

## KÜRESELLEŞME ÇAĞINDA DIŞ TİCARETTE REKABET İÇİN KÜMELENME STRATEJİSİ: TÜRKİYE'NİN TARIM KÜMELENMESİ GEREKLİLİĞİ

Sadettin GÜLTEKİN\*

**Özet:** Kümeler; belirli bir alanda bulunan birbiriyle bağlantılı şirketlerin, uzmanlaşmış tedarikçilerin, servis sağlayıcıların ve bağlı kurumların bir ülkede veya bir bölgede coğrafi olarak yoğunlaşmalarıdır. Kümeler; verimliliği, yeniliği ve rekabet gücünü artırdığı için ortaya çıkmıştır. Yeni küreselleşme dalgası, kümelenmelerin verimlilik, yenilik ve rekabet gücü üzerindeki önemini ortaya koymaktadır. Kümeler; şirketlerin, hükümetin ve diğer kurumların rekabet gücünün artırılmasındaki yeni rolleri konusunda bir düşünceyi temsil etmektedir.

Bu makale; kümelenmelerin, dış ticarete rekabet gücü düzeyini nasıl artırdığını açıklamaktadır. Bölgesel kümeler, küresel ekonomik rekabet için potansiyel verimlilik kaynağı oluşturmaktadır. Bu nedenle, Türkiye, küreselleşme çağında daha fazla rekabet avantajı elde etmek için ekonomideki firmalar ve destekleyici kuruluşlar arasında işbirliğine dayalı etkileşimleri teşvik eden bir kümelenme programı oluşturmalıdır.

**Anahtar Sözcükler:** Küme, kümelenme, rekabet gücü, verimlilik.

### IN THE AGE OF GLOBALISATION CLUSTERING STRATEGY FOR COMPETITION AT FOREIGN TRADE: TURKEY'S AGRICULTURAL CLUSTERING NECESSITY

**Abstract:** Clusters are geographic concentrations of interconnected companies, specialized suppliers, service providers, and associated institutions in a particular field that are present in a nation or region. Clusters arise because they increase the productivity, innovation and competitiveness. New wave of globalisation reveals the importance of clusters on productivity, innovation and competitiveness. Clusters represent thinking about new roles for companies, government, and other institutions in enhancing competitiveness.

---

\* Yrd.Doç.Dr., Rize Üniversitesi, Fındıklı MYO, öğretim üyesi.

This article explains how clusters increase level of competition power at the foreign trade. Regional clusters represent a potential source of productivity to global economic competition. For that reason, Turkey, should establish a clustering program that stimulates the collaborative interactions of firms and supporting organizations in economy to produce more competitive advantages in the age of globalisation.

**Key Words:** Cluster, clustering, competitiveness, productivity.

## Giriş

Günümüzde yaşanan hızlı teknolojik gelişmeler sonucunda, ülkeler arasında mal, hizmet ve sermaye akışı hızlanmış, küreselleşme sonucu coğrafi sınırlar adeta ortadan kalkmıştır. Küreselleşme konusu, değişik toplum kesimlerince değişik şekillerde algılanan bir olgudur. Hemen her alanda olduğu gibi, dış ticaret alanında da dünyada hızlı bir küreselleşme süreci yaşanmaktadır.

Küreselleşme; globalleşme, evrenselleşme anlamına gelmektedir. Dış ticaret alanında ise mal ve hizmet piyasaları ile fikri mülkiyet hakları konusunda sınırların kalkması ve bu alanların evrensel kurum ve kurallara kavuşturulmasıdır.

Küreselleşme sonucu artık tüm dünya tek pazar haline gelmiştir. Bütün ülkeler bu pazardan daha fazla pay alabilmek için kıyasıya rekabet içindedir. Artan rekabet ortamında, ülkemizin değişen dünya şartlarına uyum sağlaması dış ticarete istenilen yere gelmesiyle mümkün olacaktır. Çünkü dış ticaret, diğer işletmelerle rekabet edebilmek, başarıya ulaşmak ve uluslararası pazardan pay alabilmek için stratejik bir amaçtır.

Küreselleşme dünyada yaşayan milyarlarca insanla dış ticaret yapma imkânı sunmaktadır. Küreselleşmenin, pazar büyümesi anlamında ciddi imkânlar sunması bir gerçektir. İşletmeler, daha büyük ölçekte üretim yaparak ölçek ekonomisinden yararlanabilirler. Ancak, küreselleşmenin diğer yönü, tüm dünyada üretilen her türlü mal ve hizmetin Türkiye'ye rahatlıkla girebileceği bir ortamın oluşmasıdır. Bu durumda dış ticaretin hızla artması ve ithalatın ihracattan daha hızlı artması olgusu ile karşılaşılmaktadır. Dış ticaret açığının rekor boyutlara ulaştığı bir durumda ithalat yapmak için borçlanmak gerekmektedir. Sonuçta, gerek kamu gerekse özel sektör borçluluk dengesi sürdürülemez

boyutlara ulaşmakta, hızla büyüyen anapara ve faiz ödemeleri karşısında ekonominin finansal dengesi sarsılmakta, ekonomi küresel krizlere karşı daha duyarlı hale gelmektedir.

Günümüzde ekonomilerin rekabet edebilme yetenekleri, uluslararası alanda ticari ilişkilerin en önemli belirleyicisi haline gelmiştir. Rekabetin artan önemi, ülkelerin geleneksel ticaret yaklaşımlarının değiştirilmesini gerektirmiş ve birçok ülke tarafından başarı ile uygulanan kümelenme yaklaşımı ön plana çıkmıştır.

Türkiye'nin dış ticarete rekabet gücünü koruyabilmesi için rekabet stratejilerinin belirlenmesi ve uygulanması gerekmektedir. Bu stratejilerden birisi de kümelenme stratejisidir.

Bu nedenle; bu çalışmada, dış ticaret ve dış ticarete rekabet gücünün ülke ekonomileri için öneminin ele alınmasından sonra Türkiye'nin kümelenme stratejisinin dış ticarete rekabet gücü açısından etkileri incelenmektedir. Türkiye'de mevcut kümelenme uygulamaları ve özellikle tarım alanında uygulanması gereken kümelenme yaklaşımları konusunda öneriler ortaya konulmaktadır.

### **1. Dış Ticaretin Tanımı ve Özellikleri**

Dış ticaret; bağımsız ülkeler arasında gerçekleştirilen mal, hizmet, sermaye ve fikri mülkiyet hakları ticaretinin tümüdür. Bu anlamda dış ticaret, bir ülkede üretilen malların, sağlanan hizmetlerin, sermayenin ve fikri mülkiyet haklarının başka ülkelerde veya bölgelerde satılması, dağıtılması veya başka şekillerde fayda yaratılması yoluyla tüketicilere veya araçılara sunulması faaliyetlerinin tümünü kapsar. En dar anlamda dış ticaret, ithalat ve ihracat faaliyetleridir (Gültekin- Savcı, 2008:1).

Dış ticaret, ülkelerin ekonomik ve siyasal açıdan dünyada söz sahibi olması, zenginleşmesi, kalkınması ve ekonomik birimlerin yararlarının maksimize edilmesi açısından da önem taşır. İleri teknoloji düzeyi ile desteklenen istikrarlı makroekonomik yapıların varlığı o ülkenin dış ticarete yüksek rekabet gücüne sahip olması anlamına gelir.

Ülkelerin, karşılaştırmalı üstünlük yapılarına, teknoloji düzeylerine, doğal kaynaklarına ve yetişmiş insan gücü potansiyellerine bağlı olarak, dış ticareten oldukça avantajlı bir pay almaları mümkündür. Ancak, zor bir uzmanlık alanı olan dış ticaret, iyi yönetilmediğinde ülkeler için yıkıcı sonuçlar da doğurabilmektedir.

Dış ticaret, ülkede ödemeler dengesi açıklarına, dış borçların aşırı büyümesine ve kronikleşmesine, dolayısıyla döviz kurunda aşırı dalgalanmalara ve bu dalgalanmaların

ülke içinde yarattığı krizlere neden olabilir. Bu nedenle dış ticaret iyi yönetilmelidir (Gültekin ve Savcı, 2008:2).

Dış ticaret, ülkenin tarım, sanayi ve hizmetler sektöründe ciddi kayıplara ve zararlara neden olabilir. Bu nedenle, dış ticarete korunma önlemleri, gümrük vergileri ve benzeri dış ticaret politikası önlemleri gerekebilir. Ancak, dış ticaretin gümrük vergileri ve diğer dış ticaret politikası önlemleri ile sınırlandırılması veya kısıtlanması, Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) kural ve ilkeleri ile Avrupa Birliği Gümrük Birliği Anlaşması gereği artık mümkün değildir.

Bu nedenle, Türkiye'nin dış ticaretini, artık uygulanması oldukça güçleşen klasik dış ticaret politikası önlemleri ile ithalatı kısıtlayıp, ihracatı teşvik ederek dengede tutması mümkün değildir. Dış ticarete rekabet gücü için Türkiye'nin ekonomik yapısında köklü bir dönüşüme ihtiyaç vardır. Kümelenme olgusu da, bir uluslararası rekabet stratejisi olarak bu yapısal dönüşümün bir parçası şeklinde düşünülmelidir.

## **2. Küreselleşme ve Uluslararası Rekabet İlişkisi**

Dünya nüfusunun yaklaşık yarısını oluşturan ulusların (Çin, Hindistan, Güney Afrika, Eski Doğu Bloku ve bazı Latin Amerika Ülkeleri vb.) dünya ekonomisine girmeleri son yirmi yılda ekonomik ilişkileri büyük ölçüde değiştirmiştir. Küreselleşme olgusu, daha önce görülmedik şekilde ticari rekabetin de küreselleşmesi sonucunu doğurmuştur (Enright, 1998:3-4).

Rekabet; bir piyasada faaliyette bulunan firmalar arasında, bu firmaların kendi markalarına olan müşteri talebini sağlamak veya korumak için gerçekleştirdikleri aktif rekabet süreci olarak tanımlanabilir. Rekabet çeşitli şekillerde olabilir. Bu yöntemlerden üçü fiyat rekabeti, reklam ve tutundurma rekabeti ve yeni ürün rekabetidir. Dördüncü yöntemin rekabet ile ilgili yönü, satıcının piyasa durumunu güçlendiren başlıca yolları ifade eden maliyet etkinliğidir. Maliyetleri düşürme yeteneği; mevcut fiyat düzeyinde karlılığı artıran, firmalara reklam ve yeni ürün geliştirmek için artı kaynak sağlayarak fiyat rekabetini destekleyen en zorlu araçtır (Pass ve Lowes, 1994:129).

Bir ülkenin dış ticareti, iç ticaretinin bir parçasıdır ve çoğunlukla da iç ticaretin bağlı bulunduğu dinamiklerden büyük ölçüde etkilenir. Bu nedenle bir ülkenin verimlilik düzeyi, dış ticareti üzerinde de belirleyici olmaktadır. Verimlilik düzeyi yüksek ülkelerin, dış ticarete uluslararası rekabet güçleri de yüksektir (Gültekin, 2007:273).

Bugün Türkiye ekonomisi, dış ticarete rekabet gücü göstergeleri bakımından oldukça olumsuz bir durumdadır. Ekonomide dış ticaret açıklarına neden olan yapısal sorunların giderilmesi yolunda herhangi bir düzeltici önlem alınmamakta, sadece dış ticaret açığı finanse edilmektedir. Bu nedenle, rekabetçi bir ekonomik yapının oluşturulması için makro ve mikro ekonomik düzeyde yapısal önlemlerin alınması gerekmektedir (Gültekin, 2007:276).

Türkiye'deki şirketlerin %90'ı aile şirkettir. Bu şirketlerin sermaye yapıları zayıftır. Girişimciler arasında "küçük olsun, benim olsun" mantığı vardır. Bu nedenle, aynı şehirde aynı iş kolunda üretim ve dağıtım yapan çok sayıda küçük işletme vardır. Oysa, küresel gelişmeler küçük işletmeciliğin sonu olacaktır. Küçük işletmelerin uluslararası düzeyde araştırma- geliştirme, üretim, tanıtım, pazarlama ve satış sonrası destek hizmeti sunmaları oldukça güçtür. Küçük işletmelerin, küresel pazarlara hakim olan çok uluslu şirketler karşısında rekabet güçleri zayıftır. Bu küçük, bireysel ve bencil düşünce tarzı aşılmalı, sermaye yapısı güçsüz işletmeler birleşmeli, işbirliği, ortak üretim, ortak araştırma ve geliştirme kültürüne kavuşturulmalıdır. (Gültekin, 2007:277).

### 3. Kümelenme ve Uluslararası Rekabet İlişkisi

Son 20 yıl içinde, mikro ekonomik koşullar ve bu koşulların ulusal rekabet gücü üzerindeki önemli etkileri hızla anlaşılmaya başlanmıştır. Günümüzde birçok firma, rekabet avantajını korumak için yeniden yapılanmak zorundadır. Bu çerçevede "Küresel Davran Yerel Düşün" deyiimi büyük önem kazanmıştır. Bu bağlamda "kümeler" firmaların çaba ve kaynaklarını birleştirerek sınırlarını geliştirme aracı olarak büyük ilgi görmektedir. Kümelenme teknikleri kavramı Türkiye için çok önemlidir ve bu teknikler ülkenin ekonomik gelişiminde yükselen roller oynayacaktır (Meral vd. 2006:3).

Kümelenme (clustering) kavramı Michael Porter'ın 1990 yılında yayınlanan Ulusların Rekabet Üstünlüğü (The Competitive Advantage of Nations) adlı kitabında ele alınmasından sonra bilimsel literatüre girmiştir. Yine coğrafyanın ekonomi üzerindeki etkilerine dikkat çeken Paul Krugman'ın 1991 yılında yayınlanan Coğrafya ve Ticaret (Geography and Trade) adlı kitabında da kümelenme kavramına değinilmiştir. Kümelenme kavramı ekonomi literatüründe yeni bir kavram olsa da yığılma ekonomileri (agglomeration economies) kavramı 1890 yılında Alfred Marshall tarafından yapılan çalışmalara kadar dayanmaktadır.

Michael Porter'a göre kümelenme; coğrafi olarak belirli bir alanda kurulan, birbirleriyle ortaklık ve tamamlayıcılık ilişkisi bulunan işletmelerin ve kurumların (bağımsızlıklarını koruyarak) birbirleriyle işbirliği içinde yoğunlaştıkları gruplardır. Coğrafi alan olarak kümeler, tek bir şehirden bir bölgeye, bir ülkeye hatta komşu ülkeler arasında kurulan kümelenme ağlarına kadar uzanabilir (Porter, 1990:69).

Michael Porter ekonomik kümelenmeler içindeki firmaların rekabet avantajlarını geliştirmelerini sağlayacak 3 temel mekanizma tanımlamaktadır (Osama, 2006:1):

İlk olarak, bir küme içerisinde yer alan firmaların, en iyi uygulamaların paylaşılmasına, yetmişmiş işgücü, yönetici ve eğitilmiş teknik personel kaynağına ulaşmasını sağlayarak onların verimliliğini artırır.

İkinci olarak; kümelenme, firmaların verimliliklerinin iyileştirilmesine yol açacak olan yeniliklerin yönünü ve şeklini değiştirir.

Üçüncü olarak; kümelenme, girişimcilik sürecine hız kazandırır ve kümeler içerisinde yeni firmaların kurulmasını sağlayarak, olumlu geri besleme döngüsünü başlatır.

Kümeler, sektörel olarak uzmanlaşmış ve coğrafi olarak bir alanda yoğunlaşmış faaliyetlerden oluşan kritik kütlelerdir. Tarihi açıdan değişik tipte kümeler belirlenmektedir. Genel olarak, birbiri ile ilişkili, çok sayıda satıcının mal, hizmet, makine, yedek parça, ticaret ve teknoloji hizmetlerinin bütün bir değer zinciri etrafında dağılmış olarak oluşturduğu kümelenme tipleri vardır. Yerel kamu kuruluşları, araştırma enstitüleri, mesleki eğitim merkezleri, meslek birlikleri ve diğer organlar kümeler içindeki firmalara geniş ölçüde hizmet ve destek sağlamaktadır (Forti, 2006).

Kümelenmelerin gerekli koşulları; üretim sürecinin çeşitli aşamalara bölünebilmesi ve ürünlerin katma değer zinciri boyunca taşınabilmesidir. Kümelenme için yeterli koşullar ise; katma değer zinciri boyunca son ürünün elde edilmesini sağlayan pek çok farklı ögenin koordinasyonu, katma değer yaratma zinciri boyunca birbirlerini tamamlayan fakat diğerinden farklı teknik bilgiye sahip olma ve kümelenmeyi kolaylaştıran inovasyonların kümeler içinde kurulan bilgi ağları yoluyla paylaşılması ve kolayca yayılmasıdır (Steinle ve Schiele, 2002:851-852).

Günümüzde kümelenme politikaları çeşitli amaçlarla yapılabilmektedir. Bunlar; dış rekabet gücünün ve ihracat potansiyelinin artırılması, KOBİ'lerin rekabet edebilme yeteneğinin artırılması, bölgesel kalkınmanın hızlandırılması, istihdam potansiyelinin artırılması, kalitenin iyileştirilmesi, inovasyon potansiyelinin artırılması, verimliliğin artırılması, çevrenin daha iyi korunması gibi amaçlardır (Türkkan, 2009:1).

Tarihsel olarak kümelenme yaklaşımının gelişimine bakıldığında, dünyanın en büyük ekonomisine sahip olan Amerika'nın bu alanda öncü rol oynadığı görülmektedir. Bilişim teknolojilerinin gelişmesinde başarılı olmuş **Silikon Vadisi** Amerika'da ortaya çıkmış, ilk kümelenme örneğidir. Günümüzde Amerika'dan İtalya'ya, Hindistan'a kadar birçok ülke makroekonomik hedeflere ulaşmada kümelenmeyi ekonomi politikalarının temelinde oturtmuşlardır. Örneğin;

- İşletmelerin yeni teknolojiler geliştirmesini desteklemek amacıyla ABD ve AB,
  - Endüstrinin rekabet gücünü artırmak amacıyla İtalya, Hindistan, Meksika, Yeni Zelanda,
  - İhracat kalitesini yükseltmek amacıyla Hindistan, Meksika,
  - Yabancı sermayeyi çekmek, teknoloji transfer etmek amacıyla Çek Cumhuriyeti,
  - Yeni pazarlara girmek amacıyla İtalya, Hindistan, Meksika,
  - İşsizliği azaltmak amacıyla İtalya, İngiltere,
  - İhracat potansiyelini geliştirmek amacıyla Hindistan,
- tarafından kümelenme yaklaşımı uygulanmış ve uygulanmaya devam edilmektedir.

Kümelenme daha fazla uzmanlaşmaya imkân vererek verimliliği artırır. Sonuçta, uluslararası ticaret düşük maliyet yeteneğine dayanmaktadır. Bunun klasik ifadesi Adam Smith'in, *Ulusların Zenginliği* adlı eserinde yer alan "Emeğin işbölümü pazarın genişliği ile sınırlıdır" cümlesine dayanmaktadır. Smith, daha büyük pazarın emeğin daha iyi bir işbölümüne izin vereceğini ve bunun da yenilikleri kolaylaştıracağını ileri sürmektedir (World Bank, 2002:29).

Bir kümelenmenin üyesi olmak, girdilere sahip olmada; bilgiye, teknolojiye ve gerekli kurumlara erişmede; ilişkili şirketleri koordine etmede ve gelişimi ölçmede ve teşvik etmede daha verimli çalışmayı sağlamaktadır. Özellikle, hareketli kümelenmeler içinde bulunan işletmeler uzmanlaşmış ve deneyimli bir işçi havuzu içinde bulunurlar. Bu, işletmelerin işe alımlardaki arama ve işlem maliyetlerini düşürecek ve zamanı kısaltacaktır. Kümelenme çeşitli fırsatlar sunar ve çalışanların farklı yerlerde istihdam riskini düşürür, hatta diğer bölgelerdeki yetenekli çalışanları kendine çeker. İyi gelişmiş bir kümelenme ayrıca diğer önemli girdilerin sağlanmasında da etkin bir yol sağlar. Böyle bir kümelenme derin ve özelleşmiş bir tedarikçi tabanına sahiptir. Uzaktaki bir tedarikçiden kaynak sağlamak yerine yerel tedarikçileri kullanmak işlem maliyetlerini düşürür. Bu yapı, envanter ihtiyacını minimize ederek, ithalat ve gecikme maliyetlerini ortadan kaldı-

rır. Yakınlık iletişimi geliştirir, doğal olarak bu durum, tedarikçiler için satış sonrası hizmetlerin sağlanmasını kolaylaştırır. Diğer yandan pazar, teknik ve rekabet bilgilerinin tamamı kümelenme içinde birikir, üyeler bu bilgileri kullanmak isterler. Ayrıca, kişisel ilişkiler ve topluluk bağları güveni tesis eder ve bilgi akışını hızlandırır. Bu koşullar bilgiyi daha akıcı bir hale getirir. Kümelenme üyeleri arasındaki bağlar, parçaların toplamından daha büyüktür (Bulu vd. 2009:147).

Sanayi ürünlerinin üçte ikisi bir işletmeden diğerine satılan ara mallarından oluşmaktadır. İmalat işletmeleri arasında güçlü bir ağ yapısının olması, sistem içindeki her işletmeye, girdilerin mahallinden sağlanmasına imkan vererek, taşıma, koordinasyon, arama ve işlem maliyetlerini azaltan pozitif dışsallık sağlar (World Bank, 2002:29).

#### 4. Dış Ticarete Rekabet İçin Kümelenme Stratejisi

Dünya ve Türkiye ekonomisinde son yıllarda yaşanan hızlı gelişmeler sanayi politikalarının amacını ve etki alanını da değiştirmeye zorlamaktadır. Önceki yıllarda “sanayileşme” temel amaç iken, artık günümüzde “rekabet gücünü arttırmak” uygulanan politikaların temel amacı haline gelmiştir. Bir yandan Avrupa Birliği’ne üyelik süreciyle dünyanın en gelişmiş ekonomik sistemlerinden biriyle bütünleşmeye başlayan, diğer yandan da Çin ve Hindistan gibi ucuz işgücü maliyetlerine sahip olan ülkelerin yarattığı rekabet baskısıyla karşı karşıya kalan Türk imalat sanayi için, rekabet gücüne yönelik politika ve stratejiler son derece büyük önem teşkil etmektedir (TEPAV, 2007:81).

Kümelenme son dönemlerde ülkemizde de sıkça gündeme gelmeye başlayan bir kavramdır. Kümelenme, belli bir bölgede yoğunlaşmış olan sektörel faaliyetler arasında ağ yapılarının oluşturulması ve güçlendirilmesidir ve yeni bir kalkınma modeli olarak adlandırılmaktadır. Bu model, belirlenen sektörlerle odaklanarak, bu ağ yapısı içinde birbirini destekleyen firmalardan oluşan üretim bölgeleri oluşturmayı hedeflerken model içinde yer alan firmalara da rekabet avantajı sağlamaktadır. Ülkemizde KOBİ’ler, uluslararası rekabet gücü yüksek olan çok uluslu şirketler ile rekabet edebilmek için kümelenme şeklinde bir işbirliği sağlamalıdır. Türkiye’deki kümelenme çalışmalarında öncelikle turizm, tekstil, bilişim, gıda, otomotiv, finans ve inşaat sektörlerinin ön plana çıktığı görülmektedir.

Türkiye’de kümelenme projelerinin en iyi örnekleri Denizli’deki tekstil ve Bursa’daki otomotiv sektörleridir. Halen rekabet analizleri yapılmış olan Şanlıurfa’daki organik tarım, Ankara Ostim’deki savunma ve iş makineleri, Adıyaman ve Kahramanmaraş’taki



tekstil ve hazır giyim sektörlerinde de kümelenme projelerine başlanacaktır. Kümelenme çalışmalarının dünyada da pek çok örneği bulunmaktadır: Almanya’da otomotiv, Norveç’te deniz taşımacılığı, Japonya’da elektronik eşya, İtalya’da hazır giyim ve ayakkabı, İsviçre’de finans sektörlerinin hızlı gelişimi kümelenme modelleri yoluyla gerçekleşmiştir. Bu ülkeler, başta işgücü maliyetleri olmak üzere bazı dezavantajlarına rağmen başarılı bir performans gerçekleştirmişlerdir. Bu durum, iyi planlanmış bir kümelenme stratejisi ile geliştirilen sektörlerin, dünyada rekabet edebilir hale geldiğini göstermektedir.

Kümelenme çalışmaları ile rekabet düzeyi güçlendirilmesi gereken sektörlerden biri de tarımdır. Tarım alanında pek çok yapısal sorun ve bu sorunları aşmak için yıllardır sürdürülmekte olan çabalar vardır. Tarımın sadece bir üretim alanı değil, milyonlarca insanın yaşam alanı olması nedeniyle, bu sektörün ekonomik anlamda rekabet edebilir duruma getirilmesi için ürün ve arazi kullanım planlaması ve arazi toplulaştırma çalışmaları başta olmak üzere, kümelenme ile ilgili pek çok çalışma yapılması gereği vardır.

##### **5. Türkiye’nin Tarım Kümelenmesi Gerekliliği**

Tarım, Türkiye için uluslararası piyasalarda rekabet gücü en yüksek sektörlerin başında gelmektedir. Bu nedenle, sektörün rekabet gücünü yükseltmek ve var olan potansiyelden azami derecede faydalanmak için başta yapısal sorunlar olmak üzere mevcut diğer sorunların da çözümlenmesi gerekmektedir (Kestelli, 2009:5).

Doğa koşullarına bağlı şekilde üretimin gerçekleştiği tarımda teknolojinin etkin biçimde kullanılması, kuşkusuz üretimde kalite ve verim artışına, maliyetlerin düşürülmesine, risk ve belirsizliğin etkilerinin bertaraf edilmesine olanak sağlayacaktır. Özellikle tarım sektöründe, üretim ve pazarlama alanında iletişim ve bilişim teknolojilerinin entegrasyonu dünya piyasalarında tarım sektörünün rekabet gücünün artırılmasında büyük katkı sağlayacaktır (Kaya, 2009:6).

Tarımda temel sorunlardan biri de, sektörün üretimini, rekabet gücünü artıracak kaliteli, sürekli, bol, rekabetçi fiyatlarla standart hammaddeye ulaşabilmektir. İşletmelerin (çiftlik) çok küçük ölçekli ve dağınık olmaları, teknoloji kullanımını, yeterli veterinerlik ve eğitim hizmetlerinin ulaştırılmasını, dolayısıyla hijyenik ve kaliteli hammadde üretimini zorlaştırmakta ve denetimi neredeyse imkansız kılmaktadır (Anonim, 2009:8).

Milli ekonominin lokomotifi tarımdır, topraktır. Hammadde kaynağı en küçük yerleşim birimi olan köylere, köylerdir. Ancak bu gün köy bitmiştir. Orada yaşayanlar üretim yapmadan yaşamaktadır. Unutulan köy gerçeği tekrar gündeme alınmalı, özel teşvik ve koruma

yöntemleri ile köylü yine toprağına bağlanmalıdır. Kümelenme yöntemiyle, aynı ürünleri üretmelerine teşvik ve mali destek verilerek üretimde kalite atışı sağlanabilir (Demirtaş, 2009:25).

Türkiye’de 3 milyon 100 bin tarım işletmesi vardır. Böyle bir işletme yapısında ne ekilirse ekilsin, hangi destek verilirse verilsin, rekabetçi, yüksek pazar payına sahip büyük çaplı üretim yapmak mümkün değildir. Bu nedenle, tarımsal üretim havzaları destekleme projesi başlatılmıştır. Bu proje kapsamında, hangi havzada hangi ürünün daha verimli yetiştiğı tespit edilmiştir. Desteklemeler buna göre yapılmaktadır. Aynı zamanda, mevcut bölünmüş yapının bir araya getirilmesi şeklinde özetlenecek olan arazi toplulaştırma çalışmaları da hızlanarak sürdürülmektedir. Türkiye genelinde yılda en az 1 milyon hektar alanı toplulaştırmak suretiyle, arazi toplulaştırma çalışmalarının 10 yılda bitirilmesi planlanmaktadır (Eker, 2009:27).

Yukarıda sıralanan sorunlar dikkatlice irdelendiğinde, aslında bu sorunların temelinde tarım sektöründeki dağınıklık, plansızlık, düzenleme ve yönlendirme yetersizliğinin bulunduğu gerçeğı ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, tarımda yaşanan temel sorunların çözümü için devletin bu sektörde aktif şekilde yeniden yapılanma çalışmalarını başlatması gerekir. Bu yeniden yapılanma çalışmalarının özünü kümelenme oluşturmalarıdır. Tarımda, iklim ve toprak özelliklerine göre belirlenecek üretim bölgelerinin, uluslararası pazarlarda rekabet gücü yüksek ürünlere ayrılması ve bu ürünlerin üretim alanlarında maksimum verimliliğın elde edilmesi için devletin ürün kümelenmeleri oluşturmaları gerekir.

### **Sonuç**

Bugün dünya ticaretinde görülen trend, dış ticaret hadlerinin az gelişmiş ülkeler aleyhine bozulmasıdır. Bu adaletsiz durumdan kurtulmak genel arzu olduğuna göre, bunu gerçekleştirebilmenin en kesin yolu hiç olmazsa “kilit endüstriler” alanında Türkiye’nin kendine yeterli olması, dışa bağımlılıktan kurtulmasıdır. Bu kilit endüstriler otomotiv, makine, ilaç, petro-kimya, elektrik, elektronik, inşaat, mobilya vs. olabilir. Önemli olan Türkiye’nin, mevcut sanayinin dağılım haritalarını ve güvenilir bir envanterini yaparak, dünyada rekabet gücü olan temel sanayi kollarını, devlet desteğı ve özel sektör işbirliğı ile kurması, var olan sanayileri belli bir yer veya bölgede toplayıp verimliliklerini, ürün ve hizmet kalitesini artırmasıdır. Belli bir yer veya bölgede kurulabilecek bu şekilde bir işbirliğı; işbölümü, uzmanlaşma, otomasyona dayalı üretim, tedarik kolaylığı, ileriye ve

geriye doğru pozitif ölçek ekonomileri yaratılması gibi pek çok avantaj sağlayarak, küresel rekabetin ülke ekonomisine olan negatif etkisini ortadan kaldıracaktır.

Ülkelerin sürdürülebilir ve küresel rekabet ortamında dünyada rekabet edebilir sanayi ve teknoloji politikalarının varlığı gelişmenin ön koşulu olarak görülmektedir. Küreselleşme, aynı zamanda pek çok uluslararası dev şirketin rekabet ettiği dünya pazarlarından pay alma mücadelesidir. Oysa Türkiye'nin iç pazar ve işletme yapısı, sermaye birikimi, teknolojisi, otomasyona dayalı, binlerce malı, bilinmeyen pazarlar için üreten sanayileşmeye izin verecek ölçüde yeterli değildir. Bu nedenle, Türkiye'de işletmeler, dev uluslararası şirketlerin dış rekabetinden korunmak, ihraç mallarına güvenli dış pazarlar bulabilmek ve iç pazar darlığını kırabilmek için işbirliği ve güç birliği yapmak zorundadır. Bunun yolu da kümelenmedir. Eğer kümelenme stratejisi gerektiği şekilde planlanıp uygulanamazsa, küresel gelişmeler Türkiye'de küçük işletmeciliğin sonu olacaktır.

Türkiye'nin dış ticaretini, artık uygulanması oldukça güçleşen klasik dış ticaret politikası önlemleri ile ithalatı kısıtlayıp, ihracatı teşvik ederek dengede tutması mümkün değildir. Dış ticarete rekabet gücü için Türkiye'nin ekonomik yapısında köklü bir dönüşüme ihtiyaç vardır. Kümelenme olgusu da, bir uluslararası rekabet stratejisi olarak bu yapısal dönüşümün bir parçası şeklinde düşünülmelidir.

#### **Kaynakça**

- Anonim; (2009). Analiz, İzmir Ticaret Borsası Dergisi, Yaz 2009.
- Bulu, Melih; İ. Hakkı Eraslan, Özlem Şahin; (2009). Elmas (Diamond) Modeli ile Ankara Bilişim Kümelenmesi Rekabet Analizi, [www.iibf.org.tr/kongre/bildiriler/04-01.pdf](http://www.iibf.org.tr/kongre/bildiriler/04-01.pdf).
- Demirtaş, Ekrem; (2009). Tarımın Stratejik Önemi Artıyor, İzmir Ticaret Borsası Dergisi, Yaz 2009.
- Eker, Mehdi; (2009). Tarımsal Üretim Havzaları Destekleme Projesi Başlıyor, İzmir Ticaret Borsası Dergisi, Yaz 2009.
- Enright, Michael J.; (1998). *The Globalization of Competition and Localization of Competitive Advantage: Policies toward Regional Clustering*, Paper presented at the Workshop on the Globalisation of Multinational Enterprise Activity and Economic Development, University of Strathclyde, Glasgow, Scotland, May 15-16, 1998.
- Forti, Andrea; (2006). Clustering 06 (İstanbul Conference 25th- 26th May): Keynote Speech by Mr. Andrea Forti, İstanbul, 2006.

- Gültekin, Sadettin; (2007). Küresel Rekabet Ortamında Türkiye'nin Dış Ticarete Verimlilik ve Rekabet Gücü, Markatek 2007, Marka Kalite ve Teknoloji Yönetimi Sempozyumu (Bildiriler Kitabı), 18-19 Mayıs 2007. Gaziantep.
- Gültekin, Sadettin; Mustafa Savcı; (2008). Dış Ticaret İşlemleri Muhasebesi, Murathan Yayınevi, Trabzon.
- Kaya, Halit; (2009). Borsamızın Gurur Günü, İzmir Ticaret Borsası Dergisi, Yaz 2009.
- Kestelli, Işın; (2009). Kriz Tarımın Önemi Tekrar Hatırlattı, İzmir Ticaret Borsası Dergisi, Yaz 2009.
- Osama, Athar; (2006). Creating Economic Clusters in the Muslim World, [http:// www. Dinarstandard.com/ innovation/ Clusters71606/ 2006](http://www.Dinarstandard.com/innovation/Clusters71606/2006).
- Pass, Christopher; Bryan Lowes; (1994). Business and Microeconomics, Routledge Publications, London, 1994.
- Porter, Michael E.; (1990). The Competitive Advantage of Nations. The Free Press. New York,
- Sayın, Meral; David Ford; Peter Wilson; (2006). Clustering 06, İstanbul Kümelene Konferansı, İstanbul, 25-26 Mayıs 2006.
- Steinle, Claus; Holger Schiele; (2002). When Do Industries Cluster? A Proposal on How to Assess an Industry's Propensity to Concentrate at a Single Region or Nation. Elsevier Research Policy, Hannover, Germany.
- TEPAV; (2007) Türkiye'nin Rekabet Gücü İçin Sanayi Politikası Çerçevesi Raporu, (Ek1: Kümelene ve Kümelene Dayalı Sanayileşme Politikaları), Ankara.
- Türkkan, Erdal; (2009). Sektörel ve Bölgesel Kümelene Etkinlik Kazanmasında Rekabet Sürecinin Rolü, Rekabet Günlüğü, Ankara.
- World Bank; (2002). Globalisation, Growth and Poverty: Building an Inclusive World Economy, A World Bank Policy Research Report. A Copublication of the World Bank and Oxford University Press, Washington, DC, USA.