

Kuyumculukta Bölgesel Uzmanlaşma ve Kümelenme: Kahramanmaraş Örneği

Regional specialization and clustering in jewelry: a case of Kahramanmaraş

Mehmet Gürbüz^{1*}, Selahattin Bilici²

¹KSÜ, Fen Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Kahramanmaraş

²KSÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı, Kahramanmaraş

Öz: Ekonomideki değişimler, iktisadi aktörlerin bir yandan küresel eğilimleri çok iyi takip etme baskısı, diğer yandan içinde bulunduğu bölgenin avantajlarından azami ölçüde faydalanma mecburiyetini ortaya çıkarmıştır. Günümüz ekonomilerinde, küresel rekabet gücü yanında yerel ve bölgesel avantajlardan yararlanma sanayide kümelenme olgusunu gündeme getirmiştir. Kahramanmaraş'ta, zanaatsal bilgiye dayalı, geleneksel olarak uzmanlaşmış, küçük ve orta ölçekli sanayi firmaların egemen olduğu, firmalar arası dayanışma ağlarının geliştiği, kaliteye dayalı bir rekabet ortamı ve bu yolla ulaşılan ortak verimlilik artışı ile fason ilişkilerin yoğunlaştığı yerel sanayi kümelerinden biri olan kuyumculuk, araştırılmaya ve analiz edilmeye değer bir sektördür. Bu çalışmada, veri toplama aracı olarak anket metodu tercih edilmiş ve toplanan verileri SPSS programında, faktör analizi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonuçları, Kahramanmaraş'ta kuyumculuk sektörünün gelişmesinde nitelikli işgücü ve bunun yarattığı sosyal sermaye olduğu görülmektedir. Atölyelerin belirli bir yerde kümelenmesi ise tamamıyla homojen bir kümelenme olup, malzeme temini, yardımlaşma ve güvenlik ön plana çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kahramanmaraş, Kuyumculuk, Kümelenme, İstatistik Analizi

Abstract: The changes in economy revealed some compulsory actions for the financial actors both in following global developments and also in making use of the local opportunities. In recent economic system, making use of local opportunities while keeping up to date in global developments evoked the appearance of clusters in industry. Jewels industry, which depends on craftwork, traditionally specialized, mostly consists of small and medium sized firms (SMEs), has high level of cooperation among firms, depends on some kind of subcontractor affairs mostly based on quality, is a kind of local industry clusters in Kahramanmaraş and worth to do research and to be analyzed. Survey method is utilized in this study in data collection and the data is analyzed via the use of SPSS for factor analysis. The findings of the study indicate that the reason for the development of jewels industry in Kahramanmaraş depends on the existence of talented workforce and the social capital in the city. With closely located firms, they can act as an intimate cluster and supply chains, collaboration and security are the most important features of this cluster.

Keywords: Kahramanmaraş, Jewellery, Clustering, Statistical Analysis

1. Giriş

Uzun dönemdir dünyada ve Türkiye'de bölgeler arası farklılıkların giderilmesi ön plandayken, bugün rekabet gücü için bölgesel politikaların tasarlanması ve uygulanması zorunlu hale gelmiştir (Çağlar, 2006). Ekonomi politikalarında merkezi ve makro yaklaşımların çok ötesinde, mikro konuları hesaba katabilen, sektörel ve bölgesel önceliklere göre politika araçlarını harekete geçirebilen bir ihtiyaç ortaya çıkmıştır (Çağlar,2006). Kısaca, yerel potansiyellerin harekete geçirilmesi ve bölgesel kalkınma için küresel düşünüp yerel hareket etmek gereklidir.

Günümüz ekonomilerinde, küresel rekabet gücü yanında yerel ve bölgesel avantajlardan yararlanma sanayide kümelenme olgusunu gündeme getirmiştir (Çağlar, 2006). Günümüzün teknolojik gelişmeleri, üreticilerin içlerinde buldukları coğrafi alana bağımlılıklarını azaltıyor imajını doğurmaktadır. Gerçekten de küresel işletmeler faaliyetlerini artık üretimin daha ucuza gerçekleştirildiği bölgelere kaydırmakta ve bilgi iletişim teknolojileri sayesinde üretim süreçlerini rahatlıkla parçalara ayırıp, dünyanın değişik yerlerine taşıyabilmektedir (Çağlar, 2006). Bu durum, işletmelerin kuruluş yeri olarak mekan ve lokasyonun önemini azalttı gibi görünmesine rağmen, tam tersi bir etki yapmıştır. Ülke, bölge ve şehirler bu küresel işletme yatırımlarından daha fazla pay alabilmek için birbirleriyle yarışmakta, aynı zamanda bölgelerindeki mevcut girişimcilere daha az maliyetli ve daha kaliteli yatırım ve iş yapma ortamı sağlamaya öncelik vermektedirler. Bu durum yerel

mekanın ve beşeri sermayenin, işletmelerin kuruluş yeri açısından daha da ön plana çıkmasına neden olmaktadır.

Türkiye, yerel ölçekte mekansal avantajlarını değerlendirerek yatırım imkanlarının iyileştirilmesi için gerekli çalışmaları başlatmıştır. Bu çalışmaların bir bölümü kümelenme ekonomileridir. “Bu yüzden gerek ekonomik politikalara yol göstermesi açısından olsun gerekse yaşanan somut bir gerçekliğin kavranması açısından olsun, kümelenme süreçlerinde bölgesel ve yerel düzeydeki kurumsal, sosyal ve kültürel özelliklerin önemi ilgi odağı olan konuların başında gelmektedir” (Kaygalak, 2011:XVI). Küme kavramı üzerine öncü rol oynayan Porter (1998); kümeyi, “Birbiriyle ilgili sanayi kollarındaki firmaların, şirketlerin, uzmanlaşmış tedarikçilerin, hizmet sağlayıcılarının işbirliği içinde rekabet ettikleri ortak kuruluşların coğrafi olarak bir araya toplanmasıdır” şeklinde tanımlamıştır (Kaygalak, 2011:34). Sanayi kümelenmesi denildiğinde, genel olarak firmaların aynı coğrafi alanda yığılmasını ifade eden aglomerasyon ya da yoğunlaşma kavramı akla gelmekte ya da bir bölgenin veya ülkenin uzmanlaştığı, en çok geliştiği ekonomik sektörler olarak düşünülmektedir (Kaygalak ve Karadağ, 2010). Oysa gerçekte kavramın içeriği bundan çok daha geniştir. Çünkü kümelenme sadece aynı sektördeki firmaların coğrafi yakınlığını, bir arada bulunuşunu veya belli sektörlerde uzmanlaşmayı ifade etmemekte; bunun ötesinde çok sayıda farklı sosyal ve ekonomik süreci ve ilişkileri de içeren mekansal organizasyon biçimini anlatmaktadır (Kaygalak ve Karadağ, 2010). Sanayi kümelenmesi yerel ve bölgesel kurumların ortaklaşa evirildiği, birlikte öğrendikleri, değiştikleri, dolayısıyla belli bir mekanda gerçekleşen değişim ve dönüşüm süreçlerinin tüm kesimlerince paylaşıldığı ve bunlardan etkilenildiği bir mekansal organizasyon şekli olduğu kadar, bir üretim ve toplumsal organizasyon şeklidir. Coğrafyacılar sanayi kümelenmesine coğrafi bir yoğunlaşma ve mekansal örüntü biçimi olarak ele alırlar. Yani, coğrafya’da kümelenmede firmalar arasında ilişki yanında coğrafi yakınlıkta önemli olmaktadır. Çünkü çoğu zaman aradaki ilişkiyi mekansal yakınlıklar belirlediği gibi, kümeler arasındaki yakınlıkların ölçüsünde firmalar arasındaki ilişkiler belirlemektedir.

Yerel sanayi kümelenmelerinden biri, zanaatsal bilgiye dayalı ve geleneksel olarak uzmanlaşmış sektörlerin oluşturduğu sanayi kümelenmeleridir. Geleneksel kökenli yeni sanayi odaklarının en ayırt edici özellikleri; belli bir sektörde uzmanlaşması, küçük ve orta ölçekli sanayi birimlerinin egemen olması, firmalar arası dayanışma ağları, kaliteye dayalı bir rekabet ortamı ve bu yolla ulaşılan ortak verimlilik artışı ile fason ilişkilerin yoğunluğudur (Eraydın, 2002: 24). Kahramanmaraş’ta zanaatsal bilgiye dayalı, geleneksel olarak uzmanlaşmış, küçük ve orta ölçekli sanayi firmaların egemen olduğu, firmalar arası dayanışma ağlarının geliştiği ve fason ilişkilerin yoğunlaştığı yerel sanayi kümelerinden biri olan kuyumculuk araştırılmaya ve analiz edilmeye değer bir sektördür. El sanatlarına dayalı geleneksel sektörler içinde kuyumculuk sektörü Kahramanmaraş’ta gelişmiş ve ulusal pazarlarda sesini duyurabilmiş bir sektör olmasına karşın, ekonomik coğrafya perspektifinde yeterince incelenmemiştir. Bu çalışmada, Türkiye’de kuyumculuk sektörünün üretim ve ticaretinde söz sahibi olan ve üretim kültürünün birikimini sağlamış bir mekan olan Kahramanmaraş’ta kuyumculukta bölgesel uzmanlaşma ve kümelenme analiz edilecektir.

2. Materyal ve Metot

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket metodu tercih edilmiştir. Hazırlanan anket 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; anketörlere Kahramanmaraş’ta kuyumcu imalathanesinin bulunmasını etkilediği düşünülen sorular, ikinci bölümde ise Kahramanmaraş’ta atölye yerini belirlemede etkili olduğu düşünülen sorular sorulmuştur (Çizelge 1). Sorular “kesinlikle katılmıyorum”dan (1) “kesinlikle katılıyorum”a (5) uzanan bir yanıt aralığı düşünülerek oluşturulmuştur. Kahramanmaraş’ta kuyumculuk sektöründeki işyerleri sayısı, işletme özellikleri dikkate alınarak anketler 97 sektör sahibine bizzat yüz yüze yapılmıştır. Ayrıca bu işletmelerin bir kısmı ile yapılan mülakatlar araştırma bulgularının yorumlanması için çok önemli girdilerin elde edilmesini sağlamıştır.

Çizelge 1. Anketörlere uygulanan anket

Kahramanmaraş'ta kuyumcu imalathanesinin bulunması ve atölye yerini belirlemede etkili olduğu düşünülen faktörler	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Kahramanmaraş'ta çok kuyumcu imalathanesinin bulunmasında					
Çok karlı olması etkilidir.					
Mesleğin prestijli olması etkilidir.					
Kültürel olarak aile meseleği olması etkilidir.					
Kalifiye elamanın fazla olması etkilidir.					
İşçi maliyetinin ucuz olması etkilidir.					
Sektörle ilgili bilgi paylaşımının olması etkilidir.					
Atölyeler arasında yardımlaşmanın olması etkilidir.					
Atölyenizin yerini (hangi site veya handa olduğunu) belirlemede					
Diğer atölyelere yakın olmak etkilidir					
Alt ve üst yapı imkanlarının iyi olması etkilidir					
Güvenlik etkilidir					
Mülkiyetin ucuz olması etkilidir					
Kiranın ucuz olması etkilidir					
Şehir merkezine yakın olması etkilidir					
Pazarlama imkânlarının iyi olması etkilidir					
Malzeme temininin kolay ve hızlı olması etkilidir					
Toptancıya yakın olması etkilidir					
Çevredeki diğer atölyelerden bilgi edinmem etkilidir					
Mesleğim dışındaki sosyal ihtiyaçlarımı karşılayacağım alana yakın olması etkilidir					
Aile ve tanıdıklar etkilidir					
Etnik köken etkilidir					

Bu anketten elde edilen verilerin istatistik analizleri için SPSS 17.0 programı kullanılmıştır. Kahramanmaraş'ta çok kuyumcu imalathanesinin bulunması ve atölye yerini belirlemede etkili olduğu düşünülen faktörlerin analizi için frekans dağılımı tercih edilmiştir.

3. Kahramanmaraş'ta Kuyumculukta Bölgesel Uzmanlaşma ve Kümellenme

Anadolu'da kuyumculuk sektörünün yaklaşık 5000 yıllık köklü bir geçmişi bulunmaktadır (Ekonomi Bakanlığı, 2012). Alacahöyük'te yapılan arkeolojik kazılarda MÖ 3000 yıllarına ait kuyumcu atölyesi ve el aletlerinin bulunmuş olması, kuyumculuk sektörünün bu coğrafyadaki geçmişi hakkında bir fikir vermektedir (Evren, 2010:1). Altın mücevher, çağlar boyunca Anadolu insanının hem güvencesi hem de kültürel izlerinin yansıdığı bir değer olagelmiştir. Bu konuyla ilgili kaynaklardan, çok çeşitli takı tarzlarının geliştiği Anadolu'ya en önemli mücevherat tarzını Selçukluların getirdiğini ve geleneksel aletlerle üretilen Orta Asya çıkışlı Türkmen mücevherat tekniklerinin modern teknoloji ile yarışacak derecede ustalaşmış olduğunu biliyoruz (Bektaş, 2009). Bu bilgi birikimi ve beceri kuşaktan kuşağa, ustadan çırağa aktarılmış ve Anadolu'da mücevherat konusunda zengin bir kültürel mirasın oluşmasına olanak vermiştir. Kahramanmaraş'ta da Dulkadirli Beyliği, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde kuyumculuğun önemli olduğu bilinmektedir. Kahramanmaraş'ta Kuyumculuk günümüzde en önemli meslek gruplarından biri olarak devam etmektedir. Bu gün Kahramanmaraş Kuyumcular Odası'na kayıtlı 400 kuyumcu atölyesi mevcuttur.

Kuyumculuk sektörü diğer kültür endüstrilerinde olduğu gibi, tüketim alışkanlıklarındaki değişimlere duyarlı, istikrarsız, yüksek derecede rekabetçi, emek yoğun ve ağırlıklı olarak geleneksel teknolojilerin kullanıldığı bir sektör olarak yerel sanayi bölgeleri biçiminde örgütlenmekte, firmalar arası ilişkiler ve işgücü piyasası çeşitli kültürel ve sosyal kurumlar tarafından desteklenmektedir (Evren, 2010:4). Bu yüzden işletmeler yer seçim kararlarını verirken bir çok faktörü dikkate alarak, uzun vadede kendilerine en fazla avantaj sağlayacak yeri belirlemeye çalışmaktadırlar (Ertürk ve Sam, 2009:55). Bu yer seçiminde işletmelerin önsel ve gerisel bağlantılarının olduğu işletmelerin bulunduğu yerleşim yerleri

önem kazanmaktadır (Ertürk ve Sam, 2009:55). Çünkü aynı endüstrinin işletmelerin bir arada bulunmaları, başta hammadde ve mamul maddelerin taşınma avantajları yanında, dışsal faydalar sağlamaktadır.

İşletmelerin belirli bir bölgede toplanmaları, bu yüzyılın olayı olmayıp, tarihi dönemler içerisinde aynı özellikleri göstermiştir. Doğal olarak bir işletmenin kurulması için gereken alt yapı öncelikle nüfusun toplandığı şehir alanlarına yapılmıştır. Bu durum endüstrinin yoğunluğunu nüfusun yoğun olduğu şehirlere çekmiştir. Zaten toplanma ekonomileri de nüfus ve ekonomik etkinliklerin belirli bir alanda yoğunlaşmasıyla oluşan etkilerdir (Ertürk ve Sam, 2009:56). Bu yoğunlaşma bir yandan işletmelerin pazar payını artırarak üretim ölçeğinin büyümesine, diğer taraftan üretim maliyetlerini etkileyerek firma ölçeği üzerinde etkili olmaktadır (Ertürk ve Sam, 2009:56).

Kahramanmaraş'ta kuyumcu atölyeleri şehrin merkezinde, Kıbrıs Meydanı civarındaki 8 iş merkezinde (Aras Galeria, Aynalı Han, Çinili Çarşısı, Çiçek Sitesi, Döngel Sitesi, Remzi Sitesi, Selçuk Sitesi, Umud Han) toplanmış durumdadır (Şekil 1). Bu iş merkezlerinde toplam 396 adet kuyumcu atölyesi faaliyet göstermektedir. Bu iş merkezleri 160 m'lik yarıçapı olan bir daire içerisinde toplanmış olup, merkezden çevreye yürüyüş mesafesi çok kısadır.



Şekil 1. Kahramanmaraş'ta Kuyumcu atölyelerinin bulunduğu iş merkezleri

3.1. Kahramanmaraş'ta Çok Kuyumcu İmalathanesinin Bulunmasında Etkili Olan Faktörler

Kahramanmaraş'ta çok kuyumcu imalathanesinin bulunmasıyla ilgili 7 soruya verilen cevapların frekans dağılımlarına bakıldığında; ortalamının 2,64'ün üzerinde olduğu, dolayısıyla anketörlerin bu faktörlerin kuyumculuk imalathanesinin olmasını etkilediğini düşünmektedirler (Çizelge 2). Kahramanmaraş'ta çok kuyumcu imalathanesinin bulunmasını;

mesleğin prestijli olması (3,68), atölyeler arası yardımlaşmanı olması (3,13), kültürel aile mesleği olması (3,04), kalifiye elemanın fazla olması (2,89), işçi maliyetlerinin ucuz olması (2,85), sektörle ilgili bilgi paylaşımının olması (2,66) ve çok karlı olması (2,64) etkilemektedir (Çizelge 3-8).

Çizelge 2. Kahramanmaraş'ta çok kuyumcu imalathanesinin bulunmasında etkili olan faktörler

	Çok karlı olması etkilidir	Mesleğin prestijli olması etkilidir	Kültürel aile mesleği olması etkilidir	Kalifiye elemanın fazla olması etkilidir	İşçi maliyetinin ucuz olması etkilidir	Sektörle ilgili bilgi paylaşımının olması etkilidir	Atölyeler arasında yardımlaşmanın olması etkilidir
N Geçerli	94	95	94	94	94	95	94
Veri kaybı	3	2	3	3	3	2	3
Ortalama	2,64	3,68	3,04	2,89	2,85	2,66	3,13
Medyan	2,00	4,00	3,00	3,00	2,50	2,00	4,00
Mod	2	4	4	4	2	2	4

Çizelge 3. Kahramanmaraş'ta çok kuyumcu imalathanesinin bulunmasında çok karlı olması etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	8	8,2	8,5	8,5
	Katılmıyorum	50	51,5	53,2	61,7
	Kararsızım	9	9,3	9,6	71,3
	Katılıyorum	22	22,7	23,4	94,7
	Kesinlikle katılıyorum	5	5,2	5,3	100,0
	Toplam	94	96,9	100,0	
Veri kaybı		3	3,1		
Toplam			100,0		

Çizelge 4. Kahramanmaraş'ta çok kuyumcu imalathanesinin bulunmasında mesleğin prestijli olması etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	4	4,1	4,2	4,2
	Katılmıyorum	15	15,5	15,8	20,0
	Kararsızım	5	5,2	5,3	25,3
	Katılıyorum	54	55,7	56,8	82,1
	Kesinlikle katılıyorum	17	17,5	17,9	100,0
	Toplam	95	97,9	100,0	
Veri kaybı		2	2,1		
Toplam			100,0		

Çizelge 5. Kahramanmaraş'ta çok kuyumcu imalathanesinin bulunmasında kültürel aile mesleği olması etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	8	8,2	8,5	8,5
	Katılmıyorum	32	33,0	34,0	42,6
	Kararsızım	8	8,2	8,5	51,1
	Katılıyorum	40	41,2	42,6	93,6
	Kesinlikle katılıyorum	6	6,2	6,4	100,0
	Toplam	94	96,9	100,0	
Veri kaybı		3	3,1		
Toplam			100,0		

Çizelge 6. Kahramanmaraş'ta çok kuyumcu imalathanesinin bulunmasında kalifiye elemanın fazla olması etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	12	12,4	12,8	12,8
	Katılmıyorum	30	30,9	31,9	44,7
	Kararsızım	12	12,4	12,8	57,4
	Katılıyorum	36	37,1	38,3	95,7
	Kesinlikle katılıyorum	4	4,1	4,3	100,0
	Toplam	94	96,9	100,0	
Veri kaybı		3	3,1		
Toplam			100,0		

Çizelge 7. Kahramanmaraş'ta çok kuyumcu imalathanesinin bulunmasında sektörle ilgili bilgi paylaşımının olması etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	19	19,6	20,0	20,0
	Katılmıyorum	31	32,0	32,6	52,6
	Kararsızım	12	12,4	12,6	65,3
	Katılıyorum	29	29,9	30,5	95,8
	Kesinlikle katılıyorum	4	4,1	4,2	100,0
	Toplam	95	97,9	100,0	
Veri kaybı		2	2,1		
Toplam			100,0		

Çizelge 8. Kahramanmaraş'ta çok kuyumcu imalathanesinin bulunmasında atölyeler arasında yardımlaşmanın olması etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	15	15,5	16,0	16,0
	Katılmıyorum	15	15,5	16,0	31,9
	Kararsızım	16	16,5	17,0	48,9
	Katılıyorum	39	40,2	41,5	90,4
	Kesinlikle katılıyorum	9	9,3	9,6	100,0
	Toplam	94	96,9	100,0	
Veri kaybı		3	3,1		
Toplam			100,0		

3.2. Kahramanmaraş'ta Atölye Yerini Belirlemede Etkili Olan Faktörler

Kahramanmaraş'ta kuyumcu atölyelerinin yerini belirlemede etkili olduğu düşünülen 13 soru anketörelre yöneltilerek cevaplandırıldı. Bu sorulara verilen cevapların frekans dağılımları incelendiğinde; 11 sorunun ortalaması 2,50'nin üzerinde olup, bu faktörlerin atölye yerini belirlemede etkili olduğunu ortaya koymuştur (Çizelge 9). Şehir içerisinde atölye yerini en fazla etkileyen faktörlerin; malzeme temininin kolay ve hızlı olması (3,94), diğer atölyelere yakın olması (3,93), şehir merkezine yakın olmasının (3,92) etkili olduğu görülmektedir. Buna karşılık atölyelerin yerini belirlemede etnik köken (2,28), aile ve tanıdıklar (2,39) etkilememektedir (Çizelge 10-22).

Çizelge 9. Kahramanmaraş'ta atölye yerini belirlemede etkili olan faktörler

	Diger atölyelere yakın olması etkilidir	Alt ve üst yapı imkanlarının iyi olması etkilidir	Güvenlik etkilidir	Mülkiyetin ucuz olması etkilidir	Kiraman ucuz olması etkilidir	Şehir merkezine yakın olması etkilidir	Pazarlama imkanlarının iyi olması etkilidir	Malzeme temininin kolay ve hızlı olması etkilidir	Toplanıcıya yakın olması etkilidir	Çevredeki diğer atölyelerden bilgi edinmem etkilidir	Mesteğimin dışındaki sosyal ihtiyaçlarımı karşılayacağım alana yakın olması etkilidir	Aile ve tanıdıklar etkilidir	Etnik köken etkilidir
N Geçerli	95	93	94	91	92	92	93	94	93	93	92	89	92
Veri kaybı	2	4	3	6	5	5	4	3	4	4	5	8	5
Ortalama	3,93	3,35	3,74	2,56	2,70	3,92	3,68	3,94	3,63	3,20	3,39	2,39	2,28
Medyan	4,00	4,00	4,00	2,00	2,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	2,00	2,00
Mod	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	2	1

Çizelge 10. Kahramanmaraş'ta atölyemin yerini belirlemede diğer atölyelere yakın olması etkilidir

		Frekans (f)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	4	4,1	4,2	4,2
	Katılmıyorum	6	6,2	6,3	10,5
	Kararsızım	6	6,2	6,3	16,8
	Katılıyorum	56	57,7	58,9	75,8
	Kesinlikle katılıyorum	23	23,7	24,2	100,0
	Toplam	95	97,9	100,0	
Veri kaybı		2	2,1		
Toplam			100,0		

Çizelge 11. Kahramanmaraş'ta atölyemin yerini belirlemede alt ve üst yapı imkânlarının iyi olması etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	10	10,3	10,8	10,8
	Katılmıyorum	22	22,7	23,7	34,4
	Kararsızım	5	5,2	5,4	39,8
	Katılıyorum	37	38,1	39,8	79,6
	Kesinlikle katılıyorum	19	19,6	20,4	100,0
	Toplam	93	95,9	100,0	
Veri kaybı		4	4,1		
Toplam			100,0		

Çizelge 12. Kahramanmaraş'ta atölyemin yerini belirlemede güvenlik etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	7	7,2	7,4	7,4
	Katılmıyorum	12	12,4	12,8	20,2
	Kararsızım	3	3,1	3,2	23,4
	Katılıyorum	48	49,5	51,1	74,5
	Kesinlikle katılıyorum	24	24,7	25,5	100,0
	Toplam	94	96,9	100,0	
Veri kaybı		3	3,1		
Toplam			100,0		

Çizelge 13. Kahramanmaraş'ta atölyemin yerini belirlemede mülkiyetin ucuz olması etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	18	18,6	19,8	19,8
	Katılmıyorum	36	37,1	39,6	59,3
	Kararsızım	10	10,3	11,0	70,3
	Katılıyorum	22	22,7	24,2	94,5
	Kesinlikle katılıyorum	5	5,2	5,5	100,0
	Toplam	91	93,8	100,0	
Veri kaybı		6	6,2		
Toplam			100,0		

Çizelge 14. Kahramanmaraş'ta atölyemin yerini belirlemede kiranın ucuz olması etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	17	17,5	18,5	18,5
	Katılmıyorum	33	34,0	35,9	54,3
	Kararsızım	10	10,3	10,9	65,2
	Katılıyorum	25	25,8	27,2	92,4
	Kesinlikle katılıyorum	7	7,2	7,6	100,0
	Toplam	92	94,8	100,0	
Veri kaybı	System	5	5,2		
Toplam		97	100,0		

Çizelge 15. Kahramanmaraş'ta atölyemin yerini belirlemede şehir merkezine yakın olması etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	2	2,1	2,2	2,2
	Katılmıyorum	7	7,2	7,6	9,8
	Kararsızım	2	2,1	2,2	12,0
	Katılıyorum	66	68,0	71,7	83,7
	Kesinlikle katılıyorum	15	15,5	16,3	100,0
	Toplam	92	94,8	100,0	
Veri kaybı		5	5,2		
Toplam			100,0		

Çizelge 16. Kahramanmaraş'ta atölyemin yerini belirlemede pazarlama imkanlarının iyi olması etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	3	3,1	3,2	3,2
	Katılmıyorum	15	15,5	16,1	19,4
	Kararsızım	7	7,2	7,5	26,9
	Katılıyorum	52	53,6	55,9	82,8
	Kesinlikle katılıyorum	16	16,5	17,2	100,0
	Toplam	93	95,9	100,0	
Veri kaybı		4	4,1		
Toplam			100,0		

Çizelge 17. Kahramanmaraş'ta atölyemin yerini belirlemede malzeme teminin kolay ve hızlı olması etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	3	3,1	3,2	3,2
	Katılmıyorum	8	8,2	8,5	11,7
	Kararsızım	3	3,1	3,2	14,9
	Katılıyorum	58	59,8	61,7	76,6
	Kesinlikle katılıyorum	22	22,7	23,4	100,0
	Toplam	94	96,9	100,0	
Veri kaybı		3	3,1		
Toplam			100,0		

Çizelge 18. Kahramanmaraş'ta atölyemin yerini belirlemede toptancıya yakın olması etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	5	5,2	5,4	5,4
	Katılmıyorum	17	17,5	18,3	23,7
	Kararsızım	4	4,1	4,3	28,0
	Katılıyorum	48	49,5	51,6	79,6
	Kesinlikle katılıyorum	19	19,6	20,4	100,0
	Toplam	93	95,9	100,0	
Veri kaybı		4	4,1		
Toplam			100,0		

Çizelge 19. Kahramanmaraş'ta atölyemin yerini belirlemede çevredeki diğer atölyelerden bilgi edinmem etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	8	8,2	8,6	8,6
	Katılmıyorum	25	25,8	26,9	35,5
	Kararsızım	7	7,2	7,5	43,0
	Katılıyorum	46	47,4	49,5	92,5
	Kesinlikle katılıyorum	7	7,2	7,5	100,0
	Toplam	93	95,9	100,0	
Veri kaybı		4	4,1		
Toplam			100,0		

Çizelge 20. Kahramanmaraş'ta atölyemin yerini belirlemede mesleğimin dışındaki sosyal ihtiyaçlarımı karşılayacağım alana yakın olması etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	8	8,2	8,7	8,7
	Katılmıyorum	19	19,6	20,7	29,3
	Kararsızım	7	7,2	7,6	37,0
	Katılıyorum	45	46,4	48,9	85,9
	Kesinlikle katılıyorum	13	13,4	14,1	100,0
	Toplam	92	94,8	100,0	
Veri kaybı		5	5,2		
Toplam			100,0		

Çizelge 21. Kahramanmaraş'ta atölyemin yerini belirlemede aile ve tanıdıklar etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	17	17,5	19,1	19,1
	Katılmıyorum	41	42,3	46,1	65,2
	Kararsızım	11	11,3	12,4	77,5
	Katılıyorum	19	19,6	21,3	98,9
	Kesinlikle katılıyorum	1	1,0	1,1	100,0
	Toplam	89	91,8	100,0	
Veri kaybı		8	8,2		
Toplam			100,0		

Çizelge 22. Kahramanmaraş'ta atölyemin yerini belirlemede etnik köken etkilidir

		Frekans (<i>f</i>)	(%)	Geçerli %	Kümülatif %
Geçerli	Kesinlikle katılmıyorum	29	29,9	31,5	31,5
	Katılmıyorum	29	29,9	31,5	63,0
	Kararsızım	16	16,5	17,4	80,4
	Katılıyorum	15	15,5	16,3	96,7
	Kesinlikle katılıyorum	3	3,1	3,3	100,0
	Toplam	92	94,8	100,0	
Veri kaybı		5	5,2		
Toplam			100,0		

4. Sonuç

Kahramanmaraş'ta kuyumculuk sektörü zanaatsal bilgiye dayalı, geleneksel olarak uzmanlaşmış, küçük ve orta ölçekli sanayi firmaların egemen olduğu, firmalar arası dayanışma ağlarının geliştiği ve fason ilişkilerin yoğunlaştığı yerel sanayi kümelerinden biridir. Kahramanmaraş'ta çok kuyumcu imalathanesinin bulunmasında; mesleğin prestijli olması, atölyeler arası yardımlaşmanın olması, kültürel aile mesleği olması, kalifiye elamanın fazla olması, işçi maliyetlerinin ucuz olması, sektörle ilgili bilgi paylaşımının olması ve çok karlı bir meslek olması etkilidir. Bu sonuçlar Kahramanmaraş'ta kuyumculuk sektörünün gelişmesinde nitelikli işgücü ve bunun yarattığı sosyal sermayenin etkili olduğunu göstermektedir.

Kahramanmaraş'ta kuyumcu atölyeleri, diğer atölyelere ve şehir merkezine yakın olan, altyapının olduğu, dolayısıyla güvenliğinin sağlandığı, malzeme temini ve pazar imkanlarının olduğu birbirine yakın iş merkezlerinde kümelenmiştir. Atölyelerin belirli bir yerde kümelenmesi tamamıyla homojen bir kümelenme olup, bu kümelenmenin en temel aktör ya da bileşeninin nitelikli işgücü ve bunun yarattığı sosyal sermaye olduğu görülmektedir. Aynı zamanda kuyumculuktaki bu kümelenmenin sağladığı mekânsal yakınlığın üreticilerin birbirini tanımalarına, genel olarak bilgi akışının hızlanmasına ve güven ortamının sağlanmasına katkıda bulunmaktadır.

Kahramanmaraş'ta kuyumculuk sektöründe kümelenmeye bağlı olarak yerel networkleşmenin çok iyi durumda olmasına rağmen uzak mesafeli networkleşmenin olmadığı görülmektedir. Bu durum Kahramanmaraş'ta kuyumculuğu bölgesel ölçekte önemli kılarken, küresel ölçekte önemsiz olmamasına neden olmuştur. Kahramanmaraş'ta kuyumculuk sektörünün gelişmesi ve rekabet gücü açısından hem yakın işbirliği hem de uzak mesafeli işbirliği ve networkleşmenin bir arada olması gerekmektedir. Yani, Kahramanmaraş'ta kuyumculuk sektörü açısından artık sadece yerele ve mekana bağlı kalmamak, yerel bilgi ile küresel bilgiyi birleştirmek gerekmektedir.

5. Kaynakça

- Bektaş, B. (2009) *Altın Mücevherat*, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi yayını. <http://www.igeme.org.tr/Arastirmalar>.
- Çağlar, E. (2006) "Türkiye'de Yerelleşme ve Rekabet Gücü: Kümelenmeye Dayalı Politikalar ve Organize Sanayi Bölgeleri", *Bölgesel Kalkınmada Yeni Açılımlar,TEPAV*, 305-315.
- Ekonomi Bakanlığı, (2012) *Altın Mücevherat Sektörü Raporu*, http://www.ibp.gov.tr/pg/sektorpdf/sanayi/altin_mucevherat.pdf
- Eraydın, A. (2002) *Yeni Sanayi Odakları: Yerel Kalkınmanın Yeniden Kavramlaştırılması*, ODTÜ Mimarlık Fakültesi Yayınları, Ankara.
- Ertürk, H.; Sam, N. (2009) *Kent Ekonomisi*, Ekin Yayınları, Bursa
- Evren, Y. (2010) *İstanbul'da Kültür Ekonomisini Döndüren Çarklardan Biri: Mücevher Tasarımı ve Kuyumculuk, Temel Yapısal Özellikler, Fırsat ve Tehditler*, Politika Önerileri Sektörel Araştırma Raporu, İstanbul Kültür Mirası ve Kültür Ekonomisi Envanteri, İstanbul.
- Kaygalak, İ. (2011) *Türkiye'de Sanayi Kümelenmesi: Uşak Örneği*, Basılmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Kaygalak, İ.; Karadağ, A. (2010) "Türkiye'de Sanayi Kümelerini Tanımlama ve Belirleme Sorunu", *ÜSİMP Ulusal Kongresi*, (3-4 Haziran 2010), ÖDTÜ, Ankara.
- Özelçi Eceral, T.; Armatlı Köroğlu, B.; Uğurlar, A. (2009) "Kuyumculuk Kümeleri: İstanbul Kapalıçarşı ile Dünya Örneklerinin Karşılaştırmalı Değerlendirmesi", *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, 20, (70), 121-143.
- Yavlal, Ç. (2009) "Anadolu'da Takı Sanatı Ve Kuyumculuk", *I. Uluslar Arası Katılımlı Mücevher-Takı Tasarımı ve Eğitimi Sempozyumu*, 62-67.