

Ekonomik Coğrafyaya Kurumsal Yaklaşım: İstanbul Kuyumculuk Kümelenmesinin Kurumsal Yapı Analizi

Institutional approach to economic geography: Institutional structure analysis of İstanbul jewellery cluster

Tanyel Ö. Eceral*, Bilge A. Köroğlu, Çiğdem Varol, Nihan Ö. Sönmez

Gazi Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, Ankara

Öz: Gelişmekte olan yeni ekonomik coğrafya kuramları, kurumsal paradigmanın yükselişinden etkilenmektedir. Kurumsal yaklaşım, küreselleşen bir dünyada yerel yığılmalar için somut ekonomik nedenler ortaya koymakta, küme modelinin de temel belirleyicilerinden biri olarak gündeme gelmektedir. Kurumsal paradigma ve ekonomik coğrafya ilişkisi kümelerin analiz edilmesinde bazı yeni başlangıç noktaları ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışmanın amacı, İstanbul Kuyumculuk Kümelenmesinin kurumsal yapısını anlamak için bir çerçeve geliştirmektir. Tarihsel gelişim perspektifi sunan bu çerçeve üretim kültürü, makroekonomik koşullar, farklı ölçeklerdeki farklı kurumlar ve sosyal sermaye formlarını gelişme sürecinin temel belirleyicileri olarak değerlendirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik coğrafya, kurumsal yaklaşım, küme, sosyal sermaye, İstanbul kuyumculuk sektörü

Abstract: Recent new economic geography theories have been affected from the rise of institutional paradigm. Institutional approaches introduce formal reasons for the local agglomerations in a globalizing world and come up as one of the basic determinants of clustering model. The relation between institutional paradigm and economic geography put some new initial points for the analysis of clusters. The aim of this study is to develop an analysis framework for evaluating the institutional structure of İstanbul Jewellery Cluster. The framework offers an historical development perspective considering the production culture, macroeconomic situation, different institutions at different scales and the social capital forms as the main determinants of the development process.

Keywords: Economic geography, institutional approach, cluster, social capital, İstanbul jewellery sector

1. Giriş

Kurumsal paradigma, ekonominin doğasını yeniden tanımlamaya çalışmakta, ekonominin sosyal ve kültürel gömülülüğünü vurgulayarak ekonomik yaşamın çok sayıdaki belirleyicinin bir ürünü olduğunu ve zaman ve mekana bağlı olduğunu tartışmaktadır. Gelişmekte olan yeni ekonomik coğrafya kuramları, kurumsal yaklaşımın yükselişinden etkilenmektedir. Kurumsal yaklaşım, küreselleşen bir dünyada yerel yığılmalar için somut ekonomik nedenler ortaya koymakta (azalmış işlem maliyetleri, uzmanlaşma ekonomileri, dışsallıklar vb.) ve ekonomik coğrafyacılar tarafından sosyal, kültürel, kurumsal düzenlemenin tabiatında var olduğu öne sürülen yerel avantajların kaynağını açıklamaktadır. Aynı anda başka bir yerde daha var olamayan karmaşık kurumsal koşullar bazı yerelliklerin neden yığılmaların merkezi haline geldiğini açıklamaktadır. Kurumsal ve evrimci teorilerden elde edilen anlayış, bilgi ve öğrenmenin kaynağı olan yakın olma ve birliktelik oluşturma arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır. Son dönemde akademik ve politik alanda, ekonomik kalkınma modeli olarak sunulan üretim kümeleri “belirli bir konuda uzmanlaşmış, aralarında tamamlayıcılık ve ortaklık ilişkileri olan firma ve kurumların belirli bir coğrafi yakınlıkta bir araya gelmesi” (Porter, 1998) olarak tanımlanmaktadır. Bu çerçevede, kurumsal yapılar küme modelinin de temel belirleyicilerinden biri olarak gündeme gelmektedir. Kurumsal paradigma ve ekonomik coğrafya ilişkisi kümelerin analiz edilmesinde bazı yeni başlangıç noktaları ortaya çıkarmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, kümelerin kurumsal yapısını anlayabilmek için yapısal özellikler ile dinamik ilişkiler yaklaşımını ortaya koyan bir analiz çerçevesi geliştirerek İstanbul kuyumculuk

* İletişim yazarı: T. Ö. Eceral, e-posta: tozelci@gazi.edu.tr

kümelenmesini bu çerçevede değerlendirmektedir. Kurumsal yapıların değerlendirilmesinde öncelikle kurum kavramının yeterince geniş bir çerçevede anlaşılması gerekmektedir. Kurumsal yaklaşım çerçevesinde, kümenin makro ekonomik koşullar ile ilişkili tarihsel gelişim süreci, aktörleri, sosyal organizasyonu ve güç ilişkileri önem kazanmaktadır. Bir kümenin koordinasyonunda rolü olan kurumların, formel örgütler (birlikler, odalar, yerel yönetim, ulusal ve küresel lobiler, sivil toplum örgütleri, eğitim, araştırma, danışmanlık kuruluşları vb.) çerçevesinde değerlendirilmesinin yanı sıra, aktörlerin ekonomik kaynaklara erişiminin desteklenmesi, sürdürülmesi ve arttırılmasını sağlayacak sosyal ilişki biçimleri olarak nitelendirilen sosyal sermaye formlarının da içerilmesi gerekmektedir. Kurumların mevcudiyeti kadar birbirleri arasındaki etkileşim, aktörlerin işbirliği için birlikte nasıl çalıştıkları da analiz kapsamında ele alınmalıdır.

Kümelerin kurumsal yapılarının anlaşılması için belirlenen analiz çerçevesinin bir bölümü, İstanbul kuyumculuk sektörünün tarihsel gelişimi, makro ekonomik koşullar ile günümüzde sektörle ilişkili farklı düzeylerde (ulusal/uluslar arası/yerel) ve alanlarda (sektörel gelişme, ihracat-tanıtım-pazarlama, eğitim-danışmanlık-yenilik, tasarım) yer alan kurumlar ile değerlendirilmektedir. Kurumsal yapı analizinin diğer bir bölümü ise İstanbul kuyumculuk sektöründe yer alan 346 üretim firması ile yapılan anket çalışması ile ortaya konmaktadır. Anket çalışmasından elde edilen bulgularla kuyumculuk sektörüne yönelik kurumlar; bu kurumlardan sağlanan destekler, kurumlara üye olmanın iş ilişkilerine etkileri; firmalar arasındaki yardımlaşma dayanışma ilişkileri; üretim ilişkilerinde sosyal grupların önemi gibi konular sosyal sermaye tartışmaları kapsamında değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak, İstanbul kuyumculuk kümeleneşinde tarihsel üretim kültürü ile makroekonomik koşulların etkileri, kümeleneşinde hangi aktivitelerin hangi aktörler tarafından yerine getirildiği, ortaya çıkan problemlerin çözümünde kurumların etkinliği, kurumların birbirleri ile olan etkileşimi, farklı sosyal sermaye formları ve kümenin gelişimine etkileri konuları değerlendirilmekte, kurumsal yapının geliştirilmesi için politika seçenekleri tartışılmaktadır.

2. Ekonomik Coğrafyaya Kurumsal Yaklaşım ve Kümelenme Modeli

Evrimsel yaklaşımlardan etkilenerek gelişmekte olan yeni ekonomik coğrafya kuramları kurumsal yaklaşımın yükselişinden de etkilenmektedir (Bosker ve Garretsen, 2009; Gertler, 2010; Martin, 2010). Bocshma ve Frenken (2006) evrimsel ekonomik coğrafyayı tanımlarken mevcutta yaşananların esasının mevcut koşullardan anlaşılamayacağını çünkü mevcuttaki durumların geçmişteki yaşananlardan ve geçmiştekilerle bağlantılı olarak ortaya çıktığını savunarak evrimsel kuramların yol bağımlı süreçlerle ilgilendiğini ortaya koymuşlardır. Ekonomik coğrafyada evrimsel yaklaşımların ortaya çıkışı, bölgesel ekonomik değişimin kurumsal bir yaklaşımla analiz edilmesi için de önemli bir girdi oluşturmaktadır (Bocshma ve Frenken, 2006). Gertler (2010), bu konuda, aktörlerin ve ağların ürettiği spesifik sonuçları belgeleme uğraşısında küresel ekonomideki coğrafi bölünmeleri ve kopuklukları yaratan ve bireysel seçimleri şekillendiren ve sınırlayan daha büyük kurumsal yapıların gözleminin ihmal edildiğini vurgulamaktadır. Bu tespitini “çok fazla aktör, ancak yetersiz yapı” terimleriyle ifade eden Gertler, ikinci jenerasyon yeniden yapılandırılmış kurumsal ekonomik coğrafyanın nasıl olması gerektiği sorusunu ortaya atmaktadır. Bu soruya karşı kendisinin ortaya koyduğu temel yaklaşım ise yeniden yapılandırılmış kurumsal ekonomik coğrafyanın bireysel temsil yetkisine, kurumsal evrime, ölçekler arası ilişkilere ve karşılaştırmalı yöntemlere hizmet etmesi gerekliliğidir.

Bugün, ekonomik gelişme alanındaki araştırmalar, kurumların önemli rollerinin olduğunu kabul etmektedir. Klasik teori, ekonomiyi belli bir anda analiz ederken ve zaman ve yere ait bilgi sınırlıyken; kurumsalcılar, süreci gözden geçirmekte ve neden bazı ekonomilerin gelişmiş, bazılarının ise gelişmemiş olduklarını açıklamaya çalışmaktadırlar (Eceral, 2005). Ekonomi, ne sadece soyut evrensel kurallarla, ne de kendi başlarına hareket eden ekonomik birimler tarafından belirlenmektedir. Ekonomik davranışın zaman ve mekana özel biçimleriyle, ekonomik yeniden üretimin genel gereksinimleri arasındaki sosyal aracılık, ekonomik aktivitenin evrensel olmayan çok sayıda belirleyicisini oluşturmaktadır.

Kurumsal yaklaşım çerçevesinde *kurum* kavramının yeterince geniş bir çerçevede anlaşılması gerekmektedir. Kurumsal sürecin çerçevesi, etkileri farklı yerlerde farklı olan devlet kurum ve politikaları olduğu kadar, aşağıdan yukarıya olarak tanımlanabilecek sosyal düzenlemenin biçimlerini (alışkanlıklar gelenek, örf ve adetler gibi) de içermektedir (Amin ve Thrift, 1995). Pek çok kurumsal ekonomiste göre kurum, birlikte düşünen ve eylem yapan bireyler ile tekrarı, durağanlığı ve tahmin edilebilir bir düzeni sağlayan kurallar olarak tanımlanır. Sjöstrand (1993), kurumu, yinelenen durumlarda bireysel etkileşimleri, paylaşılan normlar için tutarlı bir sistem dahilinde düzenleyen, zihinsel bir kurgu olarak tanımlamaktadır. Mikro düzeyde, tek tek bireyler bulunurken; makro düzeyde, kurumlara gömülü kurallar bulunur. Makro kurumlar, bireylerin mikro düzeydeki günlük faaliyetleri ve etkileşimleri tarafından sürekli olarak yeniden üretilirler.

Kurumsal yaklaşım, küreselleşen bir dünyada yerel yığılmalar için somut ekonomik nedenler ortaya koymakta (azalmış işlem maliyetleri, uzmanlaşma ekonomileri, dışsallıklar vs.) ve ekonomik coğrafyacılar tarafından sosyal, kültürel, kurumsal düzenlemenin tabiatında var olduğu öne sürülen yerel avantajların kaynağını açıklamaktadır. Aynı anda başka bir yerde daha var olamayan karmaşık kurumsal koşullar bazı yerelliklerin neden yığılmaların merkezi haline geldiğini açıklamaktadır. Kurumsal ve evrimci teorilerden elde edilen anlayış, bilgi ve öğrenmenin kaynağı olan yakın olma ve birliktelik oluşturma arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır. Bu çerçevede kurumsal yapılar küme modelinin de temel belirleyicilerinden biri olarak gündeme gelmektedir. Son yıllarda küme temelli ekonomik gelişme konusu, araştırmacılar ve ekonomik gelişme politikalarını yönlendirenler tarafından üzerinde sıklıkla çalışılan güncel bir konu olmuştur. Geçmiş Marshall'a kadar dayanan küme tartışmaları 1990'lardan bu yana Porter'ın (1998) öncülüğünde tekrar gündeme taşınmıştır. Porter kümeyi, "belirli bir konuda uzmanlaşmış, aralarında tamamlayıcılık ve ortaklık ilişkileri olan firma ve kurumların belirli bir coğrafi yakınlıkta bir araya gelmesi" olarak tanımlamaktadır.

Küme oluşumlarının rekabet gücünü olumlu etkilediğine yönelik araştırmalar büyük oranda küme dışsallıklarına dayandırılmaktadır. Kümeler, rekabet içindeki firmalar ve ilgili kurumlar çerçevesinde dışsallıkların/bağlantıların temel etkilerini yansıtmaktadır. Firmalar arasındaki işbirliğini, girdilere hizmete, işgücüne, bilgiye, kurumlara ve kamusal hizmetlere (ör: eğitim programları) erişimi etkinleştirilmesi nedeniyle kümeler verimliliği ve kabiliyeti arttırmaktadır. Kümeler yeniliklere olanak sağlamak, harekete geçirmekte ve yenilik fırsatlarını algılama kabiliyetini geliştirmektedirler. Kümelerde yer alan çok sayıdaki tedarikçi ile kurumsal yapının varlığı bilgi üretmeye yardımcı olmaktadır. Kümelerde enformel ve formel örgütlenmeler olarak ortaya çıkan kurumsal yapı bilgi ve teknolojinin değişimini kolaylaştırmakta, ortak faaliyetlerin yürütülmesini sağlamakta, firmalar arası işbirliğini geliştirmektedir. Kümelerde işbirliğine yönelik oluşturulan kurumsal yapı birimler arasında güven düzeyini artırarak iş çevresinin daha etkin bir biçimde geliştirilebilmesini sağlamaktadır. Bu çerçevede ortak standartlar tanımlanması, bilgi toplamada, hizmet, hammadde temini, pazar araştırması, pazarlama, uluslar arası piyasa ile ilişkilerde ortak hareketi örgütlemeye kolaylaştırıcı olmaktadır. Ortak davranış biçimleri, ortak vizyonlar tanımlanabilmekte ve küme politikası geliştirmek mümkün olabilmektedir.

Kümelerin dışsallıkları emek piyasası koşulları, küçük firmalar arasındaki ilişkiler, mekan yakınlığının bir sonucu olarak dikey olarak dağılmış firmalar arasındaki fason ilişkiler, rekabet ve işbirliği, geçici değil kalıcı ilişkiler, iş alanında güven hissi, yerel üretim ağları ve destekleyici yerel kurumlar olarak tanımlanmaktadır (Eraydın ve Armatlı, 2005). Storper (1995) böyle bir işbirlikçi ortamı "ticari olmayan bağımlılıklar" olarak tanımlamaktadır. Ayrıca firmalar arasındaki işbirliği ilişkileri, ortak kültürel ve sosyal geçmiş ve kurumsal katman (Amin ve Thrift, 1994) en önemli dışsallıklardan biri olarak kümedeki bilgi transferlerini kolaylaştırmaktadır. Sosyal, kültürel ve kurumsal yapının kümelerin rekabet gücü üzerindeki olumlu etkisini tartışan geniş bir yazın ve uzun bir tarihi geçmiş bulunmaktadır (Brusco, 1996; Becattini, 1990; Putnam 1993). Bu çerçevede ekonomik sermayenin yanı sıra sosyal sermaye de küme başarısında ve rekabet gücünün geliştirilmesinde temel etkenlerden biri olarak benimsenmektedir. Ekonomik faaliyetlerin sosyal

ilişkilerin yapısında gömülü olması kabulü sosyal sermayenin rolünün açıklanmasında yol göstericidir. (Granovetter, 1985).

Kümelenmeler için sosyal sermayenin temel pozitif etkileri, kabul görmüş ve değerlendirilmiş bir işbirliği ile birlikte ekonomik aktörler arasında anlamlı bir güven ortamı olarak ifade edilebilir. Olumlu etkilerin yanında yenilikçiliği engelleyecek şekilde bireysel davranışlar üzerinde kuvvetli bir baskı oluşturabileceği eşitsizlikleri üretebileceği gelişmeyi engelleyebileceği sosyal sermayenin gelişme üzerindeki negatif etkileri de kapsamlı olarak tartışılmıştır (Granovetter, 1985; Coleman, 1990; Portes, 1998; Trigilia, 2001; Field 2003).

Sosyal sermayenin farklı formları sosyal bağların doğasına ve etki derecesine göre tanımlanmaktadır. (Putnam 1993, 1995; Woolcock, 1998; Woolcock ve Narayan, 2000). Bu çerçevede, bölgesel gelişme için üç farklı sosyal sermaye formundan söz etmek mümkündür;

*Normlar ya da bağlar olarak ifade edilebilen, topluluk ya da grup içi bağlara dayalı sosyal sermaye (bonding). Bağlara dayalı sosyal sermaye aile, arkadaş, etnik grup gibi homojen gruplar arasındaki yatay ilişkileri ifade etmektedir. Bu gruplardaki kişiler güçlü bağlarla birbirlerine bağlıdırlar. Bu tür sosyal sermayenin grup üyeleri arasındaki bağların grup dışındakilerle olan işbirliğini engellemesi açısından gelişmeyi sağlamada olumsuz etkileri olabileceği tartışılmaktadır.

*Bağlantılar olarak ifade edilebilen topluluklar ya da gruplar arasındaki çeşitlilik ve farklılığın ürettiği ilişkilere dayalı sosyal sermaye (linking). Bireyler ya da gruplar arasındaki farklı güç düzeyleri ya da sosyal statüler arasındaki hiyerarşik ya da tamamlayıcı ilişkileri ifade etmektedir. İnsanların kaynakları, bilgiyi ve fikirleri bir araya getirebilme kapasitesindeki bağlantılandırıcı ilişkilerin önemini arttıran topluluklar ya da gruplar arası ilişkilerdir.

*Köprü kurucular olarak ifade edilebilen değişim temsilcilerinin ürettiği ilişkilere dayalı sosyal sermaye (bridging). Heterojen gruplar arasında az yoğun ve zayıf ilişkilerin tanımladığı sosyal sermaye formu yeni fırsatların keşfedilmesinde önem kazanmaktadır. Yatay (bonding) ve dikey (linking) ilişkilerin devamı olarak kurulan köprü kurucu ilişkiler daha dar kapsamlı kazançların peşinden gitmeyi sağlarken, köprü kurucu ilişkileri harekete geçirmek ve etkinleştirmek ise bilgiye ve kaynaklara erişimi kolaylaştırarak ilerlemeyi (getting ahead) (Putnam, 2000) sağlamakta ve desteklemektedir.

3. İstanbul Kuyumculuk Kümesi Kurumsal Yapısı

Bir önceki bölümde kısaca özetlenen kurumsal paradigma ve ekonomik coğrafya ilişkisi kümelerin analiz edilmesinde bazı yeni başlangıç noktaları ortaya çıkarmaktadır. Kurumsal yaklaşım çerçevesinde kümenin tarihi, sosyal yapısı ve sosyal organizasyonu, güç ilişkileri ve aktörler önem kazanmaktadır. Kümelerin kurumsal yapısını anlayabilmek için yapısal özellikler ile dinamik ilişkiler yaklaşımını ortaya koyan bir analiz çerçevesi ortaya çıkmaktadır (Özelçi, 2002).

Bir kümenin koordinasyonunda rolü olan kurumlar çok çeşitlidir; firmalar, profesyonel örgütler, birlikler, odalar, yerel otoriteler, ulusal ve küresel lobiler, ulusal ve küresel yönetim kurumları, kamusal planlama ve politika kurumları, sivil toplum örgütleri vs. Kurumların mevcudiyeti ve birbirleri arasındaki etkileşimi bir kümenin kurumsal yeteneğini belirler. Aynı alanda faaliyet gösteren çok sayıdaki kurum baskı ya da çekişme gibi problemler yaratabilir (Glasmeier, 1994). Bunun yanı sıra, ortaya çıkan problemlerin çözümünde kurumlar yetersiz kalabilir (Schmitz, 1998). Bu noktada hangi aktivitelerin hangi aktörler tarafından yerine getirildiği, aktörlerin işbirliği için birlikte nasıl çalıştıkları, kurumsal karşılıklı etkileşim gibi konular önem kazanmaktadır. Kurumlar arası ilişkiler, kurumlar arasındaki olumlu ya da olumsuz etkisi olabilecek *enformel sosyalizasyon* biçimlerini de içermektedir. Kurumların içindeki ve kurumlar arasındaki ilişkilerdeki davranış biçimleri de çok yönlüdür. Yeniden üretim dinamikleri de içsel unsurlar olarak kurumların yapısını belirlemektedir. Kümelenmenin sosyal sermayesi, aktör ağları ve bu ağların temelinde yatan ortak değerler, normlar ve anlayış ile birlikte kurumsal yapıları ve ilişkileri içerir. Sosyal sermayenin kaynakları olan birimler (firmalar, aile bağları, etnik gruplar, toplum, ağlar, kamu, özel, sivil toplum örgütleri vb.), kümelenme oluşumunun ve gelişiminin de temel öğeleridir.

Yukarıda sunulan çerçevede özetle, kümelerin kurumsal yapılarını anlayabilmede, uluslararası, ulusal ve yerel aktör ve örgütler ile üretim, dış ticaret, finans, eğitim, teknoloji vb. alanlarda firmaların oluşturdukları ortaklıklar, birlikler yapısal özellikler olarak; yerleşmiş kurumsal yapılar ve yerel ekonomik ve sosyal değişim arasındaki (tarihsel açıdan) ilişki, sosyal ve kültürel etkileşim, güven ortamının oluşturulması ve devam ettirilmesi, yönetim potansiyeli, firmalar ve aktörler arası ilişkiler de dinamik özellikler olarak analize konu edilmesi gereken etkenler (Eceral, 2005) olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu bölümde, kümelerin kurumsal yapılarının anlaşılması için belirlenen analiz çerçevesinde ilk olarak, İstanbul kuyumculuk sektörünün tarihsel gelişimi, makro ekonomik koşullar ile günümüzde sektörle ilişkili farklı düzeylerde (ulusal/uluslar arası/yerel) ve alanlarda (sektörel gelişme, ihracat-tanıtım-pazarlama, eğitim-danışmanlık-yenilik, tasarım) yer alan kurumlar çerçevesinde değerlendirilmektedir. İkinci olarak ise, alanda üretim firmaları ile gerçekleştirilen anket çalışmasının sonuçları kuyumculuk sektörüne yönelik kurumlar, bu kurumlardan sağlanan destekler, sosyal ve kültürel derneklere üye olmanın iş ilişkilerine etkileri; firmalar arasındaki yardımlaşma dayanışma ilişkileri; üretim ilişkilerinde sosyal grupların önemi gibi konular araştırılmış ve değerlendirilmiştir.

3.1. İstanbul'da Kuyumculuk Sektörünün Kümelenmesi ve Tarihsel Kurumsal Gelişimi

Kuyumculuk sektörünün Türkiye'de gelişimine bakıldığında, Anadolu'da köklü bir geçmişe sahip olan sektörün tarihinde ve günümüzde İstanbul'un önemli bir merkez olduğu görülmektedir. Kuyumculuk sektörü Türkiye için istihdam kapasitesi, katma değeri ve ihracat kapasitesi yüksek bir sektör olarak değerlendirilmektedir. Kuyumculuk sektörü üretim alanında yaratılan istihdamın çok büyük bölümü, katma değer ise hemen hepsi İstanbul'da yer almaktadır. Türkiye'de 10 ve üzeri istihdamın bulunduğu toplam 44 firmanın (TÜİK 2001 yayınlanmamış imalat sanayi verileri), 35'i İstanbul'da yer almaktadır. İstanbul'da 1995 ile 2001 yılları arasında firma sayısı %133 oranında, işçi sayısı %143 oranında artmış ve bu altı yıllık dönem boyunca katma değer 12 kat artmıştır. Üretimin büyük bölümünün, 10 kişinin altında istihdamı olan küçük firmalarda gerçekleştiği göz önüne alındığında, küçük işletmelerin sektördeki paylarının büyüklükleri, sektörü tanımlamada çok daha önemli görünmektedir. İstanbul'da küçük firmalar, üreticiler ve satıcılar dahil 4955 işletme ve 18662 kişilik işgücü hacmi (TÜİK 2006 iş kayıtları) tanımlanabilmektedir.

İstanbul'da tarihsel olarak Kapalıçarşı, kuyumculuk sektöründe hem üretim hem de ticari ilişkilerde belirleyici bir merkez olmuş ve süreç içerisinde içinde bulunduğu Eminönü bölgesini de önemli bir kuyumculuk yığılması haline getirmiştir. Son yıllarda, Eminönü Bölgesi'nde yaşanan dönüşüm sonucunda kuyumculuk üretiminin, özel sektör girişimi ve devlet desteğiyle Bahçelievler bölgesinde yer seçen Kuyumcukent ile çoğunlukla orta ve büyük ölçekli firmaların yer seçtiği Güngören/Bahçelievler/Bağcılar/Küçükçekmece aksında yoğunlaştığı, metropoliten alan içinde yayılmış farklı odaklarda ise sektöre ilişkin yoğun satış birimlerinin yer aldığı görülmektedir (Armatlı-Koroğlu vd., 2010).

3.1.1. Kuyumculuk Sektörünün Tarihi Kurumu Kapalıçarşı

İstanbul'da kuyumculuk sektörünün gelişmesinde Kapalıçarşı'nın kurulması ve üretim ilişkilerinin burada başlaması sektör için önemli bir başlangıç olarak belirtilmektedir. 500 yıldan fazla el sanatlarının ve ticari aktivitelerin merkezi olan Kapalıçarşı, dünyanın en eski ve en büyük kuyumcu kümesi olarak tanımlanabilir (Koroğlu vd., 2009). Kapalıçarşı'nın tarihsel gelişim süreci içinde geçirdiği dönüşümler ve bu süreçlerde sahip olduğu köklü kurumsal yapılar İstanbul'da kuyumculuk sektörünün gelişimini ve bugünkü yapısını anlamada önem taşımaktadır.

Kapalıçarşı'nın tarihsel süreç içindeki gelişimi kabaca dört tarihsel evrede incelenebilir (Koroğlu vd., 2007). İlk evre, kuruluşundan 20.yy başına kadar olan Osmanlı İmparatorluğu dönemidir. Osmanlı İmparatorluğu'nda her dönemde her mesleğin en üst düzeyindeki gerçek ustalarından oluşan bir grup olan "Ehl-i Hıref Cemaati"'nin elemanlarının büyük bir çoğunluğu Kapalıçarşı'dandır (Küçükerman ve Mortan, 2008). Kapalıçarşı, İmparatorluğun merkezinde kurulmuş

büyük bir merkezi araştırma geliştirme kurumu ve sürekli bir sanayi sergisi rolü oynamaktadır. İkinci evre, 1980'lere kadar olan Modernleşme dönemi olarak tanımlanmaktadır. Modernleşme dönemi, lonca üretim örgütlenmesinin kapitalist üretim organizasyonuna dönüşmesi ile tanımlanmaktadır. Meşrutiyetten sonra, lonca sistemi kaldırılınca, esnaf iç yönetimi için, "Umran" adı altında bir dernek kurulmuştur. Lonca sisteminin kurallarının yokluğunda, üreticiler ve tüccarlar, kapitalist sisteme adaptasyon mekanizmalarını aramıştır. Bu yüzden, kapitalist sistem içinde işbirliği, daha çok değerli olmuş ve dernekler önem kazanmıştır. Umran adlı bu dernek daha sonra "Kapalıçarşı Bakındırma ve Koruma Cemiyeti" adını almıştır (Gülersoy, 1979:51; Sönmez, 1993:16). Zamanla bu dernek isim değiştirmiş ve "İstanbul Kapalıçarşı Esnafları Derneği" adını almıştır (Sönmez, 1993:16). 1980'lerden 2000'lere gelindiğinde yaşanan gelişmeler gerileme/bozulma dönemi olarak değerlendirilebilir. 1980'lerde liberalleştirme politikalarının etkisi ile üretim sürecinde el işçiliğinin ve yerel kültürün etkisinin azaldığı el yapımı üretimi temsil eden geleneksel yapıdan imalata kayıldığı görülmektedir. Bu nedenle, kuyumculukta imalat sürecinin rolünün artması ile şehir merkezinin içinde üretim bir sorun olmuştur. Bundan başka, üretim süreçlerinde kullanılan kimyasal maddelerin tüketiminin artması Çarşının yakınında önemli problemler doğuran kirliliğe neden olmuştur.

1980'ler Kapalıçarşı için geleneksel üretimin terk edilmeye başlandığı bir süreç olsa da bu dönemde, Kapalıçarşı'da yeni bir fonksiyon olarak serbest piyasanın kalbinin attığı döviz piyasası ve altın piyasası doğmuştur. Kapalıçarşı'da altın piyasasının doğduğu bu dönemde, altın ve gümüş işçiliği, zengin bir ticaret ve üretim fonksiyonu olmuştur. Ulusal ekonomik krizler, yerel ve ulusal pazarlarda durgunlaşmaya sebep olmuştur. Bu krizler, dış pazarlarla bütünleştirmeyi gerektirmiştir. Bu dönemde neo-liberal politikaların etkisi ile ihracat değerleri keskin bir şekilde artmıştır.

Dördüncü ve son evre ise 2000 sonrası ve halen devam etmekte olan, çok sayıda kuyumcu üreticilerin kentin Kuzeybatısı'nda (Bahçelievler) yer seçen "Kuyumcukent"e taşındığı ancak halen Kapalıçarşı ve çevresindeki yoğun üretim sürecinin de devam ettiği bir dönüşüm süreci olarak tanımlanabilir. Kapalıçarşı'da, kuyumculuk üretiminin neden olduğu sorunlar yüzünden, imalat tesislerini bölgeden dışarı taşımak için 1988 yılından itibaren başlatılan süreçte bir kuyumculuk kümesi projesi hazırlanmış ve 2005 yılı itibari ile üreticilerin Eminönü bölgesinden ayrılması gerektiği hükme bağlanmıştır. Bu süreç içinde kentin kuzeybatısında planlanan Kuyumcukent projesi hayata geçirilmiş kuyumculuk firmalarının bir kısmının taşınması gerçekleşmiştir.

3.1.2. Kuyumculuk Sektörünün Kurumsal Gelişimi ve Mevcut Kurumları

Türkiye'de kuyumculuk sektörü altının liberalleşmesinin de öncü olması ile birlikte 1990'lardan sonra hızlı bir gelişim sürecine girmiştir. Rekabetin en çok kendini gösterdiği kuyumculuk sektöründe emek yoğun üretimden sermaye yoğun üretime geçiş süreci yaşanarak zaman içerisinde sanayileşmenin de devlet tarafından desteklenmesi ile kısa sürede üretim hacminde ilerleme sağlanmıştır.

Kuyumculuk sektöründe yaşanan kurumsallaşma süreci sektörün büyümesinde önemli katkı sağlamıştır. 1995 yılından 2000 yılına 5 yıllık dönemde firma sayısı değerleriyle kuyumculuk sektörünün toplam imalat sanayi içindeki payı iki kat artmıştır. Kuyumculuk ve mücevherat sektöründe ilk ihracat 1982 yılında Suudi Arabistan'a 25 kilo altın olarak yapılmıştır. Sektör 1987 yılında ABD pazarına açılmaya başlamıştır. Külçe altın ithalatı konusunda TC Merkez Bankası'na ancak 1985 yılında izin verilmiş, 1989'da Merkez Bankası kuyumculuk sektörünün materyal maliyetini dünyadaki diğer kuyum üreticileriyle aynı seviyeye getirmek amacıyla altın pazarını oluşturmuştur. Bu liberalleşmenin ardından Dünya Altın Konseyi WGC (World Gold Council) İstanbul'da ofis açmıştır.

Bu gelişimin ardından, 1995 yılında Altın Borsası kurulmuş, aynı yıl külçe altın ithalat yetkisi Merkez Bankası tekelinden alınıp borsaya üye özel sektör temsilcilerine verilmiştir. Bu girişimler kuyumculuk sanayinin altını dünya fiyatlarına alabilmesine olanak sağlamıştır. Sonraki yıl, kanunlarda yapılan değişikliklerle bankalara altın işleri (altın depozito hesapları, yurtdışından altın kredisi getirip arz edilmesi) yapma yetkisi verilmiştir. Aynı yılda İstanbul Altın Borsası ve Hazine Müsteşarlığı'nın

destekleri ile İstanbul Altın Rafinerisi (IAR) kurulmuştur. Ancak rafineri faaliyetine 2002 yılında geçebilmiştir.

Tarihsel üretim kültürünün sağladığı avantajların yanı sıra özellikle son 20 yıldır makro ekonomik politikaların kuyumculuk sektörünün gelişiminde ve dünya pazarlarına açılmasında önemli bir faktör olduğu görülmektedir. Türkiye’de kuyumculuk sektörü altın piyasasının liberalleştirilmesinin de etkisi ile birlikte devlet tarafından desteklenmesi ile kısa sürede üretim ve dış pazar hacminde ilerleme sağlamıştır. Bu gelişmeler sektörün örgütlü kurumsallaşmasında çeşitlenmeyi sağlamış özellikle ihracat ve eğitime yönelik işbirliği girişimleri artmıştır. Bu süreçte dünya pazarları ile olan etkileşimin artması ile sektörün önde gelen firmalarının küresel ölçekteki kurumsal yapılanmalarda da yer almaya başladığı görülmüştür.

Türkiye kuyumculuk sektörü sadece üretim ve ihracat potansiyeli ile değil aynı zamanda, uluslararası sektörel örgütlerde katılım ve temsil düzeyi ile dünya mücevher pazarında önemli bir yere ulaşsa da büyük üreticiler ve tanınmış tasarımcıların eserleri hariç sektör büyük oranda kopyalamaya dayanmaktadır. Mücevher tasarımının Anadolu’da önemli tarihi vardır, ancak gelenek çiraklık sistemiyle sürdürülmektedir. Türkiye’de mücevher tasarımının gelişmesinde Ermeni ve Musevi Türklerin başarılı çalışmalarının katkısı da büyüktür. Bugün özellikle Kapalıçarşı’da, üretimden önce bir tasarım sürecinin yaşanmadığı, sürecin doğrudan üretimle başladığı gözlenmektedir. Bu nedendir ki sektörde tasarımcıdan çok ustalar öne çıkmakta, bir sanattan çok bir zanaat olarak görülmektedir. Dolayısıyla, Türkiye dünya pazarlarında adını tasarımlarıyla değil üretim tekniği ve standart ürün üretimiyle duyurmaktadır. Oysa ihracat değerlerindeki büyümede yüksek ivmenin sürdürülmesi, sektörün katma değerinin artırılması sektörde markalaşmayı, dolayısıyla özgün ve güçlü tasarımları gerektirmektedir.

Mevcut yapıda, kuyumculuk sektörü ile ilişkili farklı düzeylerde (ulusal/uluslararası/yerel) ve alanlarda (sektörel gelişme, ihracat-tanıtım-pazarlama, eğitim-danışmanlık-yenilik, tasarım) yer alan kurumlar ele alınmıştır (Çizelge 1.). Bu kurumsal yapılanmalar incelendiğinde, İstanbul Kuyumcular Odası’nın sektörün bugünkü yapısı ile ilgili en eski ve en geniş katılımlı örgüt olduğu görülmektedir. Kuyumcular Odası’nın üyeleri çoğunlukla küçük ve orta ölçekli firmalar olurken, daha az sayıda olmakla birlikte büyük ölçekli firmalar da yer almaktadır. Liberalleştirme politikalarının gelişimi sürecinde oluşturulan altın borsası, altın rafinerisi, Dünya Altın Konseyi Türkiye Ofisi gibi örgütlenmeler yeni sürecin kurumsal yapıları olarak ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede ihracatın geliştirilmesi için kurulan İstanbul Değerli Maden ve Mücevherat İhracatçıları Birliği de sektörün gelişimine ivme kazandırmıştır. Daha çok büyük ölçekli firmaların etkin olduğu İhracatçıları Birliği’nin çatısı altında yeni kurulan Türk Mücevhercileri Birliği ise sektörde kendilerini yeni oluşum grubu olarak nitelendiren firmaların girişimidir. Bu grup son dönem sektör politikalarını belirlemede etkin olmuş, medyada çıkan haberlerde kuyumcuların ikiye bölündüğü yorumlarına neden olmuştur. Bu farklılaşma kendini somut olarak İstanbul’da düzenlenen ve yaygın yurtiçi yurtdışı katılımların sağlandığı fuar organizasyonlarına da yansımış, uzun yıllardır kurumsallaşmış olan İstanbul Jewellery Show Fuarına alternatif olarak yeni oluşum grubunun öncülüğünde İstanbul Gold Fuarı yapılmaya başlanmıştır.

Sonuç olarak, İstanbul kuyumculuk sektörünün kurumsal yapılanması değerlendirildiğinde, ihracat ağırlıklı ve büyük ölçekli firmaların kurumların yönetiminde etkin olduğu görülmekte, küçük ve orta ölçekli firmaların İstanbul Kuyumcular Odası tarafından temsil edildiği, yine Kuyumcukent girişimi ile göreceli olarak küçük ve orta ölçekli firmaların aynı çatı altında ortak girişimler içinde bulunabildikleri (altyapı, güvenlik, pazarlama vb.) görülmektedir.

Çizelge 1. Kuyumculuk Sektörüyle İlgili Olarak Faaliyet Gösteren Kurum ve Kuruluşlar

Kurum Adı	Türü-Etki Alanı	Faaliyet Alanı
İstanbul Kuyumcular Odası	STK-Yerel	Sektörel gelişme
Türk Mücevhercileri Birliği (TJA) (JTR)	STK-Ulusal	Sektörel gelişme
İstanbul Değerli Maden ve Mücevherat İhracatçıları Birliği	STK-Yerel	İhracat
İstanbul Altın Borsası	Ulusal	Altın piyasası
Darphane Genel Müdürlüğü	Kamu-Ulusal	Altın piyasası
Dünya Altın Konseyi Türkiye Temsilciliği	STK-Uluslararası	Altın piyasası
İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi	Kamu-Ulusal	İhracat
TC Başbakanlık Gümrük Müsteşarlığı	Kamu-Ulusal	İhracat
Türkiye İhracatçılar Meclisi	Ulusal	İhracat
Dış Ticaret Müsteşarlığı	Kamu-Ulusal	İhracat-pazarlama
Türk Patent Enstitüsü	Kamu-Ulusal	Yenilik
KOSGEB	Kamu-Ulusal	KOBİ-destek
Kosgeb İkitelli Lab. Müdürlüğü	Kamu-Yerel	KOBİ-destek
Kapalıçarşı Esnafları Derneği	STK-Yerel	Dayanışma
CIBJO (Dünya Mücevher Konfederasyonu)	Uluslararası	Sektörel gelişme
The Silver Institute	Özel-Uluslararası	Sektörel gelişme
DTC	Özel-Uluslararası	Danışmanlık
İl Milli Eğitim Müdürlüğü, İstanbul Ticaret Odası ve İş-Kur İl Müdürlüğü İşbirliği ile Yürütülen Takı Tasarımı ve İmalatı Mesleki ve Teknik Eğitim Kursları	Kamu-Yerel	Eğitim
-Marmara Üniversitesi-Teknik Bilimler MYO-Uygulamalı Takı Teknolojisi Programı	Kamu-Ulusal	Eğitim
-İstanbul Teknik Üniversitesi-Endüstri Ürünü Takı ve Aksesuar Tasarımı Yüksek Lisans Programı	Kamu-Ulusal	
-Bahçeşehir Üniversitesi Meslek Yüksek Okulu Takı Tasarımı Önlisans Programı (Altınbaş Holding işbirliği)	Özel-Ulusal	
-Arel Üniversitesi Kuyumculuk Meslek Bilgisi ve Üretim Teknikleri Sertifika Programı (Mahreç Sanatevi İşbirliği)	Özel-Ulusal	
-İstanbul Aydın Üniversitesi-Kuyumculuk ve Takı Tasarımı Programı	Özel-Ulusal	
-İstanbul Kemerburgaz Üniversitesi (Altınbaş Holding)	Özel-Ulusal	
-Kadıköy Meslek Lisesi Kuyumculuk Bölümü	Kamu-Yerel	Eğitim
-Kadınca Endüstri Meslek Lisesi Kuyumculuk Bölümü	Kamu-Yerel	Eğitim
-Muhsin Ertuğrul Mesleki Eğitim Merkezi (kalfa, usta, usta öğretici belgeleri)	Kamu-Yerel	Eğitim
-Akademi İstanbul Vakfı-Uygulamalı Takı Tasarımı	STK	Eğitim
-Pera Güzel Sanatlar Mücevher Tasarım Kuyumculuk Bölümü	Özel	Eğitim-Tasarım
-Favori Altın Akademisi	Özel	Eğitim
-Mahreç Sanatevi	Özel	Eğitim-Tasarım
-Alef Mücevher Atölyesi	Özel	Eğitim-Tasarım
Firma Bünyesinde yer alan AR&GE Birimleri	Özel	Tasarım
İstanbul Jewellery Show Fuarı	Özel-Ulusal	Tanıtım-Pazarlama
Gold İstanbul Fuarı	Özel-Ulusal	Tanıtım-Pazarlama

3.2. İstanbul Kuyumculuk Kümelenmesi Kurumsal Yapısı-Firma Anketi Sonuçları

İstanbul Kuyumculuk kümelenmesinde özellikle sosyal sermayeye yönelik kurumsal yapının anlaşılması için üretim firmalarına yönelik bir anket çalışması¹ gerçekleştirilmiştir. Kurumsal yapıya ilişkin dayanışma, yardımlaşma ilişkileri, aile, akraba, hemşeri vb. enformel ağlar, kurumlara üyelikler gibi formel ağlar ve bu aidiyetlerin iş yaşamına etkisi, sosyal sermayenin temelini oluşturan konular olarak bu anket kapsamında sorgulanmıştır.

İstanbul kuyumculuk sektöründe anket yapılan 346 üretim firmasının %71'inin İstanbul Kuyumcular Odası'na, %67'sinin Ticaret Odası'na, %26'sının İstanbul Metal ve Maden İhracatçıları Birliği'ne, %7'sinin Kapalıçarşı Esnafları Birliği'ne üye olduğu, %10'unun ise herhangi bir kuruma üye olmadıkları görülmüştür. Tüm firmaların %90'ı meslekleriyle ilgili bir kuruma üye olduklarını ifade ederken, %56'sı iki kuruma, %24'ü 3 kuruma, %7'si ise 4 kuruma birden üye olduklarını ifade etmişlerdir. Bağlantılar olarak ifade edilebilen topluluklar ya da gruplar arasındaki çeşitlilik ve farklılığın ürettiği ilişkilere dayalı sosyal sermaye (linking), insanların kaynakları, bilgiyi ve fikirleri bir araya getirebilme kapasitesindeki bağlantılandırıcı ilişkilerin önemini arttıran, topluluklar ya da gruplar arası ilişkilerdir. Firmaların sektörel kurumlara olan üyelik oranları sosyal sermayenin

bağlayıcı (linking) niteliğinin belirleyicisi olarak değerlendirilmiştir. İstanbul kuyumculuk kümesinde üretim firmalarının meslekleriyle ilgili kurumlara üyelik oranları %70 civarındadır. Firmaların yarısından fazlası ise iki kuruma birden üyedir.

Üretim firmalarının kurumlara üyeliklerinde tespit edilen yüksek oranlar kurumlardan sağlanan destekler için aynı oranda yüksek olmamıştır. Kurumlardan alınan destekler içinde en yüksek %30 ile sektörel bilgi desteği olmuştur. Daha sonra gelen eğitim desteği alan firma oranı ise %20'dir. Danışmanlık desteği aldığı ifade eden firmaların oranı %17 olurken, pazarlama/ reklam desteği %15, teknik destek %13, finansman desteği %13, ihracat/Pazar bağlantısı desteği %11, Ar&Ge desteği %11, işgücü temini desteği ise %6 olarak belirlenmiştir. Bu oranlar kurumlardan alınan desteğin oldukça düşük olduğunu göstermektedir. Firmaların üye oldukları sektörel kurumlardan sağladıkları destek oranları kurumlara olan güven olarak değerlendirilmiştir. Üretim firmalarının kurumlara üyeliklerinde tespit edilen yüksek oranların kurumlardan sağlanan destekler için aynı oranda yüksek olmaması güven eksikliğinin bir ifadesi olarak değerlendirilebilir.

Sosyal/kültürel kurumlara üyelik sosyal sermayenin paylaşılan değerler ve aktif katılımçılık yönünün belirleyicilerinden biri olarak değerlendirilmiştir. Üretim firmaları içinde meslek alanları dışında sosyal kültürel kurumlara üye olduğunu ifade eden firmaların tüm firmalar içindeki oranı %16 gibi çok düşük bir düzeyde kalmıştır. Sosyal kültürel derneklere üye olmanın iş ilişkilerine etkisi olduğunu ifade edenlerin oranı ise sadece %4 olmuştur. Üye olunan sosyal kültürel derneklerin türleri incelendiğinde genellikle yerel yardımlaşma ve dayanışma dernekleri, hobi ve spor amaçlı dernekler ile sosyal sorumluluk içerikli dernekler olduğu görülmüştür.

Köprü kurucular olarak ifade edilebilen değişim temsilcilerinin ürettiği ilişkilere dayalı ve heterojen gruplar arasında az yoğun ve zayıf ilişkilerin tanımladığı sosyal sermaye formu yeni fırsatların keşfedilmesinde önem kazanmaktadır. Sosyal sermayenin köprü kurucu niteliklerinden biri olduğu kabul edilen firmalar arası dayanışmanın İstanbul kuyumculuk sektöründe oldukça düşük düzeylerde olduğu görülmektedir. Sektörde üretim firmalarında en fazla yardımlaşma/dayanışma %41 oranla makine ve alet ödünç verme/alma konusunda gerçekleşmektedir. Kriz dönemlerinde borç alma/verme de %39 oranla takip etmektedir. Pazarlama konusunda yardımlaşma/dayanışma ilişkisi içinde olduğunu ifade eden firmaların oranı %32 olurken, tasarımda %29, becerili işgücünü ödünç verme/almada %21, ihracatta %17, güvenlik konusunda ise %15 oranında olmuştur.

Küme içerisinde sosyal sermayenin belirleyicilerinden biri olan güven, yapılan anket çalışmasında, firmaların birbirlerine, firmaların kurumlara olan güveni çerçevesinde değerlendirilmiştir. Firmaların birbirleri arasındaki makine, işgücü ödünç alma/verme, kriz dönemlerinde borç alma/verme birbirlerine olan güvenin belirleyicisi olarak değerlendirilmiştir. Üretim firmalarının birbirlerine olan güveni çerçevesinde değerlendirildiğinde İstanbul kuyumculuk sektöründeki firmaların yarısından fazlası diğer firmalarla makine, işgücü, para ödünç alma/verme konusunda yardımlaşma ve dayanışma ilişkileri olmadığını ifade etmişlerdir. Firmaların birbirlerine olan güvenin belirleyicilerinden biri olarak değerlendirildiğinde kuyumculuk sektöründeki firmalar arasında yoğun bir güven ortamı olduğu söylenemez.

Sosyal sermayenin bağlayıcı/birleştirici etkilerinin belirleyicilerinden biri olarak değerlendirilen sosyal gruplar kümelerinin üretim ilişkileri çerçevesindeki kurumsal yapılarını anlamada önemli bir değişken olarak bilimsel yazında tartışılmaktadır. İstanbul kuyumculuk kümesinde üretim ilişkilerinde etkili olabilecek sosyal gruplar, aile, akraba, tanıdık/arkadaş, hemşeri ve etnik kökene dayalı gruplar olarak ele alınmıştır. Bu gruplar içinde ailenin iş hayatında önemli olduğunu ifade eden üretim firmalarının toplam firmaların içindeki oranı %91 gibi yüksek bir değer olmuştur. Aileyi takiben tanıdık/arkadaş (%79) ve akraba (%71) da iş hayatında önemli sosyal gruplar olarak ortaya çıkmaktadır. Etnik kökenin önemli olduğunu ifade edenlerin oranı %21 iken, hemşeri ilişkilerinin önemli olduğunu söyleyenlerin oranı %17 olmuştur. Sosyal gruplardan aile İstanbul kümesi için en önemli sosyal grup olarak ortaya çıkmaktadır.

İstanbul kuyumculuk kümesinde farklı sosyal sermaye formları üzerinden yapılan değerlendirmede bağlara dayalı ya da birleştirici (bonding) sosyal sermaye formunun ağırlıkta olduğu

görülmektedir. Üretim ilişkilerinde aile başta olmak üzere tanıdık/arkadaş ve akraba gibi sosyal grupların önemi birleştirici sosyal sermaye formunu İstanbul kümelenmesinin belirgin bir özelliği olarak ortaya çıkarmaktadır. Firmaların, kaynakları, bilgiyi ve fikirleri bir araya getirebilme kapasitesindeki bağlantılandırıcı ilişkilerin önemini arttıran sosyal sermaye formu olarak tanımlanan bağlantılandırıcı (linking) sosyal sermaye İstanbul kuyumculuk sektöründe firmaların sektörel kurumlara olan üyelik oranları ile değerlendirilmiştir. Anket sonuçları bağlantılandırıcı sosyal sermaye formunun İstanbul kuyumculuk kümesindeki varlığını açıklamakla beraber bağlantılı sorulardan biri olan kurumlardan sağlanan destekler çerçevesinde kurumlardan yeterli düzeyde yararlanılmamasının ortaya konması ile sadece kurumlara üyeliğin yeterli olmadığını da göstermektedir.

Sosyal sermayenin bağlayıcı ilişkilerle güçlü homojen gruplar oluşturduğu zaman, köprü kurucu sermayenin gelişebilme potansiyelinin zayıfladığı, bağlara dayalı sosyal sermaye ve köprü kurucu sermaye birlikte bir denge içinde oldukları zaman ise verimli olabilecekleri tartışılmaktadır. İstanbul kuyumculuk kümesinin köprü kurucu sermaye belirleyicileri değerlendirildiğinde, köprü kurucu nitelikteki sosyal sermayenin birleştirici sermaye kadar gelişmediği görülmektedir.

Güven ortamı sosyal sermayenin bir belirleyicisi olarak kümelenmelerde ortak eylemler için bir ilişkiyel altyapı sağlamaktadır. İstanbul kuyumculuk kümesinde güven ortamının varlığı değerlendirildiğinde, firmaların birbirlerine ve firmaların kurumlara olan güven düzeylerinin fazlaca gelişmediği görülmektedir.

Sonuç olarak İstanbul kuyumculuk kümesi için sosyal sermayenin varlığından söz ederken sosyal sermaye formlarından bağlayıcı birleştirici (bonding) ilişkilerin ağırlığından söz etmek mümkündür. Sosyal sermayenin gelişimde ve rekabet üstünlüğü sağlamada daha etkin olabilmesi için köprü kurucu (bridging) ilişkilerin geliştirilip etkinleştirilerek gruplar içinde var olan dayanışma, güven gibi olumlu faktörlerin gruplar arasında geliştirilmesi gerekmektedir.

4. Değerlendirme ve Sonuç

Dünyada yer alan farklı kümelenme örneklerinde olduğu gibi (Eceral vd., 2009), İstanbul Kuyumculuk Kümelenmesinde de formel ve enformel kurumların yer aldığı örgütlü bir yapıdan söz etmek mümkündür. Formel kurumlar genellikle, uluslar arası, ulusal ve yerel sektörel yapılanmalar ile odalar, birlikler ve yere özgü yapılanmalar biçiminde örgütlenmektedir. Bunun dışında oluşturulan ticari birliklerin de standartlar oluşturarak ve iş pratiğini düzenleyerek çalıştığı görülmektedir. Ortak düzenlemeye ve bir arada hareket etmeye ilişkin çeşitli kurumsal yapılar da üretimin ve sektörün işleyişinde önemli rol oynamaktadır. Kümelerin özelliklerinden biri olan, geleneksel üretim kültürü, aile, tanıdık/arkadaş, hemşeri gibi gruplardan oluşan sosyal çevre ve etnik gruplar gibi enformel kurumların da üretimin örgütlenmesinde etkili olduğu görülmektedir.

İstanbul kuyumculuk sektörünün gelişiminde tarihsel üretim kültürünün ve tarihsel süreçte gelişmiş kurumsal yapının önemi ortaya konmuştur. İstanbul'da kuyumculuk sektörünün gelişmesinde Kapalıçarşı'nın kurulması ve tarihsel süreç içinde geçirdiği dönüşümler ve bu süreçlerde sahip olduğu üretim kültürü ve kurumsal yapılar İstanbul kuyumculuk kümelenmesinin yapısını anlamada temel faktörlerden biri olarak değerlendirilmiştir. Tarihsel üretim kültürünün sağladığı avantajların yanı sıra özellikle son 20 yıldır makro ekonomik politikaların da kuyumculuk sektörünün gelişiminde ve dünya pazarlarına açılmasında önemli bir faktör olduğu ortaya konmuştur. Altın piyasasının liberalleştirilmesinin de etkisi ile sektörün devlet tarafından desteklenmesi üretim ve dış pazar hacmini geliştirmiş, sektörün örgütlü kurumsallaşmasında çeşitlenmeyi sağlamış, özellikle ihracat ve eğitime yönelik işbirliği girişimleri artmıştır. Bu süreçte dünya pazarları ile olan etkileşimin artması ile birlikte sektörün önde gelen firmalarının küresel ölçekteki kurumsal yapılanmalarda yer almaya başladığı görülmüştür.

Her ne kadar kurumsallaşmada son yıllarda olumlu gelişmeler yaşansa da firmalarla yapılan anket çalışmasının bulgularına göre firmaların kurumlara olan ilişkilerinin istenen düzeyde gelişmediği, kurumlara üyelik oranlarının yüksek olmasına rağmen, kurumlardan sağlanan desteklerin oldukça düşük olduğu görülmüştür.

Sosyal sermaye yaklaşımı genelde olumsuz ihtimalleri değerlendirmemekte, gelişime olumlu katkılarıyla anılmaktadır. Ancak sosyal sermayenin olumlu formları yeterince gelişmediğinde negatif dışsallıklar tanımlanabilmektedir. Portes ve Landolt (2000, 532) bu alanda dört olumsuzluk tanımlamaktadır: dışarıdakilerin dışlanmaları, grup üyelerini aşırı benimseme, bireysel özgürlüklerde kısıtlama, düşük düzeyde sosyal standartlar. Bu kapsamda güç ilişkileri ve sosyal ağlara eşit erişim irdelenmesi gereken konulardır.

Olumlu sosyal sermaye formlarının yeterince gelişmemesi sosyal standartların düşmesine neden olabilmektedir. Bu durumda, gerek firmaların birbirlerine gerekse firmaların kurumlara olan güven düzeylerinin fazlaca gelişmemiş olması İstanbul Kuyumculuk kümelenmesinde, sosyal sermayenin gelişimde ve rekabet üstünlüğü sağlamada daha etkin olabilmesi için köprü kurucu ilişkilerin geliştirilip etkinleştirilerek gruplar içinde var olan dayanışma, güven gibi olumlu faktörlerin gruplar arasında ve kümenin bütününde geliştirilmesi gerekmektedir.

İstanbul kuyumculuk kümelenmesi için kurumsal anlamda çok düzeyli ve çok sektörlü bir yapılanmanın varlığı göz ardı edilemez. Ancak bu yapılanmanın karmaşık ve her kesim tarafından çok da erişilebilir bir düzeyde olmadığını da vurgulamak gerekir. Kurumlardan sağlanan hizmetlerin etkinliği çerçevesinde saptanan eksiklikler ve bu eksikliklerin sektörün rekabetçiliğinin sürdürülmesinde yaratacağı olumsuzlukların giderilmesi için, sektörü bir bütün olarak temsil edecek planlayıcı, stratejik hedefleri belirleyici, her kesimi kapsayan ve sözcü bir kurumsal varlığın oluşturulmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Notlar

1 “Metropolitan Alanlarda Sanayi Kümeleri: İstanbul’da Kuyumculuk Sektörünün Mekansal Kümelenmesi, Rekabet Gücü ve Dayanışma Ağları” başlıklı 107K424 nolu TUBİTAK SOBAG projesi kapsamında 11 Ağustos – 5 Eylül 2008 tarihleri arasında gerçekleştirilen ankette Kuyumcukent, ISO ve IKO veri tabanlarından yararlanılarak İstanbul kuyumculuk sektöründe 2008 yılı için yaklaşık 1530 üretim firması olduğu tespit edilmiştir. Bu firmalardan metropoliten alandaki yığılma oranları da göz önünde bulundurularak yaklaşık %23 örneklem oranı ile 346 firma ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir.

Teşekkür

Bu çalışma “Metropolitan Alanlarda Sanayi Kümeleri: İstanbul’da Kuyumculuk Sektörünün Mekansal Kümelenmesi, Rekabet Gücü ve Dayanışma Ağları” başlıklı 107K424 nolu TUBİTAK SOBAG projesi desteğiyle yapılan araştırmalardan yararlanılarak hazırlanmıştır.

Referanslar

- Amin A.; Thrift N. (1995) “Institutional issues for the European regions: from markets and plans to socioeconomics and powers of association”, *Economy and Society*, 24.1, 41-66
- Amin, A.; Thrift, N. (1994) *Globalization Institutions, and Regional Development In Europe*, Oxford University Press, Oxford
- Armatlı Köroğlu, B.; Özelçi Eceral, T.; Uğurlar, A. (2009) “The story of jewelry cluster in istanbul metropoliten area: grand bazaar (Kapalıçarşı)” , *G.Ü Fen Bilimleri Dergisi*, 22(4), 383-394
- Armatlı Köroğlu, B.; Özelçi Eceral, T.; Varol Ç.; Özdemir Sönmez N. (2010) *Metropoliten Alanlarda Sanayi Kümeleri: İstanbul’da Kuyumculuk Sektörünün Mekansal Kümelenmesi, Rekabet Gücü ve Dayanışma Ağları*, 107K424 nolu TUBİTAK SOBAG Projesi Basılmamış Sonuç Raporu
- Becattini, G. (1990) “The Marshiallian Industrial District as Socio - Economic Notion”, In Pyke F.; Becattini G.; Senbenberger W.; (eds), *Industrial Districts and Inter-firm Co- operation in Italy*, International Institute for Labour Studies, Cenova
- Boschma, R.; Frenken K. (2006) “Why is economic geography not an evolutionary science? Towards an evolutionary economic geography,” *Journal of Economic Geography*, 6, 273–302
- Bosker, M.; Garretsen, H. (2009) “Economic development and the geography of institutions”, *Journal of Economic Geography*, 9, 295–328
- Brusco., S. (1996) “Trust social capital and local development: Some lessons from the experience of the Italian districts”, *İçinde Networks of Enterprises and Local Development: Competing and Co-operating in Local Productive Systems*, LEED for OECD, Paris
- Coleman, J. (1990) *Foundations of Social Theory*, Harvard University Press: Cambridge, MA

- Eceral, T. (2005) "Ekonomik coğrafya kurumsal yaklaşım: Denizli örneği", İçinde Eraydın, A. (ed), *Değişen Mekan Mekansal Süreçlerine İlişkin Tartışma ve Araştırmalara Toplu Bakış:1923-2003*, Dost Kitapevi, Ankara
- Eraydın, A.; Armatlı Köroğlu B.; (2005) "Innovation, networking and the new industrial clusters: the characteristics of networks and local innovation capabilities in the Turkish industrial clusters", *Entrepreneurship & Regional Development*, July, 17(4), 237-266
- Field, J. (2003) *Social Capital*, Routledge, London
- Gertler, M. S. (2010) "Rules of the game: the place of institutions in regional economic change", *Regional Studies*, 44.1, 1-15
- Glasmeier, A. (1994) "Flexible districts, flexible regions? The institutional and cultural limits to districts in an era of globalisation and technological paradigm shift", in Amin,A.; Thirift, N. (eds), *Globalisation, Institutions and Regional Development in Europe*, Oxford University Press, Oxford, 118-146
- Granovetter, M. (1985) "Economic action and social structure: The problem of embeddedness", *American Journal of Sociology*, 91 (3), 481-510
- Köroğlu, B.; Eceral, T.; Uğurlar, A. (2007) "The Story Of A Jewelry Cluster in Istanbul Metropolitan Area: Grand Bazaar (Kapalıçarşı)", In *RSA International Conference, Region In Focus*, 2-5 April, Lisbon
- Küçükerman, Ö.; Mortan, K. (2008) *Kapalıçarşı*, Turizm ve Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara
- Martin, R. (2010) "Roepke lecture in economic geography—rethinking regional path dependence: Beyond lock-in to evolution", *Economic Geography*, 86(1):1-27
- Özelçi Eceral, T.; Armatlı Köroğlu, B.; Uğurlar, A. (2009), "Kuyumculuk kümeleri: İstanbul Kapalıçarşı ile dünya örneklerinin karşılaştırmalı değerlendirilmesi", *Ekonomik Yaklaşım*, 20(70), 121-143
- Özelçi, T. (2002) *Institutional Aspects of Regional/Local Economic Development*, Basılmamış Doktora Tezi, ODTÜ, Ankara
- Porter, M. E. (1998) "The Adam Smith address: location, clusters, and the 'new' microeconomics of competition", *Business Economics*, 33(1),7-13
- Portes A. (1998) "Social capital: Its origins and applications in modern sociology", *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24
- Portes A.; Landolt P. (2000) "Social capital: Promise and pitfalls of its role in development" *Journal of Latin American Studies* 32: 529
- Putnam R. (1995) "Bowling alone: America's declining social capital", *Journal of Democracy* 6: 65-78
- Putnam R. (1993) *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press: Princeton, NJ
- Schmitz, H. (1998) "Responding to global competitive pressure: Local co-operation and upgrading in the Sinos Valley", In *IDS Working Paper 82* (Institute of Development studies)
- Sjöstrand S. E. (1993) *Institutional Change: Theory and Empirical Findings*, M. E. Sharpe, Armonk, NY
- Sönmez, Ç. B. (1993) *Kapalıçarşı'nın Fonksiyonel Değişimi*, Basılmamış Master Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 4-18
- Storper, M. (1995) "The resurgence of regional economies, ten years later: the region as a nexus of untraded interdependencies", *European Urban and Regional Studies*, 2(3), 191-215
- Trigilia C. (2001) "Social capital and local development", *European Journal of Social Theory*, 4 (4), 427-442
- Woolcock M. (1998) "Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework", *Theory and Society*, 27 (2), 151-208
- Woolcock, M.; Narayan, D. (2000) "Social capital: Implications for development theory, research and policy", *The World Bank Research Observer*, 15, 225-249