

KÜMELENMELER VE İNOVASYONA ETKİSİ: TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNDE UYGULAMALAR

Dr. İ. Hakkı ERASLAN

Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK)
e-posta: hakkie@urak.org

Dr. Melih BULU

Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği (URAK)
e-posta: melihb@urak.org

Doç. Dr. İsmail BAKAN

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü
e-posta: ibakan63@hotmail.com

Özet

İnovasyon, süreç olarak, bir fikri pazarlanabilir bir ürün ya da hizmete, yeni ya da geliştirilmiş bir imalat ya da dağıtım yöntemine, ya da yeni bir toplumsal hizmet yöntemine dönüştürmeyi ifade etmektedir (OECD, 2006). Öte yandan kümelenmeler yeni teknolojiler, yetenekli insanlar ve araştırma yatırımları için cazibe merkezleri haline gelmektedirler. Kümelenmeler, daha çok, ölçek ve kapsam ekonomilerine (*scale and scope economies*) izin veren kritik firma kitlesinin olduğu, güçlü bir bilim ve teknoloji tabanına, inovasyon ve girişimcilik için gerekli kültür birikimine sahip bölgelerde ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte, kümelenmelerin inovasyon üzerindeki etkileri, ülke farkları ve aynı ülke içinde de, bölge farklarına göre değişmektedir. Bununla birlikte, kümelenmelerin nasıl oluştuğu ya da firmaları inovasyona yöneltmedeki etkileri tam olarak açıklığa kavuşturulamamıştır.

Bu çalışma, Türkiye ekonomisinin en önemli ekonomi kalemlerinden birini oluşturan turizm sektörünün önde gelen kümelenmelerini ortaya koymakla birlikte kümelenmelerin inovasyona etkisini araştırma amacını taşımaktadır. Çalışma, aynı zamanda, kümelenmelerin firmaları nasıl inovasyona teşvik ettiğini de ortaya çıkarmayı hedeflemektedir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi (*qualitative research*) kullanılmış olup, veri toplama tekniği olarak yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakat (*semi-structured in depth interview*) ve 5 ayrı bölgede saha çalışması (*field research*) ve odak grup (*focus group*) tekniği kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: kümeleme, inovasyon, turizm.

CLUSTERS AND THEIR EFFECTS ON INNOVATIONS: IMPLEMENTATIONS IN THE TURKISH TOURISM SECTOR

Abstract

The idea of a process that can be marketed that are specific, innovation, as a product or service, a new or improved manufacturing or distribution method, or turn the expression of a new social service method (OECD, 2006). In other information, clusters become more attractive for new technology, talented people investment and research centres. Clusters mostly occur in the regions (the economies of scale and scope) which allow the company to reach at attracting a science and technology, is a strong base for innovation and entrepreneurship with the necessary cultural accumulation. At the same time, however, the effects of

Clusters on innovation can be varies in terms of the country's differences, and in the same country but at the different region.

This work was carried out in one of the most important economic power of Turkey's economy called tourism sector, with the aim of defining the cluster witnessed in the tourism sector and the impact of clusters on innovation. This research, at the same time, aims to find out how the clusters encourage the companies to the innovative activities. In this study, the Qualitative Research Method has been used, and as the data collection methods semi-structured in depth in-depth interview and in 5 separate regions the field research and the technique of focus group was used.

Anahtar Kelimeler: cluster, innovation, tourism.



İ. Hakkı ERASLAN 1993 yılında İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nden mezun oldu. 1995 yılında YÖK bursu ile gittiği Coventry Üniversitesinde Yüksek Lisans yaptı. Eraslan halen Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Rekabet Stratejileri konusunda doktora yapmaktadır. Akademik ilgi alanı stratejik yönetim ve rekabet stratejileridir.



Melih Bulu, lisans öğrenimini 1992 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi Endüstri Mühendisliği Bölümü'nde, Yüksek Lisans ve Doktora öğrenimlerini ise Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü'nde tamamladı. Çalışma hayatında gerek profesyonel gerek girişimci olarak birçok üretim ve servis firmasında değişik seviyelerde görev alan Dr. Bulu, şu anda Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu'nun (URAK) Genel Koordinatörlüğünü yürütmektedir. URAK Genel Koordinatörü olarak Türkiye'nin küresel rekabet gücünün artırılması konusundaki ulusal, yerel ve sektörel bazda strateji ağırlıklı çalışmalara destek sağlamakta, bunun yanında yarı zamanlı olarak İstanbul Ticaret Üniversitesi ve Kültür Üniversitesi İşletme Yüksek Lisans Programlarında İşletmelerde Oyun Teorisi dersini vermektedir.



İsmail BAKAN, 1989 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü'nden mezun oldu. 1993 yılında YÖK bursu ile gittiği Coventry Üniversitesinde Yüksek Lisans ve Doktora yaptı. Bakan halen Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesinde Öğretim Üyesi olarak görev yapmaktadır. Akademik ilgi alanı insan kaynakları yönetimi, stratejik yönetim ve örgütsel davranıştır.