

ŞEHİRLER ARASI REKABETTE BİLGİNİN YERİ

Öğr. Gör. Mahmut Geyik

Sakarya Üniversitesi Alifuat Cebesoy M.Y.O.
mgeyik@sakarya.edu.tr

Doç.Dr. Recai Coşkun

Sakarya Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü
coskun@sakarya.edu.tr

ÖZET

Firmalar arasındaki rekabete benzer şekilde şehirler de artık birbiriyle rekabet etmeye başlamışlardır. Bu nedenle şehirler için de bilgi ve onun yönetilmesi oldukça önemlidir. Bu çalışmada öncelikle, şehirlerin stratejik bir birim olarak tanımlanıp tanımlanamayacağı ve stratejik yönetimin şehirlere uygulanıp uygulanamayacağı ele alınmıştır. Daha sonra şehirlerin rekabet avantajının temel dayanakları incelendikten sonra bilginin şehirler için bir rekabet avantajının kaynağı olarak görülüp görülmeyeceği ve bilginin şehir rekabetindeki yeri tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Şehir Rekabeti, Rekabet Avantajı, Bilgi, Stratejik Yönetim

ABSTRACT

Cities have started to compete each other like the firms do. For this reason, the knowledge and its management is getting more important for cities. This study focus on whether cities can be seen a strategic agent or not and possibility of applying strategic management process for the cities. It also analyses the main sources of competitive advantages for cities and it asks the question of whether knowledge can be seen the main competitive advantage source or not, and the importance of knowledge in competition between cities.

1. GİRİŞ

Firmalar arasında yaşanan rekabetin kendine özgü kuralları vardır. Sanayi ekonomisinde de, bilgi ekonomisinde de firmalar, pazar koşullarını dikkate alarak ve kaynak ve kabiliyetlerini geliştirerek rakiplerine oranla daha yüksek bir performans elde etme arzusu içindedirler*. Firmalar arasındaki rekabete benzer şekilde şehirler de artık birbiriyle rekabet etmeye başlamışlardır. Birbirlerini rakip olarak gören ve bilgi ekonomisine dayalı bir rekabeti benimseyen şehirler; daha becerikli ve özgün yeteneklere sahip çalışanları şehre çekmek, yeni yatırımları ve kaliteli istihdam imkanlarını cezbetmek ve ekonomiye katkısı yüksek firmalara sahip olmayı istemektedirler.

İşletme literatüründe genelde firmalar için söylenen, “belirsizliğin hüküm sürdüğü çevrede sürekli rekabet üstünlüğü sağlayan güvenilir bilgidir” sözü şehirler içinde geçerlidir. Firmaların rekabet biçimine benzer şekilde rekabet eden şehirler için de bilgi ve onun yönetilmesi oldukça önemlidir. Diğer şehirlere oranla rekabette daha yüksek bir performans sergileyen şehirlerde, genelde şehri oluşturan resmi ve resmi olmayan birimler arasındaki bilgi akışı ve tecrübe paylaşımının çok iyi sağlandığı gözlemlenmektedir.

Bu çalışmada öncelikle, şehirlerin stratejik bir birim olarak tanımlanıp tanımlanamayacağı ve stratejik yönetimin şehirlere uygulanıp uygulanamayacağı ele alınacaktır. Daha sonra şehirlerin rekabet avantajının temel

* Sanayi ekonomisinde firmalar; örgüt yapısının hiyerarşik olduğu, merkezi bir yönetim anlayışının söz konusu olduğu, dikey olarak büyüme arzusu içinde, yönetim daha çok kişiye bağımlı, diğer bütün rakiplerine karşı tek başına bir rekabet halinde olduğu, kitlesel üretim, kitlesel pazarlar, kitlesel tüketim, kitle iletişim araçlarının egemen olduğu bir anlayışla faaliyet etmekteydiler. Bilgi ekonomisinde firmalar; örgüt yapısının esnek olduğu, yerinden yönetimin ve şebeke biçiminde örgütlenmenin, küçülme eğiliminin ve esnek üretiminde olduğu, networklerin rekabet halinde olduğu, kitselleştirmeden ziyade kişiselleştirmenin öne çıktığı bir anlayışla faaliyet etmektedirler.

dayanakları incelendikten sonra bilginin şehirler için bir rekabet avantajının kaynağı olarak görülüp görülmeyeceği ve söz konusu bilginin şehirdeki birimler arasında nasıl paylaşılacağı tartışılacaktır..

2. ŞEHİRLER STRATEJİK BİR BİRİM OLARAK TANIMLANABİLİR Mİ?

Rekabet söz konusu olduğunda genelde firmalardan ve ülkelerden söz edilir. Firmaların neden birbirlerinden daha farklı performans sergiledikleri ve bunu uzun vadede sürdürebildikleri strateji olgusunun temel araştırma problemidir. Bir başka ifadeyle, rekabet avantajının temel dayanaklarının ne olduğunu ortaya çıkarmak stratejik yönetim düşünce ve araştırmalarının temel sorunsalını oluşturur. Rekabet söz konusu olduğunda, bu konuda önde gelen araştırmacılarından biri olan Porter (1985, 1996), bir işletmenin rekabet avantajı elde etmesi ve sürdürebilmesi o işletmenin rakiplerinin eşzamanlı olarak uygulayamayacakları veya kolay taklit edemeyecekleri kendine özgü bir strateji geliştirebilmiş olmasına bağlı olduğunu ifade etmektedir.

Aynı şekilde ülkelerin birbiriyle rakabet ettiği ve daha fazla refah yaratabilme, zenginleşebilme ve gelişebilme adına stratejiler ürettiği bilinmektedir. Ülkelerin nasıl rekabet avantajı elde edebileceklerini de araştıran Porter (1990), bir ülkenin uluslararası rekabet gücünün belirlemek için dört faktörün incelenmesi gerektiğini söylemektedir. Bunlar:

1. Bir ülkenin alt yapı ve nitelikli iş gücü gibi faktör şartları.
2. Bir ülkede bir endüstri içindeki ürün ve hizmetlere olan talep şartları.
3. Bir ülkede yer alan bir endüstrinin küresel piyasada rekabet edebilirliğini destekleyecek olan yan endüstrilerinin olması veya bunların eksikliği,
4. Firmaların stratejileri, endüstriyel yapı ve birbirleri arasındaki rekabet durumu. Çünkü böyle bir analiz firmaların nasıl kurulduğunu, organize olduğunu ve yönetildiğinin tespit edilmesini sağlar. Rekabetin yapısı aynı zamanda ulusların ve endüstrilerin rekabet üstünlüğünü de etkiler.

Yukarıda ifade edildiği gibi rekabet daha çok firma düzeyinde ve son dönemlerde ulusal düzeyde de ele alınan bir kavram olmakla beraber, dünyanın hemen her önemli şehri daha yaşanabilir, daha rekabet edebilir ve daha iyi yönetilen bir şehir olmak için stratejiler geliştirmeye ve cazibe merkezi haline gelmeye çalışmaktadır. Geliştirilen bu stratejiler sonucunda, günümüzde, “küresel şehirler” olarak adlandırılan yeni bir kavram ortaya çıkmıştır. Castless (1989), finansal pazarların ve kuruluşların yeniden yapılanmaları, altyapının varlığı, sermaye akışında bilgilenme ve karar verme sürecinde rol oynayan organizasyonların oluşumu, sermayenin hareketliliğini ve buna bağlı olarak sosyo-ekonomik yönden şehirlerin yapısını etkilediğini ifade etmekte ve “küresel şehirler” kavramının bu oluşum neticesinde yeniden yapılanan şehirleri tanımlayan bir kavram olarak ortaya çıktığını ifade etmektedir.

Şehirlerin küresel ekonomide artan önemi anlaşılmadan bir şehrin kendisini bölgesel, ulusal ve uluslararası ekonomide uygun bir şekilde konumlandırması mümkün gözükmemektedir. Tarih boyunca ekonomi ve medeniyet şehirler etrafında büyümüş ve gelişmiştir. Ülkelerin şehirleşme oranları arttıkça refah yaratma kapasiteleri de artmaktadır. Antik Atina, İstanbul, Paris, Londra, New York tarih içerisinde belli dönemlerde refah merkezleri olmuşlardır. Bu merkezler sahip oldukları refah nedeniyle kırsal kesimlerden nüfus almışlar, sanat ve bilimin yeşerdiği ve tarihi dönüşüm niteliğinde olayların geliştiği yerle olmuşlardır (Coşkun, 2004).

Şehirlerin stratejik bir birim olarak görülüp görülmeyeceğinin cevabı, bir bakıma tarihsel süreç içerisinde hedeflerinin ne olduğunda ve kendilerini nerede konumlandırmak istediklerinde yatmaktadır. Firmalar, rakiplerine oranla daha üstün ve sürdürülebilir bir performans üstünlüğü elde etmeye çalışırken, şehirler de, ulusal ve bölgesel şehirlerden nitelik olarak farklı olan “küresel şehir” hiyerarşisinde yer almak istemektedir (Rainess, 2000). Bu hiyerarşi içerisinde yer almak bir rekabeti de beraberinde getirmektedir. Dünya genelinde bilgi ekonomisine dayalı rekabeti benimseyen şehir ve bölgelerin birbirleriyle olan rekabetlerinde şu noktalar öne çıkmaktadır (Coşkun, 2004)

- Becerili ve özgün yeteneği olan çalışanları şehre çekmek,
- Yeni yatırımları ve kaliteli istihdam imkanlarını cezp etmek,
- Ülke ve uluslararası ekonomiye katkısı yüksek firmalara sahip olmak.

Bu bağlamda şehirlerin sürdürülebilir bir hayat kalitesini yakalayabilmesi ancak diğer şehirlerle karşılaştırıldığında ekonomik büyüme için daha müsait bir zemin hazırlanmasıyla mümkün olacaktır. Ayrıca, “özgün yetenek” ve “kaliteli istihdam” bilgi ekonomisine işaret etmektedir. Çünkü, günümüzde rekabet artık

“nitelikli insan gücüne” daha bağımlı hale gelmiştir (Hope ve Hope, 1997). Günümüzde enformasyon teknolojisi sayesinde enformasyon toplama, işleme ve yayma kabiliyeti çok gelişmesine rağmen örgütler hala bu enformasyon parçacıklarını ve yığınlarını kullanılabilir faydalı bilgiye ve iyi (rekabet avantajı yaratmayı hedefleyen) kararlara dönüştürmek için ‘insana’ ihtiyaç duymaktadırlar. Drucker’ın daha 1969’larda dikkat çektiği gibi, 1939’larda ABD ekonomisinin kalbini hat birleştirme (assembly-line) işçileri oluştururken şimdilerde onların yerini üretken iş fikirleri, kavramları ve enformasyonu sunan bilgi işçileri almaktadır. Tüm bunlar dikkate alındığında, şehirlerin stratejik bir birim olarak ele alınmasını gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

3. STRATEJİK YÖNETİM ŞEHİRLER İÇİN UYGULANABİLİR Mİ?

Şehirler arası rekabette ön planda yer almak isteyen şehirlerde yöneticiler, şehrin ekonomik performansını ve sürdürülebilir rekabet gücünü artırmak amacıyla her alanda yeni düzenlemeler yapmakta ve politikalar üretmektedirler (Westwood ve Nathan, 2002). Bu politikaların da başarıya ulaşması ancak stratejik bir şekilde yönetilmeleri ile mümkündür. Stratejik yönetim, yerel yöneticilerin şehirlerini geliştirmek için çeşitli stratejiler üretmelerine olanak sağlayan bir araç niteliğindedir.

Stratejik yönetim süreci, örgütün sürdürülebilir bir performans üstünlüğü elde etmek amacıyla örgütün hem iç hem de dış çevresinin analiz edildiği, örgütün net bir yönünün belirlendiği, stratejilerin belirlenip uygulandığı ve denetlendiği, sürekli, tekrarsal ve fonksiyonlararası bir süreç olarak tanımlanabilir. Şehirler de kurumlarıyla, firmalarıyla, sivil toplum kuruluşlarıyla, medya organlarıyla, serbest meslek sahipleriyle, hemşehrileri ile ve diğer unsurlarla bir örgüt olarak nitelenebilir. Şu halde bir örgüt olarak nitelendirilebilen şehirler için, şehrin performansını etkileyebilecek unsurları belirlemek ve analiz etmek mümkündür. Bir şehrin performansını, şehrin sahip olduğu rekabet avantajlarından ne ölçüde yararlandığı belirlenir. Şehirlerin rekabet avantajlarının kaynaklarını ise hem dış faktörler (çevresel faktörler) hem de iç faktörler (şehre özgü avantajlar) oluşturur (Barca, Coskun, Altunışık, 2002).

Küreselleşmenin çok uluslu ekonomik yönleri, şehirleri bağımsızlığa yatkın hale getirmektedir (Şenlier ve Eryılmaz, 2004). Bunun sonucu olarak, küresel şehirler, diğer şehirlerle rekabetlerinde kendi avantajlarını bulmaya ve geliştirmeye çalışmakta ve bu rekabet avantajları ışığında oluşturdukları stratejiler ile daha fazla refah üretme adına girişimlerde bulunmaktadır. Şehirlerin geliştirdikleri stratejilerin sağlamlığı ve geçerliliği üzerine inşa edildiği temel sağlam ve geçerli olmasıyla mümkündür. Yukarıda da ifade edildiği gibi bu temel sağlam olmasını sağlayan araçlardan biri de stratejik yönetim sürecidir.

Şehirler için stratejik yönetim sürecinin uygulanmasında ilk aşama şehrin çevre analizinin yapılmasıdır. Stratejik analiz birimi olarak kabul edebileceğimiz şehirlerin çevresi, şehrin performansını etkileyebilecek faktörlerin bütünüdür. Çevre analizini yapmaya imkan sağlayacak modellerden biri SWOT analizidir. SWOT analizi stratejik bir analiz biriminin iç çevresinde yer alan unsurların güçlü ve zayıf yönlerinin, dış çevresinde yer alan unsurlarında oluşturduğu fırsat ve tehditlerin analizidir. Bu analiz yönetimini bir ülkenin rekabet üstünlüğünü analiz etmek için kullanan Weihrich (1999), ister bir şirket ister bir ülke bir stratejinin geliştirilebilmesi için yapılınsın, o sistemin içindeki üstünlük ve zayıflıkların sistematik bir analizin yapılması gerektiğini söylemektedir. Yapılan bu analiz daha sonra büyük bir dış çevre içinde potansiyel fırsatlar ve tehditler ışığında değerlendirilmelidir. Daha önce de belirttiğimiz gibi bu faktörleri iç ve dış faktörler olarak sınıflandırmak mümkündür. Çünkü her iki grupta yer alan faktörlerin şehir için ifade ettiği anlam farklıdır. Stratejik yönetim literatüründe kimi araştırmacılar (Lippman ve Rumelt, 1982; Wernerfelt, 1984; Foss ve Ericson, 1995) stratejik analiz biriminin rekabet avantajını belirleyen faktörlerin iç faktörler olduğunu ifade ederken kimi araştırmacılar da (Caves ve Porter, 1977; Porter, 1980, 1985, 1990, 1995) rekabet avantajı sağlayacak faktörlerin dış faktörler olduğunu iddia etmektedirler.

Analiz edilen şehir için çevre analizinin yapılmasından sonraki süreçte, şehir için misyon, vizyon ve hedeflerinin belirlenmesi gerekir. Bu şekilde şehir için net bir yön belirlenmiş olur ve şehrin resmi ve sivil güç önderleri şehir için bir vizyon birliği ve gelecek haritası oluşturulmasını sağlayabilir. Çevre analizi yapılmış ve net bir yönü belirlenmiş bir şehir için de artık alternatif stratejiler geliştirmek, uygulamak ve bu stratejileri denetlemek daha kolay olacaktır.

4. ŞEHİRLERİN REKABET DAYANAKLARI NELERDİR?

Stratejik analiz biriminin rekabet avantajını belirleyen faktörlerin daha çok dış faktörler olduğunu söyleyen araştırmacıların önde gelenlerinden biri olan Porter, analiz birimi olarak firma seçildiğinde, rekabet avantajı belirleyen unsurların; firmanın faaliyette bulunduğu endüstrinin yapısı (5 güç olarak da adlandırılan alıcıların gücü, satıcıların gücü, sektöre yeni girenler, rakipler ve ikame malların tehditi) ve firmanın rekabet

pozisyonu için uyguladığı alternatif stratejiler (maliyet liderliği, odaklaşma ve farklılaşma) olduğunu (1980, 1985), ülkeler seçildiğinde, rekabet avantajı belirleyen unsurların; faktör şartları, talep şartları, destekleyici endüstrilerin varlığı ve piyasadaki rekabet durumu olduğunu (1990), şehirler analiz birimi olarak seçildiğinde ise, coğrafi konum, yerel talep şartları, bölgesel kümelerle entegrasyonu ve sahip olunan insan gücünün rekabet avantajının belirleyenleri olduğunu (1995) ifade etmektedir. Ancak, analiz birimi olarak şehirler seçildiğinde rekabet avantajının belirleyenleri olarak ifade edilen faktörlerin şehrin iç çevresiyle ilgili olduğunu ifade eden Porter, bu faktörlerin ancak ülkenin ve bölgenin genel pazar yapısı ve politik güçler gibi dış faktörler analiz edildikten sonra bir anlam kazanabileceğini iddia etmektedir (1995).

Buna karşılık, rekabet avantajı fenomenine alternatif bir açıklama getirmeye çalışan araştırmacılar pazar yapısı ile ilgili açıklamaları yetersiz bulmakta, ve stratejik analiz biriminin rekabet avantajının belirleyenlerinin daha çok iç faktörlere bağlı olduğunu iddia etmektedirler (Barney, 1991, Hamel ve Heene, 1994, Rumelt, 1991, Wernerfelt, 1984). Bu araştırmacıların iddialarının gerekçesini de şu argüman oluşturmaktadır: Benzer pazar ve çevre koşullarına sahip olmasına ve aynı politik güçlerden etkilenmesine rağmen neden bazı şehirler diğerlerine oranla daha üstün performans sergilemektedirler. Bu çerçevede rekabet avantajı belirleyen faktörlere açıklama getirmeye çalışan araştırmacılar, daha üstün performans sergileyen şehirler analiz edildiğinde anahtar faktörlerin, networkler, bilgi ve yerel şartlar olduğunu ifade etmektedirler.

Şehirlerin rekabet avantajının belirleyen faktörlerin iç faktör olduğu görüşü, bir anlamda aynı pazar yapısına, talep koşullarına sahip ve aynı politik güçlerin etkisinde kalan şehirlerin performans farklılığının nedenlerine de anlamlı bir açıklama getirmektedir. Bu iç faktörler, şehrin sahip olduğu kaynak ve kabiliyetler, şehrin kültürü, tarihi birikimi, öğrenme bölgelerinin varlığı ve girişimcilik yeteneğidir.

Stratejik yönetim literatürü dışında kentsel gelişme ve rekabet ile ilgilenen kentbilimcileri de şehir rekabetini etkileyen faktörleri farklı açılardan ele almışlardır. Şehir rekabeti konusunda çalışan kent bilimcilerden Westwood ve Nathan (2002), şehirlerin rekabetini etkileyen faktörlerin; pazara ulaşım ve bilgi teknolojisi bağlantıları, araştırma, geliştirme ve yenilik, kalifiye işgücü, etkili yönetim ve verimli hizmetler, kültürel altyapı ve hizmetler, kaliteli konut dağılımı oranı, çevresel üstünlükler ve sorumluluklar ve herkesi kapsayan kozmopolit toplum olduğunu ifade etmektedirler. Kentbilimi alanında çalışan Sotarauta ve Linnamaa'ya göre ise (1998), rekabetçi şehirlerin özelliklerinin, altyapı, networklere üyelelik, insan kaynakları, yaşam çevresi kalitesi kurumlar ve etkili politika networkleri ve başarılı firmalara sahiplik olduğunu ifade etmektedirler.

Hem stratejik yönetim literatürü hem de kentbilimcilerin araştırmaları dikkate alındığında, bilgi ekonomisinin geçerli olduğu günümüz dünyasında bir şehrin rekabet avantajını belirleyen iç ve dış faktörleri belirlemek mümkündür. Coskun'a göre (2004), şehrin bünyesinde yer alan, şehrin denetim gücünün görece yüksek olduğu ve şehir performansını etkileyen faktörler bütünü olarak adlandırabileceğimiz iç faktörler şunlardır:

- Coğrafi konum
- İnsan Sermayesi
- Eğitim altyapısı
- Girişimci kültür
- Doğal yapı
- Yerel yönetimin kalitesi
- Teknolojik potansiyel
- Toprak kalitesi
- Merkezi hükümet nezdinde şehrin temsil gücü
- Endüstriyel altyapısı
- Yatırım iklimi
- Şebekeleşme
- Vizyon Birliği

Yine şehrin iletişim/etkileşim içerisinde olduğu, kendi denetim alanı dışında olan ve performansını etkileyen faktörler bütünü olarak adlandırabileceğimiz dış faktörler şunlardır:

- Ülkenin genel ekonomik şartları
- Ülkenin genel siyasi şartları
- Çevre iller (rakipler)
- Müşteriler (üretilen ürün ve hizmete talip olanlar)
- Bölgede sanayi kümelerinin varlığı
- Bölgenin gelişmişlik düzeyi
- Uluslararası aktörler

5. BİLGİ ŞEHİRLER İÇİN NASIL BİR REKABET AVANTAJI OLUŞTURUR?

Yeni ekonominin rekabetin doğasını değiştirmesiyle şehirlerin de rekabet dayanakları söz konusu ekonominin parametreleri dikkate alınarak belirlenmektedir. İstikrarlı, standart ve büyük ölçekte üretimin söz konusu olduğu sanayi döneminde en düşük maliyeti yakalayan firmalar rekabet üstünlüğüne sahip oluyordu. Bu üstünlüğün arkasında birbirinin aynısı standart kitle üretimini sağlayan rutin süreçlere dayalı edinilen ölçek ekonomisi yatmaktaydı. Ulaşım, enerji, hammadde, sermaye, işgücü ve altyapı maliyetleri temel belirleyicilerdi. Ya coğrafi ya da tarihi veya başka sebeplerden dolayı bu alanlardan birinde üstünlüğü olan şehirler rekabet üstünlüğü elde edebiliyorlardı. Yeni ekonomide maliyetler hala önemli kaygıların başında gelmektedir ancak rekabet üstünlüğü artık başka kavramlar üzerine inşa edilmektedir (Coşkun, 2004). Bilgi ekonomisine dayalı rekabeti benimseyen şehirlerin rekabetinde artık bilgi, onun üretimi ve paylaşılması bir rekabet avantajı yaratmaktadır. Bilgi tabanlı firmalara sahip olmak, yeni bilgi üretimi sayesinde inovasyon yapma becerisi kazanmış firmaların varlığı, girişimcilik kültürü gelişmiş bir bölgede olmak ve bu girişimcilik bilgisini şehirdeki insanlarla paylaşmak ve tüm bunları destekleyici kurumların ve güçlü bir yerel yönetimin olması şehirler için bir rekabet avantajı oluşturmaktadır.

Bilgi çağında şehirler de artık bilgi üreten ve dağıtan birer merkez haline gelmiştir. Stratejik öneme sahip bilgiyi üretmede ve paylaşmada rakiplerine oranla başarılı olan şehirler de daha fazla refah üretme ve katma değeri yüksek firmaları şehre çekebilme konusunda başarılı olmaktadır. Ancak şehirler için, bilgi ve onun yönetilmesi söz konusu olduğunda sorgulanması gereken iki şey vardır: Birincisi, şehirler için hangi bilgi türlerinin söz konusu olduğudur. İkincisi, bilgi yönetimi genelde literatürde, firma düzeyinde ele alınan bir kavramken, bu kavramın şehirler, bölgeler ve ülkeler içinde kullanılıp kullanılmayacağıdır.

Şehrin rekabet avantajı elde etme ve öğrenme sürecinde ihtiyaç duyduğu bilgi türleri aşağıdaki şekilde ifade edilebilir:

- Bilişsel bilgi
- Teknik bilgi
- Sistem bilgisi

Bilişsel bilginin temelini epistemolojik anlamda kullanılan bilgi oluşturur. Epistemolojik anlamda bilgi, bir olgu hakkında bilişsel bir süreç sonucunda yapılan yorumu ifade etmektedir. Bir başka ifadeyle, bilgi kavramının içinde bilişsel bir sürecin sonucunda elde edilmiş bir yargı söz konusudur ve olgular arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak amacıyla elde edilen ve enformasyonun analizini ve yorumlanmasını gerektirir. Enformasyonu bilgiye dönüştüren bu bilişsel süreci etkileyen tecrübe, kabiliyet, kültür, karakter, kişilik, duygular, sezgiler, algılar, güdüler, eğitim, ortam gibi bir çok faktör vardır. Bilgi, bunların sonucu olarak ortaya çıkan '**savunulabilecek doğru inanç/yargılar**' olarak tanımlanabilir (Nonaka ve Takeuchi, 1995; uit Beijerse, 2000; Nonaka ve diğ., 2000). Şehirler için bilişsel bilgi, şehir önderlerinin neyi bilmesi gerektiğini içeren bilgiyi ifade etmektedir. Bunun için; bir şehirde yaşayanlar, şehrin önderleri, resmi ve resmi olmayan kurumlar, inisiyatifler arasında şehrin geleceğine ilişkin ortak bir resmin oluşturulması ve bu geleceğe nasıl ulaşılacağına dair ortak bir aklın, eylem setinin ve iradenin sağlanması gerekmektedir.

Bilgi, teknolojik ve sosyolojik boyutuyla da ele alınan bir kavramdır. Teknolojik çalışmalarda veya inovasyon ile ilgili literatürde bilgi, çoğunlukla beceriyi ifade etmek için kullanılır. Bu anlamda yabancı literatürde adı geçen know-how terimi bilginin teknolojik boyutuyla ilgilidir. Şehirler açısından bu tür bir bilgi, şehirde yer alan firmaların sahip olduğu teknik bilgiyi, yapabilme becerisini ifade etmektedir.

Sosyolojik anlamda şehirleri ilgilendiren bilgi, sistem bilgisidir. Şehrin tüm birimlerinin öğrenmenin niçin gerekli olduğu konusunda paylaştığı görüş ve bunun nasıl gerçekleşebileceğine dair bilgidir. Bazı şehirlerin diğerlerinden daha rekabetçi olmalarının arkasındaki nedenlerden bir tanesi de o şehirlere oluşturulan bazı kurumlar ve işletmeleri destekleyen, işi önemseten bir yerel girişimci kültürün oluşturulmasıdır. Bu noktada özellikle sanayi ve ticaret odaları ile iş dünyasının değişik kesimlerinin oluşturduğu dernek veya kuruluşlar, sivil inisiyatifler, sendikalar, esnaf sanatkar odaları akla gelmektedir. Tüm bu kurum ve kuruluşlar şehrin öğrenmesi konusuna duyarlı olmalı ve öğrenen bir şehri nasıl oluşturabilecekleri konusunda çalışmalara yapmalıdırlar. Bu bağlamda, yerel yönetimlerin ve valiliklerin yatırımcılara yaklaşımları, ticaret ve sanayi odalarının yeni yatırımların şehre akması için inisiyatif alma eğilimleri, organize sanayi bölgelerinin varlığı ve buralarda yatırımcılara sunulan fırsatlar, şehrin genel olarak yatırım konusunda talepkar olması, arsa ve ofis fiyatları gibi faktörler şehrin rekabet gücünü belirler.

Yukarıda da ifade edildiği gibi, bilgi ve bilgiye ilişkin kavramlar, genelde mikro ölçekte firmalar düzeyinde çoğunlukla ele alınan bir kavramdır. Bilgi yönetimi ile ilgili literatür, genelde firma düzeyinde ele alınan çalışmalarla doludur. Ancak son zamanlarda, şehirler, bölgeler ve ülkeler için de bilgi ve onun yönetilmesi ile ilgili çalışmalar yapılmaktadır (Almeida ve Kogut, 1999; Lissoni, 2001; Malmberg ve Maskell, 2002; Malmberg ve Power, 2003). Malmberg ve Power (2003), bilginin şehirler ve bölgeler düzeyinde 3 türlü üretilebileceği hipotezini ortaya atmaktadırlar. Birinci hipotezlerinde, bilginin yerel organizasyonlar arası işbirliği şekillerinden üretilebileceğini ifade etmektedirler. Bu hipoteze göre, firmalar, diğer yerel firmalarla ve şehrin veya bölgenin diğer aktörleri (ör: üniversiteler) ile işbirliği halinde olabileceklerini ve bunun da yerel innovasyonu artırabileceğini iddia etmektedirler. Firmalar, innovasyona zorlanacak bir şekilde yerel çevrede müşterilerin seçkin taleplerini karşılamak zorundadırlar. Bu da firmaların, küme içinde yer alan diğer firmalarla ve kurumlarla işbirliği yapmasını zorunlu hale getirmektedir.

İkinci hipotez, bilginin yoğun rekabetten dolayı üretilebileceğidir. Buna göre, yerel çevrede benzer firmalar arasındaki rekabet daha yoğundur ve yerel rakiplerin önüne geçmek için innovasyon konusunda bir baskı oluşturacak bu da, o bölgenin topyekün olarak bilgi üreten firmalara sahip olmasını sağlayacaktır. Çünkü aynı çevrede yer alan firmaların birbirini gözlememesi, izlemesi ve kıyaslaması daha kolaydır.

Malmberg ve Power'ın bölgesel bilgi üretimi konusundaki üçüncü hipotezleri ise, bilginin yerel hareketlilik ve bireysel sosyalleşme aracılığıyla üretilebileceği iddiasıdır. Bu iddiaya göre, bilgi yayılımı, yerel çevrede informal etkileşimin yoğunluğundan dolayı küresel firmalarla olan yayılmadan ziyade yerel firmalar arasında daha hızlıdır. Informal etkileşimin itici gücünü de yerel işgücü piyasası oluşturmaktadır.

Yukarıdaki hipotezler ışığında bilgi ve ilişkili kavramların şehirler içinde çalışmalara konu olabileceği düşüncesi ortaya çıkmaktadır. Çünkü, günümüz ekonomisinde, ekonomik aktörlerin davranış biçimini artık bilgi şekillendirmektedir. Ekonomik aktivitenin temel karakteristiği de öğrenme fırsatı sağlıyor olmasıdır. Öğrenme bir takım işlerin daha iyi ve daha hızlı yapılabilmesine olanak sağlayan ve yeni üretim fırsatlarının tanımlanmasını sağlayan tekrarsal ve deneysel bir süreçtir. Şehir açısından öğrenmenin bir kaç temel karakteristiği vardır.

Şehir için öğrenme, tek tek firmaların, kurumların ya da sivil toplum örgütlerinin öğrenmesinden çok, her bir birimin bilgiyi elde edip paylaşımlarını içermektedir. Bu anlamda, şehirler için öğrenme, kolektif ve sosyal bir süreci ifade etmektedir. Bu süreç içinde şehrin önderlerinin, şehir için oluşturduğu vizyon çerçevesinde, kurumların, firmaların ve sivil toplum örgütlerinin birbirleri arasında bir bilgi paylaşımı gerçekleşmektedir.

Şehirler için öğrenme sürecinin ikinci karakteristiği, bilgi üretme sürecinin bir rutin haline gelmiş olmasıdır. Bilginin organizasyonel "rutinlere" bağlı aktivitelerle oluştuğunu ifade eden Nelson ve Winter (1982) rutinlerin belirli problemlere başarılı çözümler sunan karşılıklı etkileşim modelleri olduğunu söylemektedirler. Yukarıda ifade edildiği gibi şehirler birbirleriyle; becerili ve özgün yeteneği olan çalışanları şehre çekmek, yeni yatırımları ve kaliteli istihdam imkanlarını cezp etmek, ülke ve uluslararası ekonomiye katkısı yüksek firmalara sahip olmak adına rekabet etmektedirler. Bu amaçların herbirinin gerçekleşmesi birbirine bağımlıdır ve bunların gerçekleştirilmesinde bilgi hayati öneme sahiptir ve bunun sitematikleşmiş olması gerekir. Şehirlerin ihtiyaç duyduğu bilgi şehrin kurum, kuruluş ve firmalarıyla yaratıcı birer birim olmalarını sağlayacak bilgidir. Bu tür bilgiler şehri yaratıcı bilgiyi üretebileceği birer öğrenen bölge haline getirecektir. Anderson (1985), bölgesel yaratıcılığın aşağıdaki kriterler söz konusu olduğunda gelişebileceğini ifade etmektedir.

1. Yüksek düzeyde yetkinlik
2. Pek çok alanda akademik ve kültürel aktivite
3. İç ve dış iletişimi mümkün kılan olanaklar

4. Tatmin edilmemiş ihtiyaçların ortak bir şekilde algılanması
5. Sinerjik bir gelişmeye imkan sağlayan genel bir yapısal durumu.

Maleck, (1987) Anderson'un bölgesel yaratıcılık için ifade ettiği bu 5 şartın daha geleneksel bir şekilde 3 kategoride ifade edilebileceğini ifade etmektedir.

1. Profesyonel ve teknik işgücünün varlığı (yetkinliği temsil eder)
2. Kentsel yoğunlaşma ve ya kültürel aktiviteyi ve iletişimi artıracak şehir ölçeği
3. Sinerjiyi artıracak şartlar.

Şehirlerin öğrenme sürecinin bir diğer karakteristiği de kültürle ilgilidir. Yukarıda ifade edilen şartların gerçekleşmesi tamamen bilgiye, yeni bilginin üretilmesine ve paylaşılmasına bağlıdır. Şehirlerin bunu başarması da, yani yeni bilgi üretimini gerçekleştirmesi ve paylaşması da büyük ölçüde kültürle ilgilidir (Micklethwait, 1997). Yeni bilgi üretiminin ve paylaşılmasının bir bölge için nasıl bir rekabet avantajı sağladığı konusunda yapılan araştırmalarda genelde örnek olarak verilen Silikon Vadisi'nde böyle bir kültürün mükemmel bir şekilde var olduğu söylenmektedir. Özellikle şehirde yer alan kurum, kuruluş ve firmalar arasında bir sinerji oluşturmanın tamamen kültüre bağlı olduğunu söyleyen Malecki, (1997) Silikon Vadisi'nin kültürel iklimi içinde gelişen özelliklerinin aşağıdaki şekilde olduğunu ifade etmektedir:

1. Başarısızlığa toleranslı olmak
2. Risk aramak-risk almak
3. Değişimi teşvik etmek ve hızlı değişime anında cevap vermek
4. Kadınlara ve göçmenlere karşı açık olmak ve erdemli olmayı yüceltmek
5. İşbirliği
6. Değişik ölçeklerde ve uzmanlık alanlarında firmalara sahip olmak
7. Yeni yatırımcıların kolay girebilmesi

Bu özelliklerin oluşmasını sağlayan bir kültürel iklimde girişimciliğin gelişmesi oldukça kolaydır. Bu da bilgi paylaşılması sonucu ortaya çıkabilir. Çünkü teknolojik olarak son derece ileri olan Silikon Vadisi gibi bir çevrede yeni girişimci veya girişimci adayları çok sayıda farklı girişimci modelini örnek alabilirler. Sürekli girişimciliği destekleyen bir ekosistem yeni girişimcilerin ortaya çıkmasına olanak sağlar ve şehirlerin rekabet gerekçelerinden olan katma değeri yüksek firmalara sahip olmak ve yeni yatırım alanlarını cezbetme gayesi bir anlamda bu şekilde gerçekleşmiş olur.

Kişiler arası ilişkiler ağı girişimciliği desteklemekte, büyük ve küçük firmalar arasında bağ kurulmasına olanak sağlamakta ve inovasyonu tetiklemektedir (Bahrami ve Evans, 1995; Saxenizn, 1994). Şebekeleşme, bölgenin kaliteli bir yapıya bürünmesini sağlayan bir ilişki ağı oluşturur. Bu ağ, firmaların Ar-Ge faaliyetlerini şekillendiren kümelenmenin özelliklerini taşır. Bu küme içinde tedarikçiler, risk sermaye şirketleri, hizmet sağlayıcılar ve diğer destekleyici birimler bulunur (Rosenfeld, 1997). Bu şebeke içinde bilgi paylaşılmasına katkıda bulunan birimler, bilgi paylaşımı sonucunda da kendi birimleri için yeni açılımlar kazanabileceklerinin farkındadırlar. Porter (1990), böyle bir kümelenme ile firmalar arasında bir bakıma stratejik bir ortaklık oluşabileceğini ve böyle bir yapılanmanın da o bölgeye bir rekabet üstünlüğü sağlayacağını ifade etmektedir. Böyle bir yapılanma şehrin, sinerjiyi ortaya çıkaran bir yaratıcı bölgeye dönüşmesini sağlayabilir. Bu sinerji firmaların güven ortamının ve sosyal bir endüstriyel yapının olmasından kaynaklanan bir ilişkiden ortaya çıkmaktadır.

Elbette ki, yaratıcı bir şehir olmanın tek yeter şartı böyle bir şebeke içinde firmaların birbirleriyle etkileşimde bulunmaları değildir. Buna ek olarak bir çok kurumsal ve işbirlikçi faktör de sinerjinin artmasını sağlamaktadır. Çünkü yatırım iklimini kolaylaştıracak olan yerel yönetimin kendisidir. Perrow'un (1992) ifade ettiği gibi, en ideal durum firmaların güçlü yerel yönetimle ve sivil toplum örgütleriyle desteklenmesiyle ortaya çıkar. Firmaların çevreleriyle (ki bu çevre içinde destekleyici kurumlar ve firmalar bulunur) yerel olarak etkileşimde bulunma derecesi oldukça önemlidir. Firmalar işbirliğine açık olmalı, bilgi ve kaynaklarını paylaşmalı ve ortak problemleri ortaklaşa çözebilmelidirler (Rosenfeld, 1997). Güven ortamında gerçekleşen etkileşim firmalara enformasyon sağlar ve bu enformasyonu firmalar piyasada başarılı olmak için kullanabilirler.

6. SONUÇ

Aynı Pazar koşullarında bazı şehirlerin diğerlerine oranla daha yüksek bir refah seviyesine ulaşması ve bunu süreklileştirmesi, artık şehirlerin de stratejik bir analiz birimi olarak görülmesine neden olmakta ve bu konuda araştırmalar yoğunlaşmaktadır. Şehrin rekabet üstünlüğü elde etmesinde ve bunu süreklileştirebilmesinde elbetteki itici gücü firmalar oluşturmaktadır. Ekonomiye katma değeri yüksek olan firmalara sahip olmak, diğer şehirlere oranla daha yüksek bir refah seviyesine ulaşmanın ön şartıdır. Şehirdeki diğer kurum ve kuruluşların buradaki rolü, şehrin refahına katkı sunan bu firmalara destek olmak, bu firmalarda çalışan nitelikli insan gücüne sosyal ve kültürel açıdan yeterli kentsel imkanlar sunmak, potansiyel yatırımcılara uygun yatırım yerleri sunmak ve işlem sayısını azaltmaktır.

Bilgi ekonomisine dayalı rekabet şartlarında, şehirler de rekabet avantajlarının kaynaklarını bilgi ile şekillendirmek zorundadır. Şehirlerin bilgi üretim merkezleri haline dönüşmesi, o bölgede yer alan firmaların daha rekabetçi ve inovasyon yapabilme becerisine sahip olmalarını sağlayacaktır. Bir firmanın sahip olduğu bilginin başka firmalarca elde edilmesinin en kolay yollarından birisi kişilerarası iletişimin mümkün olduğunca üst düzeyde olmasıdır. Bunun da gerek şartlarından birisi coğrafi yakınlıktır. Coğrafi olarak yakın olan firmalar arasında bilgi alışverişi daha kolay olmaktadır. Ancak tek başına firmaların aynı coğrafi kümede yer almaları da yeterli değildir. Bu coğrafi küme içinde, tedarikçiler, hizmet sağlayıcılar, ve ilişkili endüstrilerdeki firmaların yanısıra üniversiteler, finansal kurumlar ve ticaret ve sanayi odaları gibi kurumların da yer alması gereklidir.

KAYNAKÇA

- Almeida, P. ve B. Kogut (1999). "Localization Of Knowledge And The Mobility Of Engineers In Regional Networks." *Management Science* 45(7): 905-917.
- Andersson, A.E., 1985, "Creativity And Regional Development", *Papers of the Regional Science Association* 56: 5-20.
- Bahrami, H. ve Evans, S., 1995, "Flexible re-cycling and high-technology entrepreneurship", *California Management Review* 37 (3): 62-89.
- Barca, M., Coskun, R., ve Altunışık, R., 2002, "Explaining Performance Differences Among Turkish Cities: A Tale of Five Cities", *Small Business and Entrepreneurship Development Conference*, The University of Nottingham, UK.
- Castells, M., 1989, *The Informational City: Information Technology Economic Restructring and The Urban Regional Process*, Basil Blackwell, Oxford.
- Caves R, Porter M. 1977. "From Entry Barriers To Mobility Barriers: Conjectural Decisions And Contrived Deterrence To New Competition", *Quarterly Journal of Economics* 91: 241-262.
- Coşkun, R., 2004, *Sakarya'nın Rekabet Gücü'nün Belirlenmesi ve Geliştirilmesi Projesi*, 2004, Sakarya.
- Drucker, P., 1969, *The Age of Discontinuity*, Heinemann, London, 1969
- Foss, N.J. ve Ericson, B., 1995, "Competitive Advantage and Industry Capabilities", içinde C.A. Montgomery (eds) *Resource Based and Evolutionary Theories of the Firm: Toward a Synthesis*, Boston: Kluwer Academic Publisher, 43-69.
- Hope, J.ve Hope, T., 1997, *Competing in the third wave: The ten management issues of the information age*. Harvard Business School Press, Boston, USA.
- Lissoni, F., 2001, "Knowledge Codification And The Geography Of Innovation: The Case Of Brescia Mechanical Cluster." *Research Policy* 30(9): 1479-1500.
- Lippman, S.A. ve Rumelt, R.P., 1982, "Uncertain Imitability: An Analysis of Interfirm Differences in Efficiency Under Competition", *The Bell Journal of Economics*, Vol. 13, pp. 418-438.
- Malberg, A. ve Power, D., 2003, "How Do Firms In Clusters Create Knowledge", *DRUID Summer Conference 2003 On Creating, Sharing And Transferring Knowledge*. Copenhagen, June 12-14.
- Malecki, E.J., 1997, "Entrepreneurs, Networks, and Economic Development: A Review of Recent Research", içinde J.A. Katz (eds) *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, vol. 3. Greenwich, CT: JAI Press, pp. 57-118.
- Malmberg, A. ve Maskell, P., 2002, "The Elusive Concept Of Localization Economies: Towards A Knowledge-Based Theory Of Spatial Clustering." *Environment And Planning A* 34: 429-449.
- Micklethwait, J., 1997, "Future perfect? A survey of Silicon Valley", *The Economist* March 29.
- Nelson, R.R. ve Winter, S.G., 1982, *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge, MA: Belknap Press.
- Nonaka, I, Toyama, R. ve Konno, N., 2000, "SECI, Ba and Ledership: a Unified Model of Dynamic Knowledge Creation", *Long Range Planning*, 33, 5-34.

- Nonaka, I. ve Takeuchi, H., 1995, *The Knowledge-Creating Company*, Oxford: Oxford University Press.
- Perrow, C., 1992, "Small-firm Networks", içinde N. Nohria and R.G. Eccles (eds.) *Networks and Organizations*. Boston: Harvard Business School Press, pp. 445-470.
- Porter, M., 1980. *Competitive Strategy*. Free Press: New York.
- Porter, M.E, 1990, *Competitive advantage of Nations*, London, Mavmillan.
- Porter, M.E, 1996, "What is strategy?", *Harvard Business Review* 74(6): 61–78.
- Porter, M.E., 1985, *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York, NY: The Free Press.
- Porter, M.E., 1995, "The Competitive Advantage of Inner City", içinde M.E. Porter (eds) *On Competition*, Boston, MA: Harvard Business Press, 377-408.
- Raines, F.D., 2000, "Playing From Strength", *Brooking Review*, 18/2000, 3, Summer.
- Rosenfeld, S.A., 1997, "Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development", *European Planning Studies* 5: 3_23.
- Saxenian, A., 1994, *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route*, 128. Cambridge, MA, Harvard University Press.
- Sotarauta, M. ve Linnamaa, R., 1998, "Urban Competitiveness and Management of Urban Policy Networks: some Reflections from Tampere and Oulu", *Cities at the Millenium Conference*, London.
- Şenlier, N., ve Eryılmaz, S.S., 2004, "Kentlerarası Rekabette İstanbul'un Yeri", *Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu*, Cilt II,
- uit Beijerse, R.P., 2000, "Knowledge Management in Small and Medium-sized Comapanies: Knowledge Management for Entreprenurs", *Journal of Knowledge Management*, Cilt 4, No. 2, 162-179.
- Weihrich, H., 1999, "Analyzing the competitive advantages and disadvantages of Germany with the TOWS Matrix-an alternative model to Porter's model", *European Business Review*, 99/1.
- Wernerfelt B. 1984. "A Resource-Based View of The Firm", *Strategic Management Journal* Vol. 5/2, pp. 171–180.
- Westwood, A. Ve Nathan, M., 2002, "Mancester: Ideapolis? Developing a Knowledge Capital", *Work Foundation*, Peter Runge House, 3 Carlton House Terrace, London.
- Rumelt, R.P., 1991, How Much Does Industry Matter?, *Strategic Management Journal*, Vol. 12, pp. 167-185.
- Hamel, G., ve Heene, A., 1994, *Competence-Based Competition*, Chichester, West Sussex, England, John Wiley & Sons Ltd.
- Barney, J. B., 1991, Firm Resources and Sustainable Competitive Advantage, *Journal of Management*, Vol. 17, No.1, pp. 99-120.
- Wernerfelt B. 1984. A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal* Vol. 5/2, pp. 171–180.