

## KÜRESEL REKABETTE KÜMELENME VE İNOVASYONUN ROLÜ

**Bekir Sami OĞUZTÜRK**

Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF

Yrd. Doç. Dr.

[bsami@iibf.sdu.edu.tr](mailto:bsami@iibf.sdu.edu.tr)

**Kazım SARIÇOBAN**

Kilis 7 Aralık Üniversitesi, İİBF

Araştırma Görevlisi

[kazimsaricoban@kilis.edu.tr](mailto:kazimsaricoban@kilis.edu.tr)

### Özet

*Rekabetin giderek artan önemiyle birlikte ülkeler, sadece ulusal rekabet gücünü değil, aynı zamanda uluslararası alanda sürdürülebilir rekabet avantajını elde etmenin yollarını aramaktadırlar. Ülkeler geleneksel ticaret politikalarını değiştirerek mikro düzeyde politikaların yanında makro düzeyde de politikalar belirlemek ve uygulamaya koymak zorundadırlar. Bu nedenle uluslararası rekabet üstünlüğü sağlamada kümelenme yaklaşımı kullanılmakta, ancak rekabet gücünün altında verimlilik ve inovasyon yatmaktadır. Bu çalışmada kümelenme ve İnovasyon kavramları teorik olarak ele alınmış, dünyadan ve Türkiye'den kümelenme örneklerine yer verilmiştir. Sonuç olarak çalışmada, kümelenme ve inovasyon politikalarının rekabet gücü üzerindeki etkileri incelenmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** Rekabet Gücü, Kümelenme, İnovasyon

**Alan Tanımı:** D41, F12, O31, C38

## THE ROLE OF CLUSTER AND INNOVATION IN GLOBAL COMPETITION

### Abstract

*With the growing significance of competition, countries get into search for a new policy not only for local competitive power but also to gain sustainable global competitive power. On this account, countries have to establish and implant macro level policies besides micro level policies by changing traditional trade policies. Therefore, the cluster approach is used for competitive advantage but competitive advantage based on productivity and innovation. In this study, the concepts of clustering and innovation is analyzed in detail and theoretically. Moreover, the examples are represented in the world and Turkey. As a result, the impacts of cluster and innovation policies on the competitive power are analyzed.*

**Keywords:** *Competitiveness, Cluster, Innovation*

**Jel Code:** D41, F12, O31, C38

### 1. GİRİŞ

Küreselleşme sürecinin tüm hızıyla devam ettiği günümüzde sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilen ülkeler hayatta kalabilmekte ve bu yarışta sürdürebilmektedirler. Yaşanan bu yoğun rekabet nedeniyle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler uluslararası rekabet gücünü korumak ve arttırabilmek için; ürünlerini rakiplerinden daha hızlı, daha kaliteli ve daha düşük maliyetle üreterek yenilikçi yeteneklerini geliştirmeleri ve mevcut teknoloji seviyelerini arttırmaları gerekmektedir. Bu nedenle ülkelerin günümüz piyasalarında söz sahibi olabilmeleri için kaynakları daha verimli ve daha etkin kullanmalarının yanında; yerel, ulusal ve uluslararası alanda güç birliği oluşturmaları, firma-sektör-bölge-ülke rekabet avantajını en üst seviyeye çıkarmaları gerekmektedir.

Kümelenme yaklaşımı da bu gerekliliği yerine getirebilmenin yollarından birini oluşturmaktadır. Ülkeler ekonomi politikalarında, verimliliğin artırılması ve küresel rekabet gücünün sağlanması konusunda kümelenmeye yer vermiş ve başarılı sonuçlar elde etmişlerdir.

Çalışmanın ilk bölümünde kümelenme, inovasyon ve rekabet gücü kavramlarının genel teorik çerçevesi çizilmiş, ikinci bölümde ise Dünyadan ve Türkiye'den kümelenme çalışmalarına değinilmiştir. Üçüncü bölümde de kümelenme ve inovasyonun rekabet gücü ile ilişkisi incelenmiştir.

## 2. KÜMELENME, İNOVASYON, REKABET GÜCÜ: KAVRAMSAL YAKLAŞIM

Michael Porter, kümelenme kavramının ilk tanımını yapan bilim insanıdır ve kümelenme konusunda öncü olmuştur. Porter, kümelenmeyi 1998 yılında yayınlanan makalesinde, “aynı iş kolunda faaliyet gösteren, aralarında ekonomik ilişkileri bulunan ama aynı zamanda rekabet içinde de olan çok sayıdaki firmanın ve bu firmalara mal ve hizmet satan tedarikçilerle birlikte üniversiteler, meslek kuruluşları ve benzer ilgili kurumların da aynı coğrafi bölgede yoğunlaşması” olarak tanımlamıştır. Bir kümelenmenin kapsamı bir şehir, coğrafi bölge, ülke ve hatta komşu ülkeler ağına kadar uzanabilmektedir. Kümelenmeler çoğunlukla, nihai ürün veya hizmet şirketlerini, uzmanlaşmış işgücünü, ara mal tedarikçileri ile hizmet sektörünü, finans sektörünü ve endüstrideki ilgili firmaları kapsamaktadır. Bunun yanında üniversiteler, mesleki eğitim veren kurumlar, hükümet birimleri, ticaret birlikleri, düşünce grupları da kümelenmenin birer parçası konumdadırlar (Porter,1998).

Rosenfeld’in 2005 yılında yayınladığı “Endüstri Kümelenmesi: İş Seçimi Politikası ya da Markalaşma Stratejisi” adlı çalışmasında kümelenme kavramını, “dernekler gibi üyeliğe dayalı olmayan, dışsallık oluşturmak için yeterli ölçüğe sahip firmaların ya da ilgili birimlerin coğrafi olarak bir bölgede yoğunlaşması” şeklinde tanımlamıştır (Rosenfeld,2005:2).

Robert Gibbs ve Andrew Bernat’ın“Tarımsal Endüstri Kümelenmesinin Yerel Getirisi, Tarımsal Gelişme Perspektifi” adlı çalışmalarında kümelenmeyi, “aynı coğrafi bölgede bulunan, girdi ihtiyaçlarını birbirinden karşılayan ve aynı zamanda tedarikçi ve müşteri olarak birbirlerine güvenen firmalar topluluğu” olarak tanımlamışlardır. Bu bağlamda üretim tesislerinin kümelenmeleri doğal kaynaklardan yararlanmak ya da büyük bir pazara veya işgücüne yakın olmak için firmaların bir arada bulunması kadar basit bir durumdur(Gibbs ve Bernat, 1997).

PieroMorosini,“Sanayi Kümelenmeleri, Bilgi Entegrasyonu ve Performans” adlı makalesinde kümelenmeyi, “belirli bir coğrafi bölgede yaşayan yerleşik ve birbirine yakın ekonomik birimlerin, insanların ya da belli bir nüfusun sosyal bir topluluk olarak ortaya çıkardığı sosyoekonomik bir varlık” olarak nitelendirir (Morosini,2004:307).

Mirhosseini’nin2012 yılında yaptığı çalışmada kümelenmeleri, “firmaların katma değer miktarını arttırmak için her bir kurumun ve firmanın, tedarikçilerin ve hizmet sağlayıcıların birbirleriyle bağlantı içinde oldukları bir grup” olarak tanımlamıştır. Bu bağlamda kümelenme, belli bir coğrafi bölgede yoğunlaşmış,

kendi aralarında sinerji yaratabilen, dış tasarrufları kullanma imkanı bulabilen ve ortak zorluk ve fırsatlara sahip olan firmalar topluluğudur (Mirhosseini,2012: 70).

Humphry ve Schmitz “Yerel Sanayi Politikasına 3C Yaklaşımı” adlı çalışmalarında kümelenmeyi, “bölgesel zenginlik yaratan, birbirleriyle rekabet eden ya da işbirliği yapan ve birbirine bağımlı olan işletmelerin oluşturduğu sektörel ve bölgesel bir yoğunlaşma olarak tanımlamışlardır. Bu bağlamda kümelenmeler, küresel rekabetin temel argümanı olan “değer zincirlerini” oluşturmakta, bu değer zincirleri zamanla gelişmekte ve o bölgedeki temel ekonomik yapıları oluşturan firmalardan ve kurumlardan oluşmaktadırlar(Humphrey ve Schmitz,1996:1863-1864).

Bu tanımlamalardan kümelenme kavramıyla ilgili üç temel özellik dikkat çekmektedir. Bunlardan ilki kümelenmelerin, üretim sürecinde birbiriyle ilişkili firmalardan oluşmasıdır. Böylece ürün, girdi, hizmet gibi alanlarda firmalar ortak hareket edebilmektedirler. İkincisi kümelenmeler aynı coğrafyada yoğunlaşmışlardır. Bu durum firmaların ve kurumların karşılıklı bilgi alışverişini kolaylaştırmaktadır. Üçüncüsü ise, yenilikçiliğe duyulan ihtiyaç ve bu nedenle üniversiteler ve diğer kurumlarla işbirliği içinde olmalarıdır.

Günümüzde, hızla gelişen teknoloji ve ticaretin değişen kuralları firmaları daha yenilikçi, daha verimli olmaya zorlamaktadır. Firmalar, küresel rekabet ortamında rakiplerin arasından sıyrılmak ve sürdürülebilir rekabet avantajı kazanabilmek için inovasyona ihtiyaç duymaktadırlar. Firmaların ürünlerini, hizmetlerini, üretim yöntemlerini ve yönetim anlayışlarını sürekli olarak değiştirerek ve yenileyerek küresel rekabette ayakta kalabilecekleri ileri sürülmektedir.İnovasyon sayesinde ülkelerin ekonomik büyüme ve gelişmelerinin gerçekleşebileceği, yaşam kalitesinin iyileşeceği ve firmaların rekabet güçlerinin artacağı belirtilmektedir(Eraslan, Bulu ve Bakan,2008:9).Bu bağlamda yenilik kavramı ön plana çıkmakta ve firmalar bu alanda stratejiler ve politikalar geliştirmektedirler.

Yenilik ya da inovasyon kavramını en basit halde tanımlamak gerekirse; işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni birorganizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesidir (Gök,2007:6).

J. Schumpeter, inovasyon üzerinde çalışan ve hatta ona yeni ufuklar açan önemli isimlerden biridir. Birçok düşünür Schumpeter’iinovasyon çalışmalarının öncüsü olarak tanımlar. Schumpeter’in yenilikle ilgili en önemli düşüncesi, yeniliği teknolojik ve konjonktürel olarak ekonomik gelişmenin sürükleyicisi olarak görmesidir.Schumpeter’e göre yenilik beş unsurdan oluşur. 1) yeni malların

üretilmesi; 2) yeni üretim metotlarının geliştirilmesi; 3) yeni pazarlara açılma; 4) yeni doğal kaynakların ve yarı mamul malların temini; 5) yeni bir örgüt vizyonunun benimsenmesi (Godin, 2008:4).

Yenilik, büyümeyi, karlılığı ve rekabet edebilirliği beraberinde getirir. Ayrıca yenilik, işletmenin özel bir değeri olup, kendiliğinden gerçekleşen, değiştirilemeyen, iç deneyimler ve deneyimsel kazanımlarla yakından ilişkili olan bir kavramdır. Yeni ürün ve süreçlerin hızlı bir şekilde benimsenmesi ve sunulması, rekabet avantajı kazanmada önemli bir rol oynamaktadır. Firmanın yenilikçi kapasiteye sahip olması, mevcut potansiyelinden daha fazlasına ulaşmasına ve de rekabet ortamında avantajlı duruma gelmesine olanak sağlamaktadır (Sen ve Egelholff, 2000:174-183).

Kümelenme ve inovasyon kavramlarının teorik ve uygulamalı olarak gelişmesinin altında yatan temel itici güç firmaların rekabet gücü kazanma çabasıdır. Bu bağlamda rekabet gücü kavramının tanımlaması da, farklı kişiler ve çevrelerce farklı manalarda kullanılmaktadır. Rekabet gücü; bir ekonomist için “bir ülkenin ulusal verimliliğin ve yaşam standardının yansıması olarak rakiplerine karşı daha iyi performans göstermesi”, politika yapıcıları için “yeni düzenlemelerin iş çevrelerindeki rekabet edebilme yeteneğini değiştirebilmesi”, işveren açısından ise “düşük maliyetle üretim yapan mal ve hizmetler için pazar payının yansıması” olarak ortaya çıkan karlılık anlamına gelmektedir. Kısacası, rekabet gücü kavramı açısından herkes tarafından kabul edilebilir, kesin bir tanımlama yoktur. Bu bağlamda, rekabet gücü kavramının konuya, ihtiyaçlara ve amaca göre yorumlanması gerekmektedir (Saxena ve Lozac’h, 2010:16).

### **3. DÜNYA’DAN VE TÜRKİYE’DEN KÜMELENME ÇALIŞMALARI**

Kümelenmeler genellikle kendiliğinden ortaya çıkarken, bazı kümelenmeler ise devlet desteği ve kümelenme politikaları çerçevesinde oluşturulmaktadır. Örnek olarak; gelişmiş ülkelerden özellikle İtalya, Almanya, ABD ve Japonya kalkınma için kümelenme politikaları geliştirmekte ve uygulamaktadır. Bunun yanında gelişmekte olan ülkeler de kümelenme konusunda politikalar uygulamaya koymaktadır. Her ülkenin kümelenme konusunda uyguladığı politikaların hedefleri birbirinden farklı olmakla birlikte, birtakım ortak hedefler de bulunmaktadır (Keskin, 2009:157).

Bilişim teknolojilerinin gelişmesinde önemli bir yere sahip olan Silikon Vadisi, Amerika’da ortaya çıkan ilk kümelenme örneği olmuş ve bu alanda kaydedilen başarı kısa zamanda gıdadan tekstile, inşaat malzemelerinden savunma sanayine

birçok alanda ve ülkede kümelenmelerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Silikon Vadisi örneğindeki ampirik bulgulardan türetilen “yakınsama” hipotezi; telekomünikasyon, bilgisayar ve medya endüstrisi arasındaki yeni bağlantıların yeni endüstri kümelenmelerine ve bölgesel uzmanlaşmaya destek verdiğini ifade etmektedir (Blanc, 2000:6). ABD’nin batısında San Francisco şehrinin güneybatısında yer alan Silikon Vadisi, Üniversite ve Bilimsel Araştırmanın yoğunluğu, bölgenin iklimsel yapısı, yaşam tarzı (Kaliforniya yaşam tarzı) ve esnek düşünce yapısı girişimcileri bölgeye çekmede etkili olmuştur. Silikon Vadisi, 4500’den fazla firmanın içinde bulunduğu, bölgenin girişim sermayesinin üçte birini çeken ve bölge işgücünün %8’ini oluşturan bir kümelenme örneğidir (Sturgeon, 2003:7-15).

California şarap kümelenmesi kümelenmeye bir diğer örnek olarak verilebilir. California şarap kümesi 680 ticari şaraphane ve binlerce bağımsız üzüm üreticisinden oluşmuştur. Ayrıca aşı, sulama ve hasat teçhizatı, fiçı ve etiketler, uzman halkla ilişkiler ve tanıtım şirketleri ve tüketici ile ticari kitleyi hedef alan çok sayıda şarap reklâmı dahil olmak üzere hem şarap yapımını hem de üzüm yetiştiriciliğini destekleyen geniş çaplı tamamlayıcı sanayi de bu kümeye dahildir (Porter, 1998:122).

Bunlara ilaveten Avustralya (Victoria) Şarap İş Kümesi, Avustralya (Cairns) Turizm ve Konaklama İş Kümesi, İspanya Castellon Seramik İş Kümesi (Gürsoy, 2008:11-13), Londra ve ABD – Wall Street finans kümelenmesi, Hoollywood’da medya kümelenmesi, Las Vegas’ta Turizm (Eğlence-Kumar) kümelenmesi başarılı küme örneklerindedir. ABD’de Detroit ve Convery şehirleri ve Güney Almanya otomotiv sektöründe, Fransa-Paris turizm sektöründe, Japonya elektronik, İsveç finans sektöründe, Norveç deniz taşımacılığı, Kuzey İtalya tekstil ve deri ürünleri alanında, Hindistan-Bangalor yazılım sektöründe başarılı kümelenme örneklerinden bazılarıdır (Keskin, 2009:157-158).

Türkiye açısından bakıldığında kümelenme çalışmaları, 1999 depreminin yaralarının sarılmaya başlandığı dönemlerde başlamış ve en yaygın örnekleri organize sanayi bölgeleri ve teknoparklar olmuştur. Türkiye’de kümelenme ile ilgili ilk pilot çalışma Competitive Advantage of Turkey (CAT) grubu tarafından başlatılmıştır. Önceleri gönüllü bir teşekkül olan CAT grubu daha sonra Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu (URAK) altında bir sivil toplum kuruluşu hüviyeti kazanmıştır (Eraslan, vezirconsulting.com).

Türkiye’de, rekabet gücü taşıyan sektörlerin geliştirilerek ulusal kümelenme politikasına temel teşkil etmesi ve nihai olarak sürdürülebilir ihracat artışı

sağlayacak rekabetçi yapının geliştirilmesine katkı sağlamak amacıyla “Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi” hazırlanmış, 2007 yılı Mart ayında resmi olarak uygulamaya konmuş ve 2009 yılı Mart ayında proje tamamlanmıştır. Bu bağlamda Türkiye’de 10 pilot iş kümesi için yol haritası hazırlanmış ve bu pilot kümelerin gelişimi için gerekli olan hususlardetaylı olarak incelenmiştir. Bu Pilot kümeler Mersin İşlenmiş Gıda İş Kümesi, Ankara Yazılım İş Kümesi, Denizli-Uşak Ev Tekstili İş Kümesi, Ankara Makine İş Kümesi, Konya Otomotiv Yan Sanayii Kümesi, Muğla Yat Üretimi ve Yat Turizmi İş Kümesi, Eskişehir-Bilecik-Kütahya Seramik İş Kümesi, İzmir Organik Gıda İş Kümesi, Manisa Elektrik Elektronik Aletler İş Kümesi ve Marmara Otomotiv İş Kümelerinden oluşmaktadır (bodto.org).

Avrupa Birliği’nin mali işbirliği kapsamında 2007-2013 bütçe döneminde “Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne yakınsamasına ve bölgesel farklılıkların azaltılarak Türkiye’nin sosyal ve ekonomik kalkınmasına katkı sağlamak” amacıyla Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programı (BROP) hazırlanmıştır(sanayi.gov.tr). BROP Kapsamında 11 pilot küme için de kümelenme analizleri yapılmış ve bu 11 kümenin mevcut durumu ile kümelenme alanında ihtiyaç duyduğu temel hususlar ortaya konulmuştur. BROP kapsamında öne çıkan kümeler Kayseri-Mobilya, Gaziantep-Makine Halısı, Yozgat-Mobilya, Trabzon-Ağaç İşlemeciliği, Samsun-Dış Ticaret İşlemleri, Malatya-Kayısı, Erzurum-Kars-Kış Turizmi, Mardin-Turizm ve Çorum-Makine iş kümeleridir(bodto.org).

#### **4. KÜMELENME VE İNOVASYONUN REKABET GÜCÜNE ETKİSİ**

##### **4.1. Kümelenme ve Rekabet Gücüne Etkisi**

Küresel rekabet ortamında küçük ve orta ölçekli işletmeler, rekabet güçlerini arttırmak ve dünya pazarlarında söz sahibi olabilmek için yeni politika arayışları içine girmişlerdir. Küresel rekabet ortamı işletmelerin işbirliği çevresinin daha da genişletilmesini; üniversiteleri, araştırma kurumlarını, kamu kurumlarını, meslek kuruluşlarını ve hatta yerel yönetimleri içine almasını zorunlu kılmıştır (Küme Yönetimi, 2009:166).

Kümelenme önemlidir çünkü, bir firma kümeye dahil olduğunda daha verimli ve yenilikçi hale gelir. Bununla birlikte kümelenmeler diğer bölgelere göre yeni iş imkânları yaratılmasında önemli rol oynamaktadır. Kümelenmeler, içinde bulunan firmaların rekabet gücünü üç ana yoldan etkiler(Çağlar,2006:309).

Bunlar:İşletmelerin üretkenliğini ve verimliliğini arttırır, yenilikçiliği teşvik eder ve geliştirir, ticarileştirme sürecini hızlandırır.

#### **4.2. İnovasyon ve Rekabet Gücüne Etkisi**

Firmaların yeni ürün ve teknoloji kullanarak rekabet güçlerini artırabilmeleri için yenilik talebini teşvik edici bir ortamın olması gerekmektedir.Porter'a göre inovasyon rekabet gücünün kaynağıdır. Bilginin yoğun olarak kullanıldığı günümüz endüstrilerinde refah, maliyet düşüklüğünden çok inovasyon kabiliyetlerine dayanmaktadır. Kümelenme açısından bakıldığında inovasyon, üretkenliği ve rekabet gücüne etki etmektedir (Özgen,2009:52-60).

İnovasyon ülkeler için katma değer ve üretkenlik artışı sağlamakta ve rekabet gücünü artırmakta, bunun yanında küresel sorunların (iklim değişikliği, enerji güvenliği, bulaşıcı hastalıklar, yoksulluk vb.) çözümüne yardımcı olmaktadır(Çağlar, 2008).Yeni teknolojilerin ve küreselleşmenin yarattığı rekabet ortamında, uluslararası rekabet gücüne ulaşma becerisinin altında teknolojik yenilik konusunda uzmanlaşma yatmaktadır. Bu nedenle yeniliğin hızlı üretim ve gelir artışının olduğu kadar, uluslararası rekabet gücü kazanmanın da en temel belirleyicilerinden biri olduğu genel kabul görmektedir (Terzioğlu,2008:17).

#### **SONUÇ**

Kümelenmelerin kuruluş amaçlarının başında küresel düzeyde rekabet edebilirlik ve bu rekabetin sürdürülebilirliği gelmektedir. Bu bağlamda ülkenin ihracat performansı ne kadar iyiye küresel anlamda o kadar rekabet üstünlüğü elde edebilmektedir. Rekabet üstünlüğü sağlamanın koşulunun da düşük maliyetle kaliteli ürün üretmek olduğu düşünüldüğünde, konunun özünü verimlilik ve inovasyon kavramları oluşturmaktadır. Hızla artan rekabet ortamı ve hızla gelişen teknoloji, küresel ticaretin değişen kuralları, mikro temelli olarak, işletmeleri de daha yenilikçi ve daha verimli olmaya zorlamaktadır. Değişimi yönetebilmek, rekabet ortamında rakiplerden bir adım önde olmak için de inovasyon yani yenilikçiliği temel almak işletmelerin rekabet avantajı yakalaması bakımından oldukça önem arz etmektedir.

Küresel rekabet ortamında artık bireysel olarak rekabet eden firmaların yerini rekabet eden bölgeler almaktadır. Bu bakımdan kümeye dahil olmayan bir firmanın da uzun vadede rekabet şansı bulunmamaktadır. Bu nedenle kümelenme yaklaşımı aslında, diğer bölgesel gelişme araçlarının bir tamamlayıcısı



konumundadır. Bölgesel kümelenmelerin desteklenmesi bölgesel ekonomiyi geliştirecek bu da paralelinde yeni iş imkânlarının ortaya çıkmasını sağlayacaktır. Bu durum başta girişimciliği ve istihdamı arttıracak ve bu şekilde bölgelerin dolayısıyla ülkelerin uluslararası düzeyde rekabet gücünü olumlu yönde etkileyecektir.

## KAYNAKLAR

Çağlar, Esen, “Türkiye’de Yerelleşme ve Rekabet Gücü: Kümelenmeye Dayalı Politikalar ve Organize Sanayi Bölgeleri”, TR Ekonomi Araştırmaları Vakfı, 2006

Çağlar, Esen, “Türkiye’de Rekabet Gücü İçin Politika Çerçevesi: İnovasyon ve Kümelenmeler”, Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, 2008

Blanc, Le Gilles, “Regional Specialization, Local Externalities and Clustering in Information Technology Industries”, XII Villa Mondragone International Economic Seminar, University Tor Vergata, Roma, 2000

bodto.org, Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi, [http://www.bodto.org.tr/images/other/kumelenme\\_kapanis\\_etkinligi\\_basin\\_%20bilgi\\_%20notu.pdf](http://www.bodto.org.tr/images/other/kumelenme_kapanis_etkinligi_basin_%20bilgi_%20notu.pdf), E.T.: 05.03.2013

Eraslan, Hakkı, “Türkiye’de Kümelenme Projeleri ve Uygulamaları”, <http://www.vezirconsulting.com/turkiyede-kumelenme-projeleri-ve-uygulamaları> E.T.:03.03.2013

Eraslan, Hakkı, Melih Bulu ve İsmail Bakan, “Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar”, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 2008, 3:1

Gibbs, Robert M., Bernat, G. Andrew, “Rural Industry Clusters Raise Local Earnings”, Rural Development Perspectives, 1997, vol. 12, no.3

Godin, Benoît, In the Shadow of Schumpeter: W. Rupert Maclaurin and the Study of Technological Innovation, 2008

Gök, Abdullah, Oslo Klavuzu Işığında “Yenilik”, Tübitak Bilim, Teknoloji ve Yenilikçilik Politikaları Daire Başkanlığı, 2007

Gürsoy, Murat, “Kümelenme ve İnovasyon”, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı OSB Üst Kurulu, 2008, [www.izmiryenilik.com](http://www.izmiryenilik.com), Erişim: 27.03.2013

Humphrey, John, Schmitz, Hubert, “TheTriple C Approach to Local Industrial Policy”, World Development, 1996, Vol.24

Keskin, Hidayet, “Kümelenme ve Sektörel Bağlantıları Açısından Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinin Değerlendirilmesi”, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmış Doktora Tezi), 2009

Küme Yönetimi, Uygulama Klavuzu, KOSGEB, 2009

Mirhosseini, SeyedValiollah, “TheStudy of IndustrialClustersPerformance in IslamicRepublic of Iran”, International Journal of AcademicResearch in Business andSocialSciences, Vol.2, No.3, 2012

Morosini, Piero, “IndustrialClusters, Knowledge Integration andPerformance”, International Institute for Management Development (IMD), Lausanne, Switzerland, 2004

Özgen, Buğra Doğan, “Küresel Rekabette İnovasyon ve Bilginin Rolü: Kümelenme Modeli ve Politikaları”, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), 2009

Porter, Michael E., “Clusters and the New Economics of Competition”, Harvard Business Review, 1998

Rosenfeld, Stuart, “Industry Cluster: Business Choice or Policy Outcome or Branding Strategy?”, 2005

Sanayi.gov.tr, Katılım Öncesi Yardım Aracı (IPA) ve Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programı, <https://ipa.sanayi.gov.tr/tr/content/genel-bilgi/35> E.T.: 05.04.2013

Saxena, S.B. ve Lozac’h, “Competitiveness in the Garment and Textile Industry: Creating a Supportive Environment: A Case Study of Bangladesh”, The Asian Foundation, Occasional Paper, 2010, No:1

Sen, Falguni K., William G. Egelhoff, “Innovative Capabilities of a Firm and the Use of Technical Alliances”, IEEE Transactions on Engineering Management, 2000, vol:47, No2

Sturgeon, Timothy J., “What Really Goes On In Silicon Valley? Spatial Clustering and Dispersion In Modular Production Networks”, Industrial Performance Center – Massachusetts Institute of Technology IPC Working Paper Series, 2003

Terzioğlu, Mustafa, “İşletmelerde İnovasyon Yeteneđi: Denizli Tekstil Sektörü Örneği”, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,(Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi), Muğla, 2008