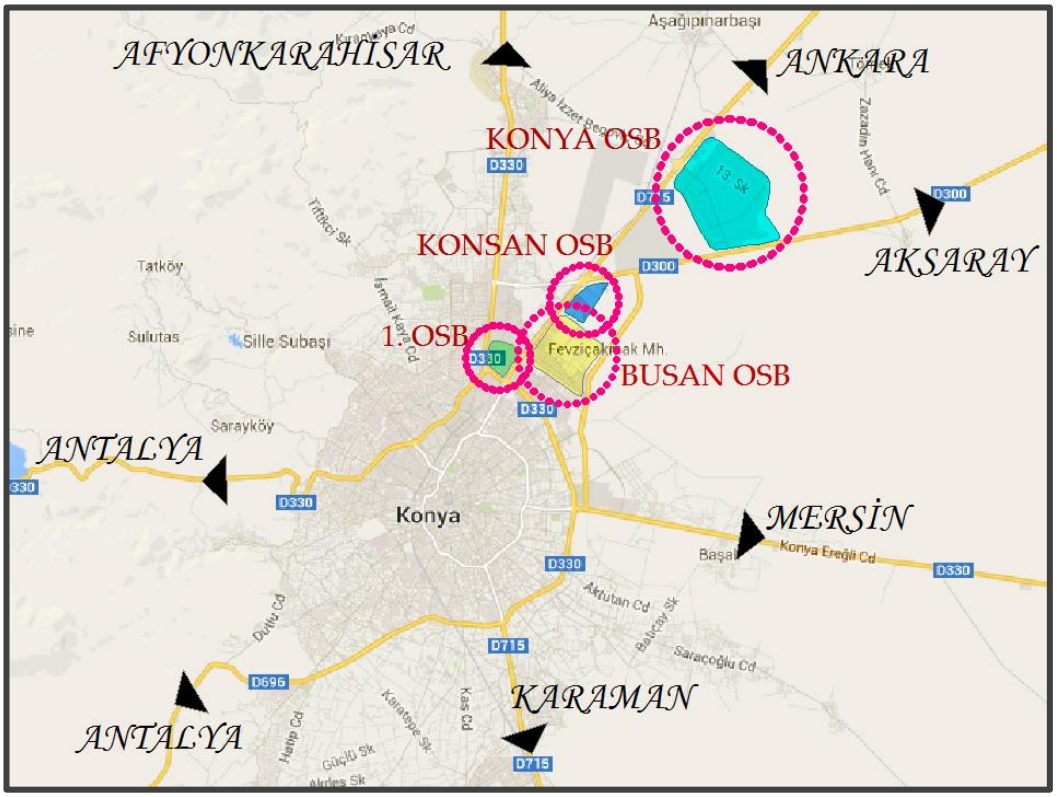
Çizelge 7.26. (Devam) Çalışma alanında alt sektörler ve faaliyet koluna göre firma sayıları, 2013

Aftermarket (satış sonrası hizmetler)	*Yedek Parça, Oto Servis, Bakım*	495	43.46%
	Oto Galeri, Araç Kiralama	207	18.17%
	Bisiklet/Motosiklet Tamiri ve Satışı	15	1.32%
	İş/ Tarım Makinaları ve Parçaları Satışı ve Tamiri	37	3.25%
	Hurda	10	0.88%
	TOPLAM	1139	

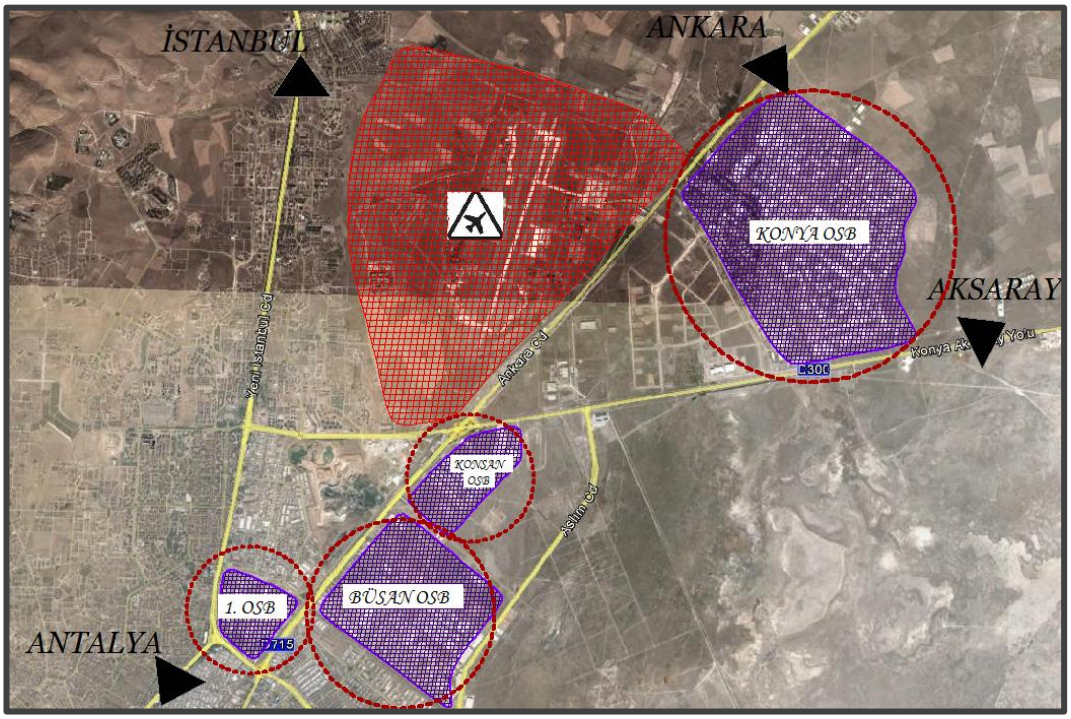
Bu kapsamında otomotiv sektörünün sayısal olarak yoğunlaştığı merkez ilçe çalışma alanı olarak belirlenmiştir.

7.4.1. Konya Otomotiv Sektöründe mekansal yakınlık

Konya İl Merkezini kapsayan çalışma alanında ikisi özel sektör girişimi ile kurulmuş olan dört adet organize sanayi bölgesi ve toplamda 4204 işyeri muhteva eden ve 9220 kişiye istihdam olanağı sunan 15 adet küçük sanayi sitesi mevcuttur. Bununla birlikte 2003 yılından beri Selçuk Üniversitesi bünyesinde faaliyet gösteren Teknokent sunduğu yenilikçilik ve iş geliştirme olanakları ile işletmelerle yakın işbirliği içindedir [107].



Şekil 7.1. Çalışma alanındaki organize sanayi bölgeleri-1



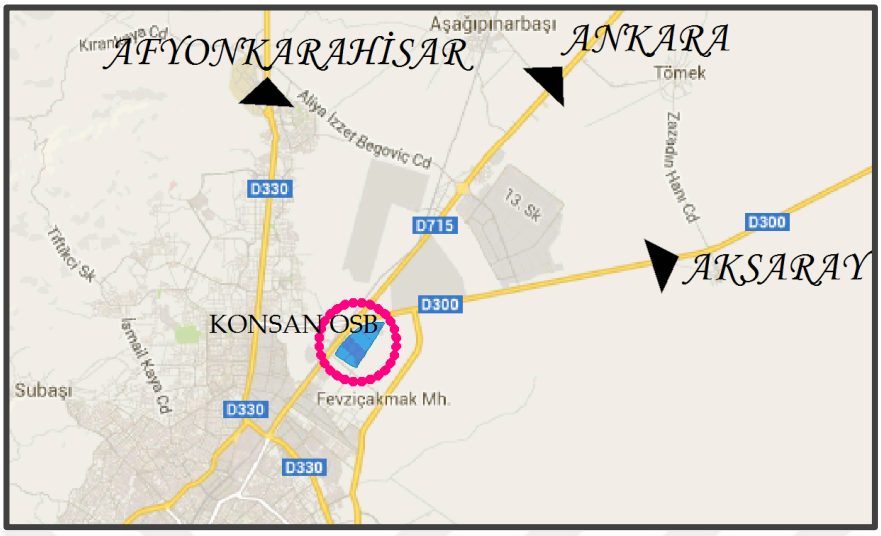
Şekil 7.2. Çalışma alanındaki organize sanayi bölgeleri-2 (detay)

Konya Organize Sanayi Bölgesi:

Konya OSB, 2. OSB adıyla 1976'da 3 milyon m^2 alanda faaliyete başlamış olup 2006 yılında 3. OSB ile birleştirilerek 9 milyon m^2 alana ulaşmıştır. 2012 yılında 7 milyon m^2 ilave yapılarak 16 milyon m^2 alana ulaşan bölge %91 doluluk oranı ile faaliyet göstermektedir. Bakanlıktan onayı alınan 7 milyon m^2 genişleme bölgesi ile birlikte toplam 23 milyon m^2 ye ulaşarak Türkiye'nin en büyük OSB'si haline gelmesi hedeflenmektedir. Bölgede 40 farklı sektörden 430 sanayi kuruluşu faaliyet göstermekte ve 30 binden fazla çalışan istihdam edilmektedir. Bölgede ara eleman bulma konusunda yaşanan sıkıntılar sonucunda Mehmet Tuza Pakpen ve Endüstri Meslek Lisesi kurulmuş, 2012-2013 eğitim ve öğretim yılında 119 öğrenciye eğitim imkânı sunularak faaliyete başlamıştır [108].

Bölgede Türkiye'nin TÜBİTAK destekli ilk Bilim Merkezi olan Konya Bilim Merkezi'nin inşası sürmektedir. Konya Organize Sanayi Bölgesi'nde 99 bin 347 metrekarelik bir arazi üzerinde toplam 26 bin 248 metrekarelik kapalı alanı bulanacak Bilim Merkezi konumu itibariyle bölgeye ve sanayicilere büyük avantajlar sağlaması hedeflenmektedir. Bilim Merkezinin Türk sanayisi için yeni bir model oluşturması öngörülmektedir [109].

Organize Sanayi Bölgesinin sektörel yapısına bakıldığında ağırlıklı sektörlerin başta otomotiv yan sanayii, döküm sanayii ve makine sanayiinin olduğu görülmektedir.



Şekil 7.3. Konya Organize Sanayi Bölgesi'nin konumu

1. Organize Sanayi Bölgesi:

1.OSB 1967 yılında 134,40 hektar alanda faaliyete başlamış olup %100 doluluk oranı ile faaliyet göstermektedir. Bölgede 135 firma bulunup 3.300 kişi istihdam edilmektedir. 1.OSB'nin sektörel yapısına bakıldığında ağırlıklı sektörlerin başta tarım makinaları, otomotiv yan sanayii ve makine ve yedek parça sanayii olduğu görülmektedir [110].



Şekil 7.4. 1.Organize Sanayi Bölgesi'nin konumu

BÜSAN Özel Organize Sanayi Bölgesi:

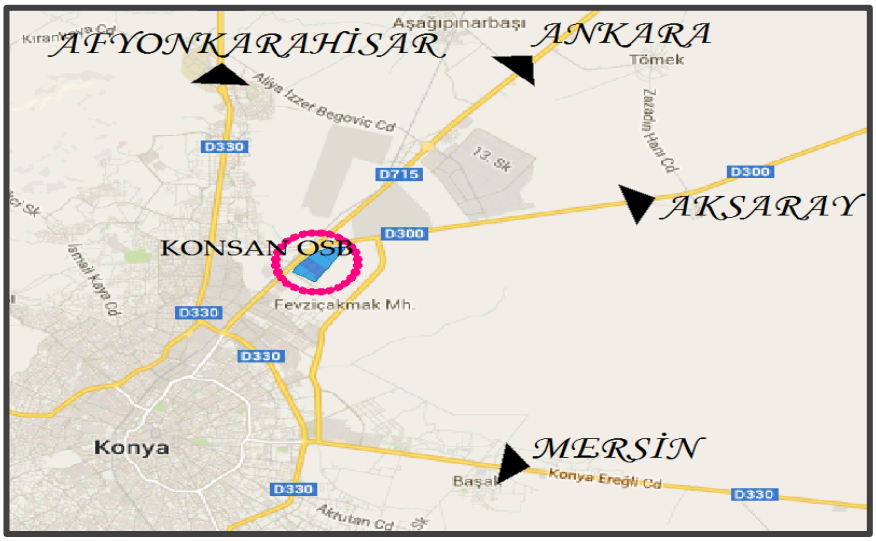
BÜSAN Özel Organize Sanayi Bölgesi 1996 yılında 232 kişinin bir araya gelmesiyle BÜSAN Toplu İşyeri Yapı Kooperatifi adı altında kuruldu. Binaların teslim edilmesinden sonra 2002 yılının 6. ayında yapılan genel kurul toplantısında yöneticiliğe geçilmesine karar verildi. Bununla birlikte 131 işyeri ile BÜSAN 2 kooperatifi, 2005 yılında 121 iş yeri ile BÜSAN 3 kooperatifi yönetime dahil oldu. Şu anda BÜSAN Özel Organize Sanayi Bölgesinde 5 değişik büyüklükte 592 işyeri bulunmaktadır. Faaliyette olan firma sayısı 450 civarında olup tüm işyerleri aktif olarak kullanılmaktadır. Sanayi içerisinde KOBİ'lere destek veren KOSGEB bulunmaktadır. Birçok firma KOSGEB desteği almaktadır. Sanayi Bölgesinde bulunan firmaların %60'ı ithalat-ihracat yapmaktadır ve toplamda 10000 kişi istihdam etmektedir. Bölgenin sektörel yapısına bakıldığında makine ve yedek parça imalar sanayii ve otomotiv yan sanayii önde gelen sektörlerdir [111].



Şekil 7.5. BÜSAN Özel Organize Sanayi Bölgesi'nin konumu

KONSAN Özel Organize Sanayi Bölgesi:

Bölgede 70 firma faaliyet göstermektedir. 138,6 hektar alanda faaliyet gösteren Organize Sanayi Bölgesi olup %40 doluluk oranı ile faaliyet göstermektedir. Bölgede ağırlıklı sektör otomotiv yan sanayiidir [112].



Şekil 7.6. KONSAN Özel Organize Sanayi Bölgesi konumu

Konya'da faaliyet gösteren OSB Müdürlüklerinden alınan verilere göre 2011 yılında Konya Organize Sanayi Bölgelerindeki firmaların sektörel dağılımları Çizelge 7.27.'de görülmektedir.

Çizelge 7.27. Organize sanayi bölgelerindeki firmaların sektörel dağılımı, 2011 [93]

SIRA	SEKTÖR	1.OSB	KOS	BÜSAN	KONSAN	TOPLAM	
						Sayı	*Yüzde*
1	*Otomotiv Yan Sanayi*	21	72	67	12	172	16.27%
2	*Oto Dış Aksamı, Damper, Karasör Sanayi*	-	8	9	-	17	1.61%
3	*Ziraat Alet Makineleri İmalat Sanayi*	14	22	14	-	50	4.73%
4	*Makine ve Yedek Parça İmalat Sanayi*	11	53	177	8	249	23.56%

Çizelge 7.27. (Devam) Organize sanayi bölgelerindeki firmaların sektörel dağılımı, 2011 [93]

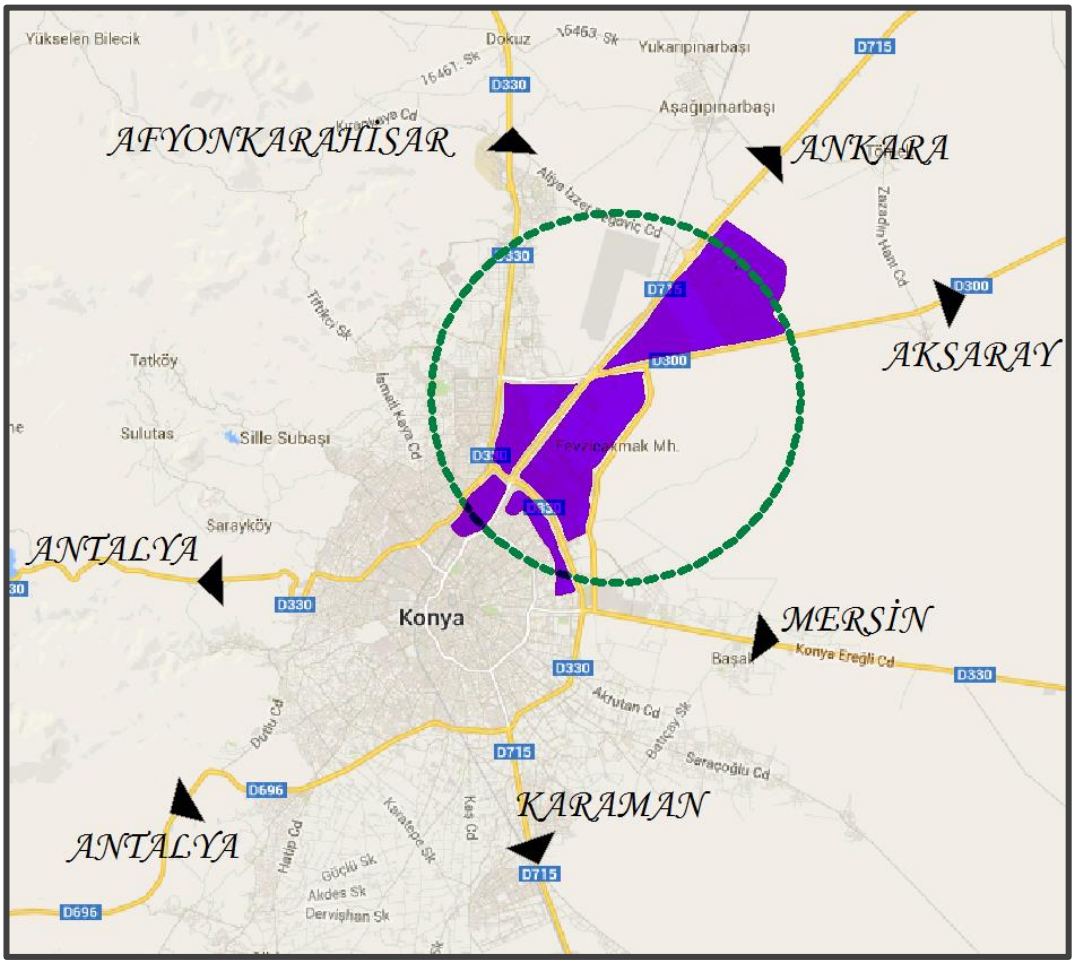
5	*Döküm Sanayi*	12	24	15	9	60	5.68%
6	*Kağıt ve Ambalaj Sanayi*	5	5	7	1	18	1.70%
7	*Sondaj Boru ve Sulama Sistemleri*	10	-	-	-	10	0.95%
8	*Plastik, Boya ve Kimya Sanayi*	13	25	28	3	69	6.53%
9	*İnşaat Malzemeleri Sanayi*	5	15	45	5	70	6.62%
10	*Deri ve Tekstil Ürünleri İmalat Sanayi*	9	-	7	-	16	1.51%
11	*Değirmen Makineleri İmalat Sanayi*	9	4	-	-	13	1.23%
12	*Demir Dışı Metaller (Alüminyum Sanayi)*	7	52	16	3	78	7.38%
13	*Gıda Sanayi*	-	15	38	5	58	5.49%
14	*Ağaç, Mobilya ve Orman Ürünleri*	-	3	17	7	27	2.55%
15	*Diğer*	39	68	26	17	150	14.19%
	TOPLAM	155	366	466	70	1057	

Kümelenme:

Konya Sanayi Odasının Veritabanına göre İlde otomotiv sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin büyük bir kısmının merkez ilçede yığıldığı görülmektedir. Diğer ilçelere bakıldığında otomotiv sektöründe belirgin bir yığılma yapısına rastlanamamıştır. Bu çerçevede sektörün mekânsal analizi Konya İlçe merkezinde faaliyet gösteren Konya Sanayi Odası Veritabanına kayıtlı 1139 firma ile gerçekleştirilmiştir.

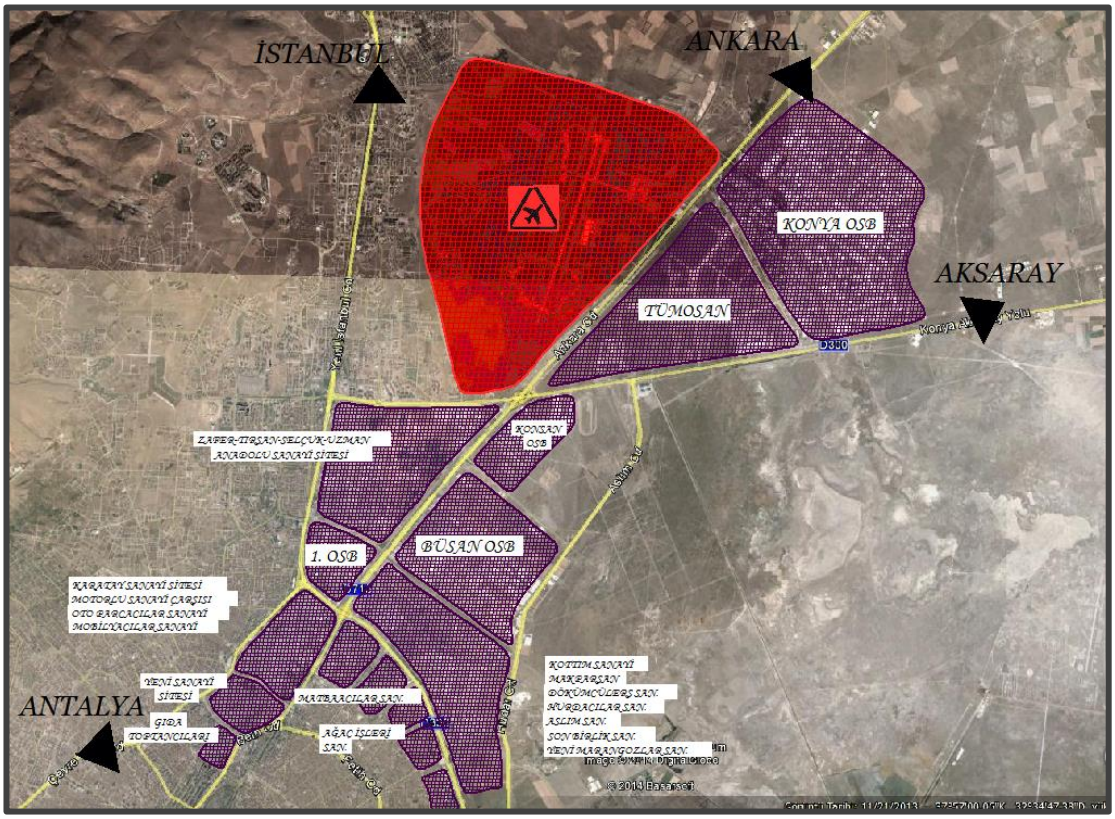
Kapsamlı bir araştırma ve analiz süreci sonucunda gerçekleştirilen çalışmada bir bütün olarak Otomotiv sektörü ele alınmıştır. Çalışmaya başlamadan önce otomotiv sektörü kendi içerisinde bölümlere ayrılarak ana sanayi, yan sanayi ve aftermarket (satış sonrası hizmetler) olmak üzere üç ayrı birimde tanımlanmıştır. Bu birimler de kendi içerisinde faaliyet kollarına göre ayrılmışlardır (Bkz. Ek-2.).

Her bir gruplandırma biriminde faaliyet gösteren firmaların mekânsal konumları harita üzerine işaretlenmiştir. Yapılan ön değerlendirmede otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firmaların Ankara Karayolunun her iki yönünde kümelendiği belirlenmiştir.



Şekil 7.7. Ankara karayolunun her iki cephesinde yığılan otomotiv sektörü

Firmaların konumlarının detaylandırılması sonucunda firmaların Ankara Karayolunun her iki yönünde sıralanan Organize Sanayi Bölgeleri ve Küçük Sanayi Sitelerinde yer seçtiği anlaşılmıştır.



Şekil 7.8. Ankara karayolunun her iki cephesinde sıralanan organize sanayi bölgeleri ve küçük sanayi siteleri

Çizelge 7.28.'da analiz kapsamında konumlarına göre otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firma sayısı görülmektedir.

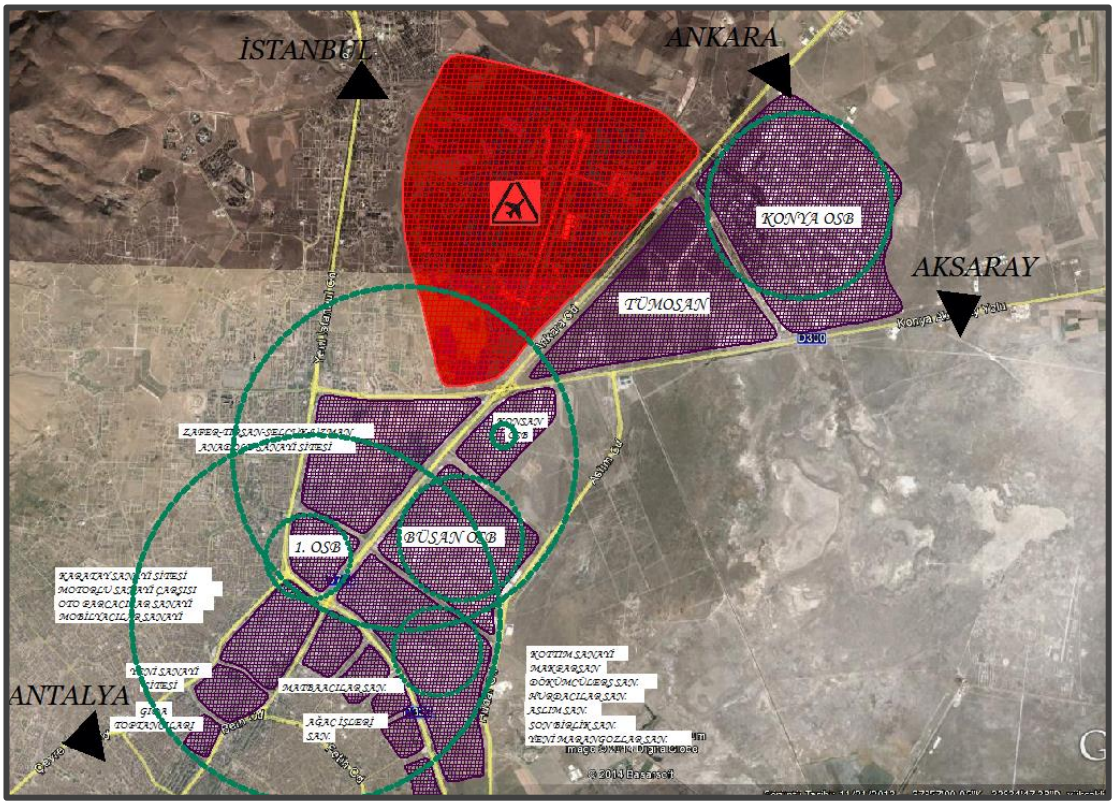
Çizelge 7.28. Çalışma alanında konumlarına göre otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firma sayısı, 2013

İLÇE	MAHALLE	KONUM	FİRMA	
			SAYI	YÜZDE
Selçuklu	*Horozluhan Mah.*	*1. OSB*	30	2.63%
		Zafer-Tırsan-Selçuk-Uzman Anadolu Sanayi Sitesi	284	24.94%

Çizelge 7.28. (Devam) Çalışma alanında konumlarına göre otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firma sayısı, 2013

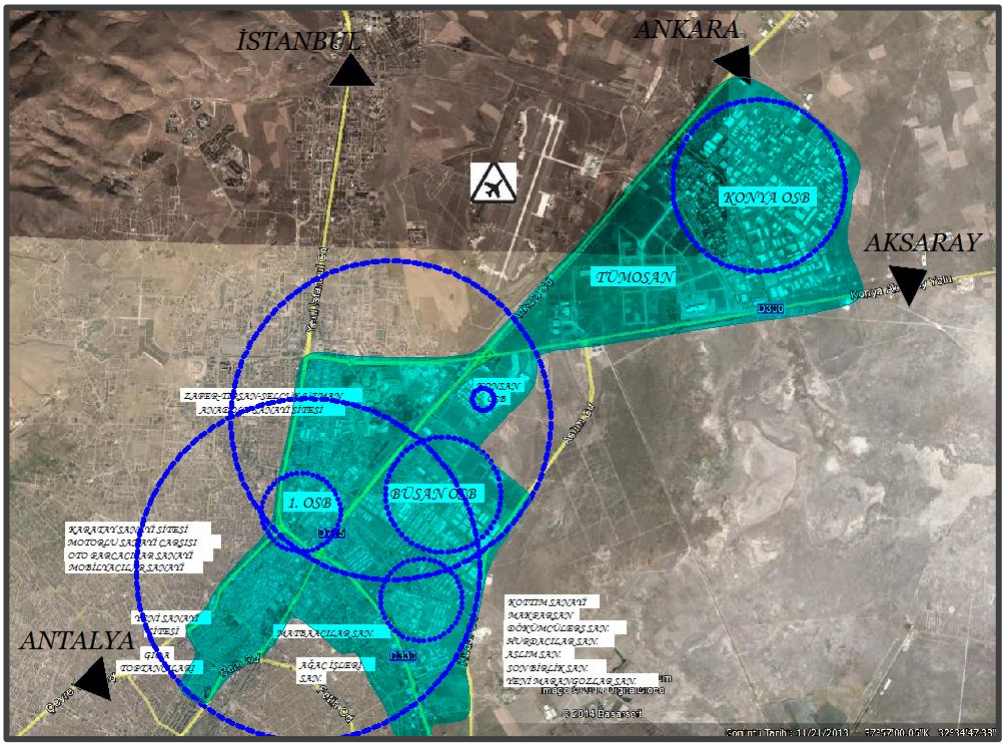
Selçuklu (Devam)	*Fatih Mah.*	*Karatay Sanayi Sitesi, Sanayi, Çarşısı, Motorlu Sanayi, Oto Parçacılar Sanayi Sitesi*	305	26.78%
	Musallabağları Mah.	*Yeni Sanayi Sitesi*	45	3.95%
	Fevzi Çakmak Mah.	*Hurdacılar, Dökümcüleri, Makparsan, Aslım, Son Birlik, Kottim Sanayi Sitesi*	69	6.06%
		BÜSAN OSB	100	8.78%
		KONSAN OSB	15	1.32%
	TÜMOSAN		1	-
	Konya OSB		108	9.48%
Meram	*Topraksarnıç Mah.*	*Meram Sanayi Sitesi*	20	1.76%
Diğer			162	14.22%
	TOPLAM		1139	

Veri tabanından belirlenen tablodaki firmalar konumları itibariyle gruplandırılmış olup her iki firma için faaliyet gösterdiği bölgenin merkezinden 1 br. yarıçapında halkalar çizilmiştir.

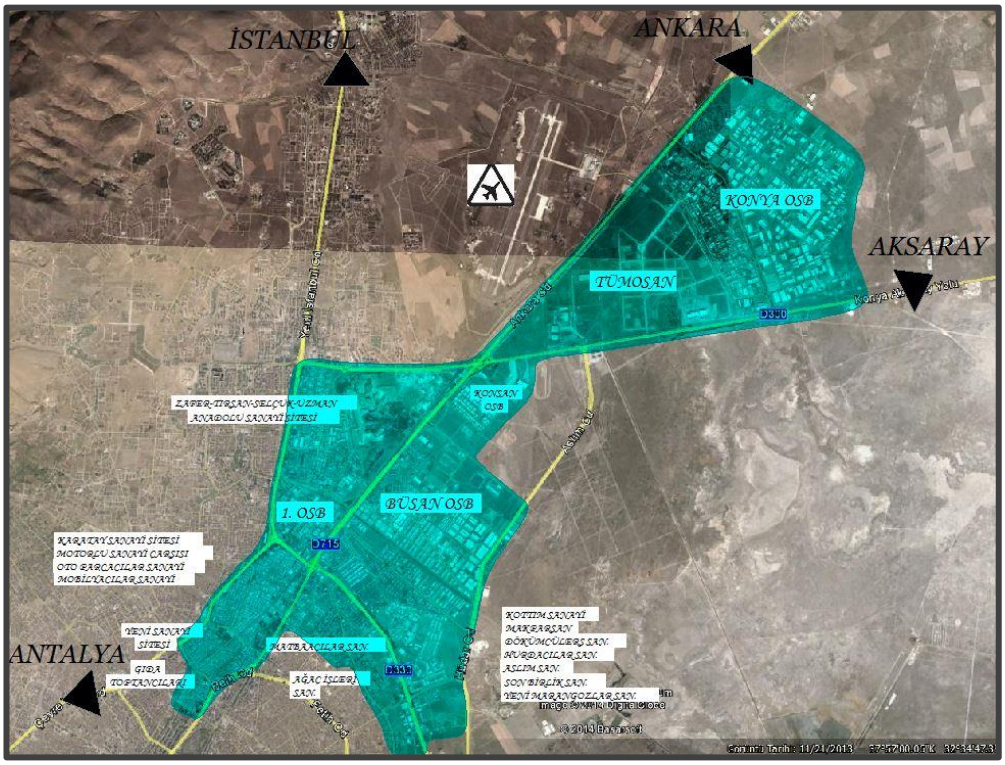


Şekil 7.9. Çalışma alanında otomotiv sektöründe faaliyet gösteren firmaların kümelenmesi

Analiz kapsamında oluşturulan halkaların kesişim noktaları mekânsal yığılmaları göstermektedir. Fevzi çakmak Mahallesi aksı ile Konya Organize Sanayi Bölgesini birbirine bağlayan TÜMOSAN Traktör Fabrikası etki çapı hesaplanamamış olup Konya OSB ile diğer Bölgeleri birbirine bağlayan bir halka olarak Şekil 7.10.'da da görüldüğü üzere mekânsal yığılma içerisinde gösterilmiştir.

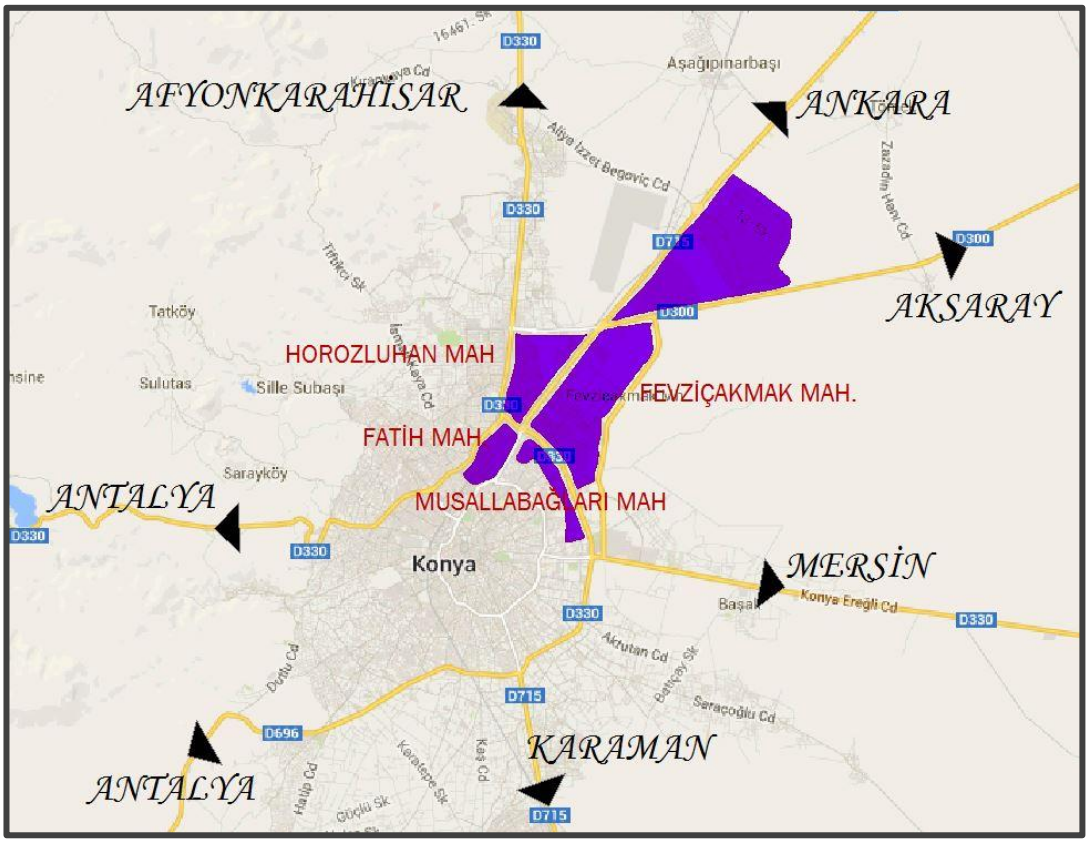


Şekil 7.10. Konya otomotiv sektörü mekânsal kümelenmesi



Şekil 7.11. Konya otomotiv sektörü yığılma aksı

Yapılan analiz sonucunda Konya İlinde otomotiv sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin Ankara Karayolunun iki ekseninde batıda Musallabağları-Fatih-Horozluhan Mahallesi aksında doğuda Fevzi Çakmak-TÜMOSAN-Konya OSB aksında konumlandığı bununa birlikte sektörde faaliyet gösteren firmaların faaliyet kolları itibariyle kendi içlerinde bir gruplanma ortaya koymadığı görülmektedir.



Şekil 7.12. Konya'da otomotiv sanayi gelişme aksı

Analiz kapsamında değerlendirilen 1139 firmanın 957'si yani % 84'lik kısmı bu aks üzerinde yer almaktadır. Sonuç olarak Konya İlinde otomotiv sektöründe faaliyet gösteren işletmeler Ankara Yolunun her iki yanında Musallabağları Mah.- Fatih Mah.- Horozluhan Mah. sanayi koridoru ile Hacı Yusuf Mescit Mah.- Fevzi Çakmak Mah.- Konya OSB sanayi koridoru kümelenme özelliği gösterdiği belirlenmiştir.

7.4.2. Konya otomotiv sektörü yapı analizi

Yapı analizi kapsamında merkez ilçede faaliyet gösteren 1139 firma içerisinden çoğunluğu yan sanayide faaliyet gösteren firmalar olmak üzere küçük-orta ve büyük ölçekli 50 firma seçilmiştir. Bu 50 firmanın gerek internet adreslerinden elde edilen gerekse mail yoluyla alınan bilgiler ile Konya Otomotiv Sektörünün yenilikçilik yapısı, müşteri grubu, kalite sertifikaları, üretim kapasitesi, çalışan sayıları, pazar yapısı, Orjinal Ürün Üreticiliği (OEM), ülke çapında tanınmışlık, yaygınlık, alınan patentler, faydalı model ve marka tescili, alanında ilklik-teklik gibi sektörel yapıları ortaya koyulmaya sonuç olarak küme yapısı anlaşılmaya çalışılmıştır (Bkz. Ek-3)

Çizelge 7.29. Yapısal analiz kapsamında incelenen firmaların faaliyet gösterdiği alanlara göre dağılımı, 2013

ALT SEKTÖR	İNCELENENE FİRMALARIN FAALİYET GÖSTERDİĞİ ALANLAR	FİRMA	
		SAYI	YÜZDE
Ana Sanayi		1	%2
Yan Sanayi	*Treyler, Dorse, Tanker*	9	%18
	Döküm	9	%18
	Aktarma, Şasi, Diferansiyel	8	%16
	Motor Parçaları	6	%12
	Makine	3	%6
	Hidrolik	3	%6
	Süspansiyon	2	%4
	Plastik ve Kauçuk Parçalar	2	%4
	Yakıt Sistemleri	1	%2
	Elektrik Elektronik	1	%2
	Tasarım ve Mühendislik	1	%2
	Sac Metal Şekillendirme	1	%2
	Bisiklet/Motorsiklet	1	%2
	Şanzuman	1	%2
Hizmetler	*Taşımacılık Hizmetleri, Yetkili Satıcı*	1	%2
	TOPLAM	50	

Çizelge 7.29.'da görüldüğü üzere yapısal analiz kapsamında değerledirilen 50 firma içerisinde firma sayısına göre en yüksek paya sahip olan alt sektörlerin Treyler, Dorse, Tanker Üretimi ve Döküm Sanayii alt sektörleri olduğu görülmektedir. Bu iki alt sektörü %16'lık payı ile aktarma, şasi ve diferansiyel üretimi alt sektörü takip etmektedir.

Yapısal analiz kapsamında değerlendirilen 50 firmanın müşteri yapısına bakıldığında 50 firma içinde %11.49'luk pay ile Mercedes Benz firmasının en yüksek paya sahip olduğu bunu %10.14'lük pay ile MAN, %8.78'lik payı ile IVECO ve %8.11'lik paylar ile Volvo ve Scania firmalarının takip ettiği görülmektedir. Bu 50 firmanın müşterilerinin menşeilerine bakıldığında %70.95'lik oranı ile Avrupa menşeyli firmaların müşteri grubunun büyük bir kısmını oluşturduğu yerli firmaların %23.65'lik payı ile bunu takip ettiği görülmektedir. Uzak doğu firmalarının payı ise yalnızca %5.41'dir. Analiz kapsamında değerlendirilen firmalardan dördü lisanslı olarak Mercedes Benz Aksaray fabrikası için üçü ise lisanslı olarak TÜMOSAN Konya fabrikası için fason üretim yapmaktadır. Çizelge 7.30'da bu firmalar ve sektördeki payları görülmektedir.

Çizelge 7.30. Yapısal analiz kapsamında incelenen firmaların müşteri firmaları ve alımlardaki payları, 2013

FİRMALAR	SATIN ALIMLARDAKİ PAYLARI
MERCEDES BENZ	11.49%
MAN	10.14%
IVECO	8.78%
VOLVO	8.11%
SCANIA	8.11%
DAF	7.43%
RENAULT	6.76%
FORD	4.05%
BMC	3.38%
TUMOSAN	2.70%
ISUZU	2.70%

Çizelge 7.30. (Devam) Yapısal analiz kapsamında incelenen firmaların müşteri firmaları ve alımlardaki payları, 2013

FIAT	*2.70%*
VOLKSWAGEN	2.03%
OTOKAR	1.35%
TEMSA	1.35%
AUDI	1.35%
BAŞAK	1.35%
IKARUS	1.35%
DEUTZ	1.35%
PEUGEOT	1.35%
HYUNDAI	1.35%
NISSAN	1.35%
OPEL	0.68%
TOYOTA	0.68%
BMW	0.68%
KIA	0.68%
STEYR	0.68%
LISTER PETTER	0.68%
PERKINS	0.68%
AVIA	0.68%
CATERPILLAR	0.68%
CARGO	0.68%
JOHN DEERE	0.68%
FERGUSON	0.68%
MITSUBISHI	0.68%
TÜRK TRAKTÖR	0.68%

Yapısal analiz kapsamında değerlendirilen 50 firmanın mekansal dağılımına bakıldığında firmaların çoğunluklar Konya Organize Sanayi Bölgesinde yer seçtikleri görülmektedir. Konya Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren firmaların oranı %76'dır. Bunu %12'lik bir payla BÜSAN Organize Sanayi Bölgesi takip etmektedir. Firmaların tamamı aynı aksta (Ankara Yolu) konumlanmıştır.

Çizelgede 7.31'da analiz kapsamında değerlendirilen firmaların mekansal dağılımı görülmektedir.

Çizelge 7.31. Yapısal analiz kapsamında incelenen firmaların konumlarına göre dağılımı, 2013

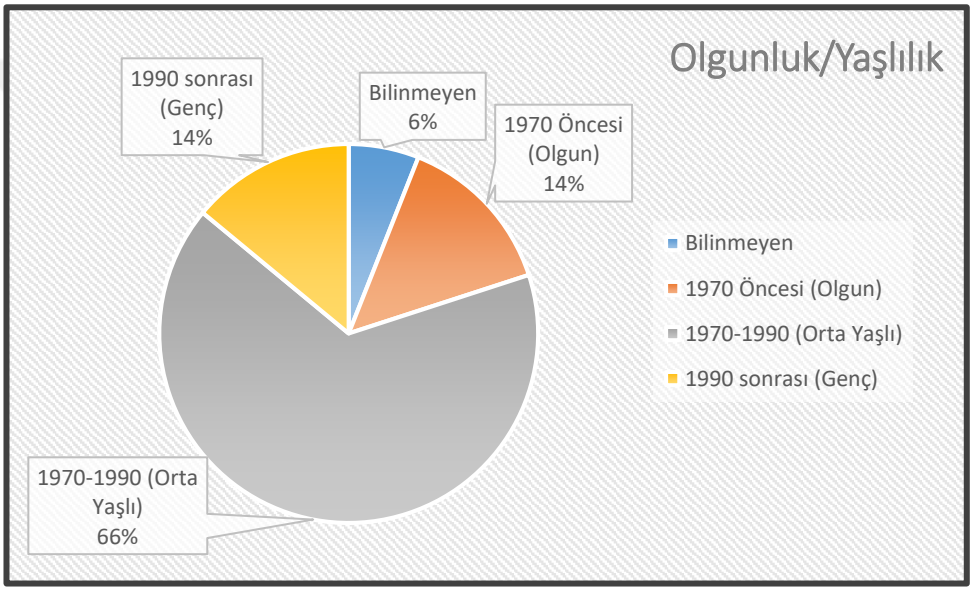
KONUM	FİRMA	
	SAYI	YÜZDE
Konya OSB	38	76%
1. OSB	4	8%
BÜSAN OSB	6	12%
KONSAN OSB	1	2%
Küçük Sanayi Sitesi	1	2%
TOPLAM	50	

Yapısal analiz kapsamında değerlendirilen 50 firmanın ortalama işletme büyüklüklerine baktığımızda 15.06.2010 tarihli Küçük ve Orta Ölçekliişletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) Destek Programları Yönetmeliği uyarınca Küçük olarak değerlendirilen 10-49 çalışan sayısına sahip olan işletme sayısının 11, orta ölçekli tanımına giren 50-250 çalışana sahip işletme sayısının 25, büyük ölçekli olarak değerlendirilen 250 ve üzeri çalışana sahip işletme sayısının ise 4 olduğu görülmektedir. Çizelge 7.32'de de görüldüğü üzere analiz kapsamında değerlendirilen 50 firma içerisinde %50'lik payı ile en fazla paya orta ölçekli işletmelerin sahip olduğu görülmektedir.

Çizelge 7.32. Yapısal analiz kapsamında incelenen firmaların konumlarına göre dağılımı, 2013

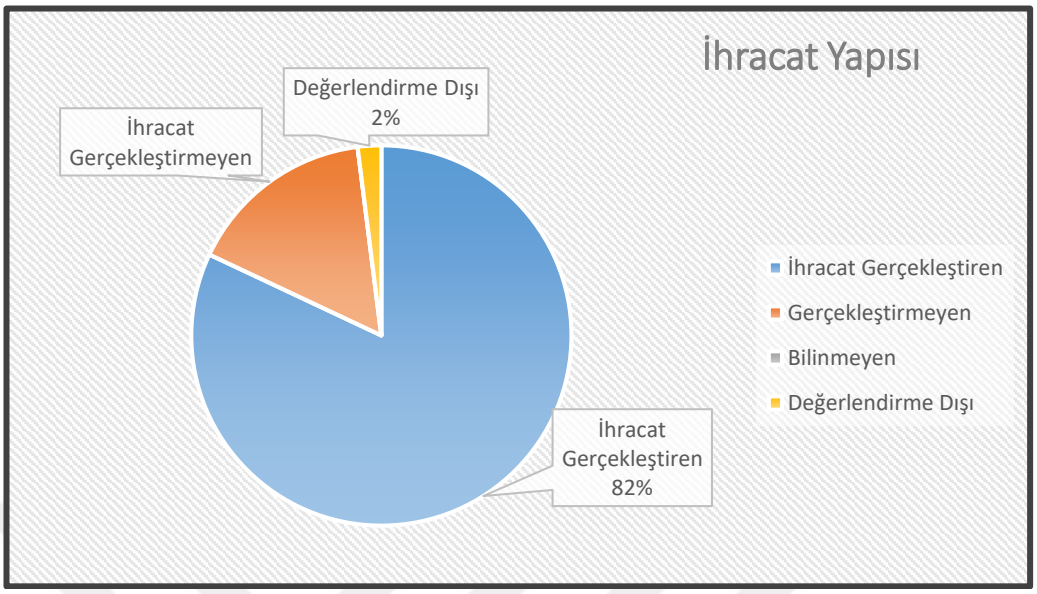
İŞLETME BÜYÜKLÜĞÜ	KOSGEB DEĞERLERİ	FİRMA	
		Sayı	*Yüzde*
Küçük ölçekli işletmeler	10-49 çalışan	11	22%
Orta ölçekli işletmeler	50-250 çalışan	25	50%
Büyük ölçekli işletmeler	250 üstü çalışan	4	8%
	Bilinmeyen (cevap alınamayan)	10	20%
	TOPLAM	50	%100

Yapısal analiz kapsamında değerlendirilen 50 firmanın yaş/olgunluk yapılarına bakıldığında 1970 önce kurulan firmalar olgun, 70-90 arası kurulan firmalar orta yaşlı, 1990 sonrası kurulan firmalar genç olarak belirlenmiştir. Bu sınıflamaya göre firmaların %66'sının 1970-1990 yılları arasında kurulduğu "orta yaşlı" firmalar olduğu %14'lük payları ile genç ve olgun firmalarının paylarının aynı olduğu belirlenmiştir. Şekil 7.13.'de analiz kapsamında incelenen firmaların yaş gruplarına göre dağılımı görülmektedir.



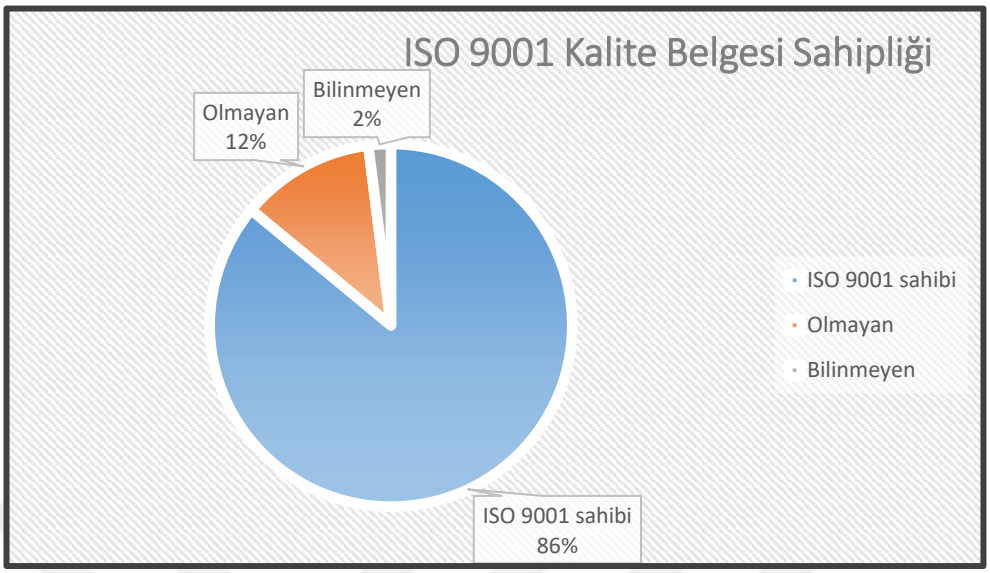
Şekil 7.13. Analiz kapsamında incelenen firmaların olgunluk/yaşlılık yapısı

Yapısal analiz kapsamında değerlendirilen 50 firmanın ihracat yapılarına bakıldığında firmaların %83.67'sinin ihracat gerçekleştirdiği %16.33'ünün ise iç piyasaya yönelik üretim gerçekleştirdiği ihracat gerçekleştiren firmaların %46.34'ünün ise ağırlıklı olarak ihracata yönelik üretim gerçekleştirdiği görülmektedir. 50 firmanın %55'inin Orjinal Ürün Üreticisi (OEM) bunlar içerisinde 6 firmanın OEM A Grubu üreticisi olduğu görülmektedir. Şekil 7.14.'de analiz kapsamında incelenen firmaların ihracat yapısı görülmektedir.



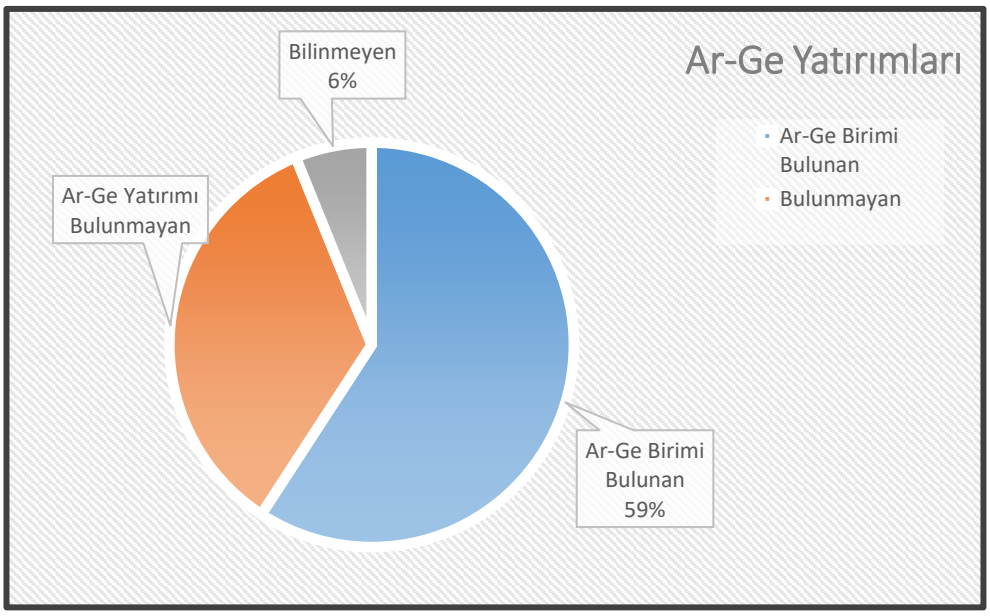
Şekil 7.14. Analiz kapsamında incelenen firmaların ihracat yapısı

Yapısal analiz kapsamında değerlendirilen 50 firmanın yenilikçilik yapılarına bakıldığında ise firmaların %86'sının ISO 9001 kalite belgesine sahip olduğu; %22'sinin ise ISO 9001 kalite belgesinin yanında ISO 14001, ISO 22000, ISO 16949, ISO 10002, ISO 18001 ve ISO 50001 gibi belgelerden en az birine daha sahip olduğu görülmektedir. Kalite belgesine sahip olan 43 firmadan 4'ünün 3'ten fazla kalite belgesi olduğu görülmektedir. Firmaların üretim yapılarına bakıldığında firmaların %50'sinin orta teknolojili üretim gerçekleştirdiği görülmektedir. Tam otomasyonlu yüksek teknolojili üretim gerçekleştiren firma sayısı yalnızca %8'dir. Şekil 7.15.'de analiz kapsamında incelenen firmaların kalite belgesi sahipliği ve oranları görülmektedir.



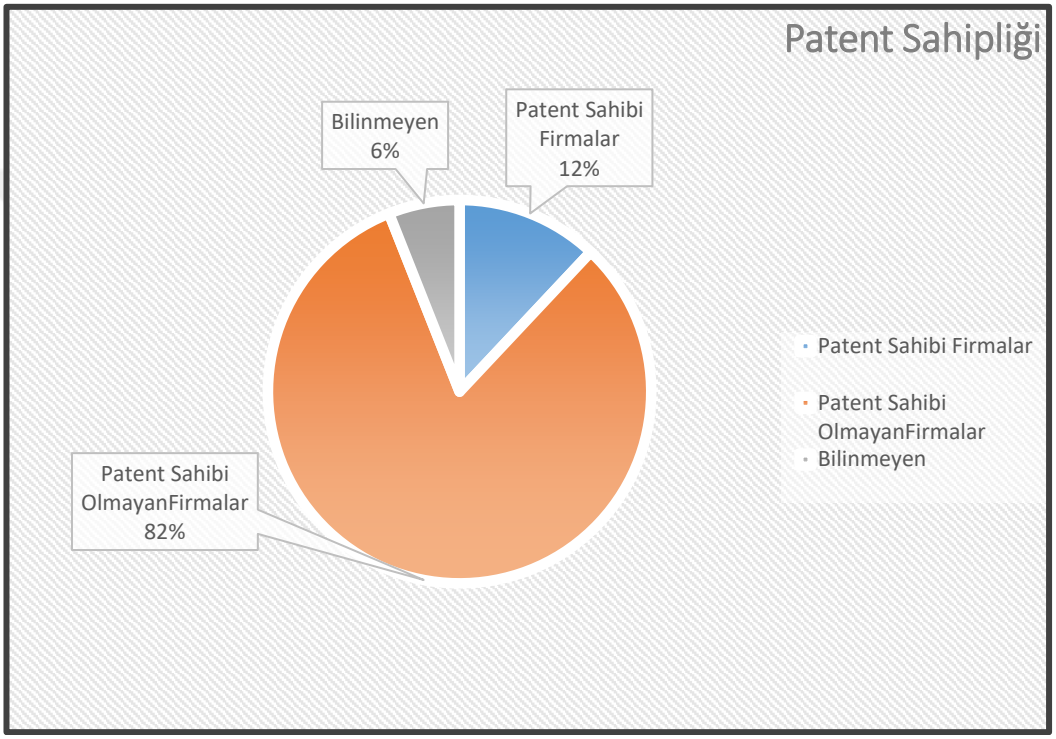
Şekil 7.15. Analiz kapsamında incelenen firmaların kalite belgesi sahipliği

Yapısal analiz kapsamında değerlendirilen 50 firmanın %59.18'inin Ar-Ge Birimi bulunduğu, %34.69'unun ise Ar-Ge yatırımının bulunmadığı görülmektedir. Değerlendirme kapsamındaki firmaların tamamının internet siteleri bulunmaktadır. Şekil 7.16'da analiz kapsamında incelenen firmaların Ar-Ge yatırımları ve payları görülmektedir.



Şekil 7.16. Analiz kapsamında incelenen firmaların Ar-Ge yatırımları

Yapısal analiz kapsamında değerlendirilen 50 firmanın %12'sinin en az bir patent sahibi olduğu, 5 firmanın tanımış marka tescilinin bulunduğu, 3 firmanın ulusal ve uluslararası düzeyde ödül sahibi olduğu ve 5 firmanın ülke çapında geniş bayilik ağı bulunduğu görülmektedir. Şekil 7.17.'de analiz kapsamında incelenen firmaların patent sahiğliği görlmektedir.



Şekil 7.17. Analiz kapsamında incelenen firmaların patent sahiğliği

Konya Otomotiv Sektörünün, çalışmanın birinci bölümünde ele alınan kuramsal çerçeve ve Avrupa Kümelenme Mükemmelliği Girişimi kapsamında belirlenen 31 performans kriteri içerisinde seçilen 17 kriteri karşılama düzeyi yapı analizi kapsamında ele alınan 50 firmadan yola çıkarak ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Çizelge 7.33.'de belirlenen performans kriteleri ve yapı analizi kapsamında değerlendirilen firmaların karşılama düzeyleri görülmektedir.

Çizelge 7.33. Performans Kriterleri ve Konya Otomotiv Sektörü'nün karşılama düzeyi

PERFORMANS KRİTERLERİ		KARŞILAMA DÜZEYİ	ORAN
WEB Sitesi Sahipliği		Çok Güçlü	%100
Coğrafi Yakınlık (150 km çap)[1]		Çok Güçlü	%100
Yenilikçilik Yapısı	*Kalite Belgesi Sahipliği*	Çok Güçlü	%86
	OEM Tedarikçiliği	Güçlü	%55
	Ar-Ge Yatırımı	Güçlü	%59.18
	Patent Sahipliği	Zayıf	%12
	Tanınmış Marka	Zayıf	%10
	Ülke Çapında Bayilikler	Zayıf	%10
Firma Büyüklükleri (çalışan sayısı)		Orta	%50
Üretim Sisteminin Teknolojik Yapısı		Orta	%50
Kümenin Yaşı/ Olgunluğu		Orta	%66
Başarı Hikayeleri (Tanınmışlık)		Zayıf	%10
Sosyal ve Teknik Altyapı[2]		Güçlü	%98
Ulusal Kalkınmaya Katkı[3]		Zayıf	-
Bölgesel Kalkınmaya Katkı[4]		Güçlü	-
Kamu Desteği ve Finansman Olanakları[5]		Güçlü	-
Küme içerisindeki insan kaynaklarının sürdürülebilirliği[6]		Güçlü	-

[1] Analiz kapsamında değerlendirilen firmaların tamamı aynı aks üzerinde 150 km. yarıçap içerisinde yer almaktadır.

[2] Çalışma kapsamında değerlendirilen firmaların %98'inin fiziksel altyapıları ile firmalara en iyi gelişme olanağı sağlayan Organize Sanayi Bölgeleri içeriside yer aldığı düşünülmüştür.

[3] Konya Otomotiv Sektörünün ülke ihracatına katkısı baz alınmıştır. (%1.18'lik pay)

[4] Güncel Veriler ve Üç Yıldız analizi sonuçlarına göre otomotiv sektörünün bölgenin baskın sektörü olması baz alınmıştır.

[5] Konya sahip olduğu 9 Organize Sanayi Bölgesi, Ülke geneli Yatırım Teşvik Belge Sahipliği Sıralamasında 5.'liği (2013), KOBİ sayısında ülke genelinde 4. 'lüğü (2013) ile kamu teşviklerinden en fazla yararlanan iller içerisindedir. Ayrıca otomotiv sektörü Yeni Teşvik Yasası (2012) kapsamında öncelikli olarak desteklenen sektörlerdendir. Bu veriler ışında bölgenin kamu desteği ve finansman olanakları açısından performansı belirlenmiştir.

[6] Konya İli Merkezinde yer alan 8 teknik meslek lisesi ve il genelinde yer alan 18 meslek yüksek okulu ve 4 üniversite baz alınmıştır.

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen analizlerden edinilen veriler sonrasında yapı analizi kapsamında örneklem olarak ele alınan 50 firmanın belirlenen 17 performans değerinin 9'unu (%52) karşıladığı üçünü orta düzeyde karşıladığı, 5 kriterde zayıf kaldığı görülmektedir. Veriler doğrultusunda kümenin güçlü bir küme olmaya doğru yol aldığı iddia edilebilir.

Analiz kapsamında performans kriterlerin %50'den az kısmını karşılayan küme yaşam döngüsünün ilk evresinde bulunan erken küme, %50-%75'lik kısmını karşılayan küme yaşam döngüsünün ikinci evresinde bulunan küme %75-%100'ünü karşılayan küme yaşam döngüsünün en üst evresinde bulunan olgun küme olarak belirlenmiştir. Tez kapsamında gerçekleştirilen tüm ranalizler sonucunda performan kritelerinin %70'ini (%52'si güçlü %18 Orta Düzeyde karşılayan) Konya Otomotiv Sektörü'nün nitelikli işgücü havuzu, ara ürün, hizmet tedariki ve bilgi akışları gibi yapısal dönüşümlerin ve içsel büyümenin belirleyici olduğu *ikinci dönem (yükselme) döneminde* olduğu belirlenmiştir.

8. SONUÇ VE ÖNERİLER

Otomotiv Sektörü Sektör; gayri safi yurtiçi hâsılası, imalat sanayi üretimindeki payı, ihracat, net döviz girdisi, istihdam, rekabet edebilirlik, yatırımlar, dışa açıklık ve makroekonomik büyüklükler açısından ülkemiz için en önemli sektörlerin başında gelmektedir. Ülkemizin uzun vadeli Politika Belgeleri ve uygulamaları otomotiv sektörünün önümüzdeki on yıl içinde de ekonominin lokomotif sektörlerinden biri olacağını göstermektedir.

Konya Otomotiv Sektörünün ülkemizin otomotiv sektöründeki ihracatı içerisindeki payı göreceli olarak az olsa da sektörün Konya ekonomisi içerisindeki payı, yarattığı istihdam olanakları ve bazı aksam ve parçaların üretimi ve istihdamında öncü durumda olması bakımından Konya ve ülkemiz ekonomisi için oldukça önemli olduğu savunulabilir. Bununla birlikte bölgelerin içsel potansiyelleri ile kendi kendilerini kalkınmalarını savunan güncel bölgesel kalkınma politikaların etkinliğinin ve işlerliğinin yaygın olarak kabul gördüğü bu ortamda Konya otomotiv sektörünün ulusal ekonomimiz içerisinde yarattığı bu katma değere daha geniş bir pencereden bakılmalıdır. Özellikle bölgede tek bir ana üreticinin bulunduğu düşünülürse bölgenin tarıma dayalı yapısının bir sonucu olarak makine ve teçhizat sanayiinde ve döküm sanayiinde edindiği deneyimlerin ve birikimin bir sonucu olarak gelişen otomotiv sanayii bölgelerin içsel potansiyellerinin harekete geçirilmesine verilebilecek en uygun örnektir. Bu özelliği ile Konya Otomotiv Sektörü'nün ülkemizin pek çok az gelişmiş bölgesi için önemli bir kalkınma modeli oluşturduğu düşünülebilir.

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen mekânsal ve yapısal analizlerin sonucunda Konya Otomotiv Sektöründe faaliyet gösteren firmaların Ankara Karayolu'nun iki cephesinde yoğunlaşması, Konya Otomotiv Sektörünün başarılı kümelerin en önemi performans göstergelerinden olan coğrafi yakınlık kriterini tam anlamıyla karşıladığını göstermektedir.

Bu tür bir mekânsal yoğunlaşmanın temelinde Cumhuriyetin erken dönemlerinden itibaren planlı olarak gelişen Konya'da erken 70'lerden itibaren bir sanayi aksının geliştirilmesi düşüncesi ve bu düşünce doğrultusunda Küçük Sanayi Siteleri ve Organize Sanayi Bölgelerinin bu aksta yer almasının yattığı savunulabilir. Bu tür bölgelerde yer seçmenin sağladığı olanakların firmaları bu alanlarda yer seçmeye ittiği yoğunluğa bağlı olarak oluşan dışsallıklar hem doğrudan kamu eliyle hem de dolaylı teşviklerle özel sektörce kurula yeni endüstriyel bölgelerinde aksta yer seçmesine sebep olduğu düşünülebilir.

Bununla birlikte analizlerden de anlaşıldığı üzere bölgede faaliyet gösteren firma sayısı ve çalışan personel sayısı da pek çok ekonomik organizasyon tarafından kümelenme için belirlenen eşiklerin oldukça üzerindedir.

Firmaların yapısal olarak incelenmesinin sonucunda pek çok firmanın internet sitesinin bulunması, pek çoğunun Avrupa İşletme Ağı gibi uluslararası iş yapma ve geliştirme organizasyonlarına üye olması nerdeyse tamamının ihracat gerçekleştirmesi pek çoğunun ise ihracat ağırlıklı faaliyet göstermesi, yapısal olarak incelenen firmaların neredeyse tamamının TSE ve ISO 9001 Kalite Belgelerinin bulunması pek çoğunun ise firmalarınsa CE, ISO 14001, ISO 18001, ISO 10002, ISO 50001, ISO 16949, ISO 17025, AQAP 120, ECE-R sertifikalarına da sahip olması ve pek çok firmanın Ar-Ge biriminin/laboratuvarının ve test merkezlerinin bulunduğu, çoğunun patent ve faydalı model sahibi olduğu, çoğunun ihracat gerçekleştirdiği göz önünde bulundurulursa bölgenin yenilikçilik geleneğinin gelişmekte ve güçlenmekte olduğu düşünülebilir. Ayrıca Konya Organize Sanayi Bölgesinde bulunan Endüstri Meslek Lisesi de bölgeye kalifiye eleman yetiştirmektedir.

Bununla birlikte bölgede üretimde robotlu otomasyon sistemlerinin henüz yeterince yaygın olarak kullanılmadığı bununla birlikte büyük firmaların robotlu otomasyon sistemlerine geçtiği orta ölçekli firmalarda ise gerekli altyapının oluşmaya başladığı dikkati çekmektedir.

Buna karşın üretimin teknolojik düzeyinin başta Konya Organize Sanayi Bölgesi olmak üzere organize sanayi bölgelerinde daha yüksek olduğu küçük sanayi sitelerinde faaliyet gösteren firmaların ise çoğunlukla daha geleneksel bir üretim yapısına sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Avrupa Birliğine göre başarılı kümelerin en önemli performans göstergelerinden biri de başarı öyküleridir. Bölgede faaliyet gösteren pek çok firma küçük atölyelerde faaliyete başlayarak bugün sektörün öncülerinden olmuştur. Firmalardan birçoğunun ünü ülke sınırlarını aşmıştır.

Bölgede Konya Otomotiv Yan Sanayi İş Kümesinin varlığının firmalar için çok önemli bir fırsat olduğu savunulabilir. 74 Üyesi ve 2500 çalışanı ile iş kümesi bölgede sektörel bir kurumsallaşmanın habercisi olması açısında ülkemiz için oldukça önemlidir. İş kümesi bünyesinde yapılan incelemelerde aylık düzenli toplantılar; küme bünyesinde düzenlenen seminerler, sertifikalı eğitimler, teknik geziler, ulusal ve uluslararası iş geliştirme toplantıları, sektörün önde gelenleri ile söyleşi ve konferanslar bölgenin insan kaynaklarını geliştirmektedir. Bununla birlikte küme satın alma ve pazarlama ortaklıklarına da başlamıştır. Küme üyesi firmalara belirli firmalarla gerçekleştirilen iş ortaklıklarının sonucu olarak satın alma aşamasından dağıtım aşamasına kadar pek çok alanda indirim olanakları sunulmaktadır.

Bölgenin güçlü bir yanı da doğrudan ve dolayı kamu teşvikleridir. Bu durumun temelinde Konya sanayisi ile Selçuk Üniversitesi arasındaki güçlü işbirliğinin ve Konya Ticaret Odası Karatay Üniversitesi, Mevlana Üniversitesi ve Konya Necmettin Erbakan Üniversitesinin aktif varlığının ve Mevlana Kalkınma Ajansı ile Konya Sanayi Odası ve Konya Ticaret Odasının etkin varlıklarının yattığı savunulabilir. Analizler tüm bu kurumlar üstü işbirliğinin yarattığı sinerjinin bölge yatırımcılarının teşviklerden ve yeniliklerden kolayca haberdar olmasına yardımcı olduğunu ve kamu yatırımlarını bölgede yoğunlaştığını ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte bölgenin en zayıf özelliği tek bir bir ana tedarikçinin bulunmasıdır. Bu durum bölgenin ulusal sınırları aşamayarak yerel düzeyde kalmasının sebeplerinden biri olabilir.

Çalışma kapsmında gerçekleştirilen analizler ve çözümlemeler sonucunda Konya Otomotiv Sektörünün Yaşam Döngüsünde "Ön Küme" görünümünden çıkarak "İkinci Dönem"e yani "Yükselme" Dönemine girdiği savunulabilir. Bölgenin ana sanayide faaliyet gösteren firmasının her geçen gün artan üretim kapasitesi Konya otomotiv sektörünün geleceği için umut vadetmektedir. Diğer yandan Konya İli'ne komşu illerde bulunan sektörün etkin firmalarının varlığı bölge için tetikleyici bir etken oluşturabilir. Tek başına iller üstü bu tür bir ağın oluşması otomotiv sektörünün bir bütün olarak Orta Anadolu'da konuşlanmasını yol açabilecek ve Konya Otomotiv kümesini bir adım öteye taşıyabilecek bir etki yarataabilir. Diğer yandan az sayıda olsa da yüksek istihdam ve üretim kapasitesine sahip ve küresel birer markaya dönüşen firmaların varlığının ve gelişiminin Konya otomotiv sektörü kümelenmesinin yaşam döngüsünün geleceği için büyük önem taşıdığı savunulabilir.

Şüphesiz tüm bu etkenler kümeyi bir üst evreye taşıyabilecek önemli parametrelerdendir. Diğer yandan pek çok örnekte kümenin ulusal ve küresel boyutta popülarite kazanabilmesi için küresel düzeyde bir ana üreticinin yer seçmesi gibi dışsal bir etkenin oluştuğu ya da küresel düzeyde bir değer yaratılarak sektörde öncüllük avantajları edinildiği görülmektedir. Bölgede küresel düzeyde bir ana üreticinin yer seçmesi ulusal politikalar ve girişimlerle ilişkili dışsal bir faktördür. Bununla birlikte küresel düzeyde bir değer yaratılması hem ulusal politikalar hem de yerel çabalarla mümkün olabilir.

Bu çerçevede bölge için atılabilecek en önemli adımların başında yukarıda da değinildiği gibi çevre İllerle ağlar oluşturularak il sınırlarının aşılması ve bölgesel bir kümenin yaratılması gelebilir. Bununla birlikte çoğunlukla Marmara Bölgesinin Doğusunda konuşlanmış olan küresel markalarla da ana üretici-tedarikçi ilişkisinin kurulmasının Konya Otomotiv Sektörü kümesini bir adım öteye taşıyabileceği öngörülebilir. Her iki bölgeye de baktığımızda üretim-tedarik ilişkilerinin birbirinden

oldukça kopuk olduğu görülmektedir. Bununla birlikte aslında iki bölge farklı ürün desenleri ile birbirinin tamamlayıcısı olabilecek bir durumdadır.

Sonuç olarak yaşam döngüsünde yükselme devrinde bulunan Konya Otomotiv Sektöründe kurumsal yapılanmanın, üretim teknolojisinin, firmalar arası ağların, işgücünün niteliğinin güçlendirilmesinin yanı sıra komşu illerle entegrasyonun sağlanarak iller arası bir kümelenme yapısının oluşturulması ve Doğu Marmara'daki aynı sektördeki yığılma ile ilişkilerin güçlendirilerek her iki kümeyi birbirinin tamamlayıcısı haline getirecek ulusal politikaların geliştirilmesi Konya otomotiv sektörünün kümelenme döngüsünde bir sonraki evreye geçmesinde rol oynayabilecek tetikleyici unsurlardır.

KAYNAKLAR

1. Kutlu, E., "İktisadi Kalkınma ve Büyüme", İktisadi Kalkınma ve Büyüme, ***Anadolu Üniversitesi Yayınları No: 1575***, Eskişehir, 3-5,193 (2004).

2. Keleş, R., Kentleşme Politikası 5. Baskı, ***İmge Kitapevi Yayınları,*** Ankara***,*** 8 (2000).

3. Dinler, Z., "Bölgesel İktisat 9. Baskı", ***Ekin Yayınevi,*** Bursa,112,113 (2012).

4. Coe, N., Kelly, P., Yeung, H., "Uneven Development", Economic Geography: A Contemporary Introduction 1 nd ed., ***Blackwell Publishing***, Oxford, 59-87 (2007)

5. Amin A., "An Institutionalist Perspective on Regional Economic Development" ***International Journal of Urban and Regional Research,*** 23(2):365-378 (1999).

6. Bachtler, J., Yuill, D., "Policies and Strategies for Regional Development : A Shift in Paradigm", ***European Policies Research Center, Regional and Industrial Policy Research Paper***, 46 (2001).

7. Porter, E., M., "The Economic Performance of Regions", ***Regional Studies***, 37(6):549-578 (2003).

8. Alsaç, F., "Bölgesel Gelişme Aracı Olarak Kümelenme Yaklaşımı ve Türkiye için Kümelenme Destek Modeli Önerisi", Uzmanlık Tezi, ***Devlet Planlama Teşkilatı,*** Ankara, 8-20 (2010).

9. Eraydın, A. "Politikalardan Süreç Tasarımına: Yeni Bölgesel Politikalar ve Yönetişim Modelleri", ***Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı 2. Bölgesel Kalkınma ve Yönetişim Sempozyumu***, İzmir, 5-25 (2007).

10. World Economic Forum, "The Europe 2020 Competitiveness Report: Building a More Competitive Europe" ***WEF, Geneva,*** 5,6 (2012).

11. Hatzichronoglou, T., "Globalisation and Competitiveness: Relevant Indicators", ***OECD***, ***Paris,*** STI Working Papers 1996(5):17-20 (1996).

12. Porter, E., M., "The Competitive Advantage of Nations", On Competition Expanded ed., ***Harward Business Review Book,*** Boston, 171-213 (2008).

13. Clark, G., Feldman P. M., Gertler, S. M., "Economic Geography: Transition and Growth" The Oxford Hanbook of Economic Geography 1 nd ed., ***Oxford University Press,*** Oxford, 3-18 (2000).

14. Porter, E., M., "Locations Clusters And Economic Strategy", The Oxford Handbook of Economic Geography 1 nd ed., ***Oxford University Press,*** Oxford, 253-275 (2000a).

15. Malmberg, A., Sölvell, Ö., Zander, I., "Spatial Clustering, Local Accumulation of Knowledge and Firm Competitiveness" ***Human Geography,*** 78(2):85-97 (1996).

16. Krugman, P., "Increasing Returns and Economic Geography", ***Journal of Political Economy***, Chicago, 99(3):483-499 (1991).

17. Gordon, R., I., McCann, P., "Industrial Clusters: Complexes, Agglomeration and/or Social Networks? ", ***Urban Studies***, 37(3):513–532 (2000).

18. Scott, J., A., "A Perspective of Economic Geography", ***Oxford University Press Journal of Economic Geography***, 2004(4):79-499 (2004).

19. Storper, M., "Why Do Regions Develop and Change? The Challenge For Geography And Economics", ***Oxford University Press Journal of Economic Geography,*** Oxford, 2011(1):333-346 (2011).

20. Karlsson, C., "Clusters, Functional Regions and Cluster Policies", ***Royal Institute of Technology, Centre of Excellent for Science and Innovation Studies***, Electronic Working Paper Series 84,8-20 Stockholm (2007).

21. Delgado, M., Porter, E., M., Stern S., "Clusters, Convergence, and Economic Performance" ***National Bureau Of Economic Research,*** Working Paper Series 18250, Cambridge, 7-12 (2012).

22. Marshall., A. Principles of Economics 8nd ed., ***London: Macmillan and Co.,*** London, 160 (1940) .

23. Johansson, B., Quigley, M., J., "Agglomeration and networks in spatial economies", ***Papers Reg. Sci.***, 83 (2004)

24. İnternet: Princeton University: Krugman, P. "Increasing Returns in A Comparative Advantage World, 2009" http://www.princeton.edu/~pkrugman/deardorff.pdf. (2013)

25. Storper, M., "Institutions of the Learning Economy", ***Conference on Employment and Growth in the Knowledge-Based Economy***, Copenhagen, 4-17 (1994)

26. Elisson, G., Glaeser, L., E., Kerr, R. W., "What Causes Industry Agglomeration? Evidence from Coagglomeration Patterns" ***American Economic Review***, 100:1195-1213 (2010)

27. Maillat, D., From The Industrial District to The Innovative Millieu: Contribution to Analysis of Territorialized Productive Organizations, ***Recherches Economiques de Louvain***, 64(1):111-129 (1998)

28. Becattini, G., "From Marshall's to the Italian "Industrial Districts". A Brief Critical Reconstruction", Complexity and Industrial Clusters, Alber Quadrio Curzio, Marco Fortis, ***Sprinter: Contribution to Economics***, 83-106 (2002)

29. Asheim, B., "The Changing Role of Learning Regions in the Globalising Knowledge Economy: A Theoretical Re-examination", ***Regional Studies*** , 46(8):993-1004 (2012)

30. Landabaso, M., Oughton, C., Morgan, K., "Learning Regions in Europe: Theory, Policy And Practice Through The RIS Experience", ***3rd International Conference on Technology and Innovation Policy: Global knowledge Partnerships, Creating value for the 21st Century,*** Austin, USA,79-110 (1999)

31. Maskell, P., Kebir, L. "What Qualifies as a Cluster Theory?" ***Danish Research Unit for Industrial Dynamics***, 05-09 (2005)

32. Crevoisier, O., "The Innovative Milieus Approach: Toward a Territorialized Understanding of the Economy?", ***Economic Geography***, 80(4):367-379 (2004)

33. Cruz, S., C., S., Teixeira, A., C., A., "A New Look İnto The Evolution Of Clusters Literature. A Bibliometric Exercise", Faculdade de Economia Universidade do Porto, Research Work in Progress, 257 (2007)

34. Porter, E., M., "Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy", ***Economic Development Quarterly,*** 2000(14):15-34 (2000b)

35. Batheld, H., Malmberg, A., Maskell, P., "Clusters and Knowledge: Local Buzz, Global Pipelines and The Process of Knowledge Creation", ***Danish Research Unit for Industrial Dynamics***, 02-12 (2002)

36. Martin, R., Sunley, P., "Conceptualising Cluster Evolution: Beyond the Life-Cycle Model?" ***Urban & Regional Research Center Utrecht, Papers in Evolutionary Economic Geography,*** 11(12):2-7 (2011)

37. Eisebith, F., M., "Innovative Milieu and Social Capital-Complementary or Redundant Concepts of Collaboration-based Regional Development?", ***European Planning Studies***, 12(6):747-765 (2004)

38. Ettlinger, N., "Cultural Economic Geography and a Relation and Microspace Approach to Trust, Rationalities, Networks and Change in Collaborative Workplaces", ***Oxford University Press, Journal of Economic Geography***, 03(3):145-171 (2003)

39. Sölvell, Ö., Lindqvist, G., Ketels, C., "Characteristics of Successful Cluster Initiatives", "Cluster Inıtiative Cases", ***The Cluster Initiative Greenbook 1 nd ed,*** 9-15,53-57,59-70 (2003)

40. Porter, E., M., "The Value Chain and Competitive Advantage", Competitive Advantage, Creating and Sustaining Superior Performance, ***The Free Press 1 nd ed,*** New York, 45-48 (1985)

41. World Bank, "Value Chain Analysis", Cluster for Competitiveness, ***PREM The World Bank,*** 31-35 (2009)

42. USAID, "Value Chain Approach", Facilitating Systemic Change In Value Chains: Lessons Learned For Strengthening Country Systems, ***United States Agency International Development,*** 5-7 (2012)

43. Boschma, R., "Evolutionary Economic Geography And Its Implications For Regional Innovation Policy" ***Utrecht University***, ***Papers in Evolutionary Economic Geography (PEEG),*** 0912:2-12 (2009)

44. Sonn, W., J., Storper, M., "The Increasing Importance of Geographical Proximity in Technological Innovation", ***Conference: What Do We Know About Innovation? In Honour of Keith Pavitt,*** Sussex, November 13-15 (2003)

45. Antonelli, C., "The Evolution of The İndustrial Organisation of The Production of Knowledge", ***Cambridge Journal of Economics,*** 1999(23):243-260 (1999)

46. Gertler, M., "Dynamics of Industry and Innovation: Organizations, Networks And Systems", ***DRUID Tenth Anniversary Summer Conference Copenhagen***, Denmark, June 27-29 (2005).

47. Yeung, W., H., "From Followers to Market Leaders: Asian Electronics Firms in the Global Economy", ***Working Paper Series,*** 2006(16):5-16 (2006)

48. Iammarino, S., McCann, P., "The Structure And Evolution Of Industrial Clusters: Transactions, Technology And Knowledge Spillovers", ***Research Policy***, 2006(35):1018-1036 (2006)

49. Boari, C., "Industrial Clusters", Industrial Clusters, Focal Firms, and Economic Dynamism: A Perspective from Italy 1 nd ed, ***World Bank Institute,*** 1-8 (2001)

50. Maggioni, A., M., "The Rise And Fall Of Industrial Clusters: Technology And The Life Cycle Of Region" ***Institut d' Economia de Barcelona, Document de Treball***, 2004(6):8-24 (2004)

51. Cooke, P., "Regional Innovation Systems, Asymmetric Knowledge and the Legacies of Learning", The Learning Region, ***Edward Elgar Publishing Limited,*** Cheltenham, 184-206 (2007)

52. McCann, P., Arita, T., Gordon, R., I., "Industrial Clusters, Transactions Costs And The Institutional Determinants Of MNE Location Behavior", ***International Business Review,*** 2002(11):647-663 (2002)

53. Morosini, P., "Industrial Clusters, Knowledge Integration and Performance", ***World Development***, 32(2):305-326 (2004)

54. Floysand ,A., Jakobsen, E., S., Bjanar, O., "The Dynamism Of Clustering: Interweaving Material And Discursive Processes", ***Geoforum***, 2012(43):948-958 (2012)

55. Ketels, C.,Sölvell,Ö., "Clusters In The EU-10 New Member Countries" Europe INNOVA Cluster Mapping Project Report, 31-24 (2006)

56. European Cluster Excellence Initiative (ECEI), "The Quality Label For Cluster Organisations - Criteria, Processes, Framework Of Implementation", ***European Commission,*** Doc. Sta: May 22, 8-24 (2012)

57. Cooke, P., "The Republic of Korea and Brazil ", Strategies for Regional Innovation Systems: Learning Transfer and Applications, ***UNIDO World Industrial Development Policy Paper,*** Vienna, 13-17 (2000)

58. Thomas Andersson, T., Serger, S.S., Sörvik, J., Hansson, W.,E., The Cluster Policies Whitebook, "The Role Of Cluster Policy", ***IKED International Organisation For Knowledge Economy and Enterprıse Development***, 62-73 (2004)

59. European Comission (EC.), "The Concept Of Clusters And Cluster Policies and Their Role For Competitiveness and Innovation: Main Statistical Results and Lessons Learned" ***Commission Staff Working Document,*** SEC (2008) 2637, 9-14,37-38 (2008)

60. Porter, M., "Clusters and Economic Policy: Aligning Public Policy with the New Economics of Competition", ***Harvard Business School***, ISC White Paper:Rev. 7-16(2009)

61. İnternet: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu "Tarihçemiz" http://www.urak.org/uluslararasi-rekabet-arastirmalarikurumu/ index.php/hakkimizda/ tarihcemiz.html (2013)

62. Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM), "Türkiye'de Kümelenme, Tecrübeler ve Mevcut Durum, Beyaz Kitap: Türkiye İçin Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi, ***Dış Ticaret Müsteşarlığı***, 32-38 (2009a)

63. İnternet: Avrupa Birliği Bakanlığı "Türkiye – AB Mali İşbirliği" http://www.ab.gov.tr/index.php?p=5 (2013)

64. Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), Kobi Stratejisi ve Eylem Planı, ***Devlet Planlama Teşkilatı,*** 48 (2004)

65. Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı (2007-2009), ***Devlet Planlama Teşkilatı,*** 12-13, 35 (2007)

66. Ulusal Kalkınma Planı 2007-2013, 1 Temmuz 2006 - Mükerrer Resmî Gazete, 26215 (2006)

67. Ulusal Kalkınma Planı 2014-2018 6 Temmuz 2013- Mükerrer Resmi Gazete, 28699 (2013)

68. İnternet: Ekonomi Bakanlığı, KOBİ İşbirliği ve Kümelenme Projesi "Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi ve Çıktıları (2007-2009)" http://www.smenetworking.gov.tr/detay.cfm?MID=50 (2013)

69. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, "Ülkemizde Otomotiv Sektörünün Gelişimi", Türkiye Otomotiv Sektörü Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2011-2014, ***Sanayi ve Ticaret Bakanlığı,*** 7-9 (2011)

70. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, "Sektörün Genel Durumu", Otomotiv Sektörü Raporu, ***Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı,*** 2013(1):5-12 (2013)

71. İnternet: TÜİK "Yenilik İstatistikleri: Faaliyet Kollarına ve Büyüklük Grubuna Göre Teknolojik Yenilikler, 1998-2010" http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=1039 (2014)

72. Bedir, A., "Türkiye'de Otomotiv Sanayii", Türkiye'de Otomotiv Sanayii Gelişme Perspektifi, ***Devlet Planlama Teşkilatı***, 2660: 26-30 (2002)

73. İnternet: TAYSAD "Türk Otomotiv Sanayi ve TAYSAD'ın Tarihçesi" http://taysad.org.tr/tr/sayfa/taysad_tarihce (2013)

74. BEBKA, "Bursa-Eskişehir-Bilecik Bölge Planı 2010-2013", ***Bursa-Eskişehir-Bilecik Kalkınma Ajansı (BEBKA),*** 60-74 (2010)

75. Erkut, G., Albayrak, A. N., "Yenilikçilik-Rekabet Gücü İlişkisi: Otomotiv Sektörü Örneği", ***İtüdergisi/A Mimarlık, Planlama, Tasarım,*** 9(1):155-166 (2010)

76. İnternet: Türkiye İhracatçılar Meclisi "İhracat Rakamları: Tablolar" http://www.tim.org.tr/tr/ihracat-ihracat-rakamlari-tablolar.html (2014)

77. İnternet: Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü "Orta Vadeli Program" http://www.bumko.gov.tr/Eklenti/7734,20142016ortavadeliprogrampdf.pdf?0 (2013)

78. İnternet: Ekonomi Bakanlığı "Yeni Teşvik Sistemi" http://www.ekonomi.gov.tr/upload/slogan/yeni_yatirim_tesvik_sistemi.pdf (2013)

79. TEKNOKENT, "Sanayi Sektörü", Konya İli Sanayi Sektörü Yatırım Kılavuzu, ***Selçuk Üniversitesi Teknoloji Geliştirme Bölgesi***, 24-28 (2013)

80. Konya Ticaret Odası (KTO), "Konya Otomotiv Yan Sanayii", Otomotiv Sanayi Sektör Raporu: 2006/462/422, ***Konya Ticaret Odası Etüt Araştırma Servisi***, 20,21 (2006)

81. Konya Valiliği, Konya Ekonomisinin Genel Görünümü, Konya Valiliği Tek Adımda Yatırım Bürosu, 6,14-16 (2010)

82. İnternet: Konya Ticaret Odası, "Konya'da Bölgesel Yatırım Fırsatları" http://www.kto.org.tr/konyada-bolgesel-yatirim-firsatlari-452s.htm (2013)

83. İnternet: OSB Bilgi Sitesi "Konya" http://osbbs.osbuk.org.tr/arama.php?sehir=Konya (2013)

84. İnternet: TÜYAP "Konya Fuar Alanı Bilgileri" http://www.tuyap.com.tr/tr/index.php?main=m_konya_hakkinda&left=l_konya&fbi=3

85. Konya Ticaret Odası, "Mevcut Durum", Konya İli İhracat Analizi, ***Konya Ticaret Odası***, Konya, 5-13 (2013)

86. İnternet: TÜİK "Dış Ticaret İstatistikleri, İl ve Bölgeler" http://tuikapp.tuik.gov.tr/disticaretapp/menu.zul

87. İnternet: Türkiye Patent Enstitüsü "Marka" http://www.tpe.gov.tr/portal/ default2.jsp?sayfa=235

88. İnternet: Türkiye Patent Enstitüsü "Patent ve Faydalı Model" http://www.tpe.gov.tr/portal/default2.jsp?sayfa=135

89. İnternet: Türkiye Patent Enstitüsü "Endüstriyel Tasarım" http://www.tpe.gov.tr/portal/default2.jsp?sayfa=335

90. İnternet: TÜİK "NACE Rev-2 Sınıflama Sunucusu" http://tuikapp.tuik.gov.tr/DIESS/SiniflamaSurumDetayAction.do?surumId=191&turId=1

91. United Nations, "Overview", International Standard Industrial Classification of All Economic Activities Rev-4, ***Unıted Nations Publicatıon,*** Statistical Papers Series, 4(4):3-7 (2008)

92. Türkiye Kalkınma Bankası (TKB), "Ticaret", Konya İli Uygun Yatırım Alanları Araştırması, ***Konya Ticaret Odası***, Konya, 182-185 (2012)

93. İnternet: Konya Ticaret Odası "Konya Ekonomisine Genel Bakış" http://www.kto.org.tr/konya-ekonomisine-genel-bakis-449s.htm (2013)

94. İnternet: Türkiye İhracatçılar Meclisi "İlk 1000 İhracatçı Araştırması" http://www.tim.org.tr/tr/tim-gundem-ihracat-artti-karlilik-dustu.html (2013)

95. GEKA, "Çalışmada Kullanılan Yöntemler", TR32 Düzey II Bölgesi'nde Kümelenme Yaklaşımı, Güney Ege Kalkınma Ajansı, 13-15 (2011)

96. İnternet: TÜİK "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri" http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1035 (2013)

97. Kurul, M., D., "Türk Bankacılık Sektörüne İlişkin Yoğunlaşma ve Hakimiyet Göstergeleri", Ekonomi Notları, ***Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası***, 2011(5):1,2 (2011)

98. Calkins, S., "The New Merger Guidelines and The Herfindahl- Hirschman Index", California Law Review, ***Berkley University***, 71 (2):403-429 (1983)

99. Eminoğlu, M., "Konya Ticaret Teşkilatı: Dünü ve Bügünü", ***Konya Ticaret Odası Eğitim ve Kültür Yayınları***, No:16, Konya, 51-73, 99-108, 189-193, 219-226, (1997)

100. Tuş, M., "Ekonomik Hayat", Sosyal ve Ekonomik Açıdan Konya 1756-1856, ***Konya Ticaret Odası Yayınları***, 23:234-239 (2001)

101. Soyel, S., Altay, E., "Konya'da OSB Büyümeye Devam Ediyor", Haziran, ***Moment Expo***, 37:63-68 (2011)

102. Cansız, M., "Kalkınma Planları ve OSB'ler" Türkiye'de Organize Sanayi Bölgeleri Politikaları ve Uygulamaları, ***Devlet Planlama Teşkilatı***, No:2808, Ankara, 44-48 (2010)

103. Şahin, T., Konya Sanayisinin Dünü Bugünü ve Geleceği, TMMOB Konya İl Koordinasyon Kurulu, ***1. Konya Kent Sempozyumu 26-27 Kasım***, Konya, 269-274 (2011)

104. İnternet: Konya Otomotiv Yan Sanayi İş Kümesi "Projenin Hikâyesi" http://www.konyacluster.com/projeninhikayesi.asp

105. Konya Otomotiv Yan Sanayi İş Kümesi, Ekim 2013 Aylık Toplantı Faaliyet Raporu, ***Konya Otomotiv Yan Sanayi İş Kümesi***, 5,6 (2013)

106. TÜDOKSAD, Türkiye Döküm Sanayi: 2013 Yılına Girerken Mevcut Durum, ***Türkiye Döküm Sanayicileri Derneği***, 11,20 (2013)

107. İnternet: Konya Valiliği "Ekonomi" http://www.konya.gov.tr/page1.asp?baslik=Ekonomi&sh=98

108. İnternet: Konya Organize Sanayi Bölgesi "Profil: Kurumsal" http://www.kos.org.tr/Sayfalar.php?Menu=73&Sayfa=profil.html

109. İnternet: Konya Bilim Merkezi "Hakkımızda" http://kbm.org.tr/index.php/hakkmzda

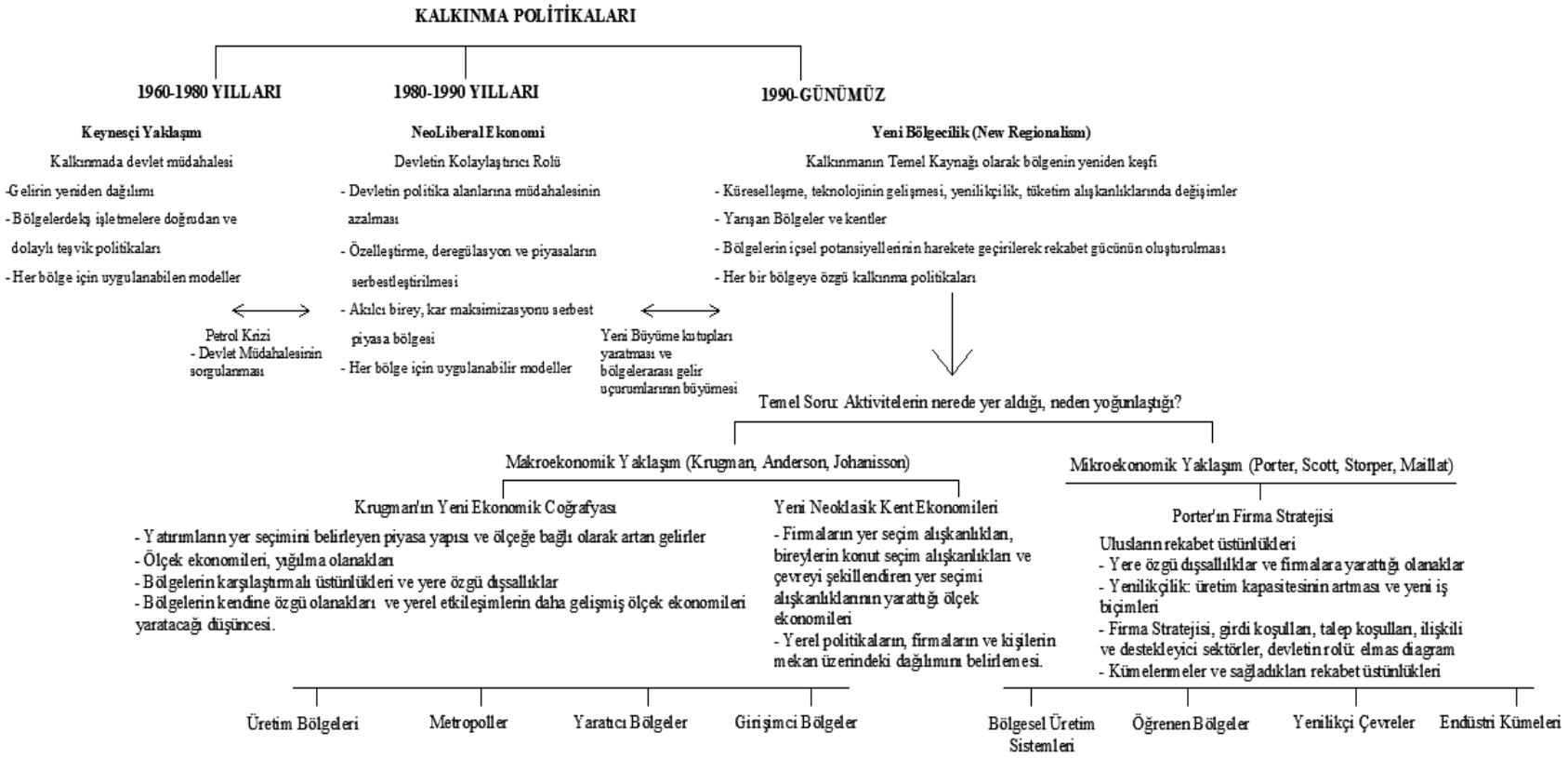
110. İnternet: Konya 1. Organize Sanayi Bölgesi "Kurumsal" http://www.kosb.org.tr/Kurumsal

111. İnternet: BÜSAN Organize Sanayi Bölgesi "Hakkımızda" http://busansanayi.ikonya.com/Home/About/

112. İnternet: KONSAN Organize Sanayi Bölgesi "Sektörler&Kategoriler" http://www.konsansanayi.com/?&d1=1

EKLER

EK-1. Kalkınma Politikaları ve Yıllara Göre Değişimi



EK-2. Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

AKTARMA, ŞASİ VE DİFERANSİYEL

1. ATİKER İÇ VE DIŞ TİC.A.Ş. 1. ORGANİZE SAN. BÖLGESİ ATABEY SK.
2. AYDINSAN FREN ÇIÇIRLARI VE OTO. YED. PARÇALARI 2.ORGANİZE SAN BÖL. T.ZİYAETTİN CD. 18.NO SK. NO.26
3. BAYRAMOĞLU OTOM.SAN.TİC.A.Ş. 1.ORG. SAN. SİT. BUDAKÖZÜ SK.
4. BUMEKS OTOMOITİV SAN.TİC.LTD.ŞTİ. ZAFER SAN. SİTESİ KARŞISI ÖKSÜZ CAD. GÖZALAN SK. NO: 45 KONYA
5. ELKO OTO YEDEK PARCA İML. SAN.VE TIC.LTD.STI. MERAM SANAYI PLANYA SOK.NO.12
6. ES-PA OTO YEDEK PARÇA A.Ş. 2.ORG.SAN.BLG.LALEHAN CD.NO:51
7. OTOMOTİV LTD. ŞTİ. BUSAN ORG. SAN. BÖLG. TEKYILDIZLI SK. NO:4 KARATAY
8. FİLKAR A.Ş. 2.O.S.B. KOCADERE SK. NO.7
9. GAYSAN SUBAP GAYDLARI MAK. TAK.SAN.LTD ŞTİ. 2. ORGANİZE SAN. SİT.KIRIM CAD. NO : 5 KONYA
10. GENMOT GENEL MOTOR STAN. KRANK ŞAFT ENDÜSTRİ BÜYÜK KAYACIK MH. 2 NOLU SK. NO.4
11. SENKROMED SANAYİ VE TİCARET A.Ş. KOSB LALEHAN CD. NO.3
12. KON KALIP VE PRES SAN. DEMİRCİLER SAN. SİT. TEPEKÖY SK. NO: 32
13. KURTSAN OTOMOTİV SAN.TİC.LTD.ŞTİ. KARATAY SANAYİ SİTESİ ÇOBANDEDE SOKAK NO: 27 KONYA
14. ME-PAR AKS DÖVME SANAYİ ANADOLU SAN.SİT. CAMİ BAŞI SK.
15. ÖZMİLSAN DEMİRÇELİK TİC.LTD.ŞTİ. 2. ORGANZİE SANAYİ BÖLGESİ YAYLACIK CAD. IŞIKTEPE SOKAK NO: 9 KONYA
16. SERTEL MAKİNA OTO.İNŞ.SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ BÜSAN ORG.SAN. BÜSAN CD.9.SK NO-2
17. TÜRSAN OTOM. SAN.TİC.LTD.ŞTİ. BÜSAN ÖZEL ORG.SAN. BÜSAN CAD. 2. SK. NO: 52 KONYA
18. OTOMOTİV METALURJİ SANAYİ VE TİCARET A.Ş. 3.ORG.SAN. T.ZİYAEDDİN CD.NO:15
19. OĞUZ ŞASE SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ HOROZLU HAN MAH.
20. ŞAFTÇI SEYİT USTA SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ GÜLTEPE SOK. D:23
21. ŞAFTÇI SERGİN SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

22. ŞAFTÇI KEMAL OTO SELÇUKLU/KONYA - AYDINER SOK. NO:10
23. AK KARDEŞLER OTOMOTİV SANAYİ TİCARET VE PAZARLAMA A.Ş HOROZLUHAN MAHALLESİ KABASAKAL CAD.ABKEŞ SK.
24. AYKU İDEAL KALİTE OTOMOTİV KRANK ŞAFT İNŞAAT GIDA SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ. 2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ YAYLACIK CAD.
25. COS DİNGİL OTOMOTİV NAKLİYE VE SANAYİ TİCARET LTD.ŞTİ. BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ 1.SOKAK NO: 11 KARATAY
26. DİKMEN OTOMOTİV DÖKÜM GIDA PAZARLAMA SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ. 3.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 10.SK. NO: 2 SELÇUKLU
27. DİKSAN OTOMOTİV DÖKÜM İNŞAAT MALZEMELERİ PAZARLAMA SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ. 3.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ İHSANDEDE CAD.9.SK.NO: 1 SELÇUKLU
28. KAZELOĞULLARI SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. KONYA 3.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 15.SK. NO: 2 SELÇUKLU
29. MEHMET DEMİRBAŞ-AYDIN İLAVE DİNGİL VE METALURJİ F ÇAKMAK MAH. HÜDAİ CAD. KOSTİM SAN.SİT. KARATAY
30. OĞUZ ŞASE SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. ZAFER SANAYİ SİTESİ OĞUZHAN SOK.NO: 8/7 SELÇUKLU
31. ÖZKOÇ İLAVE DİNGİL SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. 1.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ DOLUDERE SK. NO: 7 SELÇUKLU KONYA
32. OSMAN KOÇ OTOMOTİV DİNGİL SAN.VE TİC.A.Ş. 2.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ KARAHİSAR SK.NO: 16 SELÇUKLU KONYA
33. RAMÇAY MAKİNA OTOMOTİV HADDECİLİK SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ. KONSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ HİLAL SK. NO: 52 KARATAY
34. SARFİM OTOMOTİV İNŞAAT SANAYİ VE TİCARET A.Ş. BÜSAN ORGANİZE SANAYİ BÜSAN CAD.6.SK. NO: 20 KARATAY
35. SEÇEN METALURJİ HIRD. OTOM. SAN. LTD. ŞTİ. 2.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ LALEHAN CAD. NO: 17 SELÇUKLU/ KONYA
36. SEÇKİNSAN DİNGİL SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. 2.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ LALEHAN CADDESİ NO: 15 SELÇUKLU KONYA
37. YUMAK OTOMOTİV MAMÜLLERİ SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. ANKARA YOLU ÜZERİ KONSAN SAN.SİT.NO: 364 KARATAY KONYA
38. YURTSAN OTOMOTİV METALURJİ SANAYİ VE TİCARET A.Ş. 3.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ T.ZİYAEDDİN CAD.NO: 15 SELÇUKLU
39. PMC CRANKSHAFT DÖKÜM METAL SAN.TİC.LTD.ŞTİ BUSAN SAN.SİT.6. SOKAK NO:11 KRATAY /KONYA –TÜRKİYE

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

ELEKTRİK VE ELEKTRONİK AKSAMLAR

1. KAHVECİ OTOMOTİV A.Ş. 3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 13. SK. NO: 19
2. YENİ ÖZKAPTAN YEDEK PARÇA SAN.TİC.LTD.ŞTİ. TIRSAN SANAYİ SİTESİ SELÇUK CAD. NO: 200
3. HÜNER OTO ELEKTRİK WABCO YETKİLİ SERVİSİ: SELÇUKLU/KONYA – HOROZLUHAN MAH. (ZAFER SAN) TOPKAPI SANA
4. ÖZENİR OTO ELEKTRİK: AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİİ SİTESİ
5. ŞIK OTO ELEKTRİK: SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ER SOK.
6. PARLAK OTO ELEKTRİK: BEYŞEHİR/KONYA - KÜÇÜK SANAYİ SİTESİ
7. KERVAN OTO ELEKTRİK: SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ GÜVEN CAD. BELEN SOK.
8. AKYOLLAR OTO ELEKTRİK: SELÇUKLU/KONYA - MERAM SANAYİ SİTESİ PERVANE SOK. D:15
9. FATİH OTO ELEKTRİK KARATAY/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BÜLBÜL SOK. D:88
10. AKIM OTO ELEKTRİK SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ ÇINARALTI SOK. D:4
11. OTOMERSAN OTO ELEKTRİK VE KLİMA SERVİSİ: ANADOLU SANAYİ ÖKSÜZ CAD. İGDELİK SOK.
12. UZUN OTO ELEKTRİK SELÇUKLU/KONYA - ESKİ KAMYON GARAJI KARŞISI ÇAMBALI SOK.
13. ANKA KALIP SELÇUKLU/KONYA - 2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
14. GARANTİ OTO ELEKTRİK AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
15. FATİH OTO ELEKTRİK AKŞEHİR/KONYA - KONYA CAD. YENİ SANAYİ KARŞISI YOLU NO:7
16. ERDOĞAN OTO ELEKTRİK BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 508 SOK. D:73
17. SARIOĞLU OTO ELEKTRİK AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ SEYRAN MAH. 1. OSB
18. ÖZTAŞ OTO ELEKTRİK SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ FERHATLI CAD. D:8
19. KAYALAR OTO ELEKTRİK BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 507 SOK. D:28
20. KARAKAŞLAR OTO ELEKTRİK SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI GÜNDÜZ SOK. D:24 / A

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

21. KARACADAĞ OTO ELEKTRİK SELÇUKLU/KONYA - UĞRAK SOK.
22. KALKAN OTO ELEKTRİK SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI GÜNDOĞDU SOK. NO:59
23. HAS HATUNSARAYLI OTO ELEKTRİK SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI SANAYİ CAD. GÜNDÜZ S...
24. DADAKOĞLU OTO ELEKTRİK SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI KUTLU SOK. NO:6
25. ÇUHADAR ELEKTRİK SELÇUKLU/KONYA - OTO PARÇACILAR SİTESİ KORAY SOK. A BLOK
26. ÇOBANOĞLU OTO ELEKTRİK AKŞEHİR/KONYA - KONYA YOLU ÇAVDAR YAPI KOOPERATİFİ NO:15
27. CANER OTO ELEKTRİK AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 3. BLOK D:5
28. BUĞRA OTO ELEKTRİK SEYDİŞEHİR/KONYA - KÜÇÜK SANAYİ SİTESİ 1402 SOK. 2. BLOK
29. BEYZA OTO ELEKTRİK SELÇUKLU/KONYA - KALKANLI SOK. ESKİ SANAYİ ÇARŞISI NO:48
30. AVŞAR OTO ELEKTRİK AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ KONYA YOLU B BLOK D:4
31. ADEMLER OTO ELEKTRİK SELÇUKLU/KONYA - ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ SANAYİ ÇARŞISI
32. ADAMLAR OTO ELEKTRİK SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI ZİLALİ SOK. NO:44
33. ACAR OTO ELEKTRİK SEYDİŞEHİR/KONYA - YENİ OTO SANAYİ SİTESİ D BLOK

MODEL KALIP

1. ONSE KALIP BUSAN ORG. SAN. BÖLG. 4. SK. NO:6-8
2. KUKAMET ANKARA YOLU ÜZERİ KOSGEB CD. 4. SK. NO:61
3. KURŞUNEL KALIP METAL FORM VE SAC İŞLEME SAN. BÜSAN ORGANİZE SAN. BÖLGESİ 4. SK. NO: 61 KONYA
4. ALİMOĞLU KALIP KARATAY/KONYA - BÜSAN SANAYİ SİTESİ ESENLER CAD.
5. ÖNKA KALIP OTO SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ CEBECİ SOK. D:8

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

6. GÜNDOĞAR MAKİNA KALIP: KARATAY/BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SAN.
7. ÜNS KALIP MAKİNE KARATAY/KONYA - 3 ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
8. KARMOSAN MODEL KALIP PLASTİK SAN.TİÇ.LTD ŞTİ FEVZİ ÇAKMAK MAH.DÖKÜMCÜLER SAN SİT 10607 SK-NO 28 KARATAY

PLASTİK VE KAUÇUK PARÇALARI

1. A-SE SEYREK KAUÇUK KARATAY SAN.ERKAN SK.NO:67
2. CONTA TİCARET VE LTD.ŞTİ. 2. ORGANİZE SANAYİİ BÖLGESİ KIRIM CAD.
3. İPEKOĞLU OTOMOTİV SAN.TİC.A.Ş. REİS KÖY CD. İNSU SK. NO1
4. AKIŞ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ
5. ATEŞ KAUÇUK KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. KONSAN SANAYİ
6. SADAKAT SİBOP GAYD SANAYİ SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ
7. AHLAS LASTİK KAPLAMA SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAGLARI MAH. ÇAMBALI SOKAK NO:25
8. HASAN TÖRÖN LASTİK KAPLAMA SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. LASTİKÇİLER ÇARŞISI
9. DİLEK PLASTİK SELÇUKLU/KONYA - MARANGOZLAR SANAYİ SİTESİ
10. AKÇAY CONTA BALATA AKŞEHİR/KONYA - 2. EK SANAYİ SİTESİ
11. BESTPAR ENDÜSTRİYEL YEDEK PARÇA İMALAT SAN.TİC.LTD.ŞTİ. ANADOLU TEKNİK SANAYİ DÜZENLİ SK. NO: 25 SELÇUKLU KONYA
12. TBP OTOMOTİV SANAYİ TİCARET A.Ş. 3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
13. TBP OTOMOTİV SANAYİ TİCARET A.Ş. 3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ

SÜSPANSİYON

1. AYD SÜSPANSİYON İHSAN DEDE CD. NO.7
2. YURTSAN OTOMOTİV METALURJİ SANAYİ VE TİCARET A.Ş. 3.ORG.SAN. T.ZİYAEDDİN CD.NO:15
3. SOYDA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ HOROZLU HAN MAH. ZERDALİ
4. ROTPAR OTOMOTİV ROTBAŞI ROTİL SELÇUKLU/KONYA - KONYA 3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

5. AYDINLAR YEDEK PARÇA SAN.TİC. A.Ş. KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ İHSANDEDE CAD.NO: 7 SELÇUKLU KONYA
6. HUSAN METAL TEKNOLOJİLERİ SAN.TİC.TİCARET LTD.ŞTİ. HAMİDİYE MAH.KÜÇÜK SANAYİ SİTESİ 514.SOKAK NO: 3 BEYŞEHİR KONYA
7. SOYDA OTOMOTİV TEKSTİL GIDA NAKLİYAT TURİZM SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ ANADOLU SANAYİ SİTESİ REŞADİYE CAD.KUŞAK SK.NO: 2 SELÇUKLU

TASARIM VE MÜHENDİSLİK

1. ARS-KAR OTOMOTİV SAN.TİC.LTD.ŞTİ. BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 1. SOKAK NO:53 KONYA
2. ROTOSİS ROBOTLU OTOMASYON SİSTEMLERİ FEVZİ ÇAKMAK MH.10746 SK.NO:17
3. HÜSEYİN KEKKEŞ F.ÇAKMAK MAH.YAŞ ZEBZE VE MEYVECİLER SİTESİ 9.BLOK 6.SK.NO: 2 KARATAY

YÜZEY VE ISIL İŞLEM

1. OSMANOĞULLARI NİKELAJ SAN. ANADOLU TEK. SAN. BURAK SK.
2. GÜLTEKİNLER OTO KLİMA FEVZİ ÇAKMAK MAH. KONSAN OSB
3. ŞAFAK OTO KLİMA: SELÇUKLU- SANAYİ ÇARŞISI SANAYİ CADDESİ
4. GOLDENA AIR BRAKE SYSTEMS MERAM/KONYA - RAMPALI ÇARŞI
5. AFACAN OTO KLİMA SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI

ARAÇ ÜSTÜ EKİPMANLAR

1. AKKAR BİJON OTOMOTİV MAKİNA SAN. TİC. LTD.ŞTİ. KARATAY SAN.
2. KONYA OTO CAM SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAHALLESİ SANAYİ ÇARŞISI
3. ASKON OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ GÜNDÜZ SOKAK
4. ÖZTEKNİK OTO FREN SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. DR. AHMET SADIK CAD.
5. MEVLANA OTO CAM KARATAY/KARATAY SANAYİ SİTESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

6. GÜZLER OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - TIRSAN SANAYİ SİTESİ BÜYÜKŞAHİN CAD. NO:
7. EKİCİ İTFAİYE ARAÇLARI İMALATI SELÇUKLU/KONYA - HOROZLU HAN MAH. PETEKÇİLER CAD. NO:16
8. STAR OTO CAM SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAHALLESİ GÜNDOĞDU SOKAK
9. FEN FREN EKİPMANLARI SELÇUKLU/KONYA - HOROZLAR MAH. HEYBELİ ADA SOK. NO:27
10. SARICA OTO CAM AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ KONYA YOLU
11. STAR OTO CAM EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ EK BLOKLAR
12. TOSUNOĞLU OTO CAM SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU HASBET SANAYİ SİTESİ AKBEŞ SOK.
13. TUTUMLULAR OTO CAM SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. ESKİ SANAYİ ÇARŞISI
14. KAREL OTO CAM SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ FREZE SOK.
15. TEKNİK OTO CAM SELÇUKLU/KONYA - SELÇUKLU CAD. NO:24
16. GENÇ ERDAL OTO CAM SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ŞENYURT SOK. NO:22
17. ERDALLAR OTO CAM SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ SİTESİ
18. KRİSTAL OTO CAM SELÇUKLU/KONYA - OTO PARÇACILAR SİTESİ
19. TSN OTOMOTİV YEDEK PARÇA İMALATI KARATAY/KONYA - YENİ ASLIM SANAYİ SİTESİ
20. AYDINSAN FREN CIRCIRLARI SELÇUKLU/KONYA – KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ ZİYAEDDİN CAD.
21. BAYKAR FREN SİSTEMLERİ SELÇUKLU/KONYA – KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
22. SNC OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - OTO PARÇAÇILAR SİTESİ KORAY SOKAK NO:28
23. NASİP OTO FREN SELÇUKLU/KONYA - TIRSAN SANAYİ SİTESİ HOROZLUHAN MAH.
24. ERSOY OTO DÖŞEME SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ ÖMERLİ SOK.
25. GÖLYAZI ÖNDÜZEN HİDROLİK DİREKSİYON SELÇUKLU/KONYA – ÖKSÜZ CAD. YILLIK SOK. NO:11 / FATİH MAH

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

26. UĞURLU GLASS SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ ÖKSÜZ CAD. KAHRAMAN SOK.
27. AKR SEATS SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ANADOLU SANAYİ SİTESİ
28. GÜNGÖR OTO CAM SELÇUKLU/KONYA - YENİ İSTANBUL CAD. NO:4
29. GÜNGÖR OTO CAM AKŞEHİR/KONYA - SEYRAN MAH. ANTALYA YOLU NO:71
30. ERDALLAR NAZAR OTO CAM KARATAY/KONYA - MENGENE CAD.
31. HAS EKER OTO FREN SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI GÜNDÜZ SOK. NO:17
32. FRENCİ HAMZA SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ
33. SABIR FREN ATÖLYESİ SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BAHÇELİ SOK. D:15
34. ÖZ ALADAĞ HAVALI KORNA SELÇUKLU/KONYA - TATİŞ CAD. NO:22
35. AR-ÇEK OTOMOTİV SANAYİ TİCARET LTD.ŞTİ. KARATAY SANAYİ SİTESİ
36. AYDINSAN FREN CIRCIRLARI VE OTOMOTİV YEDEK PARÇALARI İMALATI PAZARLAMA VE SATIŞI SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ T.ZİYAEDDİN CD.8.SK.NO: 26 SELÇUKLU
37. EMOSAN OTOMOTİV METALURJİ SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. KÜÇÜK KIBRIS SANAYİ SİTESİ ADIBELLİ SOKAK NO: 26 SELÇUKLU KONYA
38. KARADAŞ OTOMOTİV SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. KOSTİM SANAYİ SİTESİ F.ÇAKMAK MAH.HÜDAİ CAD.NUR SK. NO: 12 KARATAY
39. MAKROPAR OTOMOTİV SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ 3.SK. NO: 23 KARATAY KONYA
40. TEKNOFİT HİDROLİK PNOMATİK OTOMOTİV YEDEK PARÇA SAN.TİC.LTD.ŞTİ. BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ MİLENYUM CAD.NO: 2 KARATAY KONYA
41. TRAPTEKNİK OTOMOTİV SANAYİ TİCARET LTD.ŞTİ. BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ 1.SOKAK NO: 55 KARATAY KONYA
42. YILDIRIM OTOMOTİV METAL SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. 2.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ GÜZELKONAK SK. NO:5 SELÇUKLU KONYA
43. YÜKSEL BALATACILIK SAN.TİC.A.Ş. 2.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ LALEHAN CAD.NO: 27 SELÇUKLU KONYA

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

44. KONPAR DIŞ TİC.MAK.VE TİC.LTD.ŞTİ. YENI DOKUMCULER SAN. SIT. KARATAY
45. FRENKAR BRAKE PARTS PRODUCTİON HOROZLUHAN MAH. SELCUK CAD. VURAL SOKAK NO: 21
46. RAMÇAY LTD.ŞTİ KONSAN ÖZEL ORG.SAN.SİTESİ HİLAL SK.NO:52 KARATAY/KONYA
47. FHS OTOMOTİV FEVZİ ÇAKMAK MAH.GİYSAN SAN.SİT. 10501 SK.NO:23
48. AKKOMSAN OTOMOTIV.LTD.STI (STAR SEATİNG SYSTEMS) SEYRAN MH.KONYA YOLU UZERİ AKSEHİR

DÖKÜM VE DÖVME PARÇALAR

1. ARDEMİR ÇELİK DÖKÜM HOROZLUHAN MH. ENGİN SK. NO:3
2. İZMİR SENKROMED SANAYİ VE TİCARET A.Ş. KOSB LALEHAN CD.
3. KAMSA OTOMOTİV A.Ş BABALIK MAH.YAPICI İŞ MERKEZİ E.BLOK
4. POSLU MAKİNA SAN. VE TİC.LTD.ŞTİ. HOROZLU HAN MH. ZERDALİ SK.
5. FERHAT DÖKÜM KARATAY/KONYA - KETENCİ ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
6. MEHMET ERDİREN DİŞLİ SANAYİ SELÇUKLU/KONYA - 3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
7. VELTEKS VOLANT VE DİŞLİ KARATAY/KONYA - ASLIM SAN. GURHANLAR SOK.
8. IŞIK DÖKÜM SANAYİ KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. YENİ DÖKÜMCÜLER SİTESİ
9. KERİMOĞLU OTOMOTİV KARATAY/KONYA - BÜSAN ORGANİZE SANAYİ SİTESİ 5. SOKAK
10. KULVAR DÖKÜM SELÇUKLU/KONYA - 1. ORGANİZE SANAYİ BÖL.
11. BAŞARAN DEMİR DÖKÜM AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
12. ÖZKOÇ İLAVE DİNGİL SELÇUKLU/KONYA - 1. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ DOLUDERE SOK.
13. ARBEY VOLANT DİŞLİ KARATAY/KONYA - BÜSAN 4. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ FEVZİ ÇAKMAK MAH.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

14. ERGÜNAY OTOMOTİV MERKEZ/KONYA - KARATAY SANAYİ PAŞABAHÇE SOK.
15. DERYA REKOR OTOMOTİV KARATAY/KONYA - BUSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ 6. SOK. NO:1
16. CEYLAN DİŞLİ KARATAY/KONYA - ŞEMSTEBRİZİ MAH. BÜSAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
17. KOMŞUOĞLU POMPA TORNA ILGIN/KONYA - SANAYİ SİTESİ 7. BLOK
18. ÖZENİR TORNA BEYŞEHİR/KONYA - KÜÇÜK SANAYİ SİTESİ 515 SOK.
19. TIRPANLAR BİLYA OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - SANAYİ CAD. SANAYİ ÇARŞISI NO:40-42
20. TORNACI MUSTAFA SEZEN SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ ERKANLI SOK. D:16
21. TORBALI TORNA SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ DÜZENLİ SOK. D:11
22. ARAÇ İMALAT VE YEDEK PARÇA EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 4C BLOK NO:2
23. AKİŞ TORNA AKŞEHİR/KONYA - SEYRAN MAH. NO:44
24. AZİZOĞULLARI TORNA SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. UZMAN SANAYİ SİTESİ
25. AROG İÇ VE DIŞ TİC.LTD.ŞTİ. FEVZİÇAKMAK MAH.HÜDAİ CAD.10614 SK.NO:3 KARATAY
26. MEHMET CAN BİLYA BÜSAN SAN. SİT. KOSGEB CD. NO:23 KARATAY
27. ÇAYIROVA OTOMOTİV GIDA TAŞIMACILIK SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ. ASLIM ŞUBESİ BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
28. HASTEKNİK OTO YEDEK PARÇA İMALAT SAN.TİC.A.Ş F.ÇAKMAK MAH.BÜSAN 3.ÖZEL ORGANİZE SANAYİ KOSGEB CADDESİ
29. KAPLANLILAR OTOMOTİV SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. KARATAY SANAYİ SİTESİ EK BLOKLARI HİZARCI SOK.NO: 57 SELÇUKLU
30. KARAMANOĞLU OTOMOTİV SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. SELÇUK SANAYİ SİTESİ EHAT CAD. NO: 9/11 SELÇUKLU
31. KONBUSAN BURÇ OTOMOTİV SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. 2.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ LALEHAN CADDESİ NO: 51 SELÇUKLU
32. KUMPAS DÖVME OTOMOTİV MAKİNA SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ. 3.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 18.SOKAK NO: 15 SELÇUKLU KONYA
33. HATVE DİŞLİ SANAYİ BÜSAN ORG.SAN.BÖLG. KOSGEB CAD. 5.SK. NO:27 KARATAY

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

34. MADENCİ OTOMOTİV MAK. MET. VE NAK. SAN. TİC. LTD. ŞTİ. BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ ASLIM CADDESİ NO: 15 KARATAY
35. ÜNVERSAN OTOMOTİV MAKİNA VE İNŞAAT SANAYİ TİCARET LTD.ŞTİ. KARATAY SANAYİ SİTESİ ÖMERLİ SK. NO: 73-75 SELÇUKLU KONYA
36. ARI METAL: KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 8. SOKAK
37. KYS RULMAN: BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 2. SOKAK KARATAY KONYA

MAKİNA SANAYİ

1. HİDROLİKSAN HİDROLİK PRES İMALAT SAN. I. ORGANİZE SAN. İSTİKAMET CD. NO: 24 42300 SELÇUKLU KONYA
2. İSFUR OTOMOTİV SAN.LTD.ŞTİ. 2. ORG. SAN. SİTESİ LALEHAN CAD.
3. KEMS ELEKTRONİK TİC.SAN.LTD.ŞTİ. 2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ LALEHAN CADDESİ NO.33 KONYA
4. KONDİŞSAN KONYA DİŞLİ SAN.TİC.LTD.ŞTİ. 3OSB 13SK. NO19
5. KONYA MOTORLU ARAÇLAR SAN.TİC.A.Ş. ANKARA YOLU ÜZERİ BÜSAN GİRİŞİ KONYA
6. ROTOSİS ROBOTLU OTOMASYON SİSTEMLERİ FEVZİ ÇAKMAK MH.
7. OZMAK MAKİNA - MÜHENDİSLİK SELÇUKLU/KONYA - TOPKAPI SANAYİ HEYBELİ ADA SOK. NO:56
8. İSFUR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
9. HOLDSTEEL KARATAY/KONYA - HACI YUSUF MESCİT MAH. YENİ MARANGOZLAR SANAYİ SİTESİ
10. ERDİREN DİŞLİ VE MAKİNA SANAYİ SELÇUKLU/KONYA - 1. ORGANIZE SANAYİ BOLGESI BAYRAMPASA
11. OTO RULMAN TİCARET SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI YENİ SANAYİ CADDESİ
12. KOÇLAR MAKİNA SANAYİ SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ DEMİRTEPE SOK. D:1.
13. HEDEF MAKİNA KARATAY/KONYA - YENİ MARANGOZLAR SANAYİ SİTESİ
14. MEM MAKİNA KARATAY/KONYA - BÜSAN 4. ÖZEL ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

15. GEÇGEL MAKİNA SELÇUKLU/KONYA - 2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ VEZİRKÖY CAD
16. AFO MAKİNA SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. TIR – SANAYİ SANAYİ SİTESİ
17. BİZCANLI REDÜKTÖR SELÇUKLU/KONYA - 2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ REİSKÖY CAD.
18. HARS MAKİNA AKŞEHİR/KONYA - KONYA YOLU 2. KM
19. İSTANBUL MAKİNA SELÇUKLU/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. KONSAN SANAYİ
20. MARS MAKİNE HİDROLİK KARATAY/KONYA - 2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ LALEHAN CAD.
21. MAK-TEK KARAKUŞ MAKİNE SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI ZÜLALİ SOK. D:75
22. LORTSAN KOYUNCU MAKİNA SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ ERKANLI SOK. D:34
23. ELCE MAKİNA SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ BEYKENT SOK. NO:9
24. TEKNİK ROTOR YENİLEME VE KROM KAPLAMA KARATAY/KONYA – KARATAY SANAYİ SİTESİ BÜLBÜLLÜ SOK. D:40
25. N-PAR OTOMOTİV DÖKÜM MAKİNA SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. YENİ DÖKÜMCÜLER SANAYİ EFEDİYARI SK.NO: 10-12-14 KARATAY
26. MODSAN MAKİNA MODEL SANAYİİ KARATAY SANYİİ EKBLOKLARI CEYLANDERE SOKAK NO:37 SELÇUKLU
27. ESEN MAKİNA: BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ KARATAY
28. MESA MAKİNA: KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ, SELÇUKU

<u>MOTOR PARÇALARI</u>

1. POYRAZ OTOMOTİV BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ ESENLER CAD. NO.35
2. NAİLSAN ISITMA BUJİLERİ SELÇUKLU/KONYA - UZMAN SANAYİ SİTESİ İLKAY SOK. NO:22
3. PİSTONSAN MOTOR SELÇUKLU/KONYA - 3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 14. SOK. D:3
4. AKIN TİCARET OTOMOTİV YEDEK PARÇA İMALATI KONYA CAD. SANAYİ GİRİŞİ NO:76 – AKŞEHİR

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

5. GÜNEŞ MOTOR SÜBAPLARI SELÇUKLU/KONYA - 2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ VEZİRKÖY CAD.
6. ERBAY MOTOR SELÇUKLU/KONYA - KOÇLAR SOK. NO:9 / FATİH
7. PİPA YAVUZ MOTOR SELÇUKLU/KONYA - OTO PARÇACILAR SİTESİ
8. İ. N. A. MOTOR SUPAPLARI SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ÖKSÜZ CAD. NO:89
9. A.T.V. MOTOR SUBAPLARI SAN.TİC.A.Ş. ZAFER SAN. SİT. KANNAT SK.
10. GÜNEŞ MOTOR SUBAPLARI SAN.VE TİC.A.Ş. 2.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ VEZİRKÖY CD.KAR
11. SAYGI MOTOR SUBAPLARI SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU TEKNİK SANAYİ SİTESİ YAZIRHAN SOK
12. SUPER SUPAP VE PARÇA SELÇUKLU/KONYA - 1. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ HOROZLU HAN M.
13. ÖZDEMİR DİZEL SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ REYHANİ SOK.
14. YENMAK PİSTON SELÇUKLU/KONYA – KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ SARI ÇİÇEK SOK.
15. SAGE CRANK SHAFT KARATAY/KONYA - BUSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
16. YORULMAZ İNDÜKSİYON SELÇUKLU/KONYA - KAVAKALTI SOK.
17. SAĞLAM - İŞ RADYATÖR SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ BAĞSARAY SOK. NO:6
18. KARATAŞ OTO RADYATÖR KARATAY/KONYA - YENİ HURDALIK ANKARA YOLU 2. SOK. NO:24
19. ENES OTO RADYATÖR SELÇUKLU/KONYA - MOTORLU SANAYİ ÇARŞISI ŞAİR KISMETİ SOK.
20. RS RADYATÖR SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ÇALI DÜZÜ SOK.
21. KERVAN DİZEL SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BOZKÖY SOK. D:25
22. KARATAŞ OTO RADYATÖR SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU TEKNİK SANAYİ SİTESİ
23. ÖZÇELİK SİLİNDİR KAPAK SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ SİTESİ GÜNDOĞDU SOK. D:109
24. AYAZ KARDEŞLER ÜSTÜN İŞ MOTOR YENİLEME AKŞEHİR/KONYA – SANAYİ SİTESİ 3. BLOK D:2
25. HAYAT MOTOR REKTEFİYE ATÖLYESİ SELÇUKLU/KONYA – KARATAY SANAYİ GEMLİK SOK. NO:42

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

26. ERW MOTOR TAŞLAMA MERKEZİ SELÇUKLU/KONYA – HOROZLUHAN MAH. ACIBADEM SOK. NO:4
27. ERSAN MOTOR SELÇUKLU/KONYA - ÖZKAN SOK. NO:7
28. AHMET ÇIRAY OTOMOTİV SANAYİ İÇ VE DIŞ TİC.LTD.ŞTİ. F.ÇAKMAK MAHALLESİ HÜDAİ CAD.İZALE SK.NO: 19 KARATAY KONYA
29. BAŞARAN MOTOR REKTİFİYE SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ. HOROZLUHAN MAH. AHİEVRAN CADDESİ NO:35 KONYA/TURKİYE
30. BÜYÜKGÜLTEKİNLER OTO RADYATÖR SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ. KARATAY SANAYİ SITESİ GÜLTEPE SK. NO: 54 SELÇUKLU KONYA
31. MEYDAN OTOMOTİV ENDÜSTRİ NAKLİYE VE GIDA SANAYİİ İÇ DIŞ TİC.LTD.ŞTİ. 3.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ KUDDUSİ CAD. NO: 40 SELÇUKLU KONYA
32. PİSTONSAN MOTOR PİSTONLARI İMALAT VE SAN.TİC.LTD.ŞTİ. 3.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 14.SK.NO: 3 SELÇUKLU KONYA
33. KONGEL KONYA GELİŞEN OTOMOTİV SANAYİ ve TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ FEVZİ ÇAKMAK MAHALLESİ HÜDAİ CADDESİ MAKPARSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ SİTESİ 10614 SOKAK NO : 33
34. TALAY MOTOR GÖMLEKLERİ 2.ORGANİZE SANAYİ REİSKÖY CAD.
35. KAİZEN TEKNOLOJİK ÜRETİM VE GENEL PAZARLAMA A.Ş. ANKARA YOLU KONSAN ORGANİZE SANAYİİ CAMGÖZ SK. NO:47 SELÇUKLU
36. UYGUR OTOMOTIV SAN. IC VE DIS TIC. LTD. STI. FEVZİ ÇAKMAK MAHALLESİHÜDAİ CADDESİ 10614 SOKAK NO:19
37. KAIZEN SEGMAN: BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 4. SOK KARATAY KONYA

SAC VE METAL ŞEKİLLENDİRME

1. KURŞUNEL KALIP METAL FORM VE SAC İŞLEME SAN. BÜSAN ORGANİZE SAN. BÖLGESİ 4. SK. NO: 61 KONYA
2. EKER BİJON SAN. VE TİC. A.Ş. 3. ORGANİZE SAN. BÖLG. 9. SK. NO:29
3. ROTOSİS ROBOTLU OTOMASYON SİSTEMLERİ FEVZİ ÇAKMAK MH.10746 SK.NO:17
4. TEKELİOĞLU CİVATA VE SOMUN SAN. TİC. LTD. ŞTİ. KONYA ORG. SAN. BÖLG. BÜYÜK KAYACIK MAH. İHSANDEDE CD. 9 NOLU SK.
5. TEL ŞEKİLLENDİRME VE YAYLAR KÖRFEZ YAY SAN. TİC. LTD. ŞTİ. KARATAY SAN. TORNA SK. NO:5

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

6. MUŞTU BİJON HOROZLUHAN MAHALLESİ ZAFER SANAYİ SİTESİ
7. ÖZCAN TORNA KARATAY/KONYA - ÖMERLİ SOK. NO:19 / A
8. IŞIK TORNA ATÖLYESİ SELÇUKLU/KONYA - TIRSAN SANAYİ SİTESİ YÜCE AKTAŞ SOK. D:2.
9. ÖZBALSAN TORNA SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. DOSTLAR SOK.
10. FLEMENO OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAHALLESİ BÜSAN OSB
11. DURALLAR OTOMOTİV MERKEZ/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ANADOLU SANAYİ SİTESİ
12. NRSP OTOMOTİV KARATAY/KONYA - AKSARAY YOLU 20. KM. KETENCİ ÖZEL ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
13. HAKPAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ BAHÇELİ SOKAK NO:57
14. YE-PAR OTOMOTİV SANAYİİ TİCARET LTD.ŞTİ. DİKİLİTAŞ MAH.PAŞA SK. ZÜMRE SAN.SİT.F BLOK NO: 14-15 SELÇUKLU KONYA
15. İSFUR OTOMOTİV SAN. TİC. LTD. ŞTİ. KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ LALEHAN CAD.NO: 37 SELÇUKLU KONYA
16. KAHVECİ OTOMOTİV SANAYİ VE TİCARET A.Ş. 3.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 13.SK. NO: 19 SELÇUKLU KONYA

<u>RÖMORK, TREYLER, KAROSER DORSE, DAMPER, TANKER, OTO MAKAS</u>

1. SERİN TREYLER: KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ BÜYÜKKAYACIK MAH.EVRENKÖY CAD.3.SK. NO: 12 SELÇUKLU KONYA (2. VE 3. OSB'DE DE FABRİKASI VAR)
2. SEÇEN DORSE 2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ LALEHAN CAD.
3. ASİL TREYLER KARATAY/KONYA - BÜSAN - 4 SANAYİ SİTESİ
4. AKYÜZLER KAROSER SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. SELÇUK CAD. KILAVUZ SOK.
5. ÇAYIROVA RÖMORK VE TREYLER EKİPMANLARI KARATAY/KONYA BÜSAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
6. YASİN ÇELİK KAROSER SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ ZERDALİ SOKAK NO:10
7. FIRAT İTFAİYE ARAÇLARI SELÇUKLU/KONYA - ENSAR SANAYİ HOROZLU HAN MAH.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

8. OMEKSAN TREYLER SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAHALLESİ ÖZGE SOKAK NO:13
9. BÜYÜKYÜKSEL DAMPER SELÇUKLU/KONYA - 2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ REİSKÖY CAD.
10. ÖZÜSTÜNİŞ KARASÖR SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ TATİŞ CADDESİ YURTDADUR SOK.
11. ÜSTÜN İŞ KARASÖR SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ BELEN SOKAK
12. KIRATLIOĞLU DAMPER VE KARASÖR İMALATI SELÇUKLU/KONYA – ZAFER SANAYİ BELEN SOKAK GÜVEN CADDESİ
13. ÖZ ALTIN KAROSER SELÇUKLU/KONYA - SELÇUKLU SANAYİ EHAT CADDESİ NO: 27
14. TEKNİK TREYLER SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAHALLESİ ABİDİN SOKAK NO:99.
15. ÖZKON TREYLER SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAHALLESİ ABKES SOKAK NO:27
16. YASİN ATEŞ TREYLER SELÇUKLU/KONYA - UZMAN SANAYİ SİTESİ İLKAY SOKAK NO:12
17. ANDIÇ DORSE SELÇUKLU/KONYA - SELÇUKLU SANAYİ REFAH CADDESİ
18. MEKA TREYLER SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ HOROZLUHAN MAHALLESİ
19. OĞUL DAMPER SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. SELÇUK SANAYİ REFAH CAD.
20. UTKU TANKER SELÇUKLU/KONYA - TIRSAN SANAYİ SİTESİ
21. ASC DORSE SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. TIRSAN SANAYİ SİTESİ
22. MEAL TREYLER SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAHALLESİ ÖKSÜZ CADDESİ NO:34
23. ÇALIKSAN DORSE SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ GİRİŞİ AYIŞIĞI SOKAK
24. MASTREYLER TANKER SELÇUKLU/KONYA - 1. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ ALBAYRAK CAD.
25. OHM TREYLER SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAHALLESİ ENSAN SANAYİ SİTESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

26. ZİRVE DORSE SELÇUKLU/KONYA - SELÇUKLU SANAYİ EBUZER SOKAK NO:9
27. ÖNDER ŞASE TREYLER SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU TEKNİK SANAYİ HOROZLUHAN MAH.
28. TRANS TREYLER SELÇUKLU/KONYA - YAZIR MAHALLESİ SULTAN CADDESİ
29. KOYUNCUOĞLU KARASÖR SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ
30. KARAKAYA KARASÖR SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ
31. AYDIN TREYLER MERKEZ/KONYA - TIRSAN SANAYİ TOKER SOKAK
32. MVG KARASÖR OTOMOTİV SANAYİ SELÇUKLU/KONYA HOROZLUHAN MAHALLESİ ANADOLU SANAYİ SİTE...
33. JMK KÜRKCÜ TREYLER SELÇUKLU/KONYA - TIRSAN SANAYİ SİTESİ HOROZLUHAN MAH.
34. CANOĞLU DORSE SELÇUKLU/KONYA - BAKIRCILAR SANAYİ EFSANE SOKAK NO:212
35. SEMBOL DAMPER DORSE SANAYİM SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ GİRİŞİ HOROZLUHAN MAH. AYIŞ...
36. DEKOR DAMPER MERKEZ/KONYA - HOROZLUHAN MAHALLESİ
37. KARDEŞLER DAMPER MERKEZ/KONYA - HOROZLU HAN MAH. TIRSAN SANAYİ SİTESİ
38. TAŞCI KARDEŞLER TANKER TREYLER SANAYİ SELÇUKLU/KONYA – 1. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ GÜVENÇLİ SOK.
39. BARAN DORSE SELÇUKLU/KONYA - SELÇUK SANAYİ RAVZA SOK.
40. YILDIRIM KAROSER SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ
41. YILDIRIM KAROSER İMALATI SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ
42. ZAFER DAMPER SELÇUKLU/KONYA - 1. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ İSTİKAMET CAD.
43. PAŞALAR DAMPER SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ HİSARKÖY SOK. D:29
44. ŞENGÜLLER TIR TABLA SELÇUKLU/KONYA - TIRSAN SANAYİ SİTESİ HOROZLUHAN MAH.
45. AKSÖZLER ÇELİK KARASÖR SANAYİ SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ YEŞİLOBA SOKAK NO:9
46. KONYA TREYLER SELÇUKLU/KONYA - HOROZLU HAN MAH. KURT BEY SOK. NO:18

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

47. İLKAY TREYLER SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ÖKSÜZ SOK.
48. AL-MER DORSE KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10753 SOK. ASTIM İŞ MERKEZİ
49. ÖNDER ŞAŞE TREYLER SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ OĞUZHAN SOK. NO:8
50. NURSAN DORSE SELÇUKLU/KONYA - BÜYÜK KAYACIK MAH. 3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
51. KÖKENLER KARASÖR SELÇUKLU/KONYA - 2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ EVREN KÖY CAD.
52. KARNIBÜYÜKLER TANKER SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BAĞSARAY SOK. D:10.
53. HAKPA OTO MAKAS SELÇUKLU/KONYA –KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ LALEHAN CAD.
54. ARICIOĞULLARI ÇELİK KARASÖR SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ YEŞİLOBA SOK. D:10
55. ÖZEN - İŞ KARASÖR SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ BOZYAZI SOK.
56. TAKDİR DORSE - DAMPER SELÇUKLU/KONYA - HOROZLU HAN MAH. UZMAN SANAYİ SİTESİ
57. GÜVEN OTO MAKAS SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - HOROZLU HAN MAH. BAKIRCILAR SANAYİ SİTESİ
58. HALİM SÖNMEZ VE OĞULLARI OTO MAKAS ATÖLYESİ AKŞEHİR/KONYA-YENİ SANAYİ SİTESİ 9. BLOK D:20
59. REKOR KAROSER SELÇUKLU/KONYA - 2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ LALEHAN CAD
60. ALİ RIZA USTA TANKER SANAYİ KARATAY/KONYA - ANKARA ADANA ÇEVRE YOLU ÜZERİ 4. KM
61. ALİM DORSE SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ SELÇUKLU CAD.
62. KONEKSAN DAMPER SELÇUKLU/KONYA - 1. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ ÇAMYAYLA SOK.
63. ÜNSAL DORSE SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ ÖKSÜZ CAD. D:97
64. DAF TIRSAN KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. ANKARA CAD.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

65. 4K PREFABRİK ÇELİK KONSTRİKSİYON KARAVAN İNŞAAT OTOMOTİV SAN.TİC.LTD.ŞTİ. HACI YUSUF MESCİT MAHALLESİ ALAYÇAVUŞU SOKAK NO: 14 KARATAY
66. A.R.T TRAİLER SELÇUKLU/KONYA - BÜYÜK KAYACIK MAH. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
67. ALİM OTOMOTİV NAKLİYAT SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. ZAFER SANAYİ SİTESİ ÖZNUR SK. NO: 19 SELÇUKLU KONYA
68. ARPESAN MAKİNA İNŞAAT GIDA SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. KONSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ CAMGÖZ SOKAK NO: 45 KARATAY KONYA
69. AYDENİZ DORSE KARASÖR OTOMOTİV NAKLİYE SAN. VE TİC. LTD.ŞTİ. HOROZLUHAN MAH.TIRSAN SANAYİ İSLAMBAY SK. NO: 14 SELÇUKLU
70. BAYRAMOĞLU OTOMOTİV SAN. TİC. A.Ş. BUSAN OSB KOSGEB CAD.
71. DURMUŞ ÖZGÜL OTOMOTİV İTHALAT İHRACAT SAN.VE TİC.A.Ş. KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 12.SOKAK NO: 16 SELÇUKLU
72. GEZGİNCİ OTOMOTİV TAŞIMACILIK VE İNŞAAT LTD.ŞTİ. BAKIRCILAR SANAYİ SİTESİ TAHIL SOKAK NO: 66 MERKEZ
73. GÜNEŞ TREYLER SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. 1.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ İNCEGÖZ SK.NO: 2/B SELÇUKLU KONYA
74. İYİBİLDİREN KARASÖR SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. 2.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ LALEHEN CAD. NO: 3 SELÇUKLU
75. MUSTAFA GÜNEŞ-GÜNEŞ DORSE 1.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ İNCEÖZ SK. NO: 2/B SELÇUKLU
76. ÖZÇEVİK DORSE KARASÖR AĞAÇ ÜRÜNLERİ MÜHENDİSLİK SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ. HACI YUSUF MESCİT MAHALLESİ FEHİM SOKAK NO: 9 KARATAY
77. ÖZMEN GIDA NAKLİYE DAMPER SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ 3.KISIM KOSGEB CD.NO: 71 KARATAY
78. SİNANLI TANKER DORSE METAL OTOMOTİV VE NAKLİYE SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ. HOROZLUHAN MAH.BÜYÜK ŞAHİN CAD. TIRSAN SAN.SİT.NO: 28 SELÇUKLU
79. TANMER OTOMOTİV TİCARET SANAYİ VE PAZARLAMA LTD.ŞTİ. HOROZLUHAN MAHALLESİ TIRSAN SAN.SELÇUK CD.NO: 194 SELÇUKLU

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

80. TAŞÇI KARDEŞLER TANKER İMALİ OTO TAMİR BAKIM SERVİSİ GIDA MADDELERİ SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ. 1.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ GÜVENÇLİ SK. NO: 13 SELÇUKLU
81. YILDIRIM BEYAZİT OTOMOTİV İNŞAAT SAN.TİC.LTD.ŞTİ. BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ 11.SOKAK NO: 29 SELÇUKLU
82. YILMAZKARDEŞ DAMPER DORSE VE HİDROLİK MAKİNA SANAYİ A.Ş. 1.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ ÇARMAN SOKAK NO:1 SELÇUKLU
83. UGUR GROUP-RÖMORK EKİPMANLARI VE OTO YEDEK PARÇA İMALATI BUSAN 3.OSB.ASLİM CAD. NO:17 KARATAY
84. EMİR TANKER & TRAİLER DEMES SAN. SİTESİ KARATAY KONYA
85. KURTSAN OTOMOTİV SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. 2.ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ LALEHAN CAD. NO: 47 SELÇUKLU
86. UYSAL REMORK DÖNERLERİ HİDROLİK LİFTLERİ AĞAÇ ÜRÜNLERİ İMALAT PAZARLAMA SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ. KONSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ HİLAL SOKAK NO: 19 SELÇUKLU
87. TEKNİKEL DORSE EKİP. SAN.TİC.LTD.ŞTİ. BÜSAN 4 ORGANİZE SANAYİ ÖZLEM CAD. NO:45 KARATAY
88. UMİT OTOMOTIV LTD ŞTI ZAFER SAN. GÜVEN CAD. NO:39 SELÇUKLU

<u>HİDROLİK SİSTEMLER</u>

1. HYDROTİME HİDROLİK KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. ASTİM ORGANİZE SANAYİ
2. HIBRA GROUP KARATAY/KONYA - ASLIM SANAYİ SİTESİ, HACI YUSUF MESCİT MAHALLESİ
3. ANADOLU HİDROLİK SELÇUKLU/KONYA - KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
4. HİDRO TOPRAK SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. İLKAY SOK.
5. GEMMA HYDRAULIC SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ PERSEMBE PAZ. FATİH MAH.
6. AYVAZ HİDROLİK KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. HÜDAİ CAD. DEMES SANAYİ
7. YAZIBELEN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ EK BLOKLARI CİHANDERE SOK.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

8. KARPİN HİDROLİK SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SERT SOKAK DENİZ HİDROLİK SELÇUKLU/KONYA - OTO PARÇACILAR SİTESİ KOZA SOK.
9. AHS ANADOLU HİDROLİK SANAYİ KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ T.ZİYAEDDİN CAD. 13.SOK NO:35 42300 SELÇUKLU
10. MUSTAFA CEYLAN HİDROLİK MAKİNA SANAYİ VE TİCARET A.Ş. 3.ORGANİZE SANAYİ SİTESİ AKSARAY YOLU GİRİŞİ 3.SK.NO:7 SELÇUKLU
11. FAME OTOMOTIV DOK MAK SAN TIC BUSAN OSB 10641 SOK NO 31 KARATAY
12. ASPEXPO AUTOMOTIVE FEVZİ ÇAKMAK MAH. BÜSAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 10641 SOKAK NO:31
13. KISMET OTOMOTIV VE DIŞ TİC. FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10554 SOK NO:11 KARATAY-KONYA
14. ZİYA USTA HİDROLİK MAKPARSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ F.ÇAKMAK MAH.HÜDAİ CAD.DEVECİ SOK.NO:31
15. BAŞARAN HİDROLİK ANADOLU TEKNİK SANAYİ ÇINARALTI SOKAK SELÇUKLU
16. EMA HYDRAULİC FERHUNİYE MAH. EKKO 2 İŞ HANI 2/202 SELÇUKLU

<u>YEDEK PARÇA, OTO SERVİS, BAKIM</u>

1. KONMER OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAHALLESİ,
2. OĞUZSAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ OĞUZSAN SOK.
3. PİLOT GARAGE SELÇUKLU/KONYA - PERŞEMBE PAZARI KARATAY SANAYİ SİTESİ
4. SÜMER OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. GÜNDOĞDU SOK. NO:6
5. FEMPAR OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10569 SOK.
6. GÖKCEOĞULLARI OTOMOTİV KARATAY/KONYA - F. ÇAKMAK MAH. BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ
7. ARÇEK OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. OTOPARCACILAR ST.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

8. SPARTNER OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ÇALIDÜZÜ SOK. OTO PLAZA
9. GLOBAL INNOVA GROUP SELÇUKLU/KONYA - SANCAK MAH. SİYAH GUL SOK.
10. HAKPA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - OTO PARÇACILAR SİTESİ KOZA SOKAK NO:18
11. PROCAR SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SARIYER SOKAK
12. BEGA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ ÖZNUR SOKAK
13. FEDERAL OTOMOTİV SERVİS EKİPMANLARI SELÇUKLU/KONYA – MOTORLU SANAYİ SİTESİ
14. İNPART OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ŞENYURT SOK. OTO PLAZA
15. YUMAK OTOMOTİV KARATAY/KONYA - KONSAN ÖZEL SANAYİ BÖLGESİ FEVZİ ÇAKMAK MAH.
16. HİCRET ÖZEL SERVİS SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ BAHÇELİ SOK.
17. YARDIM TOYOTA ÖZEL SERVİSİ KARATAY/KONYA - KARATAY SANAYİ BOZKOY SOKAK NO:14
18. KONAFT AUTO SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAHALLESİ ÜÇGAZİ SOKAK
19. BİRLİK OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ FATİH MAHALLESİ BOZYAZI
20. SAĞLAM İŞ KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ YÜCE AKTAŞ SOK. NO:3
21. PIRLANTA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ ZERDALİ SOK. NO:49
22. ÖZKARABIYIK OTO LASTİK JANT SELÇUKLU/KONYA - MOTORLU SANAYİ –KESMETAŞ SOKAK NO:140
23. NİSSAN ATSANLAR OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. TRAFİK MUAYENE İSTASYONU
24. MUTLU ÖZEL SERVİS SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ HOROZLUHAN MAH. ÜCGAZİ SOK
25. POYRAZ OTOMOTİV KARATAY/KONYA - BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
26. APAYDINLAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. UZMAN SANAYİ SİTESİ SELÇUKLU

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

27. KUDRETLİ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ ÇOBANDEDE SOKAK NO:44
28. KCM OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLU HAN MAH. ZAFER SANAYİ SELÇUKLU
29. ACI MOTORLU ARAÇLAR SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. BAKIRCILAR SANAYİ SİTESİ
30. OYPAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAHALLESİ OTO PLAZA SİTESİ
31. DOĞAN VİNÇ SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ GİRİSİ KUCUKDERE SOK.
32. KONAS OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ORTAKONAK MAH. KETENCİ ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
33. MBR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. HEYBELİADA SOK. NO:19
34. TEKNİKER OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI KESMETAŞ SOK. NO:6
35. YAMAN OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI ŞAİR KISMETİ SOK. NO
36. MAVİ FORD SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ZAFER SANAYİ EFSANE SOK.
37. RÜYA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - E. SANAYİ ÇARŞ. ŞAİRKISMETİ SOK.
38. ZİRVE SERVİS SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. ÖMERLİ SOK. NO: 46
39. KARATAŞ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. KARATAY SANAYİİ BOZKÖY SOKAK
40. TUZCU OTO ILGIN/KONYA - SANAYİ SİTESİ 4 BLOK NO:86
41. ME-T OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. BÜSAN SANAYİ
42. GARBEY HİDROLİK DİREKSİYON SELÇUKLU/KONYA - TOPKAPI SANAYİ ÖKSÜZ CADDESİ NO:183
43. ÖZGÜVENÇLER KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAHALLESİ YENİ DÖKÜMCÜLER SİTESİ
44. DEMİR İTFAİYE SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ZAFER SANAYİ SİTESİ
45. GRENHER VİNÇ KARATAY/KONYA - BÜSAN 4 ÖZEL ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

46. OTO CERİT OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI MEYDANİ AHMET BEY SOKAK
47. KOCA MEHMET OTO SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - TIRSAN SANAYİ SİTESİ
48. İNCELER OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ BEYOBA SOKAK NO:12
49. UYAR OTO YIKAMA VE BAKIM ÇUMRA/KONYA - SANAYİ SİTESİ 7. BLOK NO:3
50. ZAFER OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - HOROZLU HAN MAH. ANADOLU SANAYİ
51. ÖZ KOÇAK TİCARET SELÇUKLU/KONYA - MOTORLU SANAYİ ÇARŞ. FATİH MAH.
52. AKŞEHİR DÖRTELLER OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - İSTASYON CAD.
53. MURAT OTOMOTİV KARATAY/KONYA – BÜSAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
54. PINAR PUL OTOMOTİV KARATAY/KONYA - VATAN SANAYİ SİTESİ HASMAVİ SOK. D:60
55. SERHAT KOMPOZİT OTO YEDEK PARÇA SELÇUKLU/KONYA – ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
56. NATAMAK İÇ VE DIŞ TİCARET SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. UZMAN SANAYİ SİTESİ
57. HALİL İBRAHİM ÖKSÜZ VE OĞULLARI KARATAY/KONYA - VATAN SANAYİ SİTESİ EĞRELİ YOLU
58. MOTOMAR DIŞ TİCARET KARATAY/KONYA - ŞEMSTEBRİZİ MAH. BÜSAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
59. GÜNTAŞ ADMİRA SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ KÖPRÜ SOK.
60. KARATAY OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - TIRSAN SANAYİ SİTESİ SELÇUKLU CAD. D:140
61. ATAKPAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ABİDİN SOK. NO:151
62. BESAŞ OTOMOTİV KARATAY/KONYA - MODESA SANAYİ SİTESİ 10744 SOK.
63. ARAN BALATA SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ANADOLU SANAYİ SİTESİ
64. SÖNMEZLER OTO AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ 10. BLOK NO:6

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

65. KONYA FORD TUNING SELÇUKLU/KONYA - TIRSAN SANAYİ NO:45 / F
66. DİRLİK TİCARET CİHANBEYLİ/KONYA - SANAYİ SİTESİ C BLOK D:75
67. YÜKSELLER POMPA SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. TOPKAPI SANAYİ SİTESİ
68. KOLAĞASI KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ZAFER SANAYİ SİTESİ
69. ESEROĞLU TİCARET SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. SELÇUKLU CAD. NO:158
70. DEKA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - TIRSAN SANAYİ SİTESİ
71. TÜRKSAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. SELÇUK CAD. ŞAHAN SOK.
72. MD AUTOMOTİVE SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ GÜVEN CAD. NARİN SOK. NO:18
73. YEPAR OTOMOTİV KARATAY/KONYA - VATAN SANAYİ SİTESİ EREĞLİ YOLU
74. HAYAT DEPO SELÇUKLU/KONYA - GÜVEN CAD. AÇA SOK. NO:13
75. FİZAN OTO SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ MENCİ SOK.
76. ARAZİ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - AŞKAN MAH. YENİ MERAM YOLU
77. GANİ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - OTO PARÇACILAR SANAYİ SİTESİ KUPA SOK.
78. KAPORTACI SARI AHMET SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ ÇINARALTI SOK. D:1
79. YAVUZ OTO SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ ÇINARALTI SOK.
80. OTO MİTHAT SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BOYLUCA SOK. AYAN OTO SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. ESKİ SANAYİ SİTESİ
81. ÇORA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ YILLIK SOK.
82. HAKKI BABA OTO MAKAS SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ZAFER SANAYİ TATİŞ CAD.
83. KARA OTO BOYA SELÇUKLU/KONYA - ÖKSÜZ CAD. YILLIK SOK. NO:9
84. SAY OTO SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BAKACAK SOK.
85. ERCANLAR OTO SELÇUKLU/KONYA - NARİN SOK. D:11 - 13 / FATİH
86. MADENCİ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - MERAM SANAYİ SİTESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

87. AZİM OTO BOYA SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU TEKNİK SANAYİ ÇINARALTI SOK.
88. KOÇA KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ TORNA SOK.
89. GÜREL OTO KAPORTA SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BOZYAZI SOK. D:12
90. ATEŞLER KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ ÖKSÜZ CAD.
91. AKGÜLLER OTO DÖŞEME SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. TIRSAN SANAYİ SİTESİ
92. CİHAN OTO BOYA SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ZAFER SANAYİ SİTESİ
93. CEMAL MERCAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. SELÇUKLU CAD. PAŞA SOK
94. ÖZBEKLER LASTİK SELÇUKLU/KONYA - ÇAMBALI SOK. NO:41 / FATİH
95. ÖZDEMİR KAROSÖR AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 9. BLOK
96. ÖZBEK OTO BOYA BEYŞEHİR/KONYA - BEYŞEHİR SANAYİ SİTESİ 513. SOK.
97. ÖZ OTO İLHAN SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU TEKNİK SANAYİ SİTESİ FERHATLI CAD.
98. ÖĞÜT OTO KAPORTA AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ KONYA YOLU
99. ÖCAL OTO BOYA SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI GEVHERAT SOK.
100. OTOYOL 50 NC ÖZEL BAKIM AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 3. BLOK
101. OTO ŞALVARCI SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI GÜNDOĞDU SOK. NO:25
102. OTO NASYONAL SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI ŞAİR KISMETİ SOK.
103. OTO NASİP AKŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 11. BLOK D:15
104. OTO MARŞ SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ CAD. SANAYİ ÇARŞISI NO:116
105. OTO KAYA SELÇUKLU/KONYA - TAŞKESEN SOK. NO:49
106. OTO KAYA EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ C BLOK D:39
107. OTO KALE ILGIN/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI D:9

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

108. OTO HERMAN SELÇUKLU/KONYA - TIRSAN SANAYİ SİTESİ KÜÇÜK BEZİRCİ SOK
109. OTO BOYALI SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. MOTORLU SANAYİ ÇARŞISI
110. OTO ADAR SELÇUKLU/KONYA - KARAYEL SOK. ESKİ SANAYİ ÇARŞISI NO:2
111. OSM PAZARLAMA SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ CEBECİ SOK.
112. ORJİNAL FIRINLI OTO BOYA KARATAY/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BOZKÖY SOK. D:44
113. OKÇU OTO BOYA SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI SERTAÇ SOK. NO:50
114. NURTOPRAK TİCARET KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. KONSAN SANAYİ SİTESİ
115. NURBAŞ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BAHÇELİ SOK.
116. NİMET KARTER AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 5. BLOK D:6
117. NİCEM GÜMÜŞPAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ KAYMAKLI SOK. D:4
118. NEYYSAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ KIRIM CAD. NO:5
119. NEVPA ALÜMİNYUM PLASTİK SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. SELÇUKLU CAD. NO:24
120. NAZAR YEDEK PARÇA SELÇUKLU/KONYA - GEVHERİABAT SOK. ESKİ SANAYİ ÇARŞISI
121. NAZAR OPEL ÖZEL SERVİS VE YEDEK PARÇA SELÇUKLU/KONYA – FATİH MAH. GÜNDOĞDU SOK. NO:108 / FATİH
122. NAZAR KAPORTA KARATAY/KONYA - SANAYİ SİTESİ ORHANLI SOK.
123. NAMLI OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ ZERDALİ SOK. D:15
124. MUTLU YATAĞANLILAR MERAM/KONYA - ALAVARDI MAH. MERAM YAKA CAD. NO:1
125. MUTLU ELEMAN ROTOR SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BÜLBÜLLÜ SOK. D:2
126. MURATLAR OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. KAYACI SOK.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

127. MURAT OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - OTO PARÇACILAR SİTESİ KORAY SOK. MİTHAT OTO SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ
128. MIZIRAK OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ ÇINARALTI SOK.
129. METANET OTO DÖŞEME SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ BÖLGESİ REŞADİYE CAD. D:8.
130. MERMAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ ÖKSÜZ CAD. D:108
131. MERAT OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARARTAY SANAYİ SİTESİ PERŞEMBE PAZARI SOKAK
132. MEHMET ERTEN TİCARET KADINHANI/KONYA - SANAYİ SİTESİ 5. BLOK NO:10
133. MASSEY FERGUSON AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 1. BLOK
134. MASB MOTORLU ARAÇLAR KARATAY/KONYA - ŞEMSTEBRİZİ MAH. BÜSAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
135. MAHMUT BÖREKÇİ OTO KAPORTA AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 15. BLOK D:15
136. MAHLE MOPİSAN SELÇUKLU/KONYA - 2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ EVEREN KÖY CAD.
137. KÜÇÜKELLİİKİLER AKÜ SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ
138. KÖROĞLU TİCARET SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI YENİ ACUN SOK.
139. KOYGUN TİCARET SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ CAD. SANAYİ ÇARŞISI
140. KORAL MOTORLU ARAÇLAR SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ANADOLU SANAYİ SİTESİ
141. KONYA KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ GELİBOLU SOK.
142. KONPAŞ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ PERŞEMBE PAZARI SOKAK
143. KONPAR OTOMOTİV KARATAY/KONYA - YENİ DÖKÜMCÜLER SANAYİ SİTESİ 10607 SOK.
144. KONEKS TİCARET SELÇUKLU/KONYA - ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
145. KESKİN OTO KAPORTA SEYDİŞEHİR/KONYA - KÜÇÜK SANAYİ SİTESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

146. KENTPAR OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. BÜSAN 4. SANAYİ SİTESİ
147. KAS TİCARET SARAYÖNÜ/KONYA - SANAYİ SİTESİ MELİKŞAH SOK.
148. KAROTO OTOMOTİV KARATAY/KONYA - BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
149. KARDEŞLER ÖZEL SERVİS BEYŞEHİR/KONYA - KÜÇÜK SANAYİ SİTESİ
150. KARDEŞLER OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ SİTESİ FERAH CAD. RAVZA SOK. D:23
151. KARDEŞLER OTO SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI GÜNDOĞDU SOK.
152. KARDEŞ OTO BOYA SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ ERKANLI SOK.
153. KARALAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - SELÇUKLU CAD. GELENEK SOK.
154. KARALAR OTO KARATAY/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BAHÇELİ SOK.
155. KARAKAYALAR BOYA SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ ÖMERLİ SOK. NO:7
156. KARACAOĞLU TİCARET SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. SELÇUKLU SANAYİ SİTESİ
157. KARACA OTO BOYA MERAM/KONYA - MERAM SANAYİ SİTESİ PERVANE SOK. D:36
158. KANİLER OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BAĞSARAY SOK. D:14.
159. KALYON OTO BOYA SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ YEŞİLOBA SOK. D:16
160. KALMAZ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ZAKKUM SOK. NO:2
161. KALKAN TAMİR ATÖLYESİ KARAPINAR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ ADALET MAH. GEDİZ SOK.
162. KALKAN OTO SEYDİŞEHİR/KONYA - YENİ OTO SANAYİ SİTESİ E BLOK
163. KADIOĞLU OTO BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 507 SOK. NO:20
164. KADER OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - MOTORLU SANAYİ ÇARŞISI CEVHERABAT SOK.
165. İSLAMBAY OTO SERVİS SELÇUKLU/KONYA - HOROZLU HAN MAH. PEHLİVANKÖY SOK. NO:86

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

166. SMS GROUP SANA SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ SİTESİ SARAYCIK SOK.
167. İNAL KARDEŞLER OTO KARATAY/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BOZYAZI SOK. D:56
168. İMAJ OTO SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. ELMALI CAD.
169. İLKAYA KARDEŞLER OTOMOTİV ILGIN/KONYA - CAMİ ATİK MAH. NADAROĞLU CAD. 72. SOK.
170. HORASANLI OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. GEVHERAT SOK.
171. HİLAL OTO ILGIN/KONYA - SANAYİ SİTESİ EK BLOKLAR D:36
172. HERPAR OTO KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10503 SOK. KOMSAN İŞ MERKEZİ
173. HERPA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI SANAYİ CAD.
174. HATİPOĞULLARI OTO YEDEK PARÇA MERAM/KONYA - MERAM SANAYİ ANADOLU SOK. NO:11
175. HASGÜR OTO SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ REŞADİYE CAD. D:51
176. HARUNOĞLU OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BÜLBÜLLÜ SOK.
177. HAKPAR OTOMOTİVKARATAY/KONYA-FEVZİ ÇAKMAK MAH. YILDIZ SANAYİ SİTESİ
178. ÖZENİR OTO BOYA ATÖLYESİ MERAM/KONYA-MERAM SANAYİ SİTESİ ELMASİYE SOK. D:13
179. ÖZENEN KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI ÇAY SOK.
180. ÖZEMEK OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI MÜCELLA SOK. D:30
181. ÖZSAN TİCARET ÇELTİK/KONYA - SANAYİ SİTESİ D:9
182. ÖZKAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - KONSAN SANAYİ SİTESİ HİLAL SOK.
183. ÖZİŞ SAN SELÇUKLU/KONYA - 3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 15. SOK. D:15
184. PARLAK OTO SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ GELİBOLU SOK.
185. ÖZÜCAN AKSESUAR SELÇUKLU/KONYA - GÜNDOĞDU CAD. SANAYİ ÇARŞISI NO:72 D:74

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

186. PINAR OTO BOYA ATÖLYESİ KARATAY/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ ERKANLI SOK. D:57
187. PEUGEOTPAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ CAD. MOTORLU SANAYİ ÇARŞISI NO:82
188. PINAR OTO KAPORTA ILGIN/KONYA - SANAYİ SİTESİ D:11
189. REKSAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ ÖMERLİ SOK. D:49
190. REKPARSAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU OTO PARÇACILAR SİTESİ KOZA SOK.
191. RAMTAŞ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - OTO PARÇACILAR SİTESİ KORAY SOK. D:12
192. ROVELSAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ CEVİZLİ SOK. D:6
193. SABIR SANAYİ VE TİCARET BEYŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 508. SOK. D:91
194. SAMET OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - 1. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ İSTANBUL YOLU
195. SARILAR OTOMOTİV OTO YEDEK PARÇA SELÇUKLU/KONYA – KARATAY SANAYİ SİTESİ FREZE SOK. D:58
196. SARIKULAK OTO SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI SANAYİ CAD.
197. SARIGÜL OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - OTO PARÇACILAR SİTESİ KOZA SOK. D:22
198. SEYHAN OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI ZÜLALİ SOK. NO:17
199. SENÇOBAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ SARIYER SOK. D:24
200. SİMA OTOMOTİV MERAM/KONYA - BAYRAKÇI SANAYİ SİTESİ ELMASİYE SOK. D:3
201. SEYİT ÜSTÜNKAYA TİCARET KARAPINAR/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI 2. BLOK NO:8
202. OKÇU OTO BOYA SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI SERTAÇ SOK.
203. SOLMAZ OTO AKSESUAR SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ CAD. SANAYİ ÇARŞISI
204. SMS GROUP SANA SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ SİTESİ SARAYCIK SOK. EK BLOKLARI

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

205. ŞAHİNOĞLU OTO KARAPINAR/KONYA - ESKİ SANAYİ SİTESİ NO:5 / C
206. ŞAHİNLER OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - GÜNGÖRDÜ SOK.
207. ŞAHİN OTO SEYDİŞEHİR/KONYA - KÜÇÜK SANAYİ SİTESİ 2. BLOK
208. ŞENBAY MOTORLU ARAÇLAR SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ CEVHERLİ SOK. D:40
209. ŞEN ORTAKLAR CİHANBEYLİ/KONYA - SANAYİ SİTESİ D BLOK NO:5
210. ŞENSA OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU TEKNİK SANAYİ SİTESİ YAZIRHAN
211. TASARIM OTO SERVİS SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ GEMLİK SOK. D:14
212. TAN TİCARET AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ D:12
213. ŞİMŞİR TİCARET ILGIN/KONYA - SANAYİ SİTESİ 9. BLOK D:26
214. TATAROĞLU OTO BOYA SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ YEŞİLOBA SOK. D:29
215. TENEKECİOĞLU OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI ÇADIR SOK. NO:23
216. TEKBAŞ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ KILIÇ SOK. D:28
217. TEKAT OTOMOTİV YEDEK PARÇA SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ GÜNGÖRDÜ SOK. D:9
218. TORKAY OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ANADOLU SANAYİ SİTESİ
219. TETİK TİCARET SELÇUKLU/KONYA - 1. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ CANDAR SOK.
220. TUTAR OTO BOYA SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ CEVHERLİ SOK.
221. TUĞRA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ SİTESİ ŞAİR KISMET SOK.
222. TÜRKMENSAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - TIRSAN SANAYİ SİTESİ HOROZLUHAN MAH.
223. UZMAN AKÜ SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI MEYDANI AHMETBEY SOK.
224. UYSAL OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ ÇINARALTI SOK. D:4
225. VADİLER OTO KAPORTA MERAM/KONYA - MERAM SANAYİ İBRELİ SOK.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

226. ÜNVER OTO TİCARET SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. YENİ SANAYİ CAD.
227. ÜNAL KAHVECİ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - OTO PARÇACILAR SİTESİ C. BLOK KOZA SOK.
228. YEKPAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ ÜÇGAZİ SOK. D:10
229. YAVUZSAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ŞEMSTEBRİZİ MAH. BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
230. YAVUZ OTO KAPORTA ATÖLYESİ BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ
231. YAŞA TİCARET EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ C6 BLOK D:49
232. VENKAY TİCARET SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI AHMET BEY SOK.
233. VATANDAŞLAR OTO KAPORTA BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ
234. YENMAK OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - BÜYÜK KAYACIK MAH. KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
235. YENİÖZKAPTAN YEDEK PARÇA SELÇUKLU/KONYA - UZMAN SANAYİ SİTESİ SELÇUK CAD. D:242
236. YETSAN OTO SELÇUKLU/KONYA - İSTANBUL SANAYİ SİTESİ HOROZLU HAN MAH.
237. YEŞİL TİCARET AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 11. BLOK
238. YEPAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLU HAN MAH. PAŞA SOK.
239. YILMAZLAR SİGORTA SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ ÇOBANDEDE SOK.
240. YILDIZLAR ŞANZUMAN SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. GELENEK SOK. NO:27
241. YÜCEL TİCARET SELÇUKLU/KONYA - ÇABALI SOK. ESKİ KAMYON GARAJI KARŞISI
242. YUSUF UYSAL OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ REŞADİYE CAD.
243. YURT OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - MOTORLU SANAYİ SİTESİ ŞAİR KISMETİ SOK.
244. YORULMAZLAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - OTO PARÇACILAR SİTESİ KORAY SOK. D:7
245. ZARAFET OTO KILIF SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ANADOLU SANAYİ SİTESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

246. YÜKSEL LASTİK SELÇUKLU/KONYA-3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
247. A-SE OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ ERKANLI SOK. D:67
248. AVŞAROĞLU İVECO SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ CAD. GEVHERABANT SOK. NO:20
249. AKPAR TURBO SELÇUKLU/KONYA - BAKIRCILAR SANAYİ SİTESİ PEHLİVANKÖY
250. ALVE OTOMOTİV EREĞLİ/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ A BLOK D:1
251. ALTUNYAY OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. KOSGEB CAD. NO:60
252. ALTUNPAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ HOROZLUHAN MAH.
253. AMCA MÜESSESELERİ SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. KOZA SOK. OTOPARÇACILAR SİTESİ
254. AMCA MÜESSESELERİ MERAM/KONYA - TOPRAK SARNIŞ MAH. MERAM SANAYİ SİTESİ
255. MOTSAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞIŞI KAYACI SOK.
256. OSMAN ER OTOMOTİV KARATAY/KONYA - F. ÇAKMAK MAH. 10404 SOK.
257. YİĞİTLER OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ ÜÇGAZİ SOKAK NO:16
258. ÖZAKSA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ANADOLU TEKNİK SANAYİ SİTESİ
259. ÜNLÜER OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - İSTANBUL YOLU BEZİRCİLER PETROL ALTI
260. CERANOTO SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ CARSISI YENİ ACUN SOK.
261. STAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ HIRKA SOK.
262. YENI ÖZLEN KAPORTA BOYA SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ZAFER SANAYİ SELÇUKLU
263. ÖVEN PAZARLAMA SELÇUKLU/KONYA - OTO PARÇACILAR SİTESİ KOZA SOK. D: 11
264. KARAKUŞ ROT BALANS AKŞEHİR/KONYA - İKİNCİ SANAYİ SİTESİ
265. KASAR TİCARET KARATAY/KONYA - ÇELEBİ MAH. CEMRE SOK.
266. GENÇOĞULLARI OTO LASTİK SELÇUKLU MUSALLABAĞLARI MAH. NALÇACI CAD. NO:122

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

267. UÇAR OTO LASTİK SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ÇAMBALI SOK.
268. MERCAN OTO LASTİK SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ŞENYURT SOK. NO:33 D:34
269. EKEN BALATA SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ PAŞABAHÇE SOK.
270. AYDOĞAN TİCARET SELÇUKLU/KONYA - NALÇACI CAD. NO:114 / NALÇACI
271. ŞATIRLI OTO SELÇUKLU/KONYA - SELÇUKLU CAD. HEYBELİADA SOK.
272. ÖZ KLAS OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SARIYER SOK.
273. AKDEM OTO SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ YILLIK SOK.
274. AYDOĞANLAR OTO LASTİK SELÇUKLU/KONYA - ELMALI CAD.
275. OKUTAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ÖKSÜZ CAD. YÜRÜYÜŞ SOK.
276. KORKMAZ OTO SELÇUKLU/KONYA - GÜÇLÜLER SOK. NO:43 / FATİH MAH.
277. ÖZYILMAZ OTO SERVİS SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI SANAYİ CAD. SERTAÇ SOK.
278. KARADAYI OTO SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ SELÇUKLU CAD.
279. ANADOLU OTO SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ BELEN SOK.
280. EMEK OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - OĞUZHAN SOK. NO:7
281. AKDENİZ OTO BOYA MERAM/KONYA - SANAYİ MAH. TÜFEKÇİ SOK.
282. YAVUZEL OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - TIRSAN SANAYİ SİTESİ MENCİ SOK.
283. ZAFER OTO SELÇUKLU/KONYA - SADİ SOK. NO:8
284. KORKMAZ ROT BALANS SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ SELÇUKLU CAD.
285. DİLEK OTO TAMİR BAKIM VE AYAR SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA – ANADOLU SANAYİ SİTESİ ÇINARALTI SOK.
286. HACI USTA OTO YEDEK PARÇA SELÇUKLU/KONYA - SADİ SOK.
287. ÖZDEMİR KAPORTA SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - AÇA SOK. NO:4

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

288. YAŞAR OTO KRİKO SELÇUKLU/KONYA - ÖKSÜZ CAD. GÜN GÖRDÜ SOK.
289. GÜLSAN OTO ÖZEL SERVİS SELÇUKLU/KONYA - TAŞKENT CAD.
290. YILDIRIM JAPON OTO SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ TORNA SOK.
291. ÇUMRALILAR KURTARMA ARAÇLARI SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ SİTESİ GÜÇLÜLER SOK. OKKA İŞ HANI...
292. KARDEŞLER ROT BALANS SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ DEMİR SOK. NO:4
293. FEDERAL OTO LASTİK SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ÇAMBALI SOK. NO:5 / FATİH MAH.
294. GÜVEN OTO LASTİK SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. ÇAMBALI SOK.
295. MENEVİŞ OTO LASTİK SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. ELMALI CAD.
296. ERGUN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - AYDINLIKEVLER MAH. HEDEF SOK. NO:32
297. YETGİN OTO SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI MEYDANİ AHMETBEY SOKAK
298. GÜVEN EL ÖZEL BAKIM SELÇUKLU/KONYA - ÖKSÜZ CAD. G ÜNGÖRDÜ SOK. NO:13
299. ÜMİT JANT KARATAY/KONYA - ŞEMSTEBRİZİ MAH. BÜSAN SANAYİ SİTESİ
300. GEPAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ HİSARTEPE SOK. NO:55
301. ÖZERTÜRK OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇAR. SANAYİ CAD.
302. KAR YILDIZ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ ÖMERLİ SOK.
303. KAHVECİ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - 3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
304. KAÇMAZLAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - 3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ İHSAN DEDE CAD.
305. HAS TEKNİK SELÇUKLU/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. KOSGEB CAD.
306. EKSPART OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - 2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ REİSKÖY CAD.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

307. DOĞANER KARDEŞLER SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BAŞLAMIŞ SOK.
308. DİKSAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - 3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ İHSAN DEDE CAD.
309. CEYLAN MERCEDES SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI ZULALİ SOK.
310. BAYSAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - GÜVEN CAD. LALESARAY SOK.
311. AZM OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ŞEMSTEBRİZİ MAH. BÜSAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
312. AZİMKAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI GÜNDOĞDU SOK. YALÇINLAR
313. AUTO SPORT SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. ESKİ SANAYİ CAD. KESMETAŞ SOK.
314. SEÇKİN ENDER BALATACILIK SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ YAZIRHAN SOK. NO:18 / A
315. SARAN OTO EKSOZ SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ AYDINER SOKAK
316. GÜVEN TİCARET BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 509. SOK. D:17
317. GÜNEŞ OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI SERTAÇ SOK.
318. GÜMÜŞAY OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. YENİ DÖKÜMCÜLER SANAYİ SİTESİ
319. GÜLSOY TİCARET EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ A BLOK
320. GÜL OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ HOROZLUHAN MAH.
321. GÖZDE OTO BOYA SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ SİTESİ ALEMDAR MUSTAFA PAŞA
322. GÖK OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI MÜCELLA SOK. NO:50
323. GENÇLER OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI ŞAİR KISMET SOK. NO:93
324. FİYAT TİCARET AKŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 1. BLOK NO:6
325. FELSAN MADENCİLİK SANAYİ VE DIŞ TİCARET KARATAY/KONYA – ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ EVRENKÖY CAD.
326. EYCAN OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - ZÜLALİ SOK. SANAYİ ÇARŞISI

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

327. EXPRESS KURTARMA SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI KUŞLUCA SOK. NO:42
328. ESERZADE TÜKETİM SELÇUKLU/KONYA - MOTORLU SANAYİ ÇARŞISI YENİ ACUN SOK.
329. ESER KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI KUTLU SOK.
330. ERSÖZ KARDEŞLER SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ GÜLBAYIR SOK. D:19
331. ERKAN KARAÖZ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLU HAN MAH. ÇAKIRLI CAD. NO:15
332. EMİN OTO KAPORTA AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ D:1
333. DÜNDAR OTO ÇUMRA/KONYA - SANAYİ SİTESİ KARAMAN YOLU
334. DURUCAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BÜLBÜLLÜ SOK. D:44
335. DURAN OTO KAPORTA BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 19. ADA
336. DOĞAN OTO BOYA SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ANADOLU TEKNİK SANAYİ SİTESİ
337. DİZAYN OTO KAPORTA ILGIN/KONYA - SANAYİ SİTESİ 1. BLOK D:22
338. EKEN OTO BOYA SELÇUKLU/KONYA - REYHANİ SOK. ESKİ SANAYİ ÇARŞISI
339. DİZAYN OTO DÖŞEME SELÇUKLU/KONYA - MERAM SANAYİ SİTESİ ELMASİYE SOK. D:14
340. DİNÇ OTO BOYA SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ ELMADALI SOK. D:49
341. DİLBERLER TİCARET BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 508. SOK.
342. DEREBEY TİCARET SELÇUKLU/KONYA - GÜVEN CAD.
343. DEMİRER TİCARET EREĞLİ/KONYA - CAHİ CAD. NO:6
344. DEMİRBAŞCI OTO KAPORTA BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 508. SOK.
345. DEMİR OTO KAPORTA BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 509. SOK.
346. ÇINAR OTO KAPORTA MERAM/KONYA – MERAM SANAYİ SİTESİ LAVANTA SOK. D:40
347. ÇIĞ OTO KAPORTA VE FİBERGLAS AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
348. ÇEVİRGENLER OTO YEDEK PARÇA SEYDİŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

349. ÇAPANOĞLU OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - TIRSAN SANAYİ SİTESİ KÜÇÜK BEZİRCİ SOK.
350. ÇAPALI OTO DÖŞEME SELÇUKLU/KONYA - BAKIRCILAR SANAYİ HOROZLUHAN MAH.
351. CURACI OTO DÖŞEME SELÇUKLU/KONYA - CEVİZLİ SOK. NO:7
352. CORA GEAR KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. MAKPARSAN SANAYİ SİTESİ
353. CANDAN OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - OTOMOTİV SANAYİ SİTESİ
354. CANDAN OTO BİNBİR AKŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 15. BLOK
355. BURAK OTO EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ D:3
356. BULVAR OTO YEDEKLERİ EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
357. BULUT ÜÇLER OTO YEDEK PARÇA ILGIN/KONYA - SANAYİ SİTESİ 7. BLOK
358. BORU TİCARET BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 517. SOK. D:30
359. BMC YEDEK PARÇA EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ GÖZDE SOK.
360. BMC KAMYON TİCARET SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. SELÇUKLU CAD.
361. BİLGİLİ OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ SİTESİ DEVELER SOK. D:8/A
362. BEYZAT OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - BAKIRCILAR SANAYİ SİTESİ ADIBELLİ SOK.
363. BAŞEL OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ ÖMERLİ SOK. D:53
364. BARIŞ OTO YEDEK PARÇA AKŞEHİR/KONYA - 2. EK SANAYİ SİTESİ
365. BAL OTO AKSESUAR SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. YENİ SANAYİ CAD.
366. AZİM OTO KAPORTA MERAM/KONYA - MERAM SANAYİ SİTESİ ELMASİYE SOK. D:9
367. AYDIN OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 2. BLOK
368. AVŞAROĞLU OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. CEVHERABAT SOK. NO:20 / FATİH
369. AVRUPA OTO KAPORTA AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ KONYA YOLU D:4
370. AVNİ USTA SELÇUKLU/KONYA - TOPKAPI SANAYİ SİTESİ ARDIÇ KUŞU SOK.
371. AVCI OTO SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ REŞADİYE CAD.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

372. AUTO KİNG SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ YEŞİLOBA SOK.
373. ATV SÜBAP SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ KANAAT SOK. D:5
374. ATAYURT OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 2. SOK. KOMSAN İŞ MERK.
375. ATALAY TİCARET EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ B / 4 BLOK
376. AŞIKOĞLU OTOMOTİV BMC KAMYON ÇIKMA YEDEK PARÇA SELÇUKLU/KONYA - SELÇUKLU ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
377. AŞIK USTA BMC KAMYON ÇIKMA YEDEK PARÇA SELÇUKLU SANAYİ SİTESİ KARASAKAL CAD.
378. ASİL OTO SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. ESKİ SANAYİ SİTESİ KALKANCI
379. AS FREN SELÇUKLU/KONYA - 2. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ LALEHAN
380. ARICI OTO AKSESUAR SELÇUKLU/KONYA - YENİ SANAYİ CAD. MOTORLU SANAYİ ÇARŞISI
381. ARAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - MOTORLU SANAYİ ÇARŞISI KİBAR SOK. D:26
382. APAYDIN OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - KARATAŞ SANAYİ SİTESİ ÇOBANDERE SOK.
383. APA TİCARET BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 508. SOK. D:3
384. ANADOLU OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ FERHATLI CAD. D:88
385. ALTUNTAŞ TİCARET AKŞEHİR/KONYA - KONYA YOLU NO:109
386. ALTIPARMAKLAR TİCARET BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 507. SOK.
387. ALTINER TİCARET AKŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 10. BLOK D:34
388. ALPERENLER OTOMOTİV KARATAY/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BAĞSARAY SOK. D:20
389. ALPER OTO YEDEK PARÇA SEYDİŞEHİR/KONYA - YENİ OTO SANAYİ SİTESİ C BLOK D:43
390. ALİ YAYLA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - TOPKAPI SANAYİ SİTESİ PEHLİVAN SOK. D:62
391. AKYÜZ TİCARET BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 501. SOK. D:16
392. AKSEKİ OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI REYHANİ SOK.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

393. AKO GRUP SELÇUKLU/KONYA - 1. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ ÇARMAN SOK.
394. AKER OTO AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 3. BLOK D:3
395. AKÇA OTO KAPORTA AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 10. BLOK
396. AKALAN OTO EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ A BLOK D:9
397. AK OTO KAPORTA AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 12. BLOK
398. AĞIR KARDEŞLER OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ DÜZENLİ SOK. D:48
399. ACIYAN OTO EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ EK BLOKLAR
400. ACAR OTOMATİK ŞANZUMAN SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA – ANADOLU SANAYİ SİTESİ DÜZENLİ SOK. D:27
401. 96 OTO BOYA EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ EK BLOK D:48
402. SARIGÜL HIRDAVAT - OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ FERHATLI CAD. D:32
403. CANDAN OTOMOTİV MERKEZ/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. SERDEBAK SOK.
404. ZÜMRÜT OTO BAKIM SERVİSİ MERAM/KONYA - TOPRAK SARNIÇ MAH. MERAM SANAYİ SİTESİ
405. ZİYA KAPTAN OTO SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. ESKİ SANAYİ ÇARŞISI
406. ZİRVE MOTOR OTO TAMİR SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ZAFER SANAYİ SİTESİ
407. ZAFER OTO BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 507. SOK. 3. BLOK
408. YÜKSEL BALATA SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ CAD. SANAYİ ÇARŞISI NO:65
409. YUSUF ÖZDEMİR OTOMOTİV VE LASTİK SELÇUKLU/KONYA – HOROZLU HAN MAH. İSTİKAMET CAD.
410. YILMAZLAR OTO SEYDİŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
411. YILMAZ TİCARET BOZKIR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 2. BLOK
412. YILMAZ OTO SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI REYHANİ SOK.
413. YILDIZLAR OTO SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ BAĞSARAY SOK. D:6
414. YILDIRIM OTO TAMİRHANESİ MERAM/KONYA - KULLUK SANAYİ SİTESİ DEMİRCAN SOK. D:17

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

415. YEŞİLDAL TİCARET BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 505. SOK. 1. BLOK
416. YAVUZLAR OTO EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ C BLOK D:44
417. YAŞKIRAN OTO SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI REYHANİ SOK.
418. YANARLAR OTOMOTİV HÜYÜK/KONYA - SANAYİ SİTESİ D:30
419. YADİGAR OTO SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ CEVHER ABAT SOK. NO:3
420. VEZİROĞULLARI OTO LASTİK BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 508. SOK.
421. ÜNLÜOĞLU OT LASTİK SELÇUKLU/KONYA - YENİ KAMYON GARAJI
422. ÜNAL OTO SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ CAD. D:45
423. ÜÇLER OTO TAMİR SEYDİŞEHİR/KONYA - YENİ OTO SANAYİ SİTESİ
424. UZUNLAR OTOMOTİV SEYDİŞEHİR/KONYA - SEYİT HARUN BULVARI
425. UZMAN ROT BALANS SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ SİTESİ EMEVİLER SOK.
426. UZMAN ELLER OTO BAKIM AKŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 12. BLOK
427. UZAY OTO AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 1. BLOK NO:2
428. URGAN KARDEŞLER SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BOZKÖY SOK. D:10
429. ULUSOY KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. AYIŞIĞI SOK.
430. ULUS OTO TAMİR SEYDİŞEHİR/KONYA - KÜÇÜK SANAYİ SİTESİ 1430 SOK.
431. ULUDAĞ OTO SEYDİŞEHİR/KONYA - YENİ OTO SANAYİ SİTESİ B BLOK D:8
432. TURGUT POMPA OTO SERVİS SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ FİREZE SOK. D:16
433. TURAN TİCARET ILGIN/KONYA - CAMİATİK MAH. ATATÜRK CAD.
434. TOZLANLAR OTO LASTİK ÇUMRA/KONYA - İZZET BEY MAH. GAZİ CAD.
435. TOTAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - FERİT PAŞA MAH. KERKÜK CAD. COŞKUN SOK.
436. TOPBAŞLAR OTO LASTİK EREĞLİ/KONYA - HAMİDİYE MAH. BAHRİYE ÜÇOK CAD. BELEDİYE

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

437. TOKKACILAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. ÇAKIRLI CAD. NO:65
438. TEKSAN OTO SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. GÜNGÖRDÜ SOK.
439. TAŞKIN ASLAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ANADOLU SANAYİ SİTESİ
440. TAHİR ROT BALANS EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ ULUBATLI HASAN SOK.
441. ŞEN KARDEŞLER OTO KAPORTA SEYDİŞEHİR/KONYA - YENİ OTO SANAYİ SİTESİ B BLOK NO:6
442. ŞARJ OTO BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 507. SOK. D:11
443. ŞAMPİYON OTO SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ GEMLİK SOK.
444. ŞAKALAK OTO TAMİRHANESİ SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI MEYDANI AHMETBEY SOK
445. ŞAHİN OTO SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ OĞUZELİ SOK.
446. ŞAHİN MOTOR SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ GEMLİK SOK.
447. ŞAHAN OTO SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ ERKANLI SOK.
448. SÜSLÜ TİCARET SEYDİŞEHİR/KONYA - HÜRRİYET CAD. NO:17 / E
449. SÜMERSAN KAPAK TAŞLAMA SEYDİŞEHİR/KONYA - YENİ OTO SANAYİ SİTESİ F BLOK
450. SOYLU JAPON OTO SEYDİŞEHİR/KONYA - KÜÇÜK SANAYİ SİTESİ
451. SMART OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. BELH CAD.
452. SELELSAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ DEMİRTEPE SOK.
453. SAMET ÖZIŞIK ÖZEL SERVİS SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ CEBECİ SOK.
454. SALİMOĞLU OTOMOTİV ILGIN/KONYA - SANAYİ SİTESİ EK BLOK
455. SALİM OTO SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI KUTLU SOK.
456. SAĞLAM OTO SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI ŞAİR KISMETİ SOK.
457. SADIK OTO SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI AHMETBEY SOK.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

458. PLATİN BALANS KARATAY/KONYA – KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ.
459. PINAR OTO SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI MEYDANI
460. PEKAK OTO BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 508 SOK. NO:17 D:1
461. ÖZSEBAT OTOMOTİV KARATAY/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ
462. ÖZKURALLAR OTO SERVİS SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI ZÜLALİ SOK. D:118
463. ÖZKAYA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI YENİ ACUN SOK. NO:24
464. ÖZKAYA OTOMOTİV KARATAY/KONYA - 10417. SOK. NO:22
465. ÖZERCAN OTO EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ C BLOK D:26
466. ÖZEN İŞ KAPORTA SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ SİTESİ ZÜLALİ SOK. SANAYİ ÇARŞISI
467. ÖZDOĞAN OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - 2. SANAYİ SİTESİ 9 B BLOK
468. ÖZDEMİR TİCARET ÇUMRA/KONYA - ÇAYBAŞI MAH. MUSTAFA KEMAL EMBEL CAD.
469. ÖZDEM OTO LASTİK SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. ÇAKIRLI SOK. NO:70
470. ÖZÇAĞLAR TAMİRHANESİ BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 513. SOK.
471. ÖZCEYLAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ GÜLTEPE SOK.
472. ÖZBAKİ OTO SERVİS KARATAY/KONYA - REYHAN SOK. ESKİ SANAYİ ÇARŞISI
473. ÖZ YILDIZLAR SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ SİTESİ KUŞÇU SOK.
474. ÖZ KARDEŞLER OTOMOTİV EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
475. ÖZ ÇAĞRI OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI MEYDANI AHMET BEY SOK.
476. OTO PAPUC - SELÇUKLU/KONYA - BEDİR MAH. ÇEVRE YOLU CAD.
477. OTO MAKAS SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ TAŞKENT CAD.
478. OTO FİDAN EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ CB4 BLOK D:17
479. OTO FERHAT AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 10. BLOK D:7
480. OTO DURAN BEYŞEHİR/KONYA - 515. SOK. NO:14
481. OTO ALTIPARMAK BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 508 SOK.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

482. ONAT OTO EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ B BLOK D:24
483. OFLAZ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ GEMLİK SOK. D:53
484. MUHSİN USTA MERCEDES SERVİS BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 515. SOK. D:8
485. MİKİ VOLKSWAGEN SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ CAD. NO:117
486. MEYDAN GROUP KARATAY/KONYA - BÜSAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 10631. SOK.
487. MERT ULUDAĞ SEYDİŞEHİR/KONYA - KÜÇÜK SANAYİ SİTESİ 1406 SOK.
488. MARİFET OTO SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ CEYLANDERE SOK.
489. MAHLE MOPİSAN YEDEK PARÇA KARATAY/KONYA - ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ EVRENKÖY CAD.
490. MAÇ OTOMOTİV EREĞLİ/KONYA - ATATÜRK BULVARI NO:6
491. LOKMAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ SİTESİ
492. LİDER TİCARET SEYDİŞEHİR/KONYA - KIBRIS CAD. NO:15 / D
493. LİDER FORD CARGO ÖZEL SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - ZAFER SANAYİ SİTESİ GÜVEN CAD.
494. LAZOĞLU OTO TAMİRİ SARAYÖNÜ/KONYA - SANAYİ SİTESİ YUNUS EMRE SOK.
495. LATİF ARI OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. ELMALI CAD. NO:246
496. LATİF ARI OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. İSTİKAMET CAD. BÜYÜKGÖZ
497. LASTİK DOKTORU AKŞEHİR/KONYA - 2. EK SANAYİ SİTESİ 2A BLOK
498. KOZAK ÖZEL OTO SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. SEFAHAT SOK. NO:59
499. KOYUCU OTO TAMİRHANESİ SEYDİŞEHİR/KONYA - YENİ OTO SANAYİ SİTESİ F BLOK D:13
500. KONYALI YILMAZ OTO AKŞEHİR/KONYA - 2. EK SANAYİ SİTESİ
501. KONYALI OTO EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ D:77
502. KONROT ROT BALANS JANT DÜZELTME SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI GÜÇLÜLER SOK. NO:41
503. KONLAS OTO LASTİK KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. ANKARA YOLU CAD. NO:20

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

504. KILIÇ TİCARET SELÇUKLU/KONYA - BAKIRCILAR SANAYİ SİTESİ GÜNEY KIŞLA SOK.
505. KENT ROT BALANS SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ SİTESİ ÇARŞISI SERSARAY SOK.
506. KAYNAKLAR OTO SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI ZÜLALİ SOK.
507. KAYA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - FERİT PAŞA MAH. GÜRAĞAÇ SOK.
508. KAYA OTO EKSOZ VE LASTİK TAMİRİ SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI ZÜLALİ SOK. D:19
509. KAYA KOLLEKTİF CİHANBEYLİ/KONYA - KONYA ANKARA CAD.
510. KAYA ASLAN OTO EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ EK BLOKLAR D:4
511. KAVASOĞLU OTO LASTİK SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. ÇAKIRLI CAD. NO:42
512. KARLAS OTO LASTİK MERAM/KONYA - PİREBİ MAH. GAZ DEPOSU SOK.
513. KARDEŞLER OTO FREN ILGIN/KONYA - SANAYİ SİTESİ EK BLOKLAR
514. KARDEŞLER OTO MERAM/KONYA - İBRELİ SOK. NO:15
515. KARDEŞLER KİLOMETRE KORNA SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA – KARATAY SANAYİ OĞUZELİ SOK. D:49
516. KARCAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ GÜLTEPE SOK. D:51
517. KARATAŞ OTO EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ GÖZDE SOK.
518. KARAGÖZ OTO EREĞLİ/KONYA - HIDIRLI MAH. AKTAŞ APT. NO:1
519. KARADAĞLAR OTO SERVİSİ AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
520. KARACA KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - EMEVİLER SOK. MOTORLU SANAYİ ÇARŞISI
521. KARABOĞA OTO LASTİK SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. VAKUR SOK. NO:14
522. KAR OTO SERVİS SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ FİREZE SOK. NO:38
523. KANTARCI LASTİK AKŞEHİR/KONYA - MEYDAN MAH. SANAYİ BULVARI
524. KAMEROĞLU LASTİK SELÇUKLU/KONYA - NALÇACI CAD.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

525. KALAYCIOĞLU KURTARMA ARAÇLARI SELÇUKLU/KONYA- SANAYİ ÇARŞISI KESMETAŞ SOK. KAYA İŞ HANI
526. İTİMAT OTO AKŞEHİR/KONYA - 2. SANAYİ SİTESİ D:139
527. İSTANBUL OTO BOZKIR/KONYA - BOZKURT SANAYİ SİTESİ 1. BLOK
528. İNAL OTO TAMİR VE BAKIM SERVİSİ KARATAY/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ ERKANLI SOK. D:52
529. İKİZLER OTO LASTİK KARATAY/KONYA - ŞEMSTEBRİZİ MAH. AYKENT AYAKKABICILAR SİTESİ
530. IŞIK OTO LASTİK MERAM/KONYA - PİREBİ MAH. MÜSELLİM SOK.
531. HUNTER ROT BALANS SERVİSİ KARATAY/KONYA - SANAYİ SİTESİ ÖMERLİ SOK. NO:59
532. HAS OTO AKŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 1. BLOK NO:3
533. HARPUT OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ ANKARA YOLU
534. GÜVENİŞ OTO LASTİK SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. ELMALI CAD. NO:262
535. GÜVEN OTO LASTİK BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 507. SOK.
536. GÜVEN BALATA SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. TIRSAN SANAYİ SİTESİ GÜL
537. GÜLCANLAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI HOROZLU SOK. D:29
538. GÜL ÖZEL BAKIM SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI ZÜLALİ SOK. NO:94
539. GÖSTERGE DÜNYASI SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. SELÇUK CAD. NO:130
540. GÖRDOĞLU TİCARET KULU/KONYA - ATATÜRK CAD. NO:47 / C
541. GÖKHAN OTO SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ
542. GAREGA SERVİS KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. ANKARA YOLU
543. GARANTİ OTO TAMİRHANESİ BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 504. SOK.
544. GARANTİ OTO LASTİK KULU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI D:32
545. GARANTİ OTO LASTİK BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 517. SOK.
546. FORD CARGO SERVİS AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
547. FLAŞ OTO SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ REŞADİYE CAD.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

548. FERHAT OTO ROT BALANS AKŞEHİR/KONYA - 2. EK SANAYİ SİTESİ
549. FAVORİ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. GÜVEN CAD.
550. FARUK USTA ÖZEL SERVİS SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI SERSARAY SOK. NO:9 D:1
551. ERMAN OTO AKŞEHİR/KONYA - 2. SANAYİ SİTESİ 4B BLOK D:110
552. ERKAN OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 6. BLOK
553. EREN OTO TAMİR SELÇUKLU/KONYA - MOTORLU SANAYİ ÇARŞISI ŞAİR KISMET SOK
554. ERDEN TİCARET EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ A BLOK D:3
555. ERCİYES OTO TAMİR KULU/KONYA - FATİH SULTAN MEHMET MAH. YENİ SANAYİ SİTESİ
556. EKŞİ OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI REHANİ SOK.
557. DUTAR OTO EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ EK BLOK D:52
558. DURMAZ OTO SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI YENİ ACUN SOK.
559. DOĞAN OTO AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 4. BLOK D:3
560. DİLBERLER OTO TAMİR BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 508. SOK.
561. DİKER TİCARET- EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ TİCARET BLOK
562. DAĞLILAR OTO SERVİS SELÇUKLU/KONYA - EMEVİLER SOK. MOTORLU SANAYİ ÇARŞISI
563. DAĞISTAN OTO SELÇUKLU/KONYA - MOTORLU SANAYİ SİTESİ RAYHANİ SOK. D:11
564. ÇOBANLAR OTO TAMİR SERVİSİ AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
565. ÇİÇEK BALATA SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BAĞSARAY SOK. D:43.
566. ÇETİN ROT BALANS VE LASTİK SEYDİŞEHİR/KONYA - KÜÇÜK SANAYİ SİTESİ 2. BLOK
567. ÇELİKLER OTO BAKIM SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI ZÜLALİ SOK. D:39
568. ÇAM OTO LASTİK ÇUMRA/KONYA - GAZİ CAD. NO:99
569. ÇAKICILAR OTO AKŞEHİR/KONYA - 2. SANAYİ SİTESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

570. ÇAĞRI OTO KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİÇAĞLAR OTO
571. SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ANADOLU SANAYİ SİTESİ
572. CİHAN OTO LASTİK BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 3. ADA 505. SOK. D:2
573. CEYHAN OTO KARAPINAR/KONYA - ADALET MAH. YENİ SANAYİ SİTESİ
574. CEMALOĞLU OTO LASTİK KARATAY/KONYA - SARI YAKUP MAH. GARAJ CAD.
575. CANLAS LASTİK SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. ÇAKIRLI SOK. NO:22
576. CANDURMAZ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - AYDINLIK BEDİR MAH. KUZEY SOK.
577. CANATAYLAR OTO BAKIM SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI ŞEFAAT SOK.
578. CAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ÇAY SOK. SANAYİ ÇARŞISI
579. BULUT OTO BAKIM SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI KARABEYLİ SOK.
580. BİRLİK TİCARET ÇUMRA/KONYA - İZZETBEY MAH. İSTİKLAL CAD.
581. BİRLİK OTO LASTİK SARAYÖNÜ/KONYA - KÜÇÜK SANAYİ SİTESİ MELİKŞAH SOK
582. BİLGİN OTO TAMİRHANESİ AKŞEHİR/KONYA - KONYA YOLU NO:17
583. BEŞ YILDIZ OTO TAMİRİ MERAM/KONYA - MERAM SANAYİ SİTESİ LAVANTA SOK.
584. BAYRAKLAR OTO KARATAY/KONYA - SARI YAKUP MAH. HAN SOK.
585. BAYRAKCI OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ CAD. NO:95
586. BAYRAK TİCARET AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 3. BLOK
587. BAYAM KURTARMA ILGIN/KONYA - CAMİATİK MAH. SANAYİ SİTESİ 25. SOK.
588. BAŞPINAR OTO TAMİR SEYDİŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
589. BAŞARLAR TİCARET KARAPINAR/KONYA - İNÖNÜ CAD. NO:36 / C
590. AZMAN OTO KARATAY/KONYA - SANAYİ SİTESİ GÜVENİLİR SOK.
591. AYSAN OTO SELÇUKLU/KONYA - ŞAİR KISMET SOK. SANAYİ ÇARŞISI
592. AYKA OTOMOTİV KADINHANI/KONYA - SANAYİ SİTESİ
593. AYDOĞANLAR OTOMOTİV KARAPINAR/KONYA - KONYA CAD.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

594. AYDIN OTO KAPORTA SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI REYHANİ SOK. D:27
595. AYDIN OTO BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 508. SOK. D:35
596. AYAZ OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 2. BLOK
597. ATEŞOĞLU ÖZEL SERVİS SELÇUKLU/KONYA - ZÜLALİ SOK. ESKİ SANAYİ ÇARŞISI
598. ATAYLAR OTO BAKIM KARATAY/KONYA - SARIYAKUP MAH. KUMKÖPRÜ CAD.
599. ATAY OTO ELEKTRİK SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI ACUN SOK.
600. ARINLAR OTO LASTİK SEYDİŞEHİR/KONYA - ULUDAĞ CAD.
601. ARI OTO TAMİRHANESİ AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
602. APALI OTO SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ GEMLİK SOK.
603. ANTAŞ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. ANKARA YOLU
604. ANADOLU ROT BALANS SELÇUKLU/KONYA - SERSARAY SOK. SANAYİ ÇARŞISI D:57
605. ALTINÖZ OTO BOYA AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 4. BLOK
606. ALTINEKİN OTO EGSOZ SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ GEMLİK SOK. D:32
607. ALP OTO SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI ZÜLALİ SOK. NO:55
608. ALP KESİCİ TAKIMLAR SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ
609. ALEV OTO SELÇUKLU/KONYA - TATİŞ CAD. ÖZKAN SOK. NO:20
610. ALBAYRAK OTO FREN SERVİSİ SELÇUKLU/KONYA - KESMETAŞ SOK. SANAYİ ÇARŞISI D:40
611. AKGÜLLER OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - İSTASYON
612. AKDEMİRLER OTO SEYDİŞEHİR/KONYA - YENİ OTO SANAYİ SİTESİ 877 SOK.
613. AKAY OTO TAMİR KARATAY/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ GÜLPINAR SOK. D:17
614. AKASYA OTO TAMİR SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ÇAKIRLI SOK. NO:75
615. AK - SET SELÇUKLU/KONYA - HOROZLU HAN MAH. ALBAYRAK CAD.

EK-.2 (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

616. AK GÜVEN OTO AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 5. BLOK
617. ADAMLAR OTO SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI NO:48
618. ACIYANLAR OTO EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ B / 5 BLOK
619. ACAR OTO KURTARMA KARATAY/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ ÇAYELİ SOK. D:11
620. ABAOĞLU TİCARET ILGIN/KONYA - ILGIN SANAYİ SİTESİ 1 BLOK
621. ÖZEL BORU - SAN OTO BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 508 SOK.
622. VOL-TIR OTO BAKIM SELÇUKLU/KONYA - AYIŞIĞI SOK. NO:4
623. SOLİMPEKS ENR. GIDA TUR. SAN. SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ DEMİRTEPE SOK. NO
624. EFE PEUGEOT CITROEN MERKEZ/KONYA - KARATAY SANAYİ FİREZE SOK.
625. YILDIRIM OTO YIKAMA SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ OĞUZELİ SOK. D:23
626. YILDIRIM OTO YIKAMA BOZKIR/KONYA - CUMHURİYET MAH. İSMET İNÖNÜ CAD. NO:54
627. TOKGÖZ OTO TAMİRHANESİ ILGIN/KONYA - SANAYİ SİTESİ
628. ŞAHİN OTO YIKAMA AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
629. NAZAR BUHARLI OTO YIKAMA SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ
630. MUTLU OTO YIKAMA SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. ULUDAĞ SOK.
631. MERCAN OTO PARÇASI YIKAMA SELÇUKLU/KONYA – HOROZLUHAN MAH. KARASAKAL CAD. AFİF SOK
632. KULESİTE OTO YIKAMA SELÇUKLU/KONYA - FERİT PAŞA MAH. KULE CAD.
633. KARDEŞLER KUMLAMA SELÇUKLU/KONYA - PEHLİVANLI SOK.
634. FATİH OTO YIKAMA SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. SELÇUK SANAYİ SİTESİ
635. ERKAM OTO BAKIM SERVİSİ MERAM/KONYA – MERAM SANAYİ SİTESİ PERVANE SOK.
636. EFSANE OTO KUAFÖRÜ AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
637. DEĞER OTO YIKAMA SELÇUKLU/KONYA - DEVRİCEDİD MAH. MÜNECCİMBAŞI SOK.
638. CÜCE OTO YIKAMA AKŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 1. BLOK D:8
639. BAŞARAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. OTO CENTER 10484 SOK.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

640. YURTSAN OTOMOTİV MERKEZ/KONYA – KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ TEVFİK ZİYAEDDİN
641. ÖZLEM KAPORTA MERKEZ/KONYA - PERVANE SOK.
642. HAYAT AKÜ MERKEZ/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI KESMETAŞ SOK.
643. DAĞLI OTO MERKEZ/KONYA - MERKEZ SANAYİ ÇARŞISI GÜN DOĞDU SOK.
644. BOZTEPE OTO BOYA MERKEZ/KONYA - ÇADIR SOK.
645. YAKA OTO MERKEZ/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI REYHANİ SOK.
646. RAPEL ÖZEL SERVİSİ MERKEZ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
647. ARSLANLAR OTO LASTİK MERKEZ/KONYA - KARAMAN CAD. KARAMAN ÇEVRE YOLU
648. ANIT OTO YIKAMA MERAM/KONYA - ATATÜRK CAD.
649. ANADOLU OTO BOYA SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ
650. AKTİF AKÜ KARATAY/KONYA - HİLAL SOK. NO:8
651. AKTAŞ OTO BOYA SEYDİŞEHİR/KONYA - KÜÇÜK SANAYİ SİTESİ
652. AKŞAHİN OTO BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 503 SOK. 1. BLOK
653. GÜMÜŞ OTO YIKAMA KARATAY/KONYA - ŞEMSTEBRİZİ MAH. AYKENT AYAKKABICILAR SİTESİ
654. ÖZŞAHİN OTO YIKAMA KARATAY/KONYA - ŞEMSTEBRİZİ MAH. AYKENT AYAKKABICILAR SİTESİ
655. BARUTÇU OTO SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ REŞADİYE CAD.
656. EMRE OTO LASTİK SELÇUKLU/KONYA - YENİ SANAYİ CAD. MOTORLU SANAYİ ÇARŞISI

OTO GALERİ, ARAÇ KİRALAMA

1. AUTO COMPUTEST KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU FEVZİ ÇAKMAK MAH. OTO GALERİCİLER
2. CAMIZCI OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10437 SOK. NO:14
3. MSM ANIL OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANASYİ SİTESİ CEVHERLİ SOK.
4. HİLAL OTO KİRALAMA SELÇUKLU/KONYA - FERİTPAŞA MAH. NALÇACI CAD. BULVAR APT.
5. SEDAT RENT A CAR SELÇUKLU/KONYA - İHSANİYE CAD.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

6. ÇELİKKAYA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH.
7. OTOKOÇ KONYA SELÇUKLU/KONYA - İSTANBUL YOLU ÜZERİ, SANCAK MAH.
8. DELTA MOTORLU ARAÇLAR SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. BELH CAD.
9. CANATAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - MOTORLU SANAYİ ÇARŞISI EMEVİLER SOK.
10. ÖZKAYMAK OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - 1. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ İSTANBUL YOLU
11. SSANGYONG ZEKİ KAYA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - MEDRESE MAH. ELMALI CAD.
12. PEUGEOT UYARARSLAN OTO SELÇUKLU/KONYA - MEDRESE MAH. AHMET HİLMİ NALÇACI CAD.
13. PEUGEOT KORKMAZ OTO KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10577. SOK. KOSTİM SANAYİ
14. PEUGEOT UYARARSLAN PLAZA SELÇUKLU/KONYA - SANCAK MAH. VEYSEL KARANİ CAD. YENİ OTOGAR
15. GANİOĞLU OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. OTOGALERİCİLER SİTESİ
16. FİAT KOYUNCU OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. ÇELİK CAD. BÜSAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
17. UYAR ARSLAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - NALÇACI CAD.
18. AHMET OTO GALERİ AKŞEHİR/KONYA - SANAYİ YOLU NO:58
19. EKSAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - KUPA SOK. OTO PARÇACILAR SİTESİ
20. MARULLAR SANAYİ SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BOSTANCI SOK.
21. VOLKSWAGEN GÖKMEN KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. ANKARA YOLU
22. ACIBADEM OTOMOTİV MERKEZ/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10490 SOK.
23. YAZIR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ GÜNDOĞDU SOK.
24. TOYOTA PLAZA OTOJEN SELÇUKLU/KONYA - 1. ORGANİZE SANAYİ GÜVENÇLİ SOKAK

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

25. EMREHAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI EMEVİLER SOKAK
26. PALMİYE OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. GALERİCİLER SİTESİ
27. ALMİNA RENT A CAR SELÇUKLU/KONYA - NALÇACI CAD. YENİ YILDIZ SİTESİ
28. BAYRAK OTOMOBİL KARATAY/KONYA - KÖPRÜBAŞI MAH. SELET SOK.
29. YÜKSEL OTO GALERİ BEYŞEHİR/KONYA - HAMİDİYE MAH. 3. SOK.
30. YORGANCI OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. SANAYİ CAD. SANAYİ ÇARŞISI
31. YİĞİT OTO GALERİ SELÇUKLU/KONYA - AKINCILAR MAH. SAYİM SOK. KARDEŞLER APT.
32. YILMAZ TANYELİ KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. OKUR SOK. OTO CENTER
33. YILDIRAY OTOMOTİV BEYŞEHİR/KONYA - HAMİDİYE MAH. ŞEHİT İBRAHİM BEY CAD.
34. ULUS OTO GALERİ KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ MÜRSEL EFENDİ SOK.
35. TARTAN OTOMOTİV EREĞLİ/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ D:48
36. TAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. GALERİCİLER SİTESİ
37. SARIKAYA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - DOĞRU ER SOK. MOTORLU SANAYİ ÇARŞISI
38. SARIBUDAKLAR OTOMOTİV EREĞLİ/KONYA - ZİYA GÖKALP MAH. GALERİCİLER SİTESİ C BLOK
39. SANDALAR OTO GALERİ SELÇUKLU/KONYA - OTO GALERİCİLER SİTESİ BOZDAĞ SOK.
40. PARK AUTO KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. YENİ GALERİCİLER SİTESİ
41. ÖZKANLAR OTOMOTİV EREĞLİ/KONYA - ZİYA GÖKALP MAH. GALERİCİLER SİTESİ E BLOK
42. ÖZKAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. DOĞRU EL SOK.
43. ÖZCİHAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ OSMAN BEY SOK.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

44. KORKMAZ OTOMOTİV KARATAY/KONYA - OTO GALERİCİLER SİTESİ CEVHER DUDAVER CAD.
45. KONYA OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10403 SOK.
46. KONYA MOTORLU ARAÇLAR KARATAY/ BÜSAN SANAYİ SİTESİ
47. KONYA MOTORLU ARAÇLAR AKŞEHİR/KONYA - AFYON YOLU NO:1
48. KONYA GALERİ KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. OTO GALERİCİLER SİTESİ
49. KARTLAR GALERİ KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10404. SOK.
50. İNAN GALERİ KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. NO:2
51. HALİL OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - SEYRAN MAH. SANAYİ BULVARI
52. HAKAN OTOMOTİV EREĞLİ/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ D:39
53. FIRTINA OTOMOTİV ILGIN/KONYA - CAMİATİK MAH. NADAROĞLU CAD.
54. GARANTİ GALERİ KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. CEVHER DUDAYEV CAD.
55. GALERİ NEVZAT KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. CEVHER DUDAYEV CAD.
56. GALERİ FARUK KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. KUTSİ SOK.
57. ATTARLAR OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. ANKARA YOLU
58. TOROS TİCARET SELÇUKLU/KONYA - ANKARA YOLU NO:27
59. FIRTINA OTOMOTİV ILGIN/KONYA - CAMİATİK MAH. NADAROĞLU CAD.
60. EMİN OTO GALERİ ILGIN/KONYA - CAMİ ATİK MAH. NO:31
61. DOĞANAY OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. OSMAN BEY CAD. NO:14
62. DANIŞIKLAR OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ FEVZİ ÇAKMAK MAH. BOZ.
63. ÇAĞRI OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - SANAYİ YOLU NESLİHAN SOK.
64. CÖMERTLER GALERİ KULU/KONYA - ANKARA YOLU
65. CİHAN GALERİ KARATAY/KONYA - FEVZİÇAKMAK MAH. GALERİCİLER SİTESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

66. CAN OTOMOTİV SEYDİŞEHİR/KONYA - SEYİT HARUN BULVARI NO:39
67. BÜYÜK ATEŞLER OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ
68. BERBEROĞLU OTO GALERİ SEYDİŞEHİR/KONYA - SEYİD HARUN BULVARI
69. BAYRAMOĞLU OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - 3. ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 9 NOLU SOK.
70. BAYRAKTARLAR MERKON SELÇUKLU/KONYA - ANKARA YOLU 6. KM.
71. BAŞAK OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ ANKARA YOLU
72. ATSANLAR MOTORLU ARAÇLAR KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH.
73. ATEŞHAN OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. GALERİCİLER SİTESİ
74. ATASOY OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİÇAKMAK MAH. GALERİCİLER SİTESİ
75. ARENA OTOMOTİV MERAM/KONYA - KOZAĞAÇ MAH. HATİP CAD.
76. ANADOLU OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH.
77. ALYANS OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - YEĞENOĞLU CAD. NO:21
78. AKKESE OTOMOTİV KARATAY/KONYA - OTO GALERİCİLER SİTESİ
79. AKIN TİCARET AKŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 1. BLOK D:5
80. AKDEV OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ CEVHER DUDAYEV CAD.
81. AĞIRLAR ANIL OTOMOTİV EREĞLİ/KONYA - OTO GALERİCLER SİTESİ
82. TOLLULAR OTO KARATAY/KONYA - OTO GALERİLER SİTESİ FEVZİ ÇAKMAK MAH.
83. UYAROĞLU OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI EHRAM SOKAK
84. MERT OTOMOTİV KARATAY/KONYA - OTO GALERİCİLER SİTESİ FEVZİ ÇAKMAK MAH.
85. MESUT OTO GALERİ AKŞEHİR/KONYA - SANAYİ YOLU ÜZERİ NUR APT. ALTI
86. ADARSA İHSAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ ÜÇOK SOK

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

87. ZÜMRÜT OTOMOTİV KARATAY/ OTO GALERİCİLER SİTESİ
88. ŞAHİN OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - SANAYİ YOLU ÜZERİ
89. ÜNİVERSİTE OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAHALLESİ OTO GALERİCİLER SİTESİ
90. SEÇKİN OTO - EREĞLİ/KONYA - HACI MUSTAFA MAH. BULNAR CAD. BELEDİYE
91. OTO NAZ KARATAY/KONYA - OTO GALERİCİLER SİTESİ 10407. SOK.
92. BOZKIR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI ZÜLALİ SOK.
93. GÜÇLÜHAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10407 SOK. TOPCUOĞLU OTO SELÇUKLU/KONYA - AKINCILAR MAH. MİLENYUM SİTESİ
94. REFREF OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - SANAYİ YOLU HASAN BEKAR APT. ALTI
95. TOPAÇLAR OTOMOTİV SEYDİŞEHİR/KONYA - H. SEYİT ALİ MAH. SEYİT HARUN BULVARI
96. DAVRAN OTOMOTİV ÇUMRA/KONYA - İZZETBEY MAHALLESİ DUMLU CAD.
97. AĞIRLAR GALERİ EREĞLİ/KONYA - HACI MUTAHİR MAH. RASİM EREL CAD.
98. CENGAVER OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ OSMAN BEY SOK. NO:23
99. ATÇEKEN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU FEVZİ CAKMAK MAH. 10417 SOK
100. ATOM GALERİ BOZKIR/KONYA - CUHMURİYET MAH. ESKİ GARAJ CİVARI
101. BAYAL OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAHALLESİ PEHLİVANKÖY SOKAK
102. SAĞLAM OTO ÇUMRA/KONYA - ASKERLİK ŞUBESİ CAD. HIDIR SOK.
103. TAŞCI OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - AKINCILAR MAH. MUTTALİP SOK.
104. ÖZEN OTO AKŞEHİR/KONYA - KONYA CAD. HASAN BEKAR APT. ALTI
105. FİAT KOYUNCU OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. ÇELİK CAD. BÜSAN ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

106. ZİRVE OTOMOTİV SEYDİŞEHİR/KONYA - SEYİT HARUN BULVARI HACI SEYİT ALİ MAH.
107. DEDE OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ
108. ÖZHAKAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ
109. DEMİRLER OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAHALLESİ 10487 SOKAK NO:1
110. GÜRSAN OTOBÜS PAZARI SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAHALLESİ
111. DURMUŞ KARDEŞLER OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. CEVHER DUDAYEV CAD.
112. GALERİ CEM KARATAY/KONYA - OTO GALERİCİLER SİTESİ ÜÇKARDEŞ SOK.
113. HAS ÖZLER OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ 10415.
114. AKŞEHİR AKIN OTO GALERİ AKŞEHİR/KONYA - KONYA YOLU ÜZERİ SANAYİ CAD. NO:55
115. OSMAN SEVEŞELİ OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10415 SOK. NO:17
116. ÇİĞDEM OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. GALERİCİLER SİTESİ
117. TÜRKOĞLU OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - YENİ MAH. İSTASYON BULVARI EDALI APT.
118. ASLAN OTO YIKAMA SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. ELMALI CAD. NO:35
119. MENDERES OTOMOTİV EREĞLİ/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ MENDERES OTOMOTİV
120. ÖZKOÇ OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU OTO GALERİCİLER SİTESİ
121. EMİRHAN OTOMOTİV EREĞLİ/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ
122. LEVENT EKER OTOMOTİV GIDA LTD. ŞTİ. KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10437 SOK. NO:20
123. SEFER A.Ş. SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. BELH CAD.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

124. KONMİZAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAHALLESİ MÜRSEL EFENDİ SOK.
125. GÖRKEM OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU OTO GALERİCİLER SİTESİ
126. KONELSA OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ
127. AUTOENES KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ
128. KONYA AĞIR VASITA SELÇUKLU/KONYA - SANCAK MAH. DR. SADIK AHMET CAD. NO:27
129. ABAZLAR OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ FEVZİ ÇAKMAK MAH.
130. SAYGILI OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA – TOPTAN MANİFATURACILAR ÇARSISI ULUDAĞ SOK.
131. BENİBİL OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. TİCARET BORSASI KARŞISI
132. DEMİR OTOMOTİV KARATAY/KONYA - OTO GALERİCİLER SİTESİ CEVHERDUDAYEV CAD.
133. AY OTOMOTİV KARATAY/KONYA - OTO GALERİCİLER SİTESİ CEVHER DUDAYEV CAD.
134. TORUNOĞLU OTO GALERİ - KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU OTO GALERİCİLER SİTESİ
135. BEŞIŞIKLILAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. AHİ EVREN CAD. NO:22 / A
136. ÖZSAĞLAM OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU OTO GALERİCİLER SİTESİ
137. ERGÜN OTOMOTİV SEYDİŞEHİR/KONYA - ALAYLAR MAH. MİLLİ EGEMENLİK CAD. NO:31
138. SARIBUDAK OTOMOTİV EREĞLİ/KONYA - ZİYA GÖKALP MAH. ADANA CAD. NO:269 / 50
139. ŞEHİTOĞLU OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. KARASAKAL CAD.
140. VAROL OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI
141. ÖZLER OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ
142. BULDUK OTO KARATAY/KONYA - CEVHER DUDAYEV CADDESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

143. HACILAR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. KARASAKAL CAD.
144. ATEŞOĞLU OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. AHİEVRAN CAD. NO:20
145. HACILAR OTOMOTİV - KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ
146. AKŞAHİN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ 10433 SOK.
147. AY OTO GALERİ KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ UZUN HİSAR SOKAK NO:3
148. AŞKAR OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ
149. DAĞLI OTO KARATAY/KONYA - HOROZLUHAN MAH. AHİ EVRAN CAD. NO:28
150. AKDENİZ OTO SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI SANAYİ CAD.
151. KAMPÜS OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. GALERİCİLER SİTESİ
152. SOFUOĞLU OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - NALÇACI CAD. KUNDURACILAR KAVŞAĞI NO:66
153. GÖZDE OTO GALERİ KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ ÜÇOK SOK.
154. BÜYÜK ÖRNEK OTOMOTİV - KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ
155. BERAT OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ 10415 SOK.
156. MERT OTOMOTİV SEYDİŞEHİR/KONYA - SEYİT HARUN BULVARI
157. KOLAYLIK OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ UĞRAK SOKAK NO:12
158. PLATİN OTO KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ ÜÇOK SOK
159. ÖZDEN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. OTO GALERİCİLER SİTESİ.
160. ÇAKMAK OTO BOZKIR/KONYA - BOZKIR MERKEZİ 42630
161. KOÇAŞ OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ NO:1
162. ATEŞHAN OTOMOTİV LTD. ŞTİ. SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. AHİ EVREN CAD.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

163. EMEK OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. OSMANBEY SOK.
164. AYDINKARDEŞLER OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA – KARATAY SANAYİ BOSTANCI SOK. NO:2
165. ÇELİK OTOMOTİV SEYDİŞEHİR/KONYA - SEYİTHARUN BULVARI
166. ÖZBAY GALERİ SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. AHİEVRAN CAD.
167. NACİ OTO GALERİ KARATAY/KONYA - F. ÇAKMAK MAH. 10412 SOKAK
168. GALERİ SAMİ SELÇUKLU/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ TOPKAPI SOK.
169. BEĞEN KAPORTA SELÇUKLU/KONYA - HORZLUHAN MAH. GANİMET SOK.
170. ARAS OTOMOBİL SELÇUKLU/KONYA - YENİŞEHİR MAH. ULAŞBABA CAD.
171. A.SOFUOĞLU MOTORLU ARAÇLAR TİCARET SELÇUKLU/KONYA – MUSSALLA BAĞLARI MAH. ANKARA CAD.
172. ANIL OTOMOTİV EREĞLİ/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ A BLOK
173. UMAR OTOMOTİV SEYDİŞEHİR/KONYA - ATATÜRK CAD. NO:33 1 NOLU SAGLIK OCAGI KARŞISI
174. TARHANLAR OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU ÜZERİ GALERİCİLER SİTESİ
175. ÇINAR OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - 24 AĞUSTOS BULVARI NO:23
176. KAMİL OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ FEVZİ ÇAKMAK MAH.
177. KURU OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. CEVHERDUDAYEV CAD.
178. İŞKUR OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI GÜNDOĞDU SOK. NO:9
179. SEVAL OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ
180. ÇETİNKAYA OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ
181. HİLAL OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ
182. DİLEK OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - OTO GALERİCİLER SİTESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

183. TURHAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - OTO GALERİCİLER SİTESİ CEVHER DUDAYEV CAD
184. HAKAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. OSMANBEY SOK.
185. AYASLAR OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAHALLESİ
186. ÖZÇELİK OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. CEVHER DUDAYEV CAD.
187. İSLAMBAY OTO TİCARET KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10484 SOK. NO:10
188. KARACA OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. AHİEVRAN CAD.
189. BURHAN BÜYÜKSOYLU OTOMOTİV EREĞLİ/KONYA - ZİYA GÖKALP MAH. OTO GALERİCİLER SİTESİ
190. ATOM OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. KARASAKAL CAD. NO:27
191. ERDOĞANLAR OTO EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ YOLU ÜZERİ OTO GALERİCİLER SİTESİ
192. ÖZLÜ OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. ESKİ SANAYİ ÇARŞISI
193. ACAROĞLU OTOMOTİV - KARATAY/KONYA - ADANA ÇEVRE YOLU FEVZİ ÇAKMAK MAH.
194. BENİBİL OTOMOTİV NAKLİYAT KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. SERDABAT SOK. NO:25
195. ARICILAR OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. CEVHER DUDAYEV CAD
196. DEMİRCİ OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ CEVHER DUDAYEV CAD.
197. GENÇLER OTO KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ
198. BÜYÜK ÜÇPINARLILAR OTOMOTİV BOZKIR/KONYA - ÇARŞI İÇİ
199. EKENLER OTOMOTİV EREĞLİ/KONYA - OTO GALERİCİLER SİTESİ
200. NİŞAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. OTO GALERİCİLER SİTESİ
201. ŞAHİN OTO GALERİ KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ ÜÇKARDEŞ SOK. NO:6
202. HİLAL OTO BOZKIR/KONYA - ÇARŞI İÇİ NO:2

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

203. KARAKUŞ OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ NO:47
204. SAYDAM OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ M. EFENDİ SOK. NO:2
205. ACIBADEM OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU OTO GALERİCİLER SİTESİ
206. ÖZAKÇAY OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ OSMANBEY CADDESİ NO:6
207. EKERLER OTOMOTİV LTD. ŞTİ. KARATAY/KONYA - OTO GALERİCİLER SİTESİ 10407 SOK. NO:12
208. FATİH GALERİ KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU ÜZERİ OSMANBEY CAD.
209. DEMİROĞLU ÖZCAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. CEVHER DUDAYEV CAD.
210. DEMİROĞLU SONER KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. OTO GALERİCİLER SİTESİ
211. AKGÜL OTO BOZKIR/KONYA - ÇARŞI İÇİ KOYUNCU APT. ALTI NO:1
212. BARANOKLAR OTOMOTİV AŞ. KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ 10427 SOK
213. CAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU OTO GALERİCİLER SİTESİ
214. EREN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ
215. RÜŞTÜ YILMAZ OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA CAD. GALERİCİLER SİTESİ
216. AKAY OTO SELÇUKLU/KONYA - MEHMET AKİF MAH. SAYIM SOK. KARDEŞLER SİTESİ
217. UMUT OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU OTO GALERİCİLER SİTESİ
218. ORHAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ 10415 SOK.
219. GÜREL OTOMOTİV HÜYÜK/KONYA - BAHÇELİEVLER MAH.
220. HİKMET OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ CEVHER DUDAYEV CAD.
221. TUTKU OTO BEYŞEHİR/KONYA - CEZAEVİ CAD.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

222. DEMİROĞLU OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. CEVHER DUDAYEV CAD.
223. GÜLDAĞI OTOMOTİV KARATAY/KONYA - OTO GALERİ SİTESİ CEVHER DUDAYEV CAD.
224. SÖZBİR TURKAY OTO GALERİ AKŞEHİR/KONYA - SELÇUK MAH. SANAYİ YOLU SELÇUKLU LİSESİ
225. TEKBİR OTO SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI SERSARAY SOK.
226. HAS OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10407 SOK.
227. KESKİN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - OTO GALERİCİLER SİTESİ CEVHER DUDAYEV CAD
228. BÜYÜKSOYLU OTOMOTİV EREĞLİ/KONYA - ADANA YOLU ÜZERİ YENİ SANAYİ SİTESİ KARŞISI
229. PAMUKKALE OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ HACI BAYRAM SOK. NO:1
230. SELMAN OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ ÜÇOK SOK.
231. BURAK OTO KARATAY/KONYA - OTO GALERİCİLER SİTESİ OTO EXPERT
232. KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. YENİ GALERİCİLER SİTESİ
233. BALCILAR OTO GALERİ BOZKIR/KONYA - ESKİ GARAJ CİVARI
234. ÖRSLER OTO PAZARI AKŞEHİR/KONYA - SANAYİ BULVARI
235. RADİKAL OTOMOTİV KARATAY/KONYA-OTO GALERİCİLER SARAYI
236. BEYZA OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİÇAKMAK MAH. SERDABAT SOK. NO:22
237. VELİ ÖNCAN MOT. AR. KARATAY/KONYA - OTO CENTER TUNA SOK.
238. GÜL OTOMOTİV KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. OSMANBEY CADDESİ NO:14
239. MUTLUOL OTOMOTİV KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU GALERİCİLER SİTESİ 10406 SOK
240. GALERİ KEMAL SEVEŞELİ KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU OTO GALERİCİLER SİTESİ
241. AKASYA OTOMOTİV KARATAY/KONYA - OTO GALERİCİLER SİTESİ OSMANBEY CAD. NO

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

242. MADENCİ OTOMOTİV KARATAY/KONYA - GALERİCİLER SİTESİ TOPKAPI SOK. NO:2
243. ÜMİT GÜVEN TİCARET KARATAY/KONYA - SANAYİ SİTESİ BOZYAZI SOK.
244. SABIR OTO KARATAY/KONYA - HACI YUSUF MESCİD MAH. AKSAKAL SOK.
245. ÖMER DEMİRHAN AKŞEHİR/KONYA - ÜNKAY SİTELERİ İSTASYON CAD.
246. OĞUL TİCARET AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 4 BLOK D:18
247. MEHMET AVCI TİCARET SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BOZKÖY SOK.
248. KOÇAKLAR OTOMOTİV KARATAY/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. RUHİ BAĞDADİ SOK.
249. KOÇAK TİCARET SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. EKBER SOK.
250. KARAMEHMET MOTORLU ARAÇLAR CİHANBEYLİ/KONYA - AT ÇEKEN MAH. İNÖNÜ BULVARI NO:19
251. HALICIOĞLU MOTORLU TAŞITLAR KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10438 SOK. NO:3
252. GARANTİ OTOMOTİV CİHANBEYLİ/KONYA - YENİCEOBA KASABASI KÜTÜKUŞAĞI YOLU NO:1
253. GALERİ HAYATİ BEYŞEHİR/KONYA - HAPİS HANE CAD. NO:17 / C
254. GALEN GRUP SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. BÜYÜKGÖZ SOK.
255. DEMRTRAK DEMİRELLER AKŞEHİR/KONYA - İSTASYON MAH.
256. AZRA OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - İSTASYON CAD.
257. ATEŞPAR MOTORLU ARAÇLAR SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. KUPA SOK. NO:5 / AKPINAR KÖYÜ
258. AKÇA OTOMOTİV - KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. CEVHER DUDAYEV SOK.
259. KUŞCA OTOMOTİV MERKEZ/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. GALERİCİLER SİTESİ
260. AŞIROĞLU OTOMOTİV MERKEZ/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. ANKARA YOLU OTO GALERİ
261. KADILAR OTOMOTİV MERKEZ/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. OTO GALERİCİLER SİTESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

262. ŞENOL OTO GALERİ MERKEZ/KONYA - ANKARA YOLU OTO GALERİCİLER SİTESİ
263. ELİT OTOMOTİV OTO GALERİCİLER SİTESİ OSMAN BEY CAD.
264. BÜLBÜL TİCARET BEYŞEHİR/KONYA - ATATÜRK CAD. NO:5
265. ENDER FIRÇA AKŞEHİR/KONYA - SEYRAN MAH. ESKİ KONYA YOLU
266. KONMOT MOTORLU ARAÇLAR KARATAY/KONYA - ANKARA KARAYOLU 4. KM. NO:214
267. MEVLÜT ÖZKAYMAK OTOBÜS TERMİNALI İÇİ ÖZKAYMAK PETROL SELÇUKLU KONYA

BİSİKLET/MOTORSİKLET

1. BARUTCU BİSİKLET MOTORSİKLET KARATAY/KONYA - ANKARA YOLU ÜZERI MODESA SANAYİ SİTESİ
2. SELEŞ BİSİKLET KARATAY/KONYA - HACI YUSUF MESCİT MAH. FUNDA SOK. 8.
3. BİSİKLET MARKET KARATAY/KONYA - TERCÜMAN MAH. SULTANVELED CAD.
4. AFK SAKALLIOĞULLARI BİSİKLET KARATAY/KONYA - MEVLANA CAD. NO:61
5. ÖZCEYLAN MOTOR MERKEZ/KONYA - SAHİBİATA CAD. NO:190
6. MOPET KARATAY/KONYA - BÜYÜK KUMKÖPRÜ CAD. NO:8 / A
7. ATASOY OTOMOTİV SELÇUKLU/KONYA – KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ 13. SOK. D:27
8. AFACAN BİSİKLET BEYŞEHİR/KONYA - HAMİDİYE MAH. ŞEHİT İBRAHİMBEY CAD. NO:1
9. NAVRUZ MOTOR - BİSİKLET MERAM/KONYA - ŞAHİP ATA MAH. TAŞ CAMİ CAD. YUKİ MOTORLU ARAÇLAR EREĞLİ/KONYA - ALPARSLAN MAH. MEYDAN BAŞI CAD.
10. UNALMIŞ TİCARET MERAM/KONYA - KOCATEPE MAH. YEŞİLYALI CAD. BASİRET SOK
11. SARAÇOĞLU MOTOR KARAPINAR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ GENÇ SOK.
12. MOTORCU YAŞAR AKŞEHİR/KONYA - KONYA YOLU NO:75

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

13. ÖZAY MOTORSİKLET MERAM/KONYA - ŞÜKRAN MAH. SAHİBİ ATA CAD. NO:63
14. MOTORCU AYHAN AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 2. BLOK
15. MOTOR DÜNYASI SEYDİŞEHİR/KONYA - HACI SAYİT ALİ MAH. SEYİT HARUN BULVARI
16. MEKAN MOTOSİKLET KARATAY/KONYA - PİRİ MEHMET PAŞA MAH. SELİMİYE CAD. NO:8
17. KARANFİL TİCARET BEYŞEHİR/KONYA - MERKEZ NO:33
18. İNAN MOTORSİKLET MERAM/KONYA - SAHİBİ ATA CAD. NO:328
19. İNAN MOTOR BEYŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 504 SOK. D:26
20. DİVA MOTOR EREĞLİ/KONYA - ESKİ BUĞDAY PAZARI NO:23
21. AKKUŞOĞULLARI MOTOR DOĞANHİSAR/KONYA - SANAYİ SİTESİ
22. ADA MOTOR SELÇUKLU/KONYA - MUSALLA BAĞLARI MAH. BELH CAD. NO:39
23. ARIN TİCARET SEYDİŞEHİR/KONYA - HACI SEYİT ALİ MAH. 205. SOK.
24. BUĞDAYCI TİCARET SEYDİŞEHİR/KONYA - HACI SEYİT ALİ MAH. ÇARŞI MEYDANI NO:17

SIRALI OTOGAZ/ YAKIT SİSTEMLERİ

1. HARMANKAYA LPG KARATAY/KONYA - MOTORLU SANAYİ SİTESİ EMEVİLER SOK.
2. TUĞRA OTOGAZ SİSTEMLERİ MERKEZ/KONYA - KARATAY SANAYİ GÜLTEPE SOKAK
3. EFSAVER YAKIT TASARRUF SİSTEMLERİ SELÇUKLU/KONYA - KÜÇÜK İHSANİYE MAH. SİTRE SOK.
4. STEP ALTENATİF YAKIT SİSTEMLERİ SELÇUKLU/KONYA - ANADOLU SANAYİ SİTESİ DEMİRTEPE SOK.
5. AKGÜNLER OTOGAZ SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ FREZE SOK.
6. ÖZTÜRKLER OTOGAZ AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 2. BLOK
7. ÖZTATAROĞLU OTOGAZ SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ ÇARŞISI GÜNDÜZ SOK.
8. GÜMÜŞLER OTOGAZ SELÇUKLU/KONYA - ESKİ KUNDURACILAR SANAYİ SİTESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

9. ÖZBEN OTOGAZ SELÇUKLU/KONYA - ŞAİR KISMETİ SOK. NO:106 / FATİH
10. ÖZ HAMLE OTOGAZ SELÇUKLU/KONYA - SANAYİ ÇARŞISI GÜNEŞLİ SOK. D:6
11. MİDİLLİÇ OTOGAZ SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ ÖMERLİ SOK
12. TAŞKIN OTOGAZ SELÇUKLU/KONYA - MOTORLU SANAYİ ÇARŞISI GEVHEREBAT SOK.
13. KONYA OTOGAZ BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 519. SOK. D:32
14. PERFOBEST PERFORMANS VE YAKIT TASARRUF CİHAZI MERKEZ/KONYA - NİŞANTAŞI MAHALLESİ İKBAL SOKAK NİDA SİT.
15. GÜNLER OTOGAZ SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ DERİNCE SOK.
16. LİDER OTOGAZ SELÇUKLU/KONYA - ESKİ SANAYİ SİTESİ SANAYİ CAD. D:126
17. SEÇKİN OTOGAZ BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 503. SOK. D:16
18. 18- SARIKULAK OTOGAZ KARATAY/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ PERVARİ SOK. D:16
19. TEKSAN OTO GAZ ILGIN/KONYA - SANAYİ SİTESİ SANAYİ CAD. D:9
20. ÜÇ - EL OTOGAZ MERAM/KONYA - BAYRAKÇI SANAYİ BÖLGESİ MERAM SANAYİ SİT.
21. BULUTÇU OTOGAZ EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ B5 BLOK
22. EMRE OTOGAZ MERKEZ/KONYA - MOTORLU TAŞITLAR SANAYİ SİTESİ GÜNDÜZ SOK.
23. BEDİR OTOGAZ SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ PERŞEMBE PAZARI
24. ÇAĞDAŞ OTOGAZ EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ EK BLOK
25. COŞKUNLAR OTOGAZ SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. ESKİ SANAYİ SİTESİ SARAY SOK.
26. ARSLAN OTOGAZ YUSUF ARSLAN SELÇUKLU/KONYA - FATİH MAH. ESKİ SANAYİ SİTESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

İŞ/ TARIM MAKİNALARI VE PARÇALARI

1. KARTOĞLU VİNÇ SELÇUKLU/KONYA - BÜSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
2. BİÇERSAN SELÇUKLU/KONYA - HOROZLUHAN MAH. KURTBEY SOKAK NO:250
3. MERT TRAKTÖR AKŞEHİR/KONYA - İKİNCİ EK SANAYİ SİTESİ
4. ŞEN TRAKTÖR CİHANBEYLİ/KONYA - SANAYİ SİTESİ E BLOK NO:2
5. ÖRS TRAKTÖR SELÇUKLU/KONYA - NALÇACI CAD. NO:4
6. ATCILAR TRAKTÖR KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. BADEM SOK.
7. KULU TRAKTÖR KULU/KONYA - ORDULU İŞ MERKEZİ NO:4
8. HYDRO PUMP KARAGOZLER IMPORT EXPORT KARATAY/KONYA - YENİ MAH. FETİH CAD. ŞATO2 APT. NO:194 -...
9. AKKOMSAN OTOMOTİV AKŞEHİR/KONYA - SEYRAN MAH. KONYA YOLU UZERI
10. KALAYCI OTOMOTİV MERKEZ/KONYA - YENİ MARANGOZLAR SANAYİ HACI YUSUF MESCİT MAH.
11. ALPSAN HİZMET ARAÇLARI MERKEZ/KONYA - HOROZLUHAN MAH. ÖKSÜZ CAD.
12. POLAT ZİRAAT EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ İMALATÇILAR CAD.
13. CELALLETTİN COŞKUN TARIM FAALİYETLERİ KARATAY/KONYA - ORTAKONAK MAH. KETENCİ ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
14. GENÇ İŞ MAKİNALARI SELÇUKLU/KONYA - KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ
15. GÖKMENLER TARIM MAKİNELERİ KARATAY/KONYA - HACI YUSUF MESCİT MAH. ZEYTİNCİ SOK.
16. ÜNLÜ İŞ MAKİNALARI SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ BEYÇAM
17. BERBEROĞLU TRAKTÖR SEYDİŞEHİR/KONYA - ORTA KARAVİRAN KASABASI
18. GÜVEN ZİRAAT EREĞLİ/KONYA - YENİ ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ D BLOK
19. SANCIOĞLU TRAKTÖR MERKEZ/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ CEBECİ SOK.

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

20. BÜLBÜL TRAKTÖR MERKEZ/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10564. SOK. NO:30
21. ALPARSLAN TRAKTÖR MERKEZ/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10487 SOK.
22. ABİDDER ILDIR TARIM MAKİNALARI EREĞLİ/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
23. AK TARIM ILGIN/KONYA - KONYA, ILGIN MERKEZİ
24. AKKİL İŞ MAKİNALARI KARATAY/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BAŞLAMIŞ SOK. D:25
25. ALİ TÖMEK ZETOR TRAKTÖR KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. KUDUS CAD. 105 / 65 SOK
26. ALPARSLAN TRAKTÖR SEYDİŞEHİR/KONYA - HACI SEYİT ALİ MAH. ŞEHİT HARUN BULVARI
27. ALPARSLAN TRAKTÖR ILGIN/KONYA - UÇARI MAH. NO:28
28. BARAN TRAKTÖR CİHANBEYLİ/KONYA - ANKARA KONYA YOLU
29. CANDOSTLAR TARIM AKŞEHİR/KONYA - İSTASYON MAH. İSTASYON BULVARI KUDRET SİTESİ
30. ÇELİK ZİRAİ ALETLERİ KARAPINAR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
31. DAMLA ZİRAAT MAKİNA SEYDİŞEHİR/KONYA - KÜÇÜK SANAYİ SİTESİ
32. ÇUMRA OSMANLI TARIM ÇUMRA/KONYA - İZZETBEY MAH. DUMLU CAD.
33. ÇINAR TARIM AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ
34. ERCAN KARDEŞLER İŞ MAKİNALARI KARATAY/KONYA-SANAYİ SİTESİ BEYOBA SOK.
35. GEZİ TARIM MAKİNA ILGIN/KONYA - SANAYİ SİTESİ EK BLOKLAR
36. GENPAR TRAKTÖR SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ ERKANLI SOK.
37. KADEMOĞLU TRAKTÖR AKŞEHİR/KONYA - YENİ SANAYİ SİTESİ 11. BLOK. D:10
38. KONEKTAR TARIM MAKİNALARI KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. BAYRAKTAR SOK.
39. KTM TARIM KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10479 SOK. NO:3
40. ÖZGÜR TARIM KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. KEYKUBAT SANAYİ SİTESİ

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

41. ÖZEN İŞ MAKİNA KARATAY/KONYA - KONYA ORGANİZE SANAYİ BÖLGESİ YAYLACIK CAD.
42. ÖZYANIKLAR TRAKTÖR KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. HURDACILAR SANAYİ SİTESİ
43. ÖZTARMAK TARIM MAKİNALARI KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. 10563 SOK. KOMSAN İŞ MERK.
44. SÖZSEL TARIM MAKİNALARI KARATAY/KONYA - ŞEMSTEBRİZİ MAH. BÜSAN ORGANİZE SANAYİ
45. UÇAR ZİRAAT SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ DERİNCE SOK.
46. TYP TRAKTÖR KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. DÖKÜMCÜLER SANAYİ SİTESİ
47. TURTAŞ TRAKTÖR KARATAY/KONYA - SANAYİ SİTESİ GEMLİK SOK.
48. USLU TRAKTÖR BEYŞEHİR/KONYA - SANAYİ SİTESİ 517. SOK. NO:33
49. UNİVERSAL TRAKTÖR KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. ADANA ÇEVREYOLU CAD.
50. ADİL İŞ MAKİNALARI SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BAHÇELİ SOK. NO:43
51. ALPASLAN TRAKTÖR KARATAY/KONYA - FEVZİ ÇAKMAK MAH. ÇEVRE YOLU 10484 SOK.
52. AYHAN DÜNDAR TARIM MAKİNA SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BAŞLAMIŞ SOK. D:37
53. BOYPAR İŞ MAKİNALARI SELÇUKLU/KONYA - KARATAY SANAYİ SİTESİ BEYÇAM SOK. D:20
54. KABİN MARKET FEVZİ ÇAKMAK MAH.TRAKTÖR PAZARI İÇİ 10565 SOK NO/7 KARATAY KONYA
55. E.S.A.EREN OTOMOTİV GIDA SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. ANADOLU SANAYİ SİTESİ TOSUN SK. NO: 8 SELÇUKLU KONYA
56. KONYA JANT SAN.VE TİCARET A.Ş. KONSAN ÖZEL ORGANİZE SANAYİ F.ÇAKMAK MAH.DARBAZLAR SK.NO:1 KARATAY
57. T.Y.P.TRAKTÖR YEDEK PARÇALARI OTOMOTİV ELEKTRONİK İNŞAAT SAN.VE TİC.LTD.ŞTİ. F.ÇAKMAK MAH.YENİ DÖKÜMCÜLER SAN. EFEDİYARI SK. NO: 5 KARATAY KONYA

EK-2. (Devam) Konya Sanayi Odası Veritabanına Kayıtlı Otomotiv Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar

HURDA

1. TATLI OTO HURDA KARATAY/KONYA - HURDACILAR SANAYİ SİTESİ 7 SOK.
2. AL-DÖK METAL: KARATAY SANAYİ- HURDACILAR SİTESİ
3. KILIÇLAR METAL IÇ VE DIŞ TİC, LTD. ŞTİ: KARATAY SANAYİ- HURDACILAR SİTESİ
4. PAK-İŞ METAL: MERAM –HURDACILAR
5. ERKILIÇLAR METAL: KARATAY SANAYİ- HURDACILAR SİTESİ
6. GÜNEŞ MADENCİLİK: KARATAY SANAYİ- HURDACILAR SİTESİ
7. KUĞ TİCARET: SELÇUKLU- HURDACILAR SİTESİ
8. ÖZDEMİR YATAĞANLI HURDA TİCARET: SELÇUKLU- HURDACILAR SİTESİ
9. ALTUNTAS METAL PLASTİK SAN. TİC.: KARATAY SANAYİ- HURDACILAR SİTESİ
10. KAYA OTO TİCARET: KARATAY SANAYİ- HURDACILAR SİTESİ

EK-3. Konya Otomotiv Sektörü Yapı Analizi

FİRMA	WEB Adresleri	Faaliyet Kolu	Adresi	Yenilikçilik	Fason Üretim-Müşteri Grubu	Kalite Sertifikaları	Üretim	Çalışan Sayısı	Piyasa Yapısı	OEM Tedarikçiliği	Ülke çapında Yaygınlık
1	Var	Süspansiyon	Konya OSB	AR-GE birimi Türkiyenin İlk Süspansiyon üreticisi	Hepsi	TSE, ISO 9001, ISO 16949	65.000 m2'si kapalı 150.000 m2 alan 18 milyon üretim kapasitesi	950 çalışan	%80 ihracat (İlk 500 ihracatçı)	OEM A GRUBU TEDARİKÇİ	Yok
2	Var	Yakıt Sistemleri	Konya OSB	AR-GE birimi (Teknokent içerisinde), TPE Tanınmış Marka	#	TSE, ISO 9001, ISO 14001, ISO 18001, ISO 10002, ISO 50001	55.000 m2 lik kapalı alan	700 çalışan	%60 ihracat	#	Ülke çapında bayilikler va satış ağı
3	Var	Treyler	Konya OSB (2 adet), İzmir Karayolu 12. km.	AR-GE birimi TPE: çok sayıda marka tescili, patent ve faydalı ürün	MAN Yetkili Satıcısı	TSE ve ISO 9001	2. OSB 12.000 m2 kapalı alan 3. OSB 12 m2 kapalı 20 m2 alan	300 çalışan	İhracat (İlk 1000 ihracatçı)	#	Ülke çapında bayilikler va satış ağı
4	Var	Treyler	Konya OSB	AR-GE (Test Ünitesi ve Ar-GE Depatmanı)	#	TSE, ISO 9001, TUV-SUD	12.000 m2 kapalı toplamda 30.000 m2 alan	185 çalışan	%60 ihracat	#	Yok
5	Var	Süspansiyon	Konya OSB	AR-GE (Test Ünitesi ve Ar-GE Depatmanı)	Otokar, BMC, TEMSA, İsuzu, Türk Taktör, Başak Trak.	TSE ve ISO 9001	Bilinmiyor	Bilinmiyor	İhracat	OEM	Yok

EK-3. (Devam) Konya Otomotiv Sektörü Yapı Analizi

6	Var	Hidrolik Sistemler& Dorse Ekipmanları	Konya OSB	AR-GE	#	TSE, ISO 9001 ve ECE-R	20.000 m2'si kapalı ve 50000 m2 si açık toplam 70.000 m2	100 çalışan	İhracat	#	Yok
7	Var	Taşımacılık Hizmetleri ve Opel-Chevrolet Yetkili Satıcısı	Nalçacı Cad, 1. OSB	TPE: Tanınmış Marka	#	TSE ve ISO 9001	#	2000 çalışan	#	#	Ülke Çapında bayilikler zengin araç filosu
8	Var	Makine Sanayi	Konya OSB	AR-GE (laboratuar) UN Global Compact Üyesi	OTOKAR, TEMSA, IVECO, ERKUNT, TÜMOSAN	TSE, ISO 9001 ve ISO 16949	12.500 m2 kapalı 30.600 m2 açık alan	140 İşçi 10 mühendis 10 teknisyen	%80 İhracat	OEM A GRUBU TEDARİKÇİ	IVECO Kalite Ödülü
9	Var	Elektrik ve Elektronik Aksamlar	Konya OSB	AR-GE	VOLVO, SCANIA, MAN, MERCEDES, DAF, RENAULT, IVECO	TSE ve ISO 9001	Bilinmyor	Bilinmiyor	İhracat	OEM	Yok
10	Var	Aktarma Şasi ve Diferansiyel	Konya OSB	AR-GE (ölçüm ve test laboratuarı) 4 patent:Türkiye'nin ilk ayar fren kolu	MERCEDES, MAN, SCANİA, DAF,VOLVO,İVECO	TSE, ISO 9001, ISO 14001 ve ISO 16949	10.000 m2 kapalı 25.000 m2 açık toplam 35.000 m2 alan	125 çalışan	%80 İhracat	OEM A GRUBU TEDARİKÇİ	Yok

EK-3. (Devam) Konya Otomotiv Sektörü Yapı Analizi

11	Var	Aktarma Şasi ve Diferansiyel	Konya OSB	Yok	AUDİ, AVİA, BMC, CATERPILLAR, DAF, DEUTZ, FIAT, FORD, ISUZU, KIA, MAN, MERCEDES, RENAULT, NİSSAN, VOLKSWAGEN	TSE, ISO 9001, BM TRADA CERT.	3000 M2 Kapalı 7500 m2 açık alan	40 çalışan	İhracat	OEM	Yok
12	Var	Treyler	Konya OSB	Yok	#	TSE ve ISO 9001	1500 m2 kapalı alan	15 çalışan	İç Piyasa	#	Yok
13	Var	Döküm	Konya OSB	Yok	MERCEDES, MAN, SCANİA, VOLVO,İVEC	TSE	2200 m2 kapalı 1000 m2 açık alan	18 çalışan	%10 İhracat	Değil	Yok
14	Var	Bisiklet/Motorsiklet	Konya OSB	Yok	#	TSE, ISO-9001	Bilinmyor	Bilinmiyor	İç Piyasa	Değil	Yok
15	Var	Sac ve Metal Şekillendirme	Konya OSB	AR-GE (ölçüm ve test laboratuarı)	MERCEDES, MAN, SCANİA, DAF,VOLVO ,İVECO	TSE ve ISO 9001	23.000 m2 kapalı 13.000 m2 açık 36.000 m2 alan	186 çalışan	%70 İhracat	OEM	Yok
16	Var	Treyler	Konya OSB	AR-GE: Tonaj Mukavemeti SEMİ-TÜRK MARKASI	#	TSE, ISO 9000 ve ISO 9001	12.000 M2 Kapalı Alan	130 çalışan	%40 ihracat	#	Yok

EK-3. (Devam) Konya Otomotiv Sektörü Yapı Analizi

17	Var	Döküm	Konya OSB	AR-GE (ölçüm ve test laboratuarı)	Bilinmiyor	TSE ve ISO 9001	3500 m2 kapalı alan 500 ton üretim	65 işçi 10 teknik toplam 75	%70İhracat	OEM	Yok
18	Var	Aktarma Şasi ve Diferansiyel	Konya OSB	AR-GE (ölçüm ve test laboratuarı)	MERCEDES-BENZ	TSE ve ISO 9002, ISO 9001, ISO 16949, ISO 14001	14.000 M2 Kapalı toplam 40.000 m2 alan	120 Çalışan	%80 İhracat	OEM A GRUBU TEDARİKÇİ	IVECO Kalite Ödülü Quality Summit Award
19	Var	Motor Parçaları	Konya OSB	AR-GE (ölçüm ve test laboratuarı)	Hepsi	TSE ve ISO 9001, ISO 16949	Bilinmyor	Bilinmiyor	%70 İhracat	OEM A GRUBU TEDARİKÇİ	Yok
20	Var	Aktarma Şasi ve Diferansiyel	Konya OSB	YOK	MERCEDES, MAN, SCANİA, DAF,VOLVO,İVECO	TSE ve ISO 9001	Bilinmyor	Bilinmiyor	%20 İhracat	Değil	Yok
21	Var	Plastik ve Kauçuk Parçalar	Konya OSB	YOK	Hepsi	Marka Tescil Belgesi	2500 M2 Kapalı Alan 5000 M2 Açık alan	20 çalışan	%10İhracat	Değil	Yok
22	Var	Şanzuman	Konya OSB	AR-GE(Kalite-kontrol)	VOLVO, SCANIA, MAN, MERCEDES, DAF, RENAULT, IVECO, FORD, BMC	TSE ve ISO 9001	30000 M2 kapalı alan	10 teknik 200 işçi	İhracat	OEM	Yok

EK-3. (Devam) Konya Otomotiv Sektörü Yapı Analizi

23	Var	Plastik ve Kauçuk Parçalar	Konya OSB	Bilinmiyor	DAF, DEUTZ , IVECO , MAN , LISTER-PETTER , MERCEDES , PERKINS , VOLVO , RENAULT , SCANIA	TSE ve ISO 9001	Bilinmyor	Bilinmiyor	İhracat	Bilinmiyor	Yok
24	Var	Treyler	Konya OSB	AR-GE(Kalite-kontrol)	#	TSE, ISO 9001, ISO 22000	12,500 m2 toplamda 55.000 m2	107 çalışan	İhracat	#	Yok
25	Var	Motor Parçaları	Konya OSB	Yok	Hepsi	TSE ve ISO 9002	10.000 m2 kapalı 15.000 m2 açık	102 çalışan	İç Piyasa	Değil	Yok
27	Var	Aktarma Şasi ve Diferansiyel	Konya OSB	AR-GE(Kalite-kontrol)	Hepsi	TSE, ISO 9001, ECE R-13	20.000 M2 Açık alan	110 çalışan	% 60İhracat	OEM	Yok
28	Var	Motor Parçaları	Konya OSB	Ar-Ge Laboratuarı (Tübitak İşbirliği ile)	Hepsi	TSE ve ISO 9001	8.000 m2 kapalı 15.000 m2 açık alan	87 çalışan	İç Piyasa	Değil	Yok
29	Var	Motor Parçaları	Konya OSB	AR-GE(Kalite-kontrol)	Hepsi	TSE, ISO 9001 ve ISO 16949	9200 m2 kapaı alan	170 çalışan	%80 İhracat	OEM	Yok
30	Var	Döküm	Konya OSB	Ar-Ge (şahsi laboratuar)	BMC, MERCEDES, MAN, SCANİA, DAF,VOLVO, FORD, RENAULT, IVECO, DODGE, TOYOTA, HYUNDAİ	TSE ve ISO 9001	6.000m² kapalı, 20.000m² açık 26.000 M2	96 Çalışan	%60İhracat	OEM	Yok

EK-3. (Devam) Konya Otomotiv Sektörü Yapı Analizi

31	Var	Aktarma Şasi ve Diferansiyel	Konya OSB	Bilinmiyor	MAN, MERCEDES, FIAT, IVECO, SCANIA, VOLVO, RENAULT, FORD, CARGO, DAF, BMC,	TSE, ISO 9001, Marka Tescil	6.500 m2 kapalı 60.000 m2 kapalı alan	100 çalışan	%60 İhracat	OEM	Yok
32	Var	Döküm	Konya OSB	Yok	RENAULT, BMW, MERCEDES, AUDİ, VOLVO	TSE, ISO 9001, Marka Tescil	3.000 m2 kapalı 10.000 m2 açık alan	52 çalışan	İhracat	Bilinmiyor	Yok
33	Var	Döküm	Konya OSB	Yok	MERCEDES, PEUGEOT, FORD, VOLKSWAGEN, FIAT, OPEL, RENAULT	TSE ve ISO 9001	Bilinmyor	Bilinmiyor	İhracat	Bilinmiyor	Yok
34	Var	Aktarma Şasi ve Diferansiyel	BÜSAN OSB	Yok	#	TSE, ISO 9001, Marka Tescil	Bilinmyor	Bilinmiyor	İhracat	Değil	Yok

EK-3. (Devam) Konya Otomotiv Sektörü Yapı Analizi

35	Var	Döküm	BÜSAN OSB	Yok	ISUZU, MERCEDES, VOLSWAGE,PEUGEOT, MITSUBISHI, HYUNDAİ, RENAULT, NİSSAN, MAN, SCANIA, VOLVO, DAF, IVECO	TSE	Bilinmiyor	Bilinmiyor	%60 İhracat	OEM	Yok
36	Var	Hidrolik Sistemler& Dorse Ekipmanları	Konya OSB, Kottim Özel OSB	Ar-Ge (cirosunun %4'ü)	FORD, FERGUSON, DEUTZ, FİAT, STEYR, JOHN DEERE	TSE, ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 9001	17000 m2 kapalı alan 38000 m2 açık alan toplam 55000	200 çalışan	%60 ihracat	OEM tedarikçisi	Yok
37	Var	Makine Sanayi	TIR-SAN Sanayi Sitesi (Horozluhan)	Yok	#	TSE ve ISO 9001	3000 m2 kapalı alan, 1000 m2 açık alan olmak üzere toplam 4000 m2	4 yönetici, 23 uzman eleman	İhracat	Değil	Yok
38	Var	Tanker	KONSAN OSB	Yok	#	TSE, ISO 9001, ADR	1500 m2 kapalı alan	21 çalışan	İhracat	Değil	Yok

EK-3. (Devam) Konya Otomotiv Sektörü Yapı Analizi

39	Var	Motor Parçaları	Konya OSB	Yok	MAN , MERCEDES	Bilinmiyor	Bilinmiyor	Bilinmiyor	%30 İhracat	Değil	Yok
40	Var	Döküm	Konya OSB	AR-GE(Kalite-kontrol)	MERCEDES, MAN, SCANİA, VOLVO, DAF, İKARUS, İVECO,RENAULT	TSE, ISO 9000, ISO 9001, GOST	Bilimiyor	57 Eleman	%72 ihracat	OEM Tedarikçisi	Yok
41	Var	Döküm	Konya OSB	Yok	#	TSE VE ISO 9001	2500m2 kapalı, 1500m2 açık toplam 4000m2	25 çalışan	İhracat	Değil	Yok
42	Var	Makine Sanayi	Konya OSB	Yok	TÜMOSAN	TSE VE ISO 9001	20.000 M2 açık, 2.300 M2 kapalı 22.300 M2 Alan	23 çalışan	İç Piyasa	Değil	Yok
43	Var	Aktarma Şasi ve Diferansiyel	Konya OSB	AR-GE(Kalite-kontrol)	MERCEDES, MAN, SCANİA, , DAF, İKARUS, İVECO,VOLVO,ISUZUİ BMC	TSE, TSEK VE ISO 9001	20.000 m² açık alan üzerine 10.000 m² kapalı alanda yılda 6000 ton üretim kapasitesi	100 çalışan	%70 İhracat	OEM	Yok

EK-3 (Devam) Konya Otomotiv Sektörü Yapı Analizi

44	Var	Tasarım ve Mühendislik	BÜSAN OSB	Yok	#	TSE VE ISO 9001	4800m2 si kapalı toplamda 7000m2 alan	5 Yönetici 25 teknik 30 eleman	İç Piyasa	Değil	Yok
45	Var	Treyler	1. OSB, BÜSAN OSB	AR-GE(Kalite-kontrol)	#	TSE VE ISO 9001	12.000 m2 kapalı 20.000 m2 açık alan	92 çalışan	%71 ihracat	OEM	Yok
46	Var	KAMYON KABİNİ	BÜSAN OSB	AR-GE	MERCEDES, TÜMOSAN, BAŞAK TRAKTÖR	TSE VE ISO 9001	20.000 m2 açık alan üzerine kurulu 7000 m2 kapalı alan	60 Çalışan	%40 İhracat	OEM	Yok
47	Var	DAMPER	1. OSB	AR-GE : TÜBİTAK İLE ORTAK PROJELER PATENT: HİDROLİK YÜK BOŞALTMA PLATFORMU	#	TSE ve ISO 9001	8.000 m2 kapalı 20.000 m2 açık alan	40 çalışan	İç Piyasa	Değil	Yok

EK-3. (Devam) Konya Otomotiv Sektörü Yapı Analizi

48	Var	Hidrolik Sistemler	KONSAN OSB	AR-GE: TÜBİTAK ÜRÜN GELİŞTİRME PROJESİ PATENT:hidrolik dökümhane robotu	#	TSE	2500 M2 Kapalı Alan	32 çalışan	%10 İhracat	Değil	Yok
49	Var	Döküm	BÜSAN OSB	Bilinmiyor	#	TSE ve ISO 9001	3000 m2 Kapalı Alan	70 Çalışan	%40 İhracat	Değil	Yok
50	Var	Motor Parçaları	1. OSB	AR-GE: 2 TÜBİTAK Projesi (Özgün Proje) Türkiye'nin tek NATO kodlu tedarikçisi	TÜMOSAN, FORD, BMC, RENAULT	TSE, ISO 9002, QS 9000 , ISO 9001,ISO\TS 16949	11.000 m2 Alan	127 çalışan	%60 İhracat	OEM ve OES tedarikçisi	Yurtiçi ve yurtdışı bayilikler