

ULUSAL VE ULUSLARARASI REKABETİN GELİŞTİRİLMESİNDE KÜMELENME POLİTİKASI: KAYSERİ MOBİLYA SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA*

Yrd. Doç. Dr. Kıvanç Halil ARIÇ*

Öz

M. Porter'ın Rekabetçi Üstünlükler Teorisi kapsamında ortaya koyduğu kümelenme yaklaşımı ve Elmas Modeli, endüstrilerin rekabetçi üstünlüklerinin analiz edilmesinde kullanılmaktadır. Bu çalışmanın amacı kümelenme dinamikleri ile Kayseri mobilya sektörünün uluslararası rekabetçiliği arasındaki ilişkinin ve kümelenme dinamiklerinin kendi aralarındaki ilişkinin korelasyon yöntemiyle analiz edilmesidir.

Korelasyon analizi sonuçlarına göre Elmas Modeli faktörleri ile Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinin uluslararası rekabetçiliği arasında istatistiksel olarak anlamsız ilişkiler bulunmuştur. Bu nedenle kümelenmenin rekabetçilik durumu, tanımlayıcı istatistikler temelinde incelenmiştir. Kümelenme dinamiklerinin kendi aralarındaki ilişkiler ise istatistiksel olarak anlamlı ve teoriyi destekler şekilde pozitif yönlü olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kümelenme, Elmas Modeli, Kayseri Mobilya Sektörü, Korelasyon Analizi

CLUSTERING POLICY IN THE IMPROVEMENT OF DOMESTIC AND INTERNATIONAL COMPETITIVENESS: AN APPLICATION IN KAYSERİ FURNITURE SECTOR

Abstract

Porter's Competitive Advantage Theory within the scope of theory cluster approach and Diamond Model is used to analyze the competitive advantage of industries. This study analyzes the relationship between the clustering dynamics of firms and the international competitiveness of Kayseri furniture sector. Relationship between cluster dynamics are also analyzing with correlation analysis.

According the correlation analysis results, relationship between Diamond Model factors and cluster's international competitiveness is statistically insignificant. For this reason cluster's competitiveness is analyzed by descriptive statistics. Relationship of the cluster dynamics between each other is positive and statistically significant. This result is also same as theory results.

Keywords: Clustering, Diamond Model, Kayseri Furniture Sector, Correlation Analyze

* Bu çalışma Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Prof. Dr. Rıfat YILDIZ danışmanlığında hazırlanmış olan "Ulusal ve Uluslararası Rekabetin Geliştirilmesinde Kümelenme Politikası: Kayseri Mobilya Sektöründe Bir Uygulama" adlı doktora tezinin bir kısmından oluşmaktadır.

* Cumhuriyet Üniversitesi, İ.İ.B.F., Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, halilaric@gmail.com

1. Giriş

Günümüz dünyasında ülkelerin ekonomik anlamda büyüebilmeleri ve piyasalarda diğer ülkeler ile rekabet edebilmeleri, söz konusu ülkelerdeki firmaların faaliyetleri ile yakından ilişkili hale gelmiştir. Bu nedenle firmalar ve faaliyet gösterdikleri sektörler bazında yapılacak çalışmalar önem kazanmaktadır.

Porter'ın Rekabetçi Üstünlükler Teorisi'nde ortaya koymuş olduğu Elmas Modeli, firmaların belirli bir coğrafyada bir araya gelerek üretim yapabilmelerini sağlayan kümelenme dinamiklerini içermektedir. Söz konusu dinamikler ülkenin veya yerelin kendine özgü yapısına göre şekillenmektedir. Porter, bu dinamiklerin kümelenmenin uluslararası rekabetçiliği üzerinde olumlu katkıları olabileceğini ve aynı zamanda bu dinamiklerin kendi aralarında olumlu etkileşimler içinde olduğunu da belirtmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Kayseri mobilya sektörü kümelenme dinamiklerini sektörün ihracatı açısından analiz ederek, kümelenme dinamiklerinin sektörün uluslararası rekabetçiliği üzerinde ne ölçüde etkili olduklarının ortaya konulmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca Kayseri mobilya sektörü kümelenme dinamiklerinin kendi aralarındaki ilişki düzeylerini belirleyerek, birbirleri arasındaki ilişkinin nasıl bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymak da diğer bir amaçtır.

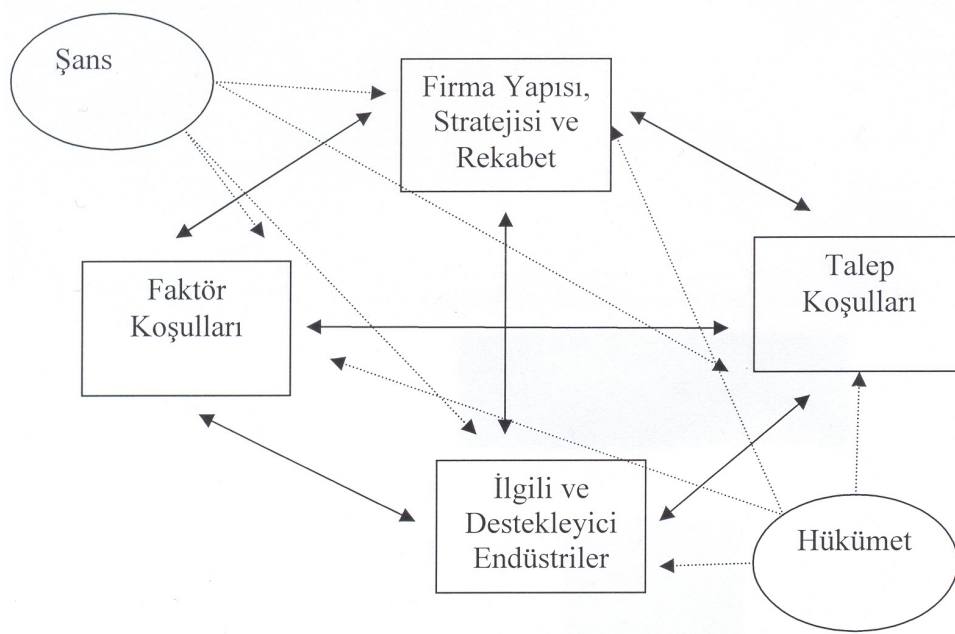
Bu çalışmanın özgünlüğü iki şekilde ortaya çıkmaktadır. İlki kullanılacak olan yöntemden kaynaklanmaktadır. Zira Türkçe literatürdeki Elmas Modeli'ne ilişkin çalışmalarda korelasyon analizi kullanılan bir yöntem izlenildiğine rastlanılmamıştır. İkincisi ise Porter'ın teorisinde belirtmiş olduğu, Elmas Modeli faktörlerinin kendi aralarındaki etkileşimlerinin test edilmesidir. Türkçe literatüre bakıldığında, Elmas Modeli faktörlerinin kendi aralarındaki etkileşime yönelik bir tespitte rastlanılmamıştır.

Porter¹ "Ulusların Rekabetçi Avantajları" adlı çalışmasında, ülkedeki verimliliğin ve dolayısıyla rekabetin geliştirilmesinde ekonominin tümüne odaklanılmaması gerektiğini belirtmektedir. Ayrıca verimlilik artışının açıklanmasında ülkedeki beşeri kaynakların ve teknolojinin geliştirilmesi konuları üzerinde durulduğunu fakat bu konular üzerinde çok genel politika önerilerinde bulunulmasının hatalı olabileceğini ifade etmektedir. Söz konusu nedenlerden ötürü, bu çalışmanın kapsamı bakımından, sadece belirli bir sektör araştırma konusu yapılmıştır. Porter'ın modeline ilişkin ve ortalamaları alınmak suretiyle analizlerde kullanılan değişkenlerin neler olduğuna dair geniş bilgiye bulgular bölümünde yer verilmiştir.

¹ Porter, E. M. (1998a), *The Competitive Advantages of Nations*, New Edition, Palgrave. p.19

2. Teorik Çerçeve: Kümelenme Dinamikleri

Porter'ın ortaya koymuş olduğu Elmas Modeline göre belirli bir bölgenin avantajını belirleyen ve birbirleriyle ilişkili olan dört unsur vardır. Bunlar (1) faktör koşulları; (2) talep koşulları; (3) ilgili ve destekleyici endüstriler; (4) firma yapısı, stratejisi ve rekabettir. Şans ve hükümet faktörleri ise bu dört faktörü etkilemektedir. Fakat tek başlarına belirleyici özellikleri yoktur².



Şekil 1. Porter'ın Elmas Modeli

Kaynak: Porter, 1998a:72.

Elmas modelindeki dinamikler birbirlerini karşılıklı olarak desteklemektedirler. Dinamiklerden birinin etkisinin oluşması için diğer dinamik koşulların oluşması gerekmektedir. Örneğin talep koşulları dinamiği, firmaların bu talebe karşılık verecek kadar rekabetçi olmamaları durumunda, rekabetçi üstünlüklere ulaşılmasında tek başına etkili değildir³.

² Neven, David and Cornelia L. M. Dröge (2001), "A Diamond for the Poor? Assessing Porter's Diamond Model for the Analysis of Agro-Food Clusters in the Developing Countries", İnternet Adresi: <http://www.agrifood.info/AgriFood/members/Congress/Congress2001Papers/Symposium/Neven.pdf>, p.4

³ Porter, 1998a, p. 72.

Porter⁴, ülkelerin rekabetçiliklerinde belirleyici olan Elmas Modeli faktörlerinin, firmaların belirli bir yerelde, coğrafyada kümelenerek üretim yapmaları üzerinde etkili olduğunu belirtmektedir. Bu çerçevede Elmas Modeli'nde yer alan faktörlerin, aynı zamanda kümelenmenin dinamikleri olduğunu belirtmektedir. Söz konusu dinamikler Porter'ın "Ulusların Rekabetçi Avantajları" adlı eserinden hareketle açıklanmaktadır.

2.1. Faktör Koşulları

Porter, temel faktör koşulları olarak doğal kaynaklar, iklim, coğrafik şartlar ve demografi gibi unsurları işaret etmektedir. Gelişmiş faktörler olarak ise iletişim altyapısı, vasıflı işgücü ve araştırma kurumları gibi unsurları belirtmektedir. Bu tip üretim faktörleri bireylerin, firmaların ve hükümetlerin yatırımları sonucunda oluşmaktadır. Temel faktör koşulları, rekabetçi avantajlara ulaşılmasında başlangıçta ön plana çıkabilir ve gelişmiş faktör koşullarını destekleyici bir özelliğe sahip olabilir. Fakat bu durum terside mümkün olabilir. Şöyle ki, bir ülkedeki temel faktör koşullarının yetersiz olması, firmaları ve hükümetleri gelişmiş üretim faktörlerine yatırım yapılması konusunda baskı yapabilir. Örneğin firmaların işçi çıkarmasının güç olduğu Almanya, İsveç ve Japonya'da otomobil üretim firmaları, gelişmiş bir üretim faktörü olan otomasyon sistemini geliştirerek, emek faktörünün yerine kullanmaya başlamışlardır⁵.

Temel faktör koşulları stratejik endüstrilere rekabetçi avantajlar sağlaması bakımından oldukça genellenebilir ve statik yapıya sahiptirler. Gelişmiş faktör koşulları ise endüstrilerin rekabetçi avantajlarının ortaya konulmasına, dinamik bir şekil kazandırmıştır⁶.

2.2. Talep Koşulları

Porter, ülkelerin uluslararası rekabetçiliklerini açıklarken, Linder'den⁷ ayrı olarak, ülkeler arasındaki talep farklılıkları üzerinde durmaktadır. Porter'a göre yurtiçindeki talebin büyüklüğü tek başına önemli bir etken değildir, aynı zamanda yurtiçindeki tüketicilerin davranış nitelikleri de önemlidir⁸.

⁴ Porter, E. M. (1998b), "Clusters and the New Economics of Competition", *Harvard Business Review*, November-December, 77-90.

⁵ Grant, R. M. (1991), "Porter's 'Competitive Advantage of Nations': An Assessment". *Strategic Management Journal*, 12(7), pp. 535-548, p. 537

⁶ Porter, 1998a, p. 74

⁷ Linder çalışmasında, endüstri içi ticareti açıklamada, talep koşullarını kullanmıştır. Linder'in hipotezine göre, kişi başı milli gelirleri birbirine yakın ülkelerin, tüketim alışkanlıkları benzer bir yapıya sahip olacaktır.

⁸ Smit, A. J. (2010). "The Competitive Advantage of Nations: Is Porter's Diamond Framework a New Theory That Explains the International Competitiveness of Countries?". *Southern African Business Review*, 14(1), 105-130, p. 116

Porter, nitelikli ürün talep eden tüketicilerin olduğu bir ülkenin, bu nitelikleri dikkate alarak üretim yapan firmalar vasıtasıyla rekabetçi üstünlükler elde edebileceğini belirtmektedir. Örneğin Almanya'daki tüketicilerin dayanıklı ve yüksek performanslı otomobillere yönelik talepleri, Almanya'yı dünyadaki lüks sınıf otomobil üretiminde üst sıralara taşımıştır⁹.

2.3. İlgili ve Destekleyici Endüstriler

Destekleyici endüstriler bakımından rekabetçi avantajlara bakıldığında, bir firmanın maliyeti yüksek olan girdileri hızlı ve öncelikli olarak kendi ülkesindeki destekleyici endüstriden temin edilmesi bir avantaj olarak gösterilebilir. Örneğin İtalya dünyanın önde gelen altın ve gümüş kuyumculuk endüstrisine sahiptir. Bunun nedeni ise kuyumculukta kullanılan makinelerin dünyadaki üretiminin üçte ikisinin İtalyan firmaları tarafından üretilmesidir¹⁰. İtalya'daki ekipman tedarikçilerinin yurtiçi piyasada kendi aralarındaki yoğun rekabeti, beraberinde cazip fiyatları ve duyarlı hizmeti getirmektedir¹¹. Destekleyici endüstrilerde, tedarikçilerin tedarik yaptıkları endüstriye yeni bilgiler ve yöntemler aktararak, endüstrinin rekabetçiliğini olumlu etkilemeleri söz konusudur.

İlgili endüstriler bakımından rekabetçi avantajlara bakıldığında, rekabetçilik içerisinde ve değer zinciri çerçevesinde bir arada bulunan firmaların, bir malın üretim sürecinin belirli aşamalarında yer almalarıyla şekillenmektedir. Üretim faaliyetlerinin paylaşımı kapsamında; teknolojinin geliştirilmesinde, üretimin yapılmasında, dağıtımın gerçekleştirilmesinde, pazarlamada ve satış sonrası hizmetlerde farklı firmaların faaliyetlerde bulunmaları söz konusudur¹². Ülkedeki herhangi bir endüstrinin, ara malı üreticisinin (tedarikçi) çok sayıda olması ve bunların rekabet içerisinde olmaları, söz konusu malları kullanan firmalara etkin üretim koşullarında girdi sağlayacaktır¹³.

Örneğin İsviçre'de bitkisel şeker üreticisi olan Ricola firması, ürünlerinin yurtdışına dağıtılmasında İsveç'in çikolata firması olan Tobler/Jacobs'u kullanmıştır¹⁴.

2.4. Firma Yapısı, Stratejisi ve Rekabet

Porter'a göre, yönetim sistemlerinin hiçbirisi evrensel nitelik taşımamaktadır. Endüstriler kendi ülke koşullarına uyum sağlayacak bir şekilde yönetim uygular.

⁹ Grant, 1991, p. 538

¹⁰ Porter, 1998a, p. 101

¹¹ Porter, 1998a, p. 103

¹² Porter, 1998a, p. 105

¹³ Erkekoğlu, H. (2008). *İmalat Sanayi Rekabet Gücü Araştırması: Kayseri Örneği*. Ankara: Palme Yayıncılık., s. 29

¹⁴ Porter, 1998a, p. 105

lamalarını ve organizasyon yapılarını şekillendirmektedirler. Örneğin İtalyan firmaları daha çok odaklanma stratejisini kullanarak daha çok kendi özelliklerine uygun niş (belirli darlıkta ve derinlikte) ürünler üretmektedirler¹⁵.

Bir ülkenin, firmaların organizasyonlarını ve yönetimlerini etkilemesi farklı açılardan mümkün olmaktadır. Ülkedeki hükümete karşı tutum, bireyler arasındaki ilişkileri düzenleyen kurallar, çalışanların yönetime karşı tutumları, bireysel veya grup davranışlarına ilişkin sosyal normlar, firmaların organizasyonları ve yönetimleri üzerinde etkili olmaktadır. Tüm bu etkenlerin oluşumunda ise ülkenin eğitim sistemi, sosyolojik ve dinsel geçmişi, aile yapıları gibi çok sayıdaki koşullar etkili olmaktadır¹⁶.

Porter'a göre, uluslararası rekabet şartlarında başarılı olan firmalar arasında kuvvetli bir rekabet söz konusudur. Yurtiçindeki rekabet beraberinde firmaların gelişmesini ve inovatif davranmalarını sağlamaktadır. Yereldeki rakip firmalar kendi üretim alanlarındaki, maliyetlerin düşmesini, kalitenin artırılmasını ve servis hizmetlerinde daha sorumlu olunmasını tahsis etmektedirler. Rekabet aynı zamanda firmaları yeni ürünler üretmeye ve yeni üretim süreçlerini kullanmaya teşvik etmektedir¹⁷.

Yurtiçindeki güçlü rekabet koşulları firmalara aynı zamanda diğer ülkelerin piyasalarına açılma fırsatı da sunmaktadır. Belirli bir ölçek ekonomisine ulaşan yereldeki rakip firmalar, uluslararası piyasalara açılmaya yönelirler. Örneğin Almanya'daki kalem üreticisi Staedtler firması lider bir firma olarak uluslararası piyasalara açılmıştır. Yine Alman kalem üreticisi olan Faber-Castell firması, Staedtler firmasının bu başarısından etkilenerek ve yurtiçindeki rakip firma karşısındaki konumunu güçlendirmek amacıyla, uluslararası piyasaya açılmıştır.

2.5. Şans Faktörü

Şans faktörü savaş ve doğal afetler gibi dışsal olarak gerçekleşen olayların ülkenin veya endüstrilerin rekabet koşullarını etkilemesi şeklinde ortaya çıkmaktadır¹⁸. Şans koşulları, firmaların veya endüstrilerin rekabetçilik koşullarını dönüştürme uğratabilmektedir. Bu dönüşüm mevcut rekabetçi avantajların ortadan kalkmasına veya firmaların yeni koşullara uyum sağlayarak avantajların farklı alanlarda elde edilmesine yol açabilmektedir¹⁹. Örneğin ABD'ye düzenlenen 11 Eylül saldırı-

¹⁵ Porter, 1998a, p. 108

¹⁶ Porter, 1998a, p. 109

¹⁷ Porter, 1998a, p. 118

¹⁸ Barragan, Salvador (2005), "Assessing the Power of Porter's Diamond Model in the Automobile Industry in Mexico After Ten Years Later", İnternet Adresi: <https://www.uleth.ca/dspace/bitstream/handle/10133/586/barragan,%20salvador.pdf?sequence=1>, p. 7

¹⁹ Porter, 1998a, p.124

ları, ABD'nin Meksika'dan yapmak olduğu ithalatı azaltmış ve Meksika'nın ihracatında olumsuz etkilere yol açmıştır²⁰.

2.6. Hükümet Faktörü

Hükümet faktörü; sübvansiyonlar, sermaye piyasası düzenlemeleri, eğitim politikaları gibi uygulamalarla Elmas faktörlerini etkileyebilir²¹.

Porter'a göre, hükümet faktörü ulusal rekabetçilik açısından önemli olmasına karşın, rekabetçilik üzerindeki etkisi kısımlıdır. Ulusal rekabetçiliğin tahsis edilmesinde sadece hükümet politikalarının uygulanması, tek başına yeterli değildir ve başarılı olma ihtimali zayıftır. Hükümet politikaları, ülkenin rekabetçi üstünlüklerini hızlandırabilmekte veya geliştirebilmektedir. Fakat Elmas Modeli'ndeki diğer unsurlar hükümet faktörü üzerinde etkili değildir²².

3. Literatür Özeti

Porter²³, "Ulusların Rekabetçi Avantajları" adlı çalışmasında, kümelenmenin teorik temellerini, rekabetçi avantajlar çerçevesinde ortaya koymuştur. Porter çalışmasında esas olarak, Klasik dış ticaret teorileri ve yeni dış ticaret teorilerinin eksiklikleri üzerinden hareket etmiştir. Cortright²⁴ kümelenmenin aktörleri arasındaki ilişkilere ve kümelenmenin yaşam döngüsü üzerinde tespitlerde bulunmuştur. Ketels ve Memedoviç²⁵ kümelenmenin; rekabetçilik ve ekonomik büyüme üzerine etkisi konularını incelemişlerdir. Aziz ve Norhashim²⁶, bilgi, teknoloji ve inovasyonun kümelenme üzerine etkilerini, kümelenmede Elmas Modeli ve kümelenmenin yaşam döngüsü üzerinde tespitlerde bulunmuşlardır. Barkley ve Henry²⁷, kümelenmenin firmalara ve endüstriyel bölgelere sağlamış olduğu avantajları incelemiştir.

²⁰ Barragan, 2005, p. 7

²¹ Porter, 1998a, p. 127

²² Porter, 1998a, p. 128

²³ Porter, 1998a

²⁴ Cortright, J. (2006). Making Sense of Clusters: Regional Competitiveness and Economic Development. *A Discussion Paper Prepared for The Brookings Institution Metropolitan Policy Program*, İnternet Adresi: [http://www.brookings.edu/metro/pubs/20060313_clusters .pdf](http://www.brookings.edu/metro/pubs/20060313_clusters.pdf) Erişim Tarihi: Eylül 2010.

²⁵ Ketels C. H. M. and O. Memedoviç (2008), "From Clusters to Cluster-Based Economic Development", *Int. J. Technological Learning Innovation and Development*, Vol. 1, No. 3, 375-392.

²⁶ Aziz, K. A. and M. Norhashim. (2008). "Cluster-Based Policy Making: Assessing Performance and Sustaining Competitiveness". *Review of Policy Research*, 25 (4), 349-375.

²⁷ Barkley, D. L. and M. S. Henry. (1997). "Rural Industrial Development: To Cluster or Not to Cluster?". *Review of Agricultural Economics*, 19 (2), pp. 308-325.

lerdir. Kuah²⁸, kümelenme ile verimlilik, kümelenme ve büyüme, kümelenme ve dışsallıkların birikimi arasındaki ilişkilere yönelik açıklamalarda bulunmuştur. John ve Pouder²⁹, kümelenmenin oluşumu ve kümelenme aktörlerini incelemiştir. Diez ve Esteban³⁰, kümelenme politikaları üzerinde tespitler yapmışlardır. Steinle ve Schiele³¹, kümelenenin oluşumu ve kümelenmenin firmalara ne gibi faydalar sağlayacağı konularını incelemiştir.

Bulu ve diğerlerinin³², ODTÜ bilişim kümelenmesi üzerine yapmış oldukları çalışmada Elmas Modeli uygulanmış ve bu çerçevede açık uçlu anket sorularıyla alan çalışması yapılmıştır. Gürpınar ve Barca³³'nin, Türk mobilya sektörünün uluslararası rekabet gücü üzerine yapmış oldukları çalışmada, Elmas Modelini kullanmışlardır. Konu hakkında kaynak taramasıyla ve rekabet gücü endeks değerlerini kullanarak durum tespiti yapmışlardır. Gürpınar³⁴, Türk mobilya sektörü rekabetçilik analizi çalışmasında Elmas Modelini likert ölçeğinde uygulamış ve genel istatistikî bilgiler ortaya koymuştur.

Markus³⁵, Macaristan Uluslararası Araştırma ve Teknoloji Ofisi ve Pecs Üniversitesi'nin ortaklaşa hazırlamış olduğu firma düzeyindeki bilgileri içeren veri tabanını kullanarak, firma seviyesindeki rekabetçiliği Elmas Modeli çerçevesinde analiz etmiştir. Chhean³⁶, Elmas Modelindeki faktörlerin, Kamboçya'daki giyim

²⁸ KUAH, Adrian T. H. (2002), "Cluster Theory and Practice: Advantages for the Small Business Locating in Vibrant Cluster", *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Vol. 4, Issue. 3, pp. 206-228.

²⁹ John, Caron H. St.and Richard W. Pouder (2006); "Technology Clusters versus Industry Clusters: Resources, Networks, and Regional Advantages", *Growth and Change*, Vol. 37, No. 2, pp. 141-171.

³⁰ Diez, M. A. and M. S. Esteban. (2000, October). "The Evaluation of Regional Innovation and Cluster Policies: Looking for New Approaches". *Forth EES Conference*, Lausanne, p. 1-30.

³¹ Steinle C. And C. Schiele (2002), "When Do Industries Cluster? A Proposal on How to Assess an Industry's Propensity to Concentrate at a Single Region or Nation", *Research Policy* 31, İnternet Adresi: <http://gshp.gsnu.ac.kr/~india93/way-board/db/free/file/when%20do%20industries%20cluster.pdf>, Erişim tarihi: 10.03.2010

³² Bulu, M., H. Eraslan ve Ö. Şahin. (2004). "Elmas (Diamond) Modeli İle Ankara Bilişim Kümelenmesi Rekabet Analizi". (3.Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 25 - 26 KASIM 2004, Eskisehir), Turkey.

³³ Gürpınar, K. ve M. Barca. (2007). "Türk Mobilya Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü Düzeyi ve Nedenleri". *Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2), 41-62.

³⁴ Gürpınar, K. (2007). *Türk Mobilya Sektörü Rekabet Gücü Üzerine Bir Araştırma*. Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Afyon.

³⁵ Markus, G. (2008). "Measuring Company Level Competitiveness in Porter's Diamond Model Framework". *Symposium for Young Researchers: Proceedings*, İnternet Adresi: <http://kgk.bmf.hu/system/files/MarkusGabor.pdf>, (Erişim Tarihi: 21.02.2011)

³⁶ Chhean, P. (2009). "Competitiveness Analysis of the Garment Industry in Cambodia". *International Conference on the Role of Universities in Hands-On Education*, Rajamangala University of Technology Lanna, Thailand, ss. 677-695.

sektörünün rekabetçiliği üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Alan çalışmasında anket uygulaması yapılarak veriler toplanmıştır. Veriler logit regresyon modeli kullanılarak analiz edilmiştir.

Türkçe literatürdeki Elmas Modeli'ne ilişkin çalışmalarda korelasyon analizi kullanılan bir yöntem izlenildiğine rastlanılmamıştır. Eraslan vd.³⁷'nin Bilecik mermer sektörünün, Bulu ve Eraslan³⁸'nin Bolu ili turizm sektörünün, Eraslan vd.³⁹'nin Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün, Bulu vd.⁴⁰'nin Türk gıda sektörünün uluslararası rekabetçilik düzeyine ilişkin Elmas Modeli kullanarak yapılan çalışmalarda kullanılan yöntem; firmalar üzerinde yarı yapıli derinlemesine mülakat⁴¹ uygulaması ile veriler toplanmış ve ardından elde edilen veriler, Elmas Modeli'nde yer alan faktörler dikkate alınarak; düşük (-1), orta (0), yüksek (1) şeklinde aralı ölçüm kullanılarak değerlendirilmiştir.

4. Metodoloji

Bu kısımda alan çalışmasının kapsamı, ankete ilişkin bilgiler, değişkenlerin oluşturulması ve istatistiksel uygulamaya ilişkin bilgiler yer almaktadır.

4.1. Alan Çalışmasının Kapsamı

Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın yapmış olduğu çalışmaya göre Kayseri ilinde mobilya sektörü çerçevesinde kümelenme vardır⁴². Mobilya sektörü ortaya koyduğu 260.000 doğrudan istihdam ile ülkemizde önemli bir yere sahiptir. Bu istihdam rakamına yan sanayi dallarının istihdamı da eklenince doğrudan ve dolaylı olarak yaklaşık iki milyonluk bir nüfusa istihdam olanağı sunduğu söylenebilir⁴³. Türkiye'nin neredeyse her ilinde mobilya üretimi yapan işletmelere rastlamakla birlikte

³⁷ Eraslan, H., İ. İpçioğlu, G. Haşit ve B. Erşahan. (2008). "Bilecik Bölgesi Mermer Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Analizi: Sektörel Sorunlar ve Çözüm Önerileri". *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (10), 193-217.

³⁸ Eraslan, İ.H., M. Bulu ve İ. Bakan. (2008). "Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar". *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5 (3).

³⁹ Eraslan, İ. H., İ. Bakan ve A. D. Helvacioğlu Kuyucu. (2008). "Türk Tekstil ve Hazır giyim Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi". *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (13), 265-300.

⁴⁰ Bulu, M. ve İ. H. Eraslan. (2008). "Bolu İli Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Analizi". *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi* (SOİD), 5 (1), 1-33.

⁴¹ Yanıtlayıcıya belirlenmiş sorular sorulmasının yanı sıra yanıtlayıcının, sorular dışında kendi fikirlerini belirtmesine imkân tanınmasıdır.

⁴² Cluster Turkey, İnternet Adresi: <http://www.clusterturkey.com/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFAA6AA849816B2EF1D0C78595477C54E>, (Erişim Tarihi: Mart 2011).

⁴³ Mobilya Sanayi İşadamları Derneği (MOBSAD). (2009). 2008 Yılı Mobilya Sektörü Raporu, İnternet Adresi: <http://www.mobsad.com/asp/index.asp?bno=27& dil=Tr&Sayfa=MOBSAD%202008%20MOB%20DDLYA%3Cbr%3E%20%20SEKT%D6R%20RAPORU>, (12.02.2011), s. 12

Kayseri, Bursa (İnegöl), İzmir, Ankara, İstanbul ve Adana illerinde üretim tesislerinin sıklaştığı görülmektedir. İstihdam düzeyi sıralamasında İstanbul'u sırası ile Ankara, Kayseri, Bursa ve İzmir takip etmektedir⁴⁴. TÜİK verilerine göre Kayseri, firma başına düşen 11,5 kişilik istihdam düzeyi ile Türkiye ortalamasının üzerinde eleman istihdamı yapmaktadır. Ayrıca 300 ve daha üzeri işçi çalıştıran Türkiye'deki ilk 10 mobilya firmasından 5'i Kayseri ilinde faaliyet göstermektedir. Bu durum Kayseri'nin büyük ölçekli mobilya firmalarının yoğunlaştığı bir il olduğunu göstermektedir⁴⁵.

Kayseri'de faaliyet gösteren mobilya sektörü kümelenmesi gerek istihdam kapasitesi ve gerekse büyük ölçekli firmaları bünyesinde bulundurması nedeniyle, üzerinde araştırma yapılması gereken bir yapıya sahiptir. Bu nedenle mekân olarak Kayseri mobilya sektörü kümelenmesi üzerinde durulmaktadır.

4.2. Ana Kütlenin Belirlenmesi ve Sınırlılıklar

Bu çalışmada, uluslararası rekabetçiliğin belirleyicisi olarak ilgili sektördeki firmaların ihracat rakamları kullanıldığından, Kayseri mobilya sektörü kümeleneğinde yer alan mobilya ihracatçısı firmalar, araştırmanın ana kümesini oluşturmaktadır.

Ana kütlenin oluşturulmasında kullanılacak olan firmaların tespit edilmesinde Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri'nin (OAİB) kayıtlarından yararlanılmıştır. OAİB'nin kayıtlarında 46 tane mobilya ihracatçısı firma tespit edilmiştir. Tespit edilen firmalardan 42'si ankete katılmışlardır. Ana kütlede yer alan 46 firmadan 42'sine bir başka deyişle mobilya sektörüne ait toplam ihracatçı firmaların %91'ine ulaşılmıştır.

4.3. Anket Formunun Hazırlanması

Anket formu geliştirilirken World Economic Forum (WEF)'in yayınlamakta olduğu, M. E. Porter ile Klaus Schwab'ın hazırlamış olduğu Global Competitiveness Report⁴⁶ (Küresel Rekabetçilik Raporu)'un 2009-2010 yılı sayısındaki likert ölçeğine göre hazırlanmış anket soruları temel alınmıştır.

⁴⁴ T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı (2011), Mobilya Sektörü Raporu, Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi, Ocak, İnternet Adresi: <http://sgm.sanayi.gov.tr/Files/Documents/mobilya-sekt-27-01-2011-28012011151414.pdf>, (22.02.2011), 1-25., s. 10

⁴⁵ T. C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010, s. 10

⁴⁶ *World Economic Forum (WEF)*, Global Competitiveness Report 2009-2010, İnternet Adresi: <https://members.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010fullreport.pdf>, (Erişim Tarihi: 18.12.2010).

4.5. Değişkenlerin Oluşturulması ve Korelasyon Analizi

Ural ve Kılıç⁴⁷'in belirttikleri gibi, basit korelasyon analizi iki değişken arasındaki ilişkiyi gösterir. Söz konusu değişkenlerin bağımlı-bağımsız değişkenler olarak nitelendirilmesinin bir önemi yoktur. Basit korelasyon analizinde iki değişken arasındaki ilişkinin düzeyi (gücü) ve bu ilişkinin yönü belirlenmektedir. Korelasyon analizinin yapılabilmesi için her iki değişkenin de sürekli değişken olması gerekmektedir. Ancak böylelikle değişkenler arasındaki ilişki Pearson korelasyon katsayısıyla belirlenir.

Korelasyon katsayısı (r), -1 ile +1 arasında değerler alır (-1 ≤ r ≤ +1). Sıfıra yakın değerler iki değişken arasında doğrusal ve zayıf yönlü bir ilişki olduğunu belirtir. -1 veya +1'e yakın değerler ise iki değişken arasında doğrusal ve güçlü bir ilişkinin olduğunu ifade eder. Negatif işaretli değerler, değişkenler arasındaki ilişkinin ters yönlü olduğunu, pozitif değerler ise ilişkinin aynı yönlü olduğunu göstermektedir⁴⁸.

Değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyinin (gücünün) değerlendirilmesinde, korelasyon katsayısı ile elde edilen sayının pozitif veya negatif olması önemli değildir. Söz konusu değerlerin mutlak değeri dikkate alınmaktadır. Değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyi (gücü), korelasyon katsayısının 0 ile 0,25 arasında olması halinde zayıf, 0,50 ile 0,69 arasında olur ise orta, 0,70 ile 0,89 olması durumunda kuvvetli, 0,90 ile 1 arasında olması halinde ise çok kuvvetli olarak yorumlanabilir. Şunu da belirtmek gerekir ki söz konusu bu sınıflama literatürde farklılıklar göstermektedir⁴⁹.

Korelasyon katsayısının hesaplanmasında aşağıdaki formül kullanılmaktadır.

$$r = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2 \sum (y_i - \bar{y})^2}}$$

Bu formülde x_i ve y_i iki değişkene ait $i = 1, 2, 3, \dots, n$ 'e kadar olan verileri \bar{x} ve \bar{y} ise iki değişkene ilişkin aritmetik ortalamaları ifade etmektedir⁵⁰.

Anket uygulamasında kullanılan 5'li likert ölçeğinde, sorulara verilen yanıtların değerleri önem derecelerine göre sıralanmaktadır. Bu açıdan değişkenler

⁴⁷ Ural, A. ve İ. Kılıç (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. (1. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık. s. 219

⁴⁸ Bayram, N. (2009). *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*. (2. Basım). Bursa: Ezgi Kitabevi. s. 179

⁴⁹ Ural ve Kılıç, 2005, s.220

⁵⁰ Ural ve Kılıç, 2005, s.220

süreksiz bir nitelik arz etmektedirler. Korelasyon analizinin yapılabilmesi için değişkenlerin sürekli ve nicel oransal ölçme düzeyinde ölçülmüş değişkenler olduğu durumlarda hesaplanır. Bunun için Elmas Modeli faktörlerine ilişkin soruların ortalama değerleri alınarak, her bir faktörün ortalama değeri elde edilmiştir⁵¹. Korelasyon analizinde değişkenlerin normal dağılım göstermesi halinde, değişkenler arasındaki ilişki Pearson korelasyon katsayısı ile belirlenir. Değişkenlerin normal dağılım göstermemesi halinde ise Kendall's tau-b veya Spearman korelasyon katsayılarına göre değişkenler arasındaki ilişki belirlenir⁵².

Faktör değişkenine, anket formunda yer alan faktör koşullarına ilişkin 10 adet soruya, yanıtlayıcı firmaların vermiş oldukları cevapların ortalaması alınarak ulaşılmıştır. Söz konusu değişkenin güvenilirlik analizi sonucu ulaşılan Cronbach Alfa katsayısı %77'dir. Nakip'e göre bu katsayının pozitif ve %60'ın üzerinde olması arzulanır⁵³. Bayramın belirttiği gibi bir ölçümün güvenilirliği onun tutarlılığını göstermektedir. Tutarlılık genel olarak dış ve iç güvenilirlik olarak ele alınır. Dış güvenilirlik zaman üzerine bir ölçümün tutarlılık derecesini ifade eder. İç tutarlılık ise özellikle çoklu-madde ölçekleri için önemlidir. Soru grupları için en yaygın kullanılan içsel güvenilirlik indeksi Cronbach Alphadır. Söz konusu indeks, değişkenler arasındaki ortalama korelasyonu temel alarak, bir ölçekteki değişkenlerin iç tutarlılığını ölçer⁵⁴. Değişkenin normal dağılımına Tablo 1'e bakıldığında Kolmogorov-Smirnov testi sonuçlarına göre normal dağılım ($p>0,05$ olduğundan) göstermektedir.

Talep değişkeninin elde edilmesinde öncelikle anket formunda yer alan talep koşullarına ilişkin 6 adet soruya verilmiş olan cevapların ortalaması alınarak ulaşılmıştır. Talep değişkenine ilişkin güvenilirlik analizinde yer alan Cronbach Alfa katsayısı %24 çıkmıştır. Güvenilirlik sorunun giderilmesi açısından, değerlendirmeden çıkarıldığında, değişkenin güvenilirlik katsayısını yükseltecek soru SPSS.19 programında belirlenerek (Bu değişkenin, toplam korelasyon ile negatif ilişkisi tespit edilmiştir.) analiz dışında tutulmuştur. Böylelikle diğer 5 sorunun ortalama değeri alınarak talep değişkeninin ortalaması elde edilmiştir. Değişkenin normal dağılımına Tablo 1'e bakıldığında Kolmogorov-Smirnov testi sonuçlarına göre normal dağılım ($p>0,05$ olduğundan) göstermektedir.

İlişki değişkeninin elde edilmesinde anket formunda yer alan ilgili ve destekleyici endüstriler koşullarına ilişkin 11 adet soruya verilmiş olan cevapların ortalaması alınarak ulaşılmıştır. Değişkene ilişkin güvenilirlik analizinde yer alan Cronbach Alfa katsayısı %73 çıkmıştır. Bu soruların tamamı kullanılarak ilişki değişke-

⁵¹ Bakır, M. Arif ve Celal Aydın (2006), *İstatistik*. (1. Basım). Nobel Yayıncılık, s. 217

⁵² Ural ve Kılıç, 2005, s. 219-222

⁵³ Nakip, M. (2006). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*. (2. Basım). Seçkin Yayıncılık.s.189

⁵⁴ Bayram, 2009, s. 193-194

ninin ortalamasına ulaşılmıştır. Değişkenin normal dağılımına Tablo 1'e bakıldığında Kolmogorov-Smirnov testi sonuçlarına göre normal dağılım ($p>0,05$ olduğundan) göstermektedir.

Rekabet değişkenine, anket formunda yer alan rekabet koşullarına ilişkin 14 adet soruya, yanıtlayıcı firmaların vermiş oldukları cevapların ortalaması alınarak ulaşılmıştır. Söz konusu değişkenin güvenilirlik analizi sonucu ulaşılan Cronbach Alfa katsayısı %58'dir. Güvenilirlik katsayısını yükseltecek soru SPSS.19 programında belirlenerek analiz dışında tutulmuştur. Rekabet koşuluna ilişkin diğer 13 sorunun ortalaması alınarak, rekabet değişkeni elde edilmiştir. Tablo 1'e bakıldığında Kolmogorov-Smirnov testi sonuçlarına göre değişken normal dağılım ($p>0,05$ olduğundan) göstermektedir.

İhracat değişkeninin elde edilmesinde, firmaların 2010 yılına ait ihracat rakamları kullanılmıştır. Değişken sürekli bir değişken özelliği göstermektedir. Fakat Kolmogorov-Smirnov testi sonuçlarına göre normal dağılım göstermemektedir. Bunun nedeni olarak firmaların birbirlerinden çok farklı ihracat değerlerine sahip olması gösterilebilir. Bu sorunu gidermek için ihracat değişkenin logaritması alınarak, normal dağılım testi yapıldığında, değişkenin normal dağıldığı görülmüştür (bkz. Tablo 1). Söz konusu beş değişken korelasyon analizinde kullanılarak kendi aralarındaki ilişkinin düzeyi ve yönü test edilmiştir.

Tablo 1. Değişkenlere İlişkin Normal Dağılım Sonuçları

	faktor	talep	iliski	rekabet	İnhiracat
N	42	42	42	42	38
Normal Parametreler ^{a,b} Ortalama	3,1730	3,5762	3,4528	3,4873	14,1122
En uç Mutlak	0,102	0,109	0,121	0,124	0,106
Farklılıklar Pozitif	0,102	,071	0,057	0,082	0,083
Negatif	-0,069	-0,109	-0,121	-0,124	-0,106
Kolmogorov-Smirnov Z	0,658	0,710	0,781	0,806	0,655
p, Anlamlılık düzeyi (2yön)	0,779	0,695	0,575	0,534	0,785

4.6. Korelasyon Analizi Sonuçları

Elmas Modeli'ndeki kümelenme dinamikleri ile Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinin uluslararası rekabetçiliği arasındaki ilişkinin düzeyi ve yönü Tablo 2'de yer almaktadır. Tabloda aynı zamanda Kayseri mobilya sektörü kümelenme dinamiklerinin kendi aralarındaki ilişkinin düzeyi ve yönü de görülmektedir.

Tablo 2. Korelasyon Analiz Sonuçları

		faktor	talep	iliski	rekabet	Inihracat
faktor	Pearson Korelasyon	1	0,575**	0,427**	0,594**	0,052
	Anlamlılık düz. (1yön)		0,000	0,002	0,000	0,378
	N	42	42	42	42	38
talep	Pearson Korelasyon	0,575**	1	0,438**	0,506**	-0,058
	Anlamlılık düz. (1yön)	0,000		0,002	0,000	0,365
	N	42	42	42	42	38
iliski	Pearson Korelasyon	0,427**	0,438**	1	0,587**	-0,132
	Anlamlılık düz. (1yön)	0,002	0,002		0,000	0,215
	N	42	42	42	42	38
rekabet	Pearson Korelasyon	0,594**	0,506**	0,587**	1	-,010
	Anlamlılık düz. (1yön)	0,000	0,000	0,000		0,475
	N	42	42	42	42	38
Inihracat	Pearson Korelasyon	0,052	-0,058	-0,132	-0,010	1
	Anlamlılık düz. (1yön)	0,378	0,365	0,215	0,475	
	N	38	38	38	38	42

Tablo 2’deki Pearson korelasyon satırları, Pearson korelasyon katsayılarını belirtmektedir. Bu katsayıların almış olduğu değerler, bir değişkenin diğer bir değişken üzerindeki ilişki düzeyini ifade etmektedir. Söz konusu katsayının işareti ise bu ilişkinin yönünü vermektedir. Anlamlılık düzeyi satırları, değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını göstermektedirler. İstatistiksel olarak hipotezler %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinde test edilmektedir. Tablodaki N değeri ise analizde kullanılan gözlem sayısını ifade etmektedir.

4.7. Hipotez Sonuçları

Tablo 2’de yer alan Korelasyon analizi sonuçlarından hareket ederek, uygulamaya ilişkin hipotezlerle ilgili şu sonuçlara varılmaktadır:

Hipotez 1: “Faktör koşulları ile Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinin uluslararası rekabetçiliği arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır”. Tablo 2’ye göre faktör koşulları ile uluslararası rekabetçilik arasındaki korelasyon %5 anlam düzeyinde reddedilmektedir. Bu nedenle H1 hipotezi kabul edilememektedir.

Hipotez 2: “Talep koşulları ile Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinin uluslararası rekabetçiliği arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır”. Tablo 2’ye göre talep koşulları ile uluslararası rekabetçilik arasındaki korelasyon %5 anlam düzeyinde reddedilmektedir. Bu nedenle H2 hipotezi kabul edilememektedir.

Hipotez 3: “İlgili ve destekleyici endüstriler ile Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinin uluslararası rekabetçiliği arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır”. Tablo 2’ye göre değişkenler arasında negatif yönlü ve zayıf bir ilişki vardır. Tablo 2’ye göre ilgili ve destekleyici endüstriler ile uluslararası rekabetçilik arasındaki korelasyon %5 anlam düzeyinde reddedilmektedir. Bu nedenle H3 hipotezi kabul edilememektedir.

Hipotez 4: “Firma yapısı, stratejisi ve rekabet koşulları ile Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinin uluslararası rekabetçiliği arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır”. Tablo 2’ye göre firma yapısı, stratejisi ve rekabet koşulları ile uluslararası rekabetçilik arasındaki korelasyon %5 anlam düzeyinde reddedilmektedir. Bu nedenle H4 hipotezi kabul edilememektedir.

Hipotez 5: “Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinde talep koşulları ile faktör koşulları arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır”. Tablo 2’ye göre değişkenler arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde ilişki vardır ve bu ilişkiler %1 anlamlılık derecesinde istatistiksel olarak anlamlıdır. H₅ kabul edilmektedir.

Hipotez 6: “Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinde faktör koşulları ile ilişki koşulları arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır”. Tablo 2’ye göre değişkenler arasında pozitif yönlü ve zayıf düzeyde bir ilişki vardır ve değişkenler arasındaki ilişkiler %1 anlamlılık derecesinde istatistiksel olarak anlamlıdır. H₆ kabul edilmektedir.

Hipotez 7: “Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinde faktör koşulları ile rekabet koşulları arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır”. Tablo 2’ye göre değişkenler arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki vardır ve değişkenler arasındaki ilişkiler %1 anlamlılık derecesinde istatistiksel olarak anlamlıdır. H₇ kabul edilmektedir.

Hipotez 8: “Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinde talep koşulları ile rekabet koşulları arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır”. Tablo 2’ye göre değişkenler arasında değişkenler arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki vardır ve değişkenler arasındaki ilişkiler %1 anlamlılık derecesinde istatistiksel olarak anlamlıdır. H₈ kabul edilmektedir.

Hipotez 9: “Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinde ilişki koşulları ile rekabet koşulları arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır”. Tablo 2’ye göre değişkenler arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki vardır ve değişkenler arasındaki

ilişkiler %1 anlamlılık derecesinde istatistiksel olarak anlamlıdır. H_9 kabul edilmektedir.

Hipotez 10: “Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinde ilişki koşulları ile talep koşulları arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır”. Tablo 2’ye göre değişkenler arasında pozitif yönlü ve zayıf düzeyde bir ilişki vardır. Söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiler %1 anlamlılık derecesinde istatistiksel olarak anlamlıdır. H_{10} kabul edilmektedir.

5. Bulgular

Kayseri mobilya sektörü kümelenme dinamikleri ile sektörün uluslararası rekabetçiliği arasındaki ilişkiyi test eden korelasyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamsız çıkmıştır. Fakat anket sonuçlarından elde edilen kümelenme dinamiklerine ilişkin tanımlayıcı istatistiklerden yola çıkarak aşağıdaki bulgulara ulaşılmaktadır:

Kayseri mobilya sektörü kümelenmesindeki faktör koşulları bakımından şu tespitler yapılmaktadır:

- Firmaların kamu görevlilerine, politikacılara ve diğer firmalara karşı etik davranışları olumlu bir görünüm arz etmektedir.
- Yereldeki finans kurumlarının firmalara yönelik hizmetleri oldukça yeterli düzeydedir.
- Kayseri’deki ulaşım, enerji ve iletişim gibi genel altyapı olanakları, firmalar tarafından kısmen yeterli bulunmaktadır.
- Çalışanların, bağlı oldukları işyerinin kurallarına riayet ettikleri söylenebilir.

Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinin faktör koşulları açısından yetersiz kaldığı alanlar şunlardır:

- Firmaların çalışanları için mesleki eğitime gerekli yatırım yapmamaları,
- Yereldeki üniversiteler ile Ar-Ge işbirliğine gidilmemesi,
- Yerel düzeydeki eğitim sisteminin rekabetçi bir ekonominin ihtiyaçlarına cevap vermede yetersiz kalması,
- Sektörün vasıflı işgücü talebinin karşılanmasında yetersiz kalmasıdır. Benzer bir sonuca Uzay ve Uzay’ın 2004⁵⁵ yılında yapmış oldukları çalışmada da rastlanılmaktadır. Buradan şu sonuca varılabilir. Aradan geçen zaman içinde vasıflı işgücü koşulları iyileşmemiştir.

⁵⁵ Uzay N. ve Ş. Uzay (2004). “Türkiye’de Mobilya Sektörünün İhracat Potansiyeli ve İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Kayseri Mobilya Sanayiinde Uygulama”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (3-4), 181-199, s. 194.

Tanımlayıcı istatistiklerden de yararlanılarak talep koşullarına dair şu tespitler yapılabilir:

- Kayseri'deki mobilya üreticileri, yereldeki tüketicilerin ihtiyaçlarına oldukça duyarlıdırlar.
- Kayseri'deki tüketicilerin zevk ve ihtiyaçlarının, sektörde faaliyet gösteren firmaların yeni ürünler geliştirmesinde kısmen etkili olmaktadır.
- Kayseri'deki tüketicilerin tüketim kararlarında ürünün niteliğini nispeten ön planda tutmaktadırlar.

Tanımlayıcı istatistiklerden de yararlanılarak ilişki koşullarına dair şu tespitler yapılabilir:

- Kayseri mobilya sektöründeki tedarikçi firmalar, ihracatçı firmalara kaliteli hizmet sunmada yeterli değildir.
- Kayseri mobilya sektöründeki tedarikçi firmaların, ihracatçı firmaların rekabet güçleri üzerine katkısı yeterli değildir.
- Kayseri mobilya sektöründeki tedarikçi firmalar, ihracatçı firmaların yeni ürünler geliştirmesinde etkin değildir.
- Kayseri mobilya sektöründeki ihracatçı firmalar kendi ihtiyaçlarının karşılanması bakımından, tedarikçi firmaları yeterli bulmamaktadırlar.
- Kayseri mobilya sektöründe yer alan firmalar arasında (tanıtım, nakliye, pazarlama ve Ar-Ge gibi) bazı alanlarda işbirliğine gidilmesi oldukça zayıftır.

Tanımlayıcı istatistiklerden hareket ederek rekabet koşullarına ilişkin şu tespitler yapılmaktadır:

- Teorik çerçeveye göre firmaların organizasyon yapılarını oluşturmalarında ve stratejilerini belirlemelerinde ülkedeki sosyolojik ve dinsel geçmiş, aile yapısı gibi faktörler etkili olmaktadır. Söz konusu faktörlerin, firmalara dolayısıyla kümelenmeye rekabetçi avantajlar kazandırması söz konusudur. Kayseri mobilya sektörü kümelenmesindeki ihracatçı firmaların organizasyon yapılarını oluşturmalarında ve stratejilerini belirlemelerinde, teoriyi desteleyen sonuçlara ulaşılmaktadır.
- Teoriye göre kümelenmedeki rakip firmaların sayıca çok olması, firmaların rakiplerinin gerisinde kalmasını sağlayabilecek bir ortam hazırlamaktadır. Bu süreç beraberinde firmaların kendilerini geliştirmelerini ve daha inovatif davranmalarını sağlamaktadır. Böylelikle kümelenmede yer alan firmaların yeni ürünler üretme çabasına girmeleri söz konusudur. Kayseri mobilya sektörü kümelenmesi, teorik olarak bu çerçeveden incelendiğinde, ulaşılan analiz sonuçlarına göre, mobilya sektörü kümelenmesindeki rakiplerin çok sayıda olması firmaların yeni ürünler gelişt-

tirmesinde olumlu etki yapmaktadır. İnal ve Toksarı, yapmış oldukları çalışmada Kayseri mobilya sektöründeki firmaların kendi aralarındaki rekabetlerinin, firmaların yeni teknolojiler için yatırım yapmalarına neden olmaktadır şeklinde bir tespitte bulunmaktadırlar⁵⁶. Bu tespitte kümelenme teorisini destekler bir sonuç olarak görülebilir.

- Bu kümelenme dinamiğinin, sektör açısından ön plana çıkan zayıf yönleri ise firmaların Ar-Ge faaliyetlerine yeterli fon ayırmamaları ve yeni ürünlerin kısmen taklit yoluyla üretilmesi olarak ortaya çıkmaktadır. Uzay ve Uzay'ın⁵⁷ yapmış oldukları çalışmaya göre ihracatçı firmaların büyük bir bölümü Ar-Ge faaliyeti yapmaktadırlar. Bu çalışmadaki bulgu ise firmaların söz konusu faaliyete yeterli fon ayırmadıkları yönündedir. Her iki sonuç bir arada değerlendirildiğinde firmaların Ar-Ge faaliyeti yaptıkları fakat Ar-Ge'ye yeterli fon ayırmadıkları söylenebilir.

Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinde kümelenme dinamikleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Söz konusu dinamikler arasındaki ilişkiler bakımından aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

Talep koşulları ile faktör koşulları arasındaki ilişki şu şekilde açıklanabilir:

- Kayseri'deki mobilya talebinin büyük olması firmaların üretimlerini olumlu yönde etkilemekte ve firmaları, faktör koşullarını geliştirme çabasına sevk edebilmektedir.
- Ayrıca firmaların tüketicilerin ihtiyaçlarına duyarlı olmaları, firmaların mevcut talebi karşılamak için faktör koşullarına yatırım yapmalarını sağlayabilmektedir.
- Kayseri mobilya sektörü kümelenmesindeki faktör koşullarının geliştirilmesi firmaların daha verimli üretim yapmasını sağlayarak, sektörün üretimine yönelik talebin artmasını sağlayabilmektedir.

Faktör koşulları ile ilişki koşulları arasındaki ilişki şu şekilde açıklanabilir:

- Firmaların altyapı ihtiyaçları açısından benzer özellikler göstermeleri, beraberinde firmaların ve diğer ilgili kurumların kümelenmenin ihtiyacını karşılamaya dönük faktör yatırımları yapmalarını teşvik edebilmektedir.
- Faktör koşulları kapsamında kümelenmedeki yeteneklerin, bilginin ve teknolojinin iyileştirilmesi, firmalar arasındaki ilişkilerin gelişmesine katkı sağlayabilmektedir.

⁵⁶ İnal M. E. ve M. Toksarı (2006). "Mobilyacılık Sektöründe Karşılaşılan Pazarlama Sorunları ve Bu Sorunlara Çözüm Üretmeye Yönelik Bir Araştırma: Kayseri Örneği". *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4), 105-121., s. 116

⁵⁷ Uzay ve Uzay, 2004, s. 193

Rekabet koşulları ile faktör koşulları arasındaki ilişki şu şekilde açıklanabilir:

- Firmalar, yereldeki rekabetçi şartlarda varlıklarını sürdürebilmek için faktör koşullarına yatırım yapabilmektedirler.
- Faktör koşulları açısından gelişmiş bir yerel ortama sahip olan kümelenme, başka firmaların bu koşullardan yararlanmak üzere kümelenmeye dahil olmasına neden olabilmektedir. Bu süreçte kümelenme içindeki rekabet şartları gelişebilmektedir.

Talep koşulları ile rekabet koşulları arasındaki ilişki şu şekilde açıklanabilir:

- Kayseri mobilya kümelenmesindeki firmaların kendi aralarındaki yoğun rekabet şartlarında, yenilikçi ürünler üretme çabasında olmaları, yereldeki talebin nitelikli ürünler yönünde gelişmesine neden olabilmektedir.
- Yereldeki talebin fazla oluşu, ilgili firmaları bu talebin karşılanması yönünde harekete geçirerek, kümelenmeye dahil olmaya teşvik edebilir. Kümelenmeye yeni firmaların dahil olmasıyla, kümelenmedeki rekabetçi ortam gelişebilir.

İlişki koşulları ile rekabet koşulları arasındaki ilişki şu şekilde açıklanabilir:

- Sahip oldukları yetenekler ve bilgiye bağlı olarak, aynı zamanda coğrafik olarak birbirlerine yakın olmaları nedeniyle ilgili ve destekleyici endüstriler, ihracatçı firmaların rekabetçiliğini olumlu etkileyebilmektedirler.
- Rekabet gücü yüksek büyük firmalar ile bir arada olan diğer firmalar, üretimlerini devam ettirebilmek için kendi rekabetçiliklerini geliştirmek durumunda kalabilmektedirler.

Talep koşulları ile ilişki koşulları arasındaki ilişki şu şekilde açıklanabilir:

- Kayseri mobilya sektöründe çok sayıda firmanın faaliyette bulunması ve bu firmaların bazılarının yurtiçi piyasanın genelinde ve yurtdışı piyasalarda faaliyette bulunması, dolaylı olarak kümelenmenin üretimine yönelik talebin artmasına yol açabilmektedir.
- Talep potansiyelinin fazla olduğu bir kümelenmede, ilgili ve destekleyici endüstriler kendilerini talebin karşılanmasına dönük olarak konumlandırabilirler.

6. Sonuç ve Politika Önerileri

Küreselleşmenin yaşandığı günümüz dünyasında, firmaların üretimlerini farklı coğrafyalara taşıyabildikleri görülmektedir. Bu açıdan yerelin firmalar açısından önemsiz hale geldiği düşünülebilir. Fakat Porter'ın da belirttiği gibi her ülkenin kendine özgü sosyal, kültürel ve ekonomik yapısı vardır ve bu farklılıklar endüstrilere dolayısıyla da firmalara fırsatlar sunmaktadırlar. Benzer farklılık bir ülkedeki yerel coğrafik yapılar için de geçerlidir. Farklı yerel niteliklere sahip bölgeler veya iller, endüstrilere kendi yerellerine özgü imkânlar sağlamaktadırlar. Firmaların söz konusu fırsatlardan yararlanmak amacıyla bir araya gelmeleri beraberinde kümelenmeleri oluşturmaktadır. Kümelenmelerin kendi iç dinamikleri ile kümelenmiş olan sektörün ve dolayısıyla da firmaların uluslararası rekabetçiliği üzerinde etkileri söz konusudur.

Kayseri Mobilya Sektörü Kümelenmesinin rekabetçiliğinin analiz edildiği bu çalışmada, mevcut kümelenmenin Elmas Modeli faktörleri ile firmaların ihracatı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Fakat modeldeki faktörlerin kendi aralarındaki etkileşim açısından istatistiksel olarak anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır.

Ulaşılan bulgulara paralel olarak aşağıdaki politika önerileri geliştirilebilir:

Faktör koşullarının, Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinin uluslararası rekabetçiliği bakımından geliştirilmesi için:

- Firmaların çalışanları için mesleki eğitime yatırım yapmaları,
- Firmaların yereldeki üniversiteler ile Ar-Ge işbirliği yapmaları,
- Yerel düzeyde, eğitim sisteminin rekabetçi bir ekonominin ihtiyaçlarına göre yönlendirilmesi,
- Sektörün vasıflı işgücü ihtiyacına karşılık verecek mesleki personel yetiştirme kursları düzenlemesi kümelenmedeki faktör koşullarının zayıf yönlerini güçlendirerek, sektörün uluslararası rekabetçiliği üzerinde katkı yapabilecektir.

Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinin talep koşullarının, sektörün uluslararası rekabetçiliğini geliştirmesi bakımından:

- Firmaların, yurtiçindeki ve yurtdışındaki tüketicilerin ihtiyaçlarındaki değişimleri yakından takip edecek sistemler geliştirmeleri gerekmektedir.
- Firmaların, tüketicilerin yenilikçi ürün ihtiyaçlarını belirleyerek bu ihtiyacın karşılanmasını sağlayacak Ar-Ge çalışmaları yapmaları gerekmektedir. Kayseri mobilya sektörü kümelenmesindeki firmaların bu iki faktörü göz ardı etmeleri halinde, yereldeki talebin karşılanmasında, dış piyasalardaki firmalar devreye girebileceklerdir.

- Sektörün inovasyon açısından istikrarlı bir düzeye gelmesi bakımından, Kayseri mobilya sektörü kümelenmesindeki firmaların, tüketicilerin tüketim kararlarında nitelikli ürünü tercih etmelerini sağlayacak şekilde üretim yapmaları gerekmektedir.

İlgili ve destekleyici endüstri koşullarının Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinin uluslararası rekabetçiliğini güçlendirmesi açısından:

- Kayseri Sanayi Odası, Kayseri Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü ve diğer ilgili kuruluşların öncülüğünde, firmaların kendi aralarında işbirliği yapmalarını sağlayacak kurumsal düzenlemeler getirilmesi gerekmektedir.
- Böylelikle tedarikçi firmalar ile ihracatçı firmaların karşılıklı diyalogları geliştirilip, tedarikçilerin ihracatçı firmaların ihtiyaçlarına yönelik üretim yapmaları sağlanabilir.
- Ayrıca tedarikçi firmalar ile ihracatçı firmalar arasındaki bilgi akışının geliştirilmesi sağlanarak, Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinin daha yenilikçi ürünler üretmesi mümkün olabilir.

Firma yapısı, stratejisi ve rekabet koşullarının Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinin uluslararası rekabetçiliğini geliştirmesi bakımından:

- Firmaların, Ar-Ge faaliyetlerine daha fazla maddi kaynak aktarmaları gerekmektedir.
- Firmaların yeni ürünleri diğer firmalardan taklit yoluyla üretmesini en aza indirgeyecek, firmaların kendi tasarımlarını yaparak yenilikçi ürünler üretebilecekleri Ar-Ge merkezlerinin kurulması sağlanmalıdır.
- Yıldız'ın belirttiği gibi üniversitelerin bünyesinde yer alan 2547 sayılı Yükseköğretim yasasının 3. maddesine göre kurulan “Uygulama ve Araştırma Merkezi” niteliğine sahip kurumlar bağımsız bir yapıya sahip değildir. Bu nedenle kendi bütçelerini hazırlama, kadro ilan etme gibi haklara sahip olamamaktadırlar. Bu nedenlerden ötürü söz konusu merkezler işlevlerini tam olarak yerine getirememektedirler⁵⁸. Firmaların Ar-Ge faaliyetlerinin desteklenmesi açısından, söz konusu merkezlere gerekli imkânların sağlanması bir politika önerisi olarak sunulmaktadır.

Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinde yer alan firmaların ve diğer ilgili kuruluşların kendi aralarında, belirli kurallar dâhilinde gerçekleştirecekleri işbirlikleri, kümelenme içerisindeki inovasyonu geliştirerek, kümelenmenin performansını artırıcı etkide bulunacaktır. Firmalar arasındaki güçlü işbirliği ile yereldeki işgü-

⁵⁸ Yıldız R., (2007). “Yenilikçilik perspektifinden üniversite-sanayi işbirliği için paydaşlık esaslı araştırma merkezi ve kentsel bilgi merkezi modeli, ss. 415-451. İç: (Editörler: R. Yıldız ve H. Atik). Detay Yayıncılık, Ankara s. 425.

cünden, tedarikçilerden ve destekleyici kuruluşlardan faydalanılması potansiyeli mevcuttur.

Dolayısıyla Kayseri mobilya sektöründe kümelenme dinamiklerinin, sektörün uluslararası rekabetçiliğine ilişkin sonuçlara getirilen politika önerilerinin gerçekleştirilebilmesi bakımından şu sonuca varılmaktadır. Coğrafik olarak bir arada bulunan fakat kendi aralarında birlikte hareket etme özelliği yetersiz olan Kayseri mobilya sektörü firmalarının, kümelenmesi yönünde atılan adımların kurumsallaşmama problemiyle karşı karşıya bulunduğu ortaya çıkmaktadır. Bu problemin ele alınması ve araştırılması Kayseri mobilya sektörü kümelenmesinin (rakiplerin işbirliğinin) sağlam temellere oturtulması ve sürekliliğinin sağlanması yönünde katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Aziz, K. A. and M. Norhashim. (2008). "Cluster-Based Policy Making: Assessing Performance and Sustaining Competitiveness". *Review of Policy Research*, 25 (4), pp. 349-375.
- Bakır, M. Arif ve Celal Aydın (2006), *İstatistik*. (1. Basım). Nobel Yayıncılık, ss. 297
- Barkley, D. L. and M. S. Henry. (1997). "Rural Industrial Development: To Cluster or Not to Cluster?". *Review of Agricultural Economics*, 19 (2), pp. 308-325.
- Barragan, Salvador (2005), "Assessing the Power of Porter's Diamond Model in the Automobile Industry in Mexico After Ten Years Later", İnternet Adresi: <https://www.uleth.ca/dspace/bitstream/handle/10133/586/barragan,%20salvador.pdf?sequence=1>, pp. 1-109.
- Bayram, N. (2009). *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*. (2. Basım). Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Bulu, M. ve İ. H. Eraslan. (2008). "Bolu İli Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Analizi". *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi* (SOİD), 5 (1), ss. 1-33.
- Bulu, M., H. Eraslan ve Ö. Şahin. (2004). "Elmas (Diamond) Modeli İle Ankara Bilişim Kümelenmesi Rekabet Analizi". *3.Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, 25 - 26 KASIM 2004, Eskişehir, Türkiye.

- Chhean, P. (2009). "Competitiveness Analysis of the Garment Industry in Cambodia". *International Conference on the Role of Universities in Hands-On Education*, Rajamangala University of Technology Lanna, Thailand, pp. 677-695.
- Cluster Turkey, İnternet Adresi: <http://www.clusterturkey.com/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF1D0C78595477C54E>, Erişim Tarihi: Mart 2011.
- Cortright, J. (2006). Making Sense of Clusters: Regional Competitiveness and Economic Development. *A Discussion Paper Prepared for The Brookings Institution Metropolitan Policy Program*, İnternet Adresi: http://www.brookings.edu/metro/pubs/20060313_clusters.pdf, Erişim tarihi: Eylül 2010.
- Diez, M. A. and M. S. Esteban. (2000, October). "The Evaluation of Regional Innovation and Cluster Policies: Looking for New Approaches". *Forth EES Conference*, Lausanne, pp. 1-30.
- Eraslan, H., İ. İpçioğlu, G. Haşit ve B. Erşahan. (2008). "Bilecik Bölgesi Mermer Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Analizi: Sektörel Sorunlar ve Çözüm Önerileri". *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (10), ss. 193-217.
- Eraslan, İ. H., İ. Bakan ve A. D. Helvacıoğlu Kuyucu. (2008). "Türk Tekstil ve Hazırgiyim Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi". *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (13), ss. 265-300.
- Eraslan, İ.H., M. Bulu ve İ. Bakan. (2008). "Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar". *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5 (3), ss. 1-34.
- Erkekoğlu, H. (2008). *İmalat Sanayi Rekabet Gücü Araştırması: Kayseri Örneği*. Ankara: Palme Yayıncılık
- Grant, R. M. (1991), "Porter's 'Competitive Advantage of Nations': An Assessment". *Strategic Management Journal*, 12 (7), pp. 535-548.
- Gürpınar, K. (2007). *Türk Mobilya Sektörü Rekabet Gücü Üzerine Bir Araştırma*. Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Afyon.
- Gürpınar, K. ve M. Barca. (2007). "Türk Mobilya Sektörünün Uluslararası Rekabet Gücü Düzeyi ve Nedenleri". *Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2 (2), ss. 41-62.

- İnal M. E. ve M. Toksarı (2006). “Mobilyacılık Sektöründe Karşılaşılan Pazarlama Sorunları ve Bu Sorunlara Çözüm Üretmeye Yönelik Bir Araştırma: Kayseri Örneği”. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (4), ss. 105-121
- John, Caron H. St.and Richard W. Poudet (2006); “Technology Clusters versus Industry Clusters: Resources, Networks, and Regional Advantages”, *Growth and Change*, Vol. 37, No. 2, pp. 141-171.
- Ketels C. H. M. and O. Memedović (2008), “From Clusters to Cluster-Based Economic Development”, *Int. J. Technological Learning Innovation and Development*, Vol. 1, No. 3, pp. 375-392.
- Kuah, Adrian T. H. (2002), “Cluster Theory and Practice: Advantages for the Small Business Locating in Vibrant Cluster”, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Vol. 4, Issue. 3, pp. 206-228.
- Markus, G. (2008). “Measuring Company Level Competitiveness in Porter’s Diamond Model Framework”. *Symposium for Young Researchers: Proceedings*,: İnternet Adresi: <http://kgk.bmf.hu/system/files/MarkusGabor.pdf>, Erişim Tarihi: 21.02.2011.
- Mobilya Sanayi İşadamları Derneği (MOBSAD). (2009). 2008 Yılı Mobilya Sektörü Raporu, İnternet Adresi :<http://www.mobsad.com/asp/index.asp?bno=27& dil=Tr&Sayfa =MOBSAD%202008%20MOB%DDLAYA%3Cbr%3E%20%20SEKT%D6R%20RAPORU>, Erişim Tarihi: 12.02.2011
- Nakip, M. (2006). *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*. (2. Basım). Seçkin Yayıncılık.
- Neven, David and Cornelia L. M. Dröge (2001), “A Diamond for the Poor? Assessing Porter’s Diamond Model for the Analysis of Agro-Food Clusters in the Developing Countries”, İnternet Adresi: <http://www.agrifood.info/Agrifood/members/Congress/Congress2001Papers/Symposium/Neven.pdf>, pp. 1-13.
- Porter, E. M. (1998a), *The Competitive Advantages of Nations*, New Edition, Palgrave.
- Porter, E. M. (1998b), “Clusters and the New Economics of Competition”, *Harvard Business Review*, November-December, pp. 77-90.
- Smit, A. J. (2010). “The Competitive Advantage of Nations: Is Porter’s Diamond Framework a New Theory That Explains the International Competitiveness of Countries?”. *Southern African Business Review*, 14 (1), pp. 105-130.

- Steinle C. And C. Schiele (2002), “When Do Industries Cluster? A Proposal on How to Assess an Industry’s Propensity to Concentrate at a Single Region or Nation”, *Research Policy* 31, İnternet Adresi: http://gshp.gsnu.ac.kr/~india93/way-board/db/free/file/when_%20do%20industries%20cluster.pdf, Erişim tarihi: 10.03.2010
- T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı (2011), Mobilya Sektörü Raporu, Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi, Ocak, web sayfası: <http://sgm.sanayi.gov.tr/Files/Documents/mobilya-sekt-27-01-2011-28012011151414.pdf>, (22.02.2011), ss. 1-25.
- Ural, A. ve İ. Kılıç (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. (1. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uzay N. ve Ş. Uzay (2004). “Türkiye’de Mobilya Sektörünün İhracat Potansiyeli ve İhracat Teşviklerinin Etkinliği: Kayseri Mobilya Sanayiinde Uygulama”. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (3-4), ss. 181-199
- World Economic Forum (WEF), Global Competitiveness Report 2009-2010, İnternet Adresi: https://members.weforum.org/pdf/GCR09/GCR20092010_fullreport.pdf, Erişim Tarihi: 18.12.2010.
- Yıldız R., (2007). “Yenilikçilik Perspektifinden Üniversite-Sanayi İşbirliği İçin Paydaşlık Esaslı Araştırma Merkezi ve Kentsel Bilgi Merkezi Modeli”, ss. 415-451. *İç*: (Editörler: R. Yıldız ve H. Atik). Detay Yayıncılık, Ankara