

ADİYAMAN

*Adiyaman'da
Kümelenme Adımları
Projesi*

KÜME ANALİZİ

Aralık, 2011

Adiyaman Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği

EKİM-ARALIK 2011

SERAP GÜLTEKİN – KOBİ ve KÜMELENME UZMANI

Raporun veri analizi bölümünde DOÇ.DR. İBRAHİM ARSLAN ve YRD. DOÇ.DR. FARUK GEYİK

katkı sağlamışlardır.



İÇİNDEKİLER

Tablolar Listesi.....	3
Şekiller Listesi.....	4
ÖZET	5
1. GİRİŞ	7
1.1. Araştırmanın Amacı	8
1.2. Araştırmanın Önemi	9
1.3. Problem	10
1.4. Varsayımlar	10
1.5. Sınırlıklar	11
2. YÖNTEM	11
2.1. Model	12
2.2. Evren	12
2.3. Örneklem	12
2.4. Verileri Toplama Araçları	13
2.5. Verilerin Analizi	13
3. BULGULAR, YORUMLAR VE SONUÇLAR	13
3.1. Şirketlerin Genel Bilgileri	14
3.1.1. Anketi Doldurmanın Şirketteki Pozisyonu	14
3.1.2. Şirketlerin Ortaklık Yapısı	15
3.1.3. İşletmelerin Son 1 Yılda Ortalama Kapasite Kullanım Oranı	16
3.1.4. İşletmelerin Sahip Olduğu İşgücünün Eğitim Seviyeleri	17
3.2. Şirketlerin Mevcut Rekabet Durumu	18
3.2.1. Şirketlerin Rekabette En Kuvvetli Olduğu Alanlar	18
3.2.2. Şirketlerin Önemli Rakip Grupları	19
3.3. Şirketlerin Tedarik ve Üretim Durumu	21
3.3.1. İşletmelerin Makine-Tecihaz Tedarik Durumu	21
3.3.2. İşletmelerin Temel Yedek Parça ve Bakım Hizmetlerini Sağladığı Bölge Durumu	23
3.3.3. İşletmelerin Kullandığı Temel Hammadde ve Malzemelerin Tedarik Durumu	25
3.3.4. Firmaların Ürün ve Hizmetlerini Sattığı Bölge Durumu	27
3.3.5. Firma Rakiplerinin Bulunduğu Bölge Durumu	29
3.4. Sektörlerin Kümelenme Durumu	32
3.4.1. Adıyaman'da Öne Çıkan Sektörler	32
3.4.2. Şirketlerin Altyapı Yatırımı ve Destek İhtiyacı Durumu	33
3.5. Adıyaman'da Kümelenmeye İlişkin Bulgular	35
4. SONUÇ ve ÖNERİLER	41
KAYNAKÇA	44
EK-1: ANKET FORMU	45



TABLolar LİSTESİ

Tablo:1 Katılımcının şirketteki pozisyonu

Tablo:2 Katılımcının Şirketin Ortaklık Yapısı

Tablo:3 Kapasite Kullanım Oranı

Tablo:4 İşletmenlerin işgücü eğitim seviyeleri sayısı ve oranı

Tablo:5 Şirketlerin rekabette en kuvvetli olduğu alanlar

Tablo:6 Şirketlerin önemli rakip grupları

Tablo:7 Kullanılan makine ve ekipmanları satın alındığı tedarikçiler/üreticiler

Tablo:8 Kullandığınız makine ve ekipmanı satın aldığınız tedarikçiler/üreticilerin oranı?

Tablo:9 Temel yedek parça ve bakım hizmetini hangi bölgeden sağlıyorsunuz?

Tablo:10 Temel yedek parça ve bakım hizmetini oransal olarak hangi bölgeden sağlıyorsunuz?

Tablo:11 Kullandığınız temel hammadde ve malzemelerin tedarik veya üretim yeri?

Tablo:12 Kullandığınız temel hammadde ve malzemelerin oransal olarak tedarik veya üretim yeri?

Tablo:13 Ürünlerinizi/ Hizmetlerinizi sattığınız müşteriler hangi bölgedendir?

Tablo:14 Ürünlerinizi/ Hizmetlerinizi sattığınız müşteriler oransal olarak hangi bölgedendir?

Tablo:15 Rakipleriniz olan diğer üreticiler hangi bölgededir?

Tablo:16 Rakipleriniz olan diğer üreticiler oransal olarak hangi bölgededir?

Tablo:17 Adıyaman İlinde Öne Çıkan sektörler nelerdir?

Tablo:18 Alt yapı yatırımları ve destek gereksinim duyuluyor mu?

Tablo:19 Adıyaman'da Kamu altyapı yatırımları ve destek faaliyetlerine gereksinim duyduğunuz alanlar?

Tablo:20 ortaklık yapısı ile kapasite kullanım oranı arasındaki ilişki

Tablo:21 Tedarik veya üretim yeri ile müşteriler hangi bölgeden

Tablo:22 Parça ve bakım hangi bölgeden temin edildiği ile tedarik veya üretim yeri

Tablo:23 Ekipmanı satın aldığınız tedarikçiler/üreticiler ile tedarik veya üretim yeri

Tablo:24 kapasite kullanım oranı ekipmanı satın aldığınız tedarikçiler/üreticiler



ŞEKİLLER LİSTESİ

- Şekil:1** Kümelenme modeli olan Elmas modeli
- Şekil:2** Türkiye’de Sektörel Kümelenme Modeli Tekstil ve Hazır Giyim
- Şekil:3** Katılımcının şirketteki pozisyonu
- Şekil:4** Katılımcının Şirketin Ortaklık Yapısı
- Şekil:5** İşletmelerin Kapasite Kullanım Oranı
- Şekil:6** İşletmenizdeki bulunan işgücünün aşağıdaki eğitim seviyelerindeki Sayısı?
- Şekil:7** Şirketinizin rekabette en kuvvetli olduğu alan hangisidir?
- Şekil:8** Önemli rakip grubunuz aşağıdakilerden hangileridir.
- Şekil:9** Kullandığınız makine ve ekipmanı satın aldığınız tedarikçiler/üreticilerin dağılımı
- Şekil:10** Kullandığınız makine ve ekipmanı satın aldığınız tedarikçiler/üreticilerin oranı?
- Şekil: 11** Temel yedek parça ve bakım hizmetini hangi bölgeden sağlıyorsunuz?
- Şekil:12** Temel yedek parça ve bakım hizmetini oransal olarak hangi bölgeden sağlıyorsunuz?
- Şekil:13** Kullanılan temel hammadde ve malzemelerin tedarik veya üretim yeri?
- Şekil:14** Kullandığınız temel hammadde ve malzemelerin oransal olarak tedarik veya üretim yeri?
- Şekil:15** Ürünlerinizi/ Hizmetlerinizi sattığınız müşteriler hangi bölgededir?
- Şekil:16** Ürünlerinizi/ Hizmetlerinizi sattığınız müşteriler oransal olarak hangi bölgededir?
- Şekil:17** Rakipleriniz olan diğer üreticiler hangi bölgededir?
- Şekil:18** Rakipleriniz olan diğer üreticiler oransal olarak hangi bölgededir?
- Şekil:19** Adıyaman İlinde Öne Çıkan sektörler nelerdir?
- Şekil:20** Şirketin alt yapı yatırımları ve destek gereksinim duyuluyor mu?
- Şekil:21** Adıyaman’da Kamu altyapı yatırımları ve destek faaliyetlerine gereksinim duyduğunuz alanlar?



ÖZET

20. yüzyılın sonlarında Dünya ile birlikte ülkemizde de yaşanan gelişmeler çeşitli sosyo-ekonomik değişimleri ortaya çıkarmış, her alanda önemli sayılabilecek değişimler yaşanmıştır. Bu gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan yeni kavramlar, iş dünyamız ve KOBİ'lerimizin iş çevresi ve iş yapma usullerini de etkilemiştir. Özellikle teknolojiye yaşanan ilerlemeler, mal ve hizmetlerin kolay transfer edilmesi, bilişim sistemlerinde görülen başdöndürücü gelişmeler çevresel faktörleri de dikkate alan yeni bir anlayışla iş yapmayı mecburi hale getirmiştir.

Bölgesel ve ulusal anlamda ekonomik kalkınmışlık seviyesinin artırılması için her alanda rekabet gücünün artırılması gerektiği ve rekabetçilik anlayışının bölgesel ve ulusal olmaktan çok küresel anlamda ele alınması gerektiği açıktır. Artık rakiplerin, sadece yakın çevrede değil dünyanın en ücra köşesinde dahi bulunabileceği bilinmeli buna göre planlama yapılmalıdır. Ayrıca rakiplerin işletme ölçeğinde olabileceği gibi, şehir, sektör veya ülke düzeyinde karşımıza çıkabileceği unutulmamalıdır.

Yeni gelişmeler ışığında rakiplerimizle mücadele stratejileri geliştirebilmemiz için her düzeyde analizler yapmamız ve bilgi sahibi olmamız gerekmektedir. Bunun için KOBİ'lerimizin işletme düzeyinde veya il/bölge/ülke düzeyinde rekabetçiliğini analiz etmeli ve buna göre stratejiler geliştirmeliyiz.

Tarihin bilinen en eski yerleşim yerlerinden biri olan Adıyaman'ın kent tarihi yapılan incelemelerle M.Ö. 40.000 yılına kadar uzandığı anlaşılmıştır. Cumhuriyetin kuruluşundan 1954 yılına kadar eski idari yapısı korunarak Malatya'ya bağlı kaza konumunda olan Adıyaman 1 Aralık 1954 tarihinde 6418 sayılı Kanunla Malatya'dan ayrılarak müstakil il haline gelmiştir. 2010 yılı Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi verilerine (ADNKS) Adıyaman'ın nüfusu 590.935 olarak verilmektedir. Adıyaman'ın nüfus artış hızı % 0,58 ile Türkiye ortalamasının (% 1,45) altında kalmaktadır. İlde doğurganlık hızı ülke ortalamasının üzerinde olmasına rağmen, nüfus artış hızının ülke ortalamasının altında kalması ilin göç vermesiyle ilişkilendirilebilir. TÜİK ADNKS verilerine göre, İlin verdiği göç rakamlarına bakıldığında, lise veya dengi okul ve yüksek okul veya fakülte mezunlarının göç edenler arasında büyük çoğunluğu oluşturduğu



görülmektedir. Bunun başlıca nedeni, lise veya dengi okul ve yüksek okul ve fakülte mezunu genç nüfusun işsizlik sorunuyla karşı karşıya kalmasıdır. Bu da yukarıda anlatılan bölgesel kalkınmışlık seviyesinin artırılmasının 21.yüzyıl rekabet koşullarındaki önemine işaret etmektedir.

Genel olarak kümelenme olgusu, piyasada birbiriyle rekabet eden, birbirini tamamlayan ve birbirine bağlı olan firma ve kuruluşların bölgesel yoğunlaşmaları olarak ifade edilebilir. Küresel ekonomide önemli bir konuma sahip olan üretim sektörü aynı zamanda ulusal ekonomimiz içinde de son derece yaşamsal değer taşımaktadır. Buna bağlı olarak sanayi sektörü, ekonomiye sağlamış olduğu ihracat ve ithalat ile istihdama olan katkısı ile lokomotif sektörler arasında yer almaktadır. Adıyaman bölgesinin ekonomik gelişimini sağlıklı ve planlı bir şekilde gerçekleştirmek ve sürdürülebilir hale getirmek amacı ile gerçekleştirilen bu çalışma ile bölgede faaliyet gösteren üretim sektörünün kümelenme analizleri yapılmaya çalışılmıştır. Bölgenin ekonomik planlamasına ve gelişimine önemli katkı sağlayacağı öngörülen çalışma ile Adıyaman'da mevcut bulunan sektörlerinin rekabetçilik analizleri sonuçları ilk önce öncelikli olarak mevcut sektörün kümelenme analizleri yapılarak bölge içinde yer alan sektörlerin genel bir çerçevesini çıkartılıp kümelenmede etkinlik olup olmadığını ortaya çıkartmak amaçlanmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Adıyaman ili için bir kümelenme adımı için ön analiz yapmak ve birbirini tamamlayan kümelenme oluşumlarının desteklenmesi ile uzun vadede bölgesel markalaşmaya doğru adımlar atılması için alt yapının oluşturulması. Buna bağlı olarak oluşacak kümelenme çalışması sonucunda birbirini tamamlayan ve yenilik yapma kapasiteleri yüksek olan küme oluşumlarının bölgesel yenilikçilik sistemi geliştirilmesi yönünde öncülük etmektir.

Genel olarak öne çıkan en önemli sektörlerin başında tekstil, inşaat, tarım, hayvancılık, giyim turizm, gıda, dokuma, petrol, üzüm yetiştiriciliği, madencilik ile taşımacılık sektörleri olduğu tespit edilmiştir. İhtiyaç duyulan bu sektörlerle paralel olarak firmaların çok büyük oranında ulaşım, sanayi ve turizm, tanıtım, sulama, tarım, telekomünikasyon, tekstil, hayvancılık, gıda gibi sektörlerde alt yapı yatırımları ve desteğe gereksinim duyduğu tespit edilmiştir.

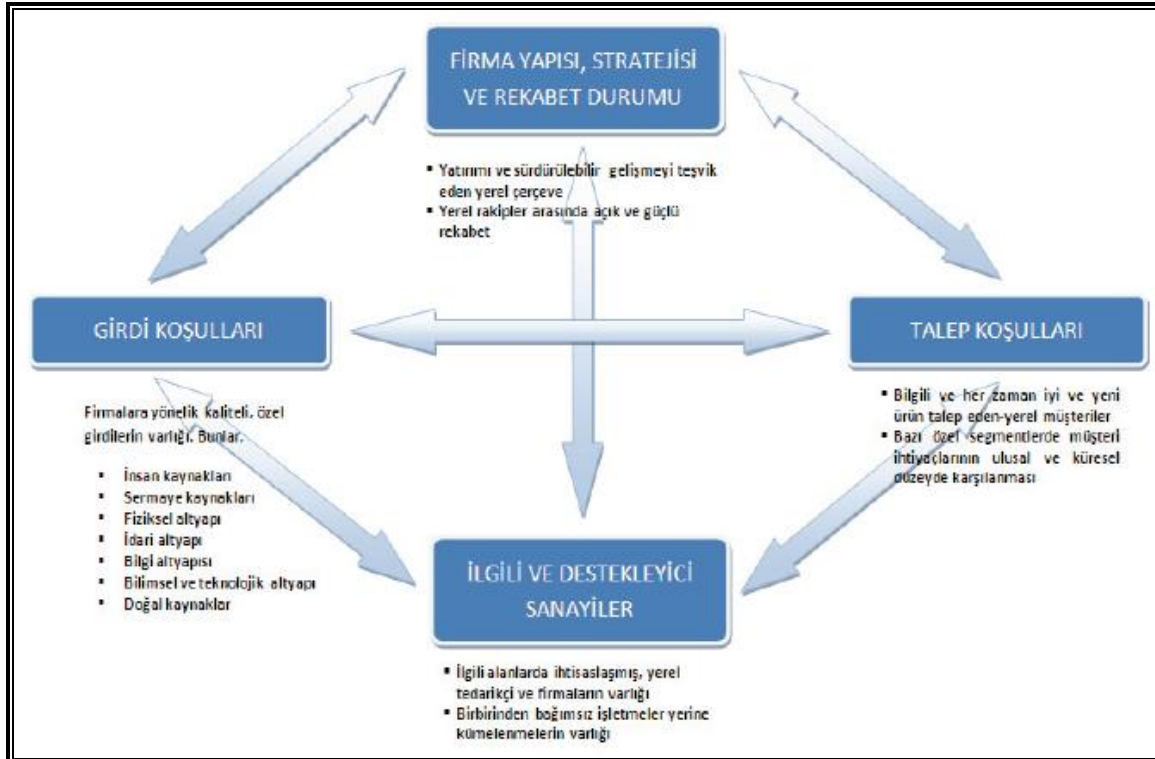
BÖLÜM

ADİYAMAN'DA KÜMELENME ADIMLARI PROJESİ

1. GİRİŞ

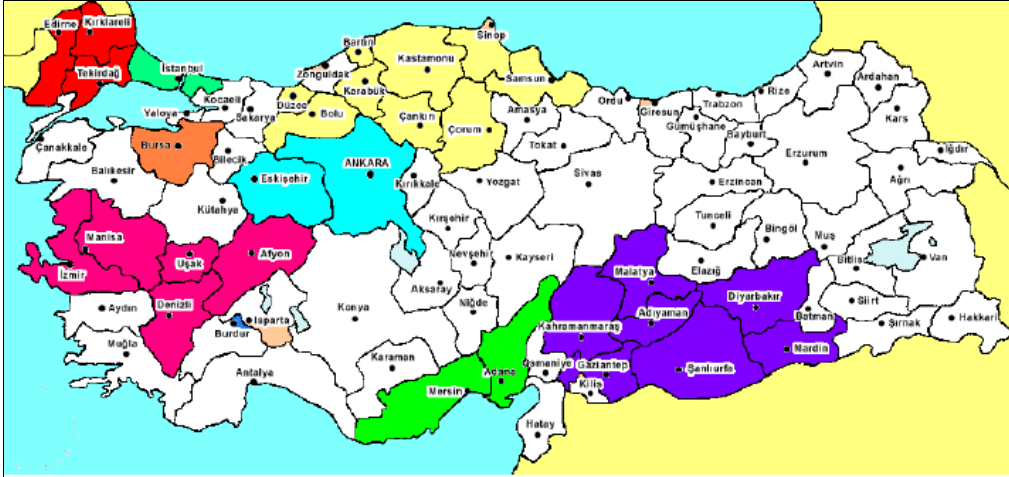
Kümelenme olgusu küreselleşmeyle birlikte son yıllarda bölgesel kalkınma politikaları uygulaması sürecinde Türkiye’de sıkça gündeme gelmeye başladı. İşletmeler arasında bölgesel birliktelikleri güçlendirmek amacıyla geliştirilen kümelenme yaklaşımı, yeni bir kalkınma modeli olarak değerlendirilmektedir.

Kümelenme olgusu, bir mal veya hizmetin üretilmesi konusunda paydaşların coğrafi bir mekanda bir arada bulunmaları koşulu ile birlikte iş yaptıkları ağ yapılarını tanımlamaktadır. Kümelenme modeli, bölgenin güçlü sektörlerine odaklanarak, birbirini tamamlayan, besleyen işletmelerden oluşan üretim ağları oluşturmayı hedefleyen bir model sistemidir.



Şekil:1 Kümelenme modeli olan Elmas modeli (Kaynak: Porter, 2001)

Kümelenme politikası, bölgesel gelişme politika aracı olarak, bölgelerin rekabet avantajına sahip oldukları sektörleri ön plana çıkarmakta ve bu sektörlerdeki rekabet avantajlı hale getirmektedir. Türkiye’de kümelenme çalışmalarına bakıldığında genelde olarak büyük çoğunlukla sekiz sektörün ön plana çıktığını görülmektedir. Bunlar turizm, tekstil, bilişim, gıda, otomotiv, finans, inşaat ve seramik sektörleri olarak sıralanabilir. Adıyaman tekstil ve hazır giyimine ilişkin daha önce yapılan Kümelenme Analiz Proje çalışmalarıdır. Bu alandaki çalışmalar, birçok sektörde başarılı sonuçlar vermiştir. Kümeleme analizi verilerin birimlere veya değişkenlere göre birbirlerine benzerlikleri bakımından ayrı kümelerde toplanmasını sağlayan bir tekniktir. (Çakmak, 1999:s.188).



Şekil:2 Türkiye’de Sektörel Kümelenme Modeli Tekstil ve Hazır Giyim

Günümüz dünyasında, her ne kadar küreselleşmeyle birlikte coğrafi uzaklığın önemini azalttığı düşünülse de işletmelerin rekabetçi bir yapıya ulaşmalarında ve bu durumlarını sürdürebilmelerinde yakın çevrelerinin etkisi yeni bir anlam ve boyut kazanmıştır. Bu yüzden kümelenme, bölgesel gelişme politikalarına yönelik olarak bir çok aracı bir araya getirmesi yönüyle oldukça cazip bir politika aracı olarak gelişmektedir. Kümelenme politikası ile



bölgelerin en rekabetçi olduğu alanlara odaklanılarak bölgesel ekonominin temel itici unsurlarının uyum içerisinde değerlendirilmesi sağlanmaktadır.(Alsaç,2010:3)

1.1. Araştırmanın Amacı

Projenin genel amacı Adıyaman sınırları içerisinde rekabet analizi yapılarak kümelenme potansiyeli olan sektörlerin belirlenmesi ve kümelenmeye yönelik planların yapılmasıdır. Bölgesel rekabet gücünün artırılması amacıyla Adıyaman ilinde faaliyet gösteren sektörler arasında ulusal rekabet potansiyeli olan sektörler arasında kümelenme oluşturulmasına yönelik fizibilite çalışması hazırlamak, Söz konusu sektörlerin belirlenebilmesi amacıyla Adıyaman ilinde sektörler düzeyinde ihtiyaç analizi gerçekleştirmektir. Bölgenin neden bir kümelenme çalışmasına ihtiyacı olduğu anlaşılır şekilde tanımlanabilmelidir. İhtiyacın bölgenin kanaat önderleri tarafından da benimsenmesi gerekmektedir. Adıyaman ili için sivil toplum kuruluşlarda şimdiye kadar benimsenmeyen bir kümelenme çalışması ilerleyen safhalarda gerekli işbirliklerinin oluşturulamaması ve bölgesel kaynakların/imekânların seferber edilememesi nedeniyle başarısız olacaktır. Bu sebeple ihtiyaç analizinin yapılması önem arz etmektedir.

1.2. Araştırmanın Önemi

Dünya ve Türkiye ekonomisinde son yıllarda yaşanan hızlı gelişmeler sanayi politikalarının amacını ve etki alanını da değiştirmeye zorlamaktadır. Önceki yıllarda “sanayileşme” temel amaçken, artık günümüzde “rekabet gücünü” artırmak uygulanan politikaların temel amacı haline gelmiştir. Bir yandan Avrupa Birliği’ne üyelik süreciyle dünyanın en gelişmiş ekonomik sistemlerinden biriyle bütünleşmeye başlayan bir yandan da Çin ve Hindistan gibi ucuz işgücü maliyetlerine sahip olan ülkelerin yarattığı rekabet baskısıyla karşı karşıya kalan Türk imalat sanayii için, rekabet gücüne yönelik politika ve stratejiler son derece büyük bir önem teşkil etmektedir. Kümelenme ve değer zinciri konuları rekabetin olmazsa olmaz



koşulları olan yüksek verimlilik ve yenilikçilik için son derece önemli yaklaşımlardır, ancak önemli oldukları kadar da Türkiye’de karar alıcılara yabancıdır. Bu nedenle bu yaklaşımların, sanayi politikasıyla ve rekabet gücüyle ilişkilerinin üzerinde durulması ve özel sektör ve kamu sektörü diyalog mekanizmalarıyla bağlantısının kurulması faydalı olacaktır. Kümelenmelere yönelik yaklaşımlar mikro seviyede olduğu için büyük önem taşımaktadırlar; çünkü kümelenmeler hem büyüyen ihracatta itici gücü oluşturmakta, hem de yabancı yatırımlar için cazibe merkezi oluşturmaktadır. Kümelenme yaklaşımı, hem birçok yatay politika alanına hem de şirketler arasındaki bağlantılara odaklı olduğundan, son yıllarda pek çok ülkedeki ulusal ve yerel kalkınma planları kümelenme yaklaşımı göz önünde bulundurularak yapılmıştır. Kümelenmeler coğrafi alanlarla sınırlı oldukları için, yerel karar alma kapasitesi gerektirmektedirler. Dolayısıyla yerel kalkınma ajanslarının temel fonksiyonlarından biri kümelenme ve değer zinciri çalışmaları konularında girişimlerde bulunmak olduğu düşünüldüğünde yapılacak çalışmanın aciliyeti görülmektedir.

1.3. Problem

Adıyaman İlinde “Adıyaman’da Kümelenme Adımları Projesi” çalışmanın temelini oluşturan konudur. Adıyaman İlinde “Adıyaman’da Kümelenme Adımlarını tespit edilmesi açısından önemlidir. Saha araştırması yapılırken en önemli husus Adıyaman İlinde “Adıyaman’da Kümelenme Adımlarının mevcut durumları tespit etmek ve buna göre çözüm önerileri sunmak araştırmanın problem alanını oluşturmaktadır.

1.4. Varsayımlar

Saha Araştırmada kullanılan temel varsayımlar;

- 1- Katılımcıların, araştırmada kullanılan anket formunu samimi, doğru ve dürüst yanıtladıkları ve içinde buldukları ortamı değerlendirebilecekleri kabul edilmiştir.



- 2- Saha araştırmasında kabul edilen veri toplama anketi Adıyaman İlinde “Adıyaman’da Kümelenme Adımları Veri Analizi ölçebilecek durumdadır.

1.5. Sınırlılıklar

Saha araştırmasında aşağıda belirtilen hususlarda belli sınırlılıklara sahiptir;

- 1-Yapılan anket formunda yer alan sorular ‘Adıyaman İlinde “Adıyaman’da Kümelenme Adımları Veri Analizi” ile sınırlıdır.
- 2-Saha araştırması, ankette yer alan değişkenlerle sınırlıdır.
- 3-Araştırma, Adıyaman İlinde mevcut yaklaşık olarak 250 şirketle ile sınırlıdır.

2. YÖNTEM

Sosyal konularda yapılan araştırmaların veri kaynağı insandır ve onlardan doğrudan bilgi alma yöntemlerinden biri de anket yöntemidir. Anket yöntemi sistematik ve organize bilgi toplanması açısından son derece önemli ve birinci elden yani birincil kaynaktan veri toplama aracıdır. Veriler, önceden belirlenmiş insanlara bir dizi soru sorarak elde edilmektedir. Bu bağlamda, bölgesel kalkınma, rekabetçilik ve kümelenme yaklaşımı çerçevesinde araştırmanın verilerinin toplanması için anket yöntemi en önemli teknik olarak görülmektedir.

Bu araştırmada kullanılan anket, bölgesel kalkınma, rekabetçilik ve kümelenme yöntemine uygun yarı-yapılandırılmış sorularla tasarlanmıştır.

İşletmelerin rekabet gücünü tespit etmeye yönelik soruların yanı sıra, bölge ve sektörlere yönelik özel sorular da anket kapsamında değerlendirilmiştir. Özellikle anketin yarı yapılandırılmış nitelikte tasarlanması, sahada anketi yanıtlayan paydaşların ifade etmek istedikleri kendi görüşlerinin daha açık ve net bir şekilde aktarılmasını sağlamıştır.



Sahaya çıkmadan önce gerekli eğitimleri alan anketörler ve yerel ekip üyeleri, uygulama aşamasında oyuncular tarafından anlaşılmayan sorulara açıklık getirerek verilen yanıtların güvenilirliği korumaya özen göstermişlerdir.

Öncelikle pilot uygulama kapsamında test edilen anket uygulaması ile geri-bildirimler alınmış, anketin anlaşılmayan ve/veya uygulamadaki aksaklıklarına yönelik sıkıntıların giderilmesi için taktikler belirlenmiştir.

Anketler ile sektörlerin genel rekabetçilik güçleri değerlendirilmeye tabi tutulmuş olup kümelenme durumları tespit edilmeye çalışılmıştır.

Saha araştırmasının yöntemi, araştırmada nasıl bir yöntem izlenerek gerçekleştirileceğini açıklayan kavramsal çerçeve, varsayımlar, kapsam ve sınırlılıklar, verilerin toplanması ve değerlendirilmesi ile ilgili parametrelerden oluşmaktadır.

2.1. Model

Araştırmanın kavramsal çerçevede kullanılacak olan model ve tanımlar açıklanacaktır.

Araştırmada, tanımlayıcı ve açıklayıcı bilgiler elde etmek için SPSS modeli kullanılmıştır.

2.2. Evren

Araştırmanın evreni Adıyaman'da kümelenme için bir zemin oluşturulması açısından yaklaşık olarak 250 işletmeden oluşmaktadır.

2.3. Örneklem

Yapılan saha araştırmasında örnekleminin kapsamı Adıyaman'da Kümelenme Adımları için işletme sayısı 250 kişiden oluşmaktadır. Anket formları Adıyaman'da Kümelenme Adımları üzerinde yapılan araştırmayla veriler toplanmaya çalışılmıştır.



2.4. Verileri Toplama Araçları

Araştırmanın yapılması için konu uzmanı akademisyenler ve alan deneyimine sahip uzmanlardan oluşan bir araştırma ekibi oluşturmuştur. Anket uygulama çalışmasında çalışma için veri toplama tekniği ile gerekli verilerle ilgili geniş bir literatür taraması yapılarak anket formunu araştırmacının anket yapılması sırasındaki gözlemleri ile toplanmıştır. Adıyaman'da Kümelenme Adımları için 14 sorudan oluşan bir anket formu düzenlenmiştir. Ek-1'de anketin tam metni yer almaktadır. Saha araştırmasında araştırmanın kalitesinin ve etkinliğini arttırmak için Likert Ölçeği'nin kullanılmıştır.

2.5. Verilerin Analizi

Adıyaman İlinde *Adıyaman'da Kümelenme Adımları Veri Analizine* ilişkin olarak yapılan çalışma anket yoluyla elde edilen bilgiler kodlanarak SPSS paket programında açılan veri kütüğüne aktarılmıştır. Saha araştırmasında kullanılan veriler elde edilmek istenen amaçlara uygun olarak değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Verilerin analizinde yüzde (%) dağılımı gibi istatistiksel teknikler kullanılmıştır.

3. BULGULAR, YORUMLAR VE SONUÇLAR

Saha araştırmasında elde edilen verileri sınıflandırma doğrultusunda tablolar halinde dökülerek yapılan istatistiksel analizler ve araştırma esnasında yapılan kişisel gözlemler ile yorumlanacaktır.

3.1. Şirketlerin Genel Bilgileri

Araştırmada Adıyaman'da Kümelenme durumuna ilişkin olarak şirketlerin durumu, çalışanların öğrenim durumları, gereksinim duyulan alanlar, rekabet grupları, İşletmelerin tedarik ve üretim durumları vb başlıklar altında ele alınmaktadır.

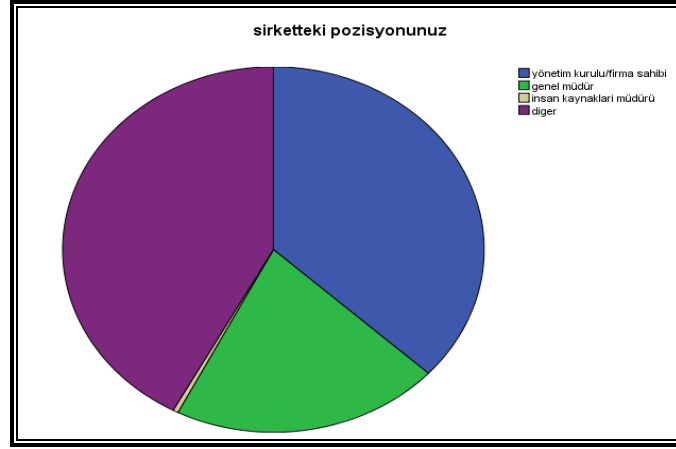
3.1.1. Anketi Doldurmanın Şirketteki Pozisyonu

Ankete katılan katılımcıların şirketteki pozisyonlarına ilişkin olarak, Tablo 1'de görüldüğü gibi, 91 katılımcının yönetim kurulu veya firma sahibi olduğu, 51 katılımcının genel müdür pozisyonunda olduğu, 104 katılımcının da şirkette diğer pozisyonlarında buldukları görülmektedir.

Tablo:1 Katılımcının şirketteki pozisyonu

Değişkenler	Frekans	Yüzdelerik(%)
yönetim kurulu/firma sahibi	91	36.8
genel müdür	51	20.6
insan kaynakları müdürü	1	0.4
Diğer	104	42.1
Toplam	247	100.0

Şekil 3'ye göre, katılımcıların şirketteki pozisyonlarına bakıldığında, %36.8 şirkette yönetim kurulu veya firma sahibi oldukları, %20.6 oranında da şirkette genel müdür olarak çalıştıkları, %42.1 oranında ise şirkette diğer pozisyonlarda çalıştığı görülmektedir.



Şekil:3 Katılımcının şirketteki pozisyonu

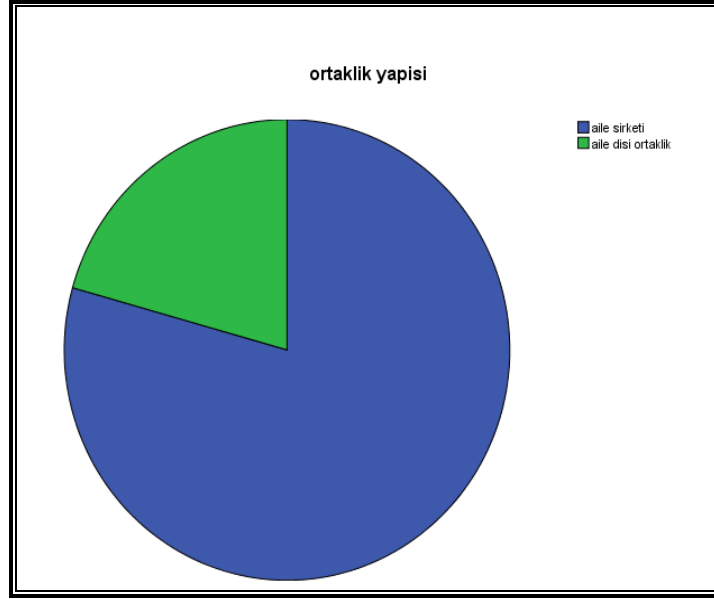
3.1.2. Şirketlerin Ortaklık Yapısı

Katılımcı şirketlerin ortaklık yapısına bakıldığında, 196 şirketin yapısının aile şirketi olduğu, 51 şirkette ise aile dışı ortaklık olduğu görülmektedir. (Tablo 2)

Tablo:2 Katılımcının Şirketin Ortaklık Yapısı

Değişkenler	Frekans	Yüzdelik(%)
aile şirketi	196	79.4
aile dışı ortaklık	51	20.6
Toplam	247	100.0

Şekil 4'e göre, katılımcı firmaların ortaklık yapılarına ilişkin olarak, %79.4 oranında aile şirketi, %20.6 oranında da aile dışı ortaklık olduğu görülmektedir.



Şekil:4 Katılımcının Şirketin Ortaklık Yapısı

3.1.3. Kapasite Kullanım Oranı

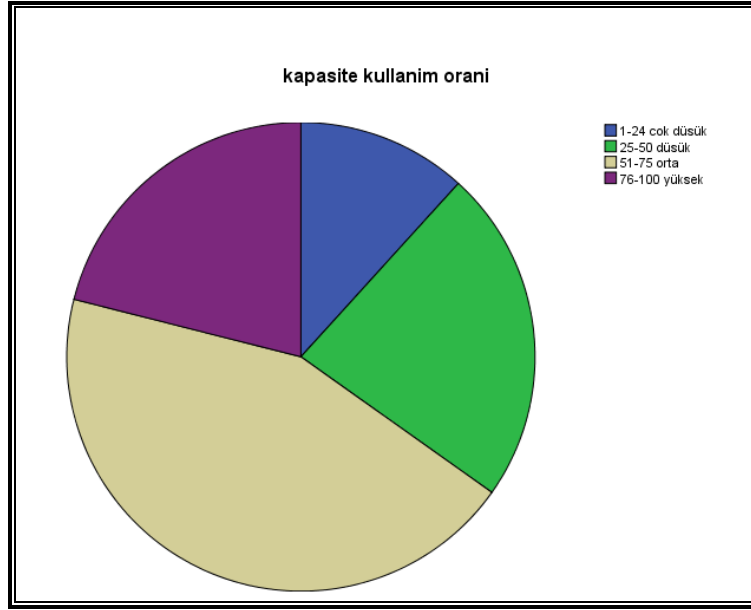
Katılımcı şirketlerin kapasite kullanım oranına ilişkin olarak, 109 firma şirkette kapasite kullanım oranı orta düzeyde kullandıklarını, 57 firma şirkette kapasite kullanım oranını düşük oranda kullandığı, 52 firma şirkette kapasite kullanım oranını yüksek oranda kullandıkları, 29 firmada kapasite kullanım oranını düşük düzeyde kullandıkları görülmektedir. (Tablo 3)

Tablo:3 Kapasite Kullanım Oranı

Değişkenler	Frekans	Yüzdelerik(%)
1-24 çok düşük	29	11.7
25-50 düşük	57	23.1
51-75 orta	109	44.1
76-100 yüksek	52	21.1
Toplam	247	100.0

Şekil 5'e göre, katılımcı firmaların şirketin kapasite kullanım oranına hususunda , %44.1 oranında şirketin kapasite kullanım oranı orta düzey (51-75) olduğu, %23.1 şirketin kapasite

kullanım oranı düşük düzey (25-50) olduğu, %21.1 oranında şirketin kapasite kullanım oranı yüksek düzeyde (76-100) olduğu, %11.7 oranında şirketin kapasite kullanım oranı çok düşük düzeyde (1-24) olduğu görülmektedir.



Şekil:5 İşletmelerin Kapasite Kullanım Oranı

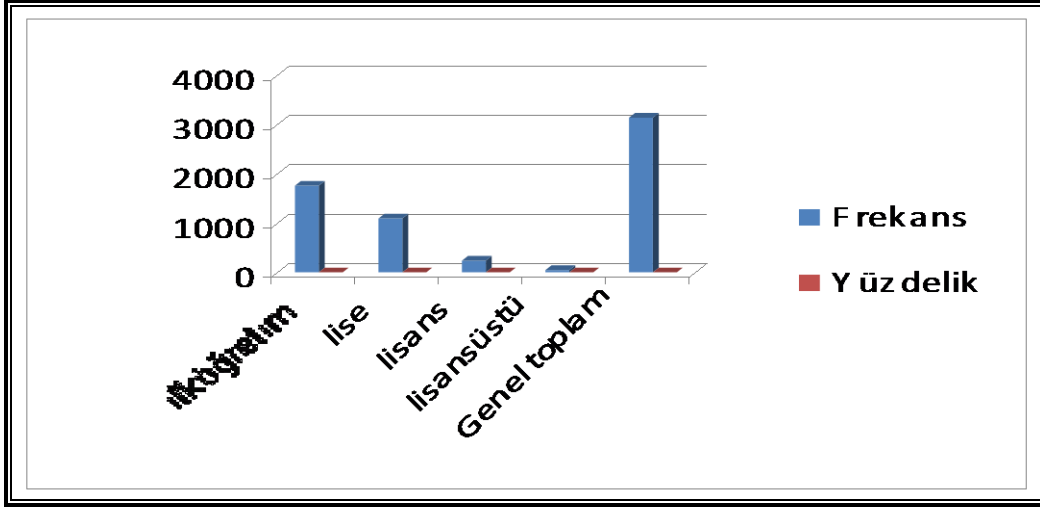
3.1.4. İşletmelerin Sahip Olduğu İşgücünün Eğitim Seviyeleri

Ankete katılan işletmelerde bulunan işgücünün eğitim seviyelerine ilişkin olarak, 1780 çalışan ilköğretim mezunu olduğu, 1085 çalışan lise mezunu olduğunu, 252 çalışan Lisans mezunu olduğunu, 34 çalışan lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir. (Tablo 4)

Tablo:4 İşletmenlerin işgücü eğitim seviyeleri sayısı ve oranı

Eğitim seviyesi	Frekans	Yüzdelerik (%)
ilköğretim	1780	0,56
lise	1085	0,34
lisans	252	0,08
lisansüstü	34	0,01
Genel toplam	3151	1,00

Şekil 6'e göre çalışanların %90'ı ilköğretim ve lise mezunlarından oluştuğunu %10 oranında da lisans ve lisansüstü mezunlarından oluştuğu görülmektedir.



Şekil:6 İşletmenizdeki bulunan işgücünün aşağıdaki eğitim seviyelerindeki Sayısı?

3.2. Şirketlerin Mevcut Rekabet Durumu

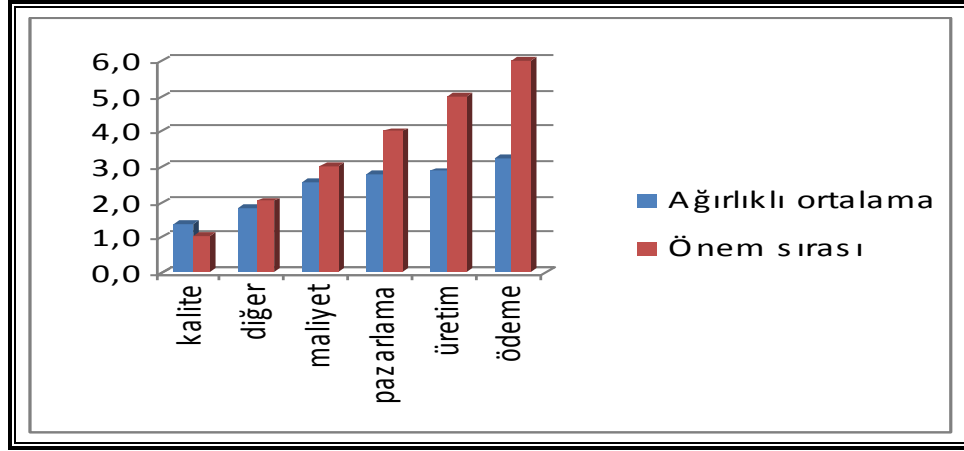
3.2.1. Şirketlerin Rekabette En Kuvvetli Olduğu Alanlar

Adıyaman'da şirketlerin rekabette en kuvvetli olduğu alan hangisi olup olmadığını sorusuna ilişkin olarak, rekabette güçlü alanlar olarak, kalite, fiyatlandırma, maliyet, pazarlama, üretim, ödeme kolaylığı olarak sıralanmaktadır.(Tablo 5)

Tablo:5 Şirketlerin rekabette en kuvvetli olduğu alanlar

Rekabette güçlü alan	Ağırlıklı ortalama	Önem sırası
kalite	1,4	1
Diğer(Fiyatlandırma)	1,8	2
maliyet	2,5	3
pazarlama	2,8	4
üretim	2,9	5
ödeme	3,2	6

Adıyaman’da şirketlerin Şekil 7’de görüldüğü gibi, ağırlıklı olarak kendilerini kalite ve maliyet yönünden rekabette kuvvetli gördükleri, daha sonra ise pazarlama, üretim, ödeme ve diğer yönlerden nispeten iyi gördükleri söylenebilir.



Şekil:7 Şirketinizin rekabette en kuvvetli olduğu alan hangisidir?

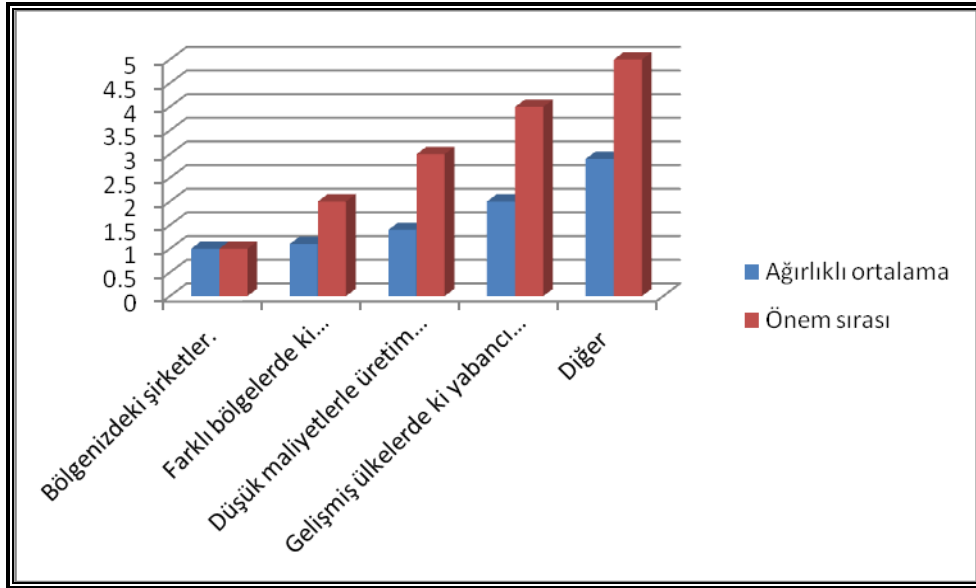
3.2.2. Şirketlerin Önemli Rakip Grupları

Adıyaman’da şirketlerin önemli rakip gruplar olarak gördüğü şirketlerin coğrafi dağılımına bakıldığında, öncelikle kendi bölgelerindeki şirketler, sonra Türkiye’deki şirketler, daha sonra düşük maliyetlerle üretim yapan yabancı ülkelerdeki şirketler ve son olarak gelişmiş ülkelerdeki yabancı şirketler şeklinde sıralamaktadırlar. (Tablo 6)

Tablo:6 Şirketlerin önemli rakip grupları

Öncelikli rakip grubunuz	Ağırlıklı ortalama	Önem sırası
Bölgemizdeki şirketler.	1,0	1
Farklı bölgelerde ki Türkiye’de ki şirketler	1,1	2
Düşük maliyetlerle üretim yapan yabancı ülkelerde ki şirketler.	1,4	3
Gelişmiş ülkelerde ki yabancı şirketler	2,0	4
Diğer	2,9	5

Bunların ağırlık oranlarına bakıldığında, Şekil 8’de görüldüğü gibi, kendi bölgesi ve Türkiye şirketlerinin birbirine yakın önemde olduğu, düşük maliyetlerle üretim yapan yabancı ülkelerdeki şirketlerin orta önemde olduğu ve gelişmiş ülkelerdeki yabancı şirketlerin daha az önemde olduğu söylenebilir.



Şekil:8 Önemli rakip grubunuz aşağıdakilerden hangileridir.



3.3. Şirketin Tedarik ve Üretim Durumları

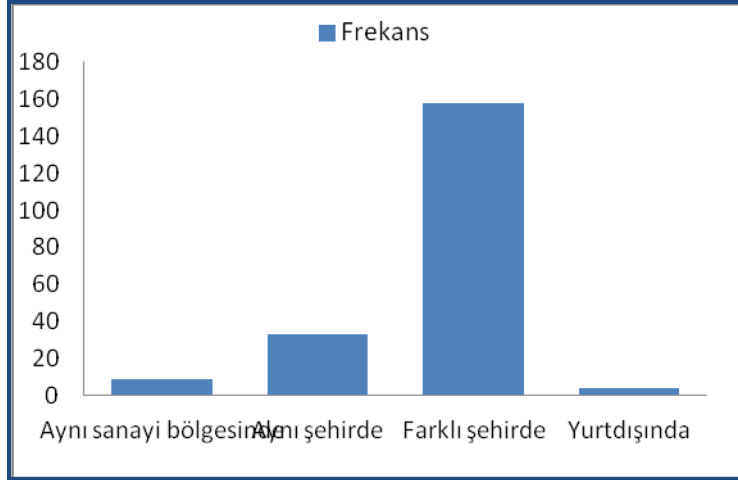
3.3.1. İşletmelerin Makine-Teçhizat Tedarik Durumu

Ankete katılan şirketlerin kullandığı makine ve ekipmanları satın aldığı tedarikçiler/üreticilerin coğrafi dağılımına ilişkin olarak, 158 firma şirketin kullandığı makine ve ekipmanı satın aldığı tedarikçiler/üreticiler farklı şehirlerden olduğunu, 33 firma şirketin kullandığı makine ve ekipmanı satın aldığı tedarikçiler/üreticiler aynı şehirlerden olduğunu, 9 firma şirketin kullandığı makine ve ekipmanı satın aldığı tedarikçiler/üreticiler aynı sanayi bölgesinden olduğunu, 4 firma şirketin kullandığı makine ve ekipmanı satın aldığı tedarikçiler/üreticiler yurt dışından olduğunu görülmektedir.(Tablo 7)

Tablo:7 Kullanılan makine ve ekipmanları satın alındığı tedarikçiler/üreticiler

Değişkenler	Frekans	Yüzdelerik(%)
Aynı sanayi bölgesinde	9	4
Aynı şehirde	33	16
Farklı şehirde	158	78
Yurtdışında	4	2
Toplam	204	100

Şekil 9'a göre, %78 oranında şirketin kullandığı makine ve ekipmanı satın aldığı tedarikçiler/üreticiler farklı şehirlerden olduğunu, %16 oranında firma şirketin kullandığı makine ve ekipmanı satın aldığı tedarikçiler/üreticiler aynı şehirlerden olduğunu, % 4 oranında şirketin kullandığı makine ve ekipmanı satın aldığı tedarikçiler/üreticiler aynı sanayi bölgesinden olduğu, %2 oranında şirketin kullandığı makine ve ekipmanı satın aldığı tedarikçiler/üreticiler yurt dışından olduğu görülmektedir.



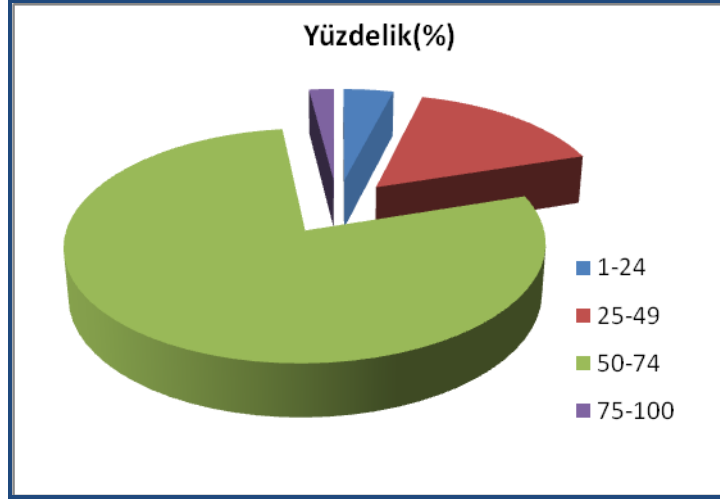
Şekil:9 Kullandığınız makine ve ekipmanı satın aldığınız tedarikçiler/üreticilerin dağılımı

Ankete katılan firmaların kullandığı makine ve ekipman olarak kendi bölgesindeki (aynı sanayi bölgesindeki ve aynı şehirdeki) tedarikçiler/üreticilerden satın alma oranına ilişkin olarak, 31 firmanın % 75-100 arasında, 6 firma %50-74 arasında ve 5 firma %25-49 arasında kendi bölgesinden sağlandığını göstermektedir.(Tablo 8)

Tablo:8 Kullandığınız makine ve ekipmanı satın aldığınız tedarikçiler/üreticilerin oranı?

Değişkenler	Frekans	Yüzelik(%)
1-24	0	4
25-49	5	16
50-74	6	78
75-100	31	2
Toplam	42	100

Şekil 10'a göre, firmaların çok büyük bir oranı kullandığı makine ve ekipmanı kendi bölgesindeki tedarikçi ve üreticilerden satın aldığı görülmektedir. Bu durum kümelenme açısından oldukça önemli bir gösterge olarak kabul edilebilir.



Şekil:10 Kullandığınız makine ve ekipmanı satın aldığınız tedarikçiler/üreticilerin oranı?

3.3.2. İşletmelerin Temel Yedek Parça ve Bakım Hizmetlerini Sağladığı Bölge Durumu

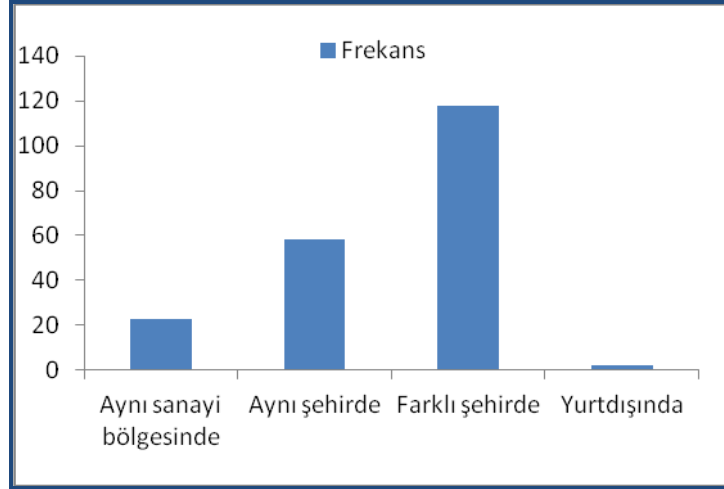
Ankete katılan şirketlerin temel yedek parça ve bakım hizmetini hangi bölgeden sağladığına ilişkin olarak, 118 firma temel yedek parça ve bakım hizmetini farklı şehirlerden sağladığını, 58 firma aynı şehirlerden sağladığını, 23 firma aynı sanayi bölgesinden sağladığını, 2 firma da temel yedek parça ve bakım hizmetini yurt dışından sağladığını ifade etmiştir.(Tablo 9)

Tablo:9 Temel yedek parça ve bakım hizmetini hangi bölgeden sağlıyorsunuz?

Değişkenler	Frekans	Yüzelik(%)
Aynı sanayi bölgesinde	23	11
Aynı şehirde	58	29
Farklı şehirde	118	59
Yurtdışında	2	1
Toplam	201	100



Şekil 11'a göre, şirketlerin temel yedek parça ve bakım hizmetinin büyük oranda farklı şehirlerden sağlandığını, önemli bir oranda da aynı şehirlerden sağlandığını söylemek mümkündür.



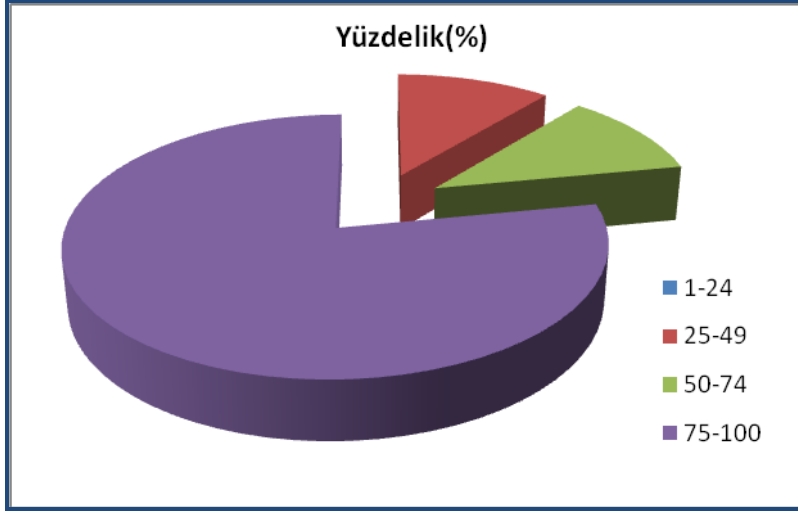
Şekil: 11 Temel yedek parça ve bakım hizmetlerinin sağlandığı bölgelerin dağılımı

Ankete katılan katılımcıların temel yedek parça ve bakım hizmetinin kendi bölgelerinden sağlama oranına ilişkin olarak, 63 firma temel yedek parça ve bakım hizmeti oranı % 75-100 arasında, 9 firma %50-74 oran arasında, 9 firma %25-49 oranı arasında bir değer aldığı görülmektedir.(Tablo 10)

Tablo:10 Temel yedek parça ve bakım hizmetini oransal olarak hangi bölgeden sağlıyorsunuz?

Değişkenler	Frekans	Yüzdellik(%)
1-24	0	0
25-49	9	11
50-74	9	11
75-100	63	78
Toplam	81	100

Şekil 12'ye göre, temel yedek parça ve bakım hizmetinin kendi bölgelerinden sağlama oranının büyüklüğüne ilişkin olarak, % 75-100 arasında sağlama oranının %78 olduğu, %50-74 arasında sağlama oranının %11 olduğu ve %25-49 arasında sağlama oranının %11 olduğu görülmektedir.



Şekil:12 Temel yedek parça ve bakım hizmetini oransal olarak hangi bölgeden sağlıyorsunuz?

3.3.3. İşletmelerin Kullandığı Temel Hammadde ve Malzemelerin Tedarik Durumu

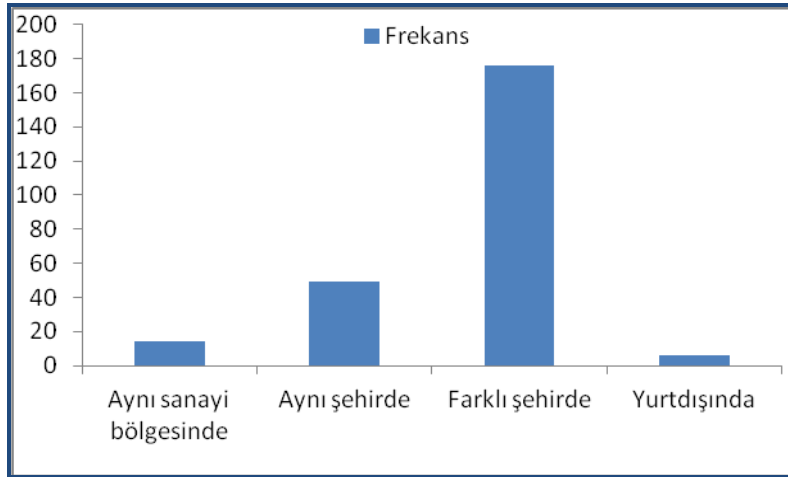
Ankete katılan şirketlerin kullanılan temel hammadde ve malzemelerin tedarik veya üretim yerine ilişkin olarak, 176 şirketin kullanılan temel hammadde ve malzemelerin tedarik veya üretim yeri farklı şehirlerden olduğunu, 49 şirketin kullanılan temel hammadde ve malzemelerin tedarik veya üretim yeri aynı şehirlerden olduğunu, 14 firma şirketin kullanılan temel hammadde ve malzemelerin tedarik veya üretim yeri aynı sanayi bölgesinden olduğunu, 6 firma kullanılan temel hammadde ve malzemelerin tedarik veya üretim yeri yurt dışından olduğunu görülmektedir.(Tablo 11)

Tablo:11 Kullandığınız temel hammadde ve malzemelerin tedarik veya üretim yeri?

Değişkenler	Frekans	Yüzelik(%)
Aynı sanayi bölgesinde	14	6
Aynı şehirde	49	20

Farklı şehirde	176	72
Yurtdışında	6	2
Toplam	245	100

Şekil 13'e göre, %72 oranında şirketin kullanılan temel hammadde ve malzemelerin tedarik veya üretim yeri farklı şehirlerden olduğunu, %20 oranında şirketin kullanılan temel hammadde ve malzemelerin tedarik veya üretim yeri aynı şehirlerden olduğunu,%6 oranında firma şirketin kullanılan temel hammadde ve malzemelerin tedarik veya üretim yeri aynı sanayi bölgesinden olduğunu,%2 oranında firma kullanılan temel hammadde ve malzemelerin tedarik veya üretim yeri yurt dışından olduğunu görülmektedir.



Şekil:13 kullanılan temel hammadde ve malzemelerin tedarik veya üretim yeri?

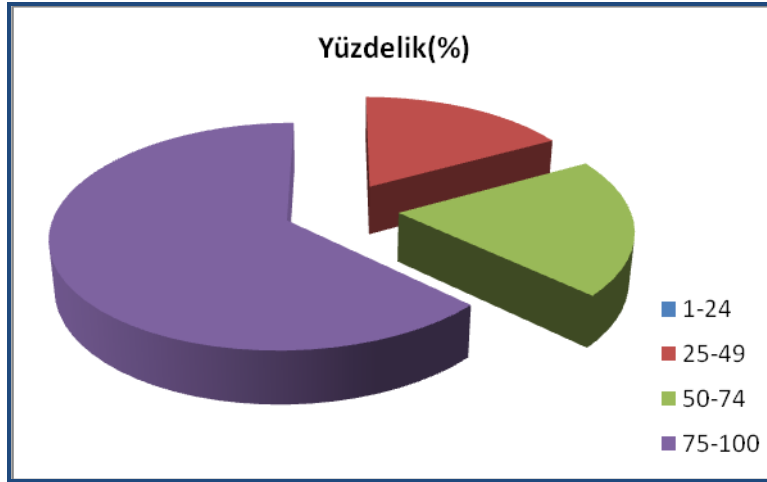
Ankete katılan firmaların kullandığı temel hammadde ve malzemelerin kendi bölgelerinden sağlama oranına ilişkin olarak, % 75-100 arasında sağlama büyüklüğünün %63 olduğu, %50-74 arasında sağlama büyüklüğünün %20 olduğu, %25-49 arasında sağlama büyüklüğünün %17 olduğu görülmektedir.(Tablo 12)

Tablo:12 Kullandığınız temel hammadde ve malzemelerin oransal olarak tedarik veya üretim yeri?

Değişkenler	Frekans	Yüzdelik(%)
1-24	0	0
25-49	11	17
50-74	13	20

75-100	40	63
Toplam	64	100

Şekil 14'e göre, firmaların kullandığı temel hammadde ve malzemelerin kendi bölgelerinden % 75-100 arasında sağlama büyüklüğünün %63 olduğu, %50-74 arasında sağlama büyüklüğünün %20 olduğu, %25-49 arasında sağlama büyüklüğünün %17 olduğu görülmektedir.



Şekil:14 Kullandığınız temel hammadde ve malzemelerin oransal olarak tedarik veya üretim yeri?

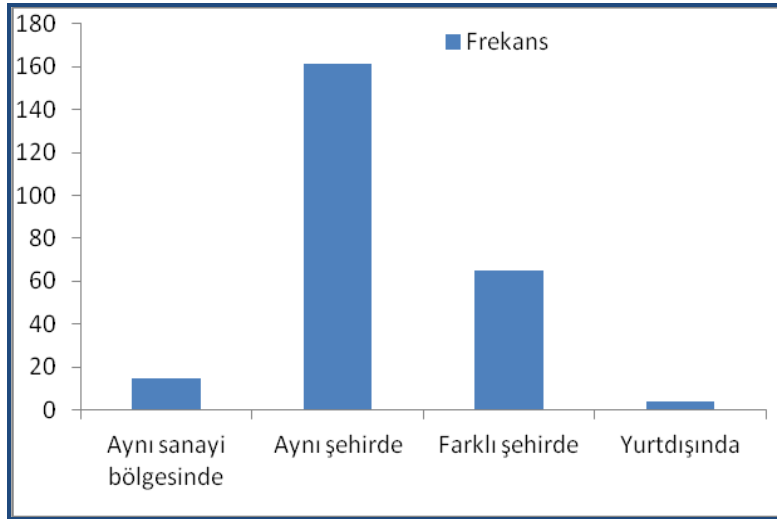
3.3.4. Firmaların Ürün ve Hizmetlerini Sattığı Bölge Durumu

Katılımcıların şirketin ürün ve hizmetlerini sattığı müşterilerin coğrafi dağılımına ilişkin olarak, 161 firma müşterilerinin aynı şehirden olduğunu, 65 firma farklı şehirden olduğunu, 15 firma aynı sanayi bölgesinden olduğunu, 4 firma ise yurt dışından olduklarını ifade etmiştir.(Tablo 13)

Tablo:13 Ürünlerinizi/ Hizmetlerinizi sattığınız müşteriler hangi bölgedendir?

Değişkenler	Frekans	Yüzdelerik(%)
Aynı sanayi bölgesinde	15	6
Aynı şehirde	161	66
Farklı şehirde	65	26
Yurtdışında	4	2
Toplam	245	100

Şekil 15'e göre, katılımcıların şirketin, ürün ve hizmetlerini sattığı müşterilerin coğrafi dağılımı %66 oranında müşteri profili aynı şehirden olduklarını, %26 oranında farklı şehirden olduklarını, %6 oranında aynı sanayi bölgesinden olduklarını,%2 oranında yurt dışından olduklarını anlaşılmaktadır.



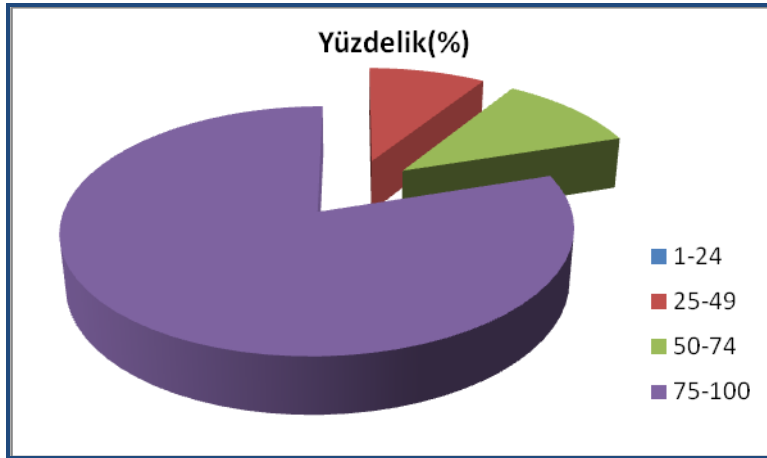
Şekil:15 Ürünlerinizi/ Hizmetlerinizi sattığınız müşteriler hangi bölgedendir?

Ankete katılan firmaların ürün ve hizmetlerini sattığı kendi bölgesindeki müşterilerin ağırlığına ilişkin olarak, % 75-100 arasında olanların oranının %80 olduğu, %50-74 arasında olanların oranının %11 olduğu, 25-49 arasında olanların oranının %9 olduğu görülmektedir. (Tablo 14)

Tablo:14 Ürünlerinizi/ Hizmetlerinizi sattığınız müşteriler oransal olarak hangi bölgedendir?

Değişkenler	Frekans	Yüzelik(%)
1-24	0	0
25-49	15	9
50-74	19	11
75-100	142	80
Toplam	176	100

Şekil 16'ya göre, firmaların ürün ve hizmetlerini sattığı kendi bölgesindeki müşterilerin ağırlığının %75-100 arasında olma büyüklüğünün %80 olduğu, %50-74 arasında sağlama büyüklüğünün %11 olduğu, %25-49 arasında sağlama büyüklüğünün %9 olduğu görülmektedir.



Şekil:16 Ürünlerinizi/ Hizmetlerinizi sattığınız müşteriler oransal olarak hangi bölgedendir?

3.3.5. Firma Rakiplerinin Bulunduğu Bölge Durumu

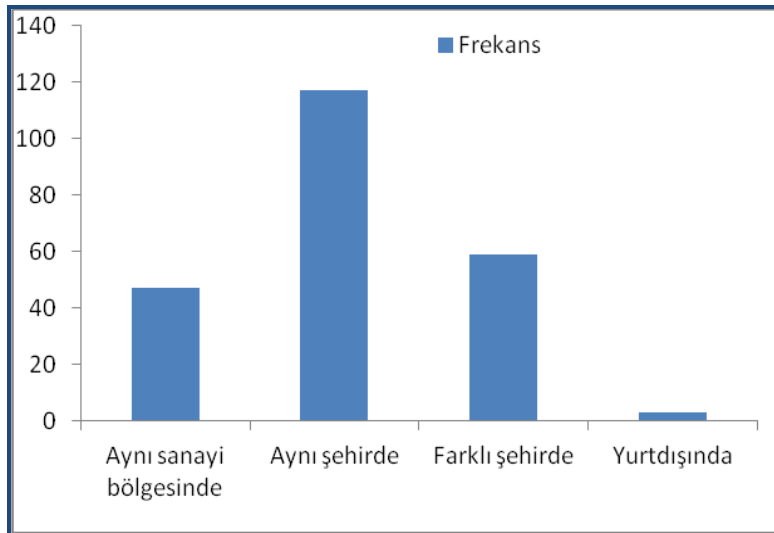


Katılımcıların rakiplerinin olan diğer üreticilerin coğrafi dağılımına ilişkin olarak, 117 firma rakiplerinin aynı şehirden olduğunu, 59 firma farklı şehirlerden olduğunu, 47 firma aynı sanayi bölgesinden olduğunu ve 3 firma ise yurt dışından olduğunu ifade etmiştir. (Tablo 15)

Tablo:15 Rakipleriniz olan diğer üreticiler hangi bölgededir?

Değişkenler	Frekans	Yüzdelerik(%)
Aynı sanayi bölgesinde	47	21
Aynı şehirde	117	52
Farklı şehirde	59	26
Yurtdışında	3	1
Toplam	226	100

Şekil 17'ye göre, %52 oranında firma rakiplerinin olan diğer üreticiler aynı şehirden olduğu, %26 firma rakiplerinin olan diğer üreticiler farklı sanayi bölgesinde olduğu, %21 oranında firma rakiplerinin olan diğer üreticiler aynı sanayi bölgesinden olduğu, %1 oranında firma rakiplerinin yurtdışından olduğu görülmektedir.



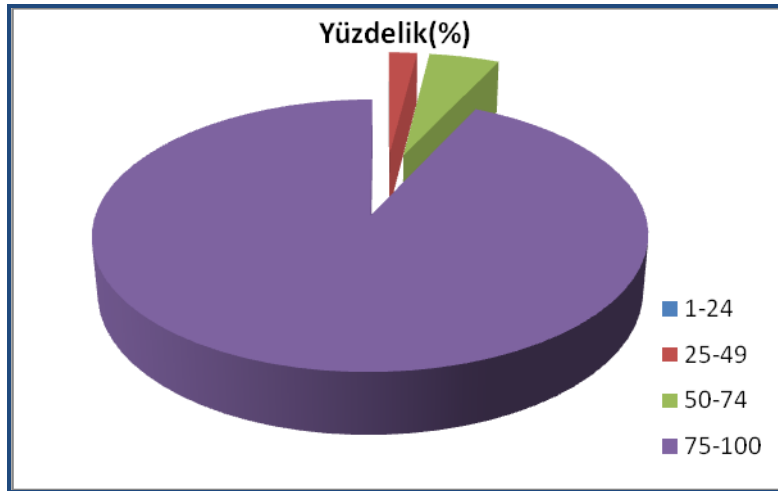
Şekil:17 Rakipleriniz olan diğer üreticiler hangi bölgededir?

Ankete katılan firmaların kendi bölgelerindeki rakiplerinin oransal büyüklüğüne ilişkin olarak, 153 firma rakiplerinin %75-100 oranında kendi bölgelerinden olduğunu, 8 firma rakiplerinin %50-74 arasında ve 3 firma ise rakiplerinin %25-49 oranı arasında olduğunu ifade etmiştir. (Tablo 16)

Tablo:16 Rakipleriniz olan diğer üreticiler oransal hangi bölgededir?

Değişkenler	Frekans	Yüzelik(%)
1-24	0	0
25-49	3	2
50-74	8	5
75-100	153	93
Toplam	164	100

Şekil 18'e göre, firmaların kendi bölgelerindeki rakiplerin ağırlığına ilişkin olarak, %93 oranında bu ağırlığın %75-100 arasında olduğu, %5 oranında bu ağırlığın %25-49 arasında ve %2 oranında bu ağırlığın %25-49 arasında bir değer olduğu görülmektedir.



Şekil:18 Rakipleriniz olan diğer üreticiler oransal hangi bölgededir?

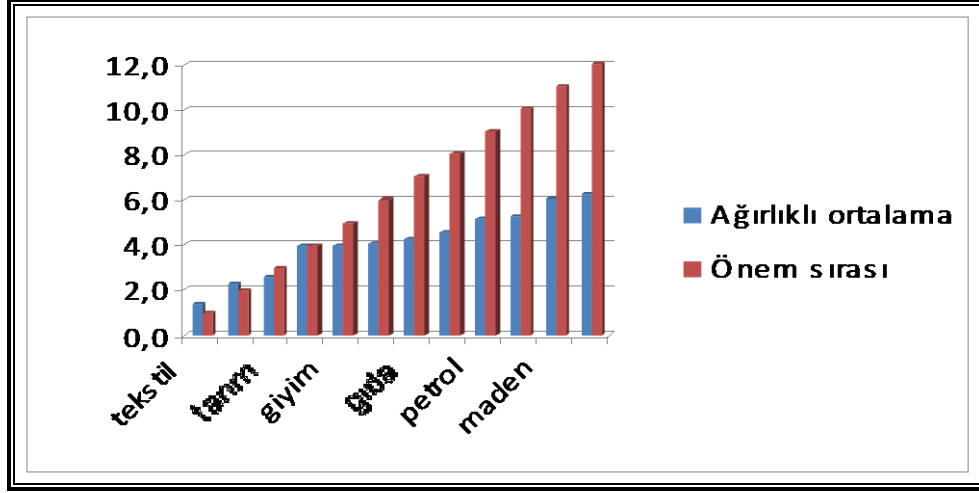
3.4. Sektörlerin Kümelenme Durumları

3.4.1. Adıyaman'da Öne Çıkan Sektörler

Adıyaman İlinde öne çıkan sektörler nelerdir sorusuna ilişkin olarak öne sektörler başta tekstil, inşaat, tarım, hayvancılık, giyim, turizm, gıda, dokuma, petrol, üzüm yetiştiriciliği, madencilik ve taşımacılık sektörleri olarak sıralanmaktadır. (Tablo 17)

Tablo:17 Adıyaman İlinde Öne Çıkan sektörler nelerdir?

Öne çıkan sektörler	Ağırlıklı ortalama	Önem sırası
Tekstil	1,4	1
Diğer (inşaat, mobilyacılık, bahçecilik)	2,3	2
Tarım	2,5	3
Hayvancılık	3,9	4
Giyim	3,9	5
Turizm	4,1	6
Gıda	4,2	7
Dokuma	4,6	8
Petrol	5,1	9
Üzüm	5,3	10
Maden	6,1	11
Taşımacılık	6,2	12



Şekil:19 Adıyaman İlinde Öne Çıkan sektörler nelerdir?

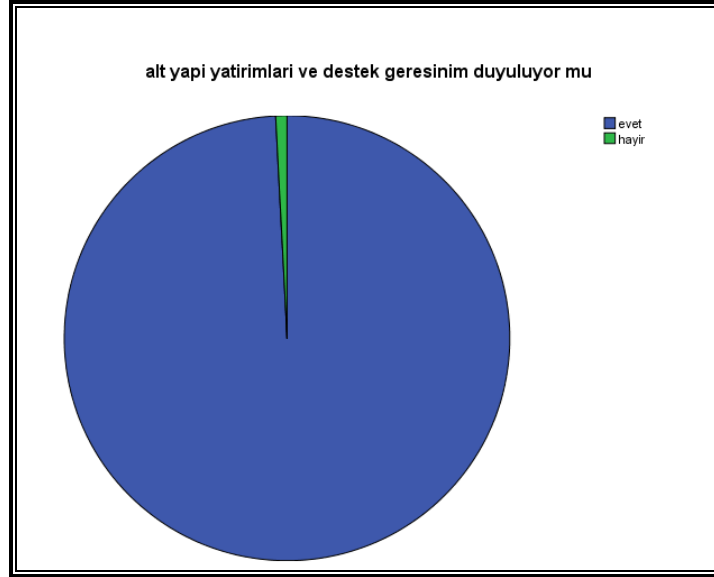
3.4.2. Şirketlerin Altyapı Yatırımı ve Destek İhtiyacı Durumu

Katılımcıların alt yapı yatırımları ve destek gereksinim duyulup duyulmadığına ilişkin olarak 245 şirket alt yapı yatırımları ve destek gereksinim duydukları, 2 şirkette alt yapı yatırımları ve destek gereksinim duymadıkları görülmektedir.(Tablo 18)

Tablo:18 alt yapı yatırımları ve destek gereksinim duyuluyor mu?

Değişkenler	Frekans	Yüzdelerik(%)
Evet	245	99.2
Hayır	2	0.08
Toplam	247	100.0

Şekil 20'ye göre, katılımcı firmaların alt yapı yatırımları ve destek gereksinim duyulup duyulmadığı hususunda, %99.2 oranında alt yapı yatırımları ve destek gereksinim duyulduğu %0.08 oranında da alt yapı yatırımları ve destek gereksinim duyulmadığına görülmektedir

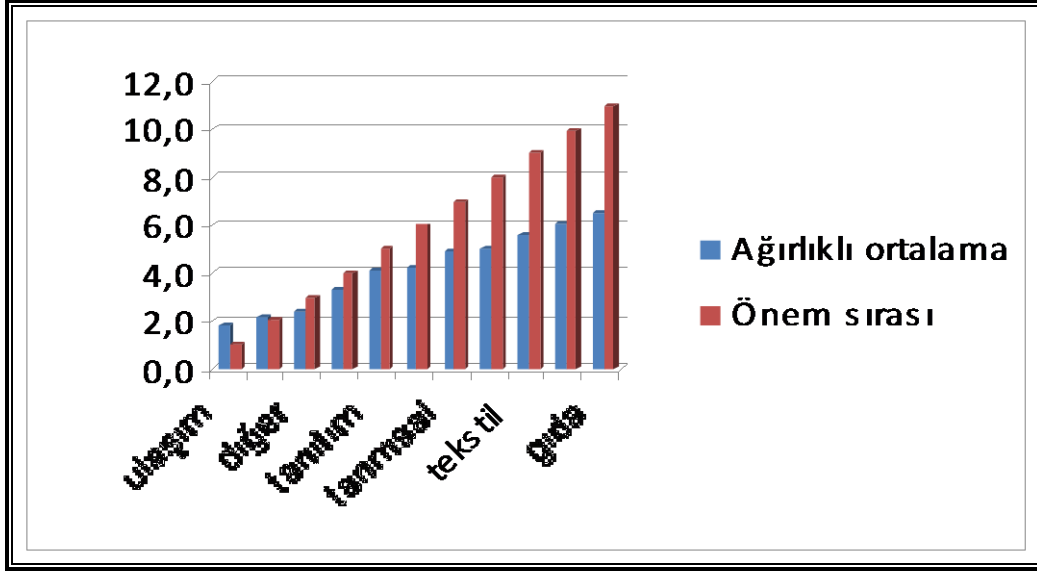


Şekil:20 Şirketin alt yapı yatırımları ve destek gereksinim duyuluyor mu?

Adıyaman’da kamu altyapı yatırımları ve destek faaliyetlerine gereksinim duyulan alanların ulaşım, sanayi, turizm, tanıtım, sulama, tarımsal, telekomünikasyon, tekstil, hayvancılık gıda sektörleri olarak sıralandığı tespit edilmiştir.(Tablo 19)

Tablo:19 Adıyaman’da Kamu altyapı yatırımları ve destek faaliyetlerine gereksinim duyduğunuz alanlar?

Gereksinim duyulan alan	Ağırlıklı ortalama	Önem sırası
Ulaşım	1,8	1
Sanayi	2,2	2
Turizm	3,3	3
Tanıtım	4,1	4
Sulama	4,2	5
Tarımsal	4,9	6
Telekomünikasyon	5,0	7
Tekstil	5,6	8
hayvancılık	6,1	9
Gıda	6,6	10



Şekil:21 Adıyaman'da Kamu altyapı yatırımları ve destek faaliyetlerine gereksinim duyduğunuz alanlar?

3.5. Adıyaman'da Kümelenmeye İlişkin Bulgular

Tablo:20 ortaklık yapısı ile kapasite kullanım oranı arasındaki ilişki

		Kapasite kullanım Oranı				Toplam
		1-24 çok düşük	25-50 düşük	51-75 orta	76-100 yüksek	
ortaklık yapısı	Aile şirketi	25	37	84	50	196
	Aile dışı ortaklık	4	20	25	2	51
Toplam		29	57	109	52	247

Ki-kare=17.393 $\alpha=0,001$



Tablo 20’de işletmelerin kapasite kullanım oranları ile ortaklık yapısına göre dağılım ve istatistiksel karşılaştırılması yer almaktadır. Yapılan istatistiksel çözümleme sonucunda ki-kare değeri=17,393, $\alpha=0,001$ olarak bulunmuştur. Ki-kare değerine ilişkin anlamlılık düzeyi 0.05’ten değeri 0,001 olarak bulunmuştur. Ki-kare değerine ilişkin anlamlılık düzeyi 0,05’ten küçük olduğundan kapasite kullanım oranları ile ortaklık yapısı arasında %95 güven aralığında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Adıyaman ilinde faaliyette olan işletmeler daha çok aile şirketi olmaları işletmelerin kapasite kullanım oranlarını da etkilediği söylenebilir.

Tablo:21 Tedarik veya üretim yeri ile müşteriler hangi bölgeden

		müşteriler hangi bölgeden				Toplam
		ayni sanayi bölgesinde	ayni şehirde	farklı şehirde	yurt dışında	
tedarik veya üretim yeri	ayni sanayi bölgesinde	0	4	0	0	4
	ayni şehirde	1	14	15	2	32
	farklı şehirde	10	134	59	4	207
	yurt dışında	0	0	4	0	4
Toplam		11	152	78	6	247

Ki-kare=18,473 $\alpha=0,030$

Tablo 21’de işletmelerin tedarik veya üretim yeri ile müşterilerin hangi bölgeden olduğuna ilişkin dağılım ve istatistiksel karşılaştırılması yer almaktadır. Yapılan istatistiksel çözümleme sonucunda ki-kare değeri=18,473, $\alpha=0,0030$ olarak bulunmuştur. Ki-kare değerine ilişkin anlamlılık düzeyi 0.05’ten değeri 0,030 olarak bulunmuştur. Ki-kare değerine ilişkin anlamlılık düzeyi 0,05’ten küçük olduğundan tedarik veya üretim yeri ile müşteriler hangi bölgeden olduğu arasında %95 güven aralığında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Adıyaman’da eğer işletmelerin ürettiği bir mal ve/veya hizmeti ihraç edebiliyorsanız, o üründe rekabet edebiliyorsunuz, yani, rekabet avantajına sahipsiniz demektir. Doğal olarak rekabet avantajı elde etmek ihracatın temel dinamiğini oluşturmaktadır. Nitekim rekabet avantajını elde



etmiş olan bir işletme ihracat yapabilme kapasitesine sahip olabilir. Rekabet avantajı elde etmek için ise düşük maliyet ve yüksek kalite ön plana çıkmaktadır. İşte bu noktada kümelenmeler rekabet avantajını değişkenler yönünden çok yönlü olarak etkilediği görülmektedir.

Tablo:22 Parça ve bakım hangi bölgeden temin edildiği ile tedarik veya üretim yeri

	tedarik veya üretim yeri				Toplam	
	ayni sanayi bölgesinde	ayni şehirde	farklı şehirde	yurt dışında		
parça ve bakım hangi bölgeden temin edilmektedir.	ayni sanayi bölgesinde	2	2	10	0	14
	ayni şehirde	0	21	31	0	52
	Farklı şehirde	1	8	138	3	150
	yurt dışında	0	0	1	0	1
Toplam		3	31	180	3	217

Ki-kare=57,995 $\alpha=0,000$

Tablo 22’de parça ve bakım hangi bölgeden temin edildiği ile tedarik veya üretim yerinin dağılım ve istatistiksel karşılaştırılması yer almaktadır. Yapılan istatistiksel çözümleme sonucunda ki-kare değeri=57,995 $\alpha=0,0000$ olarak bulunmuştur. Ki-kare değerine ilişkin anlamlılık düzeyi 0.05’ten değeri 0,000 olarak bulunmuştur. Ki-kare değerine ilişkin anlamlılık düzeyi 0,05’ten küçük olduğundan Parça ve bakım hangi bölgeden temin edildiği ile tedarik veya üretim yeri olduğu arasında %95 güven aralığında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Adıyaman ilinde yapılacak kümelenme anlayışında üzerinde durulması gereken husus, mevcut sorunlardan daha çok fırsatlara odaklanmanın ön planda olmasıdır. Böylece firmaların, teknoloji paylaşımı, ortak pazarlama stratejileri, ortak hammadde, ortak satın alma, ortak altyapı paylaşımı ile yüksek katma değerli ürünlere odaklanma gibi ortak girişimler ile ölçek ekonomilerine ulaşılması konusunda fırsatlar yakalamaları mümkündür. Kümelenme anlayışı kurumlar arası, firmalar arası koordinasyon gerektirdiği görülmektedir.



Tablo23: ekipmanı satın aldığınız tedarikçiler/üreticiler ile tedarik veya üretim yeri

	Tedarik veya üretim yeri				Toplam
	Aynı sanayi bölgesinde	Aynı şehirde	Farklı şehirde	Yurt dışında	
Ekipmanı satın aldığınız Aynı şehirde tedarikçiler/üreticiler	1	9	24	1	35
Farklı şehirde	2	21	155	0	178
Yurtdışında	0	1	1	2	4
Toplam	3	31	180	3	217

Ki-kare=79,242 $\alpha=0,000$

Tablo 23’de işletmelerin ekipmanı satın aldığı tedarikçiler/üreticiler ile tedarik veya üretim yerinin dağılım ve istatistiksel karşılaştırılması yer almaktadır. Yapılan istatistiksel çözümlene sonucunda ki-kare değeri=79,242 $\alpha=0,0000$ olarak bulunmuştur. Ki-kare değerine ilişkin anlamlılık düzeyi 0.05’ten değeri 0,000 olarak bulunmuştur. Ki-kare değerine ilişkin anlamlılık düzeyi 0,05’ten küçük olduğundan ekipmanı satın aldığınız tedarikçiler/üreticiler ile tedarik veya üretim yeri arasında %95 güven aralığında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Adıyaman ilinde yapılacak bir kümelenme çalışmasıyla küresel arenada rekabet potansiyeline sahip sektörlerin, yerel potansiyel harekete geçirilerek rekabet güçlerinin artırılması ve sürdürülebilir bir yerel kalkınma ve buna bağlı yüksek yaşam standardı sağlanabilmesi için önemli bir temel oluşturacaktır.



Tablo:24 kapasite kullanım oranı ekipmanı satın aldığınız tedarikçiler/üreticiler

	Ekipmanı satın aldığınız tedarikçiler/üreticiler			Toplam
	ayni şehirde	farklı şehirde	yurtdışında	
Kapasite kullanım oranı 1–24 çok düşük	7	17	0	24
25–50 düşük	7	39	2	48
51–75 orta	18	76	0	94
76–100 yüksek	3	46	2	51
Toplam	35	178	4	217

Ki-kare=12,028 $\alpha=0,061$

Tablo 24’de işletmelerin kapasite kullanım oranı ile ekipmanı satın aldığı tedarikçiler/üreticilerin dağılım ve istatistiksel karşılaştırılması yer almaktadır. Yapılan istatistiksel çözümleme sonucunda ki-kare değeri=79,242 $\alpha=0,0000$ olarak bulunmuştur. Ki-kare değerine ilişkin anlamlılık düzeyi 0.05’ten değeri 0,061 olarak bulunmuştur. Ki-kare değerine ilişkin anlamlılık düzeyi 0,05’ten küçük olduğundan kapasite kullanım oranı ekipmanı satın aldığınız tedarikçiler/üreticiler arasında %95 güven aralığında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Adıyaman ilinde yapılan herhangi bir kümelenede, işletmelerin üretim süreçlerinin tüm unsurları arasında sinerji oluşturarak rekabet gücünün geliştirilmesine destek bir model olarak ele alınmakta ve özellikle işletmelerin kapasite kullanım miktarlarını etkilemektedir.



Yapılan çalışmayla elde edilen bulgular genel olarak analiz edildiğinde ve değerlendirildiğinde sonuçlar aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- ✓ Firmaların kapasite kullanım oranlarının genellikle orta düzeyde oldukları
- ✓ İşletmelerin sahip olduğu işgücünün eğitim seviyesinin oldukça düşük olduğu,
- ✓ Adıyaman'da şirketlerin ağırlıklı olarak kendilerini kalite ve maliyet yönünden rekabette kuvvetli gördükleri,
- ✓ Adıyaman'da firmaların ağırlıklı olarak kendi bölgesi ve Türkiye şirketleri kendilerine rakip gördükleri,
- ✓ Adıyaman'daki firmaların kullandığı makine ve ekipmanları satın aldığı tedarikçiler/üreticilerin coğrafi dağılımına ilişkin olarak, büyük çoğunlukla farklı şehirlerdeki tedarikçi ve üreticilerden satın aldığı, ancak kendi bölgesindeki (aynı sanayi bölgesindeki ve aynı şehirdeki) tedarikçi ve üreticilerden satın alma payının orta düzeyde olduğu,
- ✓ Firmaların temel yedek parça ve bakım hizmetinin önemli oranda farklı şehirlerden sağlandığı, ancak kendi bölgesindeki tedarikçi ve üreticilerden satın alma payının oldukça yüksek oranda olduğu,
- ✓ Adıyaman'daki firmaların kullandığı temel hammadde ve malzemelerin tedarik veya üretim yerinin büyük oranda farklı şehirlerden olduğunu, ancak kendi bölgesindeki tedarikçi ve üreticilerden sağladığı payın oldukça yüksek oranda olduğu,
- ✓ Adıyaman'daki firmaların ürün ve hizmetlerini sattığı müşteri profilinin büyük oranda kendi şehirden olduğu, satış ağırlığının da yine çok yüksek olduğu,
- ✓ Adıyaman'daki firmaların kendi bölgelerindeki rakiplerinin oransal büyüklüğünün çok yüksek olduğunu,
- ✓ Adıyaman'da öne çıkan sektörlerin başta tekstil olmak üzere, önemli oranda inşaat, tarım, hayvancılık, giyim olduğu ve ardından turizm, gıda, dokuma, petrol, üzüm yetiştiriciliği, madencilik ile taşımacılık sektörleri şeklinde sıralandığı,
- ✓ Adıyaman'daki firmaların çok büyük oranında alt yapı yatırımları ve desteğe gereksinim duyduğu; ve bu gereksinim duyulan alanların başta ulaşım, sanayi ve turizm olmak üzere,



tanıtım, sulama, tarım, telekomünikasyon, tekstil, hayvancılık ile gıda sektörleri olarak sıralandığı söylenebilir.

4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Günümüzde kümelenmeye yönelik uygulanan politikalar, rekabet edebilirliğin teşvik edilmesinde, küresel rekabet karşısında ayakta durmada kullanılabilecek temel politika araçlarıdır. Çünkü kümelenme politikası sonucunda işletmelerin hedeflerini gerçekleştirmede yardımcı olmak ve ekonomik kalkınmayı desteklemede önemli bir rol oynamaktadır. En önemli sektörlerin belirlendiği bölgelerde, model kümelenme örneklerinin başarıya ulaşması için bir diğer aşamada bölgelerde farklı çekim merkezleri oluşturulmasıdır. Bu belirlenen bölgelerden biri Adıyaman ilidir. Adıyaman kümelenme konusunda son üç yıl içinde gerçekleştirdiği büyük değişimle bunu yansıtan güzel örneklerden birisi olarak kabul edilmektedir.

Yapılan çalışmayla elde edilen bulgular genel olarak analiz edildiğinde ve değerlendirildiğinde ulaşılan sonuçlar dikkat çekicidir. Buna göre, firma kapasitelerinin genellikle orta düzeyde, sahip oldukları işgücü eğitim seviyesinin oldukça düşük düzeyde olmasına rağmen, kendilerini kalite ve maliyet yönünden rekabette kuvvetli gördükleri tespit edilmiştir.

Adıyaman'daki firmaların tedarik ettiği makine ve ekipmanlar, yedek parça ve bakım hizmetleri ile hammadde ve malzemeler gibi temel sektörel girdileri genel olarak farklı şehirlerden sağladığı, ancak ürün ve hizmetlerini sattığı müşteri profiline büyük oranda kendi bölgesinden (aynı sanayi bölgesi ve aynı şehirden) olduğu tespit edilmiştir.

Girdi tedarikindeki coğrafi farklılığın yüksekliğine rağmen, kendi bölgesindeki az sayıdaki tedarikçiden genellikle yüksek oranda mal ve hizmet tedarik ettiği; benzer şekilde ürün ve hizmetlerini sattığı müşteri profiline büyük oranda kendi bölgesinden olduğu ve satış ağırlığının çok yüksek oranda kendi bölgesine olduğu tespit edilmiştir. Bu durum bölgesel kümelenme anlamında dikkate değer bir sonuç olarak kabul edilebilir.



Genel olarak öne çıkan en önemli sektörlerin başında tekstil, inşaat, tarım, hayvancılık, giyim turizm, gıda, dokuma, petrol, üzüm yetiştiriciliği, madencilik ile taşımacılık sektörleri olduğu tespit edilmiştir. İhtiyaç duyulan bu sektörlerle paralel olarak firmaların çok büyük oranında ulaşım, sanayi ve turizm, tanıtım, sulama, tarım, telekomünikasyon, tekstil, hayvancılık, gıda gibi sektörlerde alt yapı yatırımları ve desteğe gereksinim duyduğu tespit edilmiştir.

Kümelenme çalışmalarında her şeyden önce illerin güçlü ve zayıf yönlerinin analizi yapıp, illerin ekonomik kalkınması için somut bir yol haritası çıkartılmalıdır. Böylece, bölgesel kalkınmışlığın sağlanabilmesi ve rekabetçi sektörlerin oluşturulması işletmelerin meydana gelecek şoklara karşı kendi değerlerini ortaya koyabilmeleri ve global pazarda yer edinebilmeleri sağlanacaktır. Bölgelerarası ve iller arası yakınlaştırılmış ve rekabet amaçları bakımından farklılaştırılmış işletmeler ortaya çıkacaktır. Bu çerçevede tekstil, inşaat, tarım, hayvancılık, giyim, turizm, gıda, dokuma, petrol, üzüm, madencilik, taşımacılık v.b.gibi kısacası sürükleyici sektörlerin farklı bölgeler için tespit edilmesi gerekmektedir.



Kümelenmeye ilişkin swot analizi

FIRSATLAR

- Sektörün gelişime açık olması
- Ürün çeşitliliği
- Son yıllarda bir çok sektörde tasarım ve bilim sisteminin gelişmesi
- Sektörlerin işbirliğine açık olması

GÜÇLÜ YÖNLERİ

- Sektörlerde gittikçe artan teknolojik gelişmeler
- Sektöre yönelik ucuz işgücü teminin kolay sağlanması
- Bölgede rekabetin artması
- Sektörde ürün çeşitliliğinin fazla olması
- Teşvikler
- Benzer kümelenme çalışmalarının daha yapılmış olması

TEHDİTLER

- Türkiye de enerji sorunu
- Küresel kriz beklentisi
- Küresel savaş beklentisi
- Vasıflı işgücü yetersizliği
- Tanıtım faaliyetlerin yetersizliği

ZAYIF YÖNLERİ

- Haksız rekabet oluşması
- Rekabet gücünün yetersiz oluşu
- Firmaların kümelenme konusunda yeterli bilgi donanımına sahip olmamaları



KAYNAKÇA

ÇAKMAK, Zeki, (1999).“Kümeleme Analizinde Geçerlilik Problemi ve Kümeleme Sonuçlarının Değerlendirilmesi”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı:3, Kasım,s.187-205

ALSAC, Filiz(2010). Bölgesel Gelişme Aracı Olarak Kümelenme Yaklaşımı ve Türkiye İçin Kümelenme Destek Modeli önerisi, **Devlet Planlama Müsteşarlığı**, Planlama Uzmanlığı Tezi,

PORTER, M. Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy, **Economic Development Quarterly** 2000;14;15 pp: 15-24

www.dpt.gov.tr

www.tuik.gov.tr

<http://www.ekoayrinti.com/>

<http://www.vezirdanismanlik.com>

www.tcmb.gov.tr

www.maliye.gov.tr

www.gap.gov.tr



KÜMELENME BİLGİ TOPLAMA FORMU

Sayın Yetkili

Bu çalışma İpekyolu Kalkınma Ajansı tarafından desteklenen ve Adıyaman Esnaf Ve Sanatkarlar Odalar Birliği Başkanlığı tarafından yürütülen “Adıyaman’da Kümelenme Adımları” projesi kapsamında yapılmaktadır. Bölgesel gelişme politikaları, temelde bir ülkenin bölgeleri arasındaki gelişmişlik farklarının giderilmesini hedefleyen politikalar. Kümelenme yaklaşımı, bölgesel gelişme politika aracı olarak, bölgelerin rekabet avantajına sahip oldukları sektörleri ön plana çıkarmakta ve bu sektörlerdeki rekabet avantajını güçlendirmektedir. Bu çalışmanın esas amacı, Adıyaman ilinde bir kümelenme yapısının araştırılmasına yönelik *İpekyolu Kalkınma Ajansının* Bölgesel Planlama çalışmalarında kullanılmak üzere Adıyaman’da bir kümelenme durumunu analiz edilmeye yönelik olmaktadır. Çalışmaya, değerli zamanınızı ayırarak yardımcı olduğunuz için teşekkür ederiz.

Saygılarımızla

Anket No:..... Şirket İsmi (zorunlu değil):Kuruluş Yılı:

1. Anketi doldurmanın şirketteki pozisyonu nedir?

- a. Yönetim Kurulu Üyesi/ Firma Sahibi
- b. Genel Müdür
- c. İnsan Kaynakları Müdürü
- d. Diğer.....

2. İşletmenizin ortaklık yapısı nedir?

- a. Aile Şirketi
- b. Aile Dışı Ortaklı
- c. T.C. Vatandaşı Olmayan Yabancı Ortaklı

3. Adıyaman İlinde Öne Çıkan sektörler nelerdir?

Sektörler	Sıralama
Tekstil ürünlerin imalatı	
Tarım Sektörü	
Turizm sektörü	
Gıda Sanayisi	
Giyim Eşyalarının İmalatı	
Petrol Ürünleri ve Türevleri	
Hayvancılık	
Üzüm Yetiştiriciliği	
Taşımacılık Sektörü	
Madencilik ve taşocakçılık	
Dokuma ve iplik	
Diğer.....	

- a) Evet
- b) Hayır

5. Eğer 4.soruya cevabınız “evet” ise gereksinim duyduğunuz alanlar nelerdir.

Tanım	Sıra
Ulaşım alt yapısı	
Telekomünikasyon	
Sanayi faaliyetlerin desteklenmesi	
Turizmin geliştirilmesi	
Tanıtım ve pazarlama desteği	
Sulama alt yapısı	
Tarımsal faaliyetlerin desteklenmesi	
Gıda işleme tesislerin kurulması	
Hayvancılık Faaliyetlerin desteklenmesi	
Tekstil sektörüne yönelik teşviklerin artırılması	
Diğer(.....)	

4. Adıyaman’da Kamu altyapı yatırımları ve destek faaliyetlerine gereksinim duyuyor musunuz.?



6. İşletmenizde son 1 yıldaki ortalama kapasite kullanım oranları nedir?

	%1-24 çok düşük	%25-50 düşük	%51-75 orta	%76-100 yüksek
Kapasite kullanım oranınız				

7. İşletmenizde bulunan işgücünün aşağıdaki eğitim seviyelerindeki Sayısını belirtiniz.

Eğitim seviyesi	Sayısı
İlköğretim	
Lise ve meslek liseleri	
Lisans Eğitimi	
Lisansüstü	

8. Şirketinizin rekabette en kuvvetli olduğu alan hangisidir?

Parametre	Sırası
Maliyet	
Kalite	
Üretim yenilenmesi	
Pazara zamanında sunma	
Ödeme de Esneklik	
Diğer _____	

9. Önemli rakip grubunuz aşağıdakilerden hangileridir.

Rakipler	Sırası
Bölgenizdeki şirketler.	
Farklı bölgelerde ki Türkiye’de ki şirketler. (Lütfen bölge ismini yazınız)	
Düşük maliyetlerle üretim yapan yabancı ülkelerde ki şirketler. (Çin, Hindistan, Mısır)	
Gelişmiş ülkelerde ki yabancı şirketler. (USA, Japonya, EU)	
Diğer	

10. Kullandığınız makine ve ekipmanı satın aldığınız tedarikçiler/üreticiler?

Bölgesi	% oranı
Aynı Sanayi Bölgesinde	
Aynı Şehirde	
Farklı Şehirde	
Yurt Dışında	

11. Temel yedek parça ve bakım hizmetini hangi bölgeden sağlıyorsunuz?

Bölgesi	% oranı
Aynı Sanayi Bölgesinde	
Aynı Şehirde	
Farklı Şehirde	
Yurt Dışında	

12. Kullandığınız temel hammadde ve malzemelerin tedarik veya üretim yeri?

Bölgesi	% oranı
Aynı Sanayi Bölgesinde	
Aynı Şehirde	
Farklı Şehirde	
Yurt Dışında	

13. Ürünlerinizi/Hizmetlerinizi sattığınız müşteriler hangi bölgededir?

Bölgesi	% oranı
Aynı Sanayi Bölgesinde	
Aynı Şehirde	
Farklı Şehirde	



--	--

Yurt Dışında	
--------------	--

14. Rakipleriniz olan diğer üreticiler hangi bölgededir?

Bölgesi	% oranı
Aynı Sanayi Bölgesinde	
Aynı Şehirde	
Farklı Şehirde	
Yurt Dışında	

----- TEŞEKKÜRLER -----

Anketör: