

Bir Kümelenme Örneği: Ezine Peynir Endüstrisi (A Cluster Example: Ezine Cheese Industry)

Zeynep ÇOLAK  ^a

^a Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Sayısal Yöntemler Ana Bilim Dalı, Çanakkale, Türkiye. zolak.84@gmail.com

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Endüstri Kümelenmesi Coğrafi Bölge Rekabet İnovasyon Gönderilme Tarihi 7 Mayıs 2020 Revizyon Tarihi 30 Temmuz 2020 Kabul Tarihi 20 Ağustos 2020	Amaç – Çalışmanın amacı, kümelenme ağının; operasyonel performans, kalite performansı, yeni ürün geliştirme performansı, genel firma performansı, yerel marka farkındalığı ile yerel marka sadakati üzerindeki etkileri ile kümelenme inovasyonunun bu ilişkiler üzerindeki rolü konusunun Çanakkale’de Ezine peyniri üretimi yapan firmalar özelinde incelenmesidir. Yöntem – Çalışmada Çanakkale ilinde faaliyet gösteren Ezine peyniri üreticisi firmalarda hem firma hem de sektör bazında kapsamlı bilgilere sahip yönetici pozisyonunda çalışan 113 kişiye anket uygulaması yapılmış ve verilerin analizinde SPSS Statistics 22.00 programı kullanılmıştır. Bulgular – Yapılan analizler sonucu elde edilen bulgulara göre kümelenme ağının firmaların; operasyonel, kalite, yeni ürün geliştirme ve genel performansları ile Ezine peyniri yerel marka farkındalığı ve yerel marka sadakatini olumlu yönde etkilediği; firmaların kümelenme kapsamında gerçekleştirdikleri inovasyon faaliyetlerinin tüm bu ilişkileri olumlu yönde etkileyerek şartlı değişken rolü oynadığını göstermektedir. Tartışma – Ezine peyniri üreten firmaların kümelenme sayesinde birbirleri ile olan etkileşimleri sonucu geliştirdikleri inovasyon faaliyetlerinin en çok firmaların kendi performanslarını olumlu yönde etkilediği ve bundan dolayı da kümelenmenin ve kümelenme kapsamında firmalar arasında kurulan ilişkilerin ve girişilen rekabetin faydaları görülmektedir.
ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Industry Cluster Geographical Region Competition Innovation Received 7 May 2020 Revised 30 July 2020 Accepted 20 August 2020	Purpose – The aim of the study is to determine the cluster network in companies producing Ezine cheese in Çanakkale; operational performance, quality performance, new product development performance, general firm performance, local brand awareness and its effects on local brand loyalty and the role of cluster innovation on these relationships. Design/methodology/approach – In this study, a questionnaire was applied to 113 participants in the manager position with comprehensive knowledge on both firm and sector in Ezine cheese producer companies operating in Çanakkale. SPSS Statistics 22.00 program was used to analyze the data. Findings – According to the findings obtained as a result of the analyzes, the cluster network positively affects the operational, quality, new product development, general performances, local brand awareness and local brand loyalty of the companies, and the innovation activities carried out by the companies within the scope of the cluster positively affect all these relationships and play a conditional variable role. Discussion – The innovation activities developed by the companies that produce ezine cheese as a result of their interactions with each other thanks to the cluster mostly affect the companies' own performance positively. Therefore, the benefits of the relationships and the competition established between the companies within the scope of the cluster and the cluster are seen.
Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	
Article Classification: Research Article	

Önerilen Atf/ Suggested Citation

Çolak, Z. (2020). Bir Kümelenme Örneği: Ezine Peynir Endüstrisi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (3), 2215-2233.