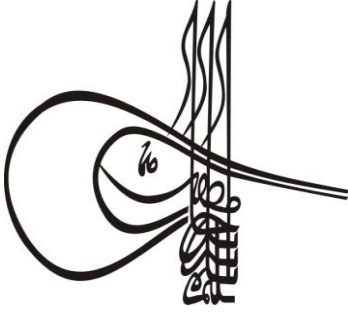




Turkish Studies

Social Sciences

Volume 13/18, Summer 2018, p. 495-508

DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.14200>

ISSN: 1308-2140, ANKARA-TURKEY

Research Article / Araştırma Makalesi

Article Info/Makale Bilgisi

✍ Received/Geliş: Eylül 2018

✓ Accepted/Kabul: Eylül 2018

✍ Referees/Hakemler: Prof. Dr. Ali Kemal YILDIZ - Prof. Dr. Mehmet MELEMEN

This article was checked by iThenticate.

KÜMELENME BAĞLAMINDA STRATEJİLERİNİN UYGULANABİLİRLİĞİ ÜZERİNE KURAMSAL YAKLAŞIMLAR: TURİZM SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ

*Hakkı ÇILGINOĞLU**

ÖZET

Kümelenme ifadesi ile belirli bir sektörde ve veya belirli bir bölgede rekabetçi avantajlarına arttırmak için işbirliği ve güçbirliği yapan hukuki kimliklerini kaybetmeden farklı bir hukuki kimlik altında birleşerek aynı amaca hizmet için bir araya gelen işletmelerin oluşturduğu bir sistemdir. Sağlık turizmi, küresel turizm pazarının en hızlı büyüyen bölümlerinden biridir. Global Wellness Tourism Congress (GWTC) 'ye göre, sağlık turizmi toplam yarım trilyon dolarlık bir pazardır ve toplam küresel turizm gelirlerinin % 14 (3,2 trilyon) 'ünü temsil etmektedir. Bu sektörün, önümüzdeki beş yıl boyunca yılda ortalama % 9.9 oranında, genel turizm oranının neredeyse iki katı oranında artarak 2017'ye kadar 678.5 milyar dolara veya toplam turizm gelirlerinin % 16'sına ulaşması beklenmektedir. Global ekonomik etkide Wellness turizmi, 2012'de dünya GSYİH'sinin % 1.8'ini sağlayan global işlerden doğrudan sorumludur. Sağlık sektöründe kümelenme ülkemiz için oldukça yeni bir kavramdır. Dünyada ise özellikle uzakdoğu ülkelerinde sıkça kullanılmaktadır. Kümelenmenin sağlık kümesi halinde yapıya dönüşmelerinin bir ülkenin dışsal ve içsel kalkınmasında rol model olacağı da açıktır. Kümelenme faaliyetlerinin sektörler için ağ etkisi yaratarak daha çok turist çekeceği bir gerçektir. Kurulacak bölgesel stratejik ortaklıklar ile hasta-doctor ilişkileri daha sistematik bir zemine oturtulabilecektir. Bu çalışmada, Porter'ın Elmas Modeli kullanılarak Türkiye'deki turizmin genel hatları sürdürülebilirlik ve rekabet edilebilirlik açısından ortaya konmuş ve toplum ve çevre üzerinde etkileri incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, kümelenme, inovasyon, Elmas modeli, Türkiye



* Dr., El-mek: huzur37@yandex.com

THEORETICAL APPROACHES ON THE APPLICABILITY OF STRATEGIES IN THE CONTEXT OF CLUSTERING: A CASE OF TOURISM SECTOR

ABSTRACT

It is a system of enterprises that combine together under a different legal identity to serve the same purpose without losing their legal identity that cooperates and cooperates in order to increase competitive advantage in a given sector or in a given region. Health tourism is one of the fastest growing segments of the global tourism market. According to the Global Wellness Tourism Congress (GWTC), health tourism is a market of a total of half a trillion dollars and represents 14% of total global tourism revenues (3.2 trillion). This sector is expected to reach 678.5 billion dollars by 2017 or 16% of total tourism revenues, an average of 9.9% per annum over the next five years, almost double the overall tourism rate. Wellness tourism is directly responsible for the global business that provided 1.8% of the world GDP in 2012. Clustering in the health sector is a very new concept for our country. In the world, especially in the Far East countries are frequently used. It is clear that clustering is a role model in the external and internal development of a country. It is a fact that clustering activities will attract more tourists by creating a network impact for sectors. With the regional strategic partnerships to be established, patient doctor relations can be placed on a more systematic basis. In this study, though the Porter's Diamond Model, an overview of tourism in Turkey is presented within the aspects of sustainability and competitiveness, and its impacts on the society and the environment are examined.

STRUCTURED ABSTRACT

Clusters are described as a relationship system formed by the firms in the interconnected industrial branches that are grouped in a specific geographical area, have a competitive advantage due to their proximity in the region, have advantages of specialized supplier and buyer (marketing) because of their location and supported by physical facilities, training and research opportunities, financial institutions and labour advantages in their region. The word cluster is defined in the Turkish language institution dictionary as the whole, team, group, group of things that are similar or similar. The word clustering is defined as clustering job. Health tourism is one of the fastest growing segments of the global tourism market. According to the Global Wellness Tourism Congress (GWTC), health tourism is a market of a total of half a trillion dollars and represents 14% of total global tourism revenues (3.2 trillion). This sector is expected to reach 678.5 billion dollars by 2017 or 16% of total tourism revenues, an average of 9.9% per annum over the next five years, almost double the overall tourism rate. Medical tourism, which has a direct impact on the globalization of Health Services, is the most powerful area with direct growth potential in other areas of health tourism. This market is expected to be concentrated in developing countries of the world. Developing countries are increasingly turning to technological advances and quality services in the medical and health care sector. The locomotive

of the global medical tourism market is Asia. It is estimated that this market will bear strong growth in Asian countries until 2020. Wellness tourism is directly responsible for the global business that provided 1.8% of the world GDP in 2012. Turkey is an advantage in terms of its international health tourism service prices, its geopolitical position, its proximity to the Far East and European countries according to India, its first place in Europe and seventh place in the world in terms of thermal resources. Given the current geographical location of our country, its desire to join the European Union, its healthcare transformation project, the situation of the private health sector and the developments in tourism, the seriousness of health tourism and the economic value it will bring to the country is considered quite big. In this study, though the Porter's Diamond Model, an overview of tourism in Turkey is presented within the aspects of sustainability are examined. The concept of clustering has been adapted to the specific characteristics of the tourism activity, which depends on the local base of the product and the joint action of the companies involved in the tourism sector of the region. In addition, there are other related features such as the presence of a variety of institutional infrastructure to support information exchange between companies, institutions and individuals involved in clustering, socio-cultural identity, collective competitive advantages, and the simultaneous regulation of strategic actions and cooperation between agents.

The concept of Tourism clustering (adapted by Montfort from Porter agglomeration)

The theoretical basis of clustering is the reasons of International Economics. Clustering in literature, A. Marshall's theory of regional concentration "is based on the A. Smith's theory of absolute supremacy and D. Ricardo's comparative advantage theory "has a very important place in the formation of the clustering theory. The essence of Smith and Ricardo's theories is that the concentration of countries in industries where countries are absolute or comparative superiority will be in the favour of the countries. The foundation of international economics and cluster theory is intensifying. Clustering, supplier, customer, vendor firms and demand and factor conditions, firm strategy and related supporting institutions are the result of factors such as the concentration of regional industries, clustering is the basis of the theory.

In the literature, the origin of the studies related to the clustering approach is based on the studies of Alfred Weber in 1909. In fact, this study was evaluated in the context of external economies taking into account the differences in regional stocking advantages (Dinler, 2012: 14). A significant part of the studies related to the concept of clustering in Turkey is literature survey. One of the studies carried out in the health sector was carried out for Muğla province. In addition to the traditional tourism sector with high competitiveness, according to the results of the research conducted in the Province, maritime tourism, sports tourism and health tourism has been envisaged to be developed as a priority. In this framework, cluster strategies were put into practice by assigning roles in the province. System modeling is also reviewed.

Keywords: Tourism, clustering, innovation, diamond model, Turkey

1.GİRİŞ

Kümelenmenin teorik temelini uluslararası iktisadın nedenleri oluşturmaktadır. Literatürde kümelenme, A. Marshall'ın "Bölgesel Yoğunlaşma" teorisine dayandırılmakla birlikte A. Smith'in "Mutlak Üstünlükler Teorisi" ve D. Ricardo'nun "Karsılaştırmalı Üstünlükler Teorisi" kümelenme teorisinin oluşumunda çok önemli bir yere sahiptir. Smith ve Ricardo'nun teorilerinin özü ülkelerin mutlak ya da karşılaştırılmalı olarak üstün olduğu endüstrilerde yoğunlaşmalarının ülkelerin kendi lehine olacağını belirlemektedir. Uluslararası iktisadın ve küme teorisinin temelini yoğunlaşma oluşturmaktadır. Kümelenme, tedarikçi, müşteri, satıcı firmalar ile talep ve faktör koşulları, firma stratejisi ve ilgili destekleyici kurumlar gibi faktörler sonucunda oluşmakla birlikte bölgesel endüstrilerin yoğunlaşması, kümelenme teorisinin temelini oluşturmaktadır.

Literatürde kümelenme yaklaşımı ile ilgili yapılan çalışmaların kökeni 1909'da Alfred Weber'in çalışmalarına dayanmaktadır. Temelde bu çalışma yöresel yığılma avantajlarındaki farklılıkları göz önüne alarak dışsal ekonomiler kapsamında değerlendirilmiştir (Karataş ve diğerleri, 2012: 14).

Porter (1998), yığılmayı (agglomeration) ilişkili kuruluşları, ilişkili kurumları ortak ve tamamlayıcı unsurlarla bağlantılı belirlenmiş bir alanda yoğunlaştıran bir coğrafi meclis olarak tanımlamıştır. Bu kümelerin rekabeti geniş ölçüde etkilediğini ve üç şekilde rekabet avantajı yarattığını şöyle özetlemiştir:

- ✓ Kümelenmiş şirketlerin verimliliği artmaktadır;
- ✓ Kümelenme gelecekteki verimlilik artışının temelini oluşturan yenilikçiliğin yönünü ve hızını arttırmaktadır ve son olarak,
- ✓ Kümelenmeyi genişleten ve güçlendiren, erdemli bir daire veya olumlu geribildirim oluşturan yeni işletmelerin oluşumunu teşvik etmektedir.

Eksiksiz bir kümelenme, sistemle ilişkilerin bir sonucu olarak rekabet edebilirlik, çevresel ve kültürel sürdürülebilirlik, yaşam kalitesi ve sinerji ile ilgili özelliklerin yanı sıra diğer bazı teknoloji ile ilgili özellikleri içermelidir.

Turizm kümelenmesi kavramı Montfort tarafından Porter Aglomerasyon kavramından uyarlanmıştır. Montfort karakteristiklerin ve bileşenlerin bir kümesini belirtirken, kümelenmeyi tanımlarken şirket ağlarını oluşturacak temsilciler ve işbirliği arasındaki uyumunu vurgulamıştır (Leahy, 2008).

Pike, (2005)'e göre, İşletmeler ve kurumlar ile bir turizm grubu arasındaki ilişkiler iki şekilde anlaşılabilir. Bunlar;

- ✓ Yatay - Anlaşmaların iki çeşit olabildiği stratejik ittifaklar kurulması yoluyla: bir taraftan, aynı ana faaliyete sahip işletmeler arasındaki anlaşmalar, diğer bir deyişle barınma, eğlence, ulaşım ve yiyecek içecek hizmetleri alan işletmeler arasında yapılan anlaşmalar. Öte yandan, aynı müşteri memnuniyeti grubuyla çalışan, ancak müşterilere farklı ürün bileşenleri sunan işletmeler arasındaki anlaşmalar (turizm hizmeti);
- ✓ Dikey - Stratejik ağların oluşturulmasıyla, ortakların arasında tek taraflı bir tedarikçi müşteri ilişkisinin kurulması durumunda, anlaşmanın nesne etkinliklerinin çıktılardan diğerine geçmesini sağlayacak şekilde bir bölüm tarafından yerine getirilmesi sağlanır.

Woodward (2005) Kanada'nın Vancouver şehrindeki yakıt pili kümelenmesini analiz etmişlerdir. Çalışmada sonuç olarak Vancouver'ın diğer bölgesel inovasyon kümelerinin aksine daha global boyutta olduğunu ve uluslararası otomotiv yakıt pili AR-GE çalışmaları için önemli bir merkez olacağı dile getirilmiştir. Bunun en önemli nedeni de gerek kamu gerekse özelde bölgeye büyük yatırımların olması ve bu teknolojinin sonucunda ülke için daha önemli ve büyük çıktılar elde

edilmesidir. Mattoon ve Wang (2014), çalışmasında ABD'nin beş önemli sanayi şehri ele almış ve her şehrin ticari kümelenmesini, yani ihracat endüstrisi ve ekonomik performans arasındaki ilişkiyi istihdam ve ücret açısından ele almıştır. Sonuç olarak aynı küme içinde olsalar bile farklı şehirlerde istihdam yapısının ve ücretlerin farklılık gösterilebileceği görülmüştür. Chicago gibi büyük şehirlerdeki yüksek ücretlerin hem yaşam maliyeti hem de daha yüksek işgücü verimliliği açısından açıklayıcı olabileceği çalışmada belirtilmiştir.

Fornahl vd. (2015) çalışmasında kümelenme döngüsünü incelemiş, kümelerin yaşam döngüsünün endüstriden neden farklılaştığı ve bu kümelerin içsel ve dışsal dinamiklerden nasıl etkilendiğini araştırmıştır. Fornahl vd. göre kümelenmeyle ilgili gelecekteki araştırmalar, endüstrilerin, teknolojilerin ve kurumların evrimini anlamaya yardımcı olması açısından gereklidir.

Kümelenmeyle ilgili bir diğer teorik çalışmada ise Burkett (2007) kümelerle ilgili yeni fikirler üretmek için kümelerle farklı tanımsal yaklaşımlar getirmiştir. Bu yaklaşımların sonucunda ise kümelerle dikey, yatay ve yanal (lateral) aktörlerle bağlantılı bir şekilde dizayn edilmiş 'değer katan ağlar' tanımlaması getirmiştir.

Beni (2003)'e göre turizm kümesi, yüksek kaliteli ekipman ve hizmetler, sosyal ve politik birleşim, üretken zincir ve ilişkisel kültür arasındaki bağlantı ve şirket ağlarındaki mükemmel yönetimin karşılaştırmalı ve rekabetçi olmasını sağlayan sınırlı bir coğrafi bölgede vurgulanan turistik mekanlardan oluşan bir gruptur.

Türkiye'de kümelenme kavramıyla ilgili yapılan çalışmaların önemli bir kısmı literatür taraması şeklindedir. Bu çalışmalardan bazıları Dulupçu vd., 2010; Eroğlu ve Yalçın, 2013; Bozkurtoglu, 2013'nun yaptığı çalışmalardır. Çağlar (2006) tarafından yapılan çalışmada yerelleşme ile bölgesel kalkınma için kümelenmelerin güçlendirilmesinin önemini vurgulamış, ancak özel sektör ile diğer kurum ve kuruluşların kümelenmeye uygun sektörlerdeki şirketlerin rekabet gücünü ne ölçüde etkileyebileceği üzerinde durulmamıştır.

Akbay (2014), yılındaki çalışmasında ise kümeler ve kümelenme girişimleri hakkında genel bilgi verildikten sonra, çeşitli ülkelerde uygulanan kümelenme girişimleri, Türkiye'de kümelenme çalışmaları ve başarılı kümelerden örnekler vererek, Türkiye'de kümelenme faaliyetlerinde başarı sağlanması için öneriler sunmuşlardır. SWOT analizi yapılarak Türkiye'de kümelenme kavramının incelenmesi sağlanmıştır.

Tutar (2009), çalışmasında kümelenmenin yerel kalkınma ile ilişkisini incelemiştir. Çalışmada Türkiye'nin kümelenme modeli çerçevesinde SWOT analizi yapılmıştır. Buna göre Türkiye'nin güçlü bir kümelenme avantajına sahip olduğu çalışmada belirtilmiştir. Ancak geri kalmış bölgelere hangi sektörlerde kümelenme modeli oluşturulabileceği ve yerel kalkınmaya nasıl bir etki edeceği çalışmada yer almamıştır.

Bozkurtoglu (2013), çalışmasında Türkiye'deki kümelenmelere örnekler vermiş fakat çalışmasında bu kümelenmelerin bölgesel kalkınmayı ne ölçüde etkilediği ve bölgelerdeki diğer kurumlar ve özel sektör ile ne derece bağlantı kurabildiği konularına değinmemiştir.

2. KÜMELENME KAVRAMININ GELİŞİMİ

Kümelerde, coğrafi açıdan birbirine yakın ve birbiriyle ilişkili firmalar, yan sanayi ve hizmet tedarikçileri, ilişkili sektörler ve üniversiteler, araştırma ve eğitim enstitüleri, kalkınma ajansları ve odalar gibi kurumlar belirli bir rekabet içerisinde işbirliği yapmaktadırlar.

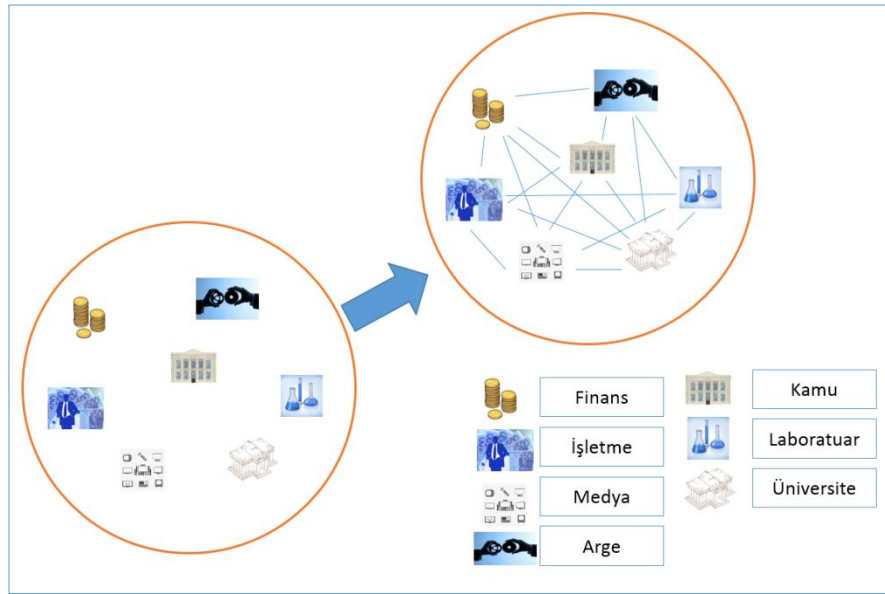
Kümelenme (clustering) kavramı bölgesel kalkınma modeli altında Porter'cı bir yaklaşım altında değerlendirilmiştir

Perroux ile büyüme kutupları temel fikri ortaya atılmıştır Bu, ekonomik kalkınma ya da büyümenin bütün bir bölge üzerinde tek biçimli olması değil, bunun yerine belirli bir kutup (veya

küme) etrafında gerçekleşmesini içermektedir. Bu kutup yoğunlukla doğrudan ve dolaylı etkiler yoluyla birbiri ile bağlantılı endüstrilerin geliştiği çekirdek (ana) endüstrilerle karakterize edilmiştir. Temel endüstriler, otomotiv, havacılık, tarım, elektronik, çelik, petrokimya gibi çok çeşitli sektörleri içerebilir. Doğrudan etkiler, çekirdek endüstrinin tedarikçilerinden mal ve hizmet satın alması veya müşterilerine mal ve hizmet tedarik etmesi anlamına gelmektedir. Dolaylı etkiler, perakende gibi ekonomik faaliyetlerin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasını destekleyen çekirdek ve bağlantılı endüstriler tarafından istihdam edilen insanlar tarafından mal ve hizmet talebini içerebilir (Chapman vd., 2005: 598-600).

Bu teori 1950'li ve 1960'lı yıllarda popülerliğinin zirvesine ulaşarak, birçok ülkenin bölgesel politikalarında (örneğin Fransa ve İtalya) kullanılmıştır. İtici endüstriler arasında otomotiv endüstrisi, çelik ve kimya yer alıyordu. Bu sorunlu bölgelerin gelişmesi için yeni imalat tesislerinin bulunduğu yerler gelişmekte olan bölgelere (örneğin güney İtalya) yönlendirilmiştir (Blazek ve Uhlir, 2002).

Porter (1990), rekabet avantajının yalnızca firmanın ürün ve organizasyonunda acımasız iyileştirmelerle sağlandığını belirtmiştir. Gerçekten de coğrafi yoğunlaşmanın, örgütsel gelişme ve teknolojik yenilik için önemli olduğu görülmüştür (Baptista and Swann, 1999). (Şekil 1).



Şekil 1. Porter'a Göre Küme Kavramı (Porter, 1990).

Kümelenme içindeki bilginin yoğunlaşması ve birikimi, artan beşeri sermayeyi küme içine çekecek ve bilgi alışverişi daha gayri resmi olma eğiliminde olduğu için, bilginin bölge dışına yayılması kısıtlı olacaktır. Arthur (1990), güçlü kümelenmelerin daha fazla firma çekmek eğiliminde olduğunu ve güçlü yenilikçi rekoru olan bölgelerin daha fazla yenilik elde etmede avantajlı olduğunu belirtmiştir.

2.1. Küme Türleri

Genel olarak bakıldığında kümelenmeler iki farklı biçimde oluşmaktadır. Birincisi kendiliğinden oluşan doğal kümeler, ikincisi yapay olarak oluşturulup desteklenen kümelerdir. İlk biçimdeki kümelenmelerde belli bir sektörde birbirleriyle mal ve hizmet, girdi-çıktı ilişkisi olan firmaların kendiliklerinden belli bir coğrafi mekânda toplanmaları şeklinde küme oluşumu gözlenirken, ikinci biçimde ise benzer nitelikteki üretici firmaların birbirleriyle ilişkili oluşları

itibariyle özel sektör liderliği, finansal destek ya da hükümet kanalı ile desteklenerek belli bir coğrafi alanda yoğunlaşmaları söz konusudur (Sayın, 2007).

Kümelenmeler her bölgenin ya da sektörün yapısına göre farklı özellikler taşır. Sanayi, hizmet, tarım sektörlerinin iç yapılarındaki farklılıklar bu sektörlerdeki firmaların yapıları ve bölgeye has özellikler kümelenmelerin ana felsefesine uygun olmakla birlikte şekilde, ayrıntılarda ve isimlendirilmelerde farklılık göstermektedir. OECD'nin küme ayırımı kümelerin coğrafi boyutu ve fonksiyonu ile ilgilidir. Bu ayrıma göre kümeler ve fonksiyonları şu şekilde özetlenebilir.

-Makro Boyutta Kümeler (Mega kümelenmeler):Ulusal ekonomilerin özel leşmiş biçimlerini oluştururlar. Aynı zamanda sınır ötesi ilgili tüm kümelenmelerle işbirliğini gösterirler.

-Mezo boyuttaki Kümeler (Sektörler arası kümelenmeler):Rekabetçi avantajların stratejik analizi, endüstriler arası ilişkiler, kümelenme genişlemesinin nicel boyutları ile ilgili kümelerdir.

-Mikro boyuttaki Kümeler (Firmalar arası bağlantılar) :Küçük ölçekli kümelerin belirlenmesi, işbirliği projelerinin geliştirilmesi ile ilgili çalışırlar.

Doolin vd. (2009), makro seviyedeki kümelenmelerin girdi çıktı analizleri için daha uygun olduğunu bu sayede ulusal endüstri üretiminde bağımlılık ilişkilerinin daha net görülebileceğini belirtir. Bununla beraber ulusal çapta inovasyon sistemlerinin geliştiği alanlarda ise inovasyona dayalı kümelenmelerin öne çıktığı görülmektedir.

Kümeler işlevleri, çıktıları ve amaçları doğrultusunda üç başlıkta altında toplanmaktadır. Bunlar; sanayi kümeleri, yenilikçi kümeler ve risk kümeleridir (Cansız, 2011).

-Sanayi Kümeleri: Genellikle KOBİ'lerin oluşturulduğu nihai ya da ara mal üretiminde firmaların işbirliğine gittiği, yenilikçiliğin ve rekabetçiliğin hedef alındığı coğrafi mekân avantajının kullanıldığı küme türleridir. İmalat sanayisinde görülen firma kümelenmeleri bu tür kümelenmelere örnek gösterilebilir.

-Yenilikçilik Kümeleri: Bu tür kümelenmelerin esas itibariyle odağında yenilikçilik ve inovasyon bulunur. Firmalar daha çok bilgi tabanlı üretim alanında faaliyet gösterirler. Bu tür kümelenmelerde bilgiye dayalı yenilikçilik anlayışı hâkimdir. Firmalar bütçelerinden önemli sayılabilecek bir payı hem bireysel hem de işbirliği içerisinde AR-GE faaliyetlerine ayırırlar. Ortak AR-GE faaliyetleri küme içerisinde pozitif dışsallıklar oluşturarak ana hedeflere ulaşılmasını sağlar.

-Risk Kümelenmesi: Bu tür kümelenmeler hizmet sektörü içerisinde değerlendirilirler. Genellikle yeni şirketlerin kuruluşu ve sürdürülebilirliği ile ilgilenir. Bu tür girişimlerde daha çok diğer iki küme türündeki firmalara bilgi, mevzuat, danışmanlık gibi destekler verilir. Risk kümelenmesine örnek olarak finansal kurumlar, hukuk firmaları, mali müşavirlik hizmetleri vb. meslek gruplarını göstermek mümkündür.

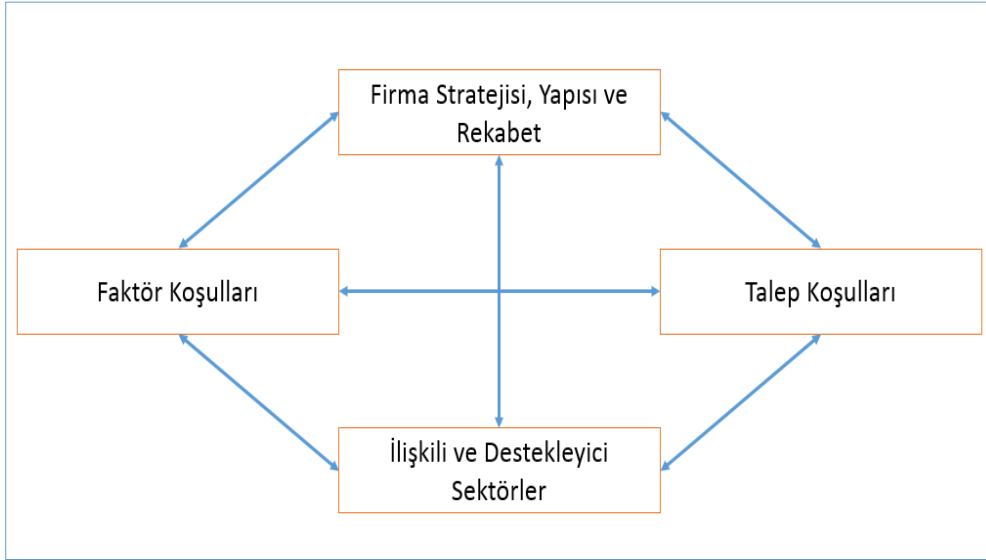
Her üç kümelenme türünün işlevi, çıktıları, amaçları ve aktörleri aşağıdaki Tablo.1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Kümelerine Göre Amaçlar (Cansız, 2011'den aktaran Duru(2014).

KÜMELER	İşlev-Çıktı	Amaç	Aktörler
Sanayi Kümesi	Üretim-Ürün	Verimlilik ve rekabetçilik	İşletmeler ve destek kuruluşları
Yenilikçi Küme	Yenilik-Yeni ürün ve süreçler	Bölgesel yenilik sistemi	AR_GE, Yenilik, Start-Up, Üniversite TTO vs
Risk Kümesi	Yeni girişimler	Küme girişi ile bölgede canlanma	Yeni girişim destekleme fonksiyonuna sahip işletmeler

3. ELMAS MODELİ KÜMELENME İLİŞKİSİ VE REKABET GÜCÜ

Küme kavramı ilk kez Michael Porter'ın 1990'da yayınlanan "Ulusların Rekabet Üstünlüğü" adlı kitabında yer almıştır. Porter'a göre kümeler ulusal/bölgesel rekabet edebilirliğin kalbinde yer almaktadırlar. Porter, sektörlerin/şirketlerin rekabet gücü ve bunu yaratan faktörlerin analizi konularında değişik ülkelerden birçok örnekle yürüttüğü çalışmalar sonucunda bir ülkenin/bölgenin rekabet edebilirliğinin temelinde yatan dört ana unsuru "Elmas Modeli" çerçevesinde ortaya koymuş ve bu unsurların ilişkisini kümelenme yaklaşımı çerçevesinde ele almıştır (Şekil 3).



Şekil 3. Elmas Modeli (Porter, 2011).

Yatırımların belirli büyüme kutuplarında ya da çekici merkezlerde yoğunlaştırılması konusu bölgesel kalkınma politikaları içerisinde yer alan temel yaklaşımlardan biridir. İkinci bölümde de belirtildiği üzere, François Perroix tarafından ortaya konan "Büyüme Kutbu" yaklaşımına göre, bir bölgede nüfusun ve büyük ölçekli ekonomik etkinliklerin yoğunlaştırılması sonucunda böyle bir kutbun meydana getirilmesiyle, bölge, daha önce elde edemediği büyüyen ölçekten doğan kimi kazanımlardan elde etmeye başlamaktadır.

Büyüme kutuplarının nispeten geri kalmış bölgeler içinde seçilmesiyle, hem yığılmanın yararlarını elde etmeye, hem de bölgesel dengesizlikleri, hafifletmeye olanak bulduğu ileri sürülmektedir. Özellikle, Fransa'da ve Amerika'da başarılı örnekleri olmakla birlikte, 1960'lı yıllardaki bölgesel politika araçlarının genel özelliklerine sahip oluşu büyüme kutbu yaklaşımının uygulanmasının sınırlı kalmasına neden olmuştur (Keleş, 2000).

Büyüme kutbu yaklaşımı uygulamalarının yeterince başarılı olamamasının nedenleri arasında, kurumsal kapasitenin varlığı, işleyen yerel pazar, dinamik endüstriyel faaliyetler gibi teoride yer alan ancak geri kalmış bölgelerde yetersiz olan bazı temel ön şartların bulunması gösterilmektedir. Ayrıca, yukarıdan aşağıya uygulama yaklaşımı, büyük ölçekli sermaye yoğun yatırımları gerektirmesi ve bölgelerin geri kalmışlığının ardında yatan iktisadi olmayan faktörlerin göz ardı edilmesi gibi nedenlerden dolayı uygulamada bazı problemlere neden olmuştur (OECD, 2001).

Ancak, büyüme kutupları teorisinin bölgesel kalkınma açısından geçerliliğini sınırlayan faktörlerin teorik olmaktan öte hatalı uygulamalardan ve uygulamada yaşanan sorunlardan kaynaklandığı, bu nedenle büyüme kutbu yaklaşımının tekrar değerlendirilmesi, yapılan hataların

önlenmesi ve diğer kalkınma modelleriyle birleştirilmesinin uygun olacağı ileri sürülmektedir (Ciciotti, 1998).

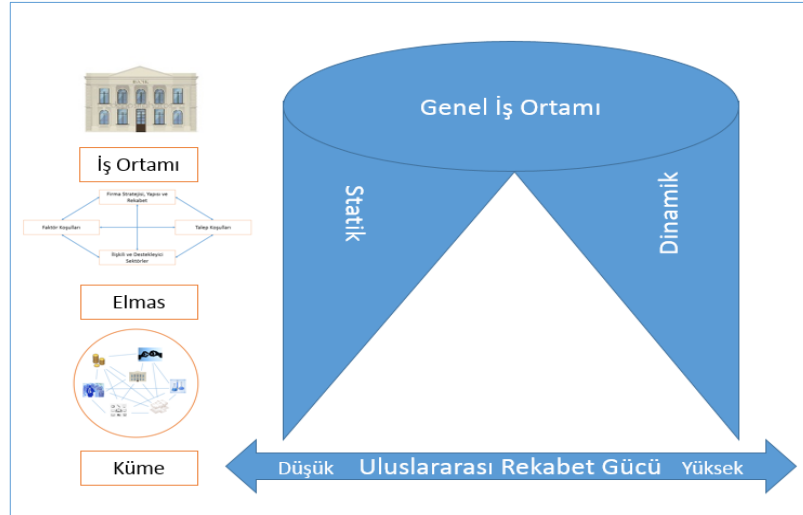
Bu çerçevede, geri kalmış bölgelerin yapısal açıdan ve fonksiyon yönünden eksikliklerini gidermenin yolunun, yeniliğe dayanan bir içsel büyümenin başlatılması olarak görülmekte ve yeniliğe dayalı içsel kalkınma yaklaşımının büyüme odakları ve kalkınma merkezleri yaklaşımlarıyla entegre edilmesi yönünde değerlendirmeler bulunmaktadır.

Nitekim bölgesel rekabet edebilirlik çalışmaları da François Perroix tarafından ortaya konan büyüme ve yığılma ekonomilerine yoğunlaşmaktadır (OECD, 1996). Metropoller, büyüme odakları ya da kent-bölgeler, bir kent ile sosyal ve ekonomik açıdan ilişkili olduğu ardıl bölgenin (hinterland) kalkınması arasındaki ilişki açısından son dönemde özellikle vurgulanan kavramlardır. Bir bölgedeki bazı kentler, küreselleşme sürecinde daha hareketli olan dış yatırımları ve kalifiye işgücünü çekecek mıknatıslar olarak işlev görebilmektedir.

Ayrıca, kalkınmanın ilk aşamalarında ya da AB gibi ekonomik topluluklara yakınsama sürecinde bölgesel farkları gidermek üzere kamu yatırımlarının çok fazla dağıtılmasının belirli büyüme kutuplarının gelişimini sınırladığı gibi, ulusal büyüme oranlarının artmasını ve yakınsamayı geciktireceği düşünülmektedir.

Ülke genelinde ekonomik büyümenin sağlanabilmesi için, büyüme odaklarının çok önemli bir rol üstlendiği, güçlü bilgi altyapıları ve yenilikçi faaliyetleri ile bölge içindeki ve dışındaki işletmelere hizmet verdikleri, bölgelerinde iş olanaklarını, büyümeyi ve başarı fırsatlarını artırdıkları, ürettikleri refahın ise zaman içinde çevrelerindeki alanlara yansıtacağı veya dağılacağı (spill-over) ve az gelişmiş bölgelere aktarılabilmesi ileri sürülmektedir (Tolunay ve Akyol, 2006).

Büyüme odaklarının oluşturulması yönündeki ulusal politikalar az gelişmiş bölgeleri daha fazla güçlendirmek ya da yüksek nitelikli iktisadi faaliyetlerin merkez dışındaki bölgelere taşınması amacını içermektedir. Fransa ve Japonya bu tip büyüme odağı yaklaşımı açısından öncü uygulamalar barındırmaktadır. Amaç, ileri teknoloji yatırımlarını ve kalifiye işgücünü hedeflenen alanlara çekmektir (OECD, 2001).



Şekil 4. İş Ortamı, Elmas Modeli ve Kümelenme İlişkisi (Bulu ve Eraslan, 2004).

Günümüzde yukarıdan aşağıya, merkezi planlamaya dayalı, merkezi yönetimlerin söz sahibi olduğu ve büyük kamu yatırımları ile büyük sanayi tesisleri çerçevesinde, bölgelerde Büyüme Kutupları oluşturulmasına dayalı yaklaşımdan, bölgesel ve yerel yönetimlerin ortaklık anlayışıyla kalkınma sürecinde söz sahibi olduğu ve yenilikçilik ile KOBİ'lere dayanan "rekabet edebilirlik

odaklarının oluşturulmasına doğru ilerleyen bir dönüşüm yaşanmaktadır. Ulusal kalkınmanın sağlanması ve bölgelerin rekabet edebilirliğinin geliştirilmesinde bu yaklaşımın çok önemli roller üstleneceği düşünülmektedir.

4. SWOT ANALİZİ VE TURİZMDEKİ ÖNEMİ

Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'nun 2009 yılına ait "Sağlık Kümesinin ülke düzeyinde uygulanması için pratik bir kılavuz" çalışmasında sağlık kümelenmesine ait yapılabilecek analizler içerisinde SWOT analizinin yararlanılabilecek bir analiz türü olduğu belirtilmektedir. Dünya sağlık örgütüne göre yararlı olabilecek analiz araçları şunlardan oluşmaktadır (WHO, 2009):

- ✓ Sağlık durumu ve sağlıkla ilgili müdahale eylemlerini etkileyebilecek veya bunlardan etkilenebilecek tüm "paydaşların" çıkarlarını tanımlamak için paydaş analizi (her durumda gerekli);
- ✓ SWOT (güçlü yönler-zayıf yönler-fırsatlar-tehditler) analizi; Kuvvet alanı analizi (belirli bir karara veya hareket yoluna karşı ve bu kuvvetleri inceleme);
- ✓ Etki analizi (bir sistemde önerilen değişikliklerin sonuçlarını öngörerek);
- ✓ Çatışma analizi ya da çatışma ya da baskı herhangi bir durumda "zarar vermeme(Do-No-Harm)" analizi.

SWOT analizi (güçlü, zayıf yönler, fırsatlar ve tehdit analizi), bir projenin, ürünün, mekanın veya kişinin yaşanabilirliğini etkileyebilecek iç ve dış faktörleri tanımlamak ve analiz etmek için bir çerçevedir.

Çerçeve, 1960'lar ve 1970'lerde Stanford Research Institute (SRI) 'da yaklaşımı test eden Albert Humphrey'e yaptırılmıştır. SWOT analizi, karar vermede yardımcı olarak her tür kuruluş tarafından kabul edilmiştir.

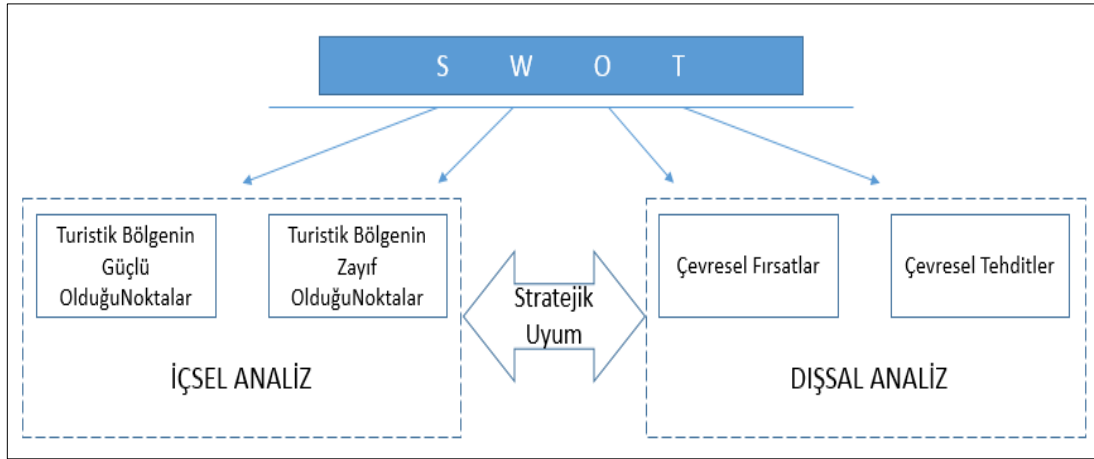
Ayrıca da anlaşılabileceği üzere, SWOT analizi dört ögeyi incelemektedir (Büyükalaca ve Gül, 2009) Bunlar,

- ✓ Güçlü yönler: Başarılı sonuçları destekleyen içsel nitelikler ve kaynaklar.
- ✓ Zayıflıklar: İç, başarılı bir sonuç karşısında çalışan kaynakları özümser niteliktedir.
- ✓ Fırsatlar: Projenin yararlanabileceği veya elde edebileceği dış faktörler.
- ✓ Tehditler: Projeyi tehlikeye atabilecek dış faktörler.

SWOT analizi, kümelerin rekabet edebilirliğini etkileyen temel iç ve dış faktörleri tanımlamaktadır. Kümelerin kaynaklarını, içinde faaliyet gösterdikleri rekabet ortamıyla eşleştirmesine yardımcı olmayı amaçlamaktadır.

Analiz, kurum üzerindeki etkilerine bağlı olarak iç etkenleri güçlü veya zayıf olarak görüntüler. Bir hedefe ilişkin güçlü yönleri temsil eden şey, başka bir hedef için zayıf yönler (dikkat dağıtıcı, rekabet) olabilir.

SWOT analizi birçok sektör ve bilim dalının pazarlama, stratejik planlama ve yönetim gibi konularında, araştırmacı ve bilim adamlarınca çeşitli amaçlarda uygulanmaktadır. Herhangi bir organizasyon veya işletmenin çevresi ile olan etkileşiminin detaylı olarak irdelenmesini sağlayan bir analiz metodudur (Gökçe, 2006: 10). (Şekil 5).



Şekil 5. SWOT Analizi (Gökçe, 2006).

SWOT analizi içeriğinde yer alan güçlü ve zayıf yanlar işletme veya örgütün içsel yetenekleri ile ilgili ifadeleri barındırırken, fırsat ve tehditler genellikle örgüt dışsal ifadelerini içermektedir (Tek, 1997: Dinçer, 2004: Cebecioğlu, 2006).

Wheelen ve Hunger'a göre SWOT analizi, organizasyonların kapasitelerindeki mevcut farklılıkları değişik stratejiler şeklinde ortaya koyan ve bu ayırt edici özellikteki farklılıkların tespiti sayesinde de işletmeye büyük avantaj sağlayan bir metodolojidir (Wheelen ve Hunger, 1992).

SWOT analizinin ilk kısmı, kontrol edemediğimiz ancak işimiz üzerindeki etkisini artırmak veya azaltmak için yönetebileceğimiz sorunlarda işimizin dışına bakmayı gerektirir. Dış faktör değerlendirmesi (EFE) matrisi, mevcut iş koşullarının değerlendirilmesi için sıklıkla kullanılan stratejik yönetim aracıdır. Bir işletmenin karşı karşıya bulunduğu fırsatları ve tehditleri görselleştirmek ve öncelik vermek için kullanılan iyi bir araçtır. Dinçer (2004), dış analiz yararlarının şunları içerdiğini belirtmiştir:

- ✓ Çevresel değişiklikler konusunda yönetim bilincinin artırılması.
- ✓ Kaynakların tahsis kararlarını iyileştirmek.
- ✓ Risk yönetiminin kolaylaştırılması.
- ✓ Erken bir uyarı sistemi olarak davranmak.
- ✓ Stratejik değişimin başlıca etkilerine odaklanılması.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kümelenme olgusu, sürekli artan sayıda kanıtı olan turizm sektöründe giderek daha popüler hale geliyor, birlikte hem doğrudan hem de dolaylı olarak turizm ürünleri ve hizmetleri sunan farklı kuruluşlar operasyonlarında birbirlerinin faaliyetlerine katılarak birliktelik göstermektedirler. Günümüzde geleneksel kümeler, bu tür bağlantılar (teknolojik ilerleme, kolay iletişim, dünyanın dijitalleşmesi, uzaktan, çevrimiçi işbirliği) yaratan varlıkların coğrafi yakınlığı ile daha az ilişkili olmasına rağmen, bu yönler, işbirliği bağlantılarının oluşturulmasında ve geliştirilmesinde belirleyici olmaya devam etmektedir. Turizmde, potansiyellerine katılmak, sinerjinin ve ölçeğin etkilerini kullanmak için çok sayıda kişi arasındaki işbirliği için başlangıç noktası, belirli bir alanın büyük çekiciliğidir ve doğal cazibe merkezleri sayısı ile ölçülür; insan faaliyetinden (peyzaj, iklim, arazi özellikleri, doğal anıtlar, vb.) yanı sıra mimari, folklor, mutfak, konaklama, yerel toplumun yaşam tarzı, vb. için önem arz etmektedir. Bir alanda bu tür cazibe merkezlerinin birikimi, turistik bölgelerin yaratılması ve geliştirilmesi anlamına gelir. Turist hizmetleri sağlayan varlıkların işbirliği bağlantıları oluşturabileceği ve oluşturması gereken bölgelerde bulunur. Bir bölgenin doğal potansiyeli (çekiciliği), bir küme inşa etmek için bir temel oluşturur, ancak işleyişi ve gelişimi,

ekonominin başka hiçbir sektöründe olduğu gibi, maliyet ve faydalarına katılarak bir kümenin faaliyetlerine dahil olabilen altyapı, servis sağlayıcıları ve tedarikçiler, iş ortamı ve kamu kurumları gibi diğer unsurları da gerektirir.

KAYNAKÇA

- Ada Altun, A. (2011). Kümeleme analizi ile AB ülkeleri ve Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınma açısından değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29, 319-332.
- Akbay, M. (2014). Türkiye'de Kümelenme Çalışmaları İnceleme Raporu, Read Paper www.academia.edu/10339385 (Erişim Tarihi: 20.06.2018).
- Alsaç, F. (2010). Bölgesel Gelişme Aracı Olarak Kümelenme Yaklaşımı ve Türkiye İçin Kümelenme Destek Modeli Önerisi, Planlama Uzmanlığı Tezi, DPT, Ankara.
- Arthur, W. Brian (1990). "Competing Technologies, Increasing Returns, and Lockin by Historical Events." *Econ. J.* 99: 116-31.
- Baptista, R., ve Swann, P. (1998). 'Do Firms in Clusters Innovate More?', *Research Policy* 27, 525–540.
- Bayramoğlu, T., Ari, Y.O., ve Durmaz, A. (2016). Bölgesel Kalkınmada Kümelenme Yaklaşımı; Bayburt İlindeki Arıcılık Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*: Cilt:6, Sayı:3, ss:903-916.
- Beni, M. (2003). Como Certificar o Turismo Sustentável?. *Revista Turismo Em Análise*, 14(2), 5-16. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v14i2p5-16>.
- Blažek, J., ve Uhlíř, D. (2002). *Teorie regionálního rozvoje. Nástin, kritika, klasifikace*. Karolinum, Praha, 211 s.
- Bozkurtoglu, S. (2013). 'Kümelenme Modeli ve Türkiye'de Kümelenme Çalışmaları', İzmir Ticaret Odası.
- Breschi, S., ve Malerba, F. (Eds) (2005). *Clusters, networks and innovation*. Oxford: Oxford University Press.
- Bulu, M., ve Eraslan, I.H. (2004). Kümelenme Yaklaşımı, İsmail Bakan (ed.), *Çağdaş Yönetim Yaklaşımları*, Beta Basım Yayım A.Ş., İstanbul.
- Burkett, L. (2007). "Medical Tourism, Concerns, Benefits, and the American Legal Perspective". *Journal of Legal Medicine*. V. 28. S. 2. pp. 223-245.
- Büyükalaca, O., Gül, A., Turk Efeoğlu, İ.E., Ergün, B., Keleş, C., Ashı, A.A., ve Yakut, E. (2009). *Osmaniye İli SWOT Analizi*. Erişim Adresi:<http://osmaniye.edu.tr/dosyalar/pdf/02042010swot.pdf> (02 Haziran 2018).
- Cansız, M. (2011). Türkiye Kümelenme Politikaları ve Uygulama.1. Basım, Organize Sanayi Bölgeleri Üst Kurulu Yayınları, Ankara, 156 s.
- Cebecioğlu, C. (2006). *SWOT Analizi ve Bir İşletme Üzerine Uygulama*. Gebze: Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Chapman, D., Dickins, I., Dixon, A., Larkham, P., ve Pratt R. (2003). Concepts and definitions of corridors: evidence from England's Midlands. *Journal of Transport Geography*, Vol.11, no.3, pp. 179-191.

- Ciciotti, E. (1998). Innovation and regional development in a new perspective: the challenge for action in underdeveloped regions. *Progress in Planning*, 49, (3/4) 133-144.
- Cortright, J. (2006). *Making Sense of Clusters: Regional Competitiveness and Economic Development*. Washington, DC: Brookings
- Crouch, G. I., ve Ritchie, J. R. (1999). "Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity". *Journal of Business Research*. V. 44. N. 3. pp. 137 – 152.
- Dinçer, Ö. (2004). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. 7. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.
- Dinçer, M. A. M., ve Yıldız, G. (2016). Yüksek Rekabet Ortamında Teknik ve Kurumsal Bağlamın Eşbiçimlilik Üzerine Etkileri: Otomobil Kümelenmesi Örneği.
- Doolin, B., Burgess, L., ve Cooper, J. (2009). "Evaluating The Use of the Web for Tourism Marketing: A Case Study From New Zealand". *TourismManagement*. V. 23. pp. 557 – 561.
- Dulupçu, M. A., Sungur, O., Keskin, H., Sezgin, A., ve Demirel, O. (2010). Bölgesel Kalkınmada Yeni Bir Kavram Olarak Bilgi Dinamiklerinin Rolü. TÜCAUM VI. Coğrafya Sempozyumu. Ankara.
- Duru, S., (2014) Kimya Sanayinde Kümelenme ve Kimya Parkları, Uzmanlık Tezi, Kalkınma Bakanlığı, İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü
- Elvan, L., Sorguç, N., Kazancık, L.B., ve Öztürk, A. (2005). "Bölgesel Gelişme ve Sektör-Bölge Yığınlaşmaları", *Devlet Planlama Teşkilatı*, ss. 1-45.
- Ergazakis, K., Metaxiotis, K., ve Psarras, J. (2004). "Towards knowledge cities: conceptual analysis and success stories", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 8 Issue: 5, pp.5-15, <https://doi.org/10.1108/13673270410558747>
- Erkut, F. (2011). Kümelenme Ve Aydın ilindeki Kümelenme Potansiyeli Olan Alanlar. Yüksek Lisans Tezi. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Eroğlu, O., ve Yalçın, A. (2013). "Rekabet ve Mekânsal Kuramlara İlişkin Genel BirDeğerlendirme", *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(6), 95-114.
- Fornahl, D., Broekel, T., ve Morrison, A. (2015). Another cluster premium: Innovation subsidies and R&D collaboration networks. *Research Policy*. 44:8. 1431-1444 pp.
- Gökçe, F. (2006). Yerel Destinasyonlarda Turizm Potansiyelinin belirlenmesinde Swot (Fütz) Analizi Tekniği: Giresun Örneği Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Hatay.
- Gökmenoğlu, M. S., Akal, M., ve Altunışık, R. (2012). "Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler", *Rekabet Dergisi*, 13(4), 3-43.
- Gültekin, S. (2011). Küreselleşme Çağında Dış Ticarete Rekabet İçin Kümelenme Stratejisi: Türkiye'nin Tarım Kümelenmesi Gerekliliği", *Kocaeli Üniversitesi, SBE Dergisi*, 22(2), 29-40.
- Karataş, Y., Dinler, B., Erdoğan, T., Ertuğ, P., ve Seydaoğlu, G. (2012). Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesi Balcalı Hastanesi'ne başvuran hasta ve hasta yakınlarının ilaç kullanım alışkanlıklarının belirlenmesi. *Çukurova Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*;37(1):1-8.
- Keleş, R. (1990). *Kentleşme Politikası*, Ankara: İmge Yayınevi.
- Ketels, C. (2003). "The development of the cluster concept: Present experiences and further developments," Paper presented at the NRW Cluster Workshop in Duisburg, Germany.

- Leahy, Anne L. (2008). “Medical Tourism: The Impact of Travel to Foreign Countries for Healthcare”. Surgeon. V. 6. N. 5 pp. 260 – 261.
- Mattoon, R., ve Wang, N. (2014). Industry clusters and economic development in the Seventh District’s largest cities. Economic Perspectives, Federal Reserve Bank of Chicago.
- OECD, (1996). The Knowledge-Based Economy OECD Paris.
- OECD, (2001). Ageing and Transport; Mobility needs and safety issues, Paris.
- OECD, (2014). Studies on Tourism: Tourism and the Creative Economy. France: OECD Publishing.
- Pike, S. (2005). “Tourism Destination Branding Complexity”. Journal of Product & Brand Management. V. 14. S. 4. pp. 258 – 259.
- Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1998). Clusters and New Economics of Competition. Harvard Business Review, 76(6).
- Porter, M. E. (2011). Competitive advantage of nations: creating and sustaining superior performance. The free press.
- Sayın, A. (2007). Kota El Kitabı “Geçici Özel Önlem Politikası: Kota” ,KA-DER Yayınları.
- Tek, Ö. B. (1997). Pazarlama İlkeleri - Türkiye Uygulamaları, Global Yönetimsel Yaklaşım. Genişletilmiş ve Geliştirilmiş 7.Baskı. İzmir: Cem Ofset Matbaacılık.
- Tolunay, A., ve Akyol, A. (2006). Kalkınma ve Kırsal Kalkınma: Temel Kavramlar ve Tanımlar. S. D. Ü. Orman Fakültesi Dergisi Seri: A, Sayı:2, Yıl: 2006, Sayfa:116-127, Isparta.
- Tutar, N. (2009). Kurumsallaşmanın Önemi ve Şanlıurfa'da Faaliyet Gösteren Kobi Düzeyindeki İşletmelerde Kurumsallaşma Problemlerinin Belirlenmesi. (Yüksek Lisans), Harran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Şanlıurfa.
- Wagner, J. A. (1995). Studies of individualism–collectivism: effects on cooperation in groups. Acad. Manag. J. 38, 152–172. 10.5465/256731.
- Wheelen, T. L., ve Hunger, J. D. (1992). Strategic Management and Policy. 4th Edition, London: Addison-Wesley.
- WHO, (2009). “Health Topics”, (Çevrimiçi) <http://www.who.int/topics/en/>, (Erişim Tarihi: 25.07.2018).
- Woodward, D. (2005). “The GATS and Trade in Health Services: Implications for Health Care in Developing Countries”. Review of International Political Economy. V. 12. S. 3: pp. 511 – 534.
- <http://www.tdk.gov.tr/> (E.T.: 11.04.2018).