

Kümelenme ve Kümeye Özgü Kaynakların Belirlenmesi

Kümelenme ve
Kümeye Özgü
Kaynakların
Belirlenmesi

35

Yrd.Doç.Dr. Sema YİĞİT

*Ordu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
İşletme Bölümü - semayigit@yahoo.com*

Prof.Dr. Kadir ARDIÇ

*Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi,
İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü - kadirardic@sakarya.edu.tr*

Özet

Belirli bir alanda birbiri ile ilişkili firmalar ve kurumların coğrafik konsantrasyonu olarak tanımlanabilecek kümeler, içindeki işletmelerin rekabet gücünü artırırken bir bölgesel kalkınma aracı olarak da ülke politikalarında git gide daha çok yer bulmaktadır. Oldukça önem atfedilen kümelerin kendine has kaynakları olup olmadığını ve bu kaynakların neler olduğunu belirlemek araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Çalışma, Kayseri Mobilya İş Kümesinde yapılmış olup, 250 işletmenin katılımı sağlanmıştır. Veriler anket yöntemi kullanılarak toplanmıştır. Elde edilen veriler AMOS ve SPSS paket programları kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri neticesinde küme kaynaklarının 28 madde içeren ve kurumsal kaynaklar, özelleşmiş kaynaklar, ilişkisel kaynaklar ve finansal kaynaklar olarak isimlendirilen dört gruptan oluştukları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Küme kaynakları, kümelenme

CLUSTERING, AND DETERMINATION OF CLUSTER-SPECIFIC RESOURCES

Abstract

Clusters as a geographic concentration of interconnected businesses, and associated institutions in a particular field both improves competitiveness of clustered firms and takes more place in national policies as a regional development tool. Objective of this study is to determine whether cluster, which is seen so important, has unique resources or not and then identify the resources. Research was conducted in furniture business cluster in Kayseri and provided 250 firms participation. Data was obtained through a questionnaire. Obtained data were analyzed by AMOS and SPSS statistical programs. As a result of the exploratory and confirmatory factor analyzes it has revealed that cluster resources were grouped under four groups named institutional

resources, specialized resources, relational resources and financial resources which consisted of 28 items.

Keywords: Cluster specific resources, clustering

Giriş

İşletmelerin coğrafik yoğunlaşma eğilimleri içinde oldukları uzun zaman önce tespit edilmiş olsa da kümelenme kavramına ilk defa Marshall'ın Principles of Economics (1890) adlı eserinde değinilmiştir. Sonrasında kümelenme kavramı çeşitli boyutları öne çıkarılarak farklı perspektiften bakan araştırmacılarca yeniden ele alınmıştır. Becattini (1979) kümelerin sosyal boyutunu, GREMI (1984) yenilikçi boyutunu öne çıkarırken yeni sanayi odakları yaklaşımına katkı yapanlar kümelenmenin işlem maliyetine etkisine vurgu yapmışlardır. Krugman (1991) Marshall'ın görüşlerinin devamı olarak kümelenmeyi iktisat merkezi çerçevesinde ele almıştır. Kümelenmenin stratejik yönetimle bütünleşmesini sağlayan araştırmacı ise Porter (1990) olmuştur.

Stratejik yönetim literatürü bağlamında kaynak tabanlı görüşe göre firmaların kendine has kaynakları vardır ve performans farklılıkları da bu kaynaklar üzerinde inşa ettikleri yeteneklere dayanmaktadır. Burada analiz firma düzeyindedir. Ancak günümüzde rekabet sadece firmalar arasında değil bölgeler, kümeler veya stratejik iş birlikleri gibi oluşumlar arasında da var olmaktadır. Dolayısıyla benzer bir yaklaşımla analiz küme seviyesinde yapıldığında nelerle karşılaşılmaktadır? Bu çalışmanın amacı kümelerin kaynak tabanlı görüşle incelenmesine dair ilk basamağı oluşturmak olan küme kaynaklarını belirlemektir. İlgili literatürde bu konunun ele alındığı çalışmaların yakın geçmişe dayanan, yabancı ve az sayıda çalışmalar olduğu görülmektedir. Küme kaynaklarının neler olduklarına dair yapılan sınıflandırmalar ise büyük oranda örtüşmemektedir. Bunun sebeplerinden birinin kümelenme kavramının hala her yönüyle anlaşılmamış olması olduğu düşünülmektedir. Bu yüzden bu çalışmada önce kümelenmenin birçok açıdan anlaşılmasına olanak tanıyan teorik bir altyapı verilmeye çalışılmıştır. Sonrasında ise bu alt yapı üzerine küme kaynaklarının belirlenmesi aşamasına yer verilmiştir. Bu çabalarla kısıtlı olan literatüre bir katkı sağlanması beklenmektedir.

I. Kümelenme Teorisi ve Küme Kavramı

Kümelenmenin esası coğrafik yığılmadır. Dolayısıyla kümelenme teorisinin coğrafik yığılmayı ele alan çeşitli yaklaşımlar çerçevesinde bugünkü halini aldığını söylemek çok da yanlış olmayacaktır. Bu yaklaşımlar/okullar kümelenme teorisinin her yönüyle anlaşılmasını sağlarken bölgesel inovasyon sistemleri ve öğrenen bölgeler coğrafik yığılma eksenindeki kümelenme teorisini bir adım daha öteye taşımıştır.

Bu yaklaşımların kümelenme teorisine yaptıkları katkıları kümelenme tanımları çerçevesinde incelemek mümkündür (Tablo 1).

Tablo 1: Kümelenme Teorisine Etki Eden Okullar/Yaklaşımlar

Teorik Okullar/Yaklaşımlar	Küme Tanımları
Geleneksel Konum ve Yığılma Teorileri	Firmalar ürettikleri nihai ürünün maddi değerinin, üründe kullanılan girdilerin maddi değerinden fazla olduğunda pazara yakın, girdi maliyetleri ürün maliyetinde büyük bir orana sahip olduğunda kaynaklara yakın yerleşme eğilimindedirler.
Endüstriyel Bölge Yaklaşımı	Kümeler belli coğrafik sınırlar içerisindeki aynı sektöre ait bir grup kuruluştur. Amaç ortak yerleşimin çeşitli faydalarından yararlanmaktır.
İtalyan Sanayi Bölgeleri	Kümeler firmalar arasındaki belirli sosyal ilişkilerin ve etkileşimlerin olduğu oluşumlardır. Bu ilişkiler ise hem iş birliğine hem de rekabete dayalıdır.
Yeni Sanayi Odakları	Kümeler bir nevi sosyal düzenleme işlevi de gören ağ yapıları içindeki esnek ve küçük işletmelerin işlem maliyetlerini düşürmek için coğrafi açıdan yoğunlaşmasıdır.
Yeni Ekonomik Coğrafya Yaklaşımı	Kümeler ölçeğin artan getirisi, düşük taşıma maliyeti, işletme bağları ve bilgi yayılımı gibi mevcut yığınlaşma ekonomilerinden doğan kendi kendini güçlendiren bir sürecin varlığı ile açıklanabilmektedir.
Küme Yaklaşımı	Kümeler belirli bir alanda birbiri ile ilişkili firmalar ve kurumların coğrafik konsantrasyonudur. Kümeler tedarikçiler ve müşteriler gibi değer zincirinin hem yukarıya hem aşağısındaki, iş birliği ve rekabet için önemli olan bir dizi birbirine bağlanmış endüstriyi ve aktörü içerir.
Bölgesel İnovasyon Sistemleri ve Öğrenen Bölgeler	Kümeler kurumsal, politik ve sosyal bağlamda inovasyonu oluşturacak, sosyal ilişkilerin oldukça önemli olduğu, coğrafik olarak yakın konumda olan işletmelerden oluşan yapılanmalardır.

Kaynak: Yazar tarafından yapılan derleme

Bu temel üzerinde küme kavramı tanımlarına bakıldığında küme kavramı üzerinde herkesçe fikir birliğine varılmış ortak bir tanımın olmadığı, farklı tanımların küme kavramının farklı yönlerini vurguladığı görülmektedir. Tablo 2 seçilmiş araştırmacıların küme kavramına dair tanımlamalarına yer vermektedir.

Tablo 2: Seçilmiş Araştırmacıların Küme Kavramı Tanımları

Endüstri kümesi, alıcı-tedarikçi veya tedarikçi-alıcı vasıtasıyla veya ortak teknolojiler, ortak üretim veya dağıtım kanallarıyla ya da ortak işçi sendikalarıyla bağlanmış çok sayıda öğeden oluşur (Porter, 1990).

Kümeler bir coğrafik alana yerleşmiş aynı sektörde yer alan firmalar grubudur (Swan ve Prevezer, 1996).

Küme, coğrafik yakınlık ve karşılıklı bağlılık vasıtasıyla sinerji etkisi oluşturabilen firmaların yoğunlaşmasıdır (Rosenfeld, 1997).

Kümeler, birbirlerine katma değer sağlayan bir üretim zincirinde, birbirlerine güçlü bir şekilde bağlı olan firmaların, bilgi üreten ajansların ve müşterilerin üretim ağıdır (OECD, 1999).

Coğrafik açıdan birbirine yakın olan yerel eğitim ve araştırma organlarıyla, devlet laboratuvarlarıyla, finansal kurumlarla ve işletme alt yapısı ile ilgili diğer öğelerle güçlü bağları olan inovasyon firmalarının bölgesel olarak gruplanmasıdır (Bekar ve Lipsey, 2001).

Kümelenme genel olarak, belli işlevsel bölgeler etrafında iş birliği içinde olan, ortak rekabetçiliklerini artırmak için yakın bağlar kuran ve birlikte çalışan firmalarla diğer aktörlerin yoğunlaşmış bir coğrafi alana yerleşme sürecidir (Andersson vd. 2004).

Bir küme işletmelerin tıpkı doğadaki organizmalar gibi çeşitli şekillerde karşılıklı ilişkide oldukları bir alandır (Perry, 2005).

Bir ülke veya bölge içindeki birbiri ile ilişkili işletmelerin, özelleşmiş tedarikçilerin, hizmet sağlayıcılarının ve ilgili kurumların belirli bir alandaki coğrafik yoğunluğudur (Kuchiki, 2007).

Kaynak: Yazar tarafından yapılan derleme

Tablodan da görüldüğü üzere hemen hemen tüm tanımlar küme kavramına ait üç özellik belirtmektedir.

- Bunlardan birincisi, kümelerin coğrafik bir yoğunlaşmayla oluşmasıdır. Coğrafik olarak ayrı yerlerde bulunan işletmeler birbiriyle ilgili ve ilişkili olsalar dahi küme oluşturamazlar.
- İkincisi, küme içinde bulunan aktörlerin (işletmeler, tedarikçiler, eğitim ve araştırma kurumları, kamu kuruluşları gibi) çeşitliliğidir. Coğrafik yığılma ancak tüm aktörlerin varlığıyla küme olabilir.
- Ortak olarak nitelendirilebilecek üçüncü özellik ise aktörler arasında yakın bir ilişki bulunmasıdır. Yani bir coğrafik yığılmanın küme olarak nitelendirilebilmesi için sadece aktörlerin varlığı yetmemekte aktörler arasındaki ilişki derecesi de önem arz etmektedir.

Buna göre kümenin tanımını şu şekilde yapmak mümkündür:

“Küme, mekânsal olarak yakın konumda olan dikey ve yatay olarak ilişkili sektörlerle ait işletmeler ve sektörle ilgili diğer kuruluşların (eğitim kurumları, sivil toplum kuruluşları, kamu kuruluşları gibi) ilişki içinde oldukları coğrafi bir alandır.”

Literatürde küme kavramı yerine benzer kavramların da kullanıldığı görülmektedir. Bu yüzden en çok karıştırılan iki kavramla küme kavramı arasındaki farkları açıklamak yerinde olacaktır. Bu iki kavram sanayi bölgeleri ve ağyapılardır.

Sanayi bölgeleri terimi bazen kümelenme tanımı yerine kullanılabilir. Ancak söz konusu iki kavram arasındaki çeşitli farklılıklar vardır. Porter ve Ketels (2009) sanayi bölgeleri ile kümelenme arasındaki farkları şu şeklide sıralamışlardır:

- Sanayi bölgeleri ekonomideki hafif imalat sektörlerinde faaliyet gösteren ortak konumlanmış küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşur. Kümeler ise işletmelerin ve kurumların muhtemel birçok farklı konfigürasyonunu içeren daha kapsamlı bir tanımdır. Kümelenme aynı zamanda sanayi bölgeleri kavramını da içine aldığından sanayi bölgeleri de bir tür küme olarak tanımlanabilir.
- Sanayi bölgeleri ekonomik etkinliklerini esas olarak buldukları konumun sosyal dokusunun avantajıyla yerel dış kaynak kullanımı ve üretim düzenlemelerinin esnekliği yolu ile sağlarlar. Kümeler ise etkinliklerini verimliliği ve inovasyonu etkileyen bağlar ve bilgi yayılımı gibi çok çeşitli ve kapsamlı yollar ile gerçekleştirirler (s.181).

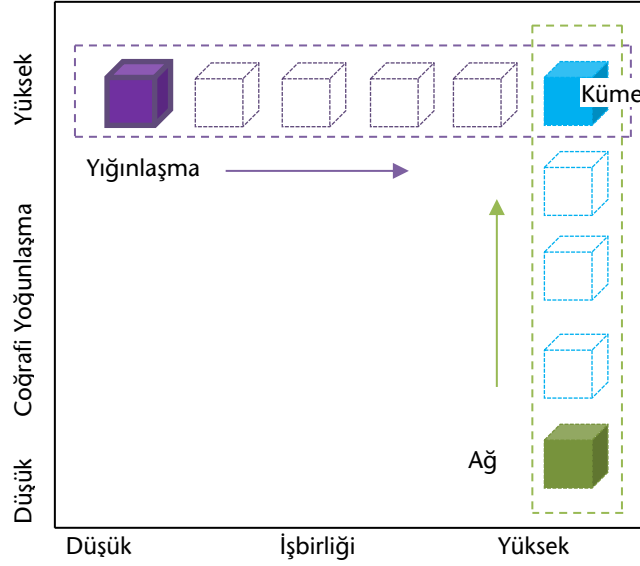
Ağyapılar kavramı da tıpkı sanayi bölgesi gibi zaman zaman kümelenme yerine kullanılan bir tanımdır. Porter (1998) küme kavramını bir ağ yapılanması şekli olarak tanımlamıştır (Porter,1998b,s.226). Bunun yanı sıra iki kavram arasında başka farklılıklar da vardır. Tablo 3’de iki kavramın çeşitli parametreler açısından karşılaştırılması yer almaktadır.

Tablo 3: Ağyapıları ile Kümelenme Farklılıkları

Özellik	Ağyapılar	Kümeler
Üyelik	Sınırlı	Açık
İlişkiler	İşbirliği yoluyla rekabet	İşbirliğiyle beraber rekabet
Aktör birleşimi	Ortak iş hedefleri	Ortak vizyon
Etkileşim esası	Biçimsel ortaklıklar	Biçimsel olmayan etkileşim
Ölçek	Limitli, işletmeler arası	Geniş
Bilgi transferi	İlişkiler	Mekân/yakınlık

Kaynak: Forsman&Solitander,2003,s.6

Terstriep (2008) ise yığınlaşma, küme ve ağ yapıları arasında bir ayırım yapmıştır. Bu ayırım Şekil 1'de görülmektedir.

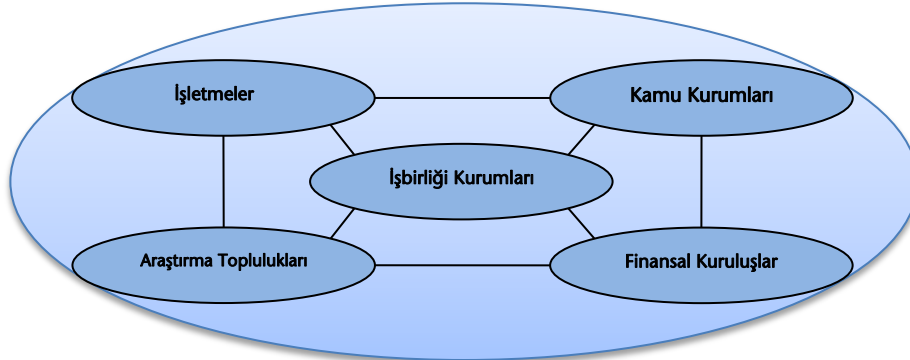


Şekil 1: Küme-Ağ Yapıları ve Yığınlaşmalar (Terstriep,2008,s.8)

Yığınlaşma daha çok coğrafi konsantrasyona dayanırken, ağlar ise daha çok işbirliğine dayanmaktadır. Kümeler ise şekilde de görüldüğü üzere coğrafik yakınlıkla iş birliğinin kesişim noktasında yer alarak her iki özelliği de taşımaktadır.

II. Küme Aktörleri

Küme aktörlerini ve aralarındaki ilişkileri belirlemek için literatürde paydaş analizi gibi farklı yöntemler yer almaktadır. Ancak küme aktörleri ile ilgili genel bir sınıflandırma Şekil 2' de görülebilir.



Şekil 2: Küme Aktörleri (Andersson vd.,2004,s.25)

İşletmeler: Küme faaliyetlerinde ve politikalarında merkezi bir rol oynarlar ve teknik, işletme ve pazar süreçlerine doğrudan dâhil olurlar. Andersson vd.'ne (2004) göre işletmeler kendi çıkarlarını gözetmelidirler. Kümeye katılımları kamuya yarar sağlamak için değil satışlarını ve karlılıklarını artırmak için olmalıdır.(s.89).

Hükümetler/politika oluşturanlar: Kümelerdeki kamu etkisini uluslararası, ulusal ve bölgesel/yerel olmak üzere üç grupta incelemek mümkündür. Uluslararası seviyede bölgesel aktörlere fon sağlayan, alt yapıların modernleşmesi ve ülkeler arasındaki Ar-Ge iş birliği için destek veren Avrupa Birliği gibi aktörler vardır. Ülke hükümeti kapasiteyi değerlendiren ve koordine eden ancak yerel kümelenme süreçlerine yakın olmama eksikliği taşıyan bir aktör olarak görülmektedir. Yerel/bölgesel seviyedeki politika yapımcıları küme elemanlarının potansiyelini daha iyi anlama eğilimindedirler (s.94-95).

Araştırma toplulukları: Kümelenme faaliyetlerinde üniversiteler, devlet laboratuvarları, araştırma enstitüleri gibi derinlemesine bilgi ve analitik yeterlilikleri ile öne çıkan araştırma topluluklarının önemi büyüktür. Ancak birçok ülkede bu tür kuruluşların ticari sorumluluk almada çok az teşviki, girişimcilikte sınırlı bir tecrübeleri ve işletmelerle doğrudan iletişime geçmeleri için yetersiz imkânları vardır (s.97)

Finansal aktörler: Kendi amaçları, sınırları ve portföy tercihleri olan bankalar, sigorta şirketleri, kamu emeklilik fonları, yatırım fonları ve sermaye sahipleri gibi aktörlerdir (s.98).

İşbirliği kuruluşları: İşbirliği kuruluşları kümenin çıkarlarını gözeten resmi veya resmi olmayan ticaret birlikleri, sanayi odaları gibi kuruluşlardır (s.101).

II. Küme Oluşumu ve Kümelerin Yaşam Döngüsü

Kümelerin nasıl oluştuğu, bu oluşumun kendiliğinden mi olması gerektiği yoksa dışarıdan müdahalelerin de etkisinin olup olamayacağı konusunda ilgili literatürde değişik görüşler vardır. Literatür incelendiğinde küme oluşumuna etki eden faktörleri Tablo 4'teki gibi sıralamak mümkün olabilmektedir.

Tablo 4: Küme Oluşumuna Etki Eden Faktörler

Küme oluşumuna etki eden faktörler	Araştırmacılar
Faktör üstünlükleri	Porter,1990; Sölvell,2008
Tarihsel tesadüfler/Beklenmeyen olaylar	Porter ,1990; Sölvell,2008
Dışsal ekonomiler	Piore ve Sabel, 1984; Brusco, 1982
Lider firma	Wolfe ve Gertler, 2004
Kamu Yatırımları ve Faaliyetleri	Porter, 1998b; Owen-Smith ve Powell, 2004
Yerel Talep ve Pazar Yapısı	Porter,1998a

Kaynak: Yazar tarafından yapılan derleme

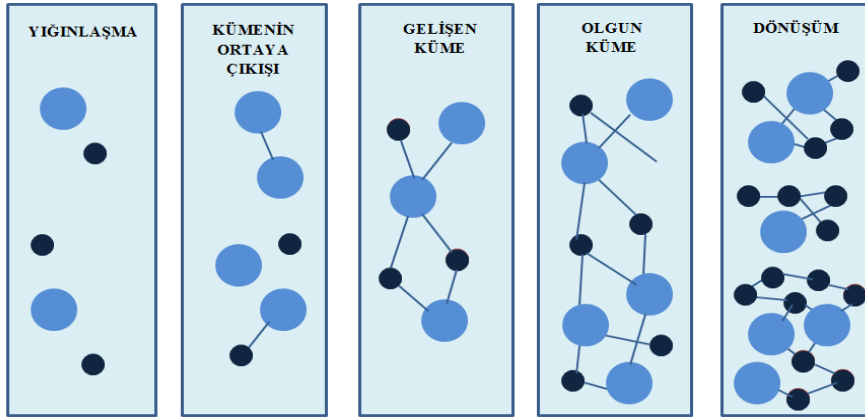
Tıpkı küme oluşumuna etki eden faktörlere dair farklı araştırmacıların farklı görüşleri olduğu gibi kümelerin yaşam döngüsüne dair de literatürde farklı sınıflandırmalar mevcuttur.

Tablo 5: Kümelerin Yaşam Döngüsü

Aşamalar	Araştırmacılar
Dört Aşama (embriyonik aşama, büyüme, olgunluk ve düşüş aşaması)	Rosenfeld, 2002
Dört Aşama (ortaya çıkma, büyüme, devamlılık ve düşüş aşaması)	Menzel ve Forhnal, 2007
Beş Aşama (yığılma, kümenin ortaya çıkışı, gelişme, olgunlaşma, dönüşüm aşaması)	Andersson vd., 2004
Üç aşama (doğum, gelişme ve düşüş)	Porter, 1998a

Kaynak: Yazar tarafından yapılan derleme

Bu sınıflandırmalardan diğerlerinden nispeten daha kapsamlı olarak görülebilecek Andersson vd.'nin kümelerin yaşam döngüsü aşamaları Şekil 3'te de görülebilir.



Şekil 3: Kümelerin Yaşam Döngüsü (Andersson vd. 2004, s.30)

Birinci aşama bir bölgede çok sayıda işletmenin ve diğer aktörlerin yer almasıyla oluşan yığılma aşamasıdır. Oluşma aşamasındaki kümedeki aktörler temel bir faaliyet etrafında iş birliği yapmaya ve aralarındaki bağlarla fırsatları yakalamaya başlarlar. Gelişen küme aşaması olan üçüncü aşamada aynı ya da benzer faaliyetlerde yer alan yeni işletmeler arasında yeni bağlar kurulur. Bu aşamayı olgun küme aşaması izler. Olgun bir küme aktörler açısından belirli bir kritik kütleyle ulaşmıştır. Son aşama olan dönüşüm aşamasında zamanla değişen pazarlar, teknolojiler ve süreçler ön plandadır. Kümenin ayakta kalabilmesi için durgunluktan uzak durması ve değişimlere uyum

sağlaması gerekmektedir. Bu dönüşüm kümenin bir ya da bir kaç kümeye ayrılmasıyla veya daha basit olarak sunulan ürün veya hizmetlerdeki değişikliklerle olabilir (Andersson vd.,2004,s.29-30).

IV. Küme Kaynakları

Kümelerin de birer yapı olarak işletmeler gibi kendilerine has kaynakları var mıdır? Bu kaynaklar belirlenebilir mi? Aynı sektöre ait kümeler arasındaki performans farklılıklarının nedeni bu kaynaklar mıdır? İşletme kaynaklarına benzer olarak küme kaynakları da küme içindeki firmalara sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlarsa stratejik olarak değerlendirilebilir mi? Bu ve benzeri sorulara cevap vermeyi amaçlayan çalışmaların geçmişi son on yıla dayanmaktadır.

Maskell ve Malmberg (1999) bölgesel yeteneklerin ortak öğrenme bağlamında işletmelerin rekabet gücüne etkisine değinmişlerdir. Bölgesel yeteneklerin, söz konusu bölgede zaman içinde oluşan beşeri ve fiziksel kaynakların bir kombinasyonu olarak görülebileceğini ifade etmişlerdir. Ancak çalışmalarında küme kaynaklarına doğrudan değinilmemiştir.

Viedma (2003) kümeler arasında karşılaştırma yapmak için sosyal sermaye kıyaslama sistemi adında bir model geliştirmiş Porter'ın elmas modelindeki değişkenler altında kümeleri karşılaştırmıştır. Viedma, küme kaynakları ve yeteneklerini, fiziksel kaynaklar (arazi, su, mineral, orman, balıkçılık alanları, enerji, iklim, yer), beşeri kaynaklar (miktar, beceri ve personel maliyeti), mali kaynaklar (farklı sermaye kaynaklarının miktarı ve maliyeti), bilgi kaynakları (üniversitelerdeki bilimsel ve teknik bilgi, araştırma enstitüleri, özel araştırma tesisleri, işletme ve bilimsel literatür) ve altyapı (ulaşım sistemi, lojistik, iletişim sistemi, telekomünikasyon sistemleri, sağlık hizmetleri ve kültürel kurumlar gibi mevcut altyapının türü, kalitesi ve kullanma maliyeti) gibi farklı kaynaklar açısından kümenin konumu olarak tanımlamıştır.

Küme kaynaklarına dair bir başka çalışma da Polonya'da (2010) yapılmış olup kümelerin çeşitli anahtar noktalar açısından kıyaslanmasını içermektedir. Bu çalışmada küme kaynakları beşeri kaynaklar ve teknik bilgi, finansal kaynaklar ve küme altyapısı şeklinde sınıflandırılmıştır (Deloitte Business Consulting,2010:212).

Wilk (2003) Güney Brezilya şarapçılık endüstrisinde yaptığı çalışmada küme kaynaklarını tekil kaynaklar, sistemik kaynaklar ve sınırlı erişim kaynakları olmak üzere 3'e ayırmıştır (Wilk,2003,s.7-8).

Tekil kaynaklar, işletmelerin sahip olduğu bireysel kaynaklardır. Bu kaynaklar firmanın teknolojik düzeyi, geçmişi, yapılan uzun dönemli anlaşmalar, bilgi asimetrisi ile stratejik olarak desteklenmektedir.

Sistemik kaynaklar, tekil olarak firmalara ait olmayan ancak kümedeki tüm firmaların paylaştığı kaynaklardır. Başka bir deyişle kümedeki firmalar arasındaki rekabeti etkilemezler. Daha çok firmaların kümeleri arasındaki etkinlik farkları ile pozitif ilişkilidirler. Bu kaynaklar kümedeki firmaların teknolojik faaliyetlerinin zaman içindeki değişimi, kümenin coğrafik ve sosyal özellikleri veya devlet desteğinin sonucu oluşabilir.

Tablo 6: Hervás-Oliver ve Albors-Garrigós'un Küme Kaynakları Sınıflandırması

Küme kaynakları	
Nitelikli iş gücü	Bölgedeki hem yarı kalifiye hem de yüksek nitelikli iş gücünün bulunabilirliği
Sosyal etkileşimler	Bağlantılar, etkileşimler ve bilgi. Bilgi alışverişini ve üretimi yapılamayan konulardaki iş birliğini kolaylaştıran resmi olmayan ilişkiler ve sosyal ilişkilerin kalitesi
Birinci dereceden bağlantılar	Tedarikçilerle olan etkileşim ve işbirliğinin kalitesi
Kümedeki firmaların iş bilgisi	Yıllık ortalama pazar fiyatı. Ulaşılan pazar segmenti derecesi (Satışların metrekareye düşen üretim miktarına bölünmesi ile elde edilen bir veri)
Dış bağlantılar veya ağ etkisi	Ortak marka oluşumu, uluslararası bilgi sağlayan bölgeyi destekleyici uluslararası tanıtım etkinlikleri
İkinci dereceden bağlantılar	Kümedeki kamu ve özel kuruluşların sağladığı üniversite kursları, eğitim programları, yaşam boyu öğrenme ve diğer eğitim kaynakları İlgili kümede bulunan Ar-Ge merkezleri tarafından sağlanan bilgi, standardizasyon, ürün test ve teknik destek hizmetleri ile ilgili araştırma ile yenilik destekleri

Kaynak: Hervás-Oliver&Albors-Garrigós ,2007 ,s.126-127

Fensterseifer ve Rastoin (2010) küme kaynaklarını kümelenmiş firmaların değer yaratma iç sürecini etkileyen ekonomik, sosyal, kültürel, kurumsal ve politik faktörler olarak tanımlamışlardır. Şarap sektöründe yaptıkları çalışmada kümeye özgü kaynakları ilgili literatürü de göz önüne alarak beş gruba ayırmışlardır (s.5-6).

Kurumsal kaynaklar: Kümenin yönetsel yapısı ve diğer küme kurumlarını (küme ile ilgili faaliyetleri koordine etmekle görevli yerel kamu veya özel kuruluşlar) içerir. Bu kümenin organizasyonel, politik ve teknolojik kabiliyetlerinin seviyesini yansıtır ki bu da gelişmiş kümeleri basit bir yığılmadan ayıran bir özelliktir.

Özelleşmiş sermaye: Marshall'ın dışsallıkları veya yığılaşma ekonomilerinde de yer alan özel girdileri temin etme imkânını kapsamaktadır. Firmalar endüstriye özel iş gücü, ekipman, hammadde, danışma, pazarlama, dağıtım, finansman, bilgi gibi girdilere etkin bir şekilde ulaşarak yarar sağlarlar. Kümenin gelişmesi ile endüstriye özel varlıklara daha çok yatırım yapılması gerekmektedir.

Sosyal sermaye: Kümedeki topluluk içindeki güvene, ortak değerlere ve ortak değer yaratan faaliyetleri kolaylaştıran ve oluşturan karşılıklı ilişkiye dayanan etkileşimi ifade eder.

Ün sermayesi: Bölgenin dışında kümenin imajının nasıl olduğunu, kümenin bir nevi etiketini ve çekiciliğini ifade eder.

Doğal kaynaklar: Kümeye has iklim, arazi gibi doğal kaynakları ifade eder.

Tablo 7: Fensterseifer ve Rastoin'in Küme Kaynakları Sınıflandırması

Kurumsal Sermaye
<ul style="list-style-type: none">• Yerel ticaret ve profesyonel birlikler• Şarap ile ilgili yerel kamu ve kamu-özel kurumlar• Yerel eğitim sistemi ve mesleki eğitim merkezleri• Yerel araştırma ve teknoloji merkezleri• Üzüm yetiştiricileri ve şarap üreticileri için yerel teknik yardım merkezleri
Özelleşmiş Sermaye
<ul style="list-style-type: none">• Nitelikli iş gücünün yerel olarak bulunabilirliği• Üzüm yetiştiricilerin ihtiyaç duyduğu özel ekipman ve girdilerin yerel olarak bulunabilirliği• Şarap üreticilerinin ihtiyaç duyduğu özel ekipman ve girdilerin yerel olarak bulunabilirliği• Özel yerel danışma, pazarlama ve dağıtım hizmetleri• Özel yerel finansal hizmetler (girişim sermayesi ve yatırım fonları)• İşletme içinde üretilen bilginin ve teknolojik iş bilgisinin yayılması• İşletme dışında ulaşılan bilginin ve teknolojik iş bilgisinin yayılması
Sosyal sermaye
<ul style="list-style-type: none">• Yatay işbirliği etkileşimleri• Dikey işbirliği etkileşimleri• Kolektif eylem problemlerini (informal sosyal ağlar) çözmek için geçici şebekeler• Girişimcilik
Ün sermayesi
<ul style="list-style-type: none">• Şarap kalitesine ilişkin küme ünü• Bölgenin köken olarak şöhreti• Şarap turizmi açısından çekiciliği (şarap yolları ve şarap ile ilgili sanatsal ve kültürel olaylar)• Üzüm yetiştirme ve şarap üretme uygulamaları ile ilgili küme ünü (müşterilerin küme ürünlerine olan güveni)• Kümenin sürdürülebilir uygulamaları artırdığına ve sera etkisini azaltmaya yönelik çabalarına dair küme ünü
Doğal kaynaklar
<ul style="list-style-type: none">• İklim ve toprak• Su kaynakları• Bağcılık görünümü (topografya, doğal güzellikleri ve doğal bitki örtüsü içerir)

Kaynak: Fensterseifer&Rastoin,2010,s.7

Wu vd.'ne (2010) göre kaynak tabanlı görüş işletmelerin değerli, nadir ve taklit edilmesi zor heterojen kaynaklara sahip oldukları ve bu kaynakların da rekabet üstünlüğünü doğrudan etkilediğini ileri sürmektedir. Küme bağlamında ise başka bir tür kaynak ortaya çıkmaktadır. Bunlar işletme dışında ama kümedeki işletmelerce paylaşılan küme öze kaynaklardır. Bu kaynakları şu şekilde sınıflandırmışlardır (s.1393):

- Ortak ün
- Alışverişin yoğunluğu ve kaynakların kombinasyonu
- İşletmeler arasındaki yüksek güven
- Ortak öğrenme ve bilgi paylaşım ağı
- Yoğun rekabet etkileşimi
- Yerel kurumların katılımı

Zen vd. (2011) kümelerin kaynak ve yeteneklerin farklı kombinasyonunu içeren çeşitli şekillerde organize olabileceğini ifade etmişlerdir. Bu farklılık işletme stratejileri, endüstriyel veya ekonomik politikalarından kaynaklanabilir. Sonuç olarak kümelerin eşsiz kaynakları aynı endüstrideki kümeler arasındaki performans farklıklarını açıklayabilir (Zen vd,2011,s.129-130). Güney Fransa'da ve Güney Brezilya'da yer alan iki şarap kümesinde yaptıkları çalışmada küme kaynaklarının kümedeki işletmelerin uluslararası olma sürecine etkisini araştırmışlardır. İnceledikleri kümede işletme ve küme kaynaklarını sınıflandırmışlardır.

Tablo 8: Şarap İşletmesi-Şarap Kümesi Kaynakları Sınıflandırması

Şarap işletmesi kaynakları	Şarap kümesi kaynakları
Şarapçılık tesisleri	Toprak ve iklimin özellikleri, bağcılık ve önolojik ¹ uygulamalar
Üretim sürecinde kullanılan ekipmanlar ve makine	Teknolojik araştırma kurumlarının varlığı
Girdilere (gübre, şişe, mantar, etiket, vb) ve hammadde (üzüm) erişim	Üzüm yetiştirme ve şarapçılıkla ilgili profesyonel kuruluşlarının varlığı
Üretim yönetimi ve kalite kontrol	Üzüm yetiştirme ve şarapçılıkla ilgili kamu veya özel kurumlar
Yeni ürünler geliştirecek teknik yapı	Turizm ile ilgili altyapı
Bağcılıkla ilgili teknik bilgi	Lojistik altyapısı
Yatırım yapacak mali sermayenin olması	Teknik yardımlara (üzüm yetiştirme ve şarap yapımı için) ulaşma

¹ Şarap bilimine ilişkin

Tablo 8: Şarap İşletmesi-Şarap Kümesi Kaynakları Sınıflandırması (Devamı)

Şarap işletmesi kaynakları	Şarap kümesi kaynakları
Kredileri istemek ve almanın kolaylığı	Kredilere (özellikle üretici ve şarap imalathanelerine yönelik) erişim
Fikri mülkiyet (marka ve sanayi sırları için koruma)	Nitelikli insan kaynağına ulaşma (özel bilgisi ve eğitimi olan)
Anlaşmalar ve lisans alma (teknoloji ve markaların kullanılması veya pazarları keşfetmek için)	Bölgenin ünü
Hammadde tedarikçileri ile sözleşme	Bölgenin değeri (örneğin tescilli bölge gibi)
Müşteri veri tabanı	Bölgenin kültürü
Şirketin bilgi sistemi (tedarikçi ve müşterileri ile iç ve dış veri alışverişi)	Dış piyasa ile ilgili ekonomik bilgilere erişim
Örgüt kültürü (şirketin değerleri ve pazardaki çalışma şekli)	Dış piyasa ile ilgili yasal bilgilere erişim
İç piyasadaki şarap ünü	Bölgenin şarap tesisler arasında yatay işbirliği ilişkileri
Dış piyasalara ilişkin bilgiler	Bölgede dikey işbirliğine dayalı ilişkiler
Ticari yönetimi (satış yönetimi ve müşteri ilişkileri)	
Teknik alanda nitelikli insan kaynağı	
Ticari alanda nitelikli insan kaynağı	
Hipermarket ve süpermarketlerde dağıtım ağı	
Şarap dükkânlarına dağıtım ağı	
Restoran ve barlarda dağıtım ağı	
Farklı kurumlara ile işbirliğine dayalı ilişkiler (sektör dernekleri, öğretim ve araştırma kurumları, sendikalar, tedarikçiler, rakipler, müşteriler)	

Kaynak: Zen vd,2011,s.131

V. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Kısıtları

Araştırmanın amacı küme kaynaklarını belirlemektir. Bu çalışmanın kümelenme ile ilgili yapılacak gelecek çalışmalara basamak oluşturması umulmakta olup bir ön çalışma niteliğinde olduğu düşünülmektedir. Çünkü küme kaynaklarına dair yerli yazında herhangi bir çalışmaya rastlanmazken yabancı yazında da geçmişi kısa ve az sayıda çalışmalar yer almaktadır.

Çalışma Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programı dâhilinde belirlenen iş kümelerinden biri olan Kayseri Mobilya İş Kümesinde yapılmıştır. TOBB Sanayi Veri tabanına kayıtlı toplam 589 firma çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. 250 firma ile görüşülmüştür. Çalışma Ekim 2011-Haziran 2012 tarihleri arasında yürütülmüştür. Elde edilen verilerin analizi için SPSS 20 ve AMOS 21 paket programlarından yararlanılmıştır.

Küme kaynaklarını belirleme aşamasında, Türkiye’de tam teşekküllü bir küme örneğine rastlamak zor olduğu için ve Kayseri Mobilya kümesi de küme özelliklerinden hepsini henüz taşımadığı için oldukça zorlanılmıştır. Kaynak sınıflandırılmasında yer alması istenilen bazı kaynak türlerinin (küme yönetimi, küme altyapısı gibi) dâhil edilememesi çalışmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır.

VI. Araştırmanın Yöntemi

Veri toplama metodu olarak sosyal bilimlerde hızlı bir şekilde çok sayıda veri elde etme olanağı sağladığı için oldukça yaygın olarak kullanılmakta olan anket yöntemi seçilmiştir. Anketlerin yüz yüze görüşülerek yapılması planlanmış ancak işletmelerin istenilen anlarda zaman ayıramayacak olmaları nedeniyle anketlerin bırakılıp işletmelerin talep ettikleri sürede geri alınması yönteminin kullanılması zorunluluğu doğmuştur.

Çalışma 2011 Ekim-2012 Haziran tarihleri arasında yürütülmüştür. Sürenin uzun olmasının en önemli nedeni anketi dolduracak kişilerin üst yönetimden olması gerekliliği neticesinde üst yönetimdeki kişilere ulaşmanın ve kendilerinin zaman ayırmalarının zor olmasıdır.

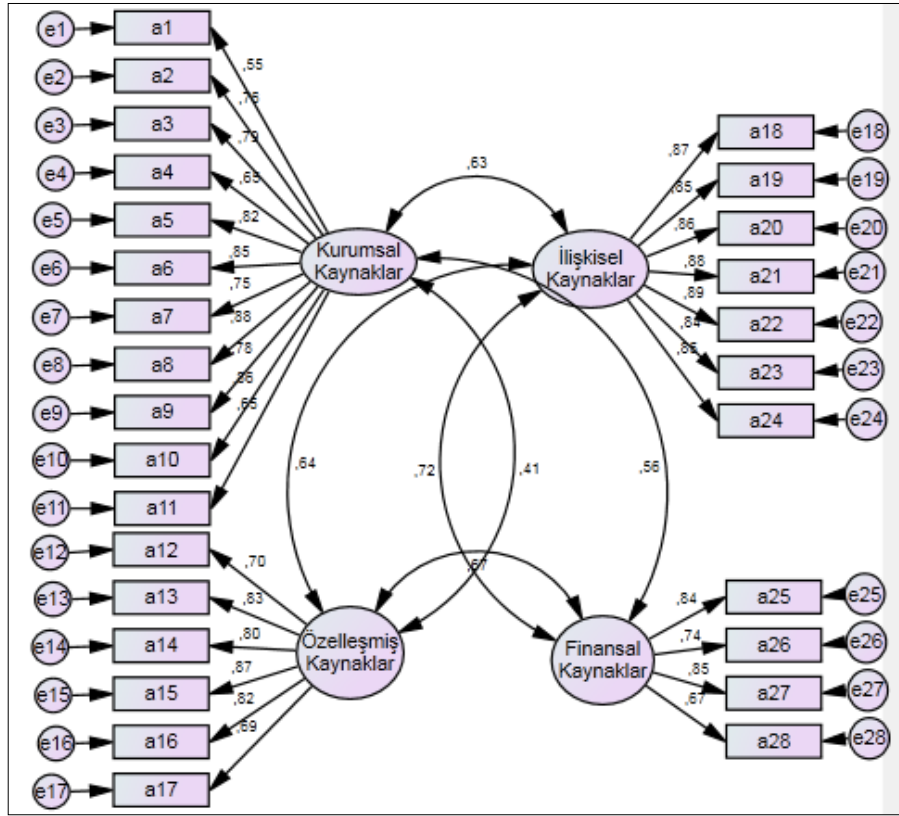
Amacı küme kaynaklarının neler olduğunu belirlemek olan bu çalışmada öncelikle ilgili literatürden, çeşitli küme çalışanlarının ve ilgili akademisyenlerin görüşlerinden yararlanılarak küme özgü kaynakların potansiyel listesi hazırlanmıştır. Sonrasında ilgili kümede 50 işletmeye pilot çalışma yapılmıştır ve ankete nihai şekli verilmiştir. Alınan 250 anketten 36 tanesinde yanıtlanmamış soruların olması nedeniyle çalışma 214 anketten sağlanan verilerle ilerletilmiştir.

VII. Bulgular

Uygulanan ölçeğinin yapı geçerliliğini belirlemek amacıyla, faktör analizi uygulanmış ve varimax döndürme metodu kullanılmıştır. Araştırmada uygulanan faktör analizi sonuçlarına göre; Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0.95 Barlett küresellik testi $p=0.000$ olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin güvenilirliğini gösteren Cronbach’ s Alpha değeri 0,955’tir.

Açıklayıcı faktör analizi neticesinde küme özgü kaynakların dört faktörlü bir yapıya sahip olduğu görülmüştür. Bu faktörlerin toplam varyans açıklama yüzdesi %69 olarak bulunmuştur. Faktörlerde yer alan maddeler incelendiğinde birinci faktör adına kurumsal kaynaklar, ikinci faktör adına özelleşmiş kaynaklar, üçüncü faktör adına ilişkisel kaynaklar, dördüncü faktör adına ise finansal kaynaklar denilmiştir. Çalışmaya faktör yükü 0,5’in altında olan faktörler dâhil edilmemiştir.

Çalışmanın ikinci aşamasında açıklayıcı faktör analizi ile belirlenen faktörlerin belirlenen faktör yapılarına uygunluğunu test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizinden (DFA) yararlanılmıştır.



Şekil 5: Standardize edilmiş tahmin değerleri ile birinci düzey DFA

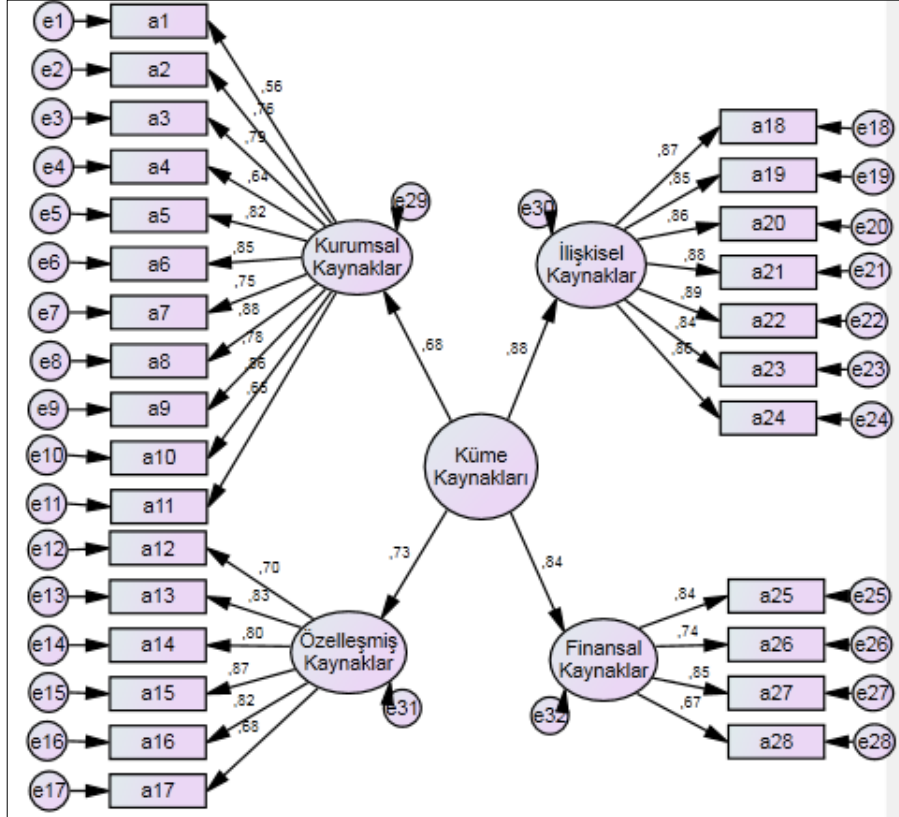
Uyum istatistiklerine bakıldığında modelin iyi uyum gösterdiği görülmektedir. CMIN/DF=1,018; GFI=0,903; TLI=0,998; CFI=0,999; IFI=0,999; RMSEA=0,009 Ayrıca ilişkilerin tamamı istatistiksel olarak anlamlıdır. Çift yönlü oklar üzerinde gizil değişkenler arasındaki korelasyon değerleri görülebilir.

Şekil incelendiğinde kurumsal kaynaklar olarak isimlendirilen faktörü en fazla etkileyen boyut 0,88'lik bir yükü küme ürünlerinin piyasadaki imajının olumlu olması ve en az etkileyen boyut ise 0,56'lık bir yükü kümede sektörlle ilgili ticaret ve profesyonel iş birliği kuruluşlarının (sivil toplum kuruluşları, odalar) sayısının yeterli olmasıdır.

Özelleşmiş kaynaklar olarak isimlendirilen faktörü en fazla etkileyen boyut 0,87'lik bir yükü ihtiyaç duyulan ara maddelerin büyük bir kısmının küme içinden sağlanabilmesi iken en az etkileyen boyut 0,68'lik bir yükü ihtiyaç duyulan yeni makinelerin büyük bir kısmının küme içinden sağlanabilmesidir.

İlişkisel kaynaklar olarak isimlendirilen faktörü en fazla etkileyen boyutlar incelendiğinde hemen hemen tüm ifadelerin etkisinin oldukça yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

Finansal kaynaklar faktörünü en fazla etkileyen boyutun 0,85'lik bir yükü alan ihracat desteklerinin yeterli olması olduğu görülürken söz konusu faktörü en az etkileyen boyut 0,67'lik bir yükü alan yatırım desteklerinin yeterli olmasıdır.



Tablo 9: Küme Kaynakları

Kurumsal kaynaklar
Kümede sektörle ilgili ticaret ve profesyonel iş birliği kuruluşlarının (sivil toplum kuruluşları, odalar) sayısı
Kümedeki sektöre ilişkin araştırma ve teknoloji merkezlerinin sayısı
Kümede sektörle ilgili hizmet veren eğitim kurumlarının (üniversite, mesleki eğitim merkezleri) sayısı
Kümede işletmeye girdi sağlayacak işletmelerin (tedarikçi) sayısı
Kümeyle yönelik finansal destek veren kamu veya özel kuruluşların sayısı
Kümede girdi sağlanan işletmelerin sayısı
Kümede sektöre yönelik hizmet sağlayan kuruluşların (Tasarım, lojistik, makine bakımı vs.) sayısı
Küme ürünlerinin piyasadaki imajı
Küme liderinin/liderlerinin nitelikli iş gücünün bölgeye çekilmesindeki etkisi
Küme liderinin/liderlerinin sektörde küme imajının güçlenmesindeki etkisi
Küme liderinin/liderlerinin tedarikçilere desteği
Özelleşmiş Kaynaklar
İhtiyaç duyulan sayıda iş gücünü küme içinden sağlanabilmesi
İhtiyaç duyulan nitelikte iş gücünü küme içinden sağlanabilmesi
İhtiyaç duyulan hammaddenin önemli bir kısmını küme içinden sağlanabilmesi
İhtiyaç duyulan ara maddelerin önemli bir kısmının küme içinden sağlanabilmesi
İhtiyaç duyulan ikinci el makinelerin önemli bir kısmının küme içinden sağlanabilmesi
İhtiyaç duyulan yeni makinelerin önemli bir kısmını küme içinden sağlanabilmesi
İlişkisel Kaynaklar
Kümedeki rakiplerle yapılan işbirlikleri
Kümedeki tedarikçilerle yapılan işbirlikleri
Kümedeki eğitim kurumları ile yapılan işbirlikleri
Kümedeki sektörle ilgili ticaret ve profesyonel iş birliği kuruluşları (sivil toplum kuruluşları, odalar) ile yapılan işbirlikleri
Kümedeki araştırma ve teknoloji merkezleri ile yapılan işbirlikleri
Kümedeki finansal destek veren kamu veya özel kuruluşlar ile yapılan işbirlikleri
Küme içerisinde girdi sağlanan işletmeler ile yapılan işbirlikleri
Finansal Kaynaklar
Son 3 yılda kümeyle finansal destek veren kamu veya özel kuruluşlardan alınan Ar-Ge desteği
Son 3 yılda kümeyle finansal destek veren kamu veya özel kuruluşlardan alınan eğitim desteği
Son 3 yılda kümeyle finansal destek veren kamu veya özel kuruluşlardan alınan ihracat desteği
Son 3 yılda kümeyle finansal destek veren kamu veya özel kuruluşlardan alınan yatırım desteği

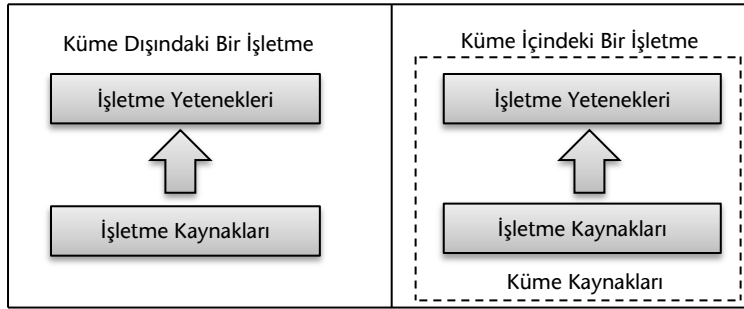
Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada küme kaynaklarının belirlenmesine çalışılmış bu çabada kaynakların sadece çalışma yapılan mobilya kümesine has değil de diğer sektör kümelerinde uygulanabilecek şekilde olmasına dikkat edilmiştir. Küme kaynaklarını en fazla etkileyen boyutun ilişkisel kaynaklar olmasının nedeninin geçmişten günümüze birçok araştırmacı tarafından da ortaya konulan kümelenmenin sosyal boyutunun önemli olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Kümelenmeyi basit bir coğrafi yığılmadan ayıran belki de en önemli özellikler aktörler arasındaki ilişkidir. Keza kümelenmenin sağladığı faydalar olarak literatürde sıklıkla bahsedilen:

- Verimliliği artırması,
 - Uzmanlaşmış girdilere, çalışanlara ve bilgiye ulaşabilmenin kolay ve daha az maliyetli olması,
 - Tamamlayıcılık sağlaması,
- Kurumlara ve kamu hizmetlerine ulaşımı kolaylaştırması,
- Rekabet baskısını artırarak işletmeleri ilerlemeye sevk etmesi,
- Kıyaslama yapmayı kolaylaştırması (Porter,2000),

bu faydaların hemen hemen hepsi aktörler arasındaki ilişkiye son derece bağımlıdır.

Küme kaynaklarının belirlenmesi ile aynı sektöre ait kümeler arasında karşılaştırma yapmak mümkün olabilecektir. Ancak kümenin en önemli kaynağının işletmeler olduğu kabulü ile asıl önemli olanın küme kaynakları ile işletme kaynakları arasındaki ilişki olduğu düşünülmektedir. Bu ilişkinin her yönüyle ele alınması gerekmekte bu alanda daha çok çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü kaynak tabanlı görüş varsayımları altında herhangi bir kümede yer almayan işletmenin yetenekleri kaynaklarına dayanmaktadır. Her işletmenin nihai hedefi olan rekabet gücünü artırmak ise inovasyon yapabilmek gibi eşsiz yeteneklere dayanmaktadır. Peki, bir kümede yer alan işletmenin yetenekleri sadece kendi kaynaklarına mı yoksa kümenin kaynaklarına da mı bağlı olacaktır? Bu merakı aşağıdaki şekil yardımıyla görmek mümkündür.



Şekil 7: Gelecek Çalışmalar İçin Öneri

Benzer çalışmaların gelecekte de yapılıp önemli olduğu düşünülen bu ilişkiye açıklık getirmeleri umulmaktadır.

Kaynaklar

- Andersson, T., Serger, S. S., Sörvik, J., & Hansson, E. W. (2004). The cluster policies whitebook. http://www.clusterplattform.at/fileadmin/user_upload/clusterbibliothek/916_TheClusterPoliciesWhitebook.pdf (Erişim:10.12.2011)
- Becattini, G. (1990). The Marshallian industrial district as a socio-economic notion. F. Pyke, G. Becattini, & W. S. (eds) içinde, *Industrial Districts and Inter-firm Cooperation in Italy* (s. 37-51). Geneva: International Institute for Labour Studies.
- Bekar, C., & Lipsey, R. G. (2001). Clusters and economic policy. *Canadian Journal of Policy Research*, 3(1):62-70.
- Brusco, S. (1982). The Emilian Model: Productive Decentralisation and Social Integration. *Cambridge Journal of Economics*, 6 (2): 167-184
- Deloitte Business Consulting. (2010). Cluster Benchmarking in Poland . WARSAW: Deloitte Business Consulting S.A.
- http://www.proinno-europe.eu/sites/default/files/page/11/02/Clusters_benchmarking_in_Poland_-_2010_-_English_summary.pdf (Erişim:25.03.2011).
- DTM. (2009, Şubat). *KOBİ İşbirliği ve Kümelenme Projesi*. <http://www.smenetworking.gov.tr/detay.cfm?MID=45> (Erişim:30.06.2012).
- Fenstersefer, J. E. & Rastoin J-L. (2010). Wine cluster resources, firm value creation and competitive advantage. 5th International Academy of Wine Business Research Conference, (s.1-9).Auckland.
- Forsman, M., & Solitander, N. (2003). Knowledge Transfer in Clusters And Networks-An interdisciplinary conceptual analysis. *JIBS Literature Review*, 1-23.
- Hervás-Oliver, J. L., & Albors-Garrigós, J. (2007). Do clusters capabilities matter? An empirical application of the resource-based view in clusters. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(2):113-136.
- Krugman, P. (1991). *Geography and Trade*. Cambridge: MIT Press.
- Kuchiki, A. (2007). A Flowchart Approach to Malaysia's Automobile Industry Cluster Policy. *IDE-JETRO Discussion Paper No.120*, 1-30.
- Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*. London: Macmillan.
- Maskell, P. & Malmberg, A. (1999), Localised learning and industrial competitiveness *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 23, pp. 167-185.
- Menzel, M. P., & Fornahl, D. (2007). Cluster Life Cycles - Dimensions and Rationales of Cluster Development. *Jena Economic Research Papers 2007-076*, 1-45.
- OECD (1999). *Boosting Innovation: The Cluster Approach*. http://www.clusterbg.net/content/library/EN/Boosting_Inovations_Cluster_Approach.pdf, (Erişim:15.12.2011).

- Owen-Smith, J., & Powell, W. W. (2004). Knowledge Networks as Channels and Conduits: The Effects of Formal Structure in the Boston Biotechnology Community. *Organization Science*, 15(1): 5-21.
- Perry, M. (2005). Clustering Small Enterprise: Lessons From Policy Experience in New Zealand. *Environment and Planning*, 23(6):833-850.
- Piore, M., & Sabel, C. (1984). *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*. New York: Basic Books.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1998a). Clusters and New Economics of Competition. *Harvard Business Review*, 77-90.
- Porter, M. E. (1998b). *On Competition*. Boston: Harvard Business School Press.
- Porter, M. E. (2000). Location, Competition and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*, 15-34.
- Porter, M. E., & Ketels, C. (2009). Clusters and Industrial Districts Common Roots Different Perspectives. G. Becattini, M. Bellandi, & L. D. Propris içinde, *A Handbook of Industrial Districts* (s. 172-186). Massachusetts: Edward Elgar Publishing.
- Rosenfeld, S. A. (1997). Bringing Business Clusters into the Mainstream of Economic Development. *European Planning Studies*, 5(1): 3-23.
- Rosenfeld, S. A. (2002). Creating Smart Systems: A guide to Cluster Strategies in Less Favoured Regions. *European Union-Regional Innovation Strategies*, 1-35.
- Sövell, Ö. (2008). *Clusters Balancing Evolutionary and Constructive Forces*. Stockholm: Ivory Tower Publishing.
- Swann, P., & Prevezer, M. (1996). A Comparison of the Dynamics of Industrial Clustering in Computing and Biotechnology. *Research Policy*, 25: 139-157.
- Terstrijp J. (2008, Haziran 17). *Cluster Mapping*. Ocak 05, 2012 tarihinde http://www.iat.eu/files/wp6-cluster_mapping_v1_5.pdf adresinden alındı
- Viedma, J. M. (2003). SCBS Social Capital Benchmarking System Profiting From Social Capital When Building. *Journal of Universal Computer Science*, 9(6):501-509.
- Wilk, E. O. (2003). Resource-Based View, Industrial Clusters and Collective Competitive Capabilities: A Case Study in South Brazilian Wineries. http://www.lfama.org/conference/2003conference/papers/wilkb_resource.pdf, (Erişim:20.10.2011).
- Wolfe, D. A., & Gertler, M. S. (2004). Clusters from the Inside and Out: Local Dynamics and Global Linkages. *Urban Studies*, (41):1071-1093.
- Zen, A. C., Fensterseifer, J. E., & Prévot, F. (2011). Internationalization of Clustered Companies and the Influence of Resources: A Case Study on Wine Clusters in Brazil and France. *Latin American Business Review*, 12(2):123-141.