

SANAYİ COĞRAFYASI

Hafta 14: Sanayinin Yer Seçimini Belirleyen Faktörler

Doç.Dr. Nuri YAVAN
Ankara Üniversitesi

Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Coğrafya Bölümü
Beşeri ve İktisadi Coğrafya Anabilim Dalı
nuri.yavan@ankara.edu.tr



Dersin içeriđi

- Lokasyon/yer seęimini belirleyen faktörler
 - Hammadde
 - Enerji ve su
 - Sermaye
 - Emek/işgücü
 - Pazar/piyasa
 - Ulaşım ve altyapı
 - Bařlangıę faktörü-sanř
 - Yığılma/dışsal ekonomiler
 - Arazi ve/veya bina
 - Çevre/yaşam kalitesi
 - Kurumsal ortam/kamu politikası

Sanayinin lokasyon/yer seçimini belirleyen faktörler

Smith (1981)	Watts (1987)	Laulajani ve Stafford (1995)	Hanink (1997)	Hayter (1997)	Tümertekin ve Özgüç (1997)	Wheeler vd. (1998)
Arazi	Emek	Piyasa/pazar	Hizmetlerin yeterliliği	Ulaşım	Hammadde	Pazar
Sermaye	Erişilebilirlik	Malzeme girdileri	İşgücünün mevcudiyeti	Malzeme	Enerji	Emek
Materyal ve enerji	Yerel imkanlar ve yaşam kalitesi	Emek	Piyasaya erişim	Piyasa/Pazar	Su	Enerji
Emek	İş iklimi	Altyapı	İş iklimi	Emek	İşgücü	Malzeme
Pazara erişim	Altyapı ve belediye hizmetleri	Arazinin niteliği, fiyatı ve erişilebilirliği	Hammadde ve diğer girdilere erişim	Yığılma/dışsal Ekonomiler	Pazar	Sermaye
Ulaşım	Tesis yerinin özellikleri	Hükümetlerin etkileri	Yaşam kalitesi ve çevre	Enerji	Ulaşım	Hükümetin etkisi, vergi avantajları
Yığılma/dışsal ekonomiler	Finansal ve kişisel faktörler	çevresel düzenlemeler	Yığılma ekonomileri	Altyapı	Sermaye	Yerel hoşluklar ve yaşam kalitesi
Kamu politikası	Çevre	İş iklimi ve yaşam kalitesi		Sermaye	Kişisel kararlar	Kişisel kararlar
Kişisel davranış, şans ve tarihsel nedenler	Vergiler ve finansman			Arazi/bina	İyi yaşama koşullarının rolü	Yığılma ekonomileri
	Yığılma ekonomileri			Çevre	Ekolojik kaygılar	Çevresel faktörler
					Devletin etkisi	Ulaşım hizmetleri
						Altyapı ve belediye hizmetleri

Lokasyon/yer seçimini belirleyen faktörler

1. Yığılma ekonomileri

ÇUŞ'ların/YSF'lerin varlığı/sayısı
Sanayi kuruluşlarının sayısı
Sanayi sektöründe çalışan kişi sayısı
Hizmet sektöründe çalışan kişi sayısı
Kentleşme oranı/nüfus yoğunluğu

2. Piyasa

Piyasa büyüklüğü/il veya kent nüfusu
Piyasa kuvveti/kişi başına gelir
Piyasa potansiyeli/GSYİH
Piyasa büyümesi/yıllık GSYİH'daki değişimi

3. Emek

İşgücü maliyeti/ücret düzeyi
İşgücü verimliliği
İşgücünün niteliği/nüfusun eğitim durumu
Sendikalaşma
İşgücü arzı/İşsizlik oranı
AR-Ge istihdamı

4. Erişilebilirlik ve altyapı

Karayolu
Demiryolu
Denizyolu/limanın varlığı
Su yolu
Havayolu bağlantısı
İletişim/telefon sayısı
Elektrik arzı

5. Devlet politikası ve teşvikler

Ulusal vergiler/kurumlar vergisi oranı
Yerel vergiler/emlak vergisi oranı
Özel ekonomik bölgeler
Kamu yatırımı/devlete ait sanayi tesisi
Yatırım teşvikleri/sübvansiyonlar
Bölgesel/yerel kurumların promosyonu
Çevresel politikalar/düzenlemeler

6. Coğrafi değişkenler

Arazinin mevcudiyeti ve maliyeti
İklim
Sınır etkisi
Mesafe/merkezi yerlerden uzaklık
Kıyıda veya içte konumlanma

7. Yaşam kalitesi

Çekicilikler, yoksulluk, istikrar, suç
Etnisite
Dış ticaret düzeyi

8. Diğer faktörler

Hammadde
Enerji
Su

Firmaların ya da ekonomik faaliyetlerin bir yerde toplanması sonucu elde edilen faydadır

1. Yığılma Ekonomileri

2. Piyasa
3. Emek
4. Erişebilirlik ve Altyapı
5. Devlet Politikası ve Teşvikler
6. Coğrafi Değişkenler
7. Yaşam Kalitesi
8. Diğer faktörler

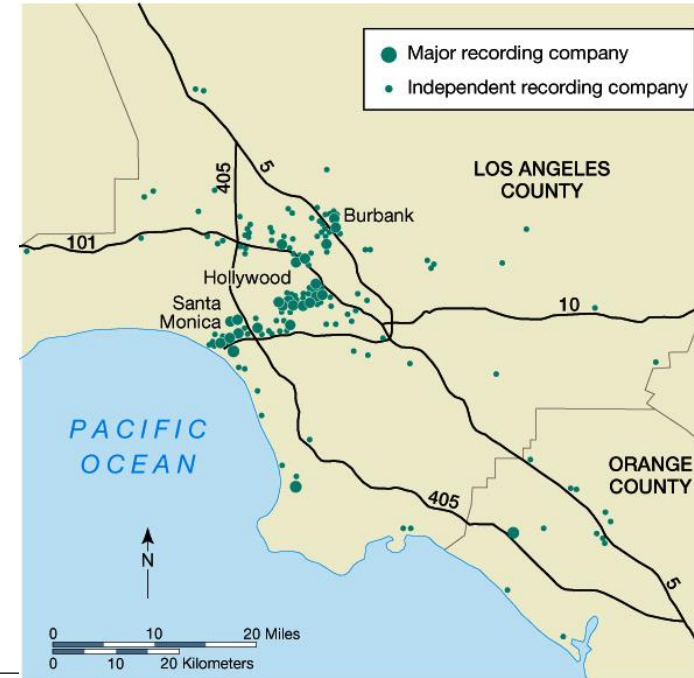
Yığılma ekonomileri;

- Diğer firmaların faaliyetleri
- Bağlı olduğu endüstrinin gelişmesi
- Firmanın bulunduğu kentin avantajlarıyla ortaya çıkmaktadır.

Weber/Marshall (1920) 3 neden:

- Yerel vasıflı işgücü sağlama
- Ticari olmayan girdiler sağlama
- Bilgi ve teknoloji taşması sağlama

**Dışsal Ekonomiler
(ölçek)**



1. Yığılma Ekonomileri

2. Piyasa
3. Emek
4. Erişebilirlik ve Altyapı
5. Devlet Politikası ve Teşvikler
6. Coğrafi Değişkenler
7. Yaşam Kalitesi
8. Diğer faktörler

Hoover; 3 tip yığılma ekonomisi belirlemiştir:

1. İçsel ekonomiler (ÖLÇEK EKONOMİSİ)- Firma
2. Yerleşme ekonomileri - Sanayi
3. Kentleşme ekonomileri [DIŞSAL EKONOMİ-Kent

İçsel ölçek ekonomileri: Firmanın üretim ölçeğinin artması sonucu üretim maliyetlerinin düşmesidir.

Yerleşme ekonomileri: Aynı sektörde faaliyet gösteren firmaların belirli bir alanda toplanmasıyla meydana gelen fayda içeren ekonomilerdir.(piyasa ve üretim teknolojiler hakkında bilgi paylaşımı, ortak standart geliştirme, ulaşım maliyetini ve firmanın üretim maliyetini azaltır, istediği nitelikte eleman bulmasını sağlar vb.)

Kentleşme ekonomileri: çok farklı sektörde faaliyet gösteren firmaların büyük kentlerde yoğunlaşması ve mekânsal olarak birbirine yakın olmasından dolayı elde edilen faydadır.(çeşitli, güvenli ve ucuz ulaşım maliyetine erişim,vasıflı, yarı vasıflı, vasıfsız işgücü bolluğu, boş zaman etkinliklerine sahip olma vb. özelliklerin sağladığı faydadır

1. Yığılma Ekonomileri

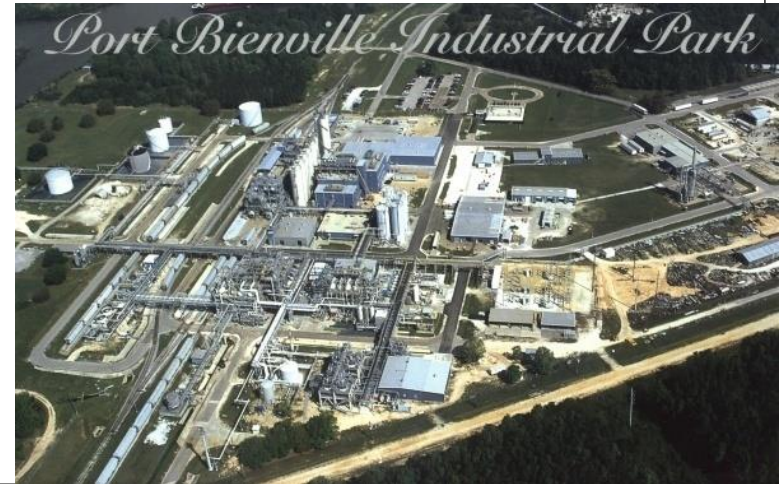
2. Piyasa
3. Emek
4. Erişebilirlik ve Altyapı
5. Devlet Politikası ve Teşvikler
6. Coğrafi Değişkenler
7. Yaşam Kalitesi
8. Diğer faktörler

OLUMSUZ BOYUTLARI

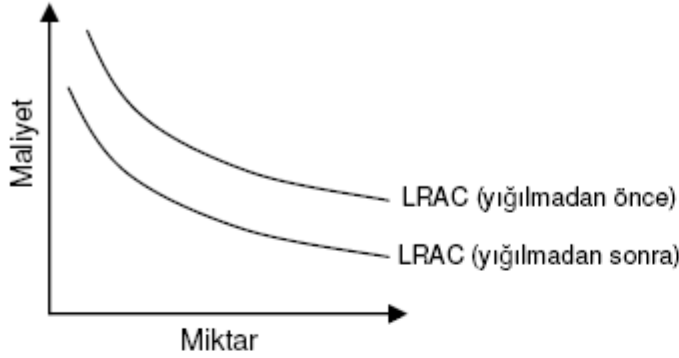
- ✓ Firmanın fabrika büyüklüğü arttıkça birim başına maliyet belli bir noktaya kadar azalır ve durur. Ölçek bu noktadan sonra daha da arttırılırsa üretim maliyetleri azalmaz artar (**olumsuz içsel ölçek ekonomisi**)
- ✓ Firmaların aşırı yığılması, bulunduğu kentin aşırı büyüyerek alt yapı hizmetlerinin yetersiz kalması
- ✓ Trafik sıkışıklığı
- ✓ Kirlilik
- ✓ Suç
- ✓ Arazi fiyatlarında artış firmanın maliyetinde artış sağlayarak **olumsuz dışsal ekonomilerin** oluşmasına yol açar

Yığılma ekonomileri

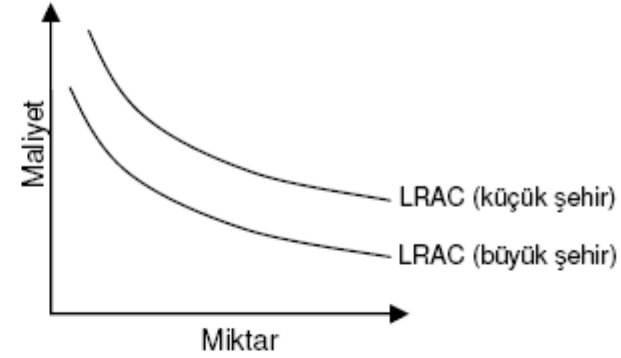
- Firmaların ya da daha geniş anlamda ekonomik faaliyetlerin bir yerde toplanması, kümelenmesi veya yoğunlaşmasını sonucu elde edilen fayda/tasarruf.
- Yığılma ekonomileri firmanın bizzat kendi faaliyeti sonucunda değil, aksine kendi dışındaki firmaların faaliyetleri neticesinde veya bağlı olduğu endüstrinin gelişmesiyle ya da firmanın bulunduğu kentin sağladığı avantajlar sonucundan meydana gelmektedir
- Esas olarak diğer firmaların etkinlikleri sonucu sağlanan yığılma ekonomileri, firmanın maliyetlerini genellikle azaltan (ancak nadirde olsa bazen de artıran) etkilere sahiptir
- firmaların üç nedenden dolayı bir araya toplanmaktadır:
 - (1) Yerel vasıflı emek havuzu sağlama,
 - (2) ticaret dışı yerel girdiler sağlama,
 - (3) bilgi/teknoloji taşması sağlama.



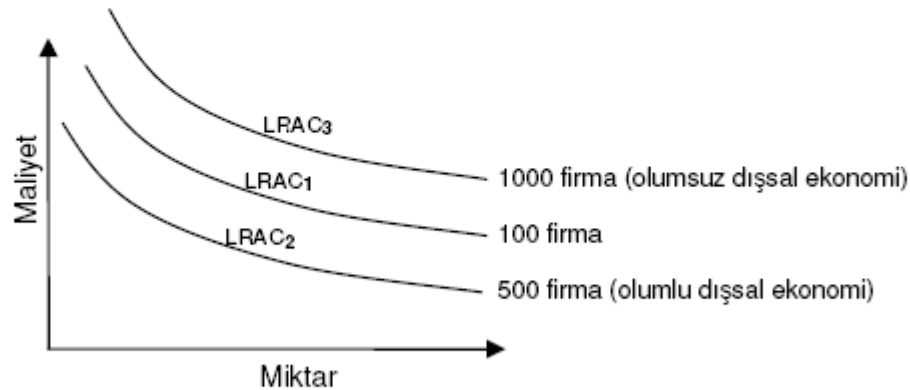
Dışsalılık ve yığılma ekonomilerinin oluşumu



(C) Yerelleşme ekonomileri



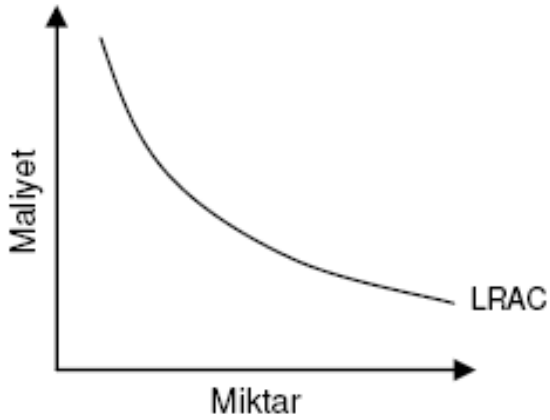
(D) Kentleşme ekonomileri



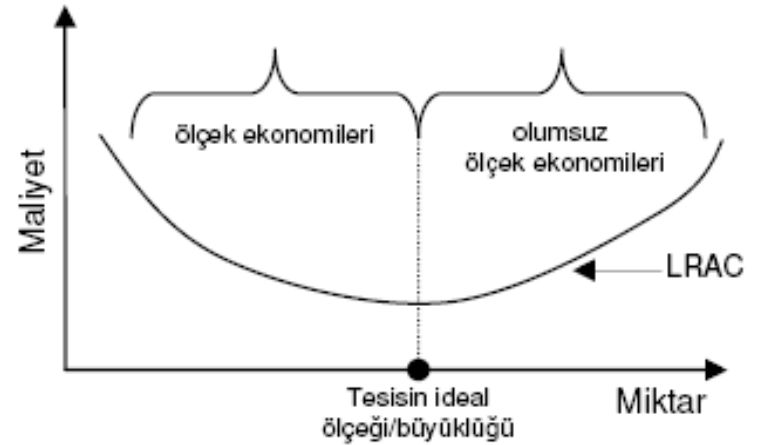
(E) Olumlu ve olumsuz dışsal ekonomiler

LRAC (Long Run Average Cost):
Uzun Dönem Ortalama Maliyet Eğrisi

Ölçek ekonomisi



(A) İçsel ölçek ekonomileri



(B) Olumlu ve olumsuz ölçek ekonomileri

Negatif dışsal ekonomiler ve Negatif içsel ölçek ekonomiler

- firmaların bir alanda aşırı yığılması, bulunduğu kentin çok fazla büyüyerek alt yapı hizmetlerinin yetersiz kalması, trafik tıkanıklığı, kirlilik, suç ve arazi fiyatlarında artışların meydana gelmesi vb. nedenler firmanın maliyetlerinde azalma yerine artış sağlayarak *olumsuz dışsal ekonomilerin* oluşmasına yol açar
- Firmanın üretim ölçeği yani fabrikasının büyüklüğü arttıkça birim başına ortalama maliyeti uzun dönemde belli bir noktaya kadar azalır ve nihayet durur. Eğer ölçek herhangi bir nedenle o noktadan sonra artırılırsa üretim maliyetleri azalmaz aksine artar ki bu, *olumsuz içsel ölçek ekonomilerinin* ortaya çıkmasına yol açar



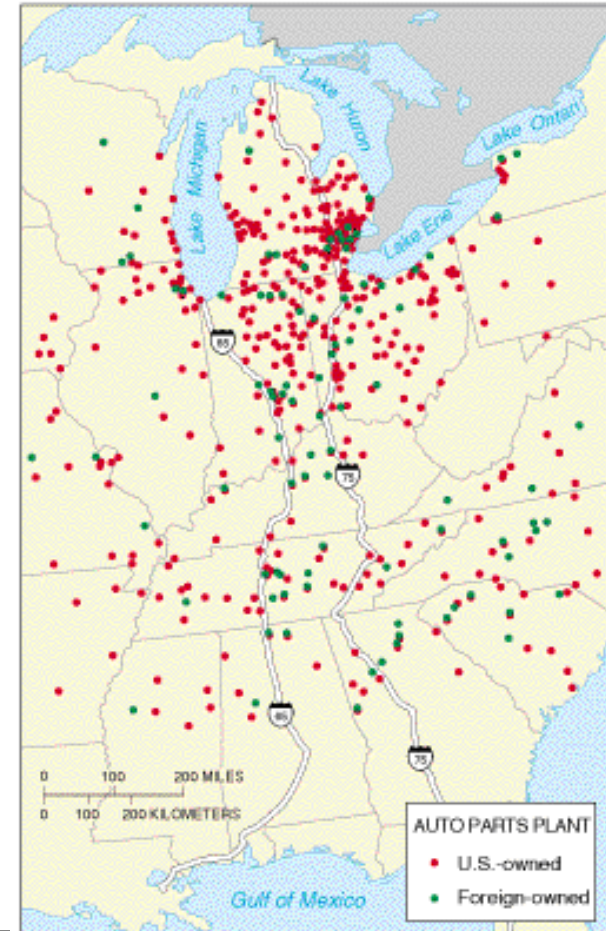


ABD Otomotiv Endüstrisinin Yığılması

1. General Motors
2. Ford
3. DaimlerChrysler
4. Toyota
5. Volkswagen
6. Honda
7. Nissan
8. Fiat
9. Peugeot
10. Renault



The Ultimate Driving Machine



1. Yığılma Ekonomileri

2. Piyasa

3. Emek

4. Erişebilirlik ve Altyapı

5. Devlet Politikası ve Teşvikler

6. Coğrafi Değişkenler

7. Yaşam Kalitesi

8. Diğer faktörler

Tüketicinin bulunduğu , talebin olduğu yerdir.

Firmanın piyasaya yakın yerde kurulması birçok fayda sağlar. Bir firma o alanda aynı faaliyet gösteren işletmelerin varlığından ve kentin sunduğu avantajlardan faydalanır (dışsal ekonomiden faydalanır).

Hizmet sektörü/perakendecilik, Firmalar müşteriye en yakın, en uygun yerde, en kolay erişimi sağlayacak yerde bulunmak ister. Talebin yeterli, erişilebilirliğin yüksek olduğu lokasyonu seçerler.

İmalat firmaları, hizmete göre daha az piyasaya bağlı olmalarına rağmen Pazar faktörü lokasyonu belirleyen önemli faktördür. Endüstrinin pazara yakın olma amacı temelde imalat sırasında ağırlık, hacim ve bozulan tüketim mallarında girdileri taşımak ürünü taşımaktan daha ucuz olmaktadır.

Kentsel piyasada emek, arazi, vergi vb. maliyetler oldukça yüksek olmasına rağmen , piyasada olmak belli avantajlar sağlamaktadır

1. Yığılma Ekonomileri

2. Piyasa

3. Emek

4. Erişebilirlik ve Altyapı

5. Devlet Politikası ve Teşvikler

6. Coğrafi Değişkenler

7. Yaşam Kalitesi

8. Diğer faktörler

- ✓ Merkezde yer almak satışları arttırdığı için firma gelirini de artırır. Tüketime dayalı /piyasa odaklı sanayi dalları piyasadan uzaklaştıkça karlılık oranı düşer.
- ✓ Piyasada yer almak istenilen düzeyde işgücü temin etmeyi sağlar. Firmalar için sadece işgücünü arzı ve maliyeti kadar emeğin niteliği ve verimliliği de önemlidir.
- ✓ Piyasadan uzak kalmak firmanın piyasanın talebine ayak uyduramaması sonucunu doğurur. Bununla birlikte iş bağlantılarının kurulmasını ve firma kültürünün gelişimini engeller.

Bir yerdeki Piyasa talebinin büyüklüğü, potansiyeli, gelişme düzeyi ve hareketliliğini tespit etmede 4 faktör önemlidir:

Piyasa kuvveti/gücü: bir yerde kişi başına düşen gelir

Piyasa büyümesi: bir yıl içinde o **alandaki GSYİH veya** nüfus artış oranı

Piyasa potansiyeli: ilgilini alanın GSYİH

Piyasa büyüklüğü: alandaki kentsel nüfus veya kentsel ve kırsal toplam nüfustur.

Pazar/Piyasa

... Alkolsüz içecekler ve bira gibi ağırlık kazanan endüstriler

- Veya ekmek, süt ve günlük gazete gibi bozulabilir ürünler...

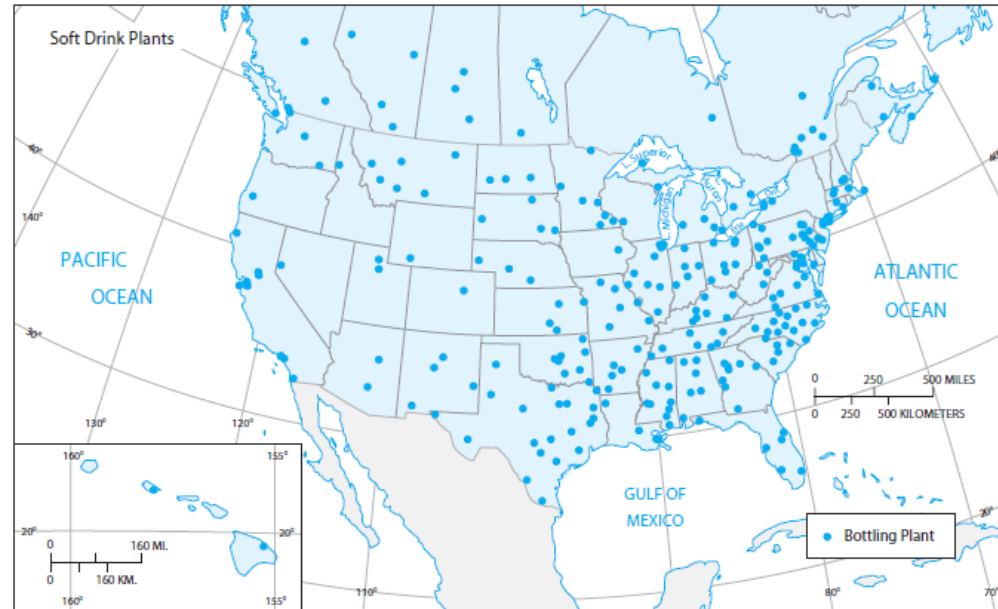


FIGURE 5.9 Bottled and canned soft-drink manufacturing exemplifies a form of production that is market oriented. Most concentrate on the peripheries of metropolitan areas.

1. Yığılma Ekonomileri
2. Piyasa
- 3. Emek**
4. Erişebilirlik ve Altyapı
5. Devlet Politikası ve Teşvikler
6. Coğrafi Değişkenler
7. Yaşam Kalitesi
8. Diğer faktörler

Emek en önemli faktörlerden biri olmakla birlikte 5 ayrı özelliği bulunmaktadır.

- ✓ Emekğin **Arzu**
- ✓ Emekğin **maliyeti**
- ✓ Emekğin **verimliliği**
- ✓ Emekğin **niteliği**
- ✓ Emekğin **örgütlenme düzeyi**

Emek arzı ya da işgücünün mevcudiyeti, ekonomik bakımdan faal olan nüfus içinde ekonomik etkinliklere katılan insan sayısıdır.

Emek maliyeti, işçiye ödenen ücret ve personele verilen maaş ile diğer masrafları (sosyal güvenlik, işsizlik sigortası) kapsar. Emek maliyeti, işgücünün arzına, niteliğine, verimliliğine, örgütlenme düzeyine ve faaliyet gösterdiği endüstriye göre farklılık gösterir.

Emek verimliliği, belirli bir zaman diliminde üretilen bir mal/hizmetin miktarı ve kalitesidir. Emek verimliliği eğitim-öğretimden, ücret düzeyinden, işçiye yapılan sermaye ve teknoloji yatırımından ve iklimden büyük ölçüde etkilenir.

İşgücü maliyetleri firmaların lokasyon değiştirmesine neden olabiliyor (örn. Amerikan tekstil imalatçılarının önce Japonya'ya, sonra Hong Kong'a, Taiwan'a, Kore'ye, 70'lerde Çin, Tayland, Singapur, Endonezya, Malezya'ya, 90'larda Kosta Rica, Dominik, Guatemala, Honduras, Porto Riko'ya gitmiştir.)

TABLE 7.1 Hourly Wage Costs for Factory Workers, U.S. Dollars, 2008

Norway	34.64
Denmark	33.75
Germany	32.53
Netherlands	30.76
Finland	30.67
Switzerland	30.26
Belgium	29.98
Sweden	28.42
Austria	28.29
Luxembourg	26.57
United Kingdom	24.71
France	23.89
United States	23.17
Australia	23.09
Ireland	21.94
Japan	21.90
Spain	17.10
Israel	12.18
South Korea	11.52
New Zealand	9.14
Singapore	7.45
Portugal	7.02
Taiwan	5.97
Mexico	2.50
Sri Lanka	0.51

Emek yoğun endüstriler (giyim, elektronik parça montajı) ucuz işgücü gerektirir.



Bazı endüstriler ise vasıflı iş gücü gerektirir. (Otomobil montajı, hassas aletler vb.)



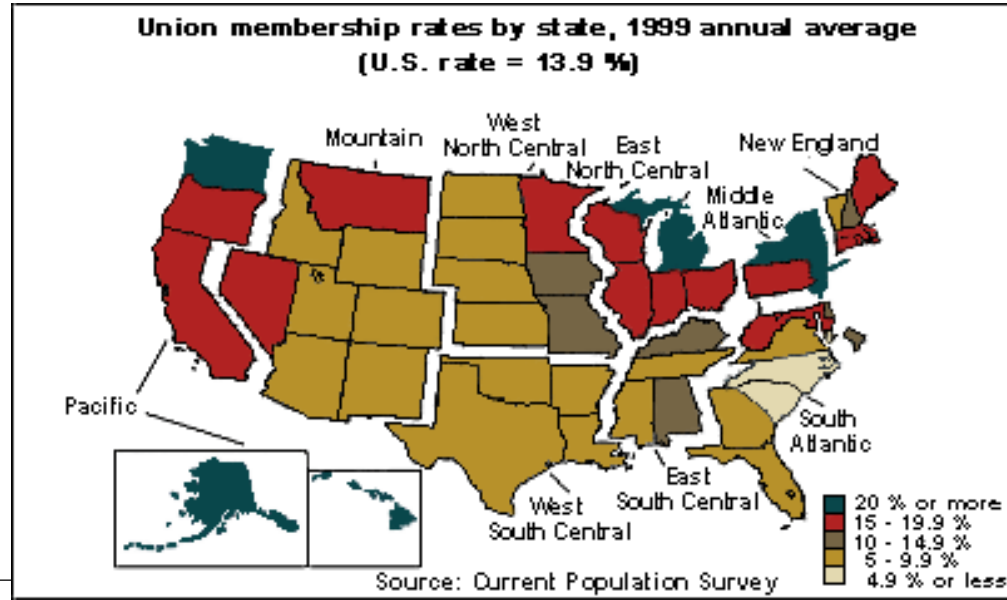
1. Yığılma Ekonomileri
2. Piyasa
- 3. Emek**
4. Erişebilirlik ve Altyapı
5. Devlet Politikası ve Teşvikler
6. Coğrafi Değişkenler
7. Yaşam Kalitesi
8. Diğer faktörler

Emeğin niteliği, verimlilik, kalite, kapasite, yetenek ve eğitim durumuyla doğrudan ilişkilidir. Niteliği belirleyen en önemli faktör eğitim-öğretimdir. Emeğin kalitesi yani vasıflı (**beyaz yakalı**), yarı vasıflı (**pembe yakalı**) ve vasıfsız oluşu (**mavi yakalı**), iş deneyimi, tahsil ve kültür düzeyi, sağlık koşulları ve kabiliyeti tarafından belirlenir.

Sendikalaşma, emeğin örgütlenmesidir. İki açıdan firma lokasyonunu etkiler:

- Emeğin maliyetini yükseltmektedir
- Emeğin verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Bunun nedeni işe devamsızlık ve işçi sendikalarıyla meydana gelen iş anlaşmazlıklarıdır.

Sendikalaşma



1. Yığılma Ekonomileri
2. Piyasa
3. Emek
- 4. Erişebilirlik ve Altyapı**
5. Devlet Politikası ve Teşvikler
6. Coğrafi Değişkenler
7. Yaşam Kalitesi
8. Diğer faktörler

Firmaların yer seçiminde **erişilebilirlik** (karayolu, demiryolu, denizyolu, havayolu ve su kanalları gibi ulaşım çeşitleri ve telefon, posta ve diğer haberleşme sistemlerini içeren iletişim) ve **altyapı sistemleri** (elektrik, su, gaz, kanalizasyon vb.) önemlidir. Altyapısı ve erişilebilirliği gelişmiş olan alanlar firma ve tüketicilerle etkileşimi arttırmakta ve kolaylaştırmaktadır.

Erişilebilirlik: Karayolu, demiryolu (özellikle ağır sanayi için gereken hammaddelerin uzun mesafede taşınması), denizyolu (malların ithalatı ve ürünlerin ihracı bakımından en ucuz), havayolu (firmaların iş seyahatleri ve turistlerin alana gidiş gelişleri)

İletişim: İletişim yapısının niteliği, yaygınlığı önemlidir. İyi ve kesintisiz kitle iletişim hizmetleri (telefon, eposta, internet vb.) sunan lokasyonlar yer seçiminde önem kazanmaktadır. Diğer altyapı sistemi olan **elektrik enerjisinde** ise arz ve fiyatı önemli bir faktör olarak ortaya çıkar. Ancak bugün lokasyon seçiminde etkisi azalmış olmakla birlikte elektrik maliyeti önemli duruma gelmiştir.

Mal/Ürünlerin Fiyatında Ulaşım Maliyetinin oranı

Endüstriyel lokasyon kararları, destekleyici ulaştırma ve haberleşme sistemlerinin mevcudiyetinden etkilenebilir.

Nakliye maliyeti diğer değişkenleri etkileyebilir.

Konteyner sistemi
ulaşım maliyetini çok azalttı

TABLE 5.2 Transport Costs as a Percentage of Product Prices

Stone, clay, and glass	27
Petroleum	24
Lumber and wood	18
Food	13
Furniture	12
Paper products	11
Primary metals	9
Textiles	8
Fabricated metals	8
Transport equipment	8
Rubber and plastics	7
Tobacco	5
Machinery	5
Instruments	4
Apparel	4
Printing and publishing	4
Electronics	4
Leather products	3



Refrigerated shipping container

Source: Compiled by authors from U.S. Department of Commerce national input-output tables.

1. Yığılma Ekonomileri
2. Piyasa
3. Emek
4. Erişebilirlik ve Altyapı
- 5. Devlet Politikası ve Teşvikler**
6. Coğrafi Değişkenler
7. Yaşam Kalitesi
8. Diğer faktörler

Devlet firmaların yer seçiminde önemli bir güce sahiptir. Hükümetler tarafından izlenen *bölgesel kalkınma politikasının* temel amacı; bölgelerarası gelişmişlik farklarının azaltılması, eşitsizliklerin giderilmesi ve sanayileşmeyle birlikte ekonomik faaliyetlerin genele yayılmasıdır.

Firmaların yer seçimine etki eden 3 tip mekansal politika bulunmaktadır:

Doğrudan mekansal politika: Ulusal hükümetler tarafından çıkarılan yasalar ve planlarla uygulanan her türlü yatırım, harcama ve teşviki içeren politikalardır. 7 gruba ayrılır:

Ödenek: Hükümet tarafından yeni bir tesis açmak için verilen karşılıksız olarak verilen paradır

Kredi: Firmaları belirli lokasyona yönlendirmek amacıyla uzun vadeli, düşük faizli veya faizsiz verilen kredilerdir.

Vergi bağışıklıkları: Firmaların vergi yükünü azaltmak ve alana yatırım yapmasını sağlamak amacıyla kurumlar vergisi, gümrük vergisi, gelir vergisi vb. belirli süre muaf tutularak ya da indirim yapılarak firmalara avantaj sağlamaktadır.

Ortak yatırım: Hükümetin özel bir firmanın bir miktar hissesini alarak firmaya fon sağlamasıdır.

1. Yığılma Ekonomileri
2. Piyasa
3. Emek
4. Erişebilirlik ve Altyapı
- 5. Devlet Politikası ve Teşvikler**
6. Coğrafi Değişkenler
7. Yaşam Kalitesi
8. Diğer faktörler

Altyapı Yatırımları:

1. Özel ekonomik bölgeler; firmaların az gelişmiş bölgelere yatırım yapmasını sağlamak amacıyla fiziki altyapısı tamamlanarak, kurumsal ve yasal imkanlara sahip ayrıcalıklı alanlar yaratır.
2. Kentsel hizmetler ve Sosyal altyapı yatırımları: Belediyeler tarafından sağlanan her türlü şehirsal altyapıya ilişkin yatırımlar veya alanda yaşayan insanların eğitim, sağlık, sosyo kültürel tesislere yönelik yatırımlarıdır.

Sübvansiyon: Devlet yatırımları az gelişmiş bölgelere çekebilmek için firmaların doğrudan üretim maliyetini azaltacak sübvansiyonlara başvurmaktadır. Örneğin işçi başına parasal destek sağlama, kamu alanlarını düşük fiyata tahsis etmek gibi.

1. Yığılma Ekonomileri
2. Piyasa
3. Emek
4. Erişebilirlik ve Altyapı
- 5. Devlet Politikası ve Teşvikler**
6. Coğrafi Değişkenler
7. Yaşam Kalitesi
8. Diğer faktörler

Dolaylı mekânsal politika: Sanayileşmeyi başlatmak ve geliştirmek, sosyal nedenlerle ülkenin az gelişmiş bölgelerini kalkındırmak veya stratejik nedenlerle sanayiye dayalı yatırımlar yapar. Bu tür yatırımlar sanayi kutbu yaratması nedeniyle olumlu olabilirken, diğer firmalar tarafından olumsuz algılanabilmektedir. Devlet tarafından sosyal amaçlar için yapılan yatırımların ekonomiye büyük yükler getirmesi ve kapanma noktasına gelmesi de firmaların yer seçimini olumsuz etkilemektedir.

Yerel Mekânsal Politika : Yerel hükümet tarafından firmaları kendi alanlarına çekmek için geliştirdikleri politikalardır. Yerel vergiler ve yerel endüstriyel politika olmak üzere 2 boyutu vardır.

Yerel vergi, emlak vergisidir ve vergi oranları farklılık gösterdiği için lokasyon seçiminde önem taşımaktadır

Yerel endüstriyel politikalar ise, firmalar için arazi, bina ve her türlü altyapı hizmetleri ile finansal destek, promosyon ve bilgi sağlayarak firmaları kendi alanlarına çekerler

1. Yığılma Ekonomileri

2. Piyasa

3. Emek

4. Erişebilirlik ve Altyapı

5. Devlet Politikası ve Teşvikler

6. **Coğrafi Değişkenler**

7. Yaşam Kalitesi

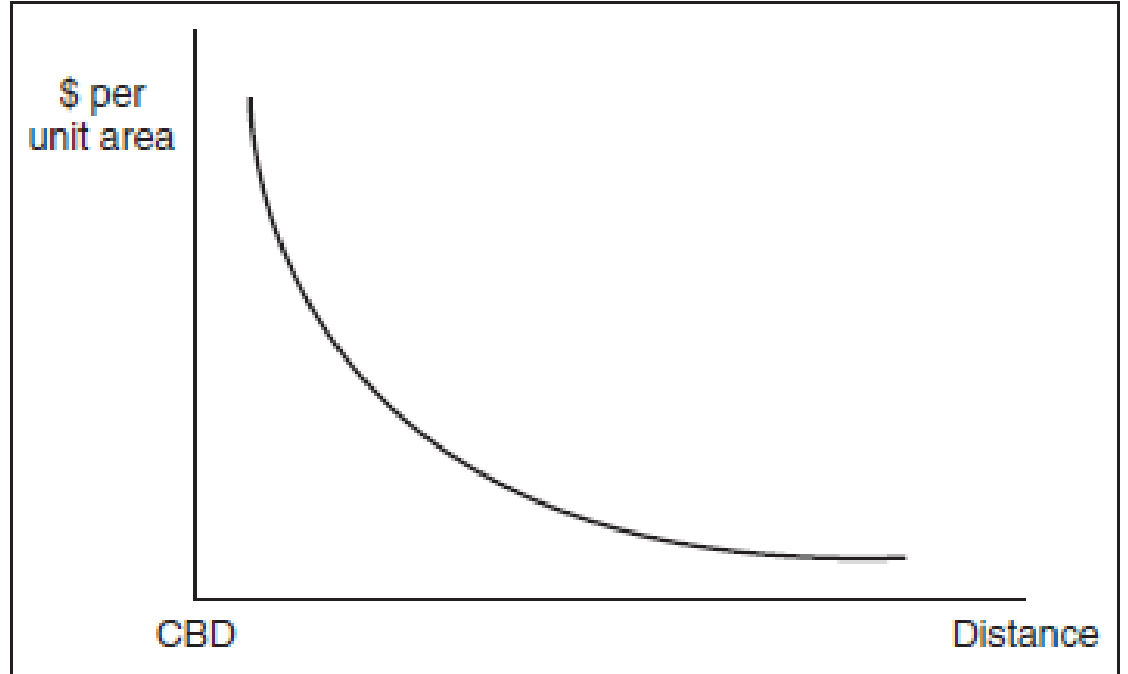
8. Diğer faktörler

Bir bölgenin coğrafi konumu, sınırları, denize komşu olup olmaması, iklimi, hava kalitesi, topografyası, arazi büyüklüğü, depremselliği, büyük kentlere sahip olup olmaması gibi coğrafi özellikler lokasyon seçimi üzerinde etkiye sahiptir.

Burada temel faktörler ise,

Arazinin bulunabilirliği: Firmalar için arazinin geniş ve büyük olması önemlidir. Çünkü arazi yeterince büyük olursa, firma düşük maliyetle istediği kadar arazi alabilir. Bununla birlikte bol ve geniş arazi arsa maliyetini azalttığı için kira bedeli de düşer.

Arazi'nin bulunabilirliği ve maliyeti



1. Yığılma Ekonomileri
2. Piyasa
3. Emek
4. Erişebilirlik ve Altyapı
5. Devlet Politikası ve Teşvikler
- 6. Coğrafi Değişkenler**
7. Yaşam Kalitesi
8. Diğer faktörler

Sınır Etkisi: Yatırım yapacak firma kendi ülkesine yakın olan veya sınır olan ülkeye yerleşmeyi daha fazla tercih etmektedir. Bu davranışın nedeni ise, coğrafi yakınlığın yarattığı avantajdan (bilgi maliyetinin azaltılması ve ulaşım maliyetinin azalması) yararlanmak istemesi ve sosyal kültürel ve tarihsel bağların firmalar tarafından kullanılmak istenmesidir.

Kıyı alanları:

Mesafe: Sınır etkisiyle ilişkili olmakla birlikte birçok yönden ondan ayrılır. Mesafe bazen iki ülke arasında, bazen ülke içinde herhangi bir yere olan uzaklıkla ya da başkentten çevreye doru bir farklılık yaratarak firma yer seçimini belirler.

Başkent Etkisi: Metropollerde yığılma ekonomilerinden kaynaklanan avantajlar sayesinde bilgi maliyetlerinin minimize olması yer seçiminde önemli bir faktördür

1. Yığılma Ekonomileri
2. Piyasa
3. Emek
4. Erişebilirlik ve Altyapı
5. Devlet Politikası ve Teşvikler
6. Coğrafi Değişkenler
7. **Yaşam Kalitesi**

Bir yerde çalışmak ve yaşamak için o yerin sosyal , kültürel ve çevresel çekiciliklere ya da imkanlara sahip olması önemlidir. Yaşam kalitesi bir alandaki suç ve terörün az olması, güvenli ve istikrarlı ortama sahip olması, sivil topluma duyarlı ve yoksulluğun olmaması ile yakından ilişkilidir.

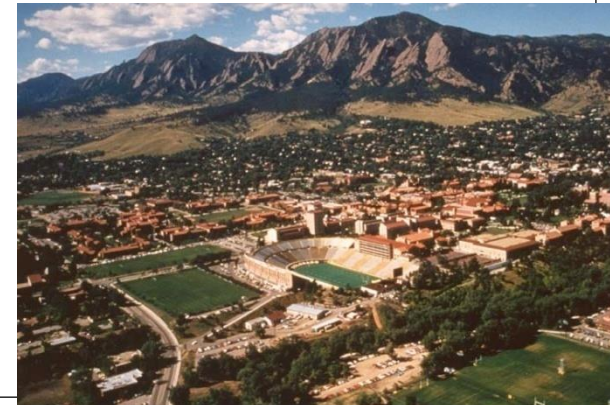
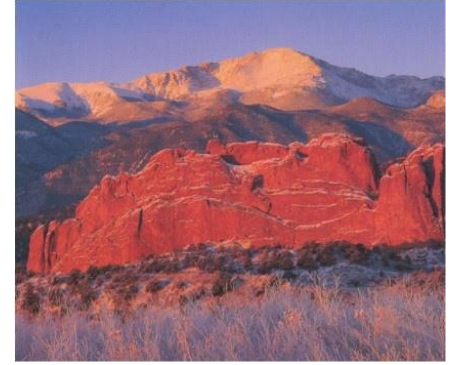
Yaşam kalitesi: Firma yöneticileri ve işçiler rekreasyonel, eğitimsel, sosyo kültürel koşulları sağlayan yerlerde çalışma ve yaşama eğilimindedirler.

Etnisite de firmaların yer seçiminde rol oynayan faktörlerden biridir. Belli bir etnsiteye bağlı olan alanlar firma yer seçimini etkiler (siyahların bulunduğu alanlarda kurmama gibi)

Dış ticarete açıklıkta bir firmanın tercihini etkileyen faktördür. Dış ticarete açılrsa firmalar bu alanları daha az riskli görmektedir. Diğer yandan bu açıklık rekabet yaratacağından yer seçimi üzerinde olumsuz bir etki de yaratmaktadır.

Çevre/yaşam kalitesi ve Çekici Mekanlar

- Film endüstrisi güneşli iklim gerektirir (Hollywood ve Bollywood)
Uçak üretimi iyi bir iklim gerektiriyor.
- Bazı endüstriler çalışanlarına olanaklar sağlayan yerlerde bulunur.



1. Yığılma Ekonomileri
2. Piyasa
3. Emek
4. Erişebilirlik ve Altyapı
5. Devlet Politikası ve Teşvikler
6. Coğrafi Değişkenler
7. **Yaşam Kalitesi**

Bir yerde çalışmak ve yaşamak için o yerin sosyal , kültürel ve çevresel çekiciliklere ya da imkanlara sahip olması önemlidir. Yaşam kalitesi bir alandaki suç ve terörün az olması, güvenli ve istikrarlı ortama sahip olması, sivil topluma duyarlı ve yoksulluğun olmaması ile yakından ilişkilidir.

Yaşam kalitesi: Firma yöneticileri ve işçiler rekreasyonel, eğitimsel, sosyo kültürel koşulları sağlayan yerlerde çalışma ve yaşama eğilimindedirler.

Etnisite de firmaların yer seçiminde rol oynayan faktörlerden biridir. Belli bir etnsiteye bağlı olan alanlar firma yer seçimini etkiler (siyahların bulunduğu alanlarda kurmama gibi)

Dış ticarete açıklıkta bir firmanın tercihini etkileyen faktördür. Dış ticarete açılrsa firmalar bu alanları daha az riskli görmektedir. Diğer yandan bu açıklık rekabet yaratacağından yer seçimi üzerinde olumsuz bir etki de yaratmaktadır.

1. Yığılma Ekonomileri

2. Piyasa

3. Emek

4. Erişebilirlik ve Altyapı

5. Devlet Politikası ve Teşvikler

6. Coğrafi Değişkenler

7. Yaşam Kalitesi

8. **Diğer Faktörler**

- **Hammadde;**

- Taşıma sorunundan dolayı önemi büyüktü (Örn. Çimento fabrikaları hammadde değeri düşük taşıma maliyetleri yüksek olduğu için hammaddenin yanında kurulmuştur)
- Hammaddenin bozulabilir olduğu yerlerde hammaddeye yakın kurulur (konserve tesisleri)
- Ancak taşıma kolaylıkları ve teknoloji lokasyonla ilgili özellikleri değiştirmiştir (soğutma teknolojisi)
- İmalat sonunda elde edilen ürün bozulabilir nitelikteyse Pazar çevresine kurulur (ekmek fırını).

- **Enerji;**

- Sanayi faaliyetleri ile kömür yatakları arasındaki bağıntı
- Birkaç sanayi kolu dışında önemi yoktur.
- Enerjiye her yerde erişim bulunmaktadır.
- Enerjinin bulunması değil, günümüzde fiyatı ve kesintisiz erişimi önemli hale gelmiştir.

- **Su**

- 1 ton çelik üretiminde 200 bin lt su

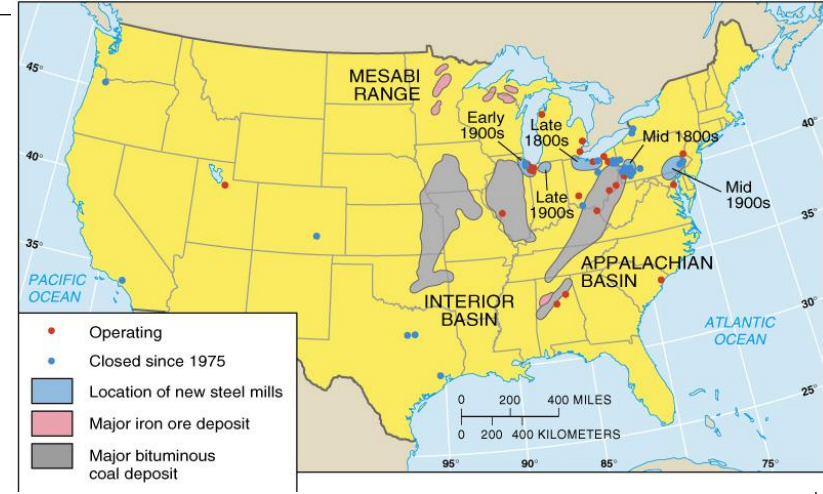
- **Kişisel kararlar;**

- Boeing uçak fabrikası Seattle dadır.



Hammaddeler

- Geçmişte çok önemli idi ancak bugün çoğu sektörde önemli değil
- Ulaşımın gelişmesi ve maliyeti önemi azalttı
- Sadece birkaç sanayi kolunda belirleyici
- Hammaddenin ağırlığını/yükünü kaybettiği veya bozulabilir olduğu durumda, tesis hammadde üzerinde kurulur



Bakır işleme gibi ağırlık kaybeden sanayilerde



çimento gibi ağır ve hacimli sanayilerde



Lokasyon yatırım kararını etkileyen faktörler: ABD örneği

	2005		2006		2007		2008	
	%*	Sıralama	%*	Sıralama	%*	Sıralama	%*	Sıralama
Yatırım Kararını Etkileyen Faktörler								
Nitelikli işgücünün varlığı	87,2	3	85,1	8	88,7	4	87,7	6
Şehirlerarası otopanlara erişim	91,4	1	90,9	2	96,9	1	95,4	1
İş gücü maliyetleri	87,9	2	95,0	1	92,3	2	91,4	2
Merkezi ve yerel teşvikler	86,0	4	88,6	4	83,4	8	87,2	7
İnşaat maliyetleri	83,7	7	85,5	7	88,2	5	90,4	3
Kurumlar vergisi oranları	85,0	6	90,8	3	83,8	7	85,3	8
Vergisel indirimler	83,6	8	86,7	6	82,8	10	88,6	4
Enerji maliyetleri	82,8	10	82,4	9	89,0	3	87,9	5
Haberleşme altyapısı	79,8	11	88,3	5	82,2	12	55,5	19
Boş yatırım arazilerinin varlığı	75,0	14	73,3	14	85,4	6	82,0	10
Yatırım arazilerinin maliyeti	79,1	12	79,2	11	-	-	-	-
Sendika faaliyetlerinin azlığı	77,0	13	78,4	12	80,6	11	82,7	9
Çevresel düzenlemeler	71,1	15	68,9	15	83,2	9	76,1	12
Niteliksiz işgücünün varlığı	50,6	21	65,3	17	65,2	14	62,9	16
Piyasalara yakınlık	83,2	9	76,9	13	82,8	10	78,7	11
Hızlı internet altyapısı	85,7	5	82,1	10	-	-	-	-
İzinler ve lisanslar	69,7	16	67,1	16	72,1	12	72,5	13
Hammaddeye erişim	62,3	18	64,1	18	62,5	16	56,8	18
Uzun vadeli finansman olanakları	56,5	20	64,1	18	63,0	15	64,2	15
Havaalanlarına erişim	50,0	22	61,4	20	54,4	18	53,3	20
Eğitim programları	59,6	19	56,0	21	56,6	17	62,3	17
Tedarikçilere yakınlık	66,7	17	49,3	22	71,8	13	69,2	14
Teknik üniversitelere yakınlık	30,2	23	30,0	23	32,7	20	38,4	21
Demiryolu erişimi	28,9	24	20,8	24	38,1	19	27,2	22
Limanlara yakınlık	20,2	25	17,0	25	15,2	21	15,7	23

Kaynak: Area Development - Site and Facility Planning, Annual Corporate Survey

* Katılımcılar tarafından "çok önemli" veya "önemli" olarak işaretlenen yüzdelerin toplamıdır.

Lokasyon faktörleri-Sanayi firmaları:

İstanbul örneği

Lokasyon faktörleri veya değişkenler	Ortalama		
Güvenilir elektrik enerjisi	3.58	Mal/hizmet sağlayan büyük kuruluşlara yakınlık	2.96
İletişim altyapısının niteliği	3.50	Kamu hizmetlerinin maliyeti	2.94
Kamu suyu sağlama ve altyapı	3.48	Uygun bina	2.92
Endüstri için dizayn edilmiş altyapı	3.42	Büyük müşterilere yakınlık	2.92
Vasıflı emek	3.40	Aynı sektördeki endüstrilerin varlığı	2.88
Aynı sektörde faaliyet gösteren YSF'nin varlığı	3.24	Mal için sınırlı yerel rekabetin bulunması	2.88
Uygun arazi parseli	3.24	Sağlık tesislerine yakınlık	2.82
Ulaşım maliyetlerinin uygunluğu	3.20	Uzmanlaşmış hizmet ve tesislerden uzaklık	2.78
Atıkların boşaltılması	3.20	Kiralanabilir mülklerin mevcudiyeti	2.72
Finansal teşvikler	3.14	Genişleme için uygun mekan	2.70
Park alanının mevcudiyeti	3.10	Firmanın bulunduğu lokasyona kamu ulaşımı	2.64
Gelişmiş karayolu ağına erişim	3.08	Uluslararası limanlara yakınlık	2.62
Teknik&bakım hizmetleri	3.08	Uluslararası hava limanından uzaklık	2.48
Göreceli ucuz emlak	3.06	Firma yönetici/personeli için çekici bir ortamın bulunması	2.48
Devlet iknası/teşviki	3.06	İstihdam ajansları	2.46
Alternatif lokasyonlar üzerindeki finansal baskı	3.02	Lokasyonun imajı	2.44
Sakin ve hoş bir çevrenin bulunması	3.02	Gelişmiş demiryolu ağına erişim	2.30
Böl ve ucuz işgücü	3.02	Firma sahibinin kişisel/ailevi nedenleri	2.30
Mülkiyet	3.02	Yerel teknik eğitim birimlerinin mevcudiyeti	2.08
		Yerel okulların niteliği	1.98

Lokasyon faktörleri-Hizmet firmaları: İstanbul örneği

Lokasyon faktörleri veya değişkenler	Ortalama		
Müşteri potansiyeli	3.62	Ulaşım maliyetlerinin uygunluğu	2.96
İletişim altyapısının niteliği	3.58	Uzmanlaşmış hizmet ve tesislerden uzaklık	2.94
Ofisin fiziki şartları	3.48	Kamu hizmetlerinin maliyeti	2.84
Binanın niteliği	3.48	Tamamlayıcı sektörlerle yakınlık	2.80
Görünür lokasyon	3.46	Uluslararası hava limanlarına erişim	2.76
İş merkezlerine yakınlık	3.42	Kiralanabilir emlağın mevcudiyeti	2.72
Sakin ve hoş bir çevrenin bulunması	3.32	Finansal merkezlere yakınlık	2.66
Prestijli lokasyon	3.28	Belediye vergilerinin düşüklüğü	2.64
Uygun bina	3.26	Teknik&bakım hizmetleri	2.64
Vasıflı emek	3.22	Aynı sektördeki firmalara yakınlık	2.64
Park alanının mevcudiyeti	3.18	Arazi ve kira maliyetlerinin düşüklüğü	2.60
Kamu hizmetlerinin niteliği	3.10	Mülkiyet	2.58
İşletme tipinin ortama uygunluğu	3.10	İstihdam ajansları	2.48
Devlet iknası/teşviki	3.04	Firma sahibinin kişisel/ailevi nedenleri	2.22
Gelişmiş yol ağına erişim	3.04	Göreceli ucuz emlak	2.00
Altyapının niteliği	3.04		
Firmanın bulunduğu lokasyona kamu ulaşımı	3.00		

Kuruluş yerinin belirleyicilerinin zamansal değişimi

- Sanayinin yer seçimini etkileyen **faktörlerin önemi;**
 - **sanayiden sanayiye, mekandan mekana ve zamandan zamana değişebilir.**
 - Hammadde, Enerji, Su, İklim, Ulaşım ve Sermaye: **Önemi azalan**
 - Arazi/bina, devlet/kamu politikası ve altyapı-erişebilirlik: **halen önemli**
 - Emek/işgücü, Pazar/piyasa, çevre/yaşam kalitesi: **önemi artan**
 - Yığılma/dışsal ekonomiler ve Kurumsal ortam: **Çok önemli hale gelen**
- **Klasik yer seçim kararları değişime uğrayabilmektedir;**
 - Yeni ürünler
 - Yeni hammaddeler
 - Yeni imalat teknolojileri
 - Yeni politikalar (siyasi, ekonomik ve çevresel)
 - İşgücünün artış ya da azalış göstermesi
 - Yeni pazarların açılması gibi çeşitli gelişmeler...
- **İleri teknoloji şirketlerini çeken koşullar;**
 - Mühendislik hizm. veren bir üniversitenin varlığı
 - Kozmopoliten bir şehirselle merkeze yakınlık
 - İşgücü havuzu (becerili ve yarı becerili)
 - Prestij konutları
 - Rekreatyoneel su kütlelerinin varlığı
 - Güneşli gün sayısı
 - İşbirliği ruhu