

T.C.
VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
ŞEHİR VE BÖLGE PLANLAMA ANABİLİM DALI

**BÖLGESEL GELİŞMEDE BİR POLİTİKA ARACI OLARAK CAZİBE
MERKEZLERİ PROGRAMI KAPSAMINDA TRB2 BÖLGESİ VAN İLİ
TEKSTİL SANAYİ SEKTÖRÜNÜN DEĞERLENDİRİLMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Rumeysa AYSAN
Danışman: Doç. Dr. Aysu UĞURLAR

VAN – 2024

T.C.
VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
ŞEHİR VE BÖLGE PLANLAMA ANABİLİM DALI

**BÖLGESEL GELİŞMEDE BİR POLİTİKA ARACI OLARAK CAZİBE
MERKEZLERİ PROGRAMI KAPSAMINDA TRB2 BÖLGESİ VAN İLİ
TEKSTİL SANAYİ SEKTÖRÜNÜN DEĞERLENDİRİLMESİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Rumeysa AYSAN

Tez Savunma Sınavı Jüri Üyeleri

Prof. Dr. Serkan KEMEÇ (Başkan)

Doç. Dr. Aysu UĞURLAR (Danışman)

Doç. Dr. Nilüfer GÜRER (Üye)

Bu çalışma Van YYÜ Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi BAP
tarafından FYL-2023, 10803 No'lu proje ile desteklenmiştir.

VAN – 2024

KABUL VE ONAY SAYFASI

Van Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Planlama Anabilim Dalı'nda Doç. Dr. Aysu UĞURLAR danışmanlığında, Rumeysa AYSAN tarafından sunulan “Bölgesel Gelişmede Bir Politika Aracı Olarak Cazibe Merkezleri Programı Kapsamında TRB2 Bölgesi Van ili Tekstil Sanayi Sektörünün Değerlendirilmesi” başlıklı bu çalışma Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği'nin ilgili hükümleri gereğince 05/08/2024 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oy birliği ile başarılı bulunmuş ve Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: Prof. Dr. Serkan KEMEÇ

İmza:

Üye: Doç. Dr. Aysu UĞURLAR

İmza:

Üye: Doç. Dr. Nilüfer GÜRER

İmza:

Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun /.... /..... tarih ve sayılı kararı ile onaylanmıştır.

İmza

.....
Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

Rumeysa AYSAN



ÖZET

BÖLGESEL GELİŞMEDE BİR POLİTİKA ARACI OLARAK CAZİBE MERKEZLERİ PROGRAMI KAPSAMINDA TRB2 BÖLGESİ VAN İLİ TEKSTİL SANAYİ SEKTÖRÜNÜN DEĞERLENDİRİLMESİ

AYSAN, Rumeysa

Yüksek Lisans Tezi, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim

Dalı Danışman: Doç. Dr. Aysu UĞURLAR

Agustos 2024, 263 sayfa

TRB2 Bölgesi Van, Muş, Bitlis, Hakkâri illerini kapsamaktadır. Bu bölge, ülke geneline oranla genç nüfus ve işsizlik oranlarının oldukça yüksek olduğu bir bölgedir. TRB2 Bölgesinin tek büyükşehiri olan Van iline: Büyüme kutupları teorisinin Türkiye Cumhuriyeti şartlarındaki uygulaması olan Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) kapsamında tekstil sektöründe önemli yatırımlar yapılmıştır. Bunlar: 2012 yılında ‘‘Tekstilkent’’ projesi ve Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından 2018 yılından itibaren yürütülen ‘‘Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Altyapı Projesi’’ ile 22 tekstil firması devlet destekli bölgesel teşvikler ile kurularak üretime başlamıştır. Bu tezin amacı 2012 tarihinden itibaren Cazibe merkezleri kapsamında Van kentinde planlı tekstil kümelerinin; ürün ve işgücü (nitelik ve nicelik), Ar-Ge ve inovasyon durumu, üretim organizasyonu, tedarik ve pazarlama, sürdürülebilir çevresel yaklaşımlar, yer secimi kararları ve firma stratejisi ve rekabet açısından mevcut durum değerlendirilmesi yapılarak bunların güncel mevcut durumunu ortaya koymak ve yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen verileri gerekli yöntem ve programlar ile analiz ederek öneriler sunmaktır. Yapılan literatür taraması ve yarı yapılandırılmış görüşme formu çalışmaları ile Van tekstil sektörü için güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditler belirlenmiştir. Sonuç olarak Van’da, Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) kapsamındaki tekstil sektörünün gerekli parametreler dâhilinde güncel mevcut durumu ortaya koyulmaktadır. TRB2 Bölgesinde yapılan bu çalışma ilk olma özelliğinin yanında sonraki çalışmalara da referans gösterilebilecektir.

Anahtar kelimeler: Bölgesel kalkınma, Cazibe merkezleri programı, TRB2 bölgesi, Tekstil sektörü, Van ili tekstil sektörü

ABSTRACT

EVALUATION OF TRB2 REGION VAN PROVINCE TEXTILE INDUSTRY SECTOR WITHIN THE SCOPE OF ATTRACTION CENTERS PROGRAM AS A POLICY TOOL IN REGIONAL DEVELOPMENT

Aysan, Rumeysa

M.Sc. Thesis, Department of City and Regional Planning

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Aysu UĞURLAR

August 2024, 263 pages

TRB2 Region covers the provinces of Van, Muş, Bitlis and Hakkari. This region has a young population and high unemployment rates compared to the country as a whole. Van is the only metropolitan city of TRB2 Region: Significant investments have been made in the textile sector within the scope of the Centers of Attraction Support Program (CMDP), which is the application of the growth poles theory under the conditions of the Republic of Turkey. These are: In 2012, with the “TekstilKent” project and the “Van Textile and Ready-to-Wear OIZ Infrastructure Project” carried out by the Eastern Anatolia Development Agency since 2018, 22 textile companies were established with state-supported regional incentives and started production. The aim of this thesis is to reveal the current current situation of the planned textile clusters in the city of Van within the scope of Attraction Centers since 2012 in terms of product and workforce (quality and quantity), R&D and innovation status, production organization, supply and marketing, sustainable environmental approaches, location decisions and company strategy and competition, and to present suggestions by analyzing the data obtained from semi-structured interviews with the necessary methods and programs. Strengths, weaknesses, opportunities and threats have been identified for Van textile sector through literature review and semi-structured interview form studies. As a result, the current current situation of the textile sector in Van within the scope of the Attraction Centers Support Program (CMDP) is revealed within the necessary parameters. This study, which is the first of its kind in the TRB2 Region, will also be a reference for future studies.

Keywords: Attraction centers program, Regional Development, Textile sector TRB2 region, Van province textile sector



TEŞEKKÜR

Bu tez çalışmasında danışman hocam Doç. Dr. Aysu UĞURLAR’a, her türlü ilgi ve yardımını esirgemediği, değerli rehberliği, deneyimli bakış açısı, sabrı ve beni her adımda desteklediği ve yönlendirdiği için teşekkür ederim. Tez savunma sürecime dâhil olan hocalarım Prof. Dr. Serkan KEMEÇ ve Doç. Dr. Nilüfer GÜRER’e sağlamış oldukları katkı, bilgi ve deneyimlerden ötürü teşekkür ederim. Ayrıca eğitim hayatım boyunca beni her daim destekleyen başta babam Remzi AYSAN olmak üzere tüm aileme de teşekkürlerimi sunarım.

2024

Rumeysa AYSAN



İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	i
ABSTRACT	iii
TEŞEKKÜR	v
ÇİZELGELER LİSTESİ	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xix
SİMGELER VE KISALTMALAR	xxiii
EKLER DİZİNİ.....	xxv
1. GİRİŞ.....	1
2. BÖLGESEL KALKINMANIN KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVESİ ...	11
2.1 Bölgesel Kalkınma ve Bölgesel Kalkınma Politikasının İlkeleri.....	13
2.1.1 Sosyal Karlılık İlkesi	15
2.1.2 Kalkınma Kutbu İlkesi.....	15
2.1.3 Halkın Katılımı İlkesi	15
2.2 Bölgesel Kalkınma Politikasının Amaçları	16
2.2.1 Bölgesel Kalkınmayı Sağlayan Potansiyel Etmenler.....	16
2.3 Bölgesel Kalkınmaya Yönelik Kuramsal Yaklaşımlar.....	18
2.3.1 Keynesyen Bölgesel Kalkınma Teorisi	19
2.3.2 Neoklasik Bölgesel Kalkınma Kuramları	19
2.3.2.1 Büyüme Kutupları Teorisi	22
2.3.2.2 Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi.....	24
2.3.3 Bölgesel Yenilik Modelleri	25
2.3.3.1 Yenilikçi Çevre Teorisi.....	25
2.3.3.2 Rekabetçi Üstünlükler Teorisi (Porter)	26
2.3.3.3 Yeni Ekonomik Coğrafya	30
2.4 Dünya'da Ve Türkiye'de Bölgesel Kalkınma Çalışmaları	30
2.6 Dünya'da ve Türkiye'de Tekstil Sektörünün Mevcut Durumu	40
2.6.1 Dünyada Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Değerlendirilmesi	40
2.6.2 Türkiye'de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Değerlendirilmesi.....	42
2.7 TRB2 Bölgesinin Değerlendirilmesi	46
2.7.1 Van Kenti	47
2.7.1.1 Van İlinin Tekstil Sektörünün Değerlendirilmesi	50
3. MATERYAL VE YÖNTEM.....	53
3.1 Materyal	53
3.1.1 Van Tekstil Kent Projesi	54

	Sayfa
3.1.2 Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Altyapı Projesi	55
3.1.3 Çalışma Alanının Sınırları.....	57
3.1.4 Çalışma Alanının Farklı Ölçeklerdeki Konumu	57
3.2 Yöntem.....	58
3.3 Anket Çalışması	60
4. BULGULAR	61
4.1 Saha Değerlendirilmesi	61
4.1.1 Ürün ve Çalışma	62
4.1.2 Üretim ve Organizasyonu.....	66
4.1.3 Tedarik ve Pazarlama	102
4.1.4 Yer Seçimi ve Fiziki Altyapı.....	113
4.1.5 Sürdürülebilir Çevre Yaklaşımı	132
4.1.6 Firma Stratejisi ve Rekabet	151
4.1.7 Saha Değerlendirilmesi Genel Sonucu	195
4.2 LQ Analizi	197
4.3 Oda, Bırlık, Sendika Ve Dernek Görüşmeleri.....	198
4.4 Van CMDP Tekstil Sanayisinin Güçlü Yönleri, Zayıf Yönleri,	203
Fırsatlar ve Tehditler (GZFT) Analizi	203
5. TARTIŞMA VE SONUÇ	213
KAYNAKLAR.....	231
EKLER	239
ÖZ GEÇMİŞ.....	263

ÇİZELGELER LİSTESİ

	Sayfa
Çizelge 2.1 Geçmişten günümüze bölge kavramı	13
Çizelge 2.2 CMDP kapsamında gerçekleştirilen projelerin yıllara göre dağılımı	39
Çizelge 2.3 Türkiye tekstil sektörünün tarihsel gelişimi (Eraslan vd., 2008).....	44
Çizelge 3.1 Saha araştırması sonuçlarının puanlama cetveli.....	59
Çizelge 4.1 Firma konumu ve merkezi.....	61
Çizelge 4.2 Saha çalışması sonuçlarının maximum ağırlık puanı ve aritmetik ortalaması.....	62
Çizelge 4.3 Firmaların lokasyon ve merkez lokasyonlarının dağılımı.....	65
Çizelge 4.4 Firmaların ürünlerini kendi markaları ile pazarlama durumları	65
Çizelge 4.5 Firmaların üretimde uyguladıkları yöntemlerin dağılımı	66
Çizelge 4.6 Firmaların üretim sürecinde ve üretim teknolojisinde yenilenme gerçekleşmesi durumları	76
Çizelge 4.7 Firmaların teknolojik gelişmelerini, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen faktörlerin dağılımı	76
Çizelge 4.8 Firmaların teknolojik gelişmelerini, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen, yenilikçi üretim süreçleri ve teknolojiler faktörü	77
Çizelge 4.9 Firmaların teknolojik gelişmelerini, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen, dijital pazarlama ve satış kanalları faktörü	78
Çizelge 4.10 Firmaların teknolojik gelişmelerini, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen, üretim otomasyonu ve robotik sistemler faktörü	78
Çizelge 4.11 Firmaların teknolojik gelişmelerini, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen, veri analitiği ve iş zekâsı faktörü	79
Çizelge 4.12 Firmaların teknolojik gelişmelerini, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen, dijital tedarik zinciri yönetimi faktörü	79
Çizelge 4.13 Firmaların teknolojik gelişmelerini, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen, endüstri 4.0 uygulamaları faktörü.....	80
Çizelge 4.14 Firmalar veya bir arada bulunan firmaların birlikte yerel insan kaynaklarına yatırım yaparak yetenek geliştirmekte durumları.....	80

Çizelge 4.15 Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen faktörlerin dağılımı	81
Çizelge 4.16 Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen, işgücü arz ve talep dengesi faktörü.....	82
Çizelge 4.17 Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen, eğitim ve yetenek geliştirme programları faktörü.....	82
Çizelge 4.18 Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen, işgücü çeşitliliği ve kapsayıcılık programları faktörü.....	83
Çizelge 4.19 Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen, çalışan motivasyonu ve bağlılığı faktörü	83
Çizelge 4.20 Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen, ücret ve yan haklar politikaları faktörü.....	84
Çizelge 4.21 Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen, çalışma koşulları ve iş güvenliği faktörü	84
Çizelge 4.22 Firmaların yenilikçi ürünler ve teknolojiler geliştirme durumları.....	85
Çizelge 4.23 Firmaların Ar-Ge faaliyetlerine kaynak ayırma durumları	85
Çizelge 4.24 Firmaların yerel Ar-Ge ağlarına dâhil olma durumları	86
Çizelge 4.25 Firmaların Ar-Ge personeli bulundurma durumları	86
Çizelge 4.26 Firmaların üniversite-sanayi işbirliğine katılma durumları.....	87
Çizelge 4.27 Küme veya firmaların finansal kaynaklara erişimini, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen faktörlerin dağılımı	89
Çizelge 4.28 Küme veya firmaların finansal kaynaklara erişimini, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen, finansal piyasa koşulları ve faiz oranları faktörü	90
Çizelge 4.29 Küme veya firmaların finansal kaynaklara erişimini, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen, banka kredileri ve diğer finansman kaynakları faktörü	90
Çizelge 4.30 Küme veya firmaların finansal kaynaklara erişimini, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen, öz kaynak ve sermaye yapısı politikaları faktörü	91

Çizelge 4.31 Küme veya firmaların finansal kaynaklara erişimini, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen, nakit akışı yönetimi ve risk azaltma stratejileri faktörü	91
Çizelge 4.32 Küme veya firmaların finansal kaynaklara erişimini, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen, finansal riskler ve hedging stratejileri faktörü.....	92
Çizelge 4.33 Firmaların ülke de yaşanan ekonomik dalgalanmalardan etkilenme durumları.....	92
Çizelge 4.34 Firmaların diğer firmalar ile bir arada bulunmasından dolayı tekstil kümesi olarak işbirliği yapma ve ortak projeler geliştirme konusunda aktif olma durumları	95
Çizelge 4.35 Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen faktörlerin dağılımı	95
Çizelge 4.36 Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen, karar alma süreçleri ve organizasyonel kültür faktörü.....	96
Çizelge 4.37 Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen, iç iletişim ve işbirliği faktörü.....	97
Çizelge 4.38 Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen, performans değerlendirme ve yönetimi faktörü.....	97
Çizelge 4.39 Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen, değişim yönetimi ve adaptasyon stratejileri faktörü	98
Çizelge 4.40 Firmaların diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığını etkileyen faktörlerin dağılımı.....	98
Çizelge 4.41 Firmaların diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığını etkileyen, ortak tedarikçiler faktörü.....	99
Çizelge 4.42 Firmaların diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığını etkileyen, ortak müşteriler faktörü.....	99
Çizelge 4.43 Firmaların diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığını etkileyen, ortak dağıtım kanalları faktörü.....	100
Çizelge 4.44 Firmaların diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığını etkileyen, ortak üretim süreçleri faktörü.....	100

Çizelge 4.45 Firmaların diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığını etkileyen, bilgi paylaşımı ve işbirliği faktörü	101
Çizelge 4.46 Firmaların diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığını etkileyen, rekabet faktörü	101
Çizelge 4.47 Firmaların hammaddelerini temin ettiği lokasyonların dağılımı.....	106
Çizelge 4.48 Firmaların gelecekte değişmesi beklenen tedarik ilişkilerinin dağılımı...	107
Çizelge 4.49 Firmaların tedarik güvenliğinden memnun olma durumları	107
Çizelge 4.50 Firmaların işleme makinelerinin tedarikini sağladığı lokasyonlarının dağılımı	108
Çizelge 4.51 Firmaların dış pazara yönelik çalışırken karşılaştı sorunların önem sırasına göre dağılımı.....	111
Çizelge 4.52 Firmaların dış pazara yönelik çalışırken karşılaştığı fiyat rekabeti sorununun dağılımı	112
Çizelge 4.53 Firmaların dış pazara yönelik çalışırken karşılaştığı kalite rekabeti sorununun dağılımı	112
Çizelge 4.54 Firmaların dış pazara yönelik çalışırken karşılaştığı uygulanan kotalar sorununun dağılımı	113
Çizelge 4.55 Firmaların yer seçim süreçlerini değerlendirme dağılımları	117
Çizelge 4.56 Firmaların yeni bir yer seçiminde tercihlerini etkileyebilecek olan faktörlerin dağılımı	118
Çizelge 4.57 Firmaların yeni bir yer seçiminde tercihlerini etkileyebilecek olan rekabetçi fiyatlar faktörünün dağılımı	119
Çizelge 4.58 Firmaların yeni bir yer seçiminde tercihlerini etkileyebilecek olan tedarikçi güvenilirliği faktörünün dağılımı.....	119
Çizelge 4.59 Firmaların yeni bir yer seçiminde tercihlerini etkileyebilecek olan kalite standartları faktörünün dağılımı	120
Çizelge 4.60 Firmaların yeni bir yer seçiminde tercihlerini etkileyebilecek olan lojistik ve taşıma maliyetleri faktörünün dağılımı	120
Çizelge 4.61 Firmaların yeni bir yer seçiminde tercihlerini etkileyebilecek olan lojistik ve taşıma maliyetleri faktörünün dağılımı	121

Çizelge 4.62 Firmaların yeni bir yer seçiminde tercihlerini etkileyebilecek olan devlet politikaları ve düzenlemeleri faktörünün dağılımı.....	121
Çizelge 4.63 Firmaların Kara yolu altyapı kalitesinin değerlendirilmesi.....	123
Çizelge 4.64 Firmaların Hava yolu altyapı kalitesinin değerlendirilmesi	124
Çizelge 4.65 Firmaların Demiryolu altyapı kalitesinin değerlendirilmesi	124
Çizelge 4.66 Firmaların İnternet altyapı kalitesinin değerlendirilmesi	125
Çizelge 4.67 Firmaların Telefon iletişim altyapı kalitesinin değerlendirilmesi	125
Çizelge 4.68 Firmaların Arıtma tesisi altyapı kalitesinin değerlendirilmesi	126
Çizelge 4.69 Firmaların Doğalgaz altyapı kalitesinin değerlendirilmesi	126
Çizelge 4.70 Firmaların Elektrik altyapı kalitesinin değerlendirilmesi.....	127
Çizelge 4.71 Firmaların Su altyapı kalitesinin değerlendirilmesi	127
Çizelge 4.72 Firmaların Kanalizasyon altyapı kalitesinin değerlendirilmesi.....	128
Çizelge 4.73 Firmaların lojistik altyapıda en çok tercih ettiği ulaşım ağlarının dağılımı	130
Çizelge 4.74 Firmaların taşıma maliyetlerinden memnun olma durumları.....	131
Çizelge 4.75 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasından doğan lojistik ağları kullanma durumları.....	131
Çizelge 4.76 Firmaların sürdürülebilir ve çevresel etkileri konusundaki performans değerlendirmelerinin dağılımı.....	135
Çizelge 4.77 Firmaların, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen faktörlerin dağılımı	136
Çizelge 4.78 Firmaların, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen, çevre dostu üretim ve malzemeler faktörü	137
Çizelge 4.79 Firmaların, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen, atık yönetimi ve geri dönüşüm faktörü.....	137
Çizelge 4.80 Firmaların, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen, enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı faktörü.....	138
Çizelge 4.81 Firmaların, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen, sosyal hakkaniyet ve adil ticaret faktörü ...	138

Çizelge 4.82	Firmaların, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen, topluma katkı ve yerel kalkınma projeleri faktörü	139
Çizelge 4.83	Firmaların, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen, sürdürülebilir tedarikçi ilişkileri faktörü	139
Çizelge 4.84	Firmaların geri dönüşüm için tercih ettikleri lokasyonların dağılımı	143
Çizelge 4.85	Firmaların geri dönüşüm için Batman ilini tercih etme durumları.....	144
Çizelge 4.86	Firmaların geri dönüşüm için Ankara ilini tercih etme durumları	145
Çizelge 4.87	Firmaların geri dönüşüm için Diyarbakır ilini tercih etme durumları.....	146
Çizelge 4.88	Firmaların geri dönüşüm için Adıyaman ilini tercih etme durumları	147
Çizelge 4.89	Firmaların geri dönüşüm için İstanbul ilini tercih etme durumları	148
Çizelge 4.90	Firmaların geri dönüşüm için İzmir ilini tercih etme durumları	149
Çizelge 4.91	Firmaların geri dönüşüm için Van ilini tercih etme durumları	150
Çizelge 4.92	Firmaların, yerel veya uluslararası pazarda rekabetçi bir avantaja sahip olduklarına inanma durumları.....	156
Çizelge 4.93	Firmaların bulundukları bölgede ekonomik büyüme ve kalkınma gözlemlene durumları	157
Çizelge 4.94	Firmaların bölgedeki diğer sektörler ve bölgeler üzerinde olumlu bir etkilerinin olduğuna inanma durumları.....	157
Çizelge 4.95	Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasından dolayı çevre üzerindeki etkilerinin durumu.....	158
Çizelge 4.96	Firmaların istihdam yaratma ve iş imkânları açısından bölge için ne kadar etkili olduklarına inanma durumları.....	158
Çizelge 4.97	Firmaların, yerel veya ulusal düzeyde büyüme kutupları stratejisi için sağlanan destek veya teşvik programlarının ne kadar yeterli olduğunu düşünme durumları	161
Çizelge 4.98	Firmaların, devlet teşviklerinin bölgede ki ekonomik büyümeyi teşvik etmede etkili olduklarına inanma durumları	161
Çizelge 4.99	Firmaların/kümelerin rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen faktörlerin dağılımı.....	170

Çizelge 4.100 Firmaların/kümelerin rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen, küresel pazardaki rekabetçi baskılar faktörü	171
Çizelge 4.101 Firmaların/kümelerin rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen, yeni pazarlara açılma stratejileri faktörü	171
Çizelge 4.102 Firmaların/kümelerin rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen, ürün ve süreç inovasyonu faktörü	172
Çizelge 4.103 Firmaların/kümelerin rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen, marka ve müşteri ilişkileri yönetimi faktörü	172
Çizelge 4.104 Firmaların/kümelerin rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen, fiyat ve maliyet yönetimi faktörü	173
Çizelge 4.105 Firmaların/kümelerin rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen, işbirlikleri ve ortaklıklar faktörü	173
Çizelge 4.106 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı katkıları değerlendirmelerinin dağılımı	174
Çizelge 4.107 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı, yeni yatırımların çekilmesi ve bölgeye ekonomik canlılık kazandırması katkısı.....	174
Çizelge 4.108 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı, istihdam yaratması ve yerel ekonomiye hareketlilik katkısı	175
Çizelge 4.109 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı, bölgedeki diğer işletmelerle işbirliği yaparak karşılıklı bağımlılıkları artırması katkısı	175
Çizelge 4.110 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı, İnovasyon ve teknoloji transferi gibi alanlarda bölgeye katkı sağlaması katkısı	176
Çizelge 4.111 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının temel amacının ne olduğu hakkında ki görüşlerinin dağılımı	176
Çizelge 4.112 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomik kalkınmaya etkisini değerlendirme durumları	177
Çizelge 4.113 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen faktörlerin dağılımı	178

Çizelge 4.114 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen yerel hammadde temini faktörü	179
Çizelge 4.115 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen yerel işgücü ve yetenekler faktörü	179
Çizelge 4.116 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen yerel talep ve tüketici tercihleri faktörü.....	180
Çizelge 4.117 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen yerel kültürel ve sosyal normlar faktörü	180
Çizelge 4.118 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen yerel düzenlemeler ve politikalar faktörü.....	181
Çizelge 4.119 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen yerel toplum ve paydaşlarla ilişkiler faktörü.....	181
Çizelge 4.120 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen faktörlerin etkisinin olmaması durumu.....	182
Çizelge 4.121 Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarını etkileyen faktörlerin dağılımı	183
Çizelge 4.122 Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarını etkileyen ticari ve ekonomik belirsizlikler faktörü.....	184
Çizelge 4.123 Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarını etkileyen gümrük vergileri ve ticaret kısıtlamaları faktörü	184

Çizelge 4.124 Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarını etkileyen politik istikrarsızlık ve riskler faktörü.....	185
Çizelge 4.125 Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarını etkileyen küresel ekonomik dengesizlikler faktörü	185
Çizelge 4.126 Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarını etkileyen lojistik ve tedarik zinciri karmaşıklığı faktörü.....	186
Çizelge 4.127 Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarını etkileyen finansal erişim zorluğu faktörü	186
Çizelge 4.128 Firmaların kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerinizi etkileyen faktörlerin dağılımı.....	187
Çizelge 4.129 Firmaların kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerinizi etkileyen, kriz ve risk yönetimi planları faktörü	188
Çizelge 4.130 Firmaların kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerinizi etkileyen, risk analizi ve değerlendirmesi süreçleri faktörü	188
Çizelge 4.131 Firmaların kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerinizi etkileyen, tedarik zinciri güvenliği ve lojistik yönetimi faktörü.....	189
Çizelge 4.132 Firmaların kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerinizi etkileyen, kriz iletişimi ve paydaş yönetimi faktörü	189
Çizelge 4.133 Firmaların kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerinizi etkileyen, sigorta ve risk transferi stratejileri faktörü	190
Çizelge 4.134 Firmaların kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerinizi etkileyen, acil durum ve felaket yönetimi planları faktörü	190
Çizelge 4.135 Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen faktörlerin dağılımı	191
Çizelge 4.136 Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen, pazar payı ve büyüme hedefleri faktörü	192

Çizelge 4.137 Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen, karlılık ve sermaye getirisi hedefleri faktörü	192
Çizelge 4.138 Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen, müşteri memnuniyeti ve sadakati hedefleri faktörü	193
Çizelge 4.139 Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen, inovasyon ve sürekli gelişim hedefleri faktörü	193
Çizelge 4.140 Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen, çalışan memnuniyeti ve yetenek geliştirme hedefleri faktörü.....	194
Çizelge 4.141 Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik hedefleri faktörü.....	194
Çizelge 4.142 GZFT analizi ürün ve çalışma	204
Çizelge 4.143 GZFT analizi üretim organizasyonu.....	205
Çizelge 4.144 GZFT analizi -tedarik ve pazarlama.....	206
Çizelge 4.145 GZFT analizi-yer seçimi ve fiziki altyapı.....	207
Çizelge 4.146 GZFT analizi sürdürülebilir çevre yaklaşımı	208
Çizelge 4.147 GZFT analizi –firma stratejisi ve rekabet.....	209

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 1.1 Büyüme kutupları teorisi ile temellendirilen; CMDP kapsamında ulus, bölge ve yerel ölçekte van ili tekstil sanayi /sektörünün çerçevesi.....	6
Şekil 1.2 Tezin çerçevesi ve çalışmanın akış şeması.....	8
Şekil 2.1 Bölgesel kalkınmaya yönelik kuramsal yaklaşımlar.....	18
Şekil 2.2 Porter Elmas Modeli.....	27
Şekil 2.3 Küresel ölçekte tekstil ve hazır giyim sektörünün mevcut durumu	41
Şekil 2.4 Türkiye’de tekstil ve hazır giyim sektörünün mevcut durumu.....	45
Şekil 2.5 Van ilinin ithalat ihracat durumu.....	49
Şekil 2.6 Van ili tekstil sanayi firma sayısı (Yazar tarafından *: ArcGIS programı ile oluşturulmuştur.).....	51
Şekil 2.7 Van ili tekstil sanayi sektörü istihdam sayısı (Yazar tarafından *: ArcGIS programı ile oluşturulmuştur.)	51
Şekil 3.1 Van ili CMDP tekstil sanayi firma sayısı (Yazar tarafından *: ArcGIS Programı ile oluşturulmuştur.).....	53
Şekil 3.2 Van ili CMDP tekstil sektörü istihdam sayısı (Yazar tarafından *: ArcGIS Programı ile oluşturulmuştur.).....	54
Şekil 3. 3 Çalışma alanının sınırları (Google Earth)	57
Şekil 4.1 Üretilen ürün kategorisi aritmetik puan hesabı.....	63
Şekil 4.2 Firmaların üretim ve çalışma süreci ağırlık puanları aritmetik ortalamasına ait grafik.....	64
Şekil 4.3 Üretim ve organizasyon bölümü literatür kaynağı	67
Şekil 4.4 Araştırma ve geliştirme ağırlık puanları aritmetik ortalama dağılımı.....	70
Şekil 4.5 Firmaların Ar-Ge gelişimi ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği.....	71
Şekil 4.6 Yenilik ağırlık puanları aritmetik ortalama dağılımı	72
Şekil 4.7 Firmaların yeniliklere açık olması durumu ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği	73
Şekil 4.8 Yetenek geliştirme ağırlık puanları aritmetik ortalama dağılımı	74
Şekil 4.9 Firmaların yetenek geliştirme eğilimleri durumu ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği.....	75

	Sayfa
Şekil 4.10 Sermaye ağırlık puanları aritmetik ortalama dağılımı	88
Şekil 4.11 Firmaların sermaye yapısı ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği	88
Şekil 4.12 Organizasyon ağırlık puanları aritmetik ortalama dağılımı	93
Şekil 4.13 Firmaların organizasyon yapısı ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği	94
Şekil 4.14 Tedarik ve pazarlama bölümü literatür kaynağı.....	102
Şekil 4.15 Tedarik ağırlık puanları aritmetik ortalama dağılımı	104
Şekil 4.16 Firmaların tedarik yapısı ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği	105
Şekil 4.17 Pazarlama puanları aritmetik ortalama dağılımı	109
Şekil 4.18 Firmaların pazarlama yapısı ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği	110
Şekil 4.19 Yer seçimi ve fiziki altyapı bölümü literatür kaynağı.....	114
Şekil 4.20 Yer seçimi aritmetik ortalama dağılımı	115
Şekil 4.21 Yer seçimi ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği	116
Şekil 4.22 Altyapı kalitesi puanları aritmetik ortalama dağılımı	122
Şekil 4.23 Altyapı ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği.....	123
Şekil 4.24 Lojistik puanları aritmetik ortalama dağılımı.....	129
Şekil 4.25 Sürdürülebilir çevresel etkileri ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği	130
Şekil 4.26 Sürdürülebilir çevre yaklaşımı bölümü literatür kaynağı.....	132
Şekil 4.27 Sürdürülebilir çevresel etkiler puanları aritmetik ortalama dağılımı	133
Şekil 4.28 Sürdürülebilir çevresel etkileri ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği	134
Şekil 4.29 Yenilenebilir enerji puanları aritmetik ortalama dağılımı.....	140
Şekil 4.30 Yenilenebilir enerji kullanımı ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği	141
Şekil 4.31 Geri dönüşüm puanları aritmetik ortalama dağılımı	142
Şekil 4.32 Geri dönüşüm ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği	142
Şekil 4.33 Firma Stratejisi ve Rekabet bölümü literatür kaynağı.....	151
Şekil 4.34 Firma stratejisi puanları aritmetik ortalama dağılımı.....	153
Şekil 4.35 Firma stratejileri ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği.....	155
Şekil 4.36 Teşvik puanları aritmetik ortalama dağılımı	159
Şekil 4.37 Firmaların teşvik değerlendirmesi ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği.....	160
Şekil 4.38 Rekabet puanları aritmetik ortalama dağılımı.....	162
Şekil 4.39 Firmaların rekabet durumu ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği.....	163

Sayfa

Şekil 4.40 Farkındalık (Rekabet) durumu puanları aritmetik ortalama dağılımı	164
Şekil 4.41 Farkındalık (Rekabet) durumu ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği	165
Şekil 4.42 Kriz yönetimi (rekabet) puanları aritmetik ortalama dağılımı	166
Şekil 4.43 Kriz yönetimi (rekabet) durumu ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği	167
Şekil 4.44 Gelecek planlaması (rekabet) puanları aritmetik ortalama dağılımı.....	168
Şekil 4.45 Gelecek planlaması (rekabet) durumu ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği.....	169
Şekil 4.46 Firmaların güncel durumu ağırlık puanları maksimum aritmetik ortalaması genel sonucu grafiği.....	195
Şekil 4.47 Firmaların güncel durumu ağırlık puanları aritmetik ortalaması genel sonucu grafiği	196
Şekil 4.48 LQ analizi çıktıları	198



SİMGELER VE KISALTMALAR

Bu çalışmada kullanılmış bazı simgeler ve kısaltmalar, açıklamalarıyla aşağıda sunulmuştur.

Kısaltmalar	Açıklama
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ADA	Alsace Bölgesi Kalkınma Ajansı
AGB	Az Gelişmiş Bölge
AR-GE	Araştırma ve geliştirme
ATC	Agreement of Textile and Apparel
BGUS	Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisi
BYKP	Beş Yıllık Kalkınma Planı
CMDP	Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı
DAKA	Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
OSB	Organize Sanayi Müdürlüğü
VANTSO	Van Ticaret ve Sanayi Odası
YİKOB	Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı



EKLER DİZİNİ

	Sayfa
Ek 1 Tedarik ağıları	239
Ek 2 Geri dönüşüm ağıları	241
Ek 3 İhracat ağı	242
Ek 4 Görüşme Formu	243
Ek 5 Çalışma kapsamına dâhil olan ve görüşme yapılan firmalar	261





1. GİRİŞ

Küreselleşen dünyada artan yeni mekân arayışları girişimcileri yerel kaynaklara yönlendirmektedir. Artan rekabet koşulları ve gelişen teknoloji, sanayinin mekânsal ve sektörel dönüşümünü doğrudan etkilemektedir. Türkiye bu değişim ve dönüşüm sürecinde günden güne kalkınmanın araçlarını güçlendirmeye çalışmaktadır. Buradan hareketle Türkiye'de kalkınma ajansları, 2006 yılında çıkarılan 5449 sayılı "Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun" ile kurulmuştur. İlk olarak 2006 yılında İzmir ve Çukurova bölgelerinde kurulmuş ve ardından diğer bölgelerde de ajanslar faaliyete geçmiştir. Türkiye'deki 26 Düzey 2 Bölgesi için toplam 26 kalkınma ajansı kurulmuştur. Bölgelerarası gelişmişlik farklarını azaltmak, her bölgenin kendine özgü yerel kaynaklarını ve yerel potansiyeli değerlendirmek, Avrupa Birliği'ne uyum sürecinin parçası olmak, merkezi yönetimin yükünü hafifletmek ve yatırımları teşvik etmek, ekonomik ve sosyal kalkınmayı sağlamak kalkınma ajanslarının kurulmasının temel nedenleridir. Bu nedenlerle kalkınma ajansları, Türkiye'de bölgesel kalkınma politikalarının önemli bir aracı olarak faaliyet göstermektedir. 26 adet Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan "Bölge Planları" ulusal strateji planı Kalkınma Planları'ndan referans alınarak geliştirilmektedir. Küreselleşme sürecinde hem ulus hem de bölge ölçeğinde gelişmeler yaşanmaktadır. Bu bağlamda Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP), Türkiye'nin son dönem kalkınma planları ve strateji belgelerinde, özellikle dezavantajlı bölgelerde ekonomik kalkınmayı teşvik etmek, yatırım ortamını iyileştirmek ve bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak amacıyla önemli bir araç olarak vurgulanmıştır. Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP), merkezi nitelikli bir bölgesel gelişme programı içinde Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından desteklenmektedir. Bu program ulus düzeyinde daha dengeli bir yerleşme düzeninin sağlanması, göçün kademeli olarak yönlendirilebilmesi, nispeten geri kalmış ve göç veren bölgelerin çekim merkezi haline getirilmesi ve bu şehirlerin; katma değeri yüksek üretim, ihracat, istihdam, verimlilik, teknoloji ve yenilikçilik kapasitelerinin artırılmasını amaçlamaktadır. Bu bağlamda ilk olarak 9. Kalkınma Planı'nda bölgesel gelişmenin sağlanması için cazibe merkezlerinin oluşturulması planlanmıştır. Planda "Bölgesel Gelişme Politikasının Merkezi Düzeyde Etkinleştirilmesi" başlığının alt amaçlarından biri de şudur: Az gelişmiş bölgeleri büyüme ve çevrelerine hizmet verme potansiyeli yüksek cazibe merkezleri haline getirmek

öncelikli amaç taşımaktadır. Bu amaç 10. Kalkınma Planı ile somutlaştırılmaya çalışılmış, bölgesel gelişme planları uygulamaya konulmuş ve cazibe merkezleri programı hayata geçirilmiştir. Kalkınma ajansları, bölgelerin rekabet gücüne de katkıda bulunmuş ve bu bölgelere kapsamlı mali ve teknik destekleri sağlamıştır.

11. Kalkınma Planı'nda da "Görece geri kalmış bölgelerde çevresine hizmet verme bakımından merkez olma işlevi taşıyan illerde Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı uygulanmasına devam edilecektir" ifadesi ile somutlaştırılmış bu alt amacın sürdürüldüğü görülmektedir. 9. Kalkınma Planı'ndan günümüze bölgesel gelişmenin bir aracı olarak görülen cazibe merkezleri Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının ifadesi ile "Büyüme Kutupları Teorisinin" Türkiye şartlarındaki uygulaması olarak ifade edilmektedir. Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP), 2008 yılında başlayan pilot uygulamanın ardından 2010 yılından itibaren her yıl düzenli olarak uygulanmaktadır. Son olarak Bakanlar Kurulunca 02/01/2018 tarihinde Cazibe Merkezleri Programı Kapsamında Yatırımların Desteklenmesi Hakkında Karar yürürlüğe konularak TRB2 Bölgesi Van ili de dâhil olmak üzere toplam 23 il Cazibe Merkezleri Programı kapsamına alınmıştır. Bu kararın amacı "Görece az gelişmiş 23 ilde, istihdam, üretim ve ihracatı artırmak İmalat sanayisi ile çağrı merkezi ve veri merkezi yeni yatırım projelerini desteklemek imalat sanayisinde; yarım kalmış ya da yatırımı tamamlanarak işletme sermayesi yetersizliği nedeniyle işletmeye geçememiş veya kısmen geçmiş yahut başka sebeplerle faaliyet göstermeyen tesisleri ayağa kaldırmaktır."

Farklı İstatistiki Bölge Birimleri içinde yer alan cazibe merkezleri programında yürütülen alt projeler de ulusal strateji planlarından referans almaktadır. Bu bağlamda Cazibe Merkezleri Programı kapsamında öne çıkan sektörlerden birisi de tekstil sektörüdür. Türkiye'de tekstil sektörüne yönelik amaçlar üst ölçekli strateji belgelerinde yer almaktadır. 10. Kalkınma Planı'nda yer alan "İmalat Sanayinde Dönüşüm" başlığı altında; "Tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinin müşteri odaklı, hız ve esnekliği ile üretici özelliklerini geliştiren, tasarım, koleksiyon ve marka yaratabilen, yenilikçi, çevreye duyarlı, pazarlama ve üretim kanallarında etkin olan bir yapıya dönüşümü desteklenecektir." ifadesi yer almaktadır. Ayrıca Türkiye Sanayi Strateji Belgesi Belgesinde sektöre yönelik vizyon: "Tekstil, hazır giyim ve deri ürünleri (THD) sektörlerinde teknoloji ve tasarım içeren ürünlerde dünya pazarlarında lider ülke olmak." şeklinde tamamlanmıştır. Genel amaç ise: "Tekstil, hazır giyim ve deri ürünleri

sektörlerini katma değeri yüksek, yenilikçi, bilgi ve ileri teknoloji içeren ürün ve hizmet sunumları ile rekabetçiliğini arttırarak dünya ticaretinden daha fazla pay alan sürdürülebilir bir yapıya kavuşturmak.” biçimindedir.

Ulusal strateji planlarının temel amaçlarından biri, bölgesel ölçekte teşvik sistemi ile finansal destek sağlamaktır. 19/06/2012 tarihli ve 2012/3305 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karar ve buna bağlı 2012/1 sayılı tebliğ ile yeni teşvik sistemi düzenlenmiştir. 2012/3305 sayılı karar, kalkınma planları ve yıllık programlarda öngörülen hedefler doğrultusunda tasarrufların katma değeri yüksek yatırımlara yönlendirilmesini, üretim ve istihdamın artırılmasını, uluslararası rekabet gücünün artırılmasını, araştırma-geliştirme içeriği yüksek bölgesel ve büyük ölçekli yatırımlar ile stratejik yatırımların teşvik edilmesini, uluslararası doğrudan yatırımların artırılmasını, bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılmasını, kümelenme ve çevre korumaya yönelik yatırımların ve araştırma-geliştirme faaliyetlerinin desteklenmesini amaçlamaktadır. Bu kapsamda, 2009/15199 sayılı kararda belirtilen destek unsurlarına ek olarak gelir vergisi stopaj desteği, sigorta primi işçi hissesi desteği, yatırım döneminde indirimli kurumlar vergisinin uygulanması ve stratejik yatırımlara KDV iadesi desteği gibi unsurlar eklenmiştir. Yeni teşvik sistemi ile 81 il, sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyeleri dikkate alınarak 6 bölgeye sınıflandırılmış ve il bazlı bölgesel teşvik sistemine geçilmiştir.

Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (DAKA), bu 26 kalkınma ajansından biri olarak TRB2 Bölgesi’ni (Van, Muş, Bitlis ve Hakkâri illerini) kapsamaktadır. TRB2 Bölgesi’nin en önemli sorunlarından biri, çalışabilir nüfusun yüksek olmasına rağmen istihdamın düşük olmasıdır. Bu nedenle bölge dışarıya göç vermeye devam etmekte ve ekonomik sermaye gelişmemektedir. Ulusal strateji planlarına referansla hazırlanan 2014-2023 TRB2 Bölge Planı’nda, ekonomik dönüşüm ve büyüme eksenini çerçevesinde, bölgenin rekabetçiliğini artırma ve emek yoğun sektörlerin işlevsellik kazanması hedeflenmiştir (DAKA, 2013). Bu doğrultuda, 2012 yılından bu yana Van ilinde CMDP kapsamında 17 proje geliştirilmiş, Van OSB 1998 yılında kurularak bölgeye işlevsellik kazandırılmıştır. OSB, 5 etapta toplam 514 hektara ulaşmış ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından CMDP kapsamında desteklenen "Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Altyapı Projesi" 2018’de başlatılmıştır. Van Tekstilkent, 30 hektarlık bir alanda kurulmuş olup, 6. Bölge teşvikleriyle tekstil yatırımcıları için cazibe merkezi haline getirilmiştir. Bu yatırımların Van ve çevre illerin ekonomisinde büyük bir canlanma yaratması beklenmektedir. Ayrıca,

DAKA'nın 2021 TRB2 Bölgesi sanayi mevcut durum analizi raporuna göre, planlı kümelenme ile istihdam yaratılması ve işsizliğin azaltılması, kadınların iş gücüne katılımının artırılması ve genç nüfusun göçünün engellenmesi hedeflenmiştir. Bu şekilde, bölge ekonomisinin güçlendirilmesi ve komşu ülkelere ihracatın artırılması amaçlanmaktadır (DAKA, 2021).

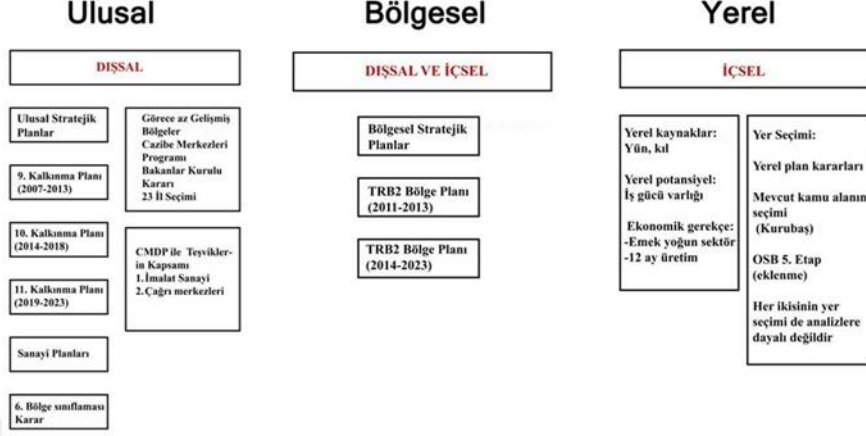
Büyüme kutupları teorisi, ekonomik gelişmenin belirli bölgelerde yoğunlaşarak bu bölgelerde büyüme merkezleri oluşturması gerektiğini savunur. Bu merkezler, odaklandıkları sektörler sayesinde çevrelerindeki ekonomik faaliyetleri de canlandırarak sosyo-ekonomik ve mekânsal gelişmeyi destekler ve bölgesel kalkınmayı teşvik eder. Teoriye göre, bu merkezlerdeki büyüme, çevre bölgeleri de olumlu etkileyerek daha geniş bir alanda ekonomik gelişmeyi tetikler. Yukarıdaki bilgiler ışığında büyüme kutupları teorisi, belirli bölgelerde ekonomik büyümeyi destekleyen merkezlerin oluşmasına dayanır. Türkiye'de cazibe merkezleri oluşturma politikası, 9. Kalkınma Planı'nda büyüme kutupları teorisinden esinlenerek temellendirilmiş ve 10. ve 11. Kalkınma Planlarında somutlaştırılmıştır. Bu merkezler, bölgesel stratejik belgelerde de yer alarak ulusal stratejik belgelerde tanımlanan Cazibe Merkezleri Programı kapsamında, 2012 teşvik yasası ve 2018 Cazibe Merkezleri Programı Kapsamında Yatırımların Desteklenmesi Hakkında Karar ile birleştirilmiştir. Cazibe merkezi teşviki, 6. Bölge teşviki ve dışsal dinamiklerle güçlendirilmiştir. Van ilinin de içinde bulunduğu TRB2 Bölgesi'nde, tarım ve hayvancılık sektörleri öne çıksada, bu sektörlerin mevsimsel olması, hisseli araziler ve kurumsallaşamama gibi sorunlar nedeniyle bölgesel gelişmeye katkısı sınırlıdır. Bu nedenle, cazibe merkezlerinin temel amacı olan imalat sanayinin alt sektörlerinden biri olarak, emek yoğun, katma değeri yüksek, mevsimsel olmayan ve nitelikli işgücü gerektirmeyen tekstil sanayi, bölgedeki doğal kaynaklara dayalı olarak rekabet avantajı sağlayabilecek bir sektör olarak 2012 yılından bu yana desteklenmektedir. Bu strateji, yün ve kıl gibi yerel kaynakları kullanarak Ortadoğu pazarlarına erişim ve ihracat potansiyeli sunan içsel bir potansiyeli harekete geçirmeyi amaçlamaktadır. Ekonomik büyümenin ve kalkınmanın, belirli merkezlerden kaynaklandığı ve bu merkezlerin etrafında bölgesel birikimlerin oluştuğunu ifade eden büyüme kutupları teorisinden yola çıkarak Van cazibe merkezi programı dışsal dinamiklerle desteklenmektedir (Şekil 1.1).

Bölgesel kalkınma projelerinden biri olan ve büyüme kutupları teorisinin Türkiye Cumhuriyeti şartlarındaki uygulaması olan Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı'nın (CMDP) uygulandığı 11 ilden (Diyarbakır, Elâzığ, Erzurum, Hatay, Malatya, Mardin, Samsun, Sivas, Şanlıurfa, Trabzon ve Van) biri olan İstatistiki Bölge Sınıflaması TRB2 de Van ili, güçlü yerel dinamiklere ve önemli lokasyona sahip olmakla birlikte yüksek genç nüfus oranına da sahiptir. Bu iş gücü oranını istihdam ettirmek ve sanayi kültürünü yerleştirmek için emek yoğun sektör olan imalat sanayisine yönelik projeler geliştirilmektedir. Bu kapsamda 2012 yılında "Tekstilkent" projesi ve Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından 2018 yılından itibaren yürütülen "Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Altyapı Projesi" ile 22 tekstil firması devlet destekli bölgesel teşvikler üretim yapmaktadır. Bu iki proje ile yerel potansiyelleri kullanarak ve yerel aktörler arasında iş birliğini güçlendirerek bölgesel kalkınmanın sağlanması hedeflenmiştir.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Gençlik ve Spor Bakanlığı ile protokol yaparak gençlerin kişisel ve sosyal gelişimini desteklemek ve istihdam edilebilirliğini sağlamak için 2021 yılında "Çalışan ve Üreten Gençler Programı Uygulama Çerçevesi" (CUGEP) geliştirmiştir. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu yönergede: "Emek yoğun sektörler, ulaştığı kapasite ve yatırım büyüklükleri bakımından, bölgelerin ihracatlarında, emek yoğun istihdamlarında ve katma değerli ürün üretiminde başat rol üstlenmektedir. Tekstilkent gibi yatırımlar başta olmak üzere istihdam yoğun alanlarda (mobilyacılık, çağrı merkezi, vb.) üretim/hizmet altyapıları oluşturmak amacıyla atıl altyapıların tespiti ve yeni altyapıların kurulması için var olan potansiyeller ve ihtiyaçlar kalkınma ajanslarının bölgelerinde yaptıkları çalışmalar sonucu belirlenmiştir. Özellikle genç işsizliğin yüksek, kadın istihdamının düşük olduğu illerde emek yoğun sektörlerle yönelik yatırımların avantajlar sunacağı değerlendirilmektedir. Ayrıca emek yoğun sektörlerin yatırım tutarı görece düşük olup istihdam etkisinin yüksek olduğu tespit edilmiştir." şeklinde programın çerçevesini belirtmiştir. Bu kapsamda Van ilinde de OSB 5. Etap'ta 4 ve Muradiye' de 1 firma kurulmuştur. Bu firmalar, CMDP ile kurulan firmaların almış olduğu destek ve teşviklerden farklı olmaksızın faaliyet göstermektedir. Her iki programın da koordinatörü Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'dır.

Bu çalışmada; CUGEP kapsamında açılan firmaları da CMDP kapsamında değerlendirilerek analiz ve incelemeler yapmıştır.

BÜYÜME KUTUPLARI TEORİSİ (1950)



Şekil 1.1 Büyüme kutupları teorisi ile temellendirilen; CMDP kapsamında ulus, bölge ve yerel ölçekte van ili tekstil sanayi /sektörünün çerçevesi

1.1 Çalışmanın Amacı ve Araştırma Sorusu

Bu tezde, Van ilinde desteklenen tekstil kümelerinin (OSB ve Kurubaş) ve diğer tekstil firmalarının bölgedeki ekonomik kalkınmaya katkıları incelenmektedir. Buradan hareketle araştırma, firmaların üretim organizasyonu, tedarik ve pazarlama, yer seçimi, fiziki altyapı, sürdürülebilir çevresel yaklaşımlar, firma stratejisi ve rekabet gibi faktörler açısından güncel durumunu ve firmaların konumunun mekânsal ve fiziksel avantaj veya dezavantajlarını değerlendirmektedir. Cazibe Merkezleri Programı kapsamında, Van ilinin bölgenin en önemli merkezlerinden biri haline getirilmesi hedeflenmektedir. Bu tez ile mevcut durumun irdelenmesi ve bölgesel kalkınmaya yönelik önerilerin geliştirilmesini amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda “Büyüme Kutupları Teorisinden temellendirilen Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı kapsamında Van OBB, Kurubaş, Erciş ve Muradiye’de yer alan tekstil sanayi firmalarının bölge ve kente olan sosyo-ekonomik, fiziksel ve beşeri boyutları ve güncel durumu nedir?” araştırma sorusundan hareketle aşağıdaki alt araştırma sorularına yanıt aranmaktadır:

Firmalar CMDP kapsamında sunulan teşvikleri kullanmakta mıdır?

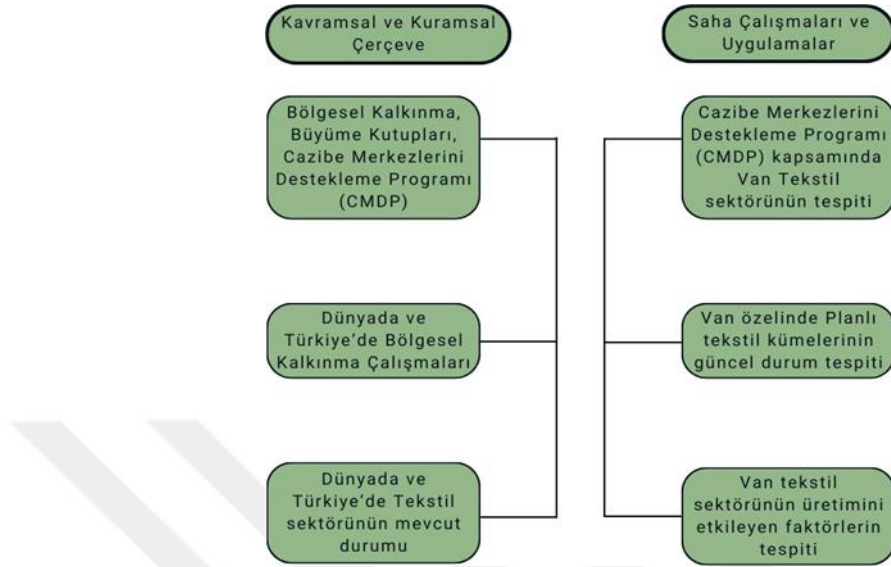
Firmaların lokasyon farklılıklarından kaynaklı; ürün ve çalışma, üretim organizasyonu, tedarik ve pazarlama, yer seçimi ve fiziki altyapı, sürdürülebilir çevresel yaklaşım, firma stratejisi ve rekabette anlamlı farklılıklar var mıdır?

Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü: Van ilinin ekonomik büyümesinde sürdürülebilir ve kapsayıcı bir şekilde birincil sektör olabilir mi?

Bu bağlamda CMDP kapsamında yer alan 22 tekstil firması ile yarı yapılandırılmış görüşmeler ve ilgili kurum ve kuruluşlarla görüşme gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma modelinin seçilmesinin temel nedeni farklı paydaşlarla ve farklı araştırma verilerinin toplanarak özellikle birbirleriyle değerlendirilmesine olanak sağlamasıdır. Bu çerçevede özellikle yüz-yüze görüşme tekniği, gözlem, plan ve rapor arşivlerinin derlenmesi gibi teknik yöntemlerden istifade ederek geniş bir veri setinin oluşturulması sağlanmaktadır. Buradan hareketle yöntem beş aşamalı bir süreç olarak belirlenmiştir. İlk aşamada, çalışmanın amacı doğrultusunda sorunsal belirlenmiş ve ilgili yazın taraması yapılmıştır. İkinci aşamada, ilgili yazından yararlanarak 6 ana ve 10 alt kriterler oluşturulmuş ve CMDP kapsamındaki firmaların ürün ve işgücü (nitelik ve nicelik), Ar-Ge ve inovasyon durumu, üretim organizasyonu, tedarik ve pazarlama, sürdürülebilir çevresel yaklaşımlar, yer seçimi kararları, firma stratejisi ve rekabet başlıklı gibi alt kriterleri belirlenmiştir. Üçüncü aşamada, kurumsal veri tabanı eksikliği nedeniyle firmalarla yüz yüze yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir (EK 4). Dördüncü aşamada, belirlenen alt kriterlere ilişkin değerlerin ölçülebilir hale getirilmesi için anket yanıtları kullanılarak ağırlık puanları ve aritmetik ortalamalar hesaplanmıştır. Son olarak, beşinci aşamada Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (DAKA), Van Ticaret ve Sanayi Odası (VANTSO), Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı (YİKOB), Van Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü ve Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi ile görüşmeler yapılmış ve kurum görüşleri değerlendirilmiştir.

Yukarıdaki bahsi geçen kapsam çerçevesinde tez 8 bölümden oluşmaktadır. Genel amaç, araştırma sorusu ve çalışmanın önemini aktaran Giriş bölümünün ardından ikinci bölümde bölgesel kalkınmaya yönelik kavramsal ve kuramsal çerçeve aktarılmaktadır. Üçüncü bölümde Dünya ve Türkiye bölgesel kalkınma çalışmaları ele alınmaktadır. Dördüncü bölümde Dünya Türkiye'deki tekstil sektörü, beşinci bölümde de TRBB2 Bölgesi özelinde Van İli ve tekstil sanayi sektörü ele alınmaktadır. Ardından altıncı bölümde materyal ve yöntem, yedinci bölümde bulgular aktarmaktadır. Sonuç

bölümünde ise ilgili yazın ve bulgular bağlamında genel bir değerlendirme ve öneriler geliştirilmiştir (Şekil 1.2).



Şekil 1.2 Tezin çerçevesi ve çalışmanın akış şeması

Bu tezin kapsamında 2012 tarihi itibarı ile Cazibe merkezleri kapsamında Van kentinde planlı tekstil kümelerinin; ürün ve işgücü (nitelik ve nicelik), Ar-Ge ve inovasyon durumu, üretim organizasyonu, tedarik ve pazarlama, sürdürülebilir çevresel yaklaşımlar, yer secimi kararları ve firma stratejisi ve rekabet açısından mevcut durum değerlendirilmesi yapılarak elde edilen çıktılar sonucunda kent ve bölge dâhilindeki sonraki çalışmalara altlık oluşturması beklenmektedir.

1.2 Çalışmanın Özgünlüğü ve Önemi

Ulusların kalkınması ve küresel ölçekte rekabet edebilmesinin kilit noktalardan biri de bölgeler arası eşitsizliklerin minimum seviyede tutulmasıdır. Cumhuriyet tarihinde devlet planlama teşkilatı (DPT) kurulması ile başlayan ilk planlı dönemden itibaren kamu yatırımları ve özel yatırım teşvik kararlarında bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyleri ve potansiyelleri yönlendirici kriterleri oluşturmuştur. Bu bağlamda bölgesel kalkınmayı hedef alan Büyüme Kutupları teorisinin Türkiye Cumhuriyeti şartlarındaki uygulaması olan Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP), 2008 yılında başlayan pilot uygulamanın ardından 2010 yılından itibaren her yıl düzenli olarak

uygulanmaktadır. Cazibe merkezleri politikası ilk defa 9. Kalkınma Planı'nda yer almış ve az gelişmiş bölgeler öncelikli olmak üzere, büyüme ve çevrelerine hizmet verme potansiyeli yüksek merkezlerin belirlenerek bunların fiziki ve sosyal altyapısının güçlendirilmesi hedeflenmiştir. Bu tarihten itibaren kalkınma planı, yıllık program gibi tüm üst düzey politika belgelerinde yer alan CMDP, 11. Kalkınma Planı'nda 670.2 numaralı paragrafta "Görece geri kalmış bölgelerde çevresine hizmet verme bakımından merkez olma işlevi taşıyan illerde Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı uygulanmasına devam edilecektir." şeklinde yer almaktadır.

Bu amaç doğrultusunda Cazibe Merkezi olan Van ilinde: Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) kapsamında gerçekleştirilen "Van Tekstilkent Projesi" "Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Altyapı Projesi"nin mekânsal yoğunlaşmaları da göz önünde bulundurularak tez çalışması hazırlanmıştır. Bu kapsam da: Rekabet edebilirliğini kente ve bölgeye olan sosyo-ekonomik, fiziksel ve beşeri boyutlarının çıktılarını ortaya koymak ve çerçevesini çizmek bu çalışma için özgün değer taşımaktadır. Henüz TRB2 bölgesinde bu konuda akademik bir araştırma ya da çalışma çıktısı bulunmamaktadır. Böylece bu tez çalışması sonraki süreçlerde TRB2 Bölgesi'nde buna benzer çalışmalara kaynak niteliği taşıyarak altlık oluşturacaktır.



2. BÖLGESEL KALKINMANIN KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVESİ

Eraydın (2004)'a göre kalkınma: devlet kontrolünde olan bir eylem olmanın haricinde kamu ve özel katılımcıların birlikte entegre olduğu bir olguya doğru değişime gittiği kanısına varılmaktadır. Chadwick (1987) ise kalkınmayı, sadece ekonomik değil aynı zamanda sosyal hedefleri de içinde barındıran bir kavram olarak tanımlamaktadır. Bu tanıma göre toplumun temel gereksinimleri olan eğitim, sağlık, örgütlenme, ulaşım gibi alt sistemlerinde ilgili eşiklerin incelenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla uygarlık süreciyle yakın bir etkileşim halinde olduğunu göstermektedir. Öte yandan Malecki (1991), kapitalizmin egemen olduğu bir sistemde, bölgeler ve yerel yönetimler arasındaki entegrasyonun kalkınma sürecini ifade ettiğini belirtmektedir.

Todaro (1994), kalkınmanın özünü üç ana olguyla açıklamaktadır: Bunlardan ilk ikisi, insan yaşamının uzun ömürlülüğü, kendine saygısı ve devamlılığıdır üçüncüsü ise seçme ve seçebilme imkânı olarak tanımladığı özgürlüktür. Buradan hareketle Todaro (1994) kalkınma amaçlarını; yaşamın sürekliliğinin ana hatlarını oluşturan ürünlerin bulunabilirliğinin artması ve dağıtımının genişletilmesi, yaşam standartlarının iyileştirilmesi, ekonomik ve sosyal imkanların alt ve üst sınırlarının genişletilmesi olarak belirtmektedir.

Modernleşme Kuramı (Modernization Theory), Batı'nın (özellikle Amerika ve Avrupa'nın) izlediği kalkınma yolları, gelişmekte olan ülkeler için bir model olarak kabul edilir. Bu bağlamda kalkınma kavramına büyük önem verilir. Ortodoks neoklasik kalkınma kuramı ifadesi ise genellikle neoklasik ekonomi teorilerinin kalkınma üzerindeki etkilerini açıklamak için kullanılır. Bu teorilerde, piyasa güçlerinin, uluslararası sermaye akışlarının ve yatırımların ekonomik büyüme üzerindeki etkileri vurgulanır. Ragnar Nurkse'nün yoksulluğun kısır döngüsü teorisi, düşük gelir seviyelerinin düşük tasarruf oranlarına, bunun da düşük yatırım ve dolayısıyla düşük büyüme oranlarına yol açtığını savunur. Arthur Lewis'in iki sektörlü modeli, ekonomik kalkınmanın tarım sektöründen sanayiye doğru işgücü kaymasıyla sağlanacağını öne sürer. Paul Rosenstein-Rodan'ın büyük dürtü teorisi (Big Push Theory), ekonomik kalkınmanın belirli bir eşik değeri aşan büyük ölçekli yatırımlarla mümkün olacağını savunur. Walt Rostow'un beş aşamalı gelişim teorisi ise, toplumların belirli aşamalardan

geçerek modern bir sanayi toplumu haline geldiğini ifade eder. Bu aşamalar arasında kalkış (take-off) aşaması önemli bir yer tutar (Tüylüoğlu, 2004).

Özetle geçmişten günümüze kalkınma kavramı, tarih boyunca ve farklı dönemlerde pek çok farklı anlamda kullanılmıştır. Geleneksel bakış açısına göre kalkınma, istihdamda ve kişi başına düşen gelirden (milli gelir) uzun vadeli bir artışı ifade etmektedir (Szirmai, 2005). Ancak günümüzde bu faktörlerin yanı sıra, yaşam kalitesinin iyileştirilmesi de kalkınma sürecinin önemli bir unsuru olarak kabul edilmektedir. Değişen ekonomik, sosyal ve kültürel koşullar nedeniyle, kalkınma kavramı günümüzde benzersiz bir konsept olarak yeniden şekillendirilmiş ve hem insan faktörlerine hem de yaşam kalitesine odaklanılmıştır (Paksoy, 2007). Bu bağlamda insanlık var olduğundan beri sosyal ve mekânsal tamamlanma arayışı içinde olmuştur. Bu arayış sonucunda farklı mekânlar keşfederek farklı doğal ve beşeri özellikler kazanmıştır. Yeryüzü coğrafyası, dünyanın her yerinde doğal ve beşeri özellikler bakımından türdeş olmadığından, birbirinden farklı çok sayıda bölge ortaya çıkmıştır. Bölgelerin ayrılmasında coğrafyanın yanı sıra birçok disiplinin de etki ve katkıları olmuştur. Buradan hareketle bölge biliminin oluşumu, 1950'ler ve 1960'lar boyunca ekonomi, coğrafya ve şehir planlama gibi disiplinlerin kesişiminde ortaya çıkmıştır. Walter Isard'ın çalışmaları, bu disiplinin akademik bir alan olarak şekillenmesinde öncü rol oynamıştır. Bu disiplinin oluşumu, sanayileşme ve şehirleşmenin hızlandığı, ekonomik ve mekânsal dengesizliklerin arttığı bir döneme denk gelmişti. Bölge bilimi, mekânsal düzenlemelerin ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarını analiz ederek, bölgeler arasındaki farklılıkları ve dinamikleri incelemeyi amaçlar (Isard, 1965).

Bölge kavramının tanımı ve taslağı, farklı dönemlerde değişiklik göstermiştir. Antik çağlardan itibaren çiftçiler, toprak, topoğrafya ve iklim koşullarındaki benzerliklere dayanarak belirli yerleri aynı adla tanımlamışlardır; böylece bölge kavramı ortaya çıkmıştır. Genellikle mekânsal anlamda bir alanın başka bir alandan farklılıklarını belirtmek için kullanılan bu kavram, göreceli olduğu için evrensel ve standart bir tanım yapmak oldukça zordur (Eraydın, 2004). Geçmişten günümüze değişen bölge kavramının içeriği Çizelge 2.1'de görüldüğü gibi özetlenebilir.

Çizelge 2.1 Geçmişten günümüze bölge kavramı

Yıl	Tanım	Yazar
19.Y Y	Darwin'in 19. yüzyılın sonlarında toprak, topoğrafya, bitki örtüsü ve iklim gibi fiziksel kriterlere göre tanımladığı bölge kavramı, bu dönemde doğal alanın mekansal birimi olarak ele alındı.	(Bailly, 1998).
20. YY	20. yüzyılda toplumun, iletişimin ve ekonomik faaliyetlerin artan rolüyle bölge belirli bir homojenlik ve mekansal anlam kazanmıştır. Bu bağlamda bölge kavramının anlam ve kapsamı genişlemiş ve 1950'li yıllardan sonra "yönetsel bölge", "tarihi bölge" ve "kültürel bölge" gibi kavramlar literatüre girmiştir.	(Bailly, 1998).
1950'li Yıllar	Kalkınma ekonomisi ağırlık kazanarak bölgesel politika ve bölgesel planlama kavramlarını büyüyen bir değer olarak gündeme getirmiştir. Ulusal kalkınma stratejilerinde kabul edilen sanayiler arası denge ve gelir dağılımında denge kavramına, bölgeler arası denge (dengesizlik) kavramı da eklenmiş ve bu kavramlar ulusal kalkınmanın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Bu dönem bölge biliminin gelişmesine ve bölge planlamada kullanılan yöntem ve tekniklerin ortaya çıkmasına veya uyarlanmasına sahne olmuştur.	(Eraydin, 2004).
1970'li Yıllar	1970 ekonomik krizi, üretimin örgütlenmesi, üretim faktörlerinin önemi ve değişkenliği, yönetim sistemleri ve ideolojik yaklaşımlar üzerinde büyük etki yaratmış olsa da, bu dönemin şoklarından ve kavramların yeniden düşünülmesinden "bölge" ler de payını almıştır. 1970'li yıllarda bölge kavramından yerellik kavramına geçiş yaşandı. Krizin değişen görüşü, kalkınma sürecindeki bir milletin parçası olduğu yönündedir. Belirli bir bölge yerine kendi yeteneklerine, bilgi birikimine ve potansiyeline güvenerek varoluş mücadelesini sürdürebilen yerel kavramını gündeme getirdi.	(Eraydin, 2004)
1980'li Yıllar	Yerel varlıklara odaklanan bakış açısının değiştiği, değişen dünya düzeni ve artan küresel ilişkiler ve kurumlar çerçevesinde yerel varlıkların göreceli konumlarına göre tanımlandığı gözlemlenmiştir. Bu bağlamda yerel-küresel etkileşim ve bu etkileşim içerisinde yerelin sürdürülebilir kalkınmasını sağlayacak rekabet gücü ön plana çıkmaktadır. Bu değişim, yerelin potansiyeli, ilişkileri ve kurumlarıyla değişik ağırlar içerisinde varlığını sürdürmesini sağlayacak bir bütünsel parçanın bölge olarak adlandırılmasına sebebiyet vermiştir. Ama burada bölge artık 1960'larda şekillenen Yarı kapalı bir ekonomik sistem değil, dünya çapında farklı nitelikte ve amaçta ağırlar içerisinde yer alabilen bir sistem olmakla birlikte Etkileşim halinde olan bir bölgedir	(Eraydin, 2004)
1990'lı Yılla	Yeni Ekonomik Coğrafya yaklaşımı, farklı ölçeklerdeki yığılma ekonomilerinin ortaya çıkışının mekansal yönünü hesaba katmaktadır. Bugüne kadar Bölgesel İktisatla ilgili olarak öne sürülen tüm görüşleri tek bir potada eriten bir çalışmadır. Yeni ekonomik coğrafyanın amacı coğrafi alanlarda çeşitli ekonomik kümelenmeleri açıklayabilmektir.	(Krugman, 1999)

2.1 Bölgesel Kalkınma ve Bölgesel Kalkınma Politikasının İlkeleri

Bölgesel Kalkınma'nın bir bilim dalı olarak ortaya çıkışı 1958 yılı olarak kabul edilmektedir (Malecki, 1991). "Bölgesel Kalkınma" teriminin anlamı, "bölge" teriminin tanımına göre değişiklik göstermektedir. Küresel, kıtalararası veya eyaletler arası düzeyde bölgeler arasında gelişmişlik farklılıkları görülebilir; bu farklılıklar, aynı ülkenin bölgeleri veya bir şehrin bölgeleri arasında da ortaya çıkabilir. Alan tanımı geniş yapıldığında, gelişmekte olan alanlar kalkınma çalışmalarının hedefi haline gelen bölgeler olarak tanımlanırken, dar bir alan tanımı yapıldığında bu bölgeler büyüme noktaları haline gelebilmektedir. Başka bir deyişle, bölgesel kalkınmanın tanımı, bölge

kavramının sınırlarıyla ilişkilidir ve bu sınırlar değıştikçe kalkınmanın tanımı da değışir (Arslan, 2005).

Bölgesel kalkınma ve planlama, disiplinlerarası bilim dallarıdır. Bölgesel kalkınma teorisinde ekonomiyle birlikte sosyal bilimler, demografi, siyaset bilimi, yönetim bilimi, tarih ve coğrafya teorileri de önemli rol oynamaktadır. Bölgesel kalkınma teorisi, bölgelerin kalkınmasına ve etkileşimine katkıda bulunan faktörleri iki açıdan incelemektedir (Keleş, 1976): a) Bölge içinden, b) Bölge dışından. Bu ikinci yaklaşım, bölgeler arasındaki gelişme dengesizliklerinin oluşumunu açıklamaya da yardımcı olur (Keleş, 1976). II. Dünya Savaşı sonrasında yaşanan değışimlerle ortaya çıkan ekonomik dengesizliği çözmek amacıyla, bölgesel kalkınma kavramı iktisat literatürüne girmiş ve ekonomik ve sosyal kalkınma sorununa mekânsal bir boyut kazandırmıştır (Sevinç, 2011). Ancak 1970'lerdeki petrol krizi, Keynesyen düzenin sürdürülemez olduğunu göstermiştir. Krizden çıkış yolu arayan kapitalist girişimciler, kârlılığını sürdürmek için yeni teknolojiler geliştiremeyeceklerini anlayınca, çözümü ademi merkeziyetçilikte aramışlardır. Bu bağlamda, üretim faaliyetlerini emeğin ucuz olduğu yerlere taşıma eğilimi doğmuştur. Yani, krizden çıkmak için dünyada alternatif yollar keşfedilmeye çalışılmıştır (Tekeli, 2008).

Bu bağlamda esneklik ve esnek üretim organizasyonu kavramlarından yola çıkarak geliştirilen sanayi odakları kavramı, 1970'lerde yaşanan krizi aşmak amacıyla ortaya çıkan ekonomik ve sosyal yapıda dönüşümleri tanımlamayı amaçlayan esnek uzmanlaşma paradigmasının bir uzantısını temsil etmektedir. Bu yeni sanayi odakları kavramsal çerçevesine göre, yeni üretim organizasyonu, daha önce belirlenen bölge ve merkezlerin dışında yeni üretim mekânları aramaya yönelmiş ve bu yeni mekânlardan biri de sanayi odakları olmuştur (Eraydın, 2004).

Küreselleşme ile birlikte bölgesel kalkınma anlayışında yaşanan değışiklikler, bölgesel kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasını ve yüksek bölgesel yeterliliklerin değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Bu hedeflere ulaşmak için; sivil toplum kuruluşları, belediyeler, yerel politikacılar, girişimciler, iş dünyası dernekleri, yerel istihdam hizmetleri, eğitim kurumları ve işgücü piyasası paydaşları iş birliği yapmaktadır.

Yukarıdaki bilgilerin ışığında bölgesel kalkınma politikasının ilkelerini genel olarak üç grupta toplamak mümkündür. Bu ilkeler sırasıyla sosyal kârlılık, kalkınma kutbu ve halkın katılımı ilkeleridir (Dinler, 2005).

2.1.1 Sosyal Karlılık İlkesi

Ekonomik olarak geri kalmış bölgeler için öncelikli olan, bu bölgeler arasındaki ekonomik ve sosyal gelişmişlik farklarını en aza indirecek yatırımların devlet tarafından yapılmasıdır. Bu yatırımlar, ekonomik getirisi düşük ancak sosyal faydası yüksek projeler olmalıdır. Zira, özel sektör genellikle karını maksimize edebileceği bölgelere yatırım yapma eğilimindedir. Bu nedenle, devletin geri kalmış bölgelere hem altyapı yatırımları hem de bu bölgeleri canlandıracak üretken yatırımlar yapması şarttır. Aksi takdirde, devletin bu bölgelere müdahalesi olmadan bölgesel kalkınma politikalarından söz etmek mümkün olmayacaktır (İldırar, 2004).

2.1.2 Kalkınma Kutbu İlkesi

Ekonomik kalkınma her bölgede aynı anda değil, önce bazı noktalarda farklı yoğunluklarla ortaya çıkar ve bu noktadan itibaren çeşitli hızlarla ve farklı yollarla ekonominin geneline yayılır. Kalkınma kutupları, ekonomik gelişmeyi başlatan sürükleyici birimlerin varlığıyla oluşur. Sanayi Devrimi'nde ekonomik gelişmenin başladığı yerler, genellikle kömür ve demir gibi hammadde ve enerji kaynaklarının bulunduğu alanlar ile liman bölgeleri olmuştur. Bu bölgeler bir kez kutuplaşma sürecine girdiğinde, ekonomik ve sosyal yapı durağan dengeden uzaklaşır; üretim artışına paralel olarak gelirler yükselir ve teknik yenilikler yeni yatırımları çekici hale getirir (Perroux, 1955; 1991).

2.1.3 Halkın Katılımı İlkesi

Halkın katılımı ilkesine göre, yerel topluluk üyeleri bölgesel kalkınma süreçlerine aktif olarak katılabilirler. Bu süreçte, geliştirme faaliyetlerine doğrudan katılım sağladıkları gibi, karar alma aşamalarında danışman olarak da görev alabilirler. Bu sayede, merkezi ve yerel otoritelerin ekonomik ve politik kararları, geniş bir nüfus tarafından daha kabul edilebilir hale gelmektedir. Güçlü sendikalar, işverenler, kadın ve gençlik örgütleri, vakıflar, dernekler ve diğer demokratik sivil toplum kuruluşları, halkın katılımında önemli bir rol üstlenmektedir. Bu topluluklar, bölgenin kalkınmasına ve

büyümesine katkıda bulunurken, üniversitelerin de bu süreçte yer alması, bölgesel kalkınma gereksinimini artırmaktadır. Böylece, ekonomik ve sosyal çevrenin olumlu bir birleşimiyle bölgesel kalkınma sağlanabilecektir (İldırar, 2004).

2.2 Bölgesel Kalkınma Politikasının Amaçları

Bölgesel kalkınma politikaları, bölgeler arasındaki dengesizlikleri azaltmayı hedefleyen çeşitli stratejiler ve uygulamalarla desteklenmektedir. Bu politikalar, bölgesel büyümeyi ve istikrarı sağlamak amacıyla da geliştirilmiştir. Bölgesel kalkınma hedeflerinin belirlenmesinde, hangi önceliklerin göz önünde bulundurulması gerektiği sorusu önemlidir ve bu hedefler nüfusun dengeli dağılımı, geri kalmış bölgelerin kalkınması, yerel kaynakların değerlendirilmesi, ekonomik gelişmenin yayılması ve sanayinin uygun lokasyonlara dağılımı gibi çeşitli şekillerde ifade edilmektedir (Kedik, 2003).

Yeni bölgesel politika konseptleri, yerel kaynakların ekonomik rekabet gücünü artırmayı hedeflemekte ve teknolojiye dayalı, girişimci, öğrenen bölgesel dinamikleri ön plana çıkarmaktadır. Bu bağlamda, bilgi ağlarının güçlendirilmesi, sürekli eğitim olanaklarının artırılması ve teknoparkların çeşitlendirilmesi gibi hedefler ortaya konmuştur (Peşelioğlu, 2007).

Bölgesel kalkınma programlarının genel amacı, ulaşımın iyileştirilmesi, işgücü piyasalarının genişletilmesi, ekonomik ve ticari altyapıların güçlendirilmesi, sosyal çevrenin iyileştirilmesi ve araştırma-geliştirme harcamalarının artırılmasıdır. Bölgelerde büyümeyi teşvik etmek için, pazar koşullarının iyileştirilmesi, üretim faktörlerinin etkinliğinin artırılması ve taşıma maliyetlerinin düşürülmesi gerekmektedir. Büyük ölçekli üretim, uzmanlaşmayı teşvik ederken verimliliği artırır ve üretim maliyetlerini düşürür (Öztürk ve Uzun, 2010).

2.2.1 Bölgesel Kalkınmayı Sağlayan Potansiyel Etmenler

Bölgeler arasındaki dengesizliklerin giderilmesi ve bazı bölgelerin geri kalmasına neden olan faktörlerin yanı sıra, diğer bölgelerin daha fazla kalkınmasına yol açan olumlu etmenler de mevcuttur. Bu etmenlerin varlığı, yokluğu veya yeterliliği, bir bölgenin

gelişiminde veya geri kalmasında belirleyici rol oynamaktadır. Bölgelerin kalkınmasını sağlayan temel faktörler, bölgenin doğal kaynak varlığı, nüfus yapısı, stratejik konumu, kentleşme düzeyi, sektörel yapısı ve sermaye durumunu içermektedir.

Bölgenin Doğal Kaynak Varlığı: Doğal kaynakların varlığı, bir bölgenin orta ve uzun vadede kalkınmasında kritik bir rol oynar. Doğal kaynakların rezerv hacmi, üretim düzeyi ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak bu kaynakların kullanımı, bölgesel kalkınmayı doğrudan etkiler. Hammadde bakımından zengin bölgeler, bu kaynakların yoğun kullanımı sayesinde daha hızlı gelişen endüstriyel alanlarda uzmanlaşır (Özsabuncuoğlu, 1999).

Bölgenin Nüfus Yapısı: Nüfusun büyüklüğü, yapısı, eğitim düzeyi ve iş gücü potansiyeli, ekonomik kalkınma sürecinde kritik öneme sahiptir. Nüfus artış hızı, iş gücü oranları, teknolojik gelişmeler, sermaye birikimi ve doğal kaynakların kullanımı üzerinde belirleyici etkilere sahiptir. Ayrıca, nüfusun sağlık, eğitim, yoksulluk ve göç gibi parametreleri, bölgesel kalkınma düzeyi hakkında önemli bilgiler sunar (DPT, 2001).

Bölgenin Coğrafi Konumu: Coğrafi konum, bir bölgenin ekonomik gelişiminde belirleyici bir faktördür. Güç kaynaklarına, ulaşım ağlarına ve pazarlara yakınlık gibi coğrafi avantajlar, bir bölgenin üretim kapasitesini ve pazara erişim olanaklarını artırır. Bu tür avantajlara sahip bölgeler, üretim sistemlerinin verimliliği açısından da avantajlıdır (Kobu, 1996).

Bölgenin Yerleşim Yapısı: Kentleşme ve yerleşim yapısı, bölgesel kalkınmada önemli bir faktördür. Yoğun kentleşme, üretim ve tüketim maliyetlerini artırabilirken, kırsal alanlar ve kentler arasındaki dengeli bir nüfus dağılımı, kalkınma sürecinde kritik bir rol oynar. Bölgesel politikaların amacı, dengeli bir nüfus dağılımını sağlamaktır (Ertürk, 1997; Bildirir, 2005).

Bölgenin Sektörel Yapısı: Bir bölgenin ekonomik gelişimi, sektörel yapı ve bu yapıdaki işgücünün katma değer üretme kapasitesine bağlıdır. Bilişim ve endüstriyel sektörlerdeki istihdam, bir bölgenin kalkınma hızını artırırken, uygun sektörel yapıların oluşturulması, bölgenin doğal varlıkları ve ekonomik koşulları göz önünde bulundurularak sağlanmalıdır (Aktürk, 1997; Bildirir, 2005).

Bölgenin Sermaye Yapısı: Sermaye birikimi, ekonomik kalkınmanın temel taşlarından biridir. Teknolojik ilerlemeler, eğitim ve kültürel altyapı gibi faktörler, sermaye birikimi ve ekonomik kalkınma üzerinde doğrudan etkilidir. Kalkınma

teorisyenleri, sermaye birikiminin kalkınmanın temeli olduğu konusunda hemfikirdir (Taş ve Taban, 2004).

2.3 Bölgesel Kalkınmaya Yönelik Kuramsal Yaklaşımlar

Karakılçık (2021)'a göre Bölgesel kalkınma kuramları dört ana başlık altında sınıflandırılmaktadır. İlk olarak, geleneksel kuram ve yaklaşımlar kapsamında Keynesyen Bölgesel Kalkınma Teorisi ve Modelleri, Neoklasik Bölgesel Kalkınma-Büyüme Teorisi ve diğer geleneksel modeller yer alır. İkinci olarak, tam yığılma modelleri, birikimli/yığılmalı nedensellik teorisi ve büyüme kutupları teorisi ile açıklanır. Üçüncü olarak, yerel çevre modelleri, içsel (endojen) büyüme modelleri ve emeğin organizasyonundaki değişikliklere dayanan teorileri içerir. Son olarak, bölgesel yenilik modelleri, kuluçka teorileri, ürün yaşam döngüsü modelleri, yenilikçi çevre teorisi, rekabetçi üstünlükler teorisi ve karşılıklı bağımlılıklar teorisini kapsar. Bu sınıflamalar, bölgesel kalkınmanın farklı dinamiklerini ve yaklaşımlarını ortaya koyar (Şekil 2.1). Bölgesel kalkınmaya yönelik kuramsal yaklaşımlar, Şekil 2.1'de görüldüğü gibi Karakılçık'ın (2021) yaptığı sınıflamaya göre oluşturulmuş olup, ilerleyen başlıklarda da bu sınıflamaya göre aktarılmaktadır.

BÖLGESEL KALKINMAYA YÖNELİK KURAMSAL YAKLAŞIMLAR			
A) Geleneksel Kuram ve Yaklaşımlar	B) Tam Yığılma Modelleri	C) Yerel Çevre Modelleri	D) Bölgesel Yenilik Modelleri
• Keynesyen Bölgesel Kalkınma Teori ve Modelleri (1950-1960 yılları arası öne çıkan) • Neoklasik Bölgesel Kalkınma-Büyüme Teorisi • Diğer Geleneksel Modeller	• Birikimli/Yığılmalı Nedensellik Teorisi • Büyüme Kutupları Teorisi	• İçsel (Endojen) Büyüme Modelleri • Emeğin Organizasyonundaki Değişikliklere Dayanan Teoriler	• Kuluçka Teorileri • Ürün Yaşam Döngüsü Modelleri • Yenilikçi Çevre Teorisi • Rekabetçi Üstünlükler Teorisi • Karşılıklı Bağımlılıklar Teorisi

Şekil 2.1 Bölgesel kalkınmaya yönelik kuramsal yaklaşımlar (Karakılçık, 2021)

2.3.1 Keynesyen Bölgesel Kalkınma Teorisi

20. yüzyıl İngiliz iktisatçısı John Maynard Keynes'in görüşlerine dayanan Keynesyen ekonomi, makroekonomik bir teori olarak neoklasik yaklaşımdan önemli ölçüde farklılaşır. Keynesyen ekonomi, özel sektörün hâkim olduğu, ancak kamu ve kamu sektörünün de önemli bir rol oynadığı ve gerektiğinde müdahale ettiği karma bir ekonomi modelini savunur. Bu yaklaşım, özel sektör kararlarının bazen verimsiz makroekonomik sonuçlara yol açabileceği ve bu durumda devletin ekonomik döngüyü istikrara kavuşturmak için müdahale etmesi gerektiği görüşüne dayanır (Sullivan ve Sheffrin, 2003; aktaran Kılınçaslan, 2018).

2.3.2 Neoklasik Bölgesel Kalkınma Kuramları

Adam Smith ile başlayan ve David Ricardo, Thomas Robert Malthus gibi ünlü iktisatçılar tarafından şekillenen klasik iktisat kuramına dayanan ekonomik yaklaşım, 18. yüzyılda Smith ve onun takipçileri tarafından benimsenmiş bir sistem olarak, "görünmez el" tarafından kendini sistematize eden bir ekonomik düzenin tüm dünyada egemen olacağına inanılan bir iktisadi fikir akımıdır (Kılınçaslan, 2018). Neoklasik düşüncenin temsilcileri ise Léon Walras ve Alfred Marshall'dır. Neoklasik iktisat, günümüzde birçok ülkenin uyguladığı bir yaklaşımdır. Bu teoriye göre, gelişimi engelleyen olgulardan biri devlet müdahalesidir ve bu nedenle devletin ekonomiye müdahale etmemesi gerektiği savunulur. Piyasanın kendi iç dinamiklerine bırakılması gerektiği vurgulanarak, devlet ve bürokrasinin özel sektörün gelişim sürecini zorlaştırdığı ileri sürülür. Bu bağlamda, devlet müdahalesi azaldığında, ekonomik birimlerin rasyonel kararları piyasaları harekete geçirecektir (Solow, 1994).

Ölçek ekonomileri, bir firmanın veya sektörün üretim hacmi arttığında ortalama maliyetlerin azalmasını ifade eder (Şenses, 2017). Uzmanlaşma ekonomileri olarak da bilinen bu teori, sanayileşmenin bölgeye daha fazla şirket çekmesine, pazar yoğunlaşmasına ve uzun vadede maliyetlerin düşmesine yol açacaktır. Firmalar, karşılıklı etkileşim ve coğrafi yakınlık yoluyla yığılma avantajları oluşturarak ölçek ekonomilerinden faydalanacaktır (Rosenthal ve Strange, 2004).

İçsel büyüme teorisi, teknolojik gelişmelerin iktisadi süreç ve politikalarından etkilendiğini savunur. Romer'in çalışmalarıyla başlayan bu yaklaşım, teknolojinin artık dışsal bir faktör olarak görülmediği, Ar-Ge harcamalarının ve insan sermayesinin teknoloji üzerindeki etkilerine vurgu yapar. Bu model, devlete beşeri sermaye, eğitim, sağlık ve Ar-Ge gibi alanlarda önemli roller atfeder (Çiftçi ve Aykaç, 2011).

Türko ve Ersungur (2013), bildirdiğine göre dışsal ekonomiler kavramı ise ilk kez Cambridge İktisat Okulu tarafından tanıtılmış ve kurucusu Alfred Marshall tarafından geliştirilmiştir. Marshall'a göre dışsal ekonomiler, iki temel kategori altında değerlendirilebilir. Birincisi, yerel üretim yoğunluğunun artmasıyla birlikte uzmanlaşmış iş gücü ve makine kullanımında sağlanan verimlilik artışıyla ortaya çıkan ekonomilerdir. Bu tür ekonomiler, üretim süreçlerinin yakın coğrafi alanlarda kümelenmesiyle gelişir. İkincisi ise, küresel üretimin genişlemesine bağlı olarak bilgi birikimi ve sanatın ilerlemesiyle teşvik edilen ekonomilerdir. Bu tür dışsal kazanımlar, küresel anlamda teknoloji, bilgi ve kültürün evrimleşmesiyle yakından bağlantılıdır. Marshall, dışsal ekonomilerin sıklıkla benzer niteliklere sahip işletmelerin bir araya geldiği yerel bölgelerde doğduğunu vurgular (Türko ve Ersungur, 2013). Marshall'a göre, bilgi paylaşımı ve coğrafi yakınlık, firmaların verimliliğini artırır ve bu tür ekonomilerde rekabet ile iş birliği, bölgesel yoğunlaşmayı ve sürdürülebilirliği teşvik eder (Hart, 2009). Dışsal ekonomi faktörlerinden doğan yığılma modelleri, bölgesel yoğunlaşmanın daha derinlemesine ele alınmasını sağlar.

Yığılma Ekonomileri, ekonomik faaliyetlerin belirli bölgelerde yoğunlaşması sonucu oluşan yapıları, üretim bölgelerini ve bu ekseninde yığılma ekonomilerini ifade eder. Belirli bir bölgede mekânsal olarak birbirine yakın olan firmalar, bu firmalar arasındaki ilişkilerden kaynaklanan pozitif maliyet etkenleri yaratır. Bu durum, firmaların ekonomik faaliyetlerde bulunarak yığılma ekonomilerini oluşturmaya yol açar. Yığılma ekonomilerinin kavramsal kökenleri Alfred Marshall'a dayandırılmaktadır. Marshall, birbirine fiziksel olarak yakın ve kümelenmiş firmaların dış ölçek ekonomilerinden ve verimlilik kazanımlarından yararlandığı tezini öne süren ilk araştırmacıdır (Duranton ve Puga, 2004).

Krugman, bölgesel yığılma ekonomileri konusunda iki temel düşünceye dikkat çeker (Pinch ve Henry, 1999). Birincisi, yığılma ekonomilerinde coğrafi alan seçiminin rastgele nedenlerle ortaya çıkan tarihsel bir olgu olduğudur. İkincisi ise bir kez oluşan

alanların dışsal ölçek ekonomileri tarafından korunduğudur. Dışsal ölçek ekonomileri ve taşıma maliyetleri, yığılmanın en önemli belirleyicileridir (Krugman, 1991a).

Temelde, ölçek ekonomileri, dış ekonomiler, kar genişlemesi ve eksik rekabetçi pazar yapılarının yönlendirdiği yığılma ekonomileri, kentsel ekonomi literatüründe Isard'ın sınıflandırmasına göre “Yerleşme Ekonomileri” ve “Kentleşme Ekonomileri” olarak ikiye ayrılır. Ancak farklı sınıflandırmalar da bulunmaktadır (Nakamura, 1985). Yerleşme ekonomileri, bir şehirdeki belirli bir sanayinin büyüklüğüyle ilişkilidirken, kentleşme ekonomisi kentsel alanın mekânsal büyüklüğüyle ilgilidir (Mitra, 1999; Özpençe ve Karayılmazlar, 2013).

Yerleşme ekonomileri, uzmanlaşmış altyapı ve hizmetleri içerir, bilgi alışverişi ve bölge genelinde ortak Ar-Ge faaliyetleri sağlar, ayrıca firmalar uzmanlaşmış işçi havuzundan yararlanabilirler. Yerleşme ekonomilerinin oluşumunun temelinde üç sebep vardır: ara hizmet üretiminden kaynaklanan ölçek ekonomileri, vasıflı işçilerin işe alınması ve uzmanlaşmış hizmetlerin kullanılmasından kaynaklanan dışsallıklar ve bilgi dışsallıkları (Sullivan, 2003; Kıymalıoğlu ve Aydoğdu, 2007).

Kentleşme ekonomisi, 19. yüzyıldan itibaren ekonomik büyüme ve yığılma ekonomilerinin eş zamanlı olarak gerçekleştiği ve bu bağlamda yığılma ekonomilerinin etkisiyle oluşan dışsal ekonomilerin bir yansımasıdır (McCann ve Oort, 2019). Kentleşme ekonomisi, belirli bir sektör içinde toplanmak yerine, farklı sanayi dallarından oluşan ve kentsel ekonominin avantajlarından yararlanan bir olgudur (Parr, 2002).

Dışsal ekonomilerin bir diğer alt başlığı olan Yığılma Modelleri, genellikle bir toplumu gelişmiş veya az gelişmiş yapan faktörleri dikkate alır. Bölgesel bağlamda, her toplumun salt bölgesel farklılıklara sahip olduğunu öne süren bölgesel kalkınma teorilerinin temelini oluşturur. Yığılma Modellerine göre bir bölgeye özgü ve sürekli hale gelen serbest piyasa düzeninin olması ve işleminin sağlanması sorunları çözmez. Dolayısıyla, tam yığılma modellerine göre serbest piyasa düzeni istikrarlı büyümenin garantisi değildir. Ekonominin tamamen kontrolsüz ve müdahalesiz kalması, ülkelerde ve bölgelerde dengesizlik ve eşitsizliğe yol açar (Tiftikçigil, 2010).

Modern ve geleneksel sektör ayrımını esas alan yığılma kuram ve modelleri, Yığılmalı/Birikimli Nedensellik Kuramı ve Büyüme Kutupları Kuramı olarak iki gruba ayrılmaktadır (Tiftikçigil, 2010).

Yığılmalı/Birikimli Nedensellik Kuramı, Gunnar Myrdal (1957)'ın ölçeğe göre artan getirinin, ekonomik faaliyetlerin ilk sanayileşen bölgelerde kümelenmesine izin verdiğini iddia eder. Bu yığılma esas olarak o bölgedeki gelir düzeylerini artırırsa da zamanla büyüme komşu bölgelere de dalga dalga yayılır. Az gelişmiş bölgeler, gelişmiş bölgelerin büyümesinden dalga etkisi yoluyla yararlanabilir. Dalga etkileri, inovasyon yayılması ve az gelişmiş bölgelerden gelen ürünlere yönelik talebin artması ihracat pazarının bir sonucudur (Myrdal, 1957).

Ancak sanayileşmiş bir bölge, çevreden diğer üretim faktörlerini kendi etrafına çekerek hızla gelişsede, bu durum bölgeleri azalan kaynaklarla karşı karşıya bırakır. Bu bağlamda, kaynakları azalan bölgeler geri kalma eğilimindedir. Dolayısıyla, pozitif yayılmalar, az gelişmiş bir bölgeden gelişmiş bir bölgeye emek ve sermaye akışından kaynaklanan “ters yıkama” etkisiyle mahsup edilme eğilimindedir (Myrdal, 1957). Myrdal'a göre birikimli nedensellik kavramı disiplinler arası bir yapıya sahiptir. Kamu politikası önerilerinin kalkınma temelli uygulamalarındaki amaç, uluslararası ve bölgeler arası dengeyi sağlamakla birlikte, ırksal eşitsizlikleri de azaltmaktır (Meardon, 2001).

2.3.2.1 Büyüme Kutupları Teorisi

"Büyüme Kutbu" (Growth Pole) kuramı, iktisadi literatüre 1940'lı yılların ortalarında F. Perroux tarafından kazandırılmıştır. Bu yaklaşım, dengesizlik ve eşitsizlik sorunlarını ulusal düzeyden bölgesel düzeye indirger ve kalkınma için belli başlı bölgesel merkezlerin önemini vurgular. Şehirleşme ile gelişme arasındaki ilişkiye ağırlık vererek, bölgeler arasındaki gelir dağılımını eşitlemeyi amaçlayan politikalar arar. Perroux, kalkınmanın ülkenin her yerinde aynı anda başlamasının mümkün olmadığını; pazarın büyüklüğü, altyapı durumu, hammaddeye yakınlık, yan sanayi, işgücü ve sosyal yapı gibi etkenler nedeniyle bazı bölgelerin kalkınmada öncelik kazanacağını ve bu bölgelerde büyüme kutuplarının oluşacağını ifade eder (Perroux, 1993).

İlk kez Fransız iktisatçı François Perroux tarafından ortaya atılan büyüme kutbu teorisi, bölgesel ekonomik büyümeyi Myrdal'ın birikimli nedensellik teorisini mekânsal bir bağlamda ele alarak açıklamaktadır. Bu teori, ekonomik büyümenin belirli noktalarda yoğunlaşarak diğer bölgelere yayıldığını savunur. "Güç olarak mekân" kavramı, bu

teorinin temelini oluşturur ve ekonomik büyümenin belirli lokasyonlardan başlayarak zamanla diğer bölgelere yayıldığını öne sürer (Dawkins, 2003).

Mekânsal ekonomik kalkınmanın modern uygulamalarında, büyüme kutupları fikri; serbest ticaret bölgeleri, teknoloji parkları ve sanayi parkları gibi yapılarla hayata geçirilmektedir. Büyüme kutuplarına bir model olarak bakıldığında, önde gelen bölgesel işletmelerin yer aldığı ekonomik merkezler ve alanlar, sanayi merkezleri ve çevresindeki dinamik olarak gelişen endüstrilerin yoğunlaştığı yerler olarak sinerji oluşturmaktadır. Bu kavramın temel taşları doğrultusunda, dünyada yerel ekonomik kalkınma uygulamalarındaki en başarılı örneklerden biri endüstriyel parkların kurulmasıdır (Komarovskiy ve Bondaruk, 2013).

Perroux'un orijinal formülasyonunda, büyüme kutbu firmalar ve endüstriler arasındaki bağlantılarla ifade edilir. Önceki denge teorilerinden farklı olarak, Perroux, firmalar arasındaki yenilik ve hâkimiyet kavramlarının önemine vurgu yapar. Büyüme kutbu, ekonomiyi farklı kanallardan etkileyen bir olgudur. Örneğin, büyük itici firmalar, sektörler arası bağlantılar yoluyla büyümeyi teşvik edebilir (Sharma, 2000).

Gelişmiş batı ülkelerine bakıldığında, kalkınmanın önce belirli bölge ve yörelerde başladığı, ardından ülkenin diğer bölgelerine yayıldığı görülmektedir. Bu bağlamda, kalkınma kutuplarının oluşumunda temel nokta, bölgedeki ekonomik faaliyetleri harekete geçirecek bir sürükleyici unsurun varlığıdır (Saraç, 2006). Sürükleyici birim, basit bir yapı olabileceği gibi, birçok birimin iç içe geçtiği karmaşık bir endüstriyel yapı da olabilir. Bu sürükleyici endüstriler arasında en yüksek gelişme hızına sahip olan endüstriye ise kilit ya da anahtar endüstri denir (Dinler, 2001).

Kanberoğlu (2008), bildirdiğine göre kalkınma kutbunun çevresi üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri bulunmaktadır. Olumsuz etkisi, çevresindeki dinamik faktörleri kendine çekerek, o bölgelerdeki mevcut gelişme potansiyelini ortadan kaldırmasıdır. Olumlu etkisi ise, üretim için çevredeki girdileri (hammadde, tarımsal ürün vb.) satın alarak, çevrede yeni istihdam alanları yaratması ve artan talep doğrultusunda, çevresinde tüketim malları sanayisi gibi bazı faaliyetlerin canlanmasını sağlamasıdır. Ayrıca, kutuplaşma nüfus hareketlerinde, inançlarda ve yeni yatırım alanlarının oluşumunda da etkili olmaktadır (Kanberoğlu, 2008).

Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarında, Türkiye'de bölgesel yerleşme politikaları açısından "büyüme kutupları oluşturma" politikasının en başarılı örneği, Cumhuriyetin

kurulmasıyla birlikte başkent ve kültürel merkez olarak Ankara'nın seçilmesi olmuştur. Ayrıca, birçok il merkezini yönetsel ve kültürel merkez haline getirme, küçük Anadolu şehirlerine büyük devlet sanayilerini yayma ve karayolu ağını geliştirme yönünde çeşitli girişimlerde bulunulmuştur. Bu çalışmaların amacı, bölgeler arasındaki dengesizliği azaltmak olmuştur (Tekeli, 2008)

Türkiye'de Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda ve On birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda büyüme kutuplarına vurgu yapılmaktadır. Buda, büyüme kutupları teorisinin Türkiye'nin kalkınma politikalarında önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Bölgede yaşanan gelişme, sürdürülebilir bir potansiyele dayanır ve bu potansiyel, diğer birimleri etkileyerek bölgesel kalkınmayı teşvik eder (Dinler, 1994). Merkezi yönetimler, yapay kalkınma kutupları oluşturarak bölgesel gelişme politikalarını hayata geçirmeye çalışır (Ardıç, 2007).

2.3.2.2 Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi

David Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi, Adam Smith'in Mutlak Üstünlükler Teorisinin bir geliştirilmiş halidir. Bu teori, Ricardo'nun, İngiltere ile Hollanda arasındaki uzun yıllar süren rekabet sonucu İngiltere'nin birçok ticari üründe dezavantajlı duruma düşmesi karşısında geliştirdiği bir yaklaşımdır. Ricardo, Smith'in Mutlak Üstünlükler Teorisini geliştirerek, İngiltere'nin ticari avantajlarını maksimize etmeyi ve birçok üründe ihracatçı ülke konumuna geçmesini amaçlamıştır (Aslan, 2020).

Neoklasik iktisatçılardan farklı olarak, Ricardo'nun çıkarımları emek değer teorisine dayanmaktadır. Ricardo Modeli, tüm kaynakların tam kullanımını kabul eder ve serbest ticaret politikalarının uygulanması durumunda ihracatın ithalata karşılık geleceğini, bu sayede karşılaştırmalı üstünlüğe sahip bir ülkenin mal ihracatının artacağını öne sürer (Siddiqui, 2018).

Ricardo, "Bir ülke her iki malın üretiminde de üstünlüğe sahip olsaydı ne olurdu?" sorusundan hareketle, bu durumda dahi karşılaştırmalı üstünlük sayesinde karlı bir dış ticaretin mümkün olduğunu savunmuştur. Ricardo'ya göre, ülkeler mutlak olarak avantajlı olmasalar bile, karşılaştırmalı üstünlük ilkesine dayanarak ticarete karlı olabilirler (Küçükkalay, 2010).

Ricardo'nun teorisi, her ülkenin göreceli işgücünde uzmanlaştığı alana odaklanarak, tüm ülkelerin aktif olarak katıldığı dinamik bir ticari ortamın var olabileceğini savunur. Bu teori, uygulamada gelişmiş ülkelerin daha ucuza mal edilen ürünlere yönelmesine, az gelişmiş ülkelerin ise küresel pazarda yer bulmasına olanak tanır. Böylece, her ülkenin ticari ilişkilerden kazanç sağlayabileceği ve hiçbir ülkenin kaybetmeyeceği bir ortamın oluşmasına katkı sağlar (Findlay, 1991).

2.3.3 Bölgesel Yenilik Modelleri

Yerel kurumsal dinamiklerin belirleyici rol oynadığı yenilikçi çevre, kümelenmeler, endüstriyel bölgeler ve teknoparklar gibi bölgesel yenilik modelleri, yenilikçiliğin öncü gücü olarak coğrafi yakınlığa odaklanmaktadır. Bu modeller, dışsallıklar, uzmanlaşma ve yakın işbirliği gibi konuları ele alarak literatürde yaygın olarak "mekânsal inovasyon" terimi altında incelenmektedir. "Mekânsal İnovasyon Modelleri" ifadesi, yerel kurumsal dinamiklerin öneminin vurgulandığı tüm bölgesel inovasyon modellerini kapsar.

Bu bağlamda, Fransız GREMI grubu tarafından ortaya atılan yenilikçi çevre (milieu innovateur – innovative milieux) ve endüstriyel bölge (industrial district) kavramları, mekânsal anlamda yenilik modellerinin ilk örnekleri olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, yeni sanayi odakları (new industrial spaces), kümelenmeler (clusters), bölgesel inovasyon sistemleri (regional innovation systems) ve öğrenen bölge (learning region) kavramları da mekânsal inovasyonun diğer modelleri arasında yer almaktadır (Moulaert ve Sekia, 2003).

2.3.3.1 Yenilikçi Çevre Teorisi

Küreselleşen dünyada, teknolojik gelişmelere uyum sağlamak kaçınılmaz hale gelmiştir. Bu, aynı zamanda bütünleşik bir öğrenme sürecini de içermektedir. Bu nedenle yenilikçi çevreler, "öğrenen bölge" veya "bölgesel yenilik sistemleri" olarak da anılmaktadır. Öğrenen bölgeler, bilgiyi hızlı bir şekilde üretme kapasitesine sahip olup, aynı zamanda bu bilgiyi yeniden üretme, anlama ve dönüştürme yetenekleriyle öne çıkan rekabetçi bölgeler olarak tanımlanmaktadır (Ergin, 2002).

Yenilikçi bölgesel sistemler yaklaşımı, bölge kavramı çerçevesinde ele alındığında, günümüzde yaşanan bilgi yoğun kapitalist süreçte bölgelerin ana unsurlar olarak ön plana çıktığı görülmektedir. Bölgeler, bilginin üretilmesine ve incelenmesine aktif olarak katıldıkları için, öğrenen bölgeler yenilik, ekonomik kalkınma ve küreselleşme için önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir (Florida, 1995).

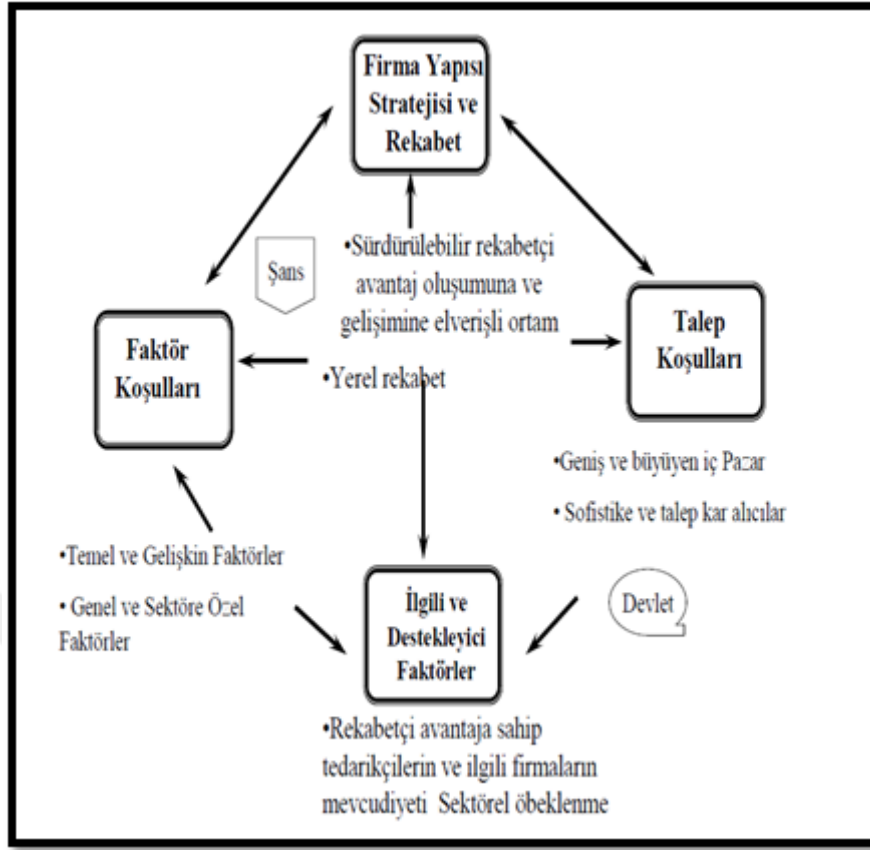
2.3.3.2 Rekabetçi Üstünlükler Teorisi (Porter)

Ekonominin coğrafi mekânla olan ilişkisinin değişimi, bu konuda yapılan birçok araştırma sonucunda farklı değerler dizisinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu konuda öncü kabul edilen araştırmacılar arasında Marshall, Von Thünen, Alonso, Porter ve Krugman bulunmaktadır.

Gelişen teknoloji, ekonomik değişimi yönlendiren bir faktör olarak ön plana çıkmıştır. Krugman'ın "Yeni Ekonomik Coğrafya" modeli, küreselleşen dünyada coğrafi sınırların öneminin azalmakta olduğunu vurgulamaktadır. Krugman'ın ekonomik coğrafyaya getirdiği bu yeni bakış açısı, Porter tarafından sanayi kümeleri bağlamında ele alınmıştır.

Porter, kümelenmeyi birbirine bağlı firmaların ve kurumların belirli konumlarda coğrafi olarak yoğunlaşması şeklinde tanımlamıştır. Ona göre, kümelenmeler, rekabet açısından önemli olan ve birbirine bağlı endüstrileri içermektedir. Bu yapılar, dikey olarak tedarik zincirlerine ve müşterilere, yatay olarak ise tamamlayıcı ürünlere, teknolojilere veya işbirliklerine sahip şirketlere kadar uzanmaktadır. Kümelenmeler genellikle devlet kurumları, üniversiteler ve diğer kamu kuruluşlarını da içine alır. Aynı zamanda, uzmanlaşmış eğitim kurumları, karar alma organları, danışmanlar ve mesleki eğitim kurumları gibi araştırma, bilgi ve teknik hizmet sağlayan kurumlar da bu yapının parçasıdır (Porter, 1998).

Porter, firmalar üzerinde rekabet ve kümelenme gücü bağlamında yaptığı çalışmalar sonucunda, "Elmas Modeli" olarak bilinen bir çerçeve geliştirmiştir. Elmas Modeli, firmaların rekabet avantajı elde etmesinde etkili olan dört temel faktörü açıklar. Elmasın her bir köşesinde "girdi (faktör) koşulları", "talep koşulları", "ilgili ve destekleyici endüstriler" ve "firma stratejisi, yapısı ve rekabet durumu" bulunmaktadır (Porter, 1990) (Şekil 2.2).



Şekil 2.2 Porter Elmas Modeli (Porter, 1990)

Elmas modelinin etmenleri bir sistem oluşturur; ana etmenler birbirini etkiler ve birlikte rekabet avantajını belirler. Bundan dolayı sistem dinamiktir ve aynı zamanda işlev kazanmaktadır (Bulu vd., 2006). Bu etmenlerin etkileşiminin gücü esas olarak endüstrilerin kümelenmesine ve belirli bir bölgedeki coğrafi yoğunlaşmasına bağlıdır (Grant, 1991).

➤ Faktör Koşulları

Porter'ın Elmas Modeli'ne göre, herhangi bir endüstrinin başarılı olabilmesi için doğru faktör koşullarına sahip olması gereklidir. Üretim faktörleri, endüstrilerin rekabet gücünü belirleyen temel girdiler olarak kabul edilir ve bu faktörler beş alt gruba ayrılır (Erkan ve Erkan, 2004):

1. Beşeri Kaynaklar: İşgücü sayısı ve niteliği, yani vasıflı işgücünün varlığı ve kalitesi.

2. Fiziki Kaynaklar: Arazi, su, iklim, hammadde, enerji gibi doğal kaynakların miktarı ve kalitesi.

3. Bilgi Kaynakları: Mal ve hizmetlere ilişkin bilimsel ve teknik bilgi, piyasa bilgisi ve genel bilgi düzeyi.

4. Sermaye Kaynakları: Yatırımların miktarı ve maliyetleri, sermaye piyasasının durumu.

5. Altyapı: Ulaşım, iletişim, haberleşme, taşıma, fon transferi sistemleri, konut, sağlık, eğitim ve kültür kurumlarının çeşitliliği ve kalitesi.

Bir ülkenin rekabet gücünü artırmak için bu üretim faktörlerinin gelişmiş olması gerekmektedir. Ülkeler, bu faktörlerin yüksek kalitede ve düşük maliyetle sağlanabildiği alanlarda daha rekabetçi hale gelirler. Firmalar için bu girdi faktörlerinin kalitesi ve maliyeti, rekabet avantajını belirleyen kritik unsurlardır (Porter, 1990). Bu nedenle, faktör koşullarının iyileştirilmesi, bir ülkenin ve firmalarının küresel pazarda daha güçlü bir konum elde etmesini sağlar.

➤ **Talep Koşulları**

Porter'ın Elmas Modelinde talep koşulları, bir ülkenin veya bölgenin rekabet avantajını belirlemede kritik bir rol oynar. İç pazardaki talep, özellikle nitelikli talep, ulusal firmaların inovasyon hızını ve yönünü etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Eğer iç pazarda bir ürüne olan talep yüksekse ve bu talep, dış pazardaki talebi aşarsa, bu durum bölgesel kuruluşların o ürüne daha fazla önem vermesine yol açar. Böylece, bu ürün ihraç edildiğinde rekabet avantajı elde edilir.

Porter'a göre, rekabet avantajını belirlemede yerel talebin niceliğinden çok niteliği önemlidir. Nitelikli talep, yenilikçi ürün ve hizmetlerin geliştirilmesine olanak tanır ve firmaların uluslararası pazarda daha rekabetçi olmasını sağlar. İç pazarın talep karlılığı, firmaları daha hızlı inovasyon yapmaya zorlayarak, uluslararası rekabette üstünlük kazanmalarına katkı sağlar (Porter, 1998).

Bu nedenle, bölgesel kuruluşların ve firmaların yerel talebi dikkate alarak hareket etmeleri, onların küresel pazarda başarılı olmalarını ve rekabet avantajı elde etmelerini mümkün kılar (Barca vd., 2006).

➤ İlgili ve Destekleyici Endüstriler

Porter'ın Elmas Modelinde ilgili ve destekleyici endüstriler, bir firmanın rekabet avantajını belirlemede kilit rol oynar. İlgili endüstriler, firmanın mevcut yeteneklerini ve kaynaklarını paylaşan sektörlerdir ve birbirlerinin gelişimine katkıda bulunurlar. Örneğin, otomotiv şirketleri, yan sanayi üreticileriyle işbirliği yaparak yenilik kapasitelerini artırabilir. Destekleyici endüstriler ise, belirli bir sektöre gerekli girdileri sağlayan tedarikçi sektörlerdir. Bu endüstriler, kaliteli ve yenilikçi girdiler sunarak firmanın rekabet gücünü ulusal ve uluslararası pazarlarda artırır (Porter, 1990). İlgili ve destekleyici endüstrilerin güçlü olması, sektörel büyümeyi ve küresel rekabette üstünlüğü teşvik eder.

➤ Firma Stratejisi, Yapısı ve Rekabet Durumu

Firmaların yapısı, stratejileri ve rekabet biçimleri, ülkelerin özelliklerinden etkilenir ve bu farklılıklar, sektörler arasında avantaj veya dezavantaja dönüşebilir (Porter, 1990). Bölgesel koşullar, firma ve sektörlerin stratejilerini şekillendirir. Düşük rekabet, sektörü çekici kılarken, bölgesel rekabet firmaları yeniliğe ve gelişmeye zorlar. Sonuç olarak, yüksek bölgesel rekabet, düşük küresel rekabetle sonuçlanabilir (Barca vd., 2006).

➤ Devlet ve Uyguladığı Politikalar

Porter'ın Elmas Model'inde devletin rolü Devletin müdahaleleri ve politikaları, Model'indeki dört bileşeni dolaylı yoldan etkileyerek bir sektörün rekabet gücü üzerinde rol oynar. Devlet, ortaya çıkan yeni koşullar ve kriz dönemlerinde gerekli tedbirleri alarak işletmelerin rekabet güçlerini artırmalarına katkıda bulunur. Yani, doğrudan rekabet gücü oluşturmak yerine, rekabet gücünün temel belirleyicileri doğrultusunda bölgesel destek sunar (Ayaş, 2003).

➤ Karşılaşılan Fırsatlar ve Şanslar

Şans faktörleri, Uluslararası piyasada, bugüne kadar uluslararası rekabet gücüne sahip firmaların başarılarında veya başarısızlıklarında şans faktörü de etkili olabilmektedir. Bir ülkedeki işletmelerin kontrolü dışında gelişen olaylar, işletmelerin rekabet gücünü olumsuz etkileyebilir ya da yeni fırsatlar sunabilir (Özdemir, 2019).

2.3.3.3 Yeni Ekonomik Coğrafya

Yeri Teorisi'nden 1990'larda ortaya çıkan ve Paul Krugman tarafından yorumlanan Yeni Ekonomik Coğrafya yaklaşımı, mekân kavramını ekonomi teorisine entegre eden önemli bir perspektiftir. Bu yaklaşım, farklı ölçeklerdeki yığılma ekonomilerinin mekânsal yönünü göz önünde bulundurarak ekonomik faaliyetlerin belirli alanlarda toplanmasını ve bu alanların mekânsal organizasyonunu ele alır. Krugman'a göre, geleneksel uluslararası ekonomi teorileri, ulaşım maliyetlerinin olmadığı varsayımıyla coğrafi sınırları ve ekonomik coğrafyayı ihmal ederken, Yeni Ekonomik Coğrafya bu unsurları dikkate alır (Krugman, 1991).

Yeni Ekonomik Coğrafya, neoklasik ekonomik düşüncüyü devam ettirir, ancak bir bölgenin iç ve dış ekonomilerini de dikkate alır. Ekonomik faaliyetlerin belirli yerlerde toplanması ve bu yerlerin kümelenme biçiminde örgütlenmesi, Yeni Ekonomik Coğrafya'nın temel ilgi alanlarından biridir (Kılınçaslan, 2018). Krugman'ın teorisiyle mekânın önemi azalmamış, aksine, küreselleşen dünyada coğrafya daha da kritik hale gelmiştir. Uluslararasılaşan ve ağ temelli üretim süreçleri rekabeti artırmış, bu da eşitsizliklerin derinleşmesine yol açmıştır. Bu bağlamda, Ekonomik Coğrafya, modern ekonomik dünyayı ve mekânsal eşitsizlikleri anlamak için güçlü bir araç sunar. Küresel ölçekte kalkınma eşitsizliklerinden kent ölçeğindeki yoksulluklara kadar çeşitli mekânsal sorunların analiz edilmesinde etkili bir teoridir.

2.4 Dünya'da Ve Türkiye'de Bölgesel Kalkınma Çalışmaları

Dünyada Bölgesel kalkınma çalışmalarına ilişkin örneklere bakıldığında, farklı ülkelere farklı çalışmalarda bulunmuşlardır. Bunlardan bazıları şunlardır:

Sanayi Devrimi'ni ilk başlatan ülke olan İngiltere, bölgesel eşitsizliklerin ilk fark edildiği ülkelerden biri olmuştur. Bölgeler arası dengesizlik 1929 krizinin hemen ardından kendini göstermeye başlamıştır.

Fransa'da Sanayi Devrimi'nden sonra endüstriyel işletmeler özellikle kömür yataklarının bulunduğu bölgelerde kurulmaya başlandı. Bu bölgeler o zamanlar genellikle Fransa'nın kuzeyinde yer alıyordu. “Bu açıdan değerlendirildiğinde, maden kaynakları ve toprak şartları uygun olan Kuzey Fransa, güneye göre daha hızlı gelişme göstermiştir” (İldırar, 2004). II. Dünya Savaşı'nın ardından, 1950 yılında Fransa'da Alsace Bölgesi Kalkınma Ajansı, bu bölgenin ekonomisini yeniden canlandırmak amacıyla kurulmuştur. Bu ajans, hem Fransa'nın hem de Avrupa'nın ilk kalkınma ajansı olma özelliğini taşımaktadır. 1963 yılında Fransa'da, 'Ülke Düzenleme ve Bölgesel Aksiyon Delegasyonu' (Delegation Al'aménagement du Territoire et Al'action Régionale-DATAR) kurulmuştur. DATAR, Fransa'daki bölgesel kalkınma yapılarının kurumsal temelini oluşturmaktadır. Kurumun kuruluş yılı itibarıyla belirlenen hedefi, Paris bölgesi ile Fransa'nın diğer bölgeleri arasındaki dengenin sağlanması olmuştur (Apalı ve Yıldız, 2014).

İtalya Emilia- Romagna bölgesinde çalışmalar hala aktif bir şekilde devam ederek bölgenin kalkınmasına önemli katkılarda bulunmaktadır.

İspanya 1986'da AB'ye katıldığında ekonomisinde değişimler meydana gelmeye başlamıştır. Bir başka ifade ile ekonomik liberalleşme ve hükümetin bölgeselleşmesinin sonuçlarından biri yaşanıyor demektir. Bu bağlamda federal eyalet sistemine doğru bir kayma olduğu fark edilmiştir. 1980 yılına kadar Özerk Toplulukların Finansmanı Yasası sorumluluğu bölgesel düzeye devrederek bölge oluşumu İspanyol sahnesine çıkmıştır (Kayasü vd., 2003).

Hollanda'da 1960'lı yıllardan 1980'li yıllara kadar bölgesel politikalar ülkenin gelişmiş ve az gelişmiş bölgeleri arasındaki fark azaltmaya yönelik tasarlanan sosyal adalet ilkesi kapsamında yürürlükte kalmıştır. Bu politika kapsamında yeni ürünler ve yeni üretim sistemlerini kapsayan teknik-kurumsal alanlarda araştırma faaliyetlerine destek verilmiştir. Bu bağlamda bölgesel politika yaklaşımlarına güven duyulmaya başlanmıştır. Bölgesel kalkınma ajansları ülkenin en önemli bölgesel aktörleri haline gelmiştir (Kayasü vd., 2003).

2.4.1 Türkiye’de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politika Araçları

Türkiye’de bölgesel kalkınma politikaları incelendiğinde, ekonomik gelişim genel olarak iki uç arasında—dengeli ve dengesiz—entegrasyonun önemli bir değişim gösterdiği görülmektedir. 1960'tan önce Türkiye'nin ekonomik politikaları, kısa dönemli ekonomik koşullara bağlı olarak önce dışa dönük liberalizme, ardından iç piyasayı korumacı yaklaşımlara, sonrasında ise dalgalı liberal ve dışa dönük bir seyre yönelmiştir (Boratav, 2004). Türkiye'de bölge kavramı net bir şekilde tanımlanmış değildir ve Avrupa Birliği (AB) ile Türkiye arasında bölgesel yönetim konusundaki görüş ayrılıkları mevcuttur. Birçok AB üyesi devletin sivil idari yapısının temelinde bölgesel yönetim ilkesi bulunurken, bu ilke Türk idari yapısının anayasal çerçevesinde yer almamaktadır (Peşelioğlu, 2007).

Türkiye’de İstatistiki Bölge Birimleri (İBB) 2003 yılında kuruldu. Bu sistem, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından bölgesel düzeyde daha detaylı veri toplama ve analiz yapma amacıyla oluşturuldu. İBB'ler, Türkiye’nin coğrafi ve ekonomik özelliklerine göre bölgeleri tanımlamak ve bu bölgeler üzerinde çeşitli sosyal ve ekonomik araştırmalar yapmak için bir temel sağlamak amacı taşır. Bu bölgesel yapı, ekonomik ve sosyal verilerin daha etkili bir şekilde yönetilmesini ve analiz edilmesini mümkün kılar. Türkiye’de güncel durumda 26 adet kalkınma ajansı bu istatistiki bölge birimlerine göre oluşturulmuştur.

2.4.1.1 Planlı Dönem Öncesi Bölgesel Kalkınma Politikaları

Türkiye Cumhuriyeti 1923'te kurulduktan sonra, güçlü bir ekonomi ile bağımsızlığını sürdürebileceğine inanıldı. Kaynakların etkin kullanımı, ülkenin kalkınmasına katkı sağlayacak şekilde değerlendirildi ve bu amaca ulaşmak için çeşitli kurumlar kuruldu (Öney, 1987). Mustafa Kemal Atatürk, 1923 İzmir İktisat Kongresi'nde Türkiye'nin ekonomik kalkınması için gerekli ilkeleri belirledi (İnan, 1989).

Türkiye, Büyük Ekonomik Buhran ve İkinci Dünya Savaşı'nın ekonomik etkilerini, dünya ile eş zamanlı olarak deneyimlemiş; ancak tüm siyasal, toplumsal ve ekonomik zorlukları aşarak kayda değer bir ekonomik gelişim göstermeyi başarmıştır. İkinci Dünya Savaşı sırasında hızla artan enflasyon ve yoğunlaşan siyasi baskılar,

Türkiye'de değişim ve dönüşümün kaçınılmaz olduğunu ortaya koymuştur (Kazgan, 2004).

1960 sonrası Türkiye'de bölgesel kalkınma planları, daha önceki planlama dönemlerinden farklı olarak, bölgesel konuları metinsel olarak ele almaktadır. Önceki dönemde de bazı planlamalar yapılmış, örneğin Celal Bayar'ın hazırlattığı "Şark Raporu" bu döneme ait bir örnektir (Bayar, 2006; TÜSİAD, 2008).

2.4.1.2 Türkiye’de Planlı Dönem

Türkiye'de çağdaş bölge planlaması ve bölgesel kalkınma üzerine araştırmalar, 1961 Anayasası'nın 115. maddesiyle başlamıştır. Bu madde, birden fazla ili kapsayan kamu hizmetleri için geniş yetkilere sahip kuruluşların kurulabileceğini öngörmüştür (İşbir, 1991). Planlı dönemin amacı, ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmayı hızlandırmak ve bölgeler arası kalkınma ilkelerini geliştirmektir. Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), bölge planlarını hazırlama, uygulama ve takip etme yetkisini almıştır. Planlar, kamu kurumları, üniversiteler ve özel sektör temsilcilerinin görüşleri doğrultusunda hazırlanmıştır (Göymen, 2005). Bu süreçte, sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi düşük bölgeler "Kalkınmada Öncelikli Yörelere" olarak belirlenmiştir (İldırar, 2004).

DPT, bu bölgelere yönelik destek tedbirlerini uygulamaya koymuş ve Organize Sanayi Bölgeleri (OSB) ile Kalkınma Ajansları gibi araçlar geliştirilmiştir. OSB'ler, az gelişmiş bölgelerde yatırım ortamını iyileştirmek ve sanayi yatırımlarını artırmak amacıyla kullanılmaktadır (Çağlar, 2006). 5 Ekim 1960'ta kurulan DPT ile Türkiye'de planlı dönem başlamış, ilk beş yıllık kalkınma planı 1963'te hazırlandı. Günümüzde ise Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na bağlı kalkınma ajansları bölgesel planlar hazırlamaktadır. Şu anda yürürlükte olan On İkinci Kalkınma Planı bulunmaktadır.

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (I. BYKP): Bu dönemde kalkınma ilkesinin amacı, geniş halk topluluklarını daha yüksek yaşam standartlarına ve sosyal güvenliğe kavuşturmaktır. Bölgeler arasında denge kurulması ve bu dengenin sağlanmasıyla sosyal adaletin sağlanacağı savunulmuştur (DPT, 1963). Bölge planlamasının hedefleri, yatırımların coğrafi olarak daha dengeli bir şekilde yapılması, kaynakların en verimli alanlara yönlendirilmesi ve bölgeler arasındaki dengesizliklerin giderilerek geri kalmış

bölgelerin kalkınmasının hızlandırılması olarak belirlenmiştir. Ayrıca, bölge planlarının ulusal kalkınma planının bir parçası olarak değerlendirilmesi gerektiği, bölgesel planların hem birbirleriyle hem de ulusal kalkınma planı ile uyumlu olması gerektiği vurgulanmıştır (DPT, 1963).

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (II. BYKP): Bu dönemde, Türkiye'nin bölgeleri arasındaki gelişmişlik farklılıklarının devam ettiği vurgulanmıştır (DPT, 1968). Çözüm olarak, özel sektör yatırımlarının yüksek potansiyele sahip Az Gelişmiş Bölgelere (AGB) kaydırılması ve bu bölgelerde vergi teşvikleri sağlanması önerilmiştir (DPT, 1968).

Planda, dezavantajlı bölgelerde iş dağılımındaki dengesizliklerin giderilmesi ve altyapısı tamamlanmış Organize Sanayi Bölgeleri (OSB) oluşturulması öngörülmüştür (DPT, 1968). Planda bölgesel kalkınma çerçevesinde öne çıkan en önemli unsurlardan biri, şehirleşme konusuna verilen önemdir. Hızlı şehirleşmenin doğurabileceği sorunlara dikkat çekilerek, dengeli bir şehirleşmenin sağlanması gerektiği vurgulanmıştır. Ayrıca, bölgeler arasındaki dengeli gelişmeyi sağlamak amacıyla hizmet yatırımlarının artırılmasının gerekliliği üzerinde durulmuştur (Dulupçu vd., 2010). Bu çerçevede, II. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda kalkınma kutuplarının oluşturulması yönünde bir politika izlenmiştir.

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında (III. BYKP): Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda (III. BYKP) yöreler arası gelişmişlik farklarını azaltma hedefi ön plandadır (DPT, 1973). Yatırım maliyetlerinin her yörenin gelişmişlik endeksine göre belirleneceği belirtilmiştir (DPT, 1973). 1972 yılında, DPT'de Kalkınmada Öncelikli Yörelere (KÖY) daireleri kurulmuştur. Bu planda "bölge" yerine "yöre" terimi kullanılmış, KÖY'lerin sorunları toplumsal sorunlarla bütünleştirilmiştir (DPT, 1973).

Üçüncü Plan, bölgesel eşitsizlikleri çözmeyi ve bölgesel kaynakları değerlendirmeyi hedeflemiştir. Ayrıca, yerel yönetimlerin güçlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bu yaklaşım, takip eden dönemde bölgesel politikaların temel taşlarını oluşturmuş ve kalkınma projelerine değer katmıştır (Göymen, 2005).

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında (IV. BYKP): Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı, önceki planlardan farklı olarak, coğrafi bölgeler, Kalkınmada Öncelikli Yörelere (KÖY) ve büyük şehirlerle ilgili nüfus ve gelir dağılımı gibi istatistikler sunarak bölgeler ve şehirler arasında karşılaştırma yapma imkânı sağlamıştır (Keskin, 2019).

Gelişmiş bölgelerde planın amacı kalkınmayı sürdürmek, çarpık kentleşmeyi önlemek ve endüstriyel altyapı oluşturmaktır. Kalkınmada Öncelikli Yörelere (GKB) için ise amaç, kalkınma sürecini başlatmak ve sürdürülebilirliğini sağlamaktır. Ancak, Dördüncü Plan, bölgesel dengesizliklerin giderilemeyeceği ve dengesizliklerin artacağı öngörüsünde bulunmuştur (DPT, 1979).

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (V. BYKP): Bu planda, önceki planlarda uygulanan Kalkınmada Öncelikli Yörelere (KÖY) projesinin politik esaslarının büyük ölçüde korunmasına devam edilmiştir (Keskin ve Sungur, 2010). Planda, KÖY'lere ek olarak tarım ve sanayinin kalkınması da önemsenmiştir. Tarım sektörünün gelişmesi için kırsal kalkınma ve tarım altyapısının iyileştirilmesine yönelik politikalar geliştirilmiştir (DPT, 1985). Ayrıca, sanayi sektörü için imalat alanında da çeşitli politikalar belirlenmiştir. Bu kapsamda, Bölgesel Gelişme Şeması hazırlıkları, Organize Sanayi Bölgeleri (OSB) kurulması, düşük maliyetli kredi fırsatları ve devlet güvencesi ile yatırımların cazip hale getirilmesi gibi adımlar atılmıştır (DPT, 1985). Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerine, Ortadoğu pazarına erişim sağlayacak altyapı ve enerji destekleri de sağlanmıştır (DPT, 1985). Sonuç olarak, KÖY'lerde sanayi potansiyelinin harekete geçirilmesi ve küçük ölçekli emek yoğun sanayi sektörlerinin teşvik edilmesi planın hedefleri arasında yer almıştır (Dulupçu vd., 2010).

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planında (VI. BYKP): Bu planda, kalkınma faaliyetlerinin bölgeler arası dengeyi sağlamak ve refahı artırmak amacıyla yürütülmesi öngörülmüştür (DPT, 1989). Özel sektör yatırımlarının artırılması için özel bir fon oluşturulması, bölgesel sorunlara odaklanacak bir enstitü kurulması ve sınır ötesi ticaretin geliştirilmesi gibi stratejiler planın önemli parçalarıdır. Özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerindeki KÖY'ler için amaç, ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmayı sağlayarak bu bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarını minimize etmektir (DPT, 1989). Altıncı Kalkınma Planı'nı önceki planlardan ayıran en önemli özellik, Avrupa Birliği'nin bölgesel politikalarının dikkate alınmasıdır (DPT, 1989).

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (VII. BYKP): Plan, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerindeki terör olaylarının kalkınmanın ulusal birliği güçlendirmesi gerektiğine vurgu yapar. Nüfus artışının yüksek olduğu bölgelerde aile planlaması araştırmaları hedefler arasında yer almaktadır (DPT, 1995). Bu planda, ülkenin nispeten geri kalmış bölgeleri için bölgesel kalkınma projeleri hazırlanacağı ifade edilmiştir. Bu

çerçevede, Doğu Anadolu Projesi (DAP), Doğu Karadeniz Bölgesel Kalkınma Projesi (DOKAP) ve Yeşilirmak Havza Gelişim Projesi gibi bazı bölgesel planlama çalışmalarına da planda yer verilmiştir (Güler vd., 2017).

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planında (VIII. BYKP): Bu dönemde, bölgeler coğrafi bölgelere göre belirlenmiş ve sosyo-ekonomik gelişmişlik endeksi, kişi başına ulusal gelir, tarım, sanayi ve hizmetlerin dağılımı gibi bilgiler ışığında tanımlamalar yapılmıştır. İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) ile Türkiye'deki bölgeler tanımlanmış ve yürürlüğe girmiştir. Sekizinci Kalkınma Planı, yerel dinamiklere odaklanarak bölgesel ve ekonomik kalkınmanın sağlanmasını öngörmektedir. Bu plan, ulusal kaynakların en yüksek ekonomik ve sosyal faydayı sağlamasını ve bölgeler arasındaki eşitsizlikleri ortadan kaldırmasını amaçlamaktadır. Plan, sürdürülebilirlik, bölgeler arası bütünleşme, sosyal ve ekonomik dengeyi teşvik ederek yaşam kalitesini artırmayı hedeflemektedir (DPT, 2000). Ayrıca, sektörel bağlantılar kurarak ulusal öncelikleri ve yerel ihtiyaçları yansıtan stratejik bir vizyon geliştirilmesi beklenmektedir (Bayramoğlu, 2005). Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP) ve diğer bölgesel kalkınma projeleri bu planın bir parçası olarak belirtilmiştir (Keskin ve Sungur, 2010). Sekizinci Kalkınma Planı, bölgelerin havza temeli esas alınarak belirlenmesi ilkesiyle farklı bir yaklaşım benimsemiştir (Bayramoğlu, 2005). Bu plan, bölgelerin mevcut ve gelecekteki endüstrilerdeki uzmanlaşma eğilimlerini inceleyerek, yatırımlara yönelik devlet desteklerini belirlerken bölgelerin sosyo-ekonomik potansiyellerini dikkate almıştır.

Dokuzuncu Kalkınma Planında (IX.KP): Bu dönemde, kalkınma planları beş yıllık kavramından çıkarılarak sadece "kalkınma planı" olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda bölgesel kalkınmanın ülkenin stratejik hedeflerinden biri olduğu vurgulanmıştır. AB'nin bölgesel istatistik sistemine uygun olarak üç düzeyden oluşan istatistiki bölge sınıflaması (NUTS) kullanılmıştır (DPT, 2006). Plan, dört ana hedef belirlemiştir: merkezi hükümetin bölgesel kalkınma politikalarının etkinliğinin artırılması, kalkınmanın yerel dinamiklerle örtüşmesini sağlamak, yerel kurumsal kapasitenin güçlendirilmesi ve kırsal kalkınmanın desteklenmesi (DPT, 2006). Sosyal sermaye kavramının bu planda yer alması, kalkınma anlayışındaki değişimi yansıtmaktadır. Ayrıca, zorlu sektörlerin yönlendirdiği yerel kümelenmelerin desteklenmesi vurgulanmıştır (DPT, 2006).

Bu dönemde Bölgesel Kalkınma Ajansları daha etkin hale getirilmiş ve sanayi ve teknoloji bölgelerinin oluşturulması için gerekli ortamın sağlanması hedeflenmiştir. Dokuzuncu Kalkınma Planı, bölgeler arasındaki eşitsizliklerin önemini vurgulamış ve bu eşitsizliklerin ortadan kaldırılmasında Bölgesel Kalkınma Ajanslarının etkili bir araç olduğu görüşü ortaya konmuştur (Çelikkaya vd., 2018).

Onuncu Kalkınma Planında (X.KP): Onuncu Kalkınma Planı, bölgesel kalkınma politikalarını uyumlaştırmayı, mali ve kurumsal işbirliğini artırmayı hedeflemiştir. Bu doğrultuda Bölgesel Gelişme Yüksek Kurulu ve Bölgesel Gelişme Komitesi kurulmuştur. Kalkınma ajansları, 26 Düzey 2 bölgesinde faaliyet göstererek bölgesel koordinasyonu sağlamaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2013). Plan, bölgesel sinerjiyi artırmak için çekim merkezleri ve gelişme odaklarına öncelik vererek ulaştırma hizmetlerinin geliştirilmesini hedeflemiştir. Ayrıca, bölgesel rekabet gücünü artırmak amacıyla Bölgesel Gelişme Ulusal Stratejisinin (BGUS) uygulanması planlanmıştır (Kalkınma Bakanlığı, 2013).

On Birinci Kalkınma Planında (XI. KP): Türkiye'nin 2023 vizyonu kapsamında hazırlanan On Birinci Kalkınma Planı, Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından hazırlanmıştır. Planın amacı, bölgeleri yenilik ve iş birliğine dayalı yönetimle geliştirerek, ülkemizin dengeli kalkınmasına katkıda bulunmak ve bölge içi ile bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmaktır (Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019). Plan, bölgesel kalkınmanın iyileştirilmesi için çeşitli stratejiler öngörmektedir: Bunlar: Kalkınma idareleri ve ajanslarının verimliliğini artırmak. Kentsel ve endüstriyel altyapının geliştirilmesini desteklemek. İş imkânlarını artırmak ve gelişme potansiyeli olan sektörlerde yaşam kalitesini iyileştirmek. Öncelikli destek programlarını sürdürmek, sosyal destek programlarını yeniden yapılandırmak ve genişletmek. Kamu kurumları tarafından bölgesel kalkınma desteklerini sağlamak. Ayrıca, önceki kalkınma planında başlatılan Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı'nın geri kalmış bölgelerdeki kutup etkisini sürdürmeye devam edeceği belirtilmiştir (Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2019).

2.5 Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı, Amacı ve Yöntemi

Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP), Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından uygulanan merkezi bir bölgesel gelişme programıdır. Bölgesel

Gelişme Ulusal Stratejisi'nde (BGUS) cazibe merkezleri "Bölgesel Büyüme Odakları" olarak tanımlanmıştır (Kalkınma Bakanlığı, 2014). Dokuzuncu Kalkınma Planı'nda uygulamaya konulmuştur. Programın uygulanması, büyüme kutuplarının Türkiye'ye uyarlanmış şeklidir ve Dördüncü ile Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planları'ndaki bölge planlama çalışmalarının devamıdır.

CMDP, 2008 yılında ülkenin orta ve doğusundaki bazı şehirleri çekim merkezi haline getirmeyi amaçlamaktadır. Program, Diyarbakır, Erzurum, Şanlıurfa ve Van'da uygulanmaktadır. Bu şehirler için hazırlanan program belgeleri, bölgesel gelişmişlik farklarını azaltmayı ve ülke genelindeki gelişmişlik seviyesini artırmayı hedeflemektedir (Toy ve Gündüz, 2016). Özellikle TR9, TRA, TRB ve TRC bölgelerinde çekim merkezleri oluşturarak kalkınmayı hedefler.

Yukarıdaki bilgilerin ışığında; CMDP'nin genel amacı, “merkezlerde gerçekleşen sosyo-ekonomik kalkınmanın çevre merkezlere yayılması” ve “ulusal düzeyde bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılmasına katkıda bulunmak”tır (DPT, 2008). Programın temel hedefi ise “görece az gelişmiş bölgelerde, büyüme ve çevrelerine hizmet verme potansiyeli yüksek kent merkezlerine stratejik destek sağlayarak, bu merkezlerin ekonomik kalkınmasına ivme kazandırmak ve kalkınmanın çevre merkezlere yayılmasını sağlayarak iç göçü bölge içinde tutmaktır” (DPT, 2008).

2.5.1 Van İlinde Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı

TRB2 Bölgesi, Van, Muş, Bitlis ve Hakkâri illerini kapsamaktadır. Bu bölge, genç nüfus ve yüksek işsizlik oranlarıyla dikkat çekmektedir. Bölgede öne çıkan sosyal ve ekonomik sorunların başında düşük istihdam oranları gelmektedir. Nitelikli işgücünün imkânsızlıklar nedeniyle bölgeden göç etmesi, bölgesel beşerî sermayenin gelişimini zorlaştırmaktadır. Kırsaldan şehir merkezine göç, tarım dışı işsizlik oranını artırmaktadır. İş imkânlarının oluşması ve gelişmesinde özel sektör yatırımlarının kısıtlı olması önemli bir sorun olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle, istihdamın uzun vadeli ve istikrarlı bir şekilde artırılmasına yönelik tedbirler önem kazanmaktadır. Ayrıca, bölgenin yatırım altyapısı ve sanayi ortamı istenilen düzeyde değildir ve bu durumun önemli nedenlerinden biri fiziksel altyapının yetersizliğidir.

TRB2 Bölgesi 2014-2023 Bölge Planı, emek yoğun sektörlerin doğuya kayması ve bu sektördeki istihdam ile ihracat kapasitesinin artırılmasını hedeflemektedir (DAKA, 2013). 6. Bölge Teşvikleri ile özellikle tekstil gibi sektörlerde yatırımcıların bölgede önemli ölçüde yatırım yapması sağlanmıştır. Teşviklerin devam etmesi durumunda, düşük teknoloji gerektiren ve insan kaynağının önemli olduğu sektörlerde yatırımların bölgeye yönelmesi beklenmektedir.

Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı Van uygulamasına 2012 yılında başlanılmıştır (Çizelge 2.2).

Çizelge 2.2 CMDP kapsamında gerçekleştirilen projelerin yıllara göre dağılımı

Yıl	Proje
2012-2017	Tekstil Kent Projesi Urartu Müzesi Projesi Tuşba Fuar ve Kongre Merkezi Projesi Abalı Kayak Tesisi Projesi Van İnci Tur Gemi Alımı Projesi
2017	İskele Sahil Rekreasyon 2.Etap Projesi
2018	Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Altyapı Projesi İnnoVan Girişimcilik Merkezi Projesi
2019	Van Erciş OSB Enerji Nakil Hattı ve Yol Altyapısı Projesi Van Erciş Tarıma Dayalı İhtisas Sera OSB(TDİSOSB) Jeotermal Kaynak Sondaj ve Sıcak Su İletim Hattı Fizibilite Projesi
2020	Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Sosyal Donatılarının Oluşturulması Projesi Van Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Medya ve İletişim Uygulama Merkezi
2021	Eski Van Şehrinin Canlandırılması 1. Etap Projesi Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB 2.Etap Altyapı Projesi Van Bedesten Çarşısı Yapımı ve Tarihi Tekel Binasının Turizme Kazandırılması Projesi
2022	İpekyolu İlçe Kütüphanesi ve Yaşam Merkezi Projesi Tuşba Bedesten Çarşısı Projesi
Toplam	17 Proje

2.6 Dünya’da ve Türkiye’de Tekstil Sektörünün Mevcut Durumu

Tekstil ve hazır giyim sektörü, elyaf ve ipliklerin tüketici ürünlerine dönüştürülmesini içeren süreçleri kapsar. Tekstil, elyafın iplik ve kumaş haline getirilmesini, hazır giyim ise kumaşın giyim eşyasına dönüşümünü ifade eder (Öngüt, 2007). Tekstil üretimi, giyim üretiminden daha zanaatkâr ve sermaye yoğun bir alandır, bu nedenle daha uzun ve karmaşık üretim süreçleri gerektirir. Gelişmekte olan ülkelerin dünya tekstil ihracatındaki payı, hazır giyime göre daha düşüktür. Hazır giyim sektörü, özellikle gelişmekte olan ülkelerde iş imkânlarını artırmak ve sanayi kültürünü yaymak için tercih edilmektedir (McNamara, 2008). Tekstil sektörü, pamuk ve yün gibi doğal elyaflar nedeniyle tarım ve hayvancılıkla, sentetik elyaflar nedeniyle petrokimya sanayisi ile ve boya-terbiye kimyasalları açısından kimya sanayisi ile ilişkilidir. Ayrıca, hazır giyim ve konfeksiyon sektörleri ile de bağlantılıdır. Bu sektörler otomotiv, inşaat, ağır sanayi ve tıp gibi pek çok sektörle teknik açıdan etkileşim halindedir (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022).

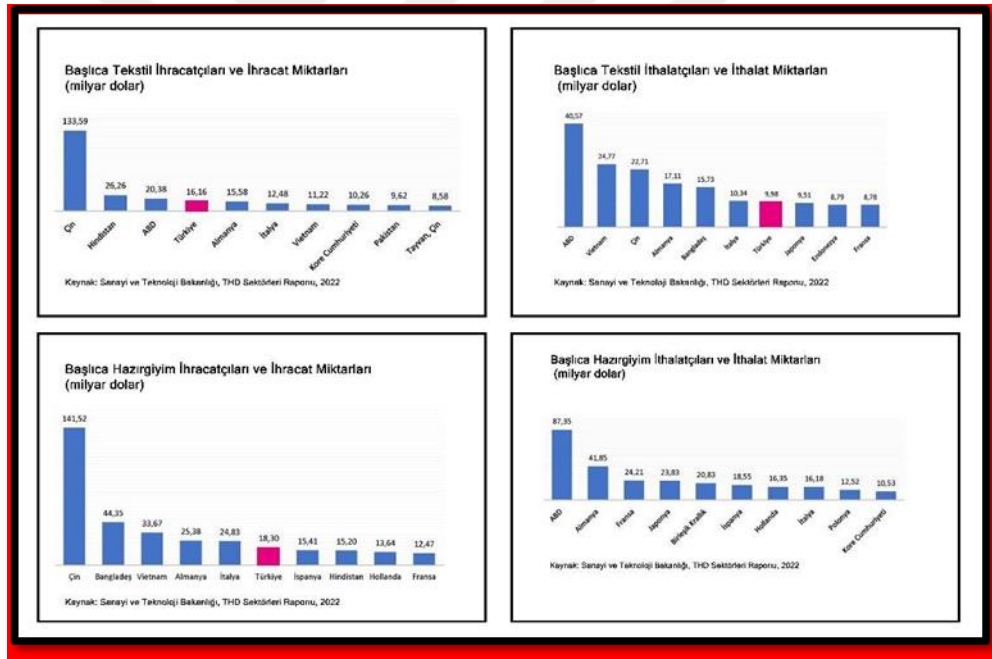
2.6.1 Dünyada Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Değerlendirilmesi

Tekstil ve hazır giyim sektörü, tarih boyunca dünyanın en büyük gelir getirici sektörlerinden biri olmuştur. Bu sektör, Kuzey Amerika, İngiltere ve Japonya’da erken sanayileşme dönemlerinde hayati bir rol oynamıştır (Rossen, 2004). Ancak, 1970’lerden itibaren dengeler değişmeye başlamıştır. Artık tekstil, gelişmiş ülkelerin ana kaynağı olmaktan çıkarak, gelişmekte olan ülkelerin ana kaynağı olmaya başlamıştır. Örneğin, Japonya, artan üretim maliyetleri ve istihdam kısıtlamaları nedeniyle 1970’lerde tekstil yatırımlarını Asya ülkelerine kaydırmıştır. Bu eğilimle Hong Kong, Güney Kore ve Tayvan, tekstil ve hazır giyim sektörünün önemli ihracatçıları haline gelmiştir (Au ve Chan, 2003).

1980’lerden itibaren artan küreselleşme, tekstil ve giyim sektöründeki ticaret akışını hızlandırmış ve son otuz yılda sektörün toplam kapasitesinin yaklaşık yarısı sanayileşmiş ülkelere kaymıştır (Ramaswamy ve Gereffi, 2000). Tekstil sektörü bu bağlamda, en küreselleşmiş endüstrilerden biri olarak anılmaktadır (Rossen, 2004).

Güney Asya'nın Hindistan ve Pakistan gibi ülkeleri, pamuğa dayalı tekstil ve hazır giyim sektörüne sahiptir ve ürünlerini düşük fiyatlarla ihraç etmektedir. Bangladeş ise ağırlıklı olarak hazır giyim üretimi ve ihracatı yapmaktadır. AB ülkeleri, tasarım ve moda alanında gelişmiş tüketici alışkanlıklarına yön verebilecek düzeye gelmiştir. Almanya, İtalya ve İspanya, büyük üreticiler olan Çin, Türkiye, Bangladeş ve Vietnam'dan üretim yaptırarak, THD ihracatında ilk sıralarda yer almaktadır (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022).

Günümüzde, tekstil ve hazır giyim sektörü gelişmekte olan ülkelerin egemenliğine geçmiştir. Özellikle Asya ve Çin'in etkisi, küresel tekstil pazarında artmaktadır. Gelişmiş ülkeler, İtalya ve Amerika Birleşik Devletleri gibi, hâlâ önemli ihracatçı konumundadır. Ancak, günümüzde tekstil ihracatının %75'i gelişmekte olan ülkeler tarafından gerçekleştirilmiştir (Allwood vd., 2015).



Şekil 2.3 Küresel ölçekte tekstil ve hazır giyim sektörünün mevcut durumu

Avrupa ülkelerinden Almanya, teknik tekstil alanında gelişimini sürdürmektedir. İtalya ise tasarım odaklı tekstil ve hazır giyim ürünleri üretiminde yüksek birim fiyatlarla ve küçük miktarlarda üretim yapmaktadır. İtalyan tasarımları deri ürünleri endüstrisinde hakimiyetini sürdürmektedir. İspanya'da ise tekstil ve hazır giyim sektöründe gruplaşma, marka algısı ve tasarıma büyük önem verilmektedir. AB ülkelerinin tekstil, hazır giyim

ve deri ürünleri ithalatında Almanya, Belçika, İtalya, İspanya, Fransa ve Hollanda öncü ülkeler arasında yer almaktadır (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022).

AB, tekstil ürünleri ve hammaddelerinin çoğunu Birlik dışından ithal etmektedir. Çin, %34.1'lik payla başı çekmektedir. Ancak, 2023 yılında Çin'den yapılan ithalat değeri %28.3 azalarak 7.9 milyar Euro'ya, toplam miktar ise %15.9 düşüşle 1.7 milyon tona gerilemiştir. Türkiye, AB'ye tekstil ürünleri ve hammadde ihracatında %14.9'luk payla ikinci sıradadır (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022).

Avrupa Tekstil Teknoloji Platformu (Textile ETP), Avrupa tekstili için şu 7 temel hedefi belirlemiştir (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022):

1. Sürdürülebilir tekstil hammaddelerine yönelim (geri dönüşüm, biyopolimerler, doğal lifler)
2. Islak işlem proseslerinden kuru ve enerji verimliliği yüksek proseslere dönüşüm
3. Tekstil tabanlı üç boyutlu kompozitlerin üretimi
4. Enerji verimliliği, yapı güvenliği ve yeni mimari çözümler için tekstil
5. Denizcilik uygulamaları için teknik tekstiller (kıyı koruma yapıları, barajlar, suni göletler için jeotekstiller)
6. Bitki koruma ve su verimliliği için inovatif tekstil çözümleri
7. Dijital moda ve kitlesel kişiselleştirme

Tekstil ve hazır giyim sektöründe, kadınların istihdam oranının daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Bu sektörde çoğunlukla vasıfsız işçiler çalıştırılmakta ve sektör, gelişmekte olan ülkelerde sosyal bir rol oynamaktadır.

2.6.2 Türkiye’de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Değerlendirilmesi

Tekstil ve hazır giyim sektörü, diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de ana endüstrilerden birini oluşturmaktadır. Bugün tekstil ve hazır giyim sektörlerini birlikte değerlendirecek olursak, Türkiye’nin gayri safi yurt içi hasıladan aldığı pay; imalat ve sanayi üretimi, ihracat, ekonomiye net döviz katkısı, istihdam ve yatırım alanlarında Türkiye’den gelen temel göstergeler arasında önemli sektörler arasında yerini korumaktadır (Sevim ve Kuyumcu, 2008).

Tekstil ve hazır giyim sektörünün Türkiye tarihi yüz yıllar öncesine kadar dayanmaktadır.

13. yüzyılın başlarından itibaren dünyanın çeşitli yerlerine gönderildiğini göstermektedir. Örneğin 14. yüzyıla ait belgeler, Bursa'daki ipek tezgâhlarının sayısının bine ulaştığını göstermektedir. Zamanla çeşitli şehirlerde ipek ve pamuğun yanı sıra yün, kenevir ve keten kumaşlar da Osmanlı sanayisinin alt dallarını oluşturmuştur. Kirbas ve tülbent üretiminde Kastamonu, Amasya, Tokat, Çorum, Burdur, Isparta, Konya, Karaman, Kayseri, Tire, Bergama, Denizli, Menemen, Akhisar ve Nazilli öne çıkan kentler olmuştur (Esi, 2017).

18. yüzyıldan sonra yaşanan Batı istilasası sobucunda yeni tekstil üretim yöntemlerinin gelişmesiyle sonuçlanmış ve Türk zanaatkârları tezgâhlarını terk etmeye başlamıştır. Başlangıçta zenginlerin tercih ettiği İngiliz pamuğu ve Fransız yününün fiyatları düşmeye devam ettikçe bu dalgalanma Osmanlı İmparatorluğu'nun diğer bölgelerine de yayılmıştır (Esi, 2017).

19. yüzyıldan itibaren Osmanlı İmparatorluğu sınırları içindeki büyük şehirlerde tekstil üretimi büyük ölçüde gerilemiş, küçük tezgâhlar yalnızca yerel ihtiyaçları karşılayacak duruma gelmiştir. Bu dönemde Beykoz'da (1805), Haliç'teki Feshan'da (1826) ve Bakırköy'deki Basmahan'da devlet tarafından kurulan kumaş fabrikaları yalnızca ordunun ihtiyaçlarını karşılamaya hizmet etmiştir. Devlet dışındaki az sayıda olan özel atölye ve fabrika genel olarak başarısız olmuştur. Bu üretim tesislerinin çok azı Cumhuriyet döneminde ayakta kalmayı başarmıştır (İnalcık, 2008). Türkiye tekstil sektörünün tarihsel gelişimi Çizelge 2.3' te gösterilmiştir.

20. yüzyılda Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründe mevcut pazar gelişmişlik düzeyi incelendiğinde ABD ve AB pazarlarına yönelik ihracat odaklı üretim kapasitesine ulaştığı görülmektedir. 1996 yılında AB ile imzalanan Gümrük Birliği Anlaşması sayesinde Türkiye, AB pazarına kotasız ihracat yapabilme imkânına kavuşmuştur. Türkiye, 2007 yılında AB pazarına kotasız ihracat yapmaya başlayan Çin'den farklı olarak, fiyat rekabetinden ziyade katma değeri yüksek moda ve marka odaklı ürünlerin üretimine yönelmiştir. THD endüstrileri, imalat çıktısının değerinin %15'ini ve katma değerin %16'sını temsil etmektedir (Benli, 2008).

Çizelge 2.3 Türkiye tekstil sektörünün tarihsel gelişimi (Eraslan vd., 2008)

Yıl	Kilit Gelişmeler
1923	Yeni Türkiye Cumhuriyeti: 8 fabrika ve KİT sisteminin getirilmesi
1933	Sümerbank'ın kurulması
1960	Sanayileşmenin başlaması
1970	Küresel tekstil ve hazır giyim sanayii gelişmiş ülkelerden gelişmekte olanlara kaymaya başlaması
1974	Çok Elyaflılar Anlaşması (MFA)
1980	İhracata dayalı büyüme stratejileri/ihracat oranında artış
1981	Tekstil ve hazır giyim üretimin çeşitli şehirlerde yaygınlaşması
1982	Tekstil ve hazır giyim üretimin İstanbul ve çevresinde yaygınlaşması
1984	AB'nin Türkiye'ye miktar kısıtlaması uygulaması
1985	Tekstil ve hazır giyim sanayinde özel sektör yatırımlarının artması
1990	Yıllık %12.2 oranında büyüme ile en hızlı büyüyen sektör
1995	Sümerbank'ın özelleştirilmesi
1995	Sektörün mikrodan mezo ve makro organizasyonlara geçişi
1995	Tekstil ve Giyim Anlaşması (ATC)
1996	Gümrük Birliği anlaşması
1996	Türk tekstil ve hazır giyim firmalarının toplam sayısının 15.000'i geçmesi
1999	Sanayinin toplam ihracatta en yüksek paya erişmesi
2006	Dünya hazır giyim ihracatının 1 milyar ABD dolarını geçmesi
2008	ABD'de başlayan küresel kriz 2011 yılı itibarıyla AB ülkelerini de etkileyerek dünyada tüketici talebinin azalmasına sebep olmuştur
2010-2011	Dünya ticaretinde genel bir toparlanma gözlenmesi
2012	AB'de etkisini tekrar hissettiren krizle beraber hafif bir düşüşe geçmesi
2013	İkinci yarısından sonra ekonomideki olumlu gelişmeler sektörlere yansarak 2013 yılında sektörel açıdan ticaret tekrar yükselişe geçmiştir
2022	Tekstil ve hazır giyim sektörünün ihracat hacminde en yüksek noktaya ulaşması (823 milyar dolar)

2021 yılı itibarıyla tekstil ürünlerinde dış ticaret dengesi pozitif olan ürünler halılar, ev tekstili ürünleri, örme mensucat, suni-sentetik liflerden mensucat, teknik eşya, pamuklu mensucat ve etiket/tül ürünleridir. Türkiye, halı ve zemin kaplama ürünlerinde dünyanın ikinci en büyük ihracatçısı konumundadır. Avrupa Teknoloji Platformlarından biri olan Avrupa Tekstil Teknoloji Platformu, Avrupa tekstil sektörüne hizmet vermektedir. Ayrıca platform bu konuyla ilgili çalışmalarını sürdürüyor ve sektöre yön verecek adımların atılması konusunda da liderlik yapmaktadır (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022).

2.7 TRB2 Bölgesinin Değerlendirilmesi

TRB2 Bölgesi Van, Muş, Bitlis, Hakkâri illerini kapsamaktadır. Bu bölge, ülke geneline oranla genç nüfus ve işsizlik oranlarının oldukça yüksek olduğu bir bölgedir. Bölgede ki en önemli sorunların başında çalışabilir nüfus diliminin yüksek olmasına rağmen istihdamın düşük olması gelmektedir. Nitelikli işgücünün bölgenin kısıtlı imkânlarından dolayı ülkenin daha çok batı illerine göç etmesi ekonomik sermayenin gelişmesini güç kılmıştır.

Bitlis, Hakkâri, Muş ve Van illerinden oluşan TRB2 Bölgesi'nin 2022 yılı nüfusu 2.157.272'dir. Bölge nüfus büyüklüğü bakımında 26 Düzey 2 Bölgesi içerisinde 18. sırada yer almaktadır. Bölge'de nüfusu en fazla olan il Van (1.128.749 kişi) iken bu ili sırasıyla Muş (399.202 kişi), Bitlis (353.988 kişi) ve Hakkâri (275.333 kişi) takip etmektedir. Doğurganlık oranı ve genç nüfus oranının yüksek olduğu TRB2 Bölgesi'nin; iş, eğitim ve sosyal olanakları daha gelişmiş olan bölgelere verdiği göçler sebebi ile 2022 yılı net göç hızı eksi değerinde (%-22.5) gerçekleşmiş olup göç hızı bakımından Düzey 2 Bölgeleri arasında 24. sırada yer alırken İşsizlik oranında (%19.02) ile 1. Sırada yer almaktadır (TÜİK, 2023).

TRB2 Bölgesi 2014-2023 Bölge Planı Ekonomik Dönüşüm ve Büyüme Eksenini, İmalat Sanayinde Rekabetçiliğin Artırılması hedefi, Karşılaştırmalı Üstünlüğe Sahip Sektörlerin Geliştirilmesi Stratejisine göre ise; Türkiye'nin rekabet edebilirliği güçlü ve sanayisi gelişmiş batı bölgelerinde katma değeri yüksek ürünler üretilmektedir. Doğu bölgelerinde ise emek yoğun sektörlerin yoğunlaştığı görülmektedir. Türkiye'de tekstil sektörüne yönelik üst ölçekli strateji belgeleri yer almaktadır. Buna yönelik Onuncu

Kalkınma Planında (2014-2018): “İmalat Sanayinde Dönüşüm” başlığı altında; “Tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinin müşteri odaklı, hız ve esnekliği ile üretici özelliklerini geliştiren, tasarım, koleksiyon ve marka yaratabilen, yenilikçi, çevreye duyarlı, pazarlama ve üretim kanallarında etkin olan bir yapıya dönüşümü desteklenecektir.” hususu yer almaktadır. Ayrıca Türkiye Sanayi Strateji Belgesinde (2015-2018) THD sektörüne yönelik vizyon “Tekstil, hazır giyim ve deri ürünleri (THD) sektörlerinde teknoloji ve tasarım içeren ürünlerde dünya pazarlarında lider ülke olmak.” şeklinde tanımlanmış olup genel amaç ise “Tekstil, hazır giyim ve deri ürünleri sektörlerini katma değeri yüksek, yenilikçi, bilgi ve ileri teknoloji içeren ürün ve hizmet sunumları ile rekabetçiliğini arttırarak dünya ticaretinden daha fazla pay alan sürdürülebilir bir yapıya kavuşturmak.” şeklinde belirlenmiştir (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2021)

Bölgeye yapılan çalışmalardan biri de büyüme kutupları teorisinin Türkiye Cumhuriyeti şartlarında ki uygulaması olan Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) olmaktadır. Program 2008 yılında başlayan pilot uygulamanın ardından 2010 yılından itibaren her yıl düzenli olarak uygulanmaktadır.

Cazibe merkezleri politikası ilk defa 9. Kalkınma Planı’nda “Bölgesel gelişme politikasının merkezi düzeyde etkinleştirilmesi” önceliği altında “Kamu yatırım uygulamalarında ve hizmet arzında mekânsal önceliklendirme ve odaklanma sağlanması, başta az gelişmiş bölgelerde olmak üzere, büyüme ve çevrelerine hizmet verme potansiyeli yüksek cazibe merkezleri belirlenmesi ve bu merkezlerin ulaşılabilirliğinin, fiziki ve sosyal altyapısının iyileştirilmesi” yer almaktadır. CMDP’nin Onuncu Kalkınma Planı döneminde de devam etmesi öngörülmüştür. 11. Kalkınma Planı’nda ise 670.2 numaralı paragrafta “Görece geri kalmış bölgelerde çevresine hizmet verme bakımından merkez olma işlevi taşıyan illerde Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı uygulanmasına devam edilecektir.” şeklinde yer almaktadır.

2.7.1 Van Kenti

Van İli, 42° 40’ ve 44° 30’ doğu boylamları ile 37° 43’ ve 39° 26’ kuzey enlemleri arasında bulunmaktadır. Doğu Anadolu Bölgesi'nin Yukarı Murat-Van Bölümü'ndeki Van Gölü kapalı havzasındadır. Kuzeyden Ağrı İli'nin Doğubeyazıt, Diyadin ve Hamur ilçeleri; batıdan Van Gölü ile Ağrı İli'nin Patnos ilçesi, Bitlis' in Adilcevaz, Tatvan ve

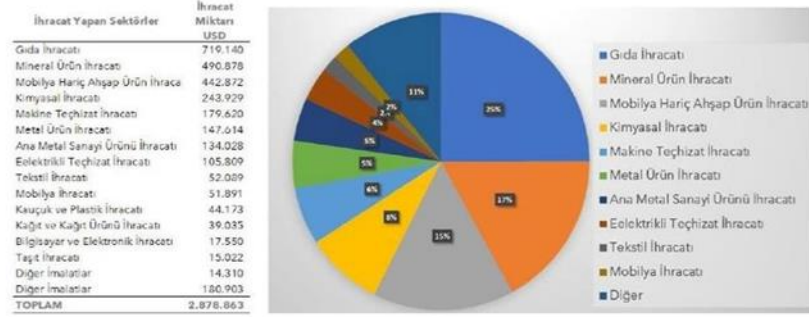
Hizan ilçeleri; güneyden Siirt' in Pervari, Hakkari ili, Beytüşşebap ve Yüksekova ilçeleri ile komşudur. Doğusunda ise İran Devleti sınırı yer alır. İl toprakları 19.069 km kare olan yüzölçümü ile Türkiye topraklarının %2.5' ini oluşturur. Deniz yüzeyinden yüksekliği yaklaşık 1725 m'dir. Van İli, yüzölçümü bakımından Türkiye'nin 6. büyük ilidir. Van ilinin kadın nüfusu 552.619 ve erkek nüfusu ise 573.993 olmak üzere toplam nüfus 1.127.612'dir (TÜİK, 2023).

Van ili Türkiye'nin 30 büyük şehrinden biridir. 2017 yılında Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yapılan “Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması (SEGE-2017)” çalışmasında 77. sırada yer almıştır (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2019)

Van kentinin sanayi gelişimine bakıldığında, temeli 1966 yılında atılan Van Çimento Fabrikası, ildeki ilk kamu sanayi kuruluşunu oluşturmaktadır. Bu ilk tesis 1969 yılında faaliyete geçmiştir. Aradan geçen 40 yılın ardından 2009 yılında Aşkale Grubu'na devredilmiştir ve günümüze kadar faaliyetini sürdürmektedir. 1977 yılında temeli atılan, 17 Ağustos 1989'da da işletmeye açılan Erciş Şeker Fabrikası, Van Gölü havzasının en önemli sanayi kuruluşlarından biridir. Türkşeker'e bağlı olarak faaliyetini sürdüren Erciş Şeker Fabrikası, Van-Ağrı Karayolu üzerinde 2 bin 334 dekar alanda kurulmuştur. Fabrika, Van ve Bitlis il sınırları içerisinde olması sebebiyle stratejik bir öneme sahiptir. Ayrıca fabrika Van Gölü Havzası'nın tarıma dayalı en büyük sanayi kuruluşu olarak bölge ekonomisinde önemli katkı sunmaktadır. Yine aynı yıl olan 1977 yılında Van Yün İpliği Sanayi, 1980 yılında Et Balık Kurumu ve Van Et Kombinası, 1981 yılında Sümer Holding A. Ş. Van Deri ve Kundura Sanayi İşletmesi kamu sektörü tarafından kurulan sanayi tesislerini oluşturmaktadır. 1977 yılında bir Dünya Bankası Projesi olarak Vanet Gıda Sanayi İç ve Dış Ticaret A.Ş. Van İl Özel İdaresi'nin ortaklığıyla hayata geçmiş olup, şirket 1988 yılında entegre et tesislerinde üretime başlamıştır (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2020).

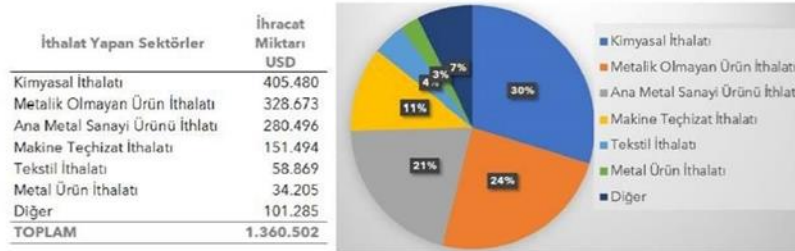
1998 yılında Van OSB kurulmuştur. Bölgede Van-Erciş Karayolu üzerinde 1 ve 2.Etap olarak 127 hektar alana kamulaştırma işlemleri başlatılarak toplam 87 sanayi parseli oluşturulmuştur. 1 ve 2. Etap firmalar ağırlıklı olarak inşaat, plastik, paketleme, gıda, kimya iş kolunu oluşturmaktadır. 2011 yılında 3. Etapın kurulması çalışmalarına başlanılmıştır. 44 hektar alan üzerine kurulu olan 3. Etapın altyapı çalışmaları 2013 yılında tamamlanmıştır. 48 adet sanayi parselinden oluşan 3. Etapta firmalar, ağırlıklı olarak inşaat, gıda ve kimya iş kolunu oluşturmaktadır (Şekil 2.5).

Van İli Sektörlere Göre İhracat Durumu



Kaynak: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Yün İşleme Fizibilite Raporu, 2023

Van İli Sektörlere Göre İthalat Durumu



Kaynak: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Yün İşleme Fizibilite Raporu, 2023

Şekil 2.5 Van ilinin ithalat ihracat durumu

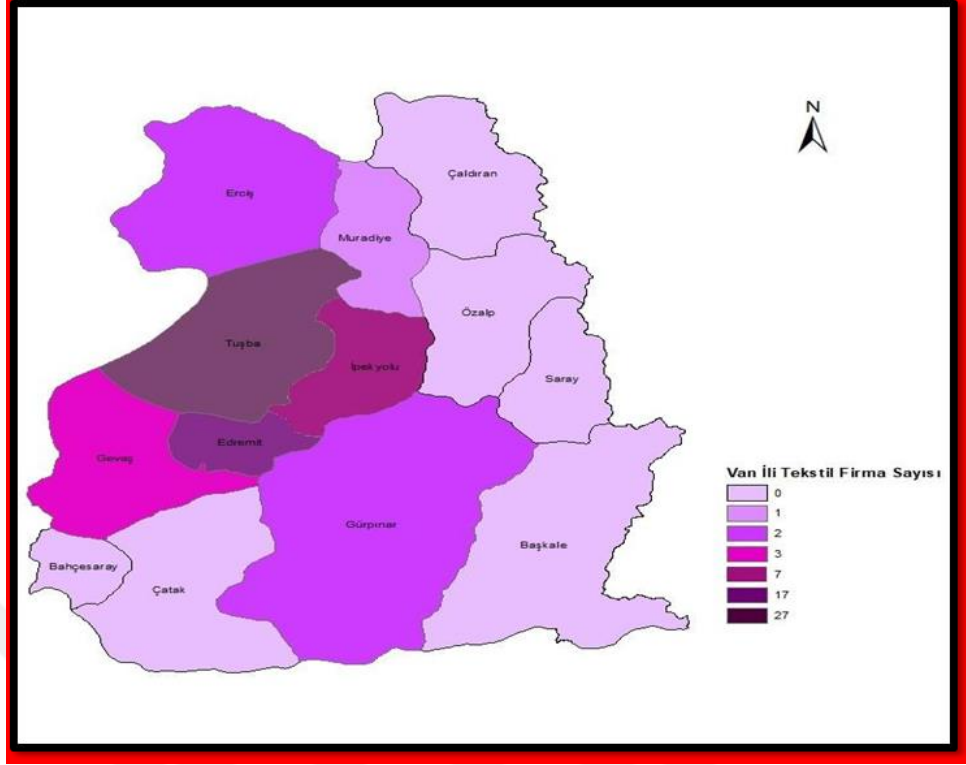
Cazibe merkezleri kapsamında Van'da üretime dayalı artan talepler doğrultusunda 2016 yılında 60 hektarlık sanayi alanının altyapı inşaatına başlanmıştır. 2018 yılında yüzde yüzlük fiziki gerçekleştirme sağlanmış ve 23 sanayi parseli OSB'ye kazandırılmıştır. 4. Etap ile birlikte toplam 158 sanayi parseline sahip olan Van OSB'de 134 arsa tahsisi yapılmıştır. Cazibe merkezleri kapsamında artan talep ve uluslararası markalaşmış firmaların OSB'ye yaptığı başvurular sonucunda 277 hektarlık alana sahip olan 5. Etap OSB sınırlarına dâhil edilmiştir (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2023).

İlin sanayisinde sektörel olarak daha çok giyim eşyası üretimi, paketlenme (ham maddeler il dışından sağlanarak), inşaat sektörü için üretim yapan fabrikalar (seramik

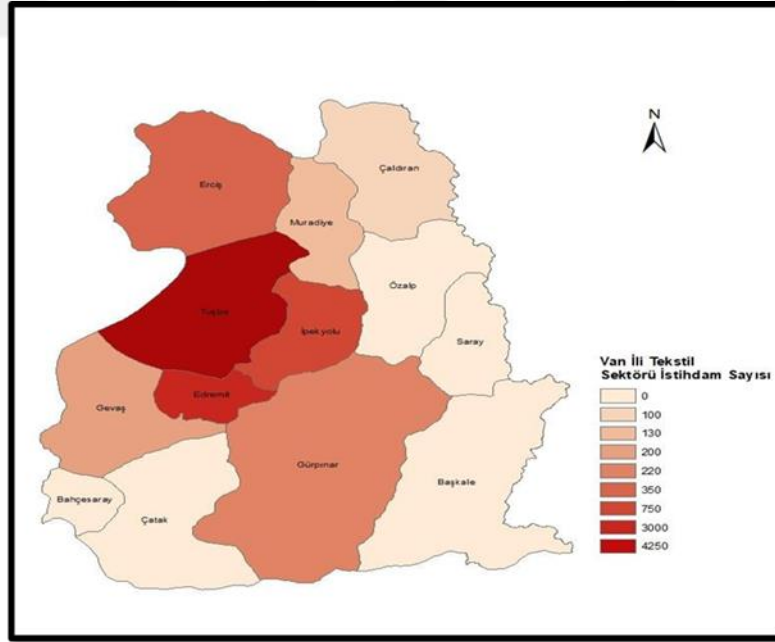
zemin ve duvar yapıştırıcıları, derz dolgu malzemeleri, alçı bazlı ince ve kalın sıva kaplama malzemeleri, su ve sentetik bazlı duvar boyalarını) olarak sıralanabilmektedir. Gıda üretimi alanında tüm ülkeye yönelik ciddi miktarlarda üretimler olmamasına rağmen yerel ölçekte bazı gıda ürünlerinin üretilerek il ekonomisine katkı sağladığı görülmektedir (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2020).

2.7.1.1 Van İlinin Tekstil Sektörünün Değerlendirilmesi

Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı'ndan alınan verilere göre Van tekstil ve hazır giyim sektöründe toplam 57 firma bulunmaktadır (Şekil 2.6). Toplam istihdam edilen kişi sayısı ise ortalama 9.000 kişi olmaktadır (Şekil 2.7).



Şekil 2.6 Van ili tekstil sanayi firma sayısı (Yazar tarafından *: ArcGIS programı ile oluşturulmuştur.)



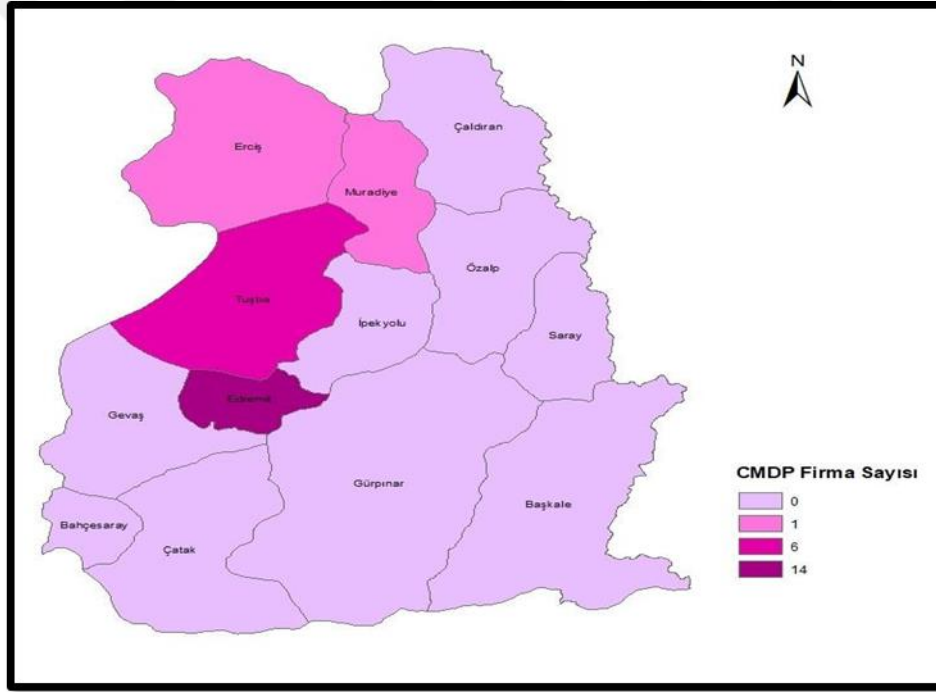
Şekil 2.7 Van ili tekstil sanayi sektörü istihdam sayısı (Yazar tarafından *: ArcGIS programı ile oluşturulmuştur.)



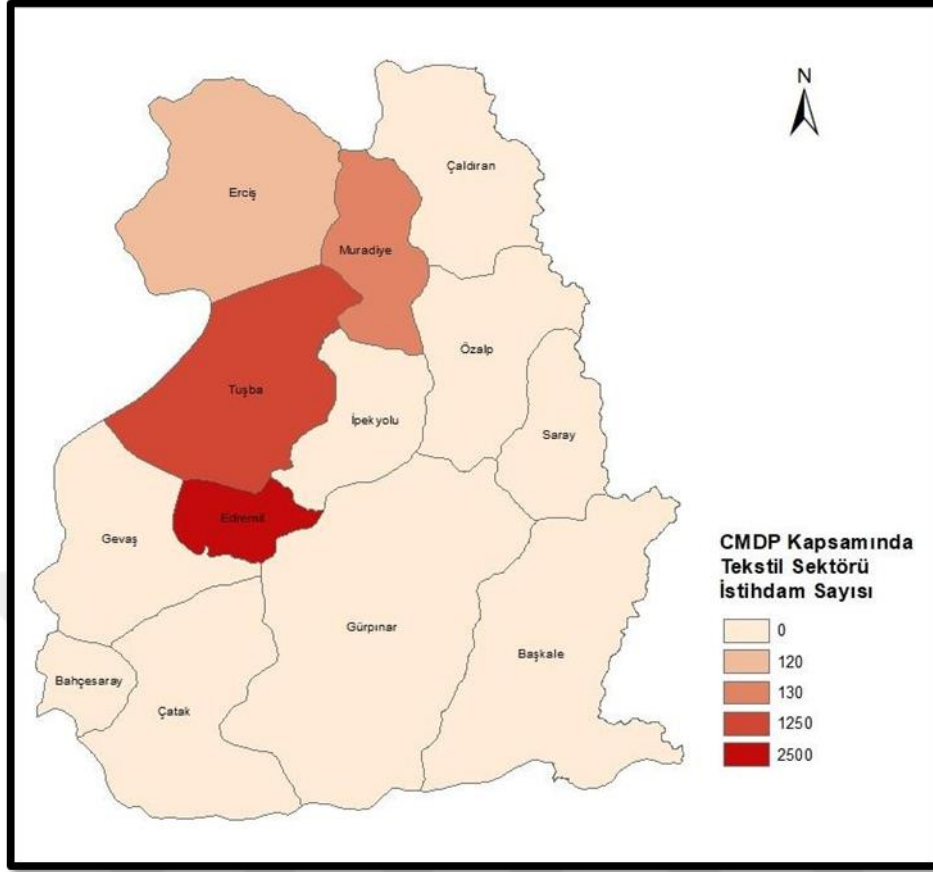
3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1 Materyal

Yapılan tez çalışmasının ana materyalini Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı kapsamında açılan 22 tekstil firması oluşturmaktadır (Şekil 3.1). Toplam 4.000 kişi istihdam edilmektedir (Şekil 3.2). Bu firmaların 14 tanesi Van Tekstil Kent Projesi kapsamında oluşturulan Kurubaş mevkiinde ki yer alırken 6 firma ise Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Altyapı Projesi kapsamında oluşturulan OSB 5. Etap'ta yer almaktadır. Geriye kalan 2 firma ise Muradiye ve Erciş ilçelerinde bulunmaktadır.



Şekil 3.1 Van ili CMDP tekstil sanayi firma sayısı (Yazar tarafından *: ArcGIS Programı ile oluşturulmuştur.)



Şekil 3.2 Van ili CMDP tekstil sektörü istihdam sayısı (Yazar tarafından *: ArcGIS Programı ile oluşturulmuştur.)

3.1.1 Van Tekstil Kent Projesi

2012 yılında kurulan ve %100 Kamu sermayeli Van Denizi A.Ş.'ye devredilen Tekstil Kent projesi; Van –Gürpınar karayolunun 10. km'sinde Kurubaş mevkiinde, doğu cephesi Gürpınar karayoluna, batı cephesi ise yapımı planlanan çevre yoluna bakan, 30 hektarlık arazi üzerinde kurulmuştur. 14 firma aktif olarak üretim yapmaktadır.

Proje Özeti: Van İli'nde Tekstil Kent kurulumu ile yaklaşık 5.000 kişilik bir istihdam yaratılarak işsizliğin önemli derecede azaltılması hedeflenmektedir. Ayrıca Van İli ve çevresi (TRB2 Bölgesi) teşvik yasasında 6.Bölge olarak belirlenmiş, 6. Bölge destekleri ile tekstil yatırımcıları için bir çekim ve cazibe merkezi haline gelmiştir. Van Tekstil Kent'te üretilecek olan ürünler başta İran ve Irak olmak üzere çevre ülkelere ihracatı yapılacak, yaratacağı katma değer ile Van ve diğer TRB2 Bölge illerinin ekonomisinde büyük bir canlanma ve dönüşüm yaratacaktır.

Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı ile yapılan değerlendirmeler sonucunda bu proje ile istihdam alanı oluşturularak işsizliğin asgari düzeye indirilmesi, istihdamda ağırlıklı olarak kadınlara öncelik verilerek kadınların işgücüne katılımının sağlanması, genç nüfusun farklı bölgelere göçünün engellenmesi ve değerlendirilmesi, göç ile gelmiş nüfusun sosyal entegrasyonunun sağlanması, Türkiye'nin doğusunda bulunan komşu ülkelere tekstil ve hazır giyim ürünleri ihracatının yapılması, tekstil ve konfeksiyon üretimiyle ilgili diğer sektörlerin gelişimine katkı sağlanması (tedarik zinciri yaklaşımı), işsizlik nedeniyle ortaya çıkan güvenlik sorununun asgari düzeye indirilmesi hedeflenmiştir.

Proje Çıktıları: Tekstilkent projesi Van –Gürpınar karayolunun 10. km'sinde Kurubaş mevkiinde, doğu cephesi Gürpınar karayoluna, batı cephesi ise yapımı planlanan çevre yoluna bakan, 300 dönümlük arazi üzerinde kurulmuştur.

Sosyal ve idari binalarla birlikte toplam kapalı alan inşaatı 54.000 m² olup, 31.500 m² inşaat alanı üzerine kurulan atölyelerde asma katlarla birlikte toplam kapalı üretim alanı 50.400m² olmaktadır. Bölge planlamasının hedefleri, yatırımların coğrafi olarak daha dengeli bir şekilde yapılması, kaynakların en verimli alanlara yönlendirilmesi ve bölgeler arasındaki dengesizliklerin giderilerek geri kalmış bölgelerin kalkınmasının hızlandırılması olarak belirlenmiştir. Ayrıca, bölge planlarının ulusal kalkınma planının bir parçası olarak değerlendirilmesi gerektiği, bölgesel planların hem birbirleriyle hem de ulusal kalkınma planı ile uyumlu olması gerektiği vurgulanmıştır (DPT, 1963).

Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı ile yapılan değerlendirmeler sonucunda bu Proje 750 m² inşaat alanlı 22 adet ve 1500 m² inşaat alanlı 10 adet olmak üzere toplam 32 adet atölyeden oluşmakta; 750 m²'lik atölyelerin asma katlarla birlikte kapalı alanı 1200, 1500 m²'lik atölyeler için ise 2400 m² olmaktadır. 3600 m² Sosyal tesisler ve idari bina inşa edilmiştir. 1000 m³ kapasiteli tip atık su arıtma tesisi kurulmuş, şehrin kanalizasyon sistemine bağlantısı yapılarak deşarj edilmektedir.

3.1.2 Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Altyapı Projesi

Van Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı tarafından 2016 yılından itibaren yürütülen “Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Altyapı Projesi” kapsamında 6 firma aktif olarak üretim yapmaktadır.

Proje özet: 2018 Yılı Cazibe Merkezleri Destekleme Programı Van uygulaması kapsamında Van Tekstil Kent Projesi ile Van'da ekonomiyi canlandırmak ve istihdama katkı sağlamak için 55.1 milyon liralık yatırımla 1. Etap alanda toplam 50.400 metrekare kapalı alana sahip 32 adet fabrika binası inşa edilmiş, fabrika binalarının yatırımcı firmalara tahsisleri tamamlanmış ve %100 doluluk oranına ulaşılmıştır. Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı'na (DAKA) yatırım yeri ile ilgili yapılan başvurular, Van Tekstil Kent 1. Etapa yapılan başvurularla beraber değerlendirildiğinde oluşturulacak bir küme alanının hayata geçmesi durumunda Van'a yatırım yapmayı planlayan 100'den fazla firma olduğu tespit edilmiştir (DAKA 2023).

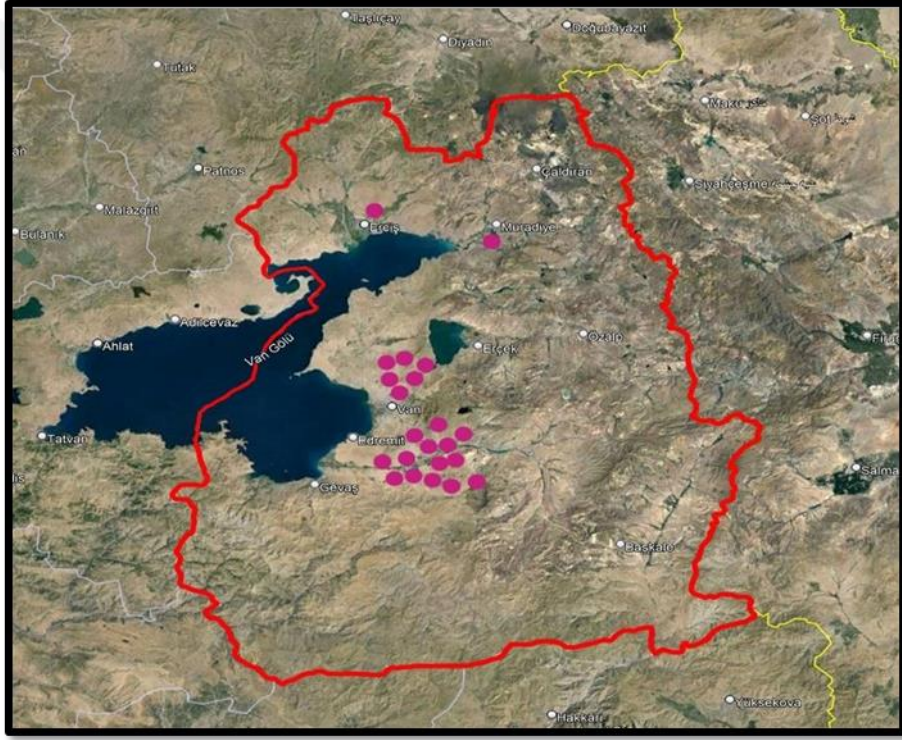
Bu çerçevede, Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı, yatırımcıların talebinin karşılanması amacıyla Van'da Tekstil ve Hazır Giyim Organize Sanayi Bölgesi kurulması için çalışma başlatmıştır.

Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Altyapı Projesi, Van OSB genişleme alanı olarak belirlenen toplam 277 hektar alana yayılan 5. Etap içinde 100 hektarlık alanı kapsamakta olup 1. Etap için öngörülen arazinin topoğrafik yapısı ve yol ile park alanlarının ayrılmasından ötürü inşaat için kullanılabilir proje alanı 420.000 metrekare (yaklaşık 42 hektar) olarak belirlenmiştir. Bu alanın tekstil, hazır giyim ve konfeksiyon üreticilerine 5.000 metrekare ile 10.000 metrekare arasında arsa olarak tahsis edilmesi, projenin temel amacını oluşturmaktadır.

Van, Bitlis, Hakkari ve Muş illerini kapsayan TRB2 Bölgesi, genç nüfus bakımından Türkiye ortalamasının üzerinde yer almakta olup nüfusun yaklaşık yüzde 30'u 15-24 yaş aralığındadır. Bu potansiyelin ekonomiye kazandırılması gerekliliği, genç nüfus potansiyeli ve halihazırda uygulanmakta olan 6. Bölge teşvikleri ile birlikte değerlendirildiğinde bölge olarak oldukça cazip bir durumda olduğu ortaya çıkmaktadır. Belirtilen hususlara ilaveten, Van ilinin lojistik avantajları eklendiğinde, talepler de bu verilerle doğru orantılı olarak artmaktadır. Batıda belli bir üretim, ihracat potansiyeli olan çok fazla sayıda firma yatırım için yer beklemekte olup, bu firmaların taleplerine karşılık verebilmek amacıyla yerelde ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı düzeyinde gereken çalışmalar Ajans tarafından yapılmaktadır. Proje sonucunda yaklaşık 15 bin personel istihdam edilmesi planlanmakta olup bu sayede Van ve civar illerin sosyo-ekonomik kalkınmasının hızlanacağı düşünülmektedir (DAKA, 2021).

3.1.3 Çalışma Alanının Sınırları

Bu tez çalışmasının sınırları, Van ilinde üretim yapan 58 tekstil firmasının içerinden Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) kapsamında faaliyet gösteren tekstil firmaları seçilerek çalışma alanının sınırları belirlenmiştir. Van – Gürpınar karayolunun 10. km’sinde Kurubaş mevkiinde konumlandırılan Tekstilkent Projesi’nde 14 firma, Van Organize Sanayi Bölgesi 5 Etap’ta konumlandırılan Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Altyapı Projesi’nde 6 firma, Muradiye’de 1 firma ve Erciş’te 1 firma olmak üzere toplam 22 firma özelinde araştırmalar gerçekleştirilmiştir.



Şekil 3. 3 Çalışma alanının sınırları (Google Earth)

3.1.4 Çalışma Alanının Farklı Ölçeklerdeki Konumu

Çalışma alanı sınırları içerisinde bulunan tekstil firmalarına üst mercekten bakıldığında Türkiye’nin tekstil sektöründe olan geçmişi Osmanlı Devleti’ne kadar dayanmaktadır. Köklü bir geçmişe ve tecrübeye sahip olan Türkiye tekstil sektörü, günümüzde de yerini korumaktadır. Türkiye: Tekstil sektörü ithalatında Dünya’da 7.

sırada, Hazırgiyim sektörü ithalatında ise ilk 10'a girmemektedir, Tekstil sektörü ihracatında ise Dünya'da 4. sırada, Hazırgiyim sektörü ihracatında ise 6. sırada yer almaktadır (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022). Bu veriler ışığında Türkiye'nin Dünya'da tekstil sektöründe söz sahibi olan ülkeler arasında yer aldığı görülmektedir. Bu kapsamda ülkede bölgeler arası gelişmişlik farkını azaltmak amacıyla TRB2 Bölgesine sahip olduğu potansiyellerden dolayı Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) kapsamında 22 tekstil tesisi aktif olarak faaliyet göstermektedir.

3.2 Yöntem

Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) kapsamında faaliyet gösteren tekstil firmalarının fiziksel, sosyal ve ekonomik işlevi üzerine temellenen tez çalışması: ilgili yazından yararlanılarak oluşturulan “ürün ve çalışma”, “üretim organizasyonu”, “tedarik ve pazarlama”, “yer seçimi ve fiziki altyapı”, “sürdürülebilir çevresel yaklaşım”, “firma stratejisi ve rekabet” olmak üzere altı ana başlık altında değerlendirilmiş ve analiz edilmiştir. Bu değerlendirmeler kapsamında değişkenler belirlenerek değişkenler arasındaki ilişkiler aşağıda yöntemin dördüncü aşamasında da aktarılan firma yer seçimlerine göre çapraz Çizelgeler ve ağırlık aritmetik puanı ile irdelenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda yöntem aşağıdaki aşamalarla sistematize edilmiştir:

Birinci Aşama: Çalışmanın amacı doğrultusunda sorunsal belirlenmiş ve ilgili yazın taraması yapılmıştır.

İkinci Aşama: Kurumsal veri tabanı eksikliğinden dolayı, firmalarla yüz yüze yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir (EK 4).

Üçüncü Aşama: İlgili yazından yararlanarak alt kriterler oluşturulmuş ve CMDP kapsamındaki firmaların ürün ve işgücü (nitelik ve nicelik), Ar-Ge ve inovasyon durumu, üretim organizasyonu, tedarik ve pazarlama, sürdürülebilir çevresel yaklaşımlar, yer seçimi kararları, firma stratejisi ve rekabet alt kriterler belirlenmiştir.

Dördüncü Aşama: Belirlenen alt kriterlere ilişkin değerlerin ölçülebilir hale getirilmesi için anket yanıtları kullanılarak ağırlık puanları ve aritmetik ortalamaları hesaplanmıştır. Bu aşamada: saha araştırmasından elde edilen bulgulara ağırlık puanları verilerek maximum ağırlık puanları elde edilmiştir. Görüşme formunda Likert ölçekli sorulara iyi (a), Orta (b) ve kötü (c,) derecelerde puanlar verilerek sorunun alabileceği

toplam puan (k) hesaplanmıştır. Evet/Hayır ya da Olumlu/Olumsuz yanıtli sorularda olumlu yanıtlara 1 ve olumsuz yanıtlara ise 0 puan verilerek sorunun alabileceği toplam puan (h) hesaplanmıştır. Birden fazla seçeneğin işaretlenebileceği sorular da ise her bir seçenek 1 puan (f) olarak kabul edilmiştir. Buradan elde edilen soru puanı (k, h veya f) ile sorunun ağırlık (y) puanı çarpılarak her bir sorunun maximum değerine ulaşılmıştır. Kümenin alabileceği maximum aritmetik ortalama değerini de elde etmek için sorunun maximum ağırlık puanı ile (k.y, h.y, veya f.y) küme de bulunan firma sayısı çarpılarak elde edilen sonuç firma sayısına bölünmüştür. Böylece her bir firmanın bulunduğu küme dahilinde alabileceği maximum aritmetik ortalama elde edilmiştir (Çizelge 3.1).

Beşinci Aşama: Çalışmanın son aşamasında, Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (DAKA), Van Ticaret ve Sanayi Odası (VANTSO), Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı (YİKOB), Van Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü ve Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi ile görüşmeler yapılmış ve kurum görüşleri değerlendirilmiştir.

Çizelge 3.1 Saha araştırması sonuçlarının puanlama cetveli

Anket Soruları	Soru max Ağırlık Puanı (y)	Firma sayısı	Küme max Ağırlık Puanı (z)	Küme max Ağırlık Puanının max aritmetik ortalaması (g)
Likert Sorular:				
İyi=a		k.	Tekstilke nt: k.y.14	Tekstilke t: (k.y.14) / 14
Orta=b		4 OSB	OSB	OSB 5.Etap:
Kötü=c		5.Etap: 6	5.Etap: k.y.6	(k.y.6) / 6 Diğer:
a+b+c= k	y	Diğer: 2	Diğer: k.y.2	(k.y.2) / 2
Olumlu-olumsuz yanıt soruları:				
Evet=1			Tekstilke nt: h.y.14	Tekstilke t: (h.y.14) / 14
Hayır =0			OSB	OSB 5.Etap:
1+0=		h.	5.Etap: h.y.6	(h.y.6) / 6 Diğer:
1		Diğer: 2	Diğer: h.y.2	(h.y.2) / 2
Toplam yanıt puanı=h	y			
Birden fazla seçeneğin işaretlenebileceği sorular:				
Her bir seçenek 1 puan= f	y	f.	Tekstilke nt: f.y.14	Tekstilke nt: (f.y.14) / 14
		OSB	OSB	OSB 5.Etap:
		5.Etap: 6	5.Etap: f.y.6	(f.y.6) / 6 Diğer:
		Diğer: 2	Diğer: f.y.2	(f.y.2) / 2

3.3 Anket Çalışması

Bu çalışmanın saha araştırması kısmında 22 tekstil firması ile görüşmeler yapılmıştır (EK 5). Bu görüşmeler 62+8 soruluk (Firmalar) ve 5 soruluk (kurum ve kuruluş) yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Firmalar için hazırlanan görüşme formu: ürün ve çalışma, üretim organizasyonu, tedarik ve pazarlama, yer seçimi ve fiziki altyapı, sürdürülebilir çevresel yaklaşım, firma stratejisi ve rekabet olmak üzere 6 temel bölümden oluşmaktadır. Ayrıca firmaların görüşlerini ve genel bakış açılarını değerlendirmek için 8 soruluk görüşme de yapılmıştır. Oda, birlik, sendika, dernek ve üniversiteler için de 5 soruluk görüşme formu hazırlanmıştır.

Görüşme formunun cevapları Excel formatına aktararak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programında analiz edilmiştir. Kullanılan FREKANS dağılımı ile veri setinin yapısını anlamak ve sonuçları yorumlamak için önemli bir araç olarak kullanılmıştır. Uygulanan bir diğer teknik ise CROSTABS analizi olmuştur. Bu analiz ile firma merkezleri ve lokasyonlarının çapraz analizi yapılmıştır.

4. BULGULAR

4.1 Saha Değerlendirilmesi

Bu çalışma 22 firma özelinde ele alınarak yarı yapılandırılmış görüşme formlarından alınan sonuçlara göre saha değerlendirmesi yapılmıştır (EK 4). Bu değerlendirme görüşme formunda da bulunan 6 bölümden oluşmaktadır: Ürün ve çalışma, üretim organizasyonu, tedarik ve pazarlama, yer seçimi ve fiziki altyapı, sürdürülebilir çevresel yaklaşım, firma stratejisi ve rekabet (EK 4).

Değerlendirme: Tekstilkent'te 14, OSB 5. Etap'ta 6 ve diğer (Erciş ve Muradiye) 2 firma olmak üzere toplam 22 firma üzerinden puanlama yapılarak yorumlanmıştır. Her firmanın puanı dâhil olduğu kümenin ağırlık puanı ile çarpılarak değerlendirilmiştir. Cevabı; evet-hayır olan sorulara olumlu yanıt verilmişse 1 puan, olumsuz yanıt verilmişse 0 puan alarak soru puanları hesaplanmıştır. Likert cevaplı olan soruların puanı ise her soruya özel likert dağılımı kullanılarak hesaplanmıştır. Firmaların Ağırlık puanları literatür taraması sonuçlarından yola çıkılarak verilmiştir.

Çizelge 4.1 Firma konumu ve merkezi

Firma Lokasyonu	İstanbul	İzmir	Van	Toplam
Tekstil kent	9 %64.3	3 %21.4	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	3 %50.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	14 %63.6	6 %27.3	2 %9.1	22 %100.0

Firma merkezlerine bakıldığında da İstanbul yüksek bir oranla (%64.3) birinci sırada gelmektedir. Ardından İzmir (%27.3) ve üçüncü sırada ise Van merkezli yerel firmalar (%9.1) gelmektedir. Tekstilken (%64.3), Erciş (%100.0) ve Muradiye'de (%100.0) ilk sırada İstanbul (%64.3) yer alırken OSB 5. Etap'ta ise İstanbul ve İzmir

merkezli firmalar (%50.0) eşit dağılım göstermiştir. Saha çalışması 6 ana alt başlığa ayrılarak değerlendirilmiştir (Çizelge 4.2).

Çizelge 4.2 Saha çalışması sonuçlarının maximum ağırlık puanı ve aritmetik ortalaması

Ana Başlık	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma sayısı = max aritmetik ortalama
Ürün ve Çalışma	Tekstilkent: 6300/14=450 OSB 5. Etap: 2700/6=450 Diğer: 900/2=450
Üretim ve Organizasyon	Tekstilkent: 3584/14=256 OSB 5. Etap: 1536/6=256 Diğer: 512/2=256
Tedarik ve Pazarlama	Tekstilkent: 1320/6=220 OSB 5. Etap: 13020/6=2170 Diğer: 440/2=220
Yer Seçimi ve Fiziki Altyapı	Tekstilkent: 30380/14=2170 OSB 5. Etap: 1320/6=220 Diğer: 4340/2=2170
Sürdürülebilir Çevre Yaklaşımı	Tekstilkent: 6580/14=470 OSB 5. Etap: 2820/6=470 Diğer: 940/2=470
Firma Stratejisi ve Rakabet	Tekstilkent: 3892/14=278 OSB 5. Etap: 1668/6=278 Diğer: 556/2=278

Her kategori üç küme özelinde ayrı ayrı hesaplanmıştır. Her kümenin aldığı maximum ağırlık puanı üzerinden aritmetik hesaplaması yapılmıştır.

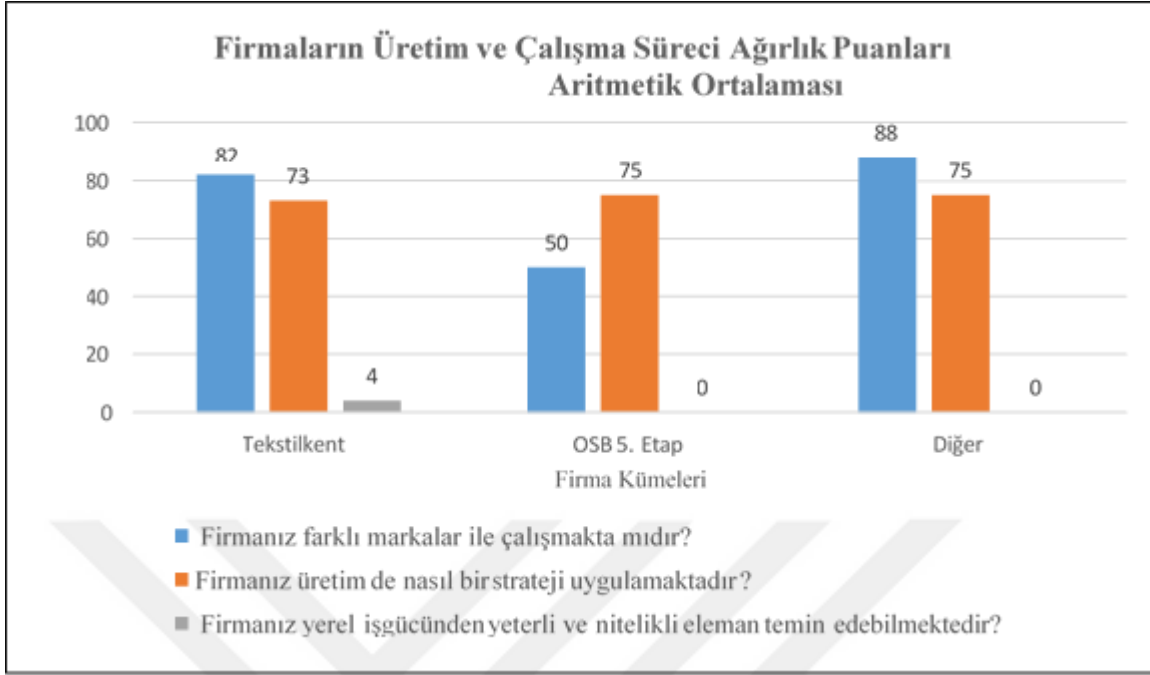
4.1.1 Ürün ve Çalışma

Bu bölümde firmaların ürettikleri ürünler, çalıştıkları markalar, üretim sürecinde takip ettikleri stratejiler ve çalışan sayısının değişim profili değerlendirilmektedir. Aynı zamanda bu alt başlık değişkenlerinin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında çapraz çizelge analizleri de yapılmıştır.

		Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma sayısı = max aritmetik ortalama *
Üretilen Ürün Kategorisi	100	25	Tekstil Kent: $4550/14=325$
			OSB 5. Etap: $1950/6=325$
			Diğer: $650/2=325$
	100	25	Tekstil Kent: $1050/14=75$
			OSB 5. Etap: $450/6=75$
			Diğer: $150/2=75$
	100	50	Tekstil Kent: $700/14=50$
			OSB 5. Etap: $300/6=50$
			Diğer: $100/2=50$

Şekil 4.1 Üretilen ürün kategorisi aritmetik puan hesabı

Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum puan sırası ile; 325, 75 ve 150. Üretilen ürün kategorisine 100 puan verilerek alt başlıklara ayrılmıştır. Her alt başlık kümesinin aldığı maksimum ağırlık puanı hesaplanarak (soru ağırlık puanı x firma sayısı x soru puanı) belirtilmiştir.



Şekil 4.2 Firmaların üretim ve çalışma süreci ağırlık puanları aritmetik ortalamasına ait grafik

Kümelerin farklı markalar ile çalışması incelendiğinde her üç kümesinin de maksimum aritmetik ortalamasının altında (325) kaldığı görülmektedir (Şekil 4.1, Şekil 4.2). OSB 5. Etap ve diğer firmaların üretimde izledikleri stratejik çalışmalar maksimum aritmetik ortalama (75) değeri alırken Tekstil Kent ise bu değer altında kalmıştır. Kümeler yerel işgücünden yeterli ve nitelikli eleman temin etmede, Tekstil Kent maksimum aritmetik ortalamasının (150) oldukça altında kalırken diğer iki küme ise değer alamadığı görülmektedir (Şekil 4.1, Şekil 4.2).

Ürün ve çalışma bölümünün çapraz çizelge analizleri aşağıda verilmiştir.

Çizelge 4.3 Firmaların lokasyon ve merkez lokasyonlarının dağılımı

Firma Lokasyonu	İstanbul	İzmir	Van	Toplam
Tekstil kent	9 %64.3	3 %21.4	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	3 %50.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	14 %63.6	6 %27.3	2 %9.1	22 %100.0

Firma merkezlerine bakıldığında da İstanbul yüksek bir oranla (%63.6) birinci sırada gelmektedir. Ardından İzmir (%27.3) ve üçüncü sırada ise Van merkezli yerel firmalar (%9.1) gelmektedir. Tekstilken (%64.3), Erciş (%100.0) ve Muradiye’de (%100.0) ilk sırada İstanbul (%64.3) yer alırken OSB 5. Etap’ta ise İstanbul ve İzmir merkezli firmalar (%50.0) eşit dağılım göstermiştir.

Çizelge 4.4 Firmaların ürünlerini kendi markaları ile pazarlama durumları

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	4 %28.6	10 %71.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	5 %22.7	17 %77.3	22 %100.0

Firmaların pazarladıkları markalara bakıldığında 17 firma ile yüksek oranda (%77.3) kendi markaları ile satış yapmadıkları görülmektedir. Tekstilkent 4 firma ve OSB 5. Etap 1 firma olmak üzere toplam 5 firma (%22.7) kendi markası ile satış yapmaktadır.

Çizelge 4.5 Firmaların üretimde uyguladıkları yöntemlerin dağılımı

Firma Lokasyonu	Üretimden Ambalaja	Tamamlanmış ürünü satın alarak kendi markası ile pazarlama	Toplam
Tekstilkent	13 %92.9	1 %7.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	21 %95.5	1 %4.5	22 %100.0

Firmaların üretim de izledikleri stratejiye bakıldığında büyük çoğunluğun (%95.5) Üretimden Ambalaja bir süreç içerisinde üretim yaptıkları görülmektedir. Lokasyon bazında bakıldığında ise Tekstilkent'in büyük çoğunluğu (%92.9), OSB 5. Etap, Erciş ve Muradiye'nin ise tamamı Üretimden Ambalaja bir süreç içerisinde üretim yaptıkları görülmektedir

4.1.2 Üretim ve Organizasyonu

Bu bölümde firmalar Ar-Ge, yenilik, yetenek geliştirme, sermaye ve pazarlama olmak üzere 5 alt başlıkta değerlendirilmektedir. Aynı zamanda bu alt başlık değişkenlerinin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında çapraz çizelge analizleri de yapılmıştır.

ÜRETİM VE ORGANİZASYON	Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge)	25	Firmanız Ar-Ge faaliyetlerine kaynak ayırmakta mıdır?	(Porter,1990)
			Firmanız yerel Ar-Ge ağlarına dâhil midir?	
			Firmanızda Ar-Ge personeli bulunuyor mu?	
			Firmanızda tasarım bölümü var mı?	
	Yenilik	20	Firmanıza ait hangi faktörler, teknolojik gelişmeler, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkinizi etkilemektedir?	(Porter, 1990)
			Firmanızın üretim sürecinde üretim teknolojisinde bir yenilenme gerçekleşti mi?	
			Firmanız yenilikçi ürünler ve teknolojiler geliştirmekte midir?	

Şekil 4.3 Üretim ve organizasyon bölümü literatür kaynağı

	Yetenek Geliştirme	20	Firmanız ve ya bir arada bulunduğunuz firmalar ile birlikte yerel insan kaynaklarına yatırım yaparak yetenek geliştirmekte midir?	(Porter, 1990), (Porter, 1998) ve (Akdoğan ve Kaldırımçı 2007), (Shefer ve Frenkel, 1998).
			Firmanıza ait hangi faktörler, iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerinizi etkilemektedir?	
			Firmanız üniversite-sanayi işbirliğine katılıyor mu?	
	Sermaye	20	Kümeye veya firmaya ait hangi faktörler, finansal kaynaklara erişim, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerinizi etkilemektedir?	(Porter, 1990) ve (Erkan ve Erkan, 2004)
			Ülke de yaşanan ekonomik dalgalanmalar firmanızı ne kadar ölçüde etkilemiştir?	
	Organizasyon	15	Firmanız diğer firmalar ile bir arada bulunduğundan dolayı tekstil kümesi olarak işbirliği yapma ve ortak projeler geliştirme konusunda aktif mi?	
			Firmanıza ait hangi faktörler, yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerinizi etkilemektedir?	
			Firmanıza ait hangi faktörler, diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığınızı etkilemektedir?	

Şekil 4.3 Üretim ve organizasyon bölümü literatür kaynağı (devamı)

Üretim ve Organizasyon kategorisine 100 puan verilerek alt başlıklara ayrılmıştır. Bu alt başlıklar: Ar-Ge (25), yenilik (20), yetenek geliştirme (20), sermaye (20) ve pazarlama (15) olmak üzere 5 bölümden oluşmaktadır. Her alt başlık kümesinin aldığı maximum ağırlık puanı hesaplanarak firma sayısına bölünmüştür. Bunun sonucunda aritmetik ortalamalar elde edilmiştir.

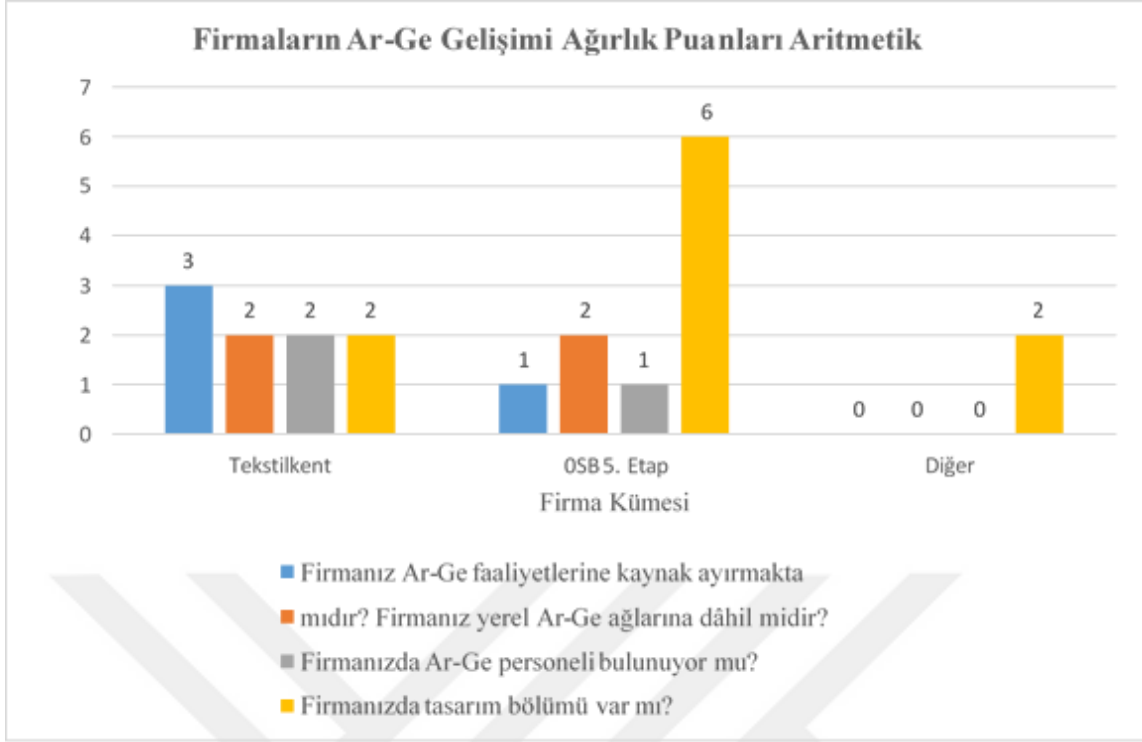
➤ **Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge)**

Bu alt değişkende firmaların Ar-Ge alanında ki performansları değerlendirilmiştir. Firmaların Ar-Ge faaliyetlerine kaynak ayırmaları, yerel ağlara dâhil olmaları ve üniversite-sanayi işbirlikleri ele alınmıştır. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında Çapraz Çizelge analizleri de yapılmıştır.

		Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma sayısı =max aritmetik ortalama*
Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge)	25	7	Tekstil Kent: 98/14=7
			OSB 5. Etap: 42/6=7
			Diğer: 14/2=7
		6	Tekstil Kent: 84/14=6
			OSB 5. Etap: 36/6=6
			Diğer: 12/2=6
		6	Tekstil Kent: 84/14=6
			OSB 5. Etap: 36/6=6
			Diğer: 12/2 =6
		6	Tekstil Kent: 84/14=6
			OSB 5. Etap: 36/6=6
			Diğer: 12/2=6

Şekil 4.4 Araştırma ve geliştirme ağırlık puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama sırası ile; 7, 6, 6, ve 6)



Şekil 4.5 Firmaların Ar-Ge gelişimi ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin Ar-Ge faaliyetlerine kaynak ayırma durumları incelendiğinde Tekstil incelendiğinde Tekstilkent, OSB 5. Etapın maksimum aritmetik ortalamasının altında (7) kaldığı diğer firmaların ise hiçbir değer almadığı görülmektedir. Bu sonuca benzer şekilde kümeler; yerel Ar-Ge ağlarına dâhil olmaları ve Ar-Ge personeli bulundurma durumlarında da maksimum aritmetik ortalamasının altında (6,6) kaldığı diğer firmaların ise hiçbir değer almadığı görülmektedir. Firmalarda tasarım bölümünün varlığı incelendiğinde OSB 5.Etap maksimum aritmetik ortalama (6) ile eş değer sonuç alırken Tekstilkent ve diğer kümeler ortalamasının altında kalmıştır (Şekil 4.4, Şekil 4.5).

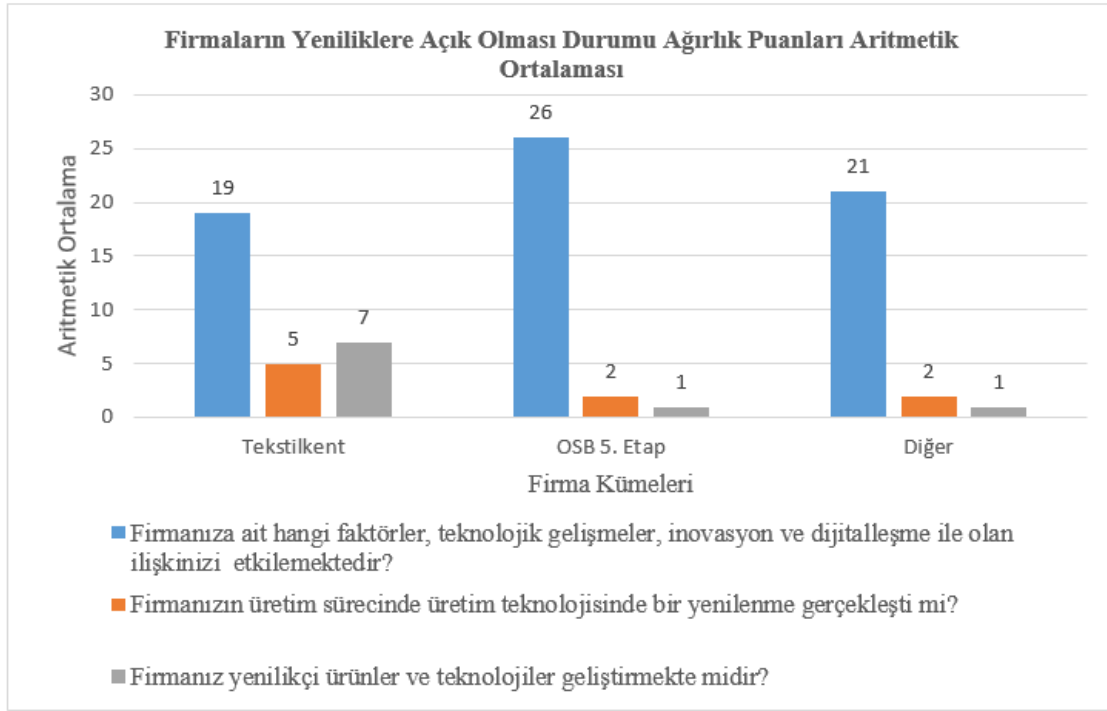
➤ Yenilik

Bu alt değişkende firmaların İnovasyon alanında ki performansları değerlendirilmiştir. Firmaların inovasyon ve dijitalleşme süreçlerini etkileyen faktörleri, üretim süreci teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve yenilikçi ürünler üretme durumları ele alınmıştır. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında çapraz çizelge analizleri de yapılmıştır.

		Soru ağırlık Puanı	Toplam maximum ağırlık Puanı*
Yenilik	20	7	TekstilKent: 588/14=42
			OSB 5. Etap: 252/6=42
			Diğer: 84/2=42
	20	6	TekstilKent: 84/14=6
			OSB 5. Etap: 36/6=6
			Diğer: 12/2=6
	20	7	TekstilKent: 98/14=7
			OSB 5. Etap: 42/6=7
			Diğer: 14/2=7

Şekil Şekil 4.6 Yenilik ağırlık puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama sırası ile; 42, 6 ve 7)



Şekil 4.7 Firmaların yeniliklere açık olması durumu ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin teknolojik gelişmelere ve inovasyon gelişimlerini etkileyen faktör etkisi incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalamasının altında (47) kalırken OSB 5.Etap diğer iki kümeye göre daha yüksek değer (26) almıştır. Kümeler üretim sürecinde gerçekleştirilen yenilenmede maksimum aritmetik ortalamasının altında (6) kalmıştır. Benzer durum firmaların yenilikçi ürünler geliştirmesinde maksimum aritmetik ortalamasının altında (7) görülmektedir (Şekil 4.6, 4.7).

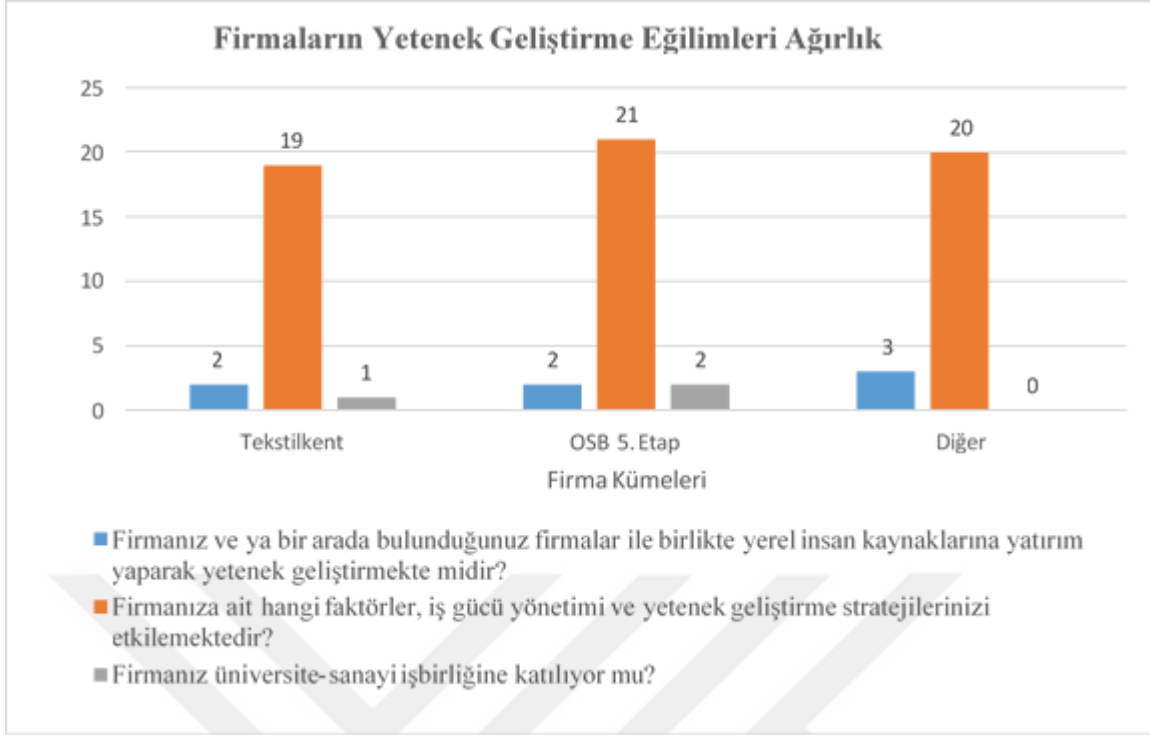
➤ Yetenek Geliştirme

Bu alt değişkende firmaların yetenek geliştirme alanında ki performansları değerlendirilmiştir. Firmaların yetenek geliştirme, yerel insan kaynaklarına yatırım yapma, iş gücü yönetimi ve üniversite-sanayi iş birliği yetenek ve performansları değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında Çapraz Çizelge analizleri de yapılmıştır.

		Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma sayısı = max aritmetik ortalama*
Yetenek Geliştirme	20	6	Tekstil Kent:
			84/14=6
			OSB 5. Etap:
	20	4	36/6=6
			Diğer:
			12/2
	20	10	=6
			Tekstil Kent:
			336/14=24
Yetenek Geliştirme	20	4	OSB 5. Etap:
			144/6=24
			Diğer:
	20	10	48/2
			=24
			Tekstil Kent:
	20	10	140/14=10
			OSB 5. Etap:
			60/6=10
Yetenek Geliştirme	20	10	Diğer:
			20/2
			=10

Şekil 4.8 Yetenek geliştirme ağırlık puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama sırası ile; 6, 24 ve 10)



Şekil 4.9 Firmaların yetenek geliştirme eğilimleri durumu ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin kendi içinde yerel insan kaynaklarına yatırım yaparak yetenek geliştirme performansları incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalamanın altında (6) kalırken diğer küme (3) diğer iki kümeye göre daha yüksek değer almıştır (Şekil 4.8, Şekil 4.9). Bununla birlikte firmaların yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen faktörlerin değeri incelendiğinde her üç firmada maksimum aritmetik ortalamanın altında (25) kalırken OSB 5.Etap kümesinin 21 değerini alarak diğer kümelere göre yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen faktörlerin daha çok olduğu görülmektedir. Tekstilkent ve OSB 5.Etap üniversite-sanayi işbirliğinde de maksimum aritmetik ortalamanın altında (10) kalırken diğer firmaların ise hiçbir değer almadığı görülmektedir (Şekil 4.8, Şekil 4.9).

Ar-Ge-Yenilik-Yetenek Geliştirme alt değişkenlerinin çapraz çizelge analizleri aşağıda verilmiştir.

Çizelge 4.6 Firmaların üretim sürecinde ve üretim teknolojisinde yenilenme gerçekleşmesi durumları

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	13 %92.9	1 %7.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	21 %95.5	1 %4.5	22 %100.0

Firmaların üretim sürecinde üretim teknolojilerinde; Tekstilkent 11 (%78.6), OSB 5. Etap 2 (%33.3), Erciş 1 (%100.0) ve Muradiye’ de 1 (%100.0) olmak üzere toplam 15 firma da (%68.2) yenilenme gerçekleşmiştir.

Çizelge 4.7 Firmaların teknolojik gelişmelerini, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen faktörlerin dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
Yenilikçi üretim süreçleri ve teknolojiler	Evet	22 %100.0
	Hayır	0 %0.0
Dijital pazarlama ve satış kanalları	Evet	3 %13.6
	Hayır	19 %86.4
Üretim otomasyonu ve robotik sistemler	Evet	17 %77.3
	Hayır	5 %22.7
Veri analitiği ve iş zekâsı	Evet	11 %50.0
	Hayır	11 %50.0
Dijital tedarik zinciri yönetimi	Evet	8 %36.4
	Hayır	14 %63.6
Endüstri 4.0 uygulamaları	Evet	3 %13.6
	Hayır	19 %86.4

Firmaların teknolojik gelişmeler, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen olgulara bakıldığında Yenilikçi üretim süreçleri ve teknolojiler tüm firmaları (%100.0) etkilemektedir. Dijital pazarlama ve satış kanalları 3 firmayı (%13.6) etkilerken 19 firmayı (%86.4) etkilememiştir. Üretim otomasyonu ve robotik sistemler 17 firmayı (%77.3) etkilerken 5 firmayı etkilememiştir. Veri analitiği ve iş zekâsı firmaları (%50.0) yarı oranında etkilemiştir. Son olarak Endüstri 4.0 uygulamaları 19 firmayı (%86.4) etkilemezken 3 firmayı (%13.6) etkilemiştir.

Çizelge 4.7'nin alt parametreleri olarak firma lokasyonu bazında Çizelge 4.8-4.9-4.10-4.11-4.12-4.13 oluşturulmuştur.

Çizelge 4.8 Firmaların teknolojik gelişmelerini, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen, yenilikçi üretim süreçleri ve teknolojiler faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Toplam
Tekstilkent	14 %100.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	22 %100.0	22 %100.0

Firmaların teknolojik gelişmeler, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen faktörlerden biri olan Yenilikçi üretim süreçleri ve teknolojiler faktörü tüm firmaları (%100.0) etkilemektedir.

Çizelge 4.9 Firmaların teknolojik gelişmelerini, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen, dijital pazarlama ve satış kanalları faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	2 %14.3	12 %85.7	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	3 %13.6	19 %86.4	22 %100.0

Firmaların teknolojik gelişmeler, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen faktörlerden biri olan Dijital pazarlama ve satış kanalları faktörü OSB 5. Etap kümesinin (%16.7) Tekstilkent kümesinden (%14.3) daha fazla etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.10 Firmaların teknolojik gelişmelerini, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen, üretim otomasyonu ve robotik sistemler faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	10 %71.4	4 %28.6	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	17 %77.3	5 %22.7	22 %100.0

Firmaların teknolojik gelişmeler, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen faktörlerden biri olan Üretim otomasyonu ve robotik sistemler faktörü OSB 5. Etap kümesini (%83.3) Tekstil kent kümesinden (%71.4) daha fazla etkilediği görülürken aynı zamanda Erciş ve Muradiye firmalarını etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.11 Firmaların teknolojik gelişmelerini, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen, veri analitiği ve iş zekâsı faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	5 %35.7	9 %64.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	11 %50.0	11 %50.0	22 %100.0

Firmaların teknolojik gelişmeler, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen faktörlerden biri olan Üretim otomasyonu ve robotik sistemler faktörü OSB 5. Etap kümesini (%83.3) Tekstil kent kümesinden (%35.7) daha fazla etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.12 Firmaların teknolojik gelişmelerini, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen, dijital tedarik zinciri yönetimi faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	3 %21.4	11 %78.6	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	8 %36.4	14 %63.6	22 %100.0

Firmaların teknolojik gelişmeler, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen faktörlerden biri olan Dijital tedarik zinciri yönetimi faktörü OSB 5. Etap kümesini (%66.7) Tekstilkent kümesinden (%21.4) daha fazla etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.13 Firmaların teknolojik gelişmelerini, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen, endüstri 4.0 uygulamaları faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	3 %21.4	11 %78.6	14 %100.0
OSB 5. Etap.	0 %0.0	6 %100.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	3 %13.6	19 %86.4	22 %100.0

Firmaların teknolojik gelişmeler, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkilerini etkileyen faktörlerden biri olan Endüstri 4.0 uygulamaları faktörü sadece Tekstilkent kümesini (%21.4) etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.14 Firmalar veya bir arada bulunan firmaların birlikte yerel insan kaynaklarına yatırım yaparak yetenek geliştirmekte durumları

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	4 %28.6	10 %71.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	2 %33.3	4 %66.7	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	7 %31.8	15 %68.2	22 %100.0
	4	10	14

Firmaların bir arada bulunmalarından kaynaklı diğer firmalar ile birlikte yerel insan kaynaklarına yatırım yaparak yetenek geliştirme konusunda 15 firma (%68.2) olumsuz yanıt verirken 7 firma (%31.8) ise olumlu yanıt vermiştir. Tekstil firmalarını lokasyon bazında değerlendirdiğimizde OSB 5. Etap (%33.3) ve Erciş (%100.0) en çok olumlu bakan tekstil kümeleri olmuştur.

Çizelge 4.15 Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen faktörlerin dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
İşgücü arz ve talep dengesi	Evet	12 %54.5
	Hayır	10 45.%5
Eğitim ve yetenek geliştirme programları	Evet	18 %81.8
	Hayır	4 %18.2
İşgücü çeşitliliği ve kapsayıcılık	Evet	16 %72.7
	Hayır	6 %27.3
Çalışan motivasyonu ve bağlılığı	Evet	21 %95.5
	Hayır	1 %4.5
Ücret ve yan haklar politikaları	Evet	20 %9.9
	Hayır	2 %9.1
Çalışma koşulları ve iş güvenliği	Evet	22 %9.9
	Hayır	2 91%

Firmaya ait iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerine bakıldığında; Çalışan motivasyonu ve bağlılığı (%95.5) firmaları en çok etkileyen faktör olmuştur. Bunu Ücret ve yan haklar politikaları (%9.9) ve Çalışma koşulları ve iş güvenliği (%9.9) yüksek oran ile takip etmektedir. İşgücü çeşitliliği ve kapsayıcılık (%72.7) firmaları çoğunlukla etkilemektedir. Aynı şekilde Eğitim ve yetenek geliştirme programları (%81.8) firma iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkilerken en az oranda İşgücü arz ve talep dengesi faktörü (54,%5) etkilemektedir.

Çizelge 4.15'in alt parametreleri olarak firma lokasyonu bazında Çizelge 4.16-4.17-4.18-4.19-4.20-4.21 oluşturulmuştur.

Çizelge 4.16 Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen, işgücü arz ve talep dengesi faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	8 %57.1	6 %42.9	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	12 %54.5	10 45.%5	22 %100.0

Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen faktörlerden biri olan İşgücü arz ve talep dengesi faktörü OSB 5. Etap kümesini (%66.7) Tekstil kent kümesinden (%57.1) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmalarını etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.17 Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen, eğitim ve yetenek geliştirme programları faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	12 %85.7	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	18 %81.8	4 %18.2	22 %100.0

Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen faktörlerden biri olan Eğitim ve yetenek geliştirme programları faktörü Tekstilkent kümesini (%85.7) OSB 5. Etap kümesinden (%66.7) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmalarını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.18 Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen, işgücü çeşitliliği ve kapsayıcılık programları faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	9 %64.3	5 %35.7	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	16 %72.7	6 %27.3	22 %100.0

Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen faktörlerden biri olan İşgücü çeşitliliği ve kapsayıcılık faktörü OSB 5. Etap kümesini (%83.3) Tekstilkent kümesinden (%64.3) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmalarını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.19 Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen, çalışan motivasyonu ve bağlılığı faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	13 %92.9	1 %7.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	21 %95.5	1 %4.5	22 %100.0

Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen faktörlerden biri olan Çalışan motivasyonu ve bağlılığı faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) Tekstilkent kümesinden (%92.9) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmalarını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.20 Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen, ücret ve yan haklar politikaları faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	12 %85.7	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	20 %9.9	2 %9.1	22 %100.0

Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen faktörlerden biri olan Ücret ve yan haklar politikaları faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) Tekstilkent kümesinden (%85.7) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmalarını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.21 Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen, çalışma koşulları ve iş güvenliği faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	12 %85.7	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	20 %9.9	2 %9.1	22 %100.0

Firmaların iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerini etkileyen faktörlerden biri olan Çalışma koşulları ve iş güvenliği faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) Tekstilkent kümesinden (%85.7) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmalarını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.22 Firmaların yenilikçi ürünler ve teknolojiler geliştirme durumları

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	7 %50.0	7 %50.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	9 40.9%	13 %59.1	22 %100.0

Firmaların yenilikçi ürünler ve teknolojiler gelişime olan katkısına bakıldığında; Tekstilkent yarı oranında (%50.0) evet yanıtını verirken OSB 5. Etap yüksek oranda (%83.3) hayır cevabını vermiştir. Bu da demek oluyor ki Tekstilkent yenilikçi ürünler ve teknolojiler geliştirmede konusunda daha özverili davranmaktadır.

Çizelge 4.23 Firmaların Ar-Ge faaliyetlerine kaynak ayırma durumları

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	6 %42.9	8 %57.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	0 %0.0	6 %100.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	6 %27.3	16 %72.7	22 %100.0

Firmaların Ar-Ge faaliyetlerine kaynak ayırmasına bakıldığında genel olarak 16 firmanın (%72.7) kaynak ayırmadığı görülmektedir. Firma lokasyonları arasında en çok kaynağı Tekstilkent 'in (%42.9) ayırdığı ve OSB 5. Etap hiç kaynak ayırmadığı saptanmaktadır.

Çizelge 4.24 Firmaların yerel Ar-Ge ağlarına dâhil olma durumları

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	4 %28.6	10 %71.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	2 %33.3	4 %66.7	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	6 %27.3	16 %72.7	22 %100.0

Firmalar genel olarak (%72.7) yerel Ar-Ge ağlarına dâhil değildir. Fakat lokasyon bazında değerlendirdiğimizde katılım oranının en yüksek OSB 5. Etap (%33.3) olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.25 Firmaların Ar-Ge personeli bulundurma durumları

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	4 %28.6	10 %71.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	5 %22.7	17 %77.3	22 %100.0

Firmaların genelinde (%77.3) Ar-Ge personeli bulunmamaktadır. Lokasyon bazında incelendiğinde ise Tekstilkent'te Ar-Ge personeli bulunma oranı (%28.6) diğer lokasyonlara göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.26 Firmaların üniversite-sanayi işbirliğine katılma durumları

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	2 %14.3	12 %85.7	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	3 %13.6	19 %86.4	22 %100.0

Firmaların üniversite-sanayi işbirliğine bakıldığında çoğunluğun (%86.4) işbirliğine dâhil olmadığı görülmektedir. Lokasyon bazında bakıldığında ise OSB 5. Etap'ın (%16.7) Tekstil kent'e (%14.3) göre daha yüksek bir oranda üniversite-sanayi işbirliğine katılım sağladığı görülmektedir.

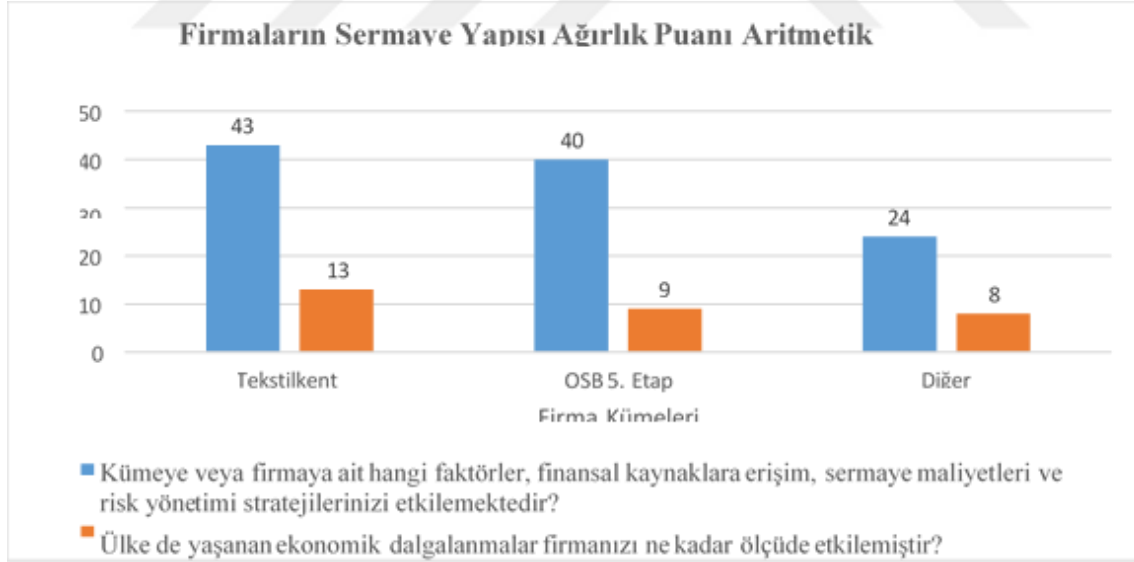
➤ Sermaye

Bu alt değişkende firmaların sermaye durumları değerlendirilmiştir. Firmaların finansal kaynaklara erişimi, sermaye maliyetleri, ülkede yaşanan ekonomik değişkenlere karşı direnci değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında Çapraz Çizelge analizleri de yapılmıştır.

		Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma sayısı = max aritmetik ortalama*
Sermaye	20	12	Tekstilkent: 840/14=60
			OSB 5. Etap: 360/6=60
			Diğer: 120/2=60
	5	5	Tekstilkent: 224/14=16
			OSB 5. Etap: 96/6=16
			Diğer: 32/2=16

Şekil 4.10 Sermaye ağırlık puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama sırası ile; 60 ve 16)



Şekil 4.11 Firmaların sermaye yapısı ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin finansal kaynaklara erişim sermaye maliyetlerini etkileyen faktörler incelendiğinde; her üç kümesinde maksimum aritmetik ortalamasının altında (60) Kaldığı görülürken Tekstilkent kümesinin diğer iki kümeye göre finansal kaynaklara erişim

sermaye maliyetlerini etkileyen faktörlerin daha çok olduğu görülmektedir (Şekil 4.10, Şekil 4.11). Kümelerin yaşanan ekonomik dalgalanmalara karşı etkilenmesi incelendiğinde her üç kümenin maksimum aritmetik ortalamasının altında (10) Kaldığı görülürken Tekstilkent kümesi 13 değerini alarak diğer iki kümeye göre daha kırılgan yapıya sahip olduğu görülmektedir (Şekil 4.10, Şekil 4.11).

Sermaye alt değişkenin çapraz çizelge analizleri aşağıda verilmiştir.

Çizelge 4.27 Küme veya firmaların finansal kaynaklara erişimini, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen faktörlerin dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
Finansal piyasa koşulları ve faiz oranları	Evet	17 %77.3
	Hayır	5 %22.7
Banka kredileri ve diğer finansman kaynakları	Evet	16 %72.7
	Hayır	6 %27.3
Öz kaynak ve sermaye yapısı politikaları	Evet	15 %68.2
	Hayır	7 %31.8
Nakit akışı yönetimi ve risk azaltma stratejileri	Evet	19 %86.4
	Hayır	3 %13.6
Finansal riskler ve hedging stratejileri	Evet	7 %31.8
	Hayır	15 %68.2

Firmaların finansal kaynaklara erişim, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen faktörlere baktığımızda firmaları en çok Nakit akışı yönetimi ve risk azaltma stratejileri (%86.4) etkilediği görülmektedir. Bunu sırası ile Finansal piyasa koşulları ve faiz oranları (%77.3), Banka kredileri ve diğer finansman kaynakları (%72.7), Öz kaynak ve sermaye yapısı politikaları (%68.2) ve son olarak Finansal riskler ve hedging stratejileri (%31.8) etkilediği görülmektedir.

Çizelge 30'un alt parametreleri olarak firma lokasyonu bazında Çizelge 4.28-4.29-4.30-4.31-4.32 oluşturulmuştur.

Çizelge 4.28 Küme veya firmaların finansal kaynaklara erişimini, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen, finansal piyasa koşulları ve faiz oranları faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	11 %78.6	3 %21.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	17 %77.3	5 %22.7	22 %100.0

Firmaların finansal kaynaklara erişim, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen faktörler biri olan Finansal piyasa koşulları ve faiz oranları faktörü OSB 5. Etap kümesini (%83.3) Tekstilkent kümesinden (%78.6) daha fazla etkilediği görülürken Erciş firmasını etkilemediği ve Muradiye firmasını etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.29 Küme veya firmaların finansal kaynaklara erişimini, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen, banka kredileri ve diğer finansman kaynakları faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	11 %78.6	3 %21.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	16 %72.7	6 %27.3	22 %100.0

Firmaların finansal kaynaklara erişim, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen faktörler biri olan Banka kredileri ve diğer finansman kaynakları faktörü Tekstilkent kümesini (%78.6) OSB 5. Etap kümesinden (%66.7) daha fazla etkilediği görülürken Erciş firmasını etkilemediği ve Muradiye firmasını ise etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.30 Küme veya firmaların finansal kaynaklara erişimini, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen, öz kaynak ve sermaye yapısı politikaları faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	10 %71.4	4 %28.6	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	15 %68.2	7 %31.8	22 %100.0

Firmaların finansal kaynaklara erişim, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen faktörler biri olan Öz kaynak ve sermaye yapısı politikaları faktörü Tekstilkent kümesini (%71.4) OSB 5. Etap kümesinden (%66.7) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye firmasını etkilemediği ve Erciş firmasını ise etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.31 Küme veya firmaların finansal kaynaklara erişimini, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen, nakit akışı yönetimi ve risk azaltma stratejileri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	12 %85.7	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	19 %86.4	3 %13.6	22 %100.0

Firmaların finansal kaynaklara erişim, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen faktörler biri olan Nakit akışı yönetimi ve risk azaltma stratejileri faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) Tekstilkent kümesinden (%85.7) daha fazla

etkilediği görülürken Muradiye firmasını etkilemediği ve Erciş firmasını ise etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.32 Küme veya firmaların finansal kaynaklara erişimini, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen, finansal riskler ve hedging stratejileri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	6 %42.9	8 %57.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	7 %31.8	15 %68.2	22 %100.0

Firmaların finansal kaynaklara erişim, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerini etkileyen faktörler biri olan Finansal riskler ve hedging stratejileri faktörü Tekstilkent kümesini (%42.9) OSB 5. Etap kümesinden (%16.7) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmalarını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.33 Firmaların ülke de yaşanan ekonomik dalgalanmalardan etkilenme durumları

Firma Lokasyonu	Kısmen	Çok	Toplam
Tekstilkent	4 %28.6	10 %71.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	8 %36.4	14 %63.6	22 %100.0

Ülkede yaşanan ekonomik dalgalanmalar firmaların çoğunu (%63.6) etkilemektedir. Lokasyon bazında bakıldığında ise OSB 5. Etap (%71.4) firmaları Tekstilkent (%28.6) firmalarından daha yüksek oranda etkilenmiştir.

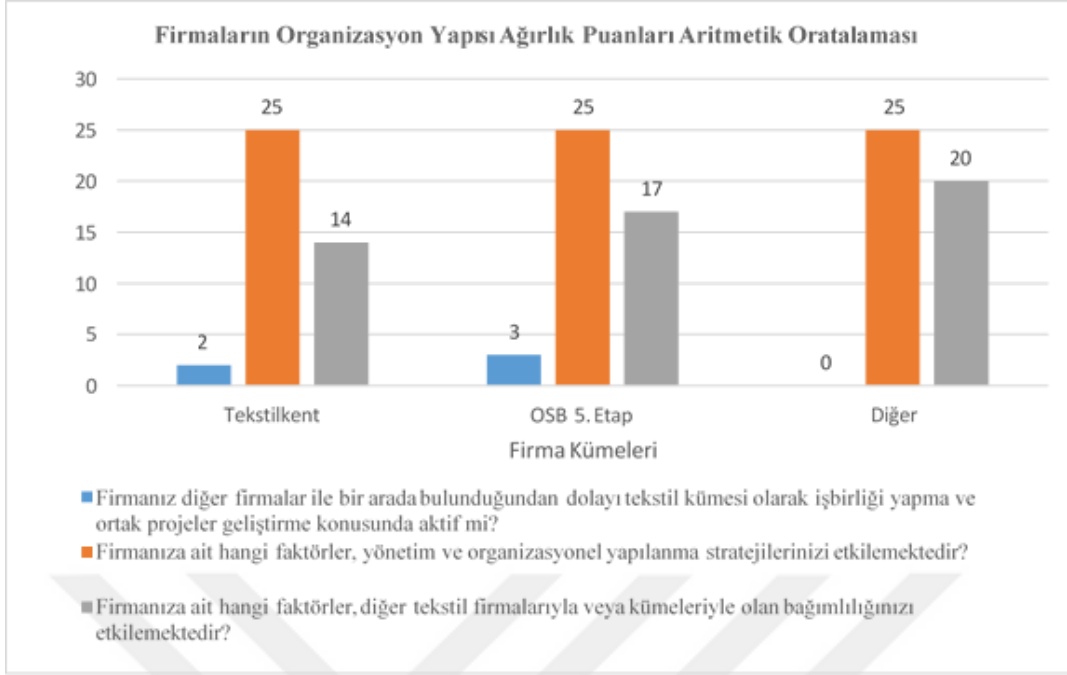
➤ Organizasyon

Bu alt değişkende firmaların organizasyon yapılarını ve küme içinde diğer firmalar olan organize işler yapma durumları değerlendirilmiştir. Küme içinde firmaların; ortak projeler üretme, iletişim halinde olma, işbirliği yapma ve firmanın kendi içsel dinamikleri ile organize olma potansiyelleri değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında Çapraz Çizelge analizleri de yapılmıştır.

		Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma sayısı = max aritmetik ortalama*
Organizasyon	15	5	Firmanız diğer firmalar ile bir arada bulunduğundan dolayı tekstil kümesi olarak işbirliği yapma ve ortak projeler geliştirme konusunda aktif mi?
			Tekstilkent: 70/14=5
			OSB 5. Etap: 30/6=5
		Diğer: 10/2=5	
	5	Firmanıza ait hangi faktörler, yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerinizi etkilemektedir?	
		Tekstilkent: 350/14=25	
		OSB 5. Etap: 150/6=25	
	5	Firmanıza ait hangi faktörler, diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığınızı etkilemektedir?	
Tekstilkent: 400/14=30			
OSB 5. Etap: 180/6=30			
	Diğer: 60/2=30		

Şekil 4.12 Organizasyon ağırlık puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama sırası ile;5, 25 ve 30)



Şekil 4.13 Firmaların organizasyon yapısı ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin kendi içinde işbirliği ve ortak proje geliştirme de ki aktiflikleri incelendiğinde Tekstilkent, OSB 5. Etapın maksimum aritmetik ortalamasının altında (5) kaldığı diğer firmaların ise hiçbir değer almadığı görülmektedir (Şekil 4.12 ve 4.13). Bununla birlikte OSB 5. Etap kümesinin 3 değerini alarak diğer kümelerle göre işbirliği ve ortak proje geliştirmede görece daha aktif olduğu görülmektedir. Kümeler yönetim ve yapılanmaları incelendiğinde maksimum aritmetik ortalama (25) değer aldıkları görülmektedir. Kümelerin diğer kümeler ile olan bağımlılığı incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalamasının altında (30) kaldığı görülürken Tekstilkent 14 değerini alarak diğer kümeler ile olan bağımlılığını etkileyen faktörlerin de az olduğu görülmektedir (Şekil 4.12 ve 4.13).

Organizasyon alt değişkenin çapraz çizelge analizleri aşağıda verilmiştir.

Çizelge 4.34 Firmaların diğer firmalar ile bir arada bulunmasından dolayı tekstil kümesi olarak işbirliği yapma ve ortak projeler geliştirme konusunda aktif olma durumları

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	5 %35.7	9 %64.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	3 %50.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	10 45.%5	12 %54.5	22 %100.0

Firmaların bulundukları kümelerde işbirliği yapma ve ortak projeler geliştirme konusunda ne kadar aktif olduklarına bakıldığında genel olarak bir çok firma (%54.5) diğer firmalar ile sinerji içerisinde oldukları görülmektedir. OSB 5. Etap (%50.0) kümesinde ki firmalar Tekstilkent (%35.7) kümesinde ki firmalara göre işbirliği ve ortak projeler geliştirme konusunda daha aktif oldukları görülmektedir.

Çizelge 4.35 Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen faktörlerin dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
Liderlik ve yönetim becerileri	Evet	22 %100.0
	Hayır	0 %0.0
Karar alma süreçleri ve organizasyonel kültür	Evet	22 %100.0
	Hayır	0 %0.0
İç iletişim ve işbirliği	Evet	22 %100.0
	Hayır	0 %0.0
Performans değerlendirme ve yönetimi	Evet	22 %100.0
	Hayır	0 %0.0
Değişim yönetimi ve adaptasyon stratejileri	Evet	20 %9.9
	Hayır	2 %9.1

Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen faktörlere bakıldığında; Liderlik ve yönetim beceriler, Karar alma süreçleri ve organizasyonel kültür, İç iletişim ve işbirliği, Performans değerlendirme ve yönetimi tüm firmaları etkilerken (%100.0) Değişim yönetimi ve adaptasyon stratejileri faktörü birkaç firmayı etkilemediği görülmektedir (%9.1).

Çizelge 4.35'in alt parametreleri olarak firma lokasyonu bazında Çizelge 4.36-4.37-4.38-4.39-4.40 oluşturulmuştur.

Çizelge 4.36 Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen, liderlik ve yönetim becerileri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Toplam
Tekstilkent	14 %100.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	1 100,0%
Toplam	22 %100.0	22 %100.0

Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen faktörler biri olan Liderlik ve yönetim becerileri faktörü tüm firmaları etkilediği (%100.0) görülmektedir.

Çizelge 4.36 Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen, karar alma süreçleri ve organizasyonel kültür faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Toplam
Tekstilkent	14 %100.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	22 %100.0	22 %100.0

Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen faktörler biri olan Karar alma süreçleri ve organizasyonel kültür faktörü tüm firmaları etkilediği (%100.0) görülmektedir.

Çizelge 4.37 Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen, iç iletişim ve işbirliği faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Toplam
Tekstilkent	14 %100.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	22 %100.0	22 %100.0

Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen faktörler biri olan İç iletişim ve işbirliği faktörü tüm firmaları etkilediği (%100.0) görülmektedir.

Çizelge 4.38 Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen, performans değerlendirme ve yönetimi faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Toplam
Tekstilkent	14 %100.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	22 %100.0	22 %100.0

Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen faktörler biri olan Performans değerlendirme ve yönetimi faktörü tüm firmaları etkilediği (%100.0) görülmektedir.

Çizelge 4.39 Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen, değişim yönetimi ve adaptasyon stratejileri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	14 %100.0	0 %0.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	20 %9.9	2 %9.1	22 %100.0

Firmaların yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerini etkileyen faktörler biri olan Değişim yönetimi ve adaptasyon stratejileri faktörü Tekstilkent kümesi, Erciş ve Muradiye firmalarının tam oranda etkilediği görülürken OSB 5 Etap Kümesini ise daha az etkilediği (%66.7) görülmektedir.

Çizelge 4.40 Firmaların diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığını etkileyen faktörlerin dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
Ortak tedarikçiler	Evet	14 %63.6
	Hayır	8 %36.4
Ortak müşteriler	Evet	19 %86.4
	Hayır	3 %13.6
Ortak dağıtım kanalları	Evet	15 %68.2
	Hayır	7 %31.8
Ortak üretim süreçleri	Evet	6 %27.3
	Hayır	16 %72.7
Bilgi paylaşımı ve işbirliği	Evet	10 %45.5
	Hayır	12 %54.5
Rekabet	Evet	15 %68.2
	Hayır	7 %31.8

Firmaların diğer firmalar ve kümeler ile olan bağımlılığını etkileyen faktörlere bakıldığında Ortak müşteriler (%86.4) ilk sırada yer alırken devamında sırası ile Ortak üretim süreçleri (%72.7), Ortak dağıtım kanalları ve Rekabet (%68.2) aynı oranda gelmektedir. Ardından Ortak tedarikçiler (%63.6) ve son olarak Bilgi paylaşımı ve işbirliği (45.%5) gelmektedir.

Çizelge 4.41'in alt parametreleri olarak firma lokasyonu bazında Çizelge 4.42-4.43-4.44-4.45-4.46 oluşturulmuştur.

Çizelge 4.41 Firmaların diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığını etkileyen, ortak tedarikçiler faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	9 %64.3	5 %35.7	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	14 %63.6	8 %36.4	22 %100.0

Firmaların diğer firmalar ve kümeler ile olan bağımlılığını etkileyen faktörler biri olan Ortak tedarikçiler faktörü OSB 5. Etap kümesini (66.7%) Tekstilkent kümesinden (%64.3) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye firmasını etkilediği ve Erciş firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.42 Firmaların diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığını etkileyen, ortak müşteriler faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	11 %78.6	3 %21.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	19 %86.4	3 %13.6	22 %100.0

Firmaların diğer firmalar ve kümeler ile olan bağımlılığını etkileyen faktörler biri olan Ortak müşteriler faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) Tekstil kent kümesinden (%78.6) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmasını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.43 Firmaların diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığını etkileyen, ortak dağıtım kanalları faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstil kent	10 %71.4	4 %28.6	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	15 %68.2	7 %31.8	22 %100.0

Firmaların diğer firmalar ve kümeler ile olan bağımlılığını etkileyen faktörler biri olan Ortak dağıtım kanalları faktörü Tekstil kent kümesini (%71.4) OSB 5. Etap kümesinden (%66.7) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye firmasını etkilemediği ve Erciş firmasını ise etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.44 Firmaların diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığını etkileyen, ortak üretim süreçleri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstil kent	5 %35.7	9 %64.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	0 %0.0	6 %100.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	6 %27.3	16 %72.7	22 %100.0

Firmaların diğer firmalar ve kümeler ile olan bağımlılığını etkileyen faktörler biri olan Ortak üretim süreçleri faktörü Tekstilkent kümesini (%35.7) OSB 5. Etap kümesinden (%0.0) daha fazla etkilediği görülürken Erciş firmasını etkilemediği ve Muradiye firmasını ise etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.45 Firmaların diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığını etkileyen, bilgi paylaşımı ve işbirliği faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	6 %42.9	8 %57.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	3 %50.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	10 45.%5	12 %54.5	22 %100.0

Firmaların diğer firmalar ve kümeler ile olan bağımlılığını etkileyen faktörler biri olan Bilgi paylaşımı ve işbirliği faktörü OSB 5. Etap kümesini (%50.0) Tekstilkent kümesinden (%42.9) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye firmasını etkilemediği ve Erciş firmasını ise etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.46 Firmaların diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığını etkileyen, rekabet faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	11 %78.6	3 %21.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	3 %50.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	15 %68.2	7 %31.8	22 %100.0

Firmaların diğer firmalar ve kümeler ile olan bağımlılığını etkileyen faktörler biri olan Rekabet Tekstilkent kümesini (%78.6) OSB 5. Etap kümesinden (%50.0) daha fazla

etkilediği görülürken Muradiye firmasını etkilemediği ve Erciş firmasını ise etkilediği görülmektedir.

4.1.3 Tedarik ve Pazarlama

Bu bölüm tedarik ve pazarlama olmak üzere iki alt başlıkta değerlendirilmektedir. Aynı zamanda bu alt başlık değişkenlerinin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında çapraz çizelge analizleri de yapılmıştır.

TEDARİK ve PAZARLAMA	Tedarik	50	Firmaya ait hangi tedarikçilerle çalışmaktasınız?	(Porter, 1990)
			Firmanızın hammadde nereden temin etmektedir?	
			Tedarik güvenliğinden memnun musunuz?	
			Firmanız tedarik zincirini geliştirmek için adımlar atmakta mıdır?	
	Pazarlama	50	Satışlarınız hangi pazara yönelik yapılmaktadır?	(Mucuk, 2007) ve (Bardakçı, 2004). (Bulu vd., 2006).
			Dış pazara yönelik çalışıyorsanız karşılaştığınız sorunlar nelerdir önem sırasına göre belirtiniz	
			Dış pazarlara yönelik çalışıyorsanız, artan rekabet dolayısıyla alternatif ihracat pazarları arayışına girdiniz mi?	
			Ürünlerinizi kendi markanızla mı pazarlıyorsunuz?	

Şekil 4.14 Tedarik ve pazarlama bölümü literatür kaynağı

Tedarik ve Pazarlama kategorisine 100 puan verilerek alt başlıklara ayrılmıştır. Bu alt başlıklar: Tedarik (50), pazarlama (50) olmak üzere toplam 2 bölümden oluşmaktadır. Her alt başlık kümesinin aldığı maximum ağırlık puanı hesaplanarak firma sayısına bölünmüştür. Bunun sonucunda aritmetik ortalamalar elde edilmiştir.

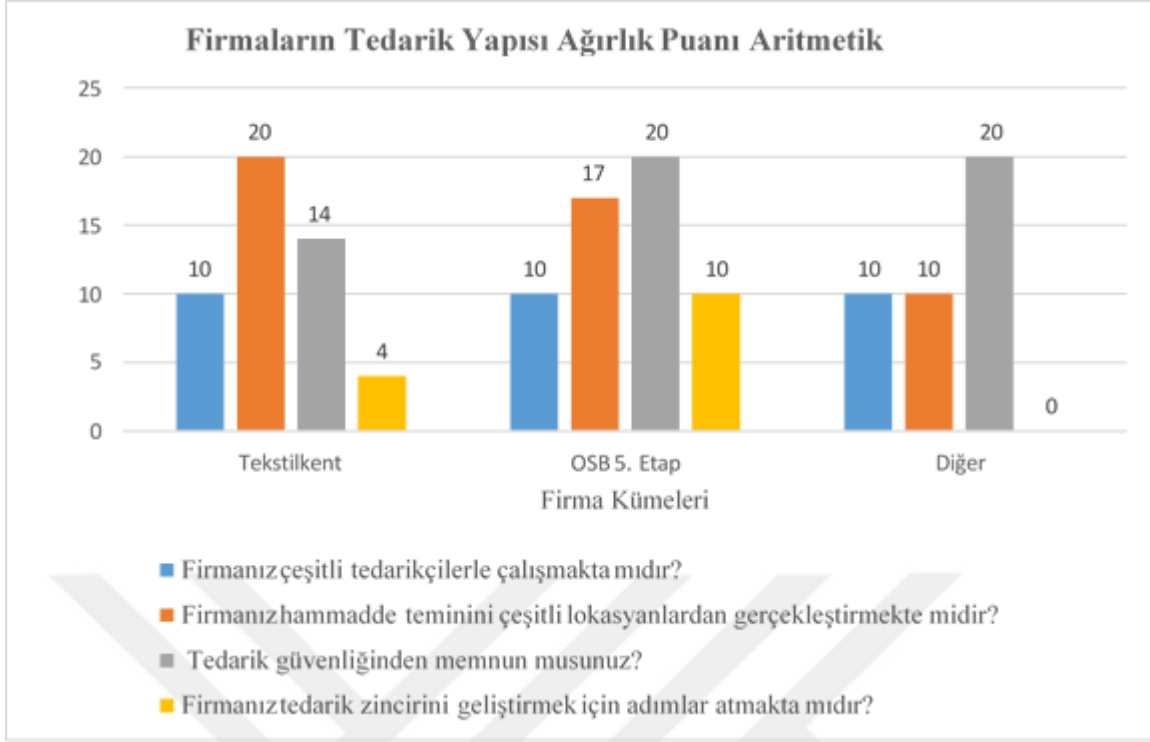
➤ **Tedarik**

Bu alt değişkende firmaların tedarik ağları, memnuniyetleri ve gelecekte ki tedarik adımları değerlendirilmiştir. Küme içinde firmaların; ortak projeler üretme, iletişim halinde olma, işbirliği yapma ve firmanın kendi içsel dinamikleri ile organize olma potansiyelleri değerlendirilmiştir. Tedarik ağı şeması da oluşturulmuştur (EK 1). Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında çapraz çizelge analizleri de yapılmıştır.

		Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma
Tedarik	50	10	Firmanız farklı tedarikçilerle çalışmakta mıdır?
			Tekstil Kent: 140/14=10
			OSB 5. Etap: 60/6=10
		10	<u>Likert Dağılımı</u> a) Yerel tedarikçiler =1 b) Ulusal tedarikçiler=2 c) Uluslararası tedarikçiler=3
			Diğer 20/2 =10
		10	Firmanızın hammaddeleri farklı lokasyonlardan temin etmekte midir?
			Tekstil Kent: 980/14=70
			OSB 5. Etap: 420/6=70
			Diğer: 140/2= 70
		20	Tedarik güvenliğinden memnun musunuz?
			Tekstil Kent: 280/14=20
			OSB 5. Etap: 120/6=20
			Diğer 40/2 =20
		10	Firmanız tedarik zincirini geliştirmek için adımlar atmakta mıdır?
			Tekstil Kent: 140/14=10
			OSB 5. Etap: 60/6=10

Şekil 4.15 Tedarik ağırlık puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama sırası ile: 10, 70, 20 ve 10)



Şekil 4.16 Firmaların tedarik yapısı ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin farklı tedarikçilerle çalışmasındaki aldığı değer incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (10) değeri aldıkları görülmektedir. Firmaların farklı lokasyonlardan hammadde teminine bakıldığında her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (70) altında kaldığı görülmektedir. Kümelerin tedarik güvenliğinden memnuniyetleri incelendiğinde OSB 5. Etap ve diğer kümeler maksimum aritmetik ortalama da (20) değer alırken Tekstil Kent 14 değerini alarak diğer kümelere göre tedarik güvenliğinden daha az memnun kalmaktadır. Ayrıca kümeler tedarik zincirlerini geliştirmek için attığı adımlara bakılırsa Tekstil Kent maksimum aritmetik ortalama (10) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte OSB 5.Etap 10 puan değeri ile gelecek tedarik planları varken diğer kümelerin hiçbir değer almadığı görülmektedir (Şekil 4.15, Şekil 4.16).

Tedarik alt değişkenin çapraz çizelge analizleri aşağıda verilmiştir.

Çizelge 4.47 Firmaların hammaddelerini temin ettiği lokasyonların dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
İstanbul	Evet	22 %100.0
	Hayır	0 %0.0
Çorlu	Evet	2 %9.1
	Hayır	20 %9.9
Gaziantep	Evet	1 %4.5
	Hayır	21 %95.5
İzmir	Evet	5 %22.7
	Hayır	17 %77.3
Bursa	Evet	3 %13.6
	Hayır	19 %86.4
Kahramanmaraş	Evet	5 %22.7
	Hayır	17 %77.3
Çin	Evet	2 %9.1
	Hayır	20 %9.9

Firmalar hammaddelerini birçok farklı kentten temin etmektedirler, Tüm firmalar İstanbul'dan ürün getirmektedir. Ardından sırası ile İzmir (%22.7), Kahramanmaraş (%22.7), Bursa (%13.6), Çorlu (%9.1), Çin (%9.1) ve son olarak Gaziantep (%4.5) gelmektedir.

Çizelge 4.48 Firmaların gelecekte değişmesi beklenen tedarik ilişkilerinin dağılımı

Firma Lokasyonu	Uluslararası tedarikçi firmalarla işbirliği	Farklı ithalat bağlantılarının gelişimi	Dikey entegrasyon eğiliminin artışı	Toplam
Tekstilkent	6 %42.9	3 %21.4	5 %35.7	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	1 %16.7	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	12 %54.5	4 %18.2	6 %27.3	22 %100.0

Firmaların gelecekteki tedarik ilişkilerine bakıldığında çoğunluk (%54.5) Uluslararası tedarikçi firmalarla işbirliği yapmak istedikleri ve bir kısmının ise (%27.3) Dikey entegrasyon eğiliminin artışı göstermek istedikleri ve geri ye kalan firmaların ise (%18.2) farklı ithalat bağlantılarının geliştirmek istedikleri görülmektedir.

Çizelge 4.49 Firmaların tedarik güvenliğinden memnun olma durumları

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	10 %71.4	4 %28.6	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	17 %77.3	5 %22.7	22 %100.0

Firmaların Tedarik güvenliğinden memnuniyetlerine bakıldığında yüksek oranda memnun kaldıkları görülmektedir. Lokasyon bazında ise OSB 5. Etap'ı (%100.0) Tekstilkent 'den (%71.4) daha çok memnun oldukları görülmektedir.

Çizelge 4.50 Firmaların işleme makinelerinin tedarikini sağladığı lokasyonlarının dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
İstanbul	Evet	17 %77.3
	Hayır	7 %22.7
İzmir	Evet	1 %4.5
	Hayır	21 %95.5
Almanya	Evet	1 %9.1
	Hayır	21 %9.9
Japonya	Evet	20 %22.7
	Hayır	5 %77.3
Çin	Evet	4 %18.2
	Hayır	18 %81.8
Kore	Evet	1 %4.5
	Hayır	21 %95.5
Gürcistan	Evet	1 %4.5
	Hayır	21 %95.5

Firmalar işleme makine teminini çoğunlukla İstanbul (%77.3), Japonya (%22.7) ve Çin'den (%18.2) karşılamaktadır. Bu lokasyonları sırası ile Almanya (%9.1), İzmir (%4.5), Kore (%4.5) ve Gürcistan (%4.5) takip etmektedir.

➤ Pazarlama

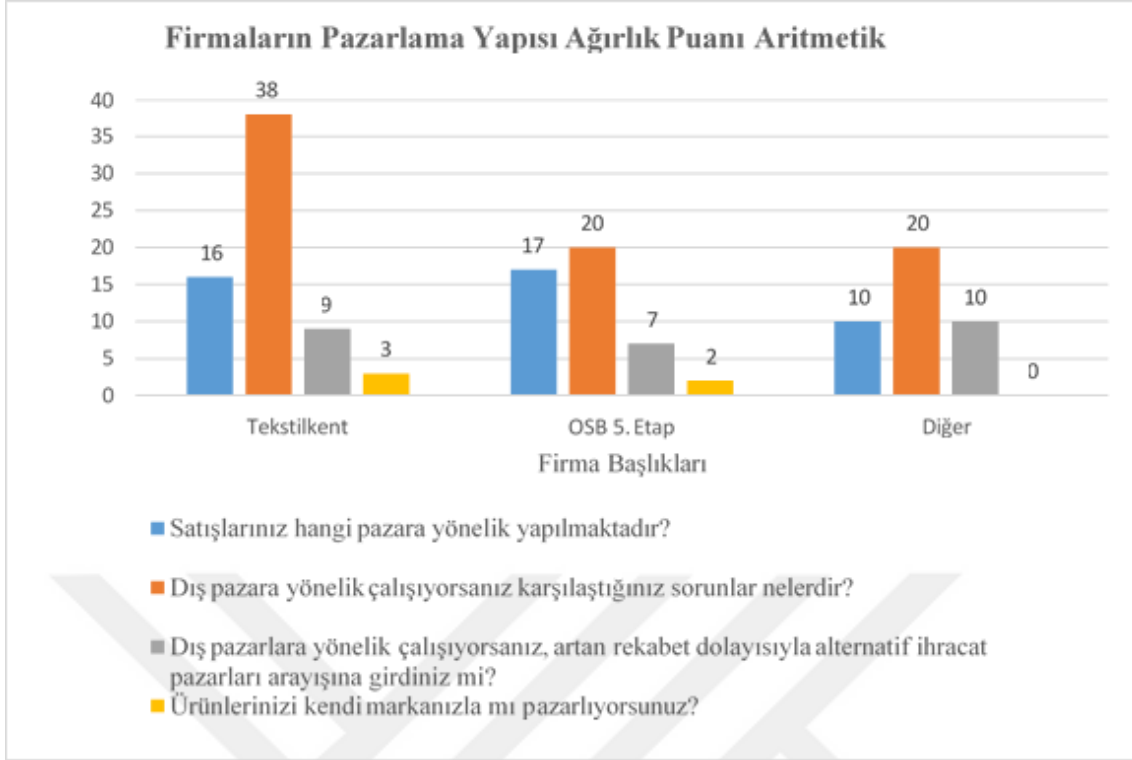
Bu alt değişkende kümelerin pazarlama ağları, süreçleri ve stratejileri değerlendirilmiştir. İhracat ağı oluşturulmuştur (EK 3). Firmalar satış yaptıkları pazarlar, dış pazara yönelik karşılaşılan sorunlar, alternatif Pazar arayışları ve kendi markalarının

pazarlanması üzerine değerlendirmeler yapılmıştır. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında çapraz çizelge analizleri de yapılmıştır.

		Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma
Pazarlama	50	10	Satışlarınız hangi pazara yönelik yapılmaktadır?
			Tekstilkent: 420/14=30
			OSB 5. Etap: 180/6=30
			Diğer: 60/2 =30
		20	<u>Likert Dağılımı</u> a) İç Pazar =1 b) Dış Pazar=2 c) Her İki Pazar=3
			Dış pazara yönelik çalışıyorsanız karşılaştığınız sorunlar nelerdir önem sırasına göre belirtiniz
			Tekstilkent: 840/14=60 OSB 5. Etap: 360/6=60 Diğer: 120/2 =60
	10	10	Dış pazarlara yönelik çalışıyorsanız, artan rekabet dolayısıyla alternatif ihracat pazarları arayışına girdiniz mi?
			Tekstilkent: 140/14=10 OSB 5. Etap: 60/6=10 Diğer: 20/2 =10
			Ürünlerinizi kendi markanızla mı pazarlıyorsunuz?
			Tekstilkent: 140/14=10 OSB 5. Etap: 60/6=10 Diğer: 20/2 =10

Şekil 4.17 Pazarlama puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama sırası ile; 30, 60, 10 ve 10)



Şekil 4.18 Firmaların pazarlama yapısı ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin satışlarını farklı pazarlara yapması incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (30) altında kaldığı görülmektedir. Kümelerin dış pazarda karşılaştıkları sorunlar incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (60) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte Tekstil Kent kümesi 38 değer olarak dış pazarda en çok sorun yaşayan küme olarak görülmektedir. Kümelerin alternatif Pazar arayışları incelendiğinde OSB 5.Etap kümesi 7 değerini alarak maksimum aritmetik ortalama (10) altında en düşük değeri alan küme olmuştur. Diğer firmalar ise maksimum aritmetik ortalama ile aynı değeri almıştır. Kümelerin farklı markalarla olan pazarlamaları incelendiğinde Tekstil Kent ve OSB 5.Etap'ın maksimum aritmetik ortalamasının altında (10) kaldığı diğer firmaların ise hiçbir değer almadığı görülmektedir (Şekil 4.17 ve Şekil 4.18).

Pazarlama alt değişkenin çapraz çizelge analizleri aşağıda verilmiştir.

Çizelge 4.51 Firmaların dış pazara yönelik çalışırken karşılaştı sorunların önem sırasına göre dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
Fiyat Rekabeti	Çok	17 %77.3
	Orta	3 %13.6
	Az	0 %0.0
	Hayır	2 %9.1
Kalite Rekabeti	Çok	1 %4.5
	Orta	3 %13.6
	Az	2 %9.1
	Hayır	16 %72.7
Uygulanan Kotalar	Çok	4 %18.2
	Orta	3 %18.2
	Az	1 %4.5
	Hayır	14 %63.6

Dış pazara yönelik çalışan firmaların karşılaştığı sorunların başında Fiyat Rekabeti (%77.3) gelmektedir. İkinci sırada ise (%18.2) Uygulanan Kotalar gelirken son sırada Kalite Rekabeti (%4.5) gelmektedir.

Çizelge 4.52'nin alt parametreleri olarak firma lokasyonu bazında Çizelge 4.53-4.54-4.55 oluşturulmuştur.

Çizelge 4.52 Firmaların dış pazara yönelik çalışırken karşılaştığı fiyat rekabeti sorununun dağılımı

Firma Lokasyonu	Çok	Orta	Hayır	Toplam
Tekstilkent	10 %71.4	3 %21.4	1 %7.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	0 %0.0	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	17 %77.3	3 %13.6	2 %9.1	22 %100.0

Dış pazara yönelik çalışan firmaların karşılaştığı sorunlardan biri olan Fiyat Rekabeti sorununun önemli bulunması Tekstilken kümesinde çok (%71.4) OSB 5.Etap kümesinde çok (%83.3) ve Erciş ve Muradiye’de de çok (%100.0) görülmektedir.

Çizelge 4.53 Firmaların dış pazara yönelik çalışırken karşılaştığı kalite rekabeti sorununun dağılımı

Firma Lokasyonu	Çok	Orta	Az	Hayır	Toplam
Tekstilkent	1 %7.1	3 %21.4	2 %14.3	8 %57.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	0 %0.0	0 %0.0	0 %0.0	6 %100.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	1 %4.5	3 %13.6	2 %9.1	16 %72.7	22 %100.0

Dış pazara yönelik çalışan firmaların karşılaştığı sorunlardan biri olan Kalite Rekabeti sorununun önemli bulunması Tekstilken kümesinde (%57.1) OSB 5.Etap kümesinde (%100.0) ve Erciş ve Muradiye’de de (%100.0) sorun olarak görülmemektedir.

Çizelge 4.54 Firmaların dış pazara yönelik çalışırken karşılaştığı uygulanan kotalar sorununun dağılımı

Firma Lokasyonu	Çok	Orta	Az	Hayır	Toplam
Tekstilkent	3 %21.4	3 %21.4	1 %7.1	7 %50.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	0 %0.0	0 %0.0	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	4 %18.2	3 %13.6	1 %4.5	14 %63.6	22 %100.0

Firmaların müşteri profilinin ve pazarlanan ürün gruplarının geleceğe yönelik değişim planı incelendiğinde Tekstilken kümesinde (%50.0) OSB 5.Etap kümesinde (%83.3) ve Erciş ve Muradiye’de de (%100.0) sorun olarak görülmemektedir.

4.1.4 Yer Seçimi ve Fiziki Altyapı

Bu bölüm yer seçimi, altyapı ve lojistik olmak üzere üç alt başlıkta değerlendirilmektedir. Aynı zamanda bu alt başlık değişkenlerinin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında çapraz çizelge analizleri de yapılmıştır.

YER SEÇİMİ ve FİZİKİ ALTYAPI	Yer Seçimi	30	Firmanızın yer seçimi sürecini nasıl değerlendirirsiniz?	(Dinler, 1994), (Tokay vd. 2011) ve (Özcan, 2008).
			Firmanızın konumundan kaynaklı sorunlar yaşıyor musunuz?	
			Firmanız yer seçimi için yeni bir yer seçimi tercih edilse hangi faktörler, kararlarınızı etkilerdi?	
	Altyapı	40		
			Firmanızın alt yapısının değerlendirilmesi için uygun olan seçeneği işaretleyiniz	
	Lojistik	30		
			Taşıma maliyetlerinden memnun musunuz?	
			Firmanız ve ya diğer firmalar ile bir arada olmasından doğan lojistik ağlarını kullanmakta mıdır?	

Şekil 4.19 Yer seçimi ve fiziki altyapı bölümü literatür kaynağı

Yer Seçimi ve Fiziki Altyapı kategorisine 100 puan verilerek alt başlıklara ayrılmıştır. Bu alt başlıklar: Yer Seçimi (30), Altyapı (40) ve Lojistik (30) olmak üzere toplam 3 bölümden oluşmaktadır. Her alt başlık kümesinin aldığı maximum ağırlık puanı hesaplanarak firma sayısına bölünmüştür. Bunun sonucunda aritmetik ortalamalar elde edilmiştir.

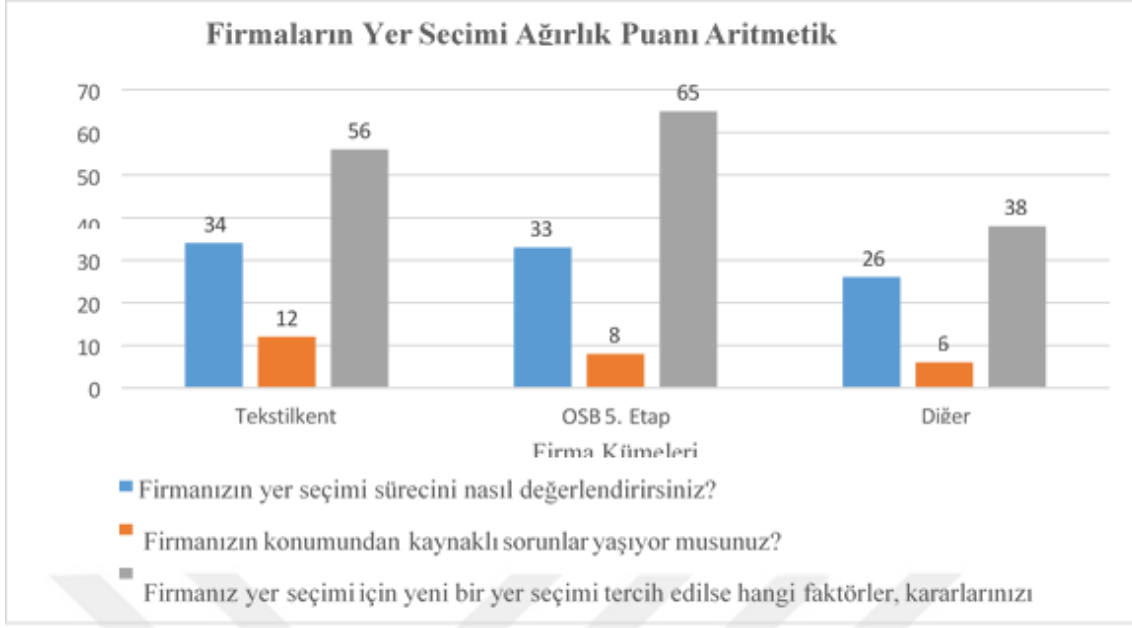
➤ Yer Seçimi

Bu alt değişkende kümelerin yer seçimi ve sürecini etkileyen faktörler, altyapı kalitesi ve lojistik ağlar ile maliyetleri değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında Çapraz Çizelge analizleri de yapılmıştır.

		Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma
Yer Seçimi	40	13	Firmanızın yer seçimi sürecini nasıl değerlendirirsiniz? <u>Likert Dağılımı</u> a) Yeterince etkili, ancak iyileştirmeye ihtiyaç var =2 b) Yetersiz ve yanlış = 0 c) Fikrim yok=1
			Tekstilkent: 546/14=39
			OSB 5. Etap: 234/6=39
			Diğer: 78/2=39
	40	12	Firmanızın konumundan kaynaklı sorunlar yaşıyor musunuz?
			Tekstilkent: 168/14=12
			OSB 5. Etap: 72/6=12
			Diğer: 24/2 =12
	40	15	Firmanız yer seçimi için yeni bir yer seçimi tercih edilse hangi faktörler, kararlarınızı etkilerdi?
			Tekstilkent: 1260/14=90
			OSB 5. Etap: 540/6=90
			Diğer: 180/2 =90

Şekil 4.20 Yer seçimi aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerle göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama puanı sırası ile; 39, 12 ve 90)



Şekil 4.21 Yer seçimi ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin yer seçim üzerine olan değerlendirmeleri incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (39) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte Tekstil Kent kümesi 34 değerini alarak yer seçim sürecini diğer kümelere göre yer seçim sürecinden daha memnun olduğu görülmektedir. Kümelerin yer seçiminden kaynaklı yaşadığı sorunların değeri incelendiğinde, Tekstil Kent kümesi maksimum aritmetik ortalama (12) değerini alırken diğer iki küme ortalamasının altında kalmıştır. Kümelerin yeni yer tercihi etkileyen faktörlerin değeri incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (90) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte OSB 5.Etap kümesi 65 değerini alarak yeni yer tercihinin etkileyen faktörlerin toplam değeri diğer iki kümeye göre daha yüksek olduğu görülmektedir (Şekil 4.20, Şekil 4.21).

Yer seçimi alt değişkenin çapraz çizelge analizleri aşağıda verilmiştir.

Çizelge 4.55 Firmaların yer seçim süreçlerini değerlendirme dağılımları

Firma Merkezi	Firma Lokasyonu	Yeterince etkili, ancak iyileştirmeye ihtiyaç var	Yetersiz ve yanlış	Toplam
İstanbul	Tekstilkent	3 %33.3	6 %66.7	9 %100.0
	OSB 5. Etap	1 %33.3	2 %66.7	3 %100.0
	Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
	Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
	Toplam	6 %42.9	8 %57.1	14 %100.0
İzmir	Tekstilkent	2 %66.7	1 %33.3	3 %100.0
	OSB 5. Etap	2 %66.7	1 %33.3	3 %100.0
	Toplam	2 %66.7	1 %33.3	6 %100.0
Van	Tekstilkent	0 %0.0	2 %100.0	2 %100.0
	Toplam	0 %0.0	2 %100.0	2 %100.0
Toplam	Tekstilkent	5 %35.7	9 %64.3	14 %100.0
	OSB 5. Etap	3 %50.0	3 %50.0	6 %100.0
	Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
	Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
		10 45.%5	12 %54.5	22 %100.0

Firmaların yer seçimi sürecinin değerlendirilmesine bakıldığında Tekstilkent'te İstanbul merkezli firmaların büyük çoğunluğu (%66.7) Yetersiz ve yanlış görürken İzmir merkezli olan firmaların çoğunluğu ise (%66.7) Yeterince etkili, ancak iyileştirmeye ihtiyaç olduğunu söylemektedirler. OSB 5. Etap firmalarının İstanbul merkezli büyük çoğunluğu (%66.7) Yetersiz ve yanlış görürken İzmir merkezli olan firmaların çoğunluğu ise (%66.7) Yeterince etkili, ancak iyileştirmeye ihtiyaç olduğunu söylemektedirler. Erciş ve Muradiye'de ise firmalar İstanbul merkezli olup yer seçimi sürecinin

değerlendirilmesinin Yeterince etkili, ancak iyileştirmeye ihtiyaç olduğunu söylemektedirler.

Çizelge 4.56 Firmaların yeni bir yer seçiminde tercihlerini etkileyebilecek olan faktörlerin dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
Rekabetçi fiyatlar	Evet	11 %50.0
	Hayır	11 %50.0
Tedarikçi güvenilirliği	Evet	11 %50.0
	Hayır	11 %50.0
Kalite standartları	Evet	7 %31.8
	Hayır	15 %68.2
Lojistik ve taşıma maliyetleri	Evet	20 %9.9
	Hayır	2 %9.1
Pazar talebi ve eğilimleri	Evet	14 %63.6
	Hayır	8 %36.4
Devlet politikaları ve düzenlemeleri	Evet	20 %9.9
	Hayır	2 %9.1

Firmaların yer seçim sürecinin değerlendirilmesinde ki faktörler incelendiğinde ilk sırada Devlet politikaları ve düzenlemeleri (%9.9) ile Lojistik ve taşıma maliyetleri (%9.9) gelmektedir. Bu faktörleri sırası ile Pazar talebi ve eğilimleri (%63.6), Rekabetçi fiyatlar - Tedarikçi güvenilirliği (%50.0) ve Kalite standartları (%31.8) takip etmektedir.

Çizelge 56'nın alt parametreleri olarak firma lokasyonu bazında Çizelge 57-57-59-60-61-62 oluşturulmuştur.

Çizelge 4.57 Firmaların yeni bir yer seçiminde tercihlerini etkileyebilecek olan rekabetçi fiyatlar faktörünün dağılımı

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	7 %50.0	7 %50.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	11 %50.0	11 %50.0	22 %100.0

Firmaların yer seçim sürecinin değerlendirilmesinde ki faktörlerden biri olan Rekabetçi fiyatlar faktörü OSB 5. Etap kümesini (%66.7) Tekstilkent kümesinden (%50.0) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmalarını da etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.58 Firmaların yeni bir yer seçiminde tercihlerini etkileyebilecek olan tedarikçi güvenilirliği faktörünün dağılımı

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	7 %50.0	7 %50.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	3 %50.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	11 %50.0	11 %50.0	22 %100.0

Firmaların yer seçim sürecinin değerlendirilmesinde ki faktörlerden biri olan Tedarikçi güvenilirliği faktörü OSB 5. Etap kümesini (%50.0) ve Tekstilkent kümesini (%50.0) eşit oranlarda etkilediği görülürken Muradiye firmasını etkilemediği ve Erciş firmasını ise etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.59 Firmaların yeni bir yer seçiminde tercihlerini etkileyebilecek olan kalite standartları faktörünün dağılımı

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	6 %42.9	8 %57.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	7 %31.8	15 %68.2	22 %100.0

Firmaların yer seçim sürecinin değerlendirilmesinde ki faktörlerden biri olan Kalite standartları faktörü Tekstilkent kümesini (%42.9) ve OSB 5. Etap kümesinden (%16.7) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmalarını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.60 Firmaların yeni bir yer seçiminde tercihlerini etkileyebilecek olan lojistik ve taşıma maliyetleri faktörünün dağılımı

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	12 %85.7	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	20 %9.9	2 %9.1	22 %100.0

Firmaların yer seçim sürecinin değerlendirilmesinde ki faktörlerden biri olan Lojistik ve taşıma maliyetleri faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) ve Tekstilkent kümesinden (%85.7) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmalarını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.61 Firmaların yeni bir yer seçiminde tercihlerini etkileyebilecek olan lojistik ve taşıma maliyetleri faktörünün dağılımı

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	8 %57.1	6 %42.9	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	14 %63.6	8 %36.4	22 %100.0

Firmaların yer seçim sürecinin değerlendirilmesinde ki faktörlerden biri olan Pazar talebi ve eğilimleri faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) ve Tekstilkent kümesinden (%57.1) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmalarını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.62 Firmaların yeni bir yer seçiminde tercihlerini etkileyebilecek olan devlet politikaları ve düzenlemeleri faktörünün dağılımı

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	12 %85.7	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	20 %9.9	2 %9.1	22 %100.0

Firmaların yer seçim sürecinin değerlendirilmesinde ki faktörlerden biri olan Devlet politikaları ve düzenlemeleri faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) ve Tekstilkent kümesinden (%85.7) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmalarını da etkilediği görülmektedir.

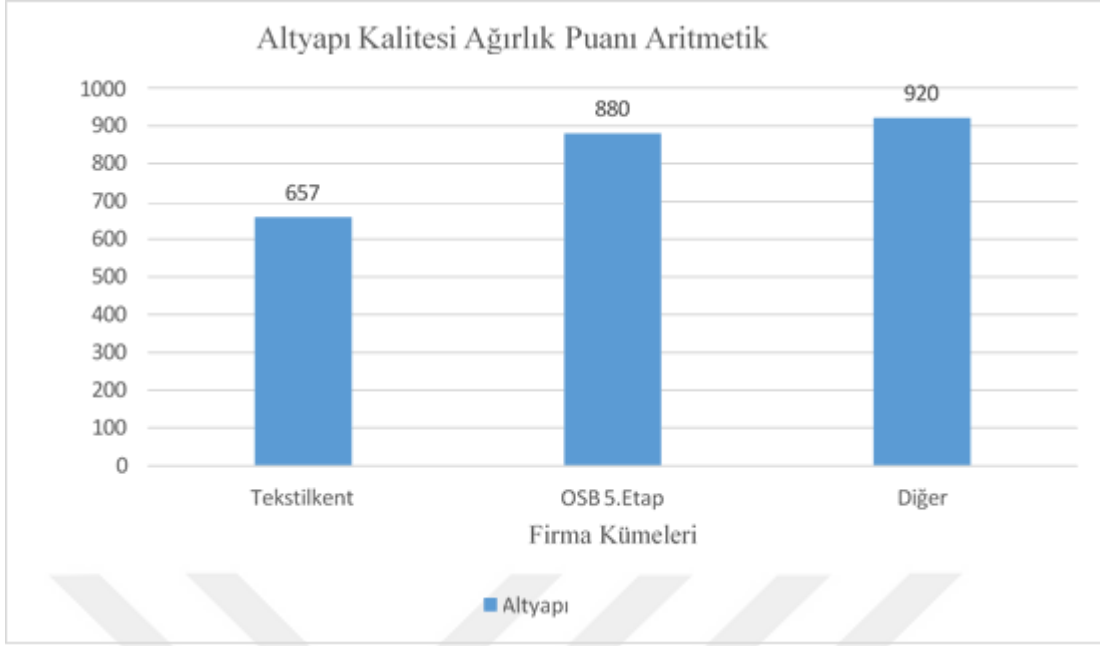
➤ Altyapı

Bu alt değişkende kümelerin altyapı kalitesi (karayolu, havayolu, demiryolu, internet, telefon, arıtma tesisi, doğalgaz, elektrik, su ve kanalizasyon) değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında çapraz çizelge analizleri de yapılmıştır.

Altyapı	40	Firmanızın alt yapısının değerlendirilmesi için uygun olan seçeneği işaretleyiniz <u>Likert Dağılımı</u> Çok iyi=5 İyi=4 Kötü=1 Orta=3 Yok=0	Kümelerin toplam maximum ağırlık
			Tekstilkent: $28000/14=2000$
			OSB 5. Etap: $12000/6=2000$
			Diğer: $4000/2=2000$

Şekil 4.22 Altyapı kalitesi puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelere göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama puanı: 2000)



Şekil 4.23 Altyapı ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin altyapı kalitesi incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (2000) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte Tekstilkent kümesi 657 değerini alarak altyapı kalitesi diğer kümelere daha zayıf kaldığı görülmektedir (Şekil 4.22, Şekil 4.23).

Altyapı alt değişkenin çapraz çizelge analizleri aşağıda verilmiştir.

Çizelge 4.63 Firmaların Kara yolu altyapı kalitesinin değerlendirilmesi

Firma Lokasyonu	Kötü	Orta	İyi	Toplam
Tekstilkent	5 %35.7	3 %21.4	6 %42.9	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	0 %0.0	3 %50.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	8 %36.4	4 %18.2	10 45.%5	22 %100.0

Firmaların kara yolu altyapı kalitesi değerlendirildiğinde OSB 5.Etap kümesinin altyapı kalitesi (%50.0) Tekstilkent kümesinin altyapı kalitesinden (%42.9) daha iyi

olduğu görülürken Muradiye firması ise orta derece kalitede ve bunun yanında Erciş firması ise iyi derecede altyapı kalitesine sahip olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.64 Firmaların Hava yolu altyapı kalitesinin değerlendirilmesi

Firma Lokasyonu	Kötü	Orta	İyi	Toplam
Tekstilkent	10 %71.4	1 %7.1	3 %21.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	2 %33.3	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	14 %63.6	3 %13.6	5 %22.7	22 %100.0

Firmaların hava yolu altyapı kalitesi değerlendirildiğinde Tekstilkent kümesinin (%21.4) OSB 5.Etap kümesinin (%16.7) daha memnun olduğu görülürken Muradiye firması ise kötü derece kalitede ve bunun yanında Erciş firması ise iyi derecede altyapı kalitesinin olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.65 Firmaların Demiryolu altyapı kalitesinin değerlendirilmesi

Firma Lokasyonu	Kötü	Yok	Toplam
Tekstilkent	0 %0.0	14 %100.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	0 %0.0	6 %100.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	0 %0.0	21 %95.5	22 %100.0

Firmaların kara yolu altyapı kalitesi değerlendirildiğinde lojistik alanında Van'da demir yolu ağının olmamasından dolayı değerlendirmeye alınmamıştır.

Çizelge 4.66 Firmaların İnternet altyapı kalitesinin değerlendirilmesi

Firma Lokasyonu	Kötü	Orta	İyi	Toplam
Tekstilkent	6 %42.9	7 %50.0	1 %7.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	0 %0.0	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	11 %50.0	7 %31.8	4 %18.2	22 %100.0

Firmaların kara yolu altyapı kalitesi değerlendirildiğinde OSB 5.Etap kümesinin altyapı kalitesi (%33.3) Tekstilkent kümesinin altyapı kalitesinden (%7.1) daha iyi olduğu görülürken Muradiye firması iyi derece kalitede ve bunun yanında Erciş firması ise kötü derecede altyapı kalitesine sahip olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.67 Firmaların Telefon iletişim altyapı kalitesinin değerlendirilmesi

Firma Lokasyonu	Kötü	Orta	İyi	Toplam
Tekstilkent	10 %71.4	4 %28.6	0 %0.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	1 %16.7	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	16 %72.7	5 %22.7	1 %4.5	22 %100.0

Firmaların telefon yolu altyapı kalitesi değerlendirildiğinde OSB 5.Etap kümesinin altyapı kalitesi (%83.3) Tekstilkent kümesinin altyapı kalitesinden (%71.4) daha kötü olduğu görülürken Erciş firması kötü derece kalitede ve bunun yanında Muradiye firması ise iyi derecede altyapı kalitesine sahip olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.68 Firmaların Arıtma tesisi altyapı kalitesinin değerlendirilmesi

Firma Lokasyonu	Kötü	İyi	Çok iyi	Yok	Toplam
TekstilKent	2 %14.3	1 %7.1	1 %7.1	10 %71.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	0 %0.0	3 %50.0	0 %0.0	3 %50.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	2 %9.1	4 %18.2	1 %4.5	15 %68.2	22 %100.0

Firmaların arıtma tesisi altyapı kalitesi değerlendirildiğinde OSB 5.Etap kümesinin altyapı kalitesi (%50.0) TekstilKent kümesinin altyapı kalitesinden (%7.1) daha iyi olduğu görülürken Erciş firması ve Muradiye firmasında ise arıtma tesisi altyapısı bulunmamaktadır.

Çizelge 4.69 Firmaların Doğalgaz altyapı kalitesinin değerlendirilmesi

Firma Lokasyonu	Kötü	Orta	İyi	Çok iyi	Yok	Toplam
TekstilKent	2 %14.3	1 %7.1	7 %50.0	1 %7.1	3 %21.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	0 %0.0	1 %16.7	4 %66.7	1 %16.7	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	2 %9.1	2 %9.1	12 %54.5	3 %13.6	3 %13.6	22 %100.0

Firmaların doğalgaz altyapı kalitesi değerlendirildiğinde TekstilKent kümesinin altyapı kalitesi (%14.3) OSB 5.Etap kümesinin altyapı kalitesinden (%0.0) daha kötü olduğu görülürken Erciş firması çok iyi derecede kalitede ve bunun yanında Muradiye firması ise iyi derecede altyapı kalitesinde olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.70 Firmaların Elektrik altyapı kalitesinin değerlendirilmesi

Firma Lokasyonu	Kötü	Orta	İyi	Toplam
Tekstilkent	13 %92.9	0 %0.0	1 %7.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	2 %33.3	1 %16.7	3 %50.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	16 %72.7	1 %4.5	5 %22.7	22 %100.0

Firmaların elektrik altyapı kalitesi değerlendirildiğinde Tekstilkent kümesinin altyapı kalitesi (%92.9) OSB 5.Etap kümesinin altyapı kalitesinden (%33.3) daha kötü olduğu görülürken Erciş firması kötü derecede kalitede ve bunun yanında Muradiye firması ise iyi derecede altyapı kalitesinde olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.71 Firmaların Su altyapı kalitesinin değerlendirilmesi

Firma Lokasyonu	Kötü	Orta	İyi	Toplam
Tekstilkent	11 %78.6	1 %7.1	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	1 %16.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	15 %68.2	2 %9.1	5 %22.7	22 %100.0

Firmaların elektrik altyapı kalitesi değerlendirildiğinde Tekstilkent kümesinin altyapı kalitesi (%78.6) OSB 5.Etap kümesinin altyapı kalitesinden (%50.0) daha kötü olduğu görülürken Erciş firması kötü derecede kalitede ve bunun yanında Muradiye firması ise iyi derecede altyapı kalitesinde olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.72 Firmaların Kanalizasyon altyapı kalitesinin değerlendirilmesi

Firma Lokasyonu	Kötü	Orta	İyi	Toplam
Tekstilkent	10 %71.4	0 %0.0	4 %28.6	14 %100.0
OSB 5. Etap	2 %33.3	1 %16.7	3 %50.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	13 %59.1	1 %4.5	8 %36.4	22 %100.0

Firmaların elektrik altyapı kalitesi değerlendirildiğinde Tekstilkent kümesinin altyapı kalitesi (%71.4) OSB 5.Etap kümesinin altyapı kalitesinden (%33.3) daha kötü olduğu görülürken Erciş firması kötü derecede kalitede ve bunun yanında Muradiye firması ise iyi derecede altyapı kalitesinde olduğu görülmektedir.

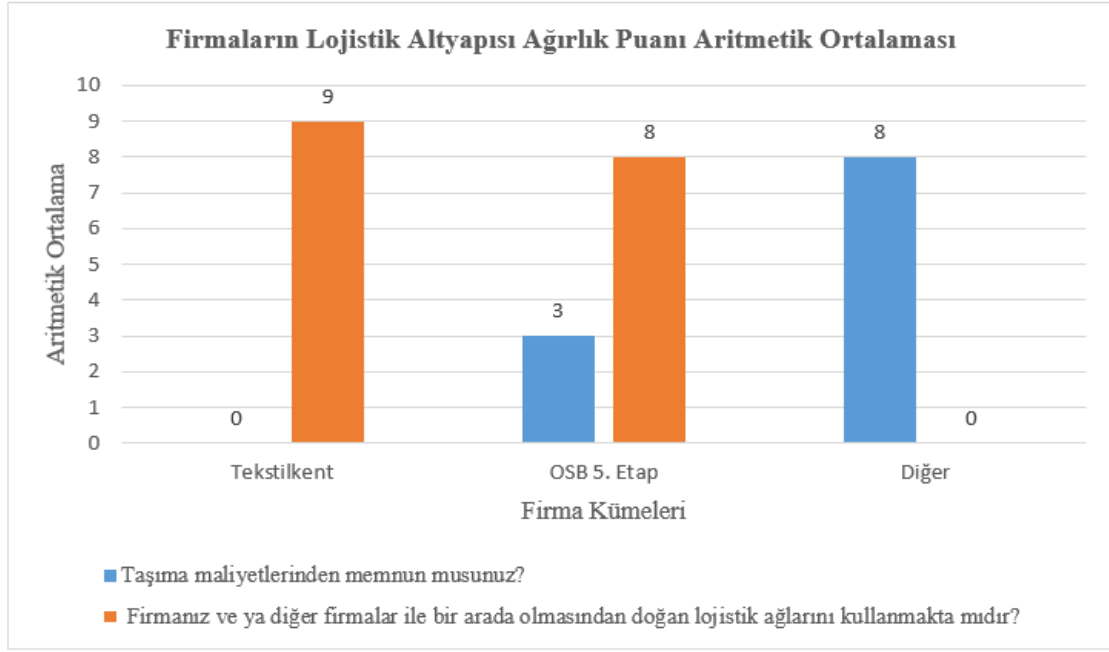
➤ Lojistik

Bu alt değişkende kümelerin lojistik maliyetlerinden memnuniyeti ve diğer firmalarla ortak lojistik ağları kullanmaları değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında Çapraz Çizelge analizleri de yapılmıştır.

		Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma sayısı = max aritmetik ortalama*
Lojistik	30	15	Tekstilkent: 210/14=15
			OSB 5. Etap: 90/6=15
			Diğer 30/2 =15
		15	Tekstilkent: 210/14=15
			OSB 5. Etap: 90/6=15
			Diğer 30/2 =15

Şekil 4.24 Lojistik puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama puanı sırası ile: 15 ve 15)



Şekil 4.25 Sürdürülebilir çevresel etkileri ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin taşıma maliyetleri karşı memnuniyetleri incelendiğinde Tekstilkent ‘in hiçbir değer almadığı görülmektedir. Bununla birlikte OSB 5.Etap 3 değerini alırken diğer firmalar 8 değerini alarak maksimum aritmetik ortalama (15) en yakın küme olmuştur (Şekil 4.24 ve Şekil 4.25). Kümelerin kendi içinde ortak lojistik ağları kullanma durumları incelendiğinde ise her iki kümede maksimum aritmetik ortalama (15) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte Tekstilkent kümesi 9 değerini alarak ortak lojistik ağları kullanmada daha aktif olduğu görülmektedir (Şekil 4.24, Şekil 4.25).

Lojistik alt değişkenin çapraz çizelge analizleri aşağıda verilmiştir.

Çizelge 4.73 Firmaların lojistik altyapıda en çok tercih ettiği ulaşım ağlarının dağılımı

Firma Lokasyonu	Kara yolu	Hava yolu	Toplam
Tekstilkent	13 %92.9	1 %7.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	20 %9.9	2 %9.1	22 %100.0

Firmaların en çok tercih ettiği lojistik altyapı incelendiğinde genel olarak (%9.9) Kara yolu altyapısının tercih edildiği görülmektedir. Lokasyon bazında tercihlere bakıldığında; Tekstilkent'te ki firmaların büyük çoğunluğunu (%92.9) ve OSB 5. Etap ve Erciş'te bulunan tüm firmalar kara yolunu tercih ederken Muradiye' de ki firma ise hava yolunu tercih etmektedir.

Çizelge 4.74 Firmaların taşıma maliyetlerinden memnun olma durumları

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	0 %0.0	14 %100.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	2 %9.1	20 %89.9	22 %100.0

Firmaların Taşıma maliyetlerinde ki memnuniyetlerine bakıldığında genel olarak (%89.9) memnun olmadıkları görülmektedir. Lokasyon bazında bakıldığında ise Tekstilkent ve Erciş'te bulunan firmaların tamamı lojistik maliyetlerden memnun kalmadıkları görülmektedir. OSB 5. Etap da bulunan firmaların da çoğunluğu (%83.3) memnun değildir. Sadece Muradiye'de bulunan firma taşıma maliyetlerinden memnun kaldığı görülmektedir.

Çizelge 4.75 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasından doğan lojistik ağıları kullanma durumları

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	8 %57.1	6 %42.9	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	3 %50.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	13 %59.1	9 40.9%	22 %100.0

Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasından doğan lojistik ağlarını kullanımına bakıldığında genel olarak (%59.1) ortak lojistik ağları kullanmadıkları görülmektedir. Lokasyon bazında bakıldığında ise Tekstilkent'te bulunan firmalar genel olarak (%57.1) ortak lojistik ağlarını kullanırken OSB 5. Etap da bulunan firmalar ise yarı oranında (%50.0) ortak lojistik ağları kullanmaktadır. Erciş ve Muradiye'de ise tek firma olmalarına rağmen diğer firmalar ile ortak lojistik kullanımı yapmaktadırlar.

4.1.5 Sürdürülebilir Çevre Yaklaşımı

Bu bölüm; sürdürülebilir çevresel etkiler, yenilenebilir enerji ve geri dönüşüm olmak üzere üç alt başlıkta değerlendirilmektedir. Aynı zamanda bu alt başlık değişkenlerinin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında çapraz çizelge analizleri de yapılmıştır.

SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇEVRE YAKLAŞIMI	Sürdürülebilir Çevresel Etkiler	50	Firmanızın sürdürülebilirlik ve çevresel etkileri konusundaki performansını nasıl değerlendirirsiniz?	(Keleş, 2023)
			Firmanıza ait hangi faktörler, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarınızı etkilemektedir?	
	Yenilenebilir Enerji	25	Firmanız yenilenebilir enerjileri kullanıyor mu?	(Sarıkaya, 2010)
	Geri Dönüşüm	25	Firmanız da geri dönüşüm kullanılıyor mu?	

Şekil 4.26 Sürdürülebilir çevre yaklaşımı bölümü literatür kaynağı

Sürdürülebilir Çevre Yaklaşımı kategorisine 100 puan verilerek alt başlıklara ayrılmıştır. Bu alt başlıklar: Sürdürülebilir Çevresel Etkiler (50), Yenilenebilir Enerji (25) ve Geri Dönüşüm (25) olmak üzere toplam 3 bölümden oluşmaktadır. Her alt başlık kümesinin aldığı maximum ağırlık puanı hesaplanarak firma sayısına bölünmüştür. Bunun sonucunda aritmetik ortalamalar elde edilmiştir.

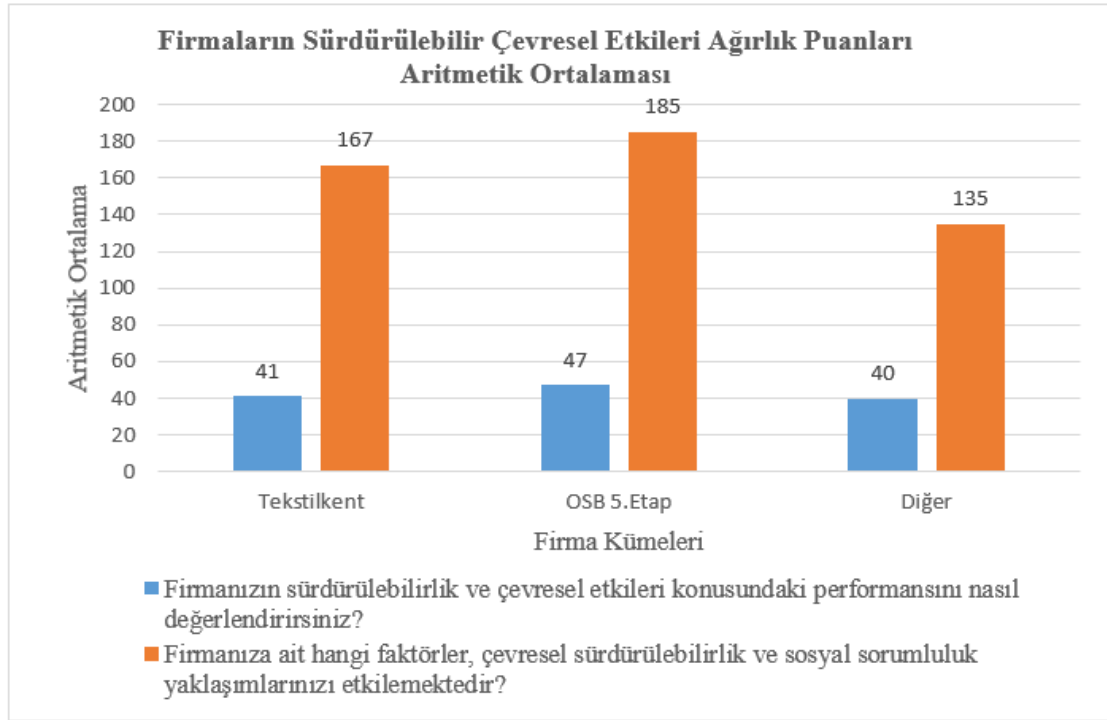
➤ Sürdürülebilir Çevresel Etkiler

Bu alt değişkende kümelerin sürdürülebilir çevresel etkiler karşısında ki performansları ve çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımları değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında çapraz çizelge analizleri de yapılmıştır.

Sürdürülebilir Çevresel Etkiler	Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma sayısı =max aritmetik ortalama*
50	20	Firmanızın sürdürülebilirlik ve çevresel etkileri konusundaki performansını nasıl değerlendirirsiniz? <u>Likert Dağılımı</u> a) Yüksek düzeyde sürdürülebilirlik ve çevresel etkiler =3 b) Yeterince sürdürülebilir ve çevresel etkiler konusunda iyileştirmeye ihtiyaç var =2 c) Sürdürülebilirlik ve çevresel etkiler konusunda yetersiz performans = 0 d) Fikrim yok=1
		Tekstilkent: 840/14=60
		OSB 5. Etap: 360/6=60
30	30	Diğer: 120/2=60
		Firmanıza ait hangi faktörler, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarınızı etkilemektedir?
		Tekstilkent: 2940/14=210
210	210	OSB 5. Etap: 1260/6=210
		Diğer: 420/2=210

Şekil 4.27 Sürdürülebilir çevresel etkiler puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama puanı sırası ile: 60 ve 21)



Şekil 4.28 Sürdürülebilir çevresel etkileri ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin sürdürülebilirlik ve çevresel etkileri konusundaki performans değerlendirmeleri incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (60) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte OSB 5.Etap kümesi 47 değerini alarak sürdürülebilirlik ve çevresel etkileri konusundaki performans değerlendirmesi diğer kümelere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Kümelerin çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarınızı etkileyen faktör değerleri incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (210) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte OSB 5.Etap kümesi 185 değerini alarak çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarınızı etkileyen faktör değerleri diğer kümelere göre daha yüksek olduğu görülmektedir (Şekil 4.27, Şekil 4.28).

Sürdürülebilir çevresel etkiler alt değişkenin çapraz çizelge analizleri aşağıda verilmiştir.

Çizelge 4.76 Firmaların sürdürülebilir ve çevresel etkileri konusundaki performans değerlendirmelerinin dağılımı

Firma Lokasyonu	Yüksek düzeyde sürdürülebilirlik ve çevresel etkiler	Yeterince sürdürülebilir ve çevresel etkiler konusunda iyileştirmeye ihtiyaç var	Toplam
Tekstilkent	1 %7.1	13 %92.9	14 %100.0
OSB 5. Etap	2 %33.3	4 %66.7	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	3 %13.6	19 %86.4	22 %100.0

Firmaların sürdürülebilirlik ve çevresel etkileri konusundaki performanslarına bakıldığında genel olarak (%86.4) Yeterince sürdürülebilir ve çevresel etkiler konusunda iyileştirmeye ihtiyaç olduğu görülmektedir. Lokasyon bazında bakıldığında ise Tekstilkent (%92.9), OSB 5. Etap (%66.7), Erciş ve Muradiye’ de bulunan firmalar da Yeterince sürdürülebilir ve çevresel etkiler konusunda iyileştirmeye ihtiyaç olduğunu söylemektedirler.

Çizelge 4.77 Firmaların, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen faktörlerin dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
Çevre dostu üretim ve malzemeler	Evet	18 %81.8
	Hayır	4 %18.2
Atık yönetimi ve geri dönüşüm	Evet	16 %72.7
	Hayır	6 %27.3
Enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı	Evet	7 %31.8
	Hayır	15 %68.2
Sosyal hakkaniyet ve adil ticaret	Evet	20 %9.9
	Hayır	2 %9.1
Topluma katkı ve yerel kalkınma projeleri	Evet	19 %86.4
	Hayır	3 %13.6
Sürdürülebilir tedarikçi ilişkileri	Evet	22 %100.0
	Hayır	0 %0.0

Firmaların çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen faktörlere bakıldığında sürdürülebilir tedarikçi ilişkiler tüm firmaları (%100.0) etkilemektedir. Sırası ile Sosyal hakkaniyet ve adil ticaret (%9.9), Topluma katkı ve yerel kalkınma projeleri (%86.4), Çevre dostu üretim ve malzemeler (%81.8), Atık yönetimi ve geri dönüşüm (%72.7) gelirken en son sırada Enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı (%31.8) gelmektedir.

Çizelge 4.78'in alt parametreleri olarak firma lokasyonu bazında Çizelge 4.79-4.80-4.81-4.82-4.83-4.84 oluşturulmuştur.

Çizelge 4.78 Firmaların, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen, çevre dostu üretim ve malzemeler faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	12 %85.7	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	18 %81.8	4 %18.2	22 %100.0

Firmaların çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen faktörlerde biri olan Çevre dostu üretim ve malzemeler faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) Tekstilkent kümesinden (%85.7) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmalarını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.79 Firmaların, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen, atık yönetimi ve geri dönüşüm faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	11 %78.6	3 %21.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	16 %72.7	6 %27.3	22 %100.0

Firmaların çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen faktörlerde biri olan Atık yönetimi ve geri dönüşüm faktörü kümesini Tekstilkent (%78.6) OSB 5. Etap kümesinden (%66.7) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye firmasını etkilemediği ve Erciş firmasını ise etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.80 Firmaların, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen, enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	4 %28.6	10 %71.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	3 %50.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	7 %31.8	15 %68.2	22 %100.0

Firmaların çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen faktörlerde biri olan Enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı faktörü kümesini Tekstilkent kümesi (%28.6) OSB 5. Etap (%50.0) kümesinden daha az etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmalarını etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.81 Firmaların, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen, sosyal hakkaniyet ve adil ticaret faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	12 %85.7	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	20 %9.9	2 %9.1	22 %100.0

Firmaların çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen faktörlerde biri olan Sosyal hakkaniyet ve adil ticaret faktörü kümesini OSB 5. Etap (%100.0) kümesinden Tekstilkent (%85.7) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmalarını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.82 Firmaların, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen, topluma katkı ve yerel kalkınma projeleri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	11 %78.6	3 %21.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	19 %86.4	3 %13.6	22 %100.0

Firmaların çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen faktörlerde biri olan Topluma katkı ve yerel kalkınma projeleri faktörü kümesini OSB 5. Etap (%100.0) kümesinden Tekstilkent (%78.6) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmalarını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.83 Firmaların, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen, sürdürülebilir tedarikçi ilişkileri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Toplam
Tekstilkent	14 %100.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	22 %100.0	22 %100.0

Firmaların çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarını etkileyen faktörlerde biri olan sürdürülebilir tedarikçi ilişkileri faktörü tüm firmaları (%100.0) etkilediği görülmektedir.

➤ Yenilenebilir Enerji

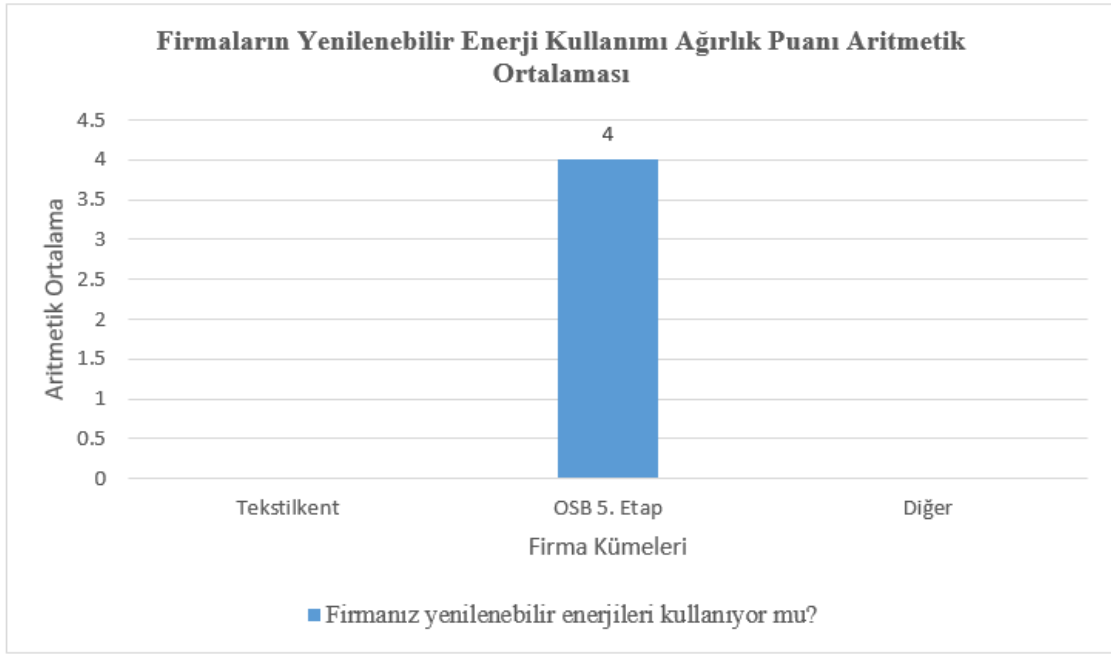
Bu alt değişkende kümelerin yenilenebilir Enerji kullanımları değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında çapraz çizelge analizleri de yapılmıştır.

Yenilenebilir Enerji	25	Firmanız yenilenebilir enerjileri kullanıyor mu?	Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma sayısı = max aritmetik ortalama*
				Tekstilkent: 350/14=25
				OSB 5. Etap: 150/6=25
				Diğer 50/2= 25

Şekil 4.29 Yenilenebilir enerji puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelere göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama puanı:

25)



Şekil 4.30 Yenilenebilir enerji kullanımı ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin yenilenebilir enerji kullanımı incelendiğinde sadece OSB 5.Etap kümesinde kullanıldığı görülmektedir. Bu kümenin değeri de maksimum aritmetik ortalama (25) oldukça altında kaldığı görülmektedir (Şekil 4.29 ve Şekil 4.30).

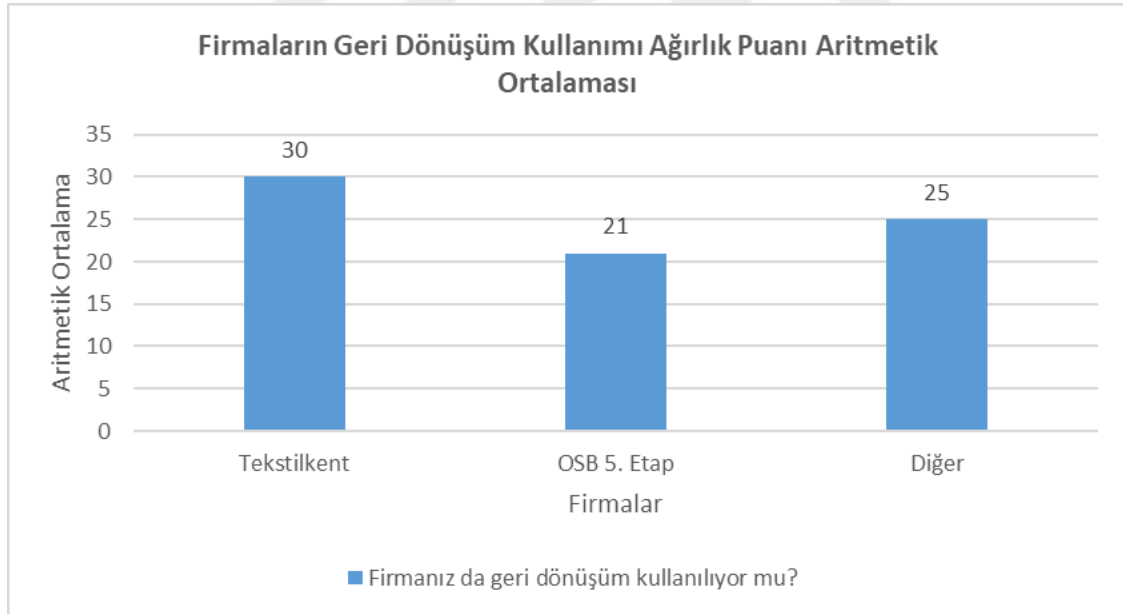
➤ Geri Dönüşüm

Bu alt değişkende Geri dönüşüm ağırları değerlendirilmiştir. Firmaların geri dönüşüm ağırları şematize edilmiştir (EK 2). Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında Çapraz Çizelge analizleri de yapılmıştır.

			Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma sayısı =max aritmetik ortalama*
Geri Dönüşüm	25	Firmanızda geri dönüşüm kullanıyor mu?	25	Tekstilkent: 2450/14=175
				OSB 5. Etap: 1050/6=175
				Diğer: 350/2=175

Şekil 4.31 Geri dönüşüm puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama puanı: 175)



Şekil 4.32 Geri dönüşüm ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin geri dönüşüm kullanımları incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (175) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte Tekstilkent kümesi 30 değerini alarak geri dönüşüm kullanımı ve ağırları değerlendirmesi diğer kümelerle göre daha yüksek olduğu görülmektedir (Şekil 4.31, Şekil 4.32).

Geri dönüşüm alt değişkenin çapraz çizelge analizleri aşağıda verilmiştir.

Çizelge 4.84 Firmaların geri dönüşüm için tercih ettikleri lokasyonların dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
Batman	Evet	4 %18.2
	Hayır	18 %81.8
Ankara	Evet	2 %9.1
	Hayır	20 %90.9
Diyarbakır	Evet	3 %13.6
	Hayır	19 %86.4
Adıyaman	Evet	2 %9.1
	Hayır	20 %90.9
İstanbul	Evet	3 %13.6
	Hayır	19 %86.4
İzmir	Evet	3 %13.6
	Hayır	19 %86.4
Van	Evet	7 %31.8
	Hayır	15 %68.2

Firmaların geri dönüşüm için tercih ettikleri illere bakıldığında ilk sırada Van (%31.8) ili gelmektedir. Sırası ile Batman (%18.2), İstanbul-İzmir-Diyarbakır (%13.6) ve Adıyaman-Ankara (%9.1) illeri geldiği görülmektedir.

Çizelge 4.85'in alt parametresi olarak firma lokasyonu bazında Çizelge 4.86-4.87-4.88-4.89-4.90-4.91-4.92 oluşturulmuştur.

Çizelge 4.85 Firmaların geri dönüşüm için Batman ilini tercih etme durumları

Firma Merkezi	Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
İstanbul	Tekstilkent	2	7	9
		%22.2	%77.8	%100.0
	OSB 5. Etap	0	3	3
		%0.0	%100.0	%100.0
	Erciş	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
İzmir	Muradiye	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
	Toplam	2	12	14
		%14.3	%85.7	%100.0
	Tekstilkent	0	3	3
		%0.0	%100.0	%100.0
Van	OSB 5. Etap	1	2	3
		%33.3	%66.7	%100.0
	Toplam	1	2	3
		%33.3	%66.7	%100.0
	Tekstilkent	1	1	2
		%50.0	%50.0	%100.0
Toplam	Toplam	1	1	2
		%50.0	%50.0	%100.0
	Tekstilkent	3	11	14
		%21.4	%78.6	%100.0
	OSB 5. Etap	1	5	6
		%16.7	%83.3	%100.0
	Erciş	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
	Muradiye	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
	Toplam	4	18	22
		%18.2	%81.8	%100.0

Firmaların geri dönüşüm için tercih ettiği illerden biri olan Batman'ı İstanbul merkezli firmalardan sadece Tekstilkent kümesinde (%22.2) ve İzmir merkezli firmalardan ise sadece OSB 5. Etap kümesinde (%33.3) tercih edildiği görülmektedir (18.4%).

Çizelge 4.86 Firmaların geri dönüşüm için Ankara ilini tercih etme durumları

Firma Merkezi	Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
İstanbul	Tekstilkent	1	8	9
		%11.1	%88.9	%100.0
	OSB 5. Etap	0	3	3
		%0.0	%100.0	%100.0
	Erciş	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
İzmir	Muradiye	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
	Toplam	2	12	14
		%14.3	%85.7	%100.0
	Tekstilkent	1	2	3
		%33.3	%66.7	%100.0
Van	OSB 5. Etap	0	3	3
		%0.0	%100.0	%100.0
	Toplam	1	5	6
		%16.7	%83.3	%100.0
	Tekstilkent	1	1	2
		%50.0	%50.0	%100.0
Toplam	Toplam	1	1	2
		%50.0	%50.0	%100.0
	Tekstilkent	2	12	14
		%14.3	%85.7	%100.0
	OSB 5. Etap	0	6	6
		%0.0	%100.0	%100.0
	Erciş	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
	Muradiye	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
	Toplam	2	20	22
		%9.1	%9.9	%100.0

Firmaların geri dönüşüm için tercih ettiği illerden biri olan Ankara'yı İstanbul merkezli firmalardan sadece Tekstilkent kümesinde (%11.1) ve İzmir merkezli firmalardan ise sadece OSB 5.Etap kümesinde (%33.3) tercih edildiği görülmektedir (%9.1).

Çizelge 4.87 Firmaların geri dönüşüm için Diyarbakır ilini tercih etme durumları

Firma Merkezi	Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
İstanbul	Tekstilkent	1	8	9
		%11.1	%88.9	%100.0
	OSB 5. Etap	0	3	3
		%0.0	%100.0	%100.0
	Erciş	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
İzmir	Muradiye	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
	Toplam	1	13	14
		%7.1	%92.9	%100.0
	Tekstilkent	2	1	3
		%66.7	%33.3	%100.0
Van	OSB 5. Etap	0	3	3
		%0.0	%100.0	%100.0
	Toplam	2	4	6
		%33.3	%66.7	%100.0
Toplam	Tekstilkent	0	2	2
		%0.0	%100.0	%100.0
	Toplam	0	2	2
		%0.0	%100.0	%100.0
Toplam	Tekstilkent	3	11	14
		%21.4	%78.6	%100.0
	OSB 5. Etap	0	6	6
		%0.0	%100.0	%100.0
	Erciş	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
Toplam	Muradiye	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
	Toplam	3	19	22
		%13.6	%86.4	%100.0

Firmaların geri dönüşüm için tercih ettiği illerden biri olan Diyarbakır'ı İstanbul merkezli firmalardan sadece Tekstilkent kümesinde (%11.1) ve İzmir merkezli firmalardan ise sadece Tekstilkent kümesinde (%66.7) tercih edildiği görülmektedir.

Çizelge 4.88 Firmaların geri dönüşüm için Adıyaman ilini tercih etme durumları

Firma Merkezi	Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
İstanbul	Tekstilkent	1 %11.1	8 %88.9	9 %100.0
	OSB 5. Etap	0 %0.0	3 %100.0	3 %100.0
	Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
	Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
	Toplam	1 %7.1	13 %92.9	14 %100.0
İzmir	Tekstilkent	1 %33.3	2 %66.7	3 %100.0
	OSB 5. Etap	0 %0.0	3 %100.0	3 %100.0
	Toplam	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Van	Tekstilkent	0 %0.0	2 %100.0	2 %100.0
	Toplam	0 %0.0	2 %100.0	2 %100.0
Toplam	Tekstilkent	2 %14.3	12 %85.7	14 %100.0
	OSB 5. Etap	0 %0.0	6 %100.0	6 %100.0
	Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
	Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
		2 %9.1	20 %9.9	22 %100.0

Firmaların geri dönüşüm için tercih ettiği illerden biri olan Adıyaman'ı İstanbul merkezli firmalardan sadece Tekstilkent kümesinde (%11.1) ve İzmir merkezli firmalardan ise sadece Tekstilkent kümesinde (%33.3) tercih edildiği görülmektedir.

Çizelge 4.89 Firmaların geri dönüşüm için İstanbul ilini tercih etme durumları

Firma Merkezi	Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
İstanbul	Tekstilkent	1 %11.1	8 %88.9	9 %100.0
	OSB 5. Etap	1 %33.3	2 %66.7	3 %100.0
	Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
	Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
	Toplam	2 %14.3	12 %85.7	14 %100.0
İzmir	Tekstilkent	0 %0.0	3 %100.0	3 %100.0
	OSB 5. Etap	0 %0.0	3 %100.0	3 %100.0
	Toplam	0 %0.0	6 %100.0	6 %100.0
Van	Tekstilkent	1 %50.0	1 %50.0	2 %100.0
	Toplam	1 %50.0	1 %50.0	2 %100.0
Toplam	Tekstilkent	2 %14.3	12 %85.7	14 %100.0
	OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
	Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
	Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
		3 %13.6	19 %86.4	22 %100.0

Firmaların geri dönüşüm için tercih ettiği illerden biri olan İstanbul'u, İstanbul merkezli Tekstilkent kümesindeki firmalar (%11.1) ve OSB 5.Etap kümesindeki (%33.3) firmalar tercih ederken Van merkezli firmalardan ise Tekstilkent kümesindeki (%50.0) firmalar tarafından tercih edildiği görülmektedir.

Çizelge 4.90 Firmaların geri dönüşüm için İzmir ilini tercih etme durumları

Firma Merkezi	Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
İstanbul	Tekstilkent	0	9	9
		%0.0	%100.0	%100.0
	OSB 5. Etap	0	3	3
		%0.0	%100.0	%100.0
	Erciş	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
İzmir	Muradiye	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
	Toplam	0	14	14
		%0.0	%100.0	%100.0
	Tekstilkent	1	2	3
		%33.3	%66.7	%100.0
Van	OSB 5. Etap	2	1	3
		%66.7	%33.3	%100.0
	Toplam	3	3	6
Toplam	Tekstilkent	0	2	2
		%0.0	%100.0	%100.0
	Toplam	0	2	2
Toplam	Tekstilkent	1	13	14
		%7.1	%92.9	%100.0
	OSB 5. Etap	2	4	6
		%33.3	%66.7	%100.0
	Erciş	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
Toplam	Muradiye	0	1	1
		%0.0	%100.0	%100.0
	Toplam	3	19	22
		%13.6	%86.4	%100.0

Firmaların geri dönüşüm için tercih ettiği illerden biri olan İzmir'i, İzmir merkezli Tekstilkent kümesindeki firmalar (%33.3) ve OSB 5.Etap kümesindeki (%66.7) firmalar tarafından tercih edildiği görülmektedir.

Çizelge 4.91 Firmaların geri dönüşüm için Van ilini tercih etme durumları

Firma Merkezi	Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
İstanbul	Tekstilkent	3 %33.3	6 %66.7	9 %100.0
	OSB 5. Etap	1 %33.3	2 %66.7	3 %100.0
	Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
	Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
	Toplam	6 %42.9	8 %57.1	14 %100.0
İzmir	Tekstilkent	0 %0.0	3 %100.0	3 %100.0
	OSB 5. Etap	0 %0.0	3 %100.0	3 %100.0
	Toplam	0 %0.0	6 %100.0	6 %100.0
Van	Tekstilkent	1 %50.0	1 %50.0	2 %100.0
	Toplam	1 %50.0	1 %50.0	2 %100.0
Toplam	Tekstilkent	4 %28.6	10 %71.4	14 %100.0
	OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
	Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
	Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
		7 %31.8	15 %68.2	22 %100.0

Firmaların geri dönüşüm için tercih ettiği illerden biri olan Van'ı; İstanbul merkezli Tekstilkent (%33.3) ve OSB 5.Etap (%33.3) kümeleri ile Erciş ve Muradiye firmaları tarafından tercih edilirken Van merkezli firmalar ise Tekstilkent kümesindeki (%50.0) firmalar tarafından tercih edildiği görülmektedir (%31.8).

4.1.6 Firma Stratejisi ve Rekabet

Bu bölüm; Firma Stratejisi, Teşvikler ve Rekabet olmak üzere üç alt başlıkta değerlendirilmektedir. Aynı zamanda bu alt başlık değişkenlerinin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında çapraz çizelge analizleri de yapılmıştır.

FİRMA STRATEJİSİ ve RAKABET	Firma Stratejisi	25	Firma/Küme, yerel veya uluslararası pazarda rekabetçi bir avantaja sahip olduğunu düşünmekte midir?	
			Firmanızın bulunduğu bölgede ekonomik büyüme ve kalkınma gözlemlediniz mi?	
			Firmanızın istihdam yaratma ve iş imkânları açısından bölgeniz için ne kadar etkili olduğunu düşünüyorsunuz?	
			Firmanızın bölgenizdeki diğer sektörler ve bölgeler üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu düşünüyor musunuz?	
			Firmanızın diğer firmalar ile bir arada olması, çevre üzerindeki etkilerini nasıl değerlendirirsiniz?	

(Porter, 1990) ,
(Barca vd, 2006),
(Altay, 2006).

Şekil 4.33 Firma Stratejisi ve Rekabet bölümü literatür kaynağı

		Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma sayısı = max aritmetik ortalama*
Firma Stratejisi	25	5	Tekstil Kent: 140/14=10
			OSB 5. Etap: 60/6=10
			Diğer: 20/2=10
		5	Tekstil Kent: 70/14=5
			OSB 5. Etap: 30/6=5
			Diğer: 10/2=5
		5	Tekstil Kent: 350/14=25
			OSB 5. Etap: 150/6=25
			Diğer: 50/2=25
		5	Tekstil Kent: 70/14=5
			OSB 5. Etap: 30/6=5
			Diğer: 10/2=5
		5	Tekstil Kent: 140/14=10
			OSB 5. Etap: 60/6=10
			Diğer: 0

Şekil 4.33 Firma Stratejisi ve Rekabet bölümü literatür kaynağı (devamı)

Firma Stratejisi ve Rekabet kategorisine 100 puan verilerek alt başlıklara ayrılmıştır. Bu alt başlıklar: Firma Stratejisi (25), Teşvikler (25) ve Rekabet (25) olmak üzere toplam 3 bölümden oluşmaktadır. Her alt başlık kümesinin aldığı maximum ağırlık puanı hesaplanarak firma sayısına bölünmüştür. Bunun sonucunda aritmetik ortalamalar elde edilmiştir.

➤ Firma Stratejisi

Bu alt değişkende Firmaların Stratejileri değerlendirilmiştir. Ayrıca firmaların uluslararası pazarda rekabetçi avantajları, bölgede ekonomik kalkınmanın gözlenmesi, istihdam ve iş imkânlarının oluşturulması ve kümelerin çevreye olan etkileri değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında Çapraz Çizelge analizleri de yapılmıştır.

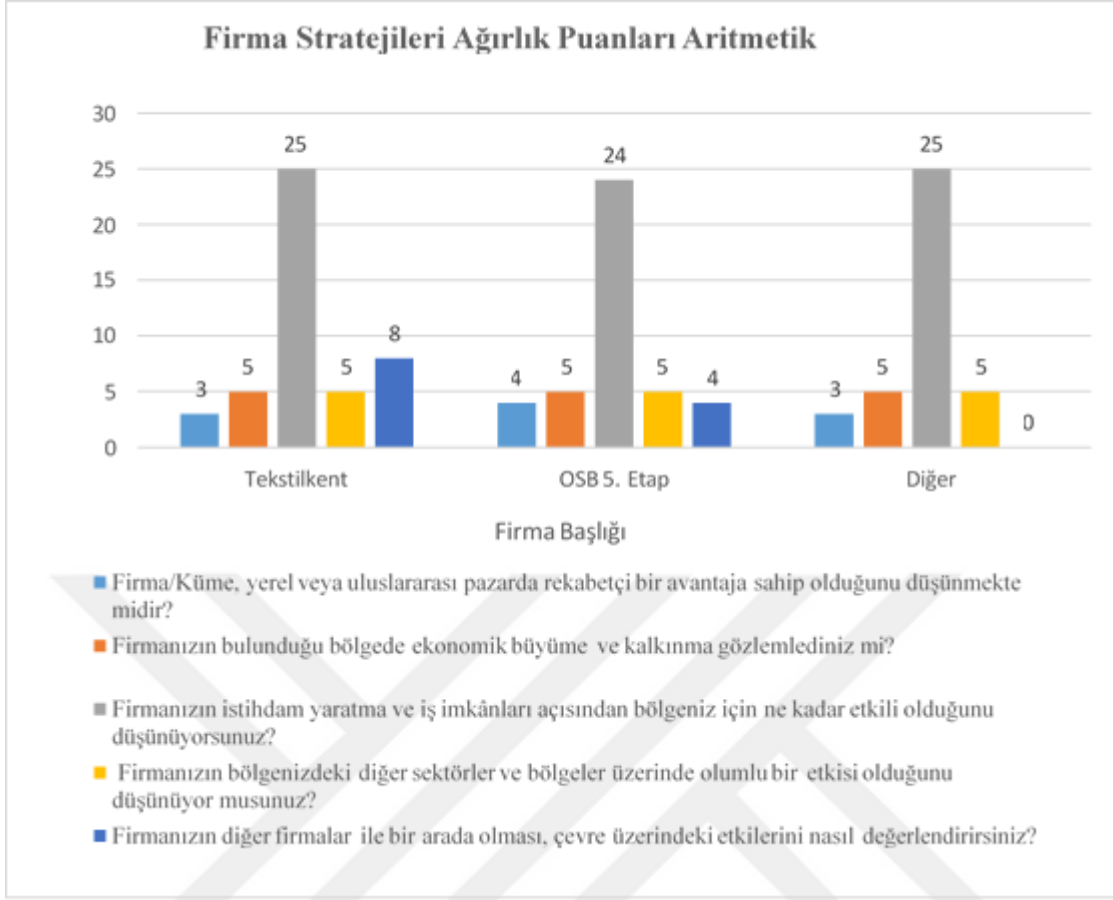
		Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma sayısı = max aritmetik ortalama*
Firma Stratejisi	25	5	Tekstilkent: 140/14=10
			OSB 5. Etap: 60/6=10
			Diğer: 20/2=10

Şekil 4.34 Firma stratejisi puanları aritmetik ortalama dağılımı

		Firmanızın bulunduğu bölgede ekonomik büyüme ve kalkınma gözlemlediniz mi?	5	Tekstil Kent:
				70/14=5
				OSB 5. Etap:
		Firmanızın istihdam yaratma ve iş imkânları açısından bölgeniz için ne kadar etkili olduğunu düşünüyorsunuz?	5	30/6=5
				Diğer:
				10/2=5
		Firmanızın bölgenizdeki diğer sektörler ve bölgeler üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu düşünüyor musunuz?	5	Tekstil Kent:
				350/14=25
				OSB 5. Etap:
		Firmanızın diğer firmalar ile bir arada olması, çevre üzerindeki etkilerini nasıl değerlendirirsiniz?	5	150/6=25
				Diğer:
				50/2=25
		Likert Dağılımı	5	Tekstil Kent:
				140/14=10
				OSB 5. Etap:
		a) Olumlu=2 b) Emin değilim=1 c) Olumsuz=0	5	60/6=10
				Diğer:
				0

Şekil 4.34 Firma stratejisi puanları aritmetik ortalama dağılımı (devamı)

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama puanı sırası ile: 10, 5, 25, 5 ve 10)



Şekil 4.35 Firma stratejileri ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin yerel veya ulusal pazarda rekabetçi avantaja sahip olma düşünceleri incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (5) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte OSB 5.Etap kümesi 4 değerini alarak yerel veya ulusal pazarda rekabetçi avantaja sahip olduğunu düşünmesi diğer kümelere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Firmaların bulundukları bölgede ekonomik büyüme ve kalkınma gözlemleri incelendiğinde her üç kümenin değeri maksimum aritmetik ortalama (5) değeri ile aynı olduğu görülmektedir. Kümeler istihdam ve iş imkânları açısından bölgede etkili olduklarını düşünme açısından incelendiğinde OSB 5.Etap kümesi 24 değerini alarak maksimum aritmetik ortalama (25) altında kaldığı görülmektedir. Diğer iki küme ise maksimum aritmetik ortalama değerinde puan aldığı görülmektedir. Kümelerin yerel veya ulusal pazarda rekabetçi avantaja sahip olma düşünceleri incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (5) altında kaldığı görülmektedir. Kümelerin bölgede ki diğer sektörler ve bölgeler üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu düşünceleri incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (5) değeri aldığı

görülmektedir. (Şekil 4.34 ve Şekil 4.35). Kümelerin diğer firmalar ile bir arada olması, çevre üzerindeki etkileri değerlendirme etkileri incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (10) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte Tekstilkent kümesi 8 değerini alarak diğer iki kümeye göre diğer firmalar ile bir arada olmanın, çevre üzerindeki etkilerinin daha çok olduğunu düşünmektedir.

Firma stratejisi alt değişkenin çapraz çizelge analizleri aşağıda verilmiştir.

Çizelge 4.92 Firmaların, yerel veya uluslararası pazarda rekabetçi bir avantaja sahip olduklarına inanma durumları

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	9 %64.3	5 %35.7	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	15 %68.2	7 %31.8	22 %100.0

Firmaların, yerel veya uluslararası pazarda rekabetçi bir avantaja sahip oldukları konusunda ki tutumlarına bakıldığında genel olarak (%68.2) evet cevabını vermişlerdir. Lokasyon bazında bakıldığında ise Tekstilkent (%64.3), OSB 5. Etap (%83.3) ve Muradiye yerel veya uluslararası pazarda rekabetçi avantaja sahip olduğunu düşünürken Erciş yerel veya uluslararası pazarda rekabetçi avantaja sahip olduğunu düşünmemektedir.

Çizelge 4.93 Firmaların bulundukları bölgede ekonomik büyüme ve kalkınma gözlemlene durumları

Firma Lokasyonu	İstihdam	Tersine göç	Toplam
Tekstilkent	10 %71.4	4 %28.6	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	17 %77.3	5 %22.7	22 %100.0

Firmaların bulunduğu bölgede ekonomik büyüme ve kalkınma üzerine yaptıkları gözlemlere bakıldığında genel olarak çoğunluğun (%77.3) İstihdam alanında gelişmelerin yaşandığını gözlemlemektedirler. Lokasyon bazında bakıldığında ise Tekstilkent'in çoğunluğu (%71.4) OSB 5. Etap ve Muradiye'nin tamamı (%100.0) İstihdam alanında gelişmelerin yaşandığını gözlemlerken Erciş'te bulunan firma ise tersine göçün yaşandığı gözleminde bulunmaktadır.

Çizelge 4.94 Firmaların bölgedeki diğer sektörler ve bölgeler üzerinde olumlu bir etkilerinin olduğuna inanma durumları

Firma Lokasyonu	Evet	Emin değilim	Toplam
Tekstilkent	13 %92.9	1 %7.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	21 %95.5	1 %4.5	22 %100.0

Firmaların bölgedeki diğer sektörler ve bölgeler üzerinde olumlu bir etkisi olduğu düşüncesine bakıldığında ise genel olarak çoğunluğun (%95.5) evet cevabı verdiği görülmektedir. Lokasyon bazında bakıldığında ise Tekstilkent'in büyük çoğunluğu

(%92.9), OSB 5. Etap, Erciş ve Muradiye'nin ise tamamının firmalarının bölgedeki diğer sektörler ve bölgeler üzerinde olumlu bir etkisi olduğu düşünülmektedirler.

Çizelge 4.95 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasından dolayı çevre üzerindeki etkilerinin durumu

Firma Lokasyonu	Olumlu	Olumsuz	Dikkate değer bir etkisi yok	Emin değilim	Toplam
Tekstilkent	7 %50.0	1 %7.1	6 %42.9	0 %0.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	2 %33.3	0 %0.0	3 %50.0	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	9 40.9%	1 %4.5	11 %50.0	1 %4.5	22 %100.0

Firmaların diğer firmalar ile bir arada olması, çevre üzerindeki etkilerine bakıldığında genel olarak (%50.0) Dikkate değer bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Lokasyon bazında bakıldığında ise Tekstilkent 'in çoğunluğunun firmalar ile bir arada olması, çevre üzerindeki etkilerini olumlu değerlendirirken OSB 5. Etap (50,0%), Erciş ve Muradiye ise Dikkate değer bir etkinin olmadığı yönünde değerlendirme yapmaktadır.

Çizelge 4.96 Firmaların istihdam yaratma ve iş imkânları açısından bölge için ne kadar etkili olduklarına inanma durumları

Firma Lokasyonu	Çok etkili	Etkili	Az etkili	Toplam
Tekstilkent	6 %42.9	7 %50.0	1 %7.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	3 %50.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	11 %50.0	10 45.%5	1 %4.5	22 %100.0

Firmaların istihdam yaratma ve iş imkânları açısından bölge için ne kadar etkili olduğu yönünde genel olarak (%50.0) çok etkili olduğu düşünülmektedir. Lokasyon bazında bakıldığında ise Tekstilkent'in çoğunluğu etkili (%50.0) yönünde cevap verirken OSB 5. Etap (%50.0), Erciş ve Muradiye ise çok etkili olduğu yönünde cevap verdiği görülmektedir.

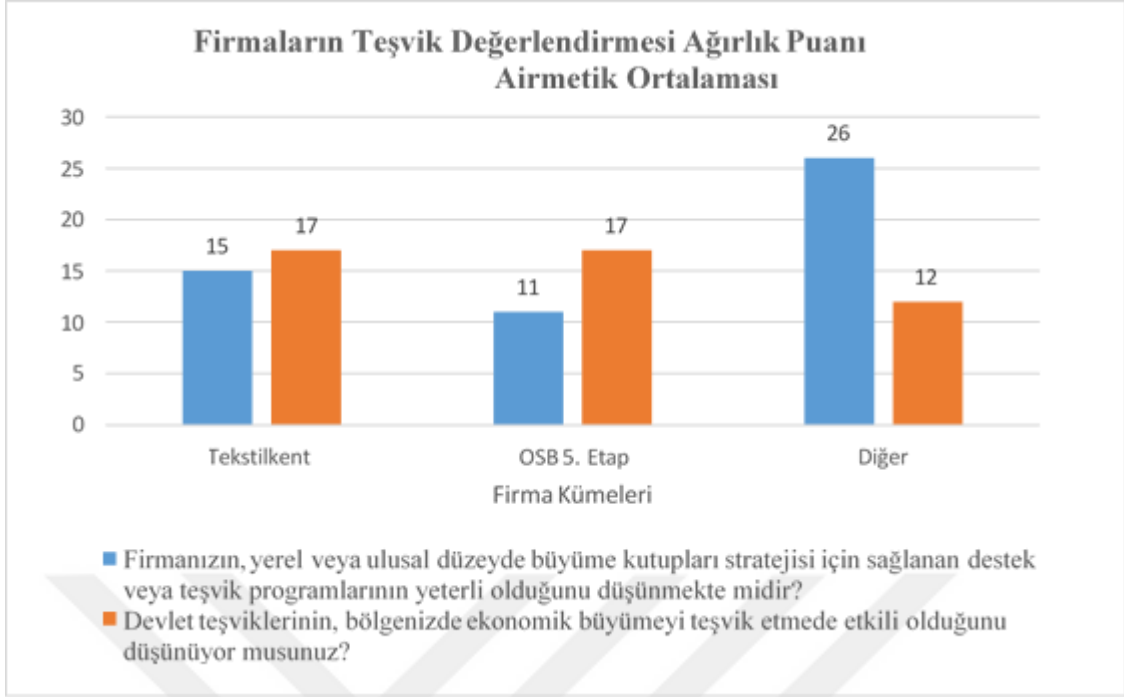
➤ Teşvikler

Bu alt değişkende firmaların almış oldukları teşvikler değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında çapraz çizelge analizleri de yapılmıştır.

			Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma sayısı = max aritmetik ortalama*
Teşvikler	25	Firmanızın, yerel veya ulusal düzeyde büyüme kutupları stratejisi için sağlanan destek veya teşvik programlarının yeterli olduğunu düşünmekte midir?	13	Tekstilkent: 546/14=39
		Likert Dağılımı		OSB 5. Etap: 234/6=39
		a) Yeterli=2 b) Kısmen=1 c) Yetersiz=0		Diğer: 78/2=39
	12	Devlet teşviklerinin, bölgenizde ekonomik büyümeyi teşvik etmede etkili olduğunu düşünüyor musunuz?	12	Tekstilkent: 336/14=24
		Likert Dağılımı		OSB 5. Etap: 144/6=24
		a) Yeterli=2 b) Emin değilim=1 c) Yetersiz=0		Diğer: 48/2=24

Şekil 4.36 Teşvik puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama puanı sırası ile: 39 ve 24)



Şekil 4.37 Firmaların teşvik değerlendirmesi ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin büyüme kutupları için sağlanan teşvikleri yeterli bulmaları incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (39) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte diğer firmalar 26 değerini alarak büyüme kutupları için sağlanan teşviklerin yeterli olduğunu bulması diğer kümelere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Kümelerin devlet teşviklerinin bölgede büyümeyi teşvik etmede ki etkisi değerlendirildiğinde üç kümede maksimum aritmetik ortalama (24) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte Tekstil Kent ve OSB 5.Etap'ın her ikisinde 17 değerini alarak diğer iki firmaya göre devlet teşviklerinin bölgede büyümeyi teşvik etmede ki etkisinin daha çok olduğunu düşünmektedir (Şekil 4.36, Şekil 4.37).

Teşvikler alt değişkeninin çapraz çizelge analizleri aşağıda verilmiştir.

Çizelge 4.97 Firmaların, yerel veya ulusal düzeyde büyüme kutupları stratejisi için sağlanan destek veya teşvik programlarının ne kadar yeterli olduğunu düşünme durumları

Firma				
Lokasyonu	Yeterli	Kısmen	Yetersiz	Toplam
Tekstilkent	2 %14.3	4 %28.6	8 %57.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	0 %0.0	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	2 %9.1	6 %27.3	14 %63.6	22 %100.0

Firmaların, yerel veya ulusal düzeyde büyüme kutupları stratejisi için sağlanan destek veya teşvik programlarının yeterli olduğu düşüncesine bakıldığında genel olarak yetersiz (%63.6) görülmektedir. Lokasyon bazında bakıldığında ise Tekstilkent (%57.1), OSB 5. Etap (%83.3) ve Muradiye yetersiz görmektedir. Erciş ise kısmen yeterli görmektedir.

Çizelge 4.98 Firmaların, devlet teşviklerinin bölgede ki ekonomik büyümeyi teşvik etmede etkili olduklarına inanma durumları

Firma				
Lokasyonu	Evet	Hayır	Emin değilim	Toplam
Tekstilkent	11 %78.6	1 %7.1	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	1 %16.7	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	16 %72.7	3 %13.6	3 %13.6	22 %100.0

Devlet teşviklerinin, bölgede ekonomik büyümeyi teşvik etmede ki etkisine bakıldığında genel olarak (%72.7) evet cevabı verilmiştir. Lokasyon bazında bakıldığında ise Tekstilkent'in (%78.6) ve OSB 5. Etap'ın (%66.7) çoğunluğu ve Erciş'in Devlet

teşviklerinin, bölgede ekonomik büyümeyi teşvik etmede ki etkisinin olduğunu düşünürken Muradiye etkili olduğunu düşünmemektedir.

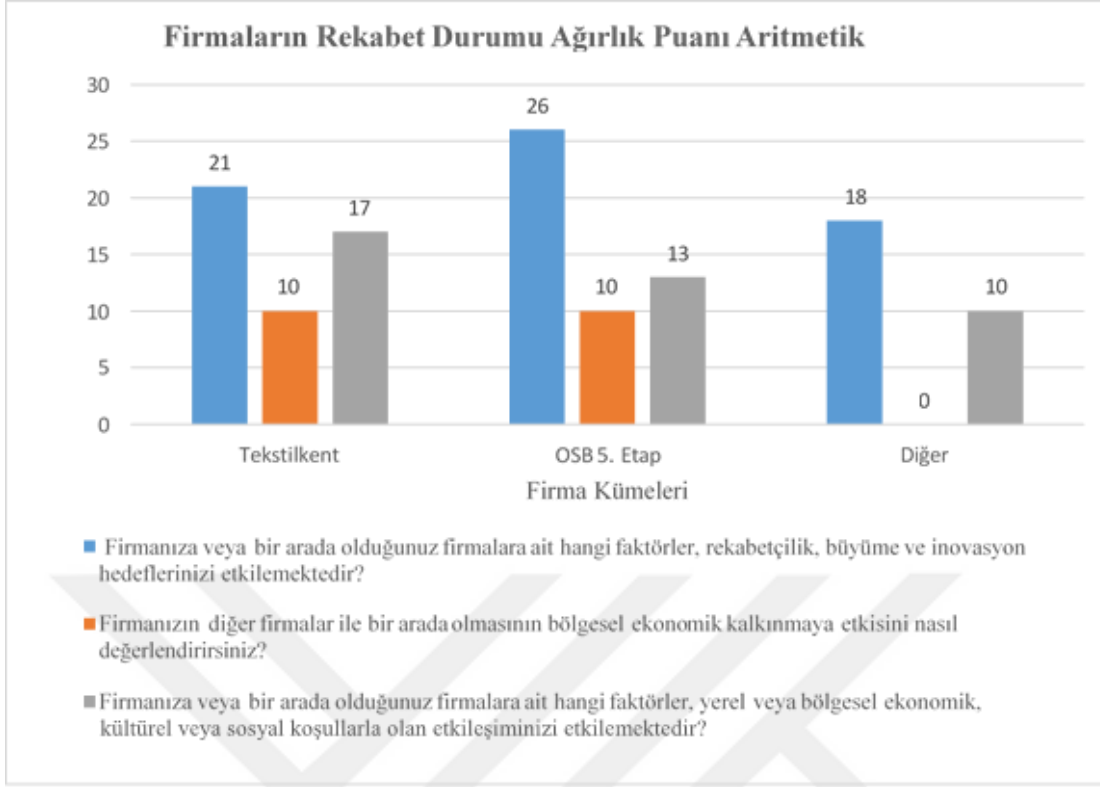
➤ Rekabet

Bu alt değişkende Rekabet, Farkındalık, Kriz Yönetimi ve Gelecek Planlaması olmak üzere 4 alt başlıkta değerlendirilmiştir. Rekabet alt başlığında firmaların rekabetçilik izlenimleri, küme olmanın sinerjisinden faydalanmaları, rekabet edebilirliği artıracak dışsal etkenler değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında çapraz çizelge analizleri de yapılmıştır.

Rekabet	15	Firmanıza veya bir arada olduğunuz firmalara ait hangi faktörler, rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerinizi etkilemektedir?	Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma sayısı = max aritmetik ortalama*
				Tekstilkent: 420/14=30
				OSB 5. Etap: 180/6=30
				Diğer: 60/2=30
Rekabet	15	Firmanızın diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomik kalkınmaya etkisini nasıl değerlendirirsiniz?	5	Tekstilkent: 140/14=10
				OSB 5. Etap: 60/6=10
				Diğer: 0
Rekabet	15	Firmanıza veya bir arada olduğunuz firmalara ait hangi faktörler, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşiminizi etkilemektedir?	5	Tekstilkent: 420/14=30
				OSB 5. Etap: 180/6=30
				Diğer: 60/2=30

Şekil 4.38 Rekabet puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama puanı sırası ile: 30, 10 ve 30)



Şekil 4.39 Firmaların rekabet durumu ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

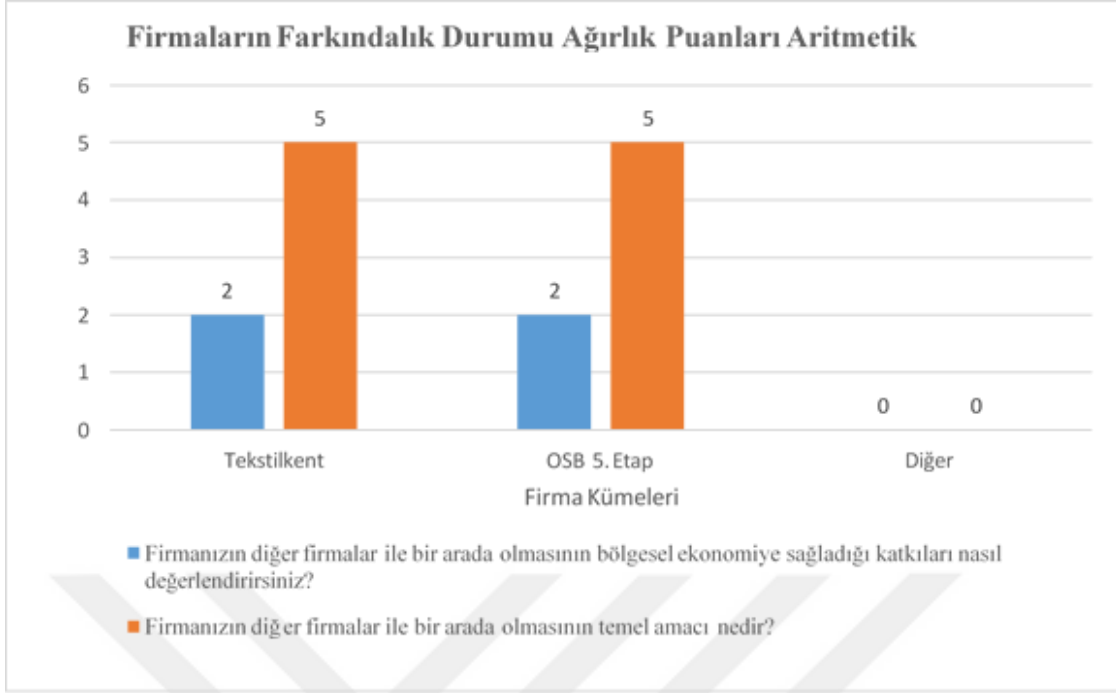
Kümelerin kendi içinde rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen faktörlerin değeri incelendiğinde, her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (30) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte OSB 5.Etap'ın 26 değerini alarak büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen faktör değeri diğer kümelere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Kümelerin bölgesel ekonomiye plan katkı değerlendirmeleri incelendiğinde OSB 5.Etap ve Tekstil Kent kümeleri maksimum aritmetik ortalama (10) değerini alırken diğer firmalar hiçbir değer almamıştır. Kümelerin yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimleri değerlendirildiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (30) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte Tekstil Kent 21 değerini alarak bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşim değeri diğer kümelere göre daha yüksek olduğu görülmektedir (Şekil 4.39, Şekil 4.39).

Farkındalık: Bu alt değişkende firmaların Rekabet edebilme sürecindeki Farkındalıkları değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında Çapraz Çizelge analizleri de yapılmıştır.

		Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma sayısı = max aritmetik ortalama*
Rekabet	Farkındalık (5)	2	Tekstilkent: 112/14=8
			OSB 5. Etap: 48/6=8
			Diğer: 0
Rekabet	Farkındalık (5)	3	Firmanızın diğer firmalar ile bir arada olmasının temel amacı nedir?
			Likert Dağılımı
			a) Benzer sektörlerdeki işletmeleri aynı bölgede toplayarak sinerjilerden yararlanmak =1
			b) Farklı sektörlerdeki işletmeleri aynı bölgede toplayarak çeşitlilik sağlamak =1
Rekabet	Farkındalık (5)	3	c) Bölgenin ekonomik kalkınmasını teşvik etmek =2
			d) Yeni istihdam olanakları yaratmak =2
			Tekstilkent: 84/14=6
			OSB 5. Etap: 36/6=6
Rekabet	Farkındalık (5)	3	Diğer: 0

Şekil 4.40 Farkındalık (Rekabet) durumu puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama puanı sırası ile: 8 ve 6)



Şekil 4.41 Farkındalık (Rekabet) durumu ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

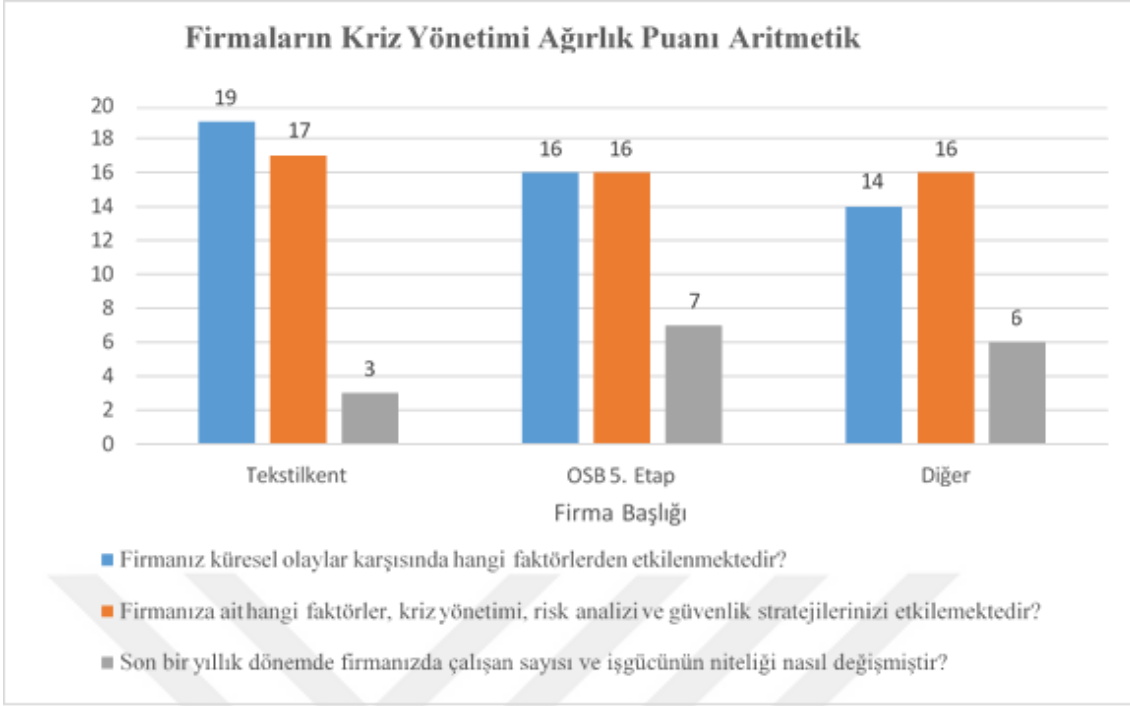
Kümelerin bölgesel ekonomiye sağladığı katkı değerlendirmesi incelendiğinde, TekstilKent ve OSB 5. Etap 2 değerini alarak maksimum aritmetik ortalama (8) altında kalırken diğer firmalar hiçbir değer almadığı görülmüştür. Firmaların bir arada olmasının temel amacının ne olduğu değeri incelendiğinde, TekstilKent ve OSB 5. Etap 5 değerini alarak maksimum aritmetik ortalama (6) altında kalırken diğer firmalar hiçbir değer almadığı görülmektedir (Şekil 4.40, Şekil 4.41)

Kriz Yönetimi: Bu alt değişkende firmaların Kriz Yönetimleri değerlendirilmiştir. Firmalar küresel olaylara karşı tutumu, kriz yönetimini ve risk analizini etkileyen faktörler ve yıllık değişen iş gücü sayıları değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında Çapraz Çizelge analizleri de yapılmıştır.

		Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma
Rekabet	Kriz Yönetimi (12)	4	Tekstil Kent: 336/14=24
			OSB 5. Etap: 144/6=24
			Diğer 48/2 =24
		4	Tekstil Kent: 280/14=20
			OSB 5. Etap: 120/6=20
			Diğer 40/2 =20
		4	Tekstil Kent: 112/14=8
			OSB 5. Etap: 48/6=8
			Diğer 16/2 =8
		Son bir yıllık dönemde firmanızda çalışan sayısı ve işgücünün niteliği nasıl değişmiştir?	
		<u>Likert Dağılımı</u> a) Arttı=2 b) Sabit=1 c) Azaldı=0	

Şekil 4.42 Kriz yönetimi (rekabet) puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama puanı sırası ile: 24, 20 ve 8)



Şekil 4.43 Kriz yönetimi (rekabet) durumu ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

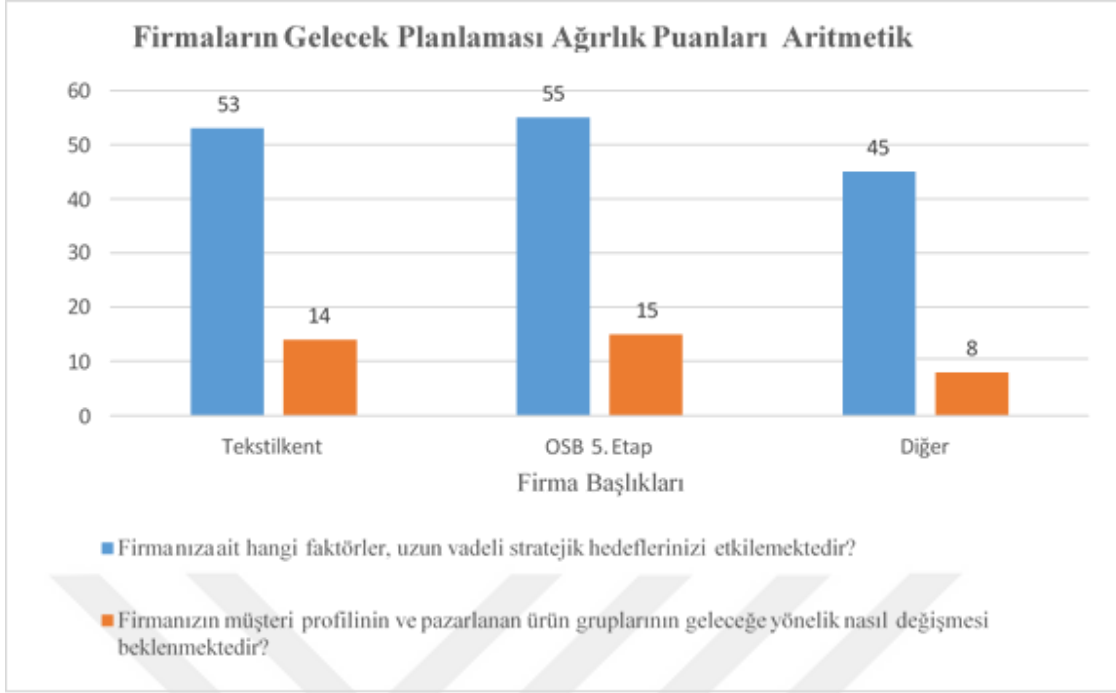
Kümelerin küresel olaylardan etkilenme değeri incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (24) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte Tekstil Kent 19 değerini alarak küresel olaylar karşısında en kırılgan küme olmuştur. (Şekil 4.42, Şekil 4.43). Kümelerin kriz yönetimini etkileyen faktör değerleri incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (20) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte Tekstil Kent 19 değerini alarak kriz yönetimini diğer kümelere göre etkileyen daha fazla faktör olduğu görülmektedir. Kümelerin son bir yıllık dönemde çalışan sayısı incelendiğinde her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (8) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte OSB 5.Etap kümesi 7 değerini alarak diğer kümelere göre işgücünün niteliğinde daha fazla değişiklik olduğu görülmektedir.

Gelecek Planlanması: Bu alt değişkende firmaların Gelecek Planları değerlendirilmiştir. Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen faktörler ve gelecekte ki müşteri profili ve pazarlanan ürün gruplarının değişim beklentileri değerlendirilmiştir. Aynı zamanda bu değişkenlerin firma lokasyonu ve firma merkezi bazında Çapraz Çizelge analizleri de yapılmıştır.

Rekabet	Gelecek Planlaması (18)	Firmanıza ait hangi faktörler, uzun vadeli stratejik hedeflerinizi etkilemektedir?	Soru ağırlık Puanı	Kümelerin toplam maximum ağırlık puanı/firma
			10	Tekstilkent: 840/14=60
				OSB 5. Etap: 360/6=60
				Diğer: 120/2
Rekabet	Gelecek Planlaması (18)	Firmanızın müşteri profilinin ve pazarlanan ürün gruplarının geleceğe yönelik nasıl değişmesi beklenmektedir?	8	Tekstilkent: 224/14=16
		Likert Dağılımı		OSB 5. Etap: 96/6=16
		a) Orta üst gelir grubuna, yüksek katma değerli ürün pazarlanması =2		Diğer 32/2= 16
		b) Yerel pazarlara, standart, katma değeri düşük ürün pazarlanması =1		

Şekil 4.44 Gelecek planlaması (rekabet) puanları aritmetik ortalama dağılımı

(*: Her sorunun kümelerine göre alabileceği maksimum aritmetik ortalama puanı sırası ile: 60 ve 16)



Şekil 4.45 Gelecek planlaması (rekabet) durumu ağırlık puanları aritmetik ortalaması grafiği

Kümelerin uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen değerler incelendiğinde, her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (60) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte OSB 5.Etap 55 değerini alarak uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen değerlerin diğer kümelere göre daha kapsamlı olduğu görülmektedir. Kümelerin müşteri profilinin ve pazarlanan ürün gruplarının geleceğe yönelik nasıl değişmesi beklendiği incelendiğinde, her üç kümede maksimum aritmetik ortalama (16) altında kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte OSB 5.Etap 15 değerini alarak müşteri profilinin ve pazarlanan ürün gruplarının geleceğe yönelik değişim beklentisi diğer kümelere göre daha daha yüksek olduğu görülmektedir (Şekil 44, Şekil 4.45).

Rekabet alt değişkenin çapraz çizelge analizleri aşağıda verilmiştir.

Çizelge 4.99 Firmaların/kümelerin rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen faktörlerin dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
Küresel pazardaki rekabetçi baskılar	Evet	15 %68.2
	Hayır	7 %31.8
Yeni pazarlara açılma stratejileri	Evet	16 %72.7
	Hayır	6 %27.3
Ürün ve süreç inovasyonu	Evet	12 %54.5
	Hayır	10 %45.5
Marka ve müşteri ilişkileri yönetimi	Evet	14 %63.6
	Hayır	8 %36.4
Fiyat ve maliyet yönetimi	Evet	19 %86.4
	Hayır	3 %13.6
İşbirlikleri ve ortaklıklar	Evet	18 %81.8
	Hayır	4 %18.2

Firmaların veya bir arada olunan firmalara ait, rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen faktörlere bakıldığında Fiyat ve maliyet yönetimi (%86.4) gelmektedir. Devamında sırası ile İşbirlikleri ve ortaklıklar (%81.8), Yeni pazarlara açılma stratejileri (%72.7), Küresel pazardaki rekabetçi baskılar (%68.2), Marka ve müşteri ilişkileri yönetimi (%63.6) gelirken son sırada ise Ürün ve süreç inovasyonunun (%54.5) geldiği görülmektedir.

Çizelge 4.100'ün alt parametreleri olarak firma lokasyonu bazında Çizelge 4.101-4.102-4.103-4.104-4.105-4.106 oluşturulmuştur.

Çizelge 4.100 Firmaların/kümelerin rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen, küresel pazardaki rekabetçi baskılar faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	9 %64.3	5 %35.7	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	15 %68.2	7 %31.8	22 %100.0

Firmaların veya bir arada olunan firmalara ait, rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen faktörlerden biri olan Küresel pazardaki rekabetçi baskılar faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) Tekstilkent kümesinden (%64.3) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmalarını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.101 Firmaların/kümelerin rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen, yeni pazarlara açılma stratejileri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	10 %71.4	4 %28.6	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	16 %72.7	6 %27.3	22 %100.0

Firmaların veya bir arada olunan firmalara ait, rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen faktörlerden biri olan Yeni pazarlara açılma stratejileri faktörü OSB 5. Etap kümesini (%83.3) Tekstilkent kümesinden (%71.4) daha fazla etkilediği görülürken Erciş firmasını ise etkilemediği Muradiye firmasını ise etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.102 Firmaların/kümelerin rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen, ürün ve süreç inovasyonu faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	8 %57.1	6 %42.9	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	12 %54.5	10 45.%5	22 %100.0

Firmaların veya bir arada olunan firmalara ait, rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen faktörlerden biri olan Ürün ve süreç inovasyonu faktörü OSB 5. Etap kümesini (%66.7) Tekstilkent kümesinden (%57.1) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmalarını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.103 Firmaların/kümelerin rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen, marka ve müşteri ilişkileri yönetimi faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	9 %64.3	5 %35.7	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	14 %63.6	8 %36.4	22 %100.0

Firmaların veya bir arada olunan firmalara ait, rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen faktörlerden biri olan Marka ve müşteri ilişkileri yönetimi faktörü OSB 5. Etap kümesini (%83.3) Tekstilkent kümesinden (%64.3) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmalarını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.104 Firmaların/kümelerin rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen, fiyat ve maliyet yönetimi faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	12 %85.7	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	19 %86.4	3 %13.6	22 %100.0

Firmaların veya bir arada olunan firmalara ait, rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen faktörlerden biri olan Fiyat ve maliyet yönetimi faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) Tekstilkent kümesinden (%85.7) daha fazla etkilediği görülürken Erciş firmasını ise etkilemediği Muradiye firmasını ise etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.105 Firmaların/kümelerin rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen, işbirlikleri ve ortaklıklar faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	12 %85.7	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	18 %81.8	4 %18.2	22 %100.0

Firmaların veya bir arada olunan firmalara ait, rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen faktörlerden biri olan Fiyat ve maliyet yönetimi faktörü Tekstilkent kümesini (%85.7) OSB 5. Etap kümesinden (%83.3) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye firmasını ise etkilemediği Erciş firmasını ise etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.106 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı katkıları değerlendirmelerinin dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
Yeni yatırımların çekilmesi ve bölgeye ekonomik canlılık kazandırması	Evet	14 %70.0
	Hayır	6 %30.0
İstihdam yaratması ve yerel ekonomiye hareketlilik	Evet	19 %95.5
	Hayır	1 %5.0
Bölgedeki diğer işletmelerle işbirliği yaparak karşılıklı bağımlılıkları artırması	Evet	4 %20.0
	Hayır	16 %80.0
İnovasyon ve teknoloji transferi gibi alanlarda bölgeye katkı sağlaması	Evet	7 %35.0
	Hayır	13 %65.0

Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı katkılara bakıldığında ilk sırada İstihdam yaratması ve yerel ekonomiye hareketlilik (95,%5) gelmektedir. Devamında sırası ile Yeni yatırımların çekilmesi ve bölgeye ekonomik canlılık kazandırması (70%), İnovasyon ve teknoloji transferi gibi alanlarda bölgeye katkı sağlaması (35%) gelirken son sırada ise Bölgedeki diğer işletmelerle işbirliği yaparak karşılıklı bağımlılıkları artırması (20%) faktörü gelmektedir.

Çizelge 4.107'nin alt parametresi olarak firma lokasyonu bazında çizelge 4.108-4.109-4.110-4.111 oluşturulmuştur.

Çizelge 4.107 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı, yeni yatırımların çekilmesi ve bölgeye ekonomik canlılık kazandırması katkısı

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	11 %78.6	3 %21.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	3 %50.0	6 %100.0
Toplam	14 7%0.0	6 3%0.0	20 %100.0

Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı katkılar değerlendirildiğinde Yeni yatırımların çekilmesi ve bölgeye ekonomik canlılık kazandırması faktörü Tekstilkent kümesini (%78.6) OSB 5. Etap kümesinden (%50.0) daha fazla etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.108 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı, istihdam yaratması ve yerel ekonomiye hareketlilik katkısı

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	14 %100.0	0 %0.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	1 %16.7	6 %100.0
Toplam	19 95.0%	1 5.0%	20 %100.0

Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı katkılar değerlendirildiğinde Yeni yatırımların çekilmesi ve bölgeye ekonomik canlılık kazandırması faktörü Tekstilkent kümesini (%100.0) OSB 5. Etap kümesinden (%83.3) daha fazla etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.109 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı, bölgedeki diğer işletmelerle işbirliği yaparak karşılıklı bağımlılıkları artırması katkısı

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	3 %21.4	11 %78.6	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Toplam	4 2%0.0	16 8%0.0	20 %100.0

Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı katkılar değerlendirildiğinde Yeni yatırımların çekilmesi ve bölgeye ekonomik canlılık kazandırması faktörü Tekstilkent kümesini (%21.4) OSB 5. Etap kümesinden (%16.7) daha fazla etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.110 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı, İnovasyon ve teknoloji transferi gibi alanlarda bölgeye katkı sağlaması katkısı

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	6 %42.9	8 %57.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Toplam	7 35.0%	13 65.0%	20 %100.0

Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı katkılar değerlendirildiğinde Yeni yatırımların çekilmesi ve bölgeye ekonomik canlılık kazandırması faktörü Tekstilkent kümesini (%42.9) OSB 5. Etap kümesinden (%16.7) daha fazla etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.111 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının temel amacının ne olduğu hakkında ki görüşlerinin dağılımı

Firma Lokasyonu	Benzer sektörlerdeki işletmeleri aynı bölgede toplayarak sinerjilerden yararlanmak	Farklı sektörlerdeki işletmeleri aynı bölgede toplayarak çeşitlilik sağlamak	Bölgenin ekonomik kalkınmasını teşvik etmek	Yeni istihdam olanakları yaratmak	Toplam
Tekstilkent	3 %21.4	2 %14.3	5 %35.7	4 %28.6	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	2 %33.3	0 %0.0	3 %50.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	0 %0.0	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	5 %22.7	4 %18.2	6 %27.3	7 %31.8	22 %100.0

Firmalara diğer firmalar ile bir arada olmasının temel amacı nedir sorusu sorulduğunda genel olarak (%31.8) Yeni istihdam olanakları yaratmak cevabının verildiği görülmektedir. Lokasyon bazında bakıldığında ise Tekstilkent'te en çok (%35.7) Bölgenin ekonomik kalkınmasını teşvik etmek cevabının verildiği görülürken OSB 5.

Etap'ta ise (%33.3) Farklı sektörlerdeki işletmeleri aynı bölgede toplayarak çeşitlilik sağlamak cevabının verildiği görülmektedir. Erciş'te ise Benzer sektörlerdeki işletmeleri aynı bölgede toplayarak cevabı verilirken Muradiye'de ise Bölgenin ekonomik kalkınmasını teşvik etmek cevabının verildiği görülmektedir.

Çizelge 4.112 Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomik kalkınmaya etkisini değerlendirme durumları

Firma				
Lokasyonu	Çok olumlu	Olumlu	Nötr	Toplam
Tekstilkent	9 %64.3	4 %28.6	1 %7.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	1 %16.7	1 %16.7	6 %100.0
Toplam	13 65.0%	5 25.0%	2 1%0.0	20 %100.0

Firmaların diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomik kalkınmaya olan etkisine bakıldığında genel olarak firmalar (65.0%) çok olumlu yanıtını vermişlerdir. Lokasyon bazında bakıldığında ise Tekstilkent (%64.3) ve OSB 5. Etap'ın (%66.7) çoğunluğu firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomik kalkınmaya olan etkisini çok olumlu olarak görmektedir.

Çizelge 4.113 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen faktörlerin dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
Yerel hammadde temini	Evet	6 %27.3
	Hayır	12 %7.7
Yerel işgücü ve yetenekler	Evet	14 %63.6
	Hayır	8 %36.4
Yerel talep ve tüketici tercihleri	Evet	6 %27.3
	Hayır	12 %72.7
Yerel kültürel ve sosyal normlar	Evet	12 %54.5
	Hayır	10 %45.5
Yerel düzenlemeler ve politikalar	Evet	17 %77.27
	Hayır	5 %22.73
Yerel toplum ve paydaşlarla ilişkiler	Evet	12 %54.5
	Hayır	10 %45.5
Etki yok	Evet	1 %4.5
	Hayır	21 %95.5

Firmaların veya bir arada bulunan firmalara ait faktörler, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimini etkileyen durumlara bakıldığında ilk sırada Yerel düzenlemeler ve politikaların (%77.7) geldiği görülmektedir. Devamında sırası ile; Yerel işgücü ve yetenekler (%63.6), Yerel toplum ve paydaşlarla ilişkiler ve Yerel kültürel ve sosyal normlar (%54.5), Yerel hammadde temini ve Yerel talep ve tüketici tercihleri (%27.3) gelmektedir. Son sırada ise bir firma (%4.5), Firmaların veya bir arada bulunan firmalara ait faktörler, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullara etkisinin olmadığını söylemektedir.

Çizelge 4.114'ün alt parametresi olarak firma lokasyonu bazında Çizelge 4.115-4.116-4.117-4.118-4.119-4.120-4.121 oluşturulmuştur.

Çizelge 4.114 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen yerel hammadde temini faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	5 %35.7	9 %64.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	6 %27.3	16 %72.7	22 %100.0

Firmaların veya bir arada bulunan firmalara ait faktörler, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimini etkileyen faktörlerden biri olan Yerel hammadde temini faktörü Tekstilkent kümesini (%35.7) OSB 5. Etap kümesinden (%16.7) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.115 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen yerel işgücü ve yetenekler faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	9 %64.3	5 %35.7	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	14 %63.6	8 %36.4	22 %100.0

Firmaların veya bir arada bulunan firmalara ait faktörler, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimini etkileyen faktörlerden biri olan Yerel işgücü ve yetenekler faktörü OSB 5. Etap kümesini (%66.7) Tekstilkent kümesinden (%64.3) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye firmasını da etkilediği ve Erciş firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.116 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen yerel talep ve tüketici tercihleri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	5 %35.7	9 %64.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	6 %27.3	16 %72.7	22 %100.0

Firmaların veya bir arada bulunan firmalara ait faktörler, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimini etkileyen faktörlerden biri olan Yerel talep ve tüketici tercihleri faktörü Tekstilkent kümesini (%35.7) OSB 5. Etap kümesinden (%16.7) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.117 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen yerel kültürel ve sosyal normlar faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	9 %64.3	5 %35.7	14 %100.0
OSB 5. Etap	2 %33.3	4 %66.7	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	12 %54.5	10 45.%5	22 %100.0

Firmaların veya bir arada bulunan firmalara ait faktörler, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimini etkileyen faktörlerden biri olan Yerel kültürel ve sosyal normlar faktörü Tekstilkent kümesini (%64.3) OSB 5. Etap kümesinden (%33.3) daha fazla etkilediği görülürken Erciş firmasını da etkilediği ve Muradiye firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.118 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen yerel düzenlemeler ve politikalar faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	11 %78.6	3 %21.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	17 %77.3	5 %22.7	22 %100.0

Firmaların veya bir arada bulunan firmalara ait faktörler, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimini etkileyen faktörlerden biri olan Yerel kültürel ve sosyal normlar faktörü OSB 5. Etap kümesini (%83.3) Tekstilkent kümesinden (%78.6) daha fazla etkilediği görülürken Erciş firmasını da etkilediği ve Muradiye firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.119 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen yerel toplum ve paydaşlarla ilişkiler faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	8 %57.1	6 %42.9	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	3 %50.0	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	12 %54.5	10 45.%5	22 %100.0

Firmaların veya bir arada bulunan firmalara ait faktörler, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimini etkileyen faktörlerden biri olan Yerel toplum ve paydaşlarla ilişkiler faktörü Tekstilkent kümesini (%57.1) OSB 5.

Etap kümesinden (%50.0) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye firmasını da etkilediği ve Erciş firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.120 Firmaların/kümelerin, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimlerini etkileyen faktörlerin etkisinin olmaması durumu

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	0 %0.0	14 %100.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	1 %4.5	21 %95.5	22 %100.0

Firmaların veya bir arada bulunan firmalara ait faktörler, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşimini etkileyen faktörlerin etkisinin olmadığı sadece OSB 5. Etap kümesinde (%16.7) görülmektedir.

Çizelge 4.121 Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarını etkileyen faktörlerin dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
Ticari ve ekonomik belirsizlikler	Evet	21 %95.5
	Hayır	1 %4.5
Gümrük vergileri ve ticaret kısıtlamaları	Evet	17 %77.3
	Hayır	5 %22.7
Politik istikrarsızlık ve riskler	Evet	19 %86.4
	Hayır	3 %13.6
Küresel ekonomik dengesizlikler	Evet	20 %90.9
	Hayır	2 %9.1
Lojistik ve tedarik zinciri karmaşıklığı	Evet	18 %81.8
	Hayır	4 %18.2
Finansal erişim zorluğu	Evet	20 %90.1
	Hayır	2 %9.9

Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarına bakıldığında ilk sırada Ticari ve ekonomik belirsizlikler (%95.5) gelirken devamında sırası ile Küresel ekonomik dengesizlikler ve Finansal erişim zorluğu (%90.9), Politik istikrarsızlık ve riskler (%86.4), Lojistik ve tedarik zinciri karmaşıklığı (%81.8), Son olarak Gümrük vergileri ve ticaret kısıtlamaları (%77.3) gelmektedir.

Çizelge 4.122'nin alt parametresi olarak firma lokasyonu bazında Çizelge 4.123-4.124-4.125-4.126-4.127-4.128 oluşturulmuştur.

Çizelge 4.122 Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarını etkileyen ticari ve ekonomik belirsizlikler faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	14 %100.0	0 %0.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	21 %95.5	1 %4.5	22 %100.0

Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarına etki faktörlerinden biri olan Ticari ve ekonomik belirsizlikler faktörü Tekstilkent kümesini (%100.0) OSB 5. Etap kümesinden (%83.3) daha fazla etkilediği görülürken Muradiye ve Erciş firmalarını ise etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.123 Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarını etkileyen gümrük vergileri ve ticaret kısıtlamaları faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	13 %92.9	1 %7.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	3 %50.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	17 %77.3	5 %22.7	22 %100.0

Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarına etki faktörlerinden biri olan Gümrük vergileri ve ticaret kısıtlamaları faktörü Tekstilkent kümesini (%92.9) OSB 5. Etap

kümesinden (%50.0) daha fazla etkilediği görülürken Erciş firmasını da etkilediği ve Muradiye firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.124 Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarını etkileyen politik istikrarsızlık ve riskler faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	13 %92.9	1 %7.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	19 %86.4	3 %13.6	22 %100.0

Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarına etki faktörlerinden biri olan Politik istikrarsızlık ve riskler faktörü Tekstilkent kümesini (%92.9) OSB 5. Etap kümesinden (%83.3) daha fazla etkilediği görülürken Erciş firmasını da etkilediği ve Muradiye firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.125 Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarını etkileyen küresel ekonomik dengesizlikler faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	12 %85.7	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	20 %9.9	2 %9.1	22 %100.0

Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarına etki faktörlerinden biri olan Politik istikrarsızlık ve riskler faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) Tekstilkent kümesinden (%85.7) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmalarını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.126 Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarını etkileyen lojistik ve tedarik zinciri karmaşıklığı faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	14 %100.0	0 %0.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	3 %50.0	3 %50.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	18 %81.8	4 %18.2	22 %100.0

Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarına etki faktörlerinden biri olan Lojistik ve tedarik zinciri karmaşıklığı faktörü Tekstilkent kümesini (%100.0) OSB 5. Etap kümesinden (%50.0) daha fazla etkilediği görülürken Erciş firmasını da etkilediği ve Muradiye firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.127 Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarını etkileyen finansal erişim zorluğu faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	1 %7.1	13 %92.9	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	2 %9.1	20 %90.9	22 %100.0

Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarına etki faktörlerinden biri olan Finansal erişim zorluğu faktörü OSB 5. Etap kümesini (%16.7) Tekstilkent kümesinden (%7.1) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.128 Firmaların kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerini etkileyen faktörlerin dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
Kriz ve risk yönetimi planları	Evet	21 %95.5
	Hayır	1 %4.5
Risk analizi ve değerlendirmesi süreçleri	Evet	15 %68.2
	Hayır	7 %31.8
Tedarik zinciri güvenliği ve lojistik yönetimi	Evet	16 %72.7
	Hayır	6 %27.3
Kriz iletişimi ve paydaş yönetimi	Evet	16 %72.7
	Hayır	6 %27.3
Sigorta ve risk transferi stratejileri	Evet	15 %68.2
	Hayır	7 %31.8
Acil durum ve felaket yönetimi planları	Evet	13 %59.1
	Hayır	9 40.9%

Firmalara ait kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerini etkileyen faktörlere bakıldığında ilk sırada Kriz ve risk yönetimi planları (95.5%) gelirken devamında sırası ile Tedarik zinciri güvenliği ve lojistik yönetimi (%72.7), Sigorta ve risk transferi stratejileri ve Risk analizi ve değerlendirmesi süreçleri (%68.2) gelmektedir. Son olarak ise Acil durum ve felaket yönetimi planları (%59.1) gelmektedir.

Çizelge 129'un alt parametresi olarak firma lokasyonu bazında Çizelge 4.130-4.131-4.132-4.133-4.134-4.135 oluşturulmuştur.

Çizelge 4.129 Firmaların kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerinizi etkileyen, kriz ve risk yönetimi planları faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	1 %7.1	13 %92.9	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	2 %9.1	20 %9.9	22 %100.0

Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarına etki faktörlerden biri olan Kriz ve risk yönetimi planları faktörü OSB 5. Etap kümesini (%83.3) Tekstilkent kümesinden (%57.1) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmasını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.130 Firmaların kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerinizi etkileyen, risk analizi ve değerlendirmesi süreçleri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	1 %7.1	13 %92.9	14 %100.0
OSB 5. Etap	1 %16.7	5 %83.3	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	2 %9.1	20 %9.9	22 %100.0

Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarına etki faktörlerden biri olan Risk analizi ve değerlendirmesi süreçleri faktörü OSB 5. Etap kümesini (%83.3) Tekstilkent

kümesinden (%57.1) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmasını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.131 Firmaların kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerinizi etkileyen, tedarik zinciri güvenliği ve lojistik yönetimi faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	11 %78.6	3 %21.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	16 %72.7	6 %27.3	22 %100.0

Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarına etki faktörlerden biri olan Tedarik zinciri güvenliği ve lojistik yönetimi faktörü OSB 5. Etap kümesini (%83.3) Tekstilkent kümesinden (%78.6) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.132 Firmaların kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerinizi etkileyen, kriz iletişimi ve paydaş yönetimi faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	9 %64.3	5 %35.7	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	16 %72.7	6 %27.3	22 %100.0

Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarına etki faktörlerden biri olan Tedarik

zinciri güvenliği ve lojistik yönetimi faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) Tekstilkent kümesinden (%64.3) daha fazla etkilediği görülürken Erciş firmasını da etkilediği ve Muradiye firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.133 Firmaların kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerinizi etkileyen, sigorta ve risk transferi stratejileri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	9 %64.3	5 %35.7	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	15 %68.2	7 %31.8	22 %100.0

Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarına etki faktörlerden biri olan Sigorta ve risk transferi stratejileri faktörü OSB 5. Etap kümesini (%66.7) Tekstilkent kümesinden (%64.3) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmalarını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.134 Firmaların kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerinizi etkileyen, acil durum ve felaket yönetimi planları faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	8 %57.1	6 %42.9	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	13 %59.1	9 40.9%	22 %100.0

Firmaların politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamalarına etki faktörlerinden biri olan Acil durum ve felaket yönetimi planları faktörü OSB 5. Etap kümesini (%66.7) Tekstilkent kümesinden (%57.1) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmalarını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.135 Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen faktörlerin dağılımı

Faktörler	Etki Durumu	Firma sayısı
Pazar payı ve büyüme hedefleri	Evet	19 %86.4
	Hayır	3 %13.6
Karlılık ve sermaye getirisi hedefleri	Evet	21 %95.5
	Hayır	1 %4.5
Müşteri memnuniyeti ve sadakati hedefleri	Evet	21 %95.5
	Hayır	1 %4.5
İnovasyon ve sürekli gelişim hedefleri	Evet	15 %68.2
	Hayır	7 %31.8
Çalışan memnuniyeti ve yetenek geliştirme hedefleri	Evet	18 %81.8
	Hayır	4 %18.2
Sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik hedefleri	Evet	19 %86.4
	Hayır	3 %13.6

Firmalara ait, uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen faktörlere bakıldığında ilk sırada Karlılık ve sermaye getirisi hedefleri ve Müşteri memnuniyeti ve sadakati hedefleri (%95.5) gelmektedir. Devamında sırası ile Pazar payı ve büyüme hedefleri (%86.4), Çalışan memnuniyeti ve yetenek geliştirme hedefleri ve Sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik hedefleri (%86.4) gelmektedir. Son olarak ise İnovasyon ve sürekli gelişim hedefleri (%68.2) gelmektedir.

Çizelge 4.136'nın alt parametreleri olarak firma lokasyonu bazında Çizelge 4.137-4.138-4.139-4.140-4.141-4.142 oluşturulmuştur.

Çizelge 4.136 Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen, pazar payı ve büyüme hedefleri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	12 %85.7	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	19 %86.4	3 %13.6	22 %100.0

Firmalara ait, uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen etki faktörlerinden biri olan Pazar payı ve büyüme hedefleri faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) Tekstilkent kümesinden (%85.7) daha fazla etkilediği görülürken Erciş firmasını da etkilediği ve Muradiye firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.137 Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen, karlılık ve sermaye getirisi hedefleri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	14 %100.0	0 %0.0	14 %100.0
OSB 5. Etap	5 %83.3	1 %16.7	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	21 %95.5	1 %4.5	22 %100.0

Firmalara ait, uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen etki faktörlerinden biri olan Karlılık ve sermaye getirisi hedefleri faktörü Tekstilkent kümesini (%100.0) OSB 5. Etap

kümesinden (%83.3) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmalarını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.138 Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen, müşteri memnuniyeti ve sadakati hedefleri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	13 %92.9	1 %7.1	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Toplam	21 %95.5	1 %4.5	22 %100.0

Firmalara ait, uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen etki faktörlerinden biri olan Müşteri memnuniyeti ve sadakati hedefleri faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) Tekstilkent kümesinden (%92.9) daha fazla etkilediği görülürken Erciş ve Muradiye firmalarını da etkilediği görülmektedir.

Çizelge 4.139 Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen, inovasyon ve sürekli gelişim hedefleri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	10 %71.4	4 %28.6	14 %100.0
OSB 5. Etap	4 %66.7	2 %33.3	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	15 10	7 4	22 14

Firmalara ait, uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen etki faktörlerinden biri olan İnovasyon ve sürekli gelişim hedefleri faktörü Tekstilkent kümesini (%71.4) OSB 5. Etap

kümesinden (%66.7) daha fazla etkilediği görülürken Erciş firmasını da etkilediği ve Muradiye firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

Çizelge 4.140 Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen, çalışan memnuniyeti ve yetenek geliştirme hedefleri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	11 %78.6	3 %21.4	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	18 %81.8	4 %18.2	22 %100.0

Firmalara ait, uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen etki faktörlerden biri olan Çalışan memnuniyeti ve yetenek geliştirme hedefleri faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0) Tekstilkent kümesinden (%78.6) daha fazla etkilediği görülürken Erciş firmasını da etkilediği ve Muradiye firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

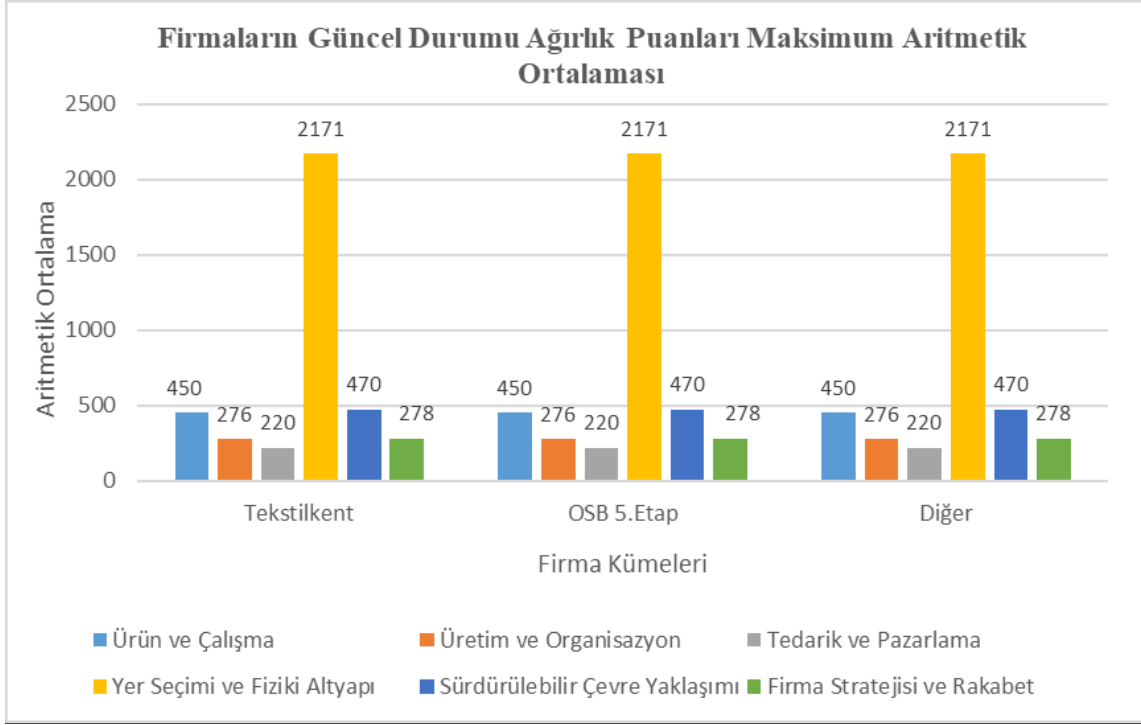
Çizelge 4.141 Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik hedefleri faktörü

Firma Lokasyonu	Evet	Hayır	Toplam
Tekstilkent	12 %85.7	2 %14.3	14 %100.0
OSB 5. Etap	6 %100.0	0 %0.0	6 %100.0
Erciş	1 %100.0	0 %0.0	1 %100.0
Muradiye	0 %0.0	1 %100.0	1 %100.0
Toplam	19 %86.4	3 %13.6	22 %100.0

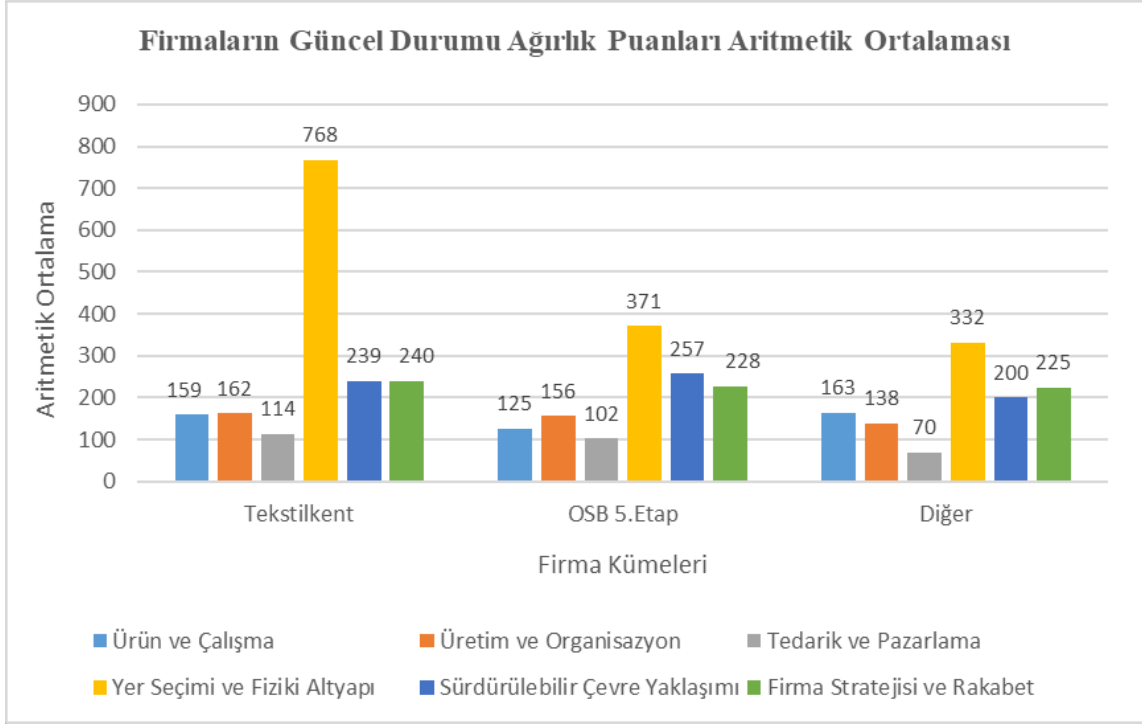
Firmalara ait, uzun vadeli stratejik hedeflerini etkileyen etki faktörlerden biri olan Sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik hedefleri faktörü OSB 5. Etap kümesini (%100.0)

Tekstilkent kümesinden (%85.7) daha fazla etkilediği görülürken Erciş firmasını da etkilediği ve Muradiye firmasını ise etkilemediği görülmektedir.

4.1.7 Saha Değerlendirilmesi Genel Sonucu



Şekil 4.46 Firmaların güncel durumu ağırlık puanları maksimum aritmetik ortalaması genel sonucu grafiği



Şekil 4.47 Firmaların güncel durumu ağırlık puanları aritmetik ortalaması genel sonucu grafiği

Kümelerin alabileceği maksimum ağırlık puanı aritmetik ortalaması şekil 4.46’da verilmiştir. Şekil 4.47 ise kümelerin almış olduğu ağırlık puanı aritmetik ortalaması verilmiştir. Grafikler karşılaştırıldığında kümelerin tüm parametrelerde maksimum aritmetik ortalama değerinin altında kaldığı görülmektedir.

Kümeler ürün ve çalışmada oldukça zayıf kalmışlardır. Buna paralel olarak tedarik ve pazarlama yapıları olması gereken seviyenin altında kalmıştır. Üretim ve organizasyonda (Ar-Ge, yenilik, yetenek geliştirme, sermaye ve organizasyon) kısmen başarılı olduğunu söylenebilir. Bir küme ne kadar Ar-Ge ve inovasyonda başarılı olursa rekabet edebilirliği de o kadar artar. Şekil 4.47’de de görülebileceği gibi kümeler üretim ve organizasyonda ki performansları, Firma stratejisi ve rekabete yansımıştır. Kümelerin firma stratejisi ve rekabette ki (firma stratejisi, rekabet ve teşvikler) başarıları Van tekstil sanayisinin sürdürülebilirliği için temel etken oluşturmaktadır. Kümelerin en başarısız bulunduğu değişken Yer seçimi ve Fiziki Altyapı (yer seçimi, altyapı ve lojistik) olmuştur. Bu da firmaların küme yer seçiminden kaynaklı sorunlar yaşadığını göstermektedir. Ayrıca ek olarak kümeler sürdürülebilir Çevre Yaklaşımları değişkeninde de

(sürdürülebilir çevresel etkiler, yenilenebilir enerji ve geri dönüşüm) olması gereken değerin altında kalmıştır.

4.2 LQ Analizi

Lokasyon katsayısı, bir bölgenin ve illerinin karşılaştırmalı üstünlüğünü belirlemek, mevcut sektörler arasında ki yoğunlaşma ve uzmanlaşmayı göstermek için kullanılan Location Quotient (LQ); az gelişmiş bölgelerin kalkınmasında, strateji ve planların uygulanmasında destekleyici rol oynamaktadır. Ekonomik faaliyetin yoğunlaştığı alanların belirlenmesine ve yorumlanmasına olanak sağlayan bu yöntem, politikaların belirlenmesi ve kentsel alanların geliştirilmesi açısından da önem taşımaktadır. Porter, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki imalat sanayilerinin kümelenmesi üzerine yaptığı bir çalışmada, bazı bölgelerdeki yoğunlaşmaların 1,0'ı aştığını tespit ederek bu durumu yorumlamıştır (Porter, 2003).

LQ, bir bölgenin belirli bir sektöründeki istihdamın o bölgenin tüm sektörlerindeki istihdama oranının ve bir ülkede o sektördeki istihdamın ülkenin tüm sektörlerindeki toplam istihdama oranının bölünmesiyle hesaplanmaktadır. Şu şekilde formüle edilebilir (Isserman, 1977);

$$LQ = \frac{E_{ib}/E_{tb}}{E_{iu}/E_{tu}} \quad (4.1)$$

Denklemden;

E_{ib} : i sektörünün bölgedeki istihdamını,

E_{tb} : bölgedeki toplam istihdamı,

E_{iu} : i sektörünün ülkedeki istihdamını,

E_{tu} : ülkedeki toplam istihdamı ifade etmektedir.

$LQ = 1$: Sektör, yerel ekonomide ulusal ortalamaya eşit bir oranda temsil edilmektedir.

$LQ < 1$: Sektör, yerel ekonomide ulusal ortalamadan daha az temsil edilmektedir.

$LQ > 1$: Sektör, yerel ekonomide ulusal ortalamadan daha fazla temsil edilmektedir ve bu durum o sektörün bölge için bir uzmanlaşma veya rekabet avantajı olduğunu gösterebilir yorumu yapılabilmektedir (Bayraktutan vd., 2012).

SEKTÖR(i)	TÜRKİYE İŞGÜCÜ(tu)	VAN İŞGÜCÜ(tb)	Yer Seçim Katsayısı (LQ)
Ziraat ve Avcılık	12,576,827	186249	1.40
Madencilik ve Taş Ocaklığı	96,035	63	0.06
İmalat Sanayi	3,276,173	6,046	0.17
Tekstil Sanayi	1,917,25	9,000	0.44
Elektrik Gaz ve Su	98,152	722	0.70
İnşaat	1,196,246	10,388	0.82
Toptan ve perakende Ticaret Lokanta ve Oteller	2,512,777	12,038	0.45
Ulaştırma, Haberleşme ve Depolama	853,255	5,889	0.65
Mali kurumlar, sigorta taşınmaz mallara ait işler ve kurumları yardımcı iş merkezi	808,126	2,134	0.25
Toplum hizmetleri sosyal ve kişisel hizmetler	4,815,535	52,942	1.04
İyi tanımlanmamış faaliyetler	34,015	824	2.29
TOPLAM	26,267,141	277,295	

	TEMEL SEKTÖR
	YEREL SEKTÖR

Şekil 4.48 LQ analizi çıktıları

Türkiye istatistik kurumu ve sosyal güvenlik kurumundan alınan veriler ışığında Yapılan LQ analizi sonucunda; Van da tekstil sektörü 1 değerinin altında kalarak temel sektör olmadığı tespit edilmiştir.

4.3 Oda, Bırlık, Sendıka Ve Dernek Görüşmeleri

Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (DAKA), Van Ticaret ve Sanayi Odası (VANTSO), Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı (YİKOB), Van Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü ve Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi ile derin görüşmeler yapılmıştır (EK 4).

Soru 1:

Van'da tekstil ve hazır giyim sektörünün yeniden yapılanma sürecinde karşılaştığı en önemli sorunlar nelerdir? Sorunların çözümünü ve başarıyı sağlayabilecek gelişmeler nelerdir?

Cevap 1:

Kurum 1: Van Tekstil sanayisinin karşılaştığı en büyük sorun personel ahlakının eksik olmasıdır. Bunun için çözümlerden biri Van Meslek Yüksekokulu'nda makine kurulumu yaparak sahayı sanayide öğrenilmesi gerekmektedir. Bir başka çözüm ise MESEM ile imalatçı firmaların birlikte iş yapmaları artırılmalıdır. Yerel yönetimler firmalar üzerinde olan denetimlerini artırmalıdır. İŞKUR katı kurallara sahip olduğundan dolayı firmalar ile arasında sıkıntılar yaşanmaktadır İŞKUR'un Firmalar üzerindeki katı kuralları esnetmeye gitmelidir.

Kurum 2: Van Tekstil sektörünün karşılaştığı en önemli sorunların başında Lojistik maliyetler gelmektedir. Buna çözüm olarak Lojistik Destek verilerek bu soruna çözüm olabilir teşviklerin genişletilmesi ile lojistiği Türk cumhuriyetlere çevrilebilir. Van'dan çıkan ürünler batıya kadar gidecekleri kilometre cinsinden türk cumhuriyetlere ulaşmış olacaktır. Bu da Van'ın Tekstil sektöründe ihracat ağını genişletecektir.

Kurum 3: Van'da Tekstil ve hazır giyim sektörünün en önemli sorunlarından biri tarım ve sanayinin entegre edilememesidir. Çünkü Van'da hayvancılıktan gelen ciddi bir oranda yün potansiyeli vardır. Bundan Birkaç yıl evvel Van'da bulunan yün iplik fabrikası kapatıldı. Eğer yün iplik fabrikası üretime devam etmiş olsaydı hayvancılıktan gelen günleri ipliğe çevirerek bugünkü tekstil fabrikalarının ham maddesinin bir kısmını karşılıyor olabilecekti. Van da bir diğer önemli sorun ise tekstilin ham maddesi olan kumaş ve İplik merkezinin olmamasıdır. Tekstil sektöründeki bir diğer sorun ise üniversite sanayi işbirliğinin istenilen düzeyde olmamasıdır. Bunun için Van'da bulunan Meslek Yüksekokulu ve fakülteye gerekli fiziki koşullar sağlanarak daha iyi bir eğitim verilebilir.

Kurum 4: Van'da Tekstil ve hazır giyim sektöründe karşılaşılan en önemli sorunlardan biri nitelikli personelin pek fazla olmamasıdır.

Kurum 5: Van Tekstil sanayisi ilk kurulduğunda karşılaştığı sorunlardan biri kalifiye eleman bulamama diğeri ise makine ikmal temini sağlayamamaktı. Zamanla tekstil ilerledikçe nitelikli personel temin etmek de kolaylaştı ve makina ikmal temini de sağlandı. Van tekstilinde yaşanan bir diğer sorun ise teşviklerin yetersiz olmasıdır. Bunun için teşvikler gerekli kurumlar tarafından revize edilmelidir. Tekstil sektöründe yaşanan bir diğer önemli sorunlardan biri ise elektrik maliyetlerinin yüksek olmasından kaynaklı olarak yerel şirketler ile müzakere edilmekte güçlük çekilmesidir.

Soru 2:

Tekstil ve hazır giyim sektöründe dış ticaret ve rekabet gücünün artırılması ile ilgili olarak devlet politikalarını nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu politikalar Van'da sektörün gelişimini nasıl etkilemektedir?

Cevap 2:

Kurum 1: Van'da gümrük Bölge Müdürlüğü vardır fakat gümrük bulunmamaktadır. Bu da Van'ın ihracat Sayısal verilerinde oranının düşük olmasına sebep olmaktadır Van Sınır Kapısına İhtisas gümrük statüsü eklenmelidir Van'a ihracatlar Birliği kurulmalıdır Böylece Van'daki yapılan ihracat verilerinin Van üzerinden kaydı yapılmış olur.

Kurum 2: Devlet politikaları ile teşvikler artabilir Van üreten kültüre sahip olmadığı için her teşvik fırsat olarak görülmektedir ve bu teşvikler Sürdürülebilir olmalıdır yatırım planlamasındaki en büyük olay risk almaktır. Yatırımcıların idealistlikten ziyade realist olmaları gerekmektedir. Teşvikler belirli bir hedef kitleye göre belirlenmektedir Van'da GZFT analizi yapılarak teşvikler belirlenmelidir Herkes kendine has bir kimliği vardır Bunun ise kimliğini hayvancılık ve turizm oluşturmaktadır Türkiye'nin toplam meralarının %10'u Van il sınırlarında yer almaktadır. Her kent kendi kimliğine göre teşviklerden faydalanmalıdır. Aynı zamanda Kentin kalkınması için farklı üretim dallarında da teşvikler verilebilir.

Kurum 3: Van'da Tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücünü artırmak için daha fazla Politikalar geliştirilmelidir. Tekstil sektörü ile birlikte Van da tasarımcı da yetiştirilmelidir. Tekstil ve tasarım birlikte yürütülerek rekabet açısından olumlu sonuç verebilir.

Kurum 4: Van 6 bölge teşvikleri içerisinde yer almaktadır. Bu bağlamdan yapılan devlet politikaları ve teşvikleri Van sektörünün gelişimini olumlu yönde etkilemektedir.

Kurum 5: Van ilinde tekstil sektörü için hazırlanmış olan devlet politikaları teşvikler bakımından revize edilmelidir Çünkü Tekstil sektörü Van'ın gelişimi için oldukça önem taşımaktadır. Özellikle gençlere istihdam alanı oluşturarak sosyo- kültürel açıdan kentin gelişimine katkı sağlamaktadır. Bununla bağlantılı olarak ise kentte suç oranlarının da azalmasına katkı etki etmektedir.

Soru 3:

İstihdam ve çalışma ilişkilerinin değişimi nasıldır?

Cevap 3:

Kurum 1: Van Tekstil sanayisine imalatçı firmaların gelmesi ile fason üretici firmalar ücret ve çalışma koşulları açısından geri planda kalmışlardır. Bundan dolayı fason üreticiler imalatçı firmaları görerek yenilenmeye gitmişlerdir. Böylece Vana iyi firmaların gelmesi ile Van'da Tekstil sanayisinde kalite artışının olduğu görülmektedir.

Kurum 2: Van'da Tekstil ve hazır giyim sektörü çağrı merkezi ile yarışmaktadır. Tekstil sektörü daha çok niteliksiz eleman istihdam ettiriyorken çağrı merkezi ise en az lise mezunu düzeyinde kişiler ile çalışmaktadır. Tekstil sektörü sürdürülebilir olduğu sürece Van'ın ekonomisine yön verebilecektir.

Kurum 3 : Van'da Tekstil ve hazır giyim sektörü çağrı merkezi ile yarışmaktadır. Tekstil sektörü daha çok niteliksiz eleman İstihdam ettiriyorken çağrı merkezi ise en az lise mezunu düzeyinde kişiler ile çalışmaktadır. Tekstil sektörü sürdürülebilir olduğu sürece Van'ın ekonomisine yön verebilecektir.

Kurum 4: Van kentinin genç işsizlik nüfusu oldukça yüksektir. Tekstil sektörü ise emek yoğun bir sektör olup Van'daki genç işsizlik oranını düşürebilecek potansiyele sahiptir. Tekstil sektörü genelde maksimum lise mezunlarını çalıştırmaktadır. Bunun sebebi ise eğitim seviyesi yüksek kişiler Tekstil sektöründe çalışmayı tercih etmemektedir. Tekstil sektörü genellikle okuma yazması olmayan kişilerden lise mezunu olan kişilere kadar olan eğitim alanında istihdam sağlamaktadır. Şu an mevcutta ortalama 10.000 kişi Tekstil sektöründe istihdam edilmektedir. Bu sayını ilerleyen yıllarda daha da artacağı beklenmektedir.

Kurum 5: İstihdam ve çalışma ilişkilerinde arz talep dengesi sağlanmalıdır. Tekstil firmalarının Van'da uzun vadede üretime devam etmeleri için teşvikler dönemsel olmamalıdır. İl bazında kalıcı teşvikler sağlanmalıdır.

Soru 4:

Tekstil ve Konfeksiyon sektörü Van'da öncü ve geliştirici rolünü terk etmekte midir? Girişimcilik ve yatırım açısından daha cazip olan alanlara bir kayma gerçekleşmekte midir? Bu konudaki görüşleriniz nelerdir?

Cevap 4:

Kurum 1: Van'da Tekstil sektörü Öncü ve geliştirici rolünü terk etmeyip bilhassa gelişim göstermektedir Van da Tekstil sektörü cazipliğini terk etmemektedir Van'ın bir

diğer önemli sektörü olan yapı malzemeleri sektörü ile Tekstil sektörü ciroda yarış içerisine girebilir.

Kurum 2: Van ilinde Tekstil ve hazır giyim sektörü Öncü ve geliştirici bir rol üstlenmektedir özellikle istihdam alanında Van'a önemli katkıları bulunmaktadır. bu sektörün Sürdürülebilir olması gerekmektedir bunun içinde pazar ve ürün çeşitliliği planlamalarının doğru ve stratejik bir şekilde yapılması gerekmektedir. Van Tekstil Sanayi sektöründe vurgulanması gereken bir diğer önemli nokta ise Van'da Tekstil İhtisas gümrüğünün olmamasıdır. Türkiye Cumhuriyeti'nde toplam 25 tane Tekstil İhtisas gümrüğü bulunmaktadır. Van kenti Tekstil alanında ilerleyerek ekonomisine katkı sağlamayı ve bölgesel anlamda kalkınmayı hedeflemektedir.

Kurum 3: Van ilinde Tekstil ve hazır giyim sektörü Öncü sektör rolünü üstlenmektedir istihdam açısından Van'a önemli katkılar sunmaktadır fakat Lojistik maliyetler kısmına çözüm getirilmelidir. Aynı zamanda Van'da A'dan Z'ye Tekstil sektörü için Pazar alanı kurulmalıdır

Kurum 4: Van'da Tekstil ve hazır giyim sektörü Öncü ve geliştirici bir rol üstlenmektedir. Kentin tarım ve hayvancılık gibi bir potansiyeli varken Tekstil alanında ilerlediği görülmektedir. Çünkü Van'daki tarım ve hayvancılık geçimlik ekonomi üzerinedir. Bu da demek oluyor ki Van'daki tarım ve hayvancılıkla uğraşan Haneler kendi geçimlerini sağlayabilecek kadar bu işle uğraşmaktadır. Tarım ve hayvancılık Tekstil kadar Van'a istihdam sağlayamaz.

Kurum 5: Tekstil ve hazır giyim sektörü Van'da Öncü ve geliştirici bir rol üstlenmektedir. Girişimcilik ve yatırım açısından daha cazip olan alanlardan biri Van'da Madencilik olabilir.

Soru 5:

Van'da tekstil ve hazır giyim sektörün ve ilin ekonomik gelişimine yönelik olarak belirtmek istediğiniz diğer görüş ve beklentileriniz nelerdir?

Cevap 5:

Kurum 1: Van'da Tekstil sektörü ilin ekonomik yapısına önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Ortalama 10.000 kişinin çalıştığı Tekstil sektörü yemek ihtiyaçlarını yerelden karşılamaktadır. Buda yerel üreticilere katkı sağlamaktadır. Günümüz asgari ücreti ile düşünersek 10.000 kişi ortalama 170 milyon TL ücret ödenmektedir. Buda mal

ekonomisine 170 milyon sıcak paranın girişi sağlanarak döngüye katıldığını göstermektedir

Kurum 2: Van Tekstil sektörü konumundan kaynaklı olarak yönünü Türki Cumhuriyetleri yönlendirirse farkındalık oluşturabilir.

Kurum 3: Van'ın hayvan yünü potansiyeli değerlendirilmelidir kapatılan yün iplik fabrikası yeniden kente kazandırılmalıdır üniversite Sanayi işbirliği geliştirilmelidir. Böylece Van ili için Tekstil alanında yapılacak olan bilimsel çalışmalarda artacaktır

Kurum 4: Van Tekstil ve hazır giyim sektörü kentin geleceği için önemli bir rol üstlenmektedir. İstihdam alanında Önemli gelişmeler sağlamaktadır Örneğin Van'da güneş enerjisi gibi bir potansiyel var iken Tekstil alanına yönelmenin sebebi istihdam sayısından kaynaklanmaktadır. Güneş enerjisi sistemlerinde ortalama birkaç kişi çalışıyor iken Tekstil sanayisinde Ortalama bir işletmede 250-300 kişi istihdam etmektedir. Bu da Van'da yaşanan işsizlik sorununa karşı çözüm olarak Tekstil sektörünü tercih edilmesine sebep olmaktadır.

Kurum 5: Irak Türkiye sınır kapısı lojistik araç çıkışına açılmalıdır. Çünkü Çin 30 saatlik mesafeden Irak pazarına Tekstil imalatı yapmaktadır. Türkiye ise 5 saatlik mesafede bulunan Irak sınır Kapısını kullanarak Tekstil ihracatı yapabilir. Van tekstilinin kentte daha çok hissedilmesi için firmaların Outlet şubeleri de açılabilir. Tekstil sektörü Van'da yerel yönetimler tarafından sıkı bir şekilde tutulmalıdır ve istihdam arttırılmalıdır.

4.4 Van CMDP Tekstil Sanayisinin Güçlü Yönleri, Zayıf Yönleri,

Fırsatlar ve Tehditler (GZFT) Analizi

GZFT analizi kalkınma ve bölge planları taranarak ve tekstil firmaları ve kurumlar ile gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formları ve ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri çerçevesinde oluşturulmuştur.

Çizelge 4.142 GZFT analizi ürün ve çalışma

	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehditler
Ürün Ve Çalışma	Firmaların nitelikli personel yetiştirebilecek kapasitede olması	İşkültürünün yetersiz olması Nitelikli personelin olmaması	Van ilinin CMDP kapsamına dâhil olması	
	Çalışabilir yaşta genç nüfusun olması	Firmalar markalarla farklı çalışma düzeyinin düşük olması	Batıda tekstil sektöründe asgari ücrete çalışacak elemanın temin edilmesinde güçlük çekilmesi firmaların doğudaki işgücünü tercih etmesi	

Çizelge 4.143 GZFT analizi üretim organizasyonu

	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehditler
Üretim Organizasyonu			Van ilinin CMDP kapsamına dâhil olması Van ilinin CMDP TRB2 Bölge müdürlüklerinin Van'da bulunması Alanında güçlü firmaların Van'da üretim yapması Mevcut fason üretim yapan Firmaların imalat Üretimine geçiş planı yapan firmaların bulunması Makinelerde yenilikçi ve otonom sistemlerin kullanılması Van Meslek Yüksek Okulu'nda Tekstil, Giyim, Ayakkabı Ve Deri Bölümü'nün olması	
	Büyük firmaların Van'a gelmesi ile fason üreticilerin organizasyonel yenilenmeye gitmeleri	Ar-Ge kaynak ayırma ve personelinin yetersiz olması inovasyon gerçekleştirme eğilimlerinin zayıf olması		Küresel ölçekte ekonomik ve politik krizlerin yaşanması
	Firmaların Üniversite-sanayi İşbirliğine açık olmaları Firmaların	Yerel insana kaynaklarına yatırım yaparak yetenek geliştirme konusunda zayıf kalmaları		Artan kredi ve faiz oranları
	Ar-Ge inovasyon süreçlerine açık olmaları	Üniversite sanayi işbirliğinin zayıf olması		Pazar alanının olmaması
	Firmalar yetenek geliştirme süreç ve stratejilerine açık bulunmaktadır	Güzel Sanatlar Fakültesi kapsamında Tekstil Bölümü'nde aktif öğrencinin olmaması		nedeni ile iplikten mamüle kadar olan bir organizasyonel üretim ağının eksik olması
		Yaşanabilecek negatif dışsalılıklara karşı kırılgan performans gösterebilme potansiyelleri yüksek olması		
		Tekstil özelinde eylem planının olmaması	Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil Bölümü'nün olması çalışacak elemanın temin edilmesinde güçlük çekilmesi firmaların doğudaki işgücünü tercih etmesi	

Çizelge 4.144 GZFT analizi -tedarik ve pazarlama

	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehditler
Tedarik Ve Pazarlama	Avrupa, Orta Doğu, Rusya pazarına ihracat yapılması			
	Dünya markalarına üretim yapılması			
	Türkiye'nin 81 iline üretim yapılması			Nitelikli elemanın eksikliği nedeni ile dışpazardan alınan sipariş sayısını düşürmesi
	Firmaların müşteri profiline ve pazarlanan ürün gruplarının geleceğe yönelik Orta üst gelir grubuna, yüksek katma değerli ürün pazarlanması stratejilerini benimsemeleri	Van Yün veİplik Fabrikası'nın kapanması	Van ilinin CMDP kapsamına dâhil olması	
	Van ilinin küçükbaş hayvan sayısında 1. Sırada yer alması (yün örgü)	Van'da pazar alanının olmaması	Tedarik güvenliğinin olması	Dış pazara yönelik çalışan firmaların fiyat rekabeti konusunda sorun yaşamaları
	Firmaların nitelikli personel yetiştirebilecek kapasitede olması	Van'da Tekstil İhtisas Gümrüğünün olmaması	Çalışacak elemanın temin edilmesinde güçlük çekilmesi	
	Tedarik ağlarının çeşitlilik göstermesi	Fabrika satış mağazalarının olmaması	Firmaların doğudaki işgücünü tercih etmesi	Küresel pazarda fiyat rekabetinin olması
	Kendi markasını pazarlayan firmaların olması			
	Dış Pazar ile çalışmada istekli olunması			

Çizelge 4.145 GZFT analizi-yer seçimi ve fiziki altyapı

	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehditler
Yer Seçimi Ve Fiziki Altyapı		Kümelerin lokasyondan kaynaklı eksiklerinin olması	Van ilinin CMDP kapsamına dâhil olması	Ortadoğu'ya sınır kentte olunması
		Alt yapı da eksiklerin olması	Ortadoğu'ya sınır kentte olunması	Kapıköy Sınır Kapısının lojistik araç çıkışına kapalı olması
		-Elektrik enerjisi alt yapısının zayıf olması	Konumdan dolayı Türkiye Cumhuriyetleri ile komşu olması ticaret yapabilmek	Lojistik maliyetlerinin yüksek olması
	Firmaların nitelikli personel yetiştirebilecek kapasitede olması	-Arıtma tesisinin olmaması	6.Bölge teşvikleri kapsamında uygun fiyatlar karşılığında yer tahsisinin yapılması yüksek olması	
	Firmaların ortak lojistik ağları kullanmaları	Kanalizasyon alt yapısının zayıf olması		
		-Uçak seferlerinin yetersiz kalması	Demiryolu ağı projesinin çalışmalarının devam etmesi ağı projesinin çalışmalarının devam etmesi	
		-Lojistik ağda kullanılacak demiryolu ağının olmaması		
		Ulaşım ağlarının zayıf olması	Tekstil sektöründe asgari ücrete çalışacak elemanın temin edilmesinde güçlük çekilmesi firmaların doğudaki işgücünü tercih etmesi	
		Küme alanlarında sosyal donatıların ve peyzaj çalışmalarının bulunmaması		

Çizelge 4.146 GZFT analizi sürdürülebilir çevre yaklaşımı

	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehditler
Sürdürülebilir Çevre Yaklaşımı	Firmaların nitelikli Diğer firmalara örnek teşkil edecek Avrupa Birliği Yeşil Mutabakat kapsamında anlaşmaları olan küresel firmanın bulunması	Firmaların güneş enerjisi potansiyelini kullanmamaları	Van ilinin CMDP kapsamına dahil olması	Van ilinde tekstil geri dönüşüm tesisinin olmaması
	İzmir ve İstanbul merkezli firmaların yenilenebilir enerjiye geçiş planlarının bulunması		Van bakı yapısının güneşenerji sistemlerine uygun olması enerji sistemlerine uygun olması	Firmaların atık maddeleri
	Firmaların çevresel sürdürülebilirlikte farkındalığa sahip			Geri dönüşüme göndermek içinde lojistik ücret ödemeleri

Çizelge 4.147 GZFT analizi –firma stratejisi ve rekabet

	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehditler
Firma Stratejisi ve Rekabet	Bölge planlarında CMDP'ye yer verilmesi		Van ilinin CMDP kapsamına dâhil olması	
	Firmalar kendilerini küresel pazarda rekabet edebilir olarak görmekteler		Ortadoğuya sınır kentte olunması	
	Firmalar rekabet edebilirliği etkileyen faktörlerin bilincinde olmaları		Konumdan dolayı Türki cumhuriyetler ile ticaret yapabilmek	Mısır ve Bangladeş gibi ülkelerin emek yoğun sermayesi düşük olduğundan Avrupa ve Amerika pazarının sipariş vermede bu ülkeleri tercih etmesi
	Firmalar küme olmanın sinerjisinin bölgede pozitif etki oluşturduğunu gözlemlemekteler	Firmaların küme olmanın ne demek olduğunu ve sonuçlarının ne olacağını tam olarak bilmemekteler	10. ve 11. Kalkınma Planlarında CMDP kapsamında Van iline yatırımların devam etmesi	
	Firmaların tekstil sektörünün Van'ın kalkınması ve gelişimi için öncü sektör olabileceğini öngörmektedirler	Küme dâhilindeki firmaların iletişim ağlarının zayıf olması	Van ilinin CMDP kapsamına dâhil olması	Uluslararası fuarların Yapılmaması
	Firmaların CMDP kapsamındaki tekstil projelerin temel amacını biliyor olması	Firmalararası krizlere karşı önlem alabilecek yeterli altyapıya sahip değiller		
	Küme dâhilindeki firmaların bir kısmının ortak lojistik ağları kullanmaları	İŞKUR ile firmalar arasında arz-talep dengesinin karşılanamaması	6. Bölge teşviklerinden yararlanılması	Tekstil zirve ve kongrelerinin yapılmaması
	Firmaların krizlere karşı bilinçli	MESEM programının kaldırılması	Planlanmış küme ortamında üretim yapmak (Dışsal Faktörleri etkin kullanabilmek)	
	Uluslararası belge ve sertifikalara sahip firmaların olması		Alanında güçlü firmaların Van'da üretim yapması	
	Yurt dışında ofisleri olan firmaların bulunması			
	Makine teçhizatında vergi indiriminin uygulanması			

Van'da çalışabilir genç nüfusun yüksek olması firmaların Van'a gelmesinde ki en önemli etkenlerden biri olmuştur. Fakat nitelikli personelin olmaması da bu olumlu etkiyi

kırmaktadır. Bölgesel farklılıklardan kaynaklı yaşam giderleri doğu da daha batıya göre daha uygun olması firmaların tercihlerini etkileyen etkenlerden biri olmuştur.

Kentin sahip olduğu dinamikler değerlendirilerek tekstilin güçlü yönleri daha da artacaktır. Üniversite-sanayi işbirliği bağlamında yapılacak olan Ar-Ge ve inovasyonlar ve yetiştirilecek olan nitelikli personeller ile Van tekstil sektörünün gelişmesinde önemli yol alınacaktır. Bunlara ek olarak 5. Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda da vurgulanan Doğu ve Güneydoğuya pazar alanının kurulması ibaresinin 11. Kalkınma Planı dönemine gelinmesine rağmen hala yapılmamıştır. Bundan dolayı tekstil alanında kente pazar alanının kurulması ile de organizasyonel bir üretim alanının sağlanacaktır.

Küresel ölçekte Van tekstil sektörü tedariğini doğu ülkelerinden karşılarken ihracatını ise batı ülkelerine yapmaktadır. Bu da Van'ın tekstil alanında bir düğüm noktası olabilecek potansiyelini göstermektedir. Van ilinin küçükbaş hayvan potansiyelinden elde edilen yün ile tekstil sektöründe örme grubun hammaddesi olabilecek nitelik taşımaktadır. Fakat ham yünleri işleyecek tesisin kapanması sonucunda bu potansiyel değerlendirilememektedir.

Yapılan görüşmeler sonucunda tekstil kümelerinin yer seçimin kararı üzerine olumsuz yanıtlar alınmıştır. Kentin ülkenin en doğusunda yer alması ile artan lojistik maliyetleri firmaların üretim kapasitesine kadar olumsuz etkilemektedir. Fakat demiryolu ağı projesinin hayata geçmesi ile bu yüksek maliyetlerde düşüş olabilecektir. Kümeler de sosyal tesislerin ve peyzaj alanlarının olmaması ise çalışanları olumsuz etkilemektedir. Kentin Ortadoğu'ya sınır olması ihracat rotasını Asya ülkelerine çevirebilme fırsatı sunmaktadır. Aynı zaman da Ortadoğu'ya sınır olması illegal işlerinde olabileceği ihtimali ile lojistik güvenlik açısından negatif etki bırakmaktadır.

Van'ın güneş enerjisi potansiyelinin kullanılmaması ile enerji maliyetler yüksek gelmektedir. Ayrıca tekstil sanayisinde gelişmekte olan bir kentin tekstil geri dönüşüm tesisinin olmaması sürdürülebilir çevresel yaklaşımlarda olumsuz etki bırakmaktadır.

Ulusal soyut stratejik kalkınma planlarında ve bölgesel planlarda CMDP'ye yer verilmesi kentin gelecek yatırımları açısından olumlu bir imaj çizmektedir. Firmaların Avrupa pazarı ile etkileşim halinde olmaları küresel ölçekte rekabet edebilirliğine olumlu etki etmektedir. Fakat yerel ölçekte ki programların eksikliği ise bu rekabeti olumsuz etkilemektedir. Emek yoğun sermayenin düşük olduğu ülkelere talebin artması Türkiye

ve Van tekstil sektörüne de yansımaktadır. Fakat firmaların Avrupa pazarı ile birlikte Türkiye Cumhuriyetlere de yönelmeleri bu ihracatta ki pazar açığını dengeleyebilir.





5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Tekstil gelişmekte olan sanayilerin temel alt faktörü olarak kabul edilmekle birlikte kente sanayi kültürünü de yerleştiren bir üretim sistemi olarak da tasvir edilmektedir. Tekstil sektöründe genel olarak insan gücü ile iř yapıldığı için bu alanda istihdam sayısı da oldukça yüksektir. Gelişmekte olan kent ve bölgelere tekstil sektörü giderek orada ki istihdam sayısını artırmaya yönelik bir takım çalışmalar yapılmaktadır.

Bu çalışmalardan biri de 10. Kalkınma Planı ile başlayan ve 11. Kalkınma Planı'nda da devam ettirilen Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) kapsamında desteklenen 2012 yılında "Tekstilkent" projesi ve Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından 2018 yılından itibaren yürütölen "Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Altyapı Projesi"dir.

Hazırlanan kalkınma planlarının temel politikası olan bölgesel eşitsizliği minimum seviyeye indirmek genel olarak kabul görölen bir yaklaşım biçimidir. Bu bağlamda bölgesel kalkınma temelli politikanın alt parametrelerinden biri de istihdam oranını artırmaktır. TÜİK verilerine göre işsizlik oranının en yüksek olduğu Düzey 2'de TRB2 Bölgesidir. Bu bölgede cazibe merkezi seçölen ve aynı zamanda tek büyükşehir olan Van kentinde de işsizlik oranı oldukça yüksek olmakla birlikte çalışabilir genç nüfusunda sayısı yüksek seyirlerde görölmektedir.

TRB2 Bölgesinin en gelişmiş ili ve bölge müdürlüklerinin de bulunduğu il olan Van; Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) kapsamında cazibe merkezi olması ile birlikte yeni yatırımların da ana odaklarından biri haline gelmiştir. Bu kapsamda yapılan projeler ile birlikte kentte genç nüfus için yeni istihdam alanları açılmıştır. Ayrıca firmalar da çalışan kişilerin cinsiyet dağılımı analiz edildiğinde kadın çalışan sayısının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu da bölgeye, kadın istihdamına yönelik olumlu bir bakış açısı kazandırmıştır.

Üretim ve Organizasyon: Firmalar bulundukları kümeler açısından değerlendirildiğinde, Tekstilkent ve OSB 5. Etap, Ar-Ge faaliyetlerine kaynak ayırmalarına ve yerel Ar-Ge ağlarına katılmalarına rağmen, Ar-Ge personeli açısından istenen seviyenin oldukça altında kalmaktadır. Ancak, diğör kümede bu tür bir gelişme gözlemlenmemektedir.

Hart (2009)'a göre Marshall, firmaların bilgi üretme ve geliştirmedeki performansları dışsal ekonomilerde önemli yer tuttuğunu ifade etmektedir. Firmalar bilgi üretim ve paylaşım da ne kadar aktif olurlarsa o kadar küresel ölçekte rekabet edebilirliği ve sürdürülebilirliği mümkün olduğunu ifade etmektedir.

Porter (1990) göre ise Porter'ın gerçekleştirdiği rekabet araştırmaları sonucunda uluslararası rekabet analizini oluşturan 6 ana faktörden birini de Girdi (Faktör) Koşulları oluşturmaktadır. Bu koşul kapsamında değerlendirilen bilgi kaynakları; Ar-Ge'de firmaların bilgiyi üretme ve kullanma becerilerini ifade ettiğini belirtmektedir.

Bu çerçevede, Van CMDP kapsamındaki tekstil firmalarının Ar-Ge konusunda beklenen performansı sergileyemedikleri görülmektedir. Özellikle Ar-Ge faaliyetlerine yeterli kaynak ayırma ve üretim tesislerinde Ar-Ge personeli bulundurma konusunda zayıf kaldıkları dikkat çekmektedir. Tasarım bölümleri olmasına rağmen, Ar-Ge'ye ayrılan kaynakların ve personelin yetersizliği, bu işletmelerin küresel düzeyde rekabet edebilirliklerini ve diğer firmalardan olumlu bir şekilde ayrışmalarını zorlaştırmıştır. Firmaların, küresel rekabeti izlemeleri ve pazarda gerçekleşen yenilikleri yakından takip etmeleri büyük önem taşımaktadır. Yenilikçiliğin temel unsurlarının, piyasa ve teknolojik gelişmeler karşısında olumlu bir farklılaşma yaratması gerekmektedir. Bu nedenle, bilgiye ve kaynağına ulaşmak amacıyla Ar-Ge ve inovasyon ağlarını takip etmek ve örtük bilgiye (yazılı olmayan bilgi) erişmek gerekmektedir. Ancak, Van tekstil firmalarının dış pazarda faaliyet göstermelerine rağmen, Ar-Ge ve inovasyon alanlarına yatırım yapmadıkları ve yerel Ar-Ge ağlarına da dahil olmadıkları tespit edilmiştir. Bu çelişkili durum, firmaların Endüstri 5.0 çağında ortaya çıkan yenilikler ve dijital süreçler karşısında geri kalmalarına neden olmaktadır. Sonuç olarak, bu durum firmaların uluslararası pazarda rekabet gücünü olumsuz yönde etkilemektedir.

Firmaların teknolojik gelişmeler, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkileri (Yenilikçi üretim süreçleri ve teknolojiler, Dijital pazarlama ve satış kanalları, Üretim otomasyonu ve robotik sistemler, Veri analitiği ve iş zekası, Dijital tedarik zinciri yönetimi ve Endüstri 4.0 uygulamaları) ele alındığında firmalar alması gereken değer in altında kalmışlardır. Aynı sonuca yenilikçi ürünler ve teknoloji değişkeni kapsamında da ulaşılmıştır.

OSB 5. Etap ve diğer küme, Tekstilkent kümesine göre inovasyon ve dijitalleşme karşısında daha fazla yatkınlığa sahiptir. Fakat Tekstilkent kümesi üretim sürecinde teknolojisinde diğer iki kümeye göre daha fazla yenilik gerçekleştirmiştir.

Bölgesel kalkınma ve inovasyon arasındaki doğrusal süreç, inovasyonun gerçekleştiği bölgelerde yeni ekonomik fırsatlar ortaya çıkması, piyasanın büyüme sürecine girmesi ve teknolojik adaptasyon sürecinin yaşanması olarak ifade edilebilmektedir (Shefer ve Frenkel, 1998).

”Şirketler, inovasyon ile rekabet avantajı yakalar. İnovasyona, hem yeni teknolojileri hem de yeni iş yapış şekillerini kapsayacak şekilde geniş bir açıdan yaklaşırlar.” (Porter, 1990). Porter’ın bu ifadesinden yola çıkarak firma-kümelerin gelişen teknoloji karşısında yenilenmeleri ve iş şekillerini inovasyon süreçlerine göre yön vermeleri gerektiği yorumu yapılabilmektedir. Bunun sonucunda firmalar pozitif dışsallık sağlayarak küresel pazarda rekabet avantajı yakalayabilirler.

Bu çerçevede, Van CMDP kapsamındaki firmalar veya planlanmış kümeler, inovasyon gerçekleştirme eğilimleri açısından beklenen seviyenin oldukça altında kalmıştır. Bu durum, Van’a teşviklerle gelen firmaların küresel pazarda rekabet etmelerini zorlaştırmaktadır.

Firmalar, hem tek başlarına hem de içinde bulundukları kümelerle birlikte yerel insan kaynaklarına yatırım yapma ve yetenek geliştirme konularında oldukça yetersiz kalmaktadır. Benzer bir durum, iş birliği alanında da gözlemlenmektedir. OSB 5. Etap, üniversite-sanayi işbirliğine en fazla katılımın sağlandığı küme olmuştur. Tekstilkent ve OSB 5. Etap kümeleri, insan kaynaklarına yatırım yapma konusunda benzer performans sergilemektedir. Ancak firmalar, iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerinde (iş gücü arz ve talep dengesi, eğitim ve yetenek geliştirme programları, iş gücü çeşitliliği ve kapsayıcılık, çalışan motivasyonu ve bağlılığı, ücret ve yan haklar politikaları, çalışma koşulları ve iş güvenliği) birçok faktörden etkilenmektedir. Bu durum, firmaların yetenek geliştirme süreç ve stratejilerine açık olduklarını göstermektedir.

Bölgenin kalkınma sürecinde ki önemli sosyal oluşumlarından biri de üniversite-sanayi işbirliğinin olmasıdır. Bu işbirliği bölgenin inovasyon süreci için önemli etkenlerden biri olmakla birlikte bölgesel kalkınma içinde tetikleyici güç olmaktadır. Günümüzde inovasyon, bölgesel kalkınmanın en önemli faktörüdür. İnovasyona açık

olan bölgeler nitelikli işgücü ve gelişmiş eğitim alt yapıları için bir teşvik oluşturmaktadır (Shefer ve Frenkel, 1998).

Üniversite-sanayi işbirliği kavramı, toplumların kalkınma çabalarının başarılı olması açısından stratejik bir öneme sahiptir. Bilgiye dayalı yönetim anlayışı ve kalkınmanın temeli, bölgedeki aktörlerin etkileşimi ve bölgeye uyumu ile şekillenmekte olup, bu da üniversite-sanayi işbirliği sayesinde mümkün olmaktadır (Akdoğan ve Kaldırımcı, 2007).

Bu bağlamda Van CMDP kapsamındaki tekstil kümeleri yerel insan kaynaklarına ve yetenek geliştirme alanına yeterince yatırım yapmamaktadır. Ancak, yetenek geliştirme süreçlerinde hangi faktörlerin etkili olduğunu farkındadırlar. Bu çelişkinin giderilmesi için firmalara yetenek geliştirme konusunda teşvikler sağlanmalıdır. Bu noktada, üniversite-sanayi işbirliği büyük bir sorumluluk taşımaktadır. Ancak, kentte üniversite-sanayi işbirliğine katılım oranı oldukça düşüktür.

Kümelerin finansal kaynaklara erişimi, sermaye maliyetleri ve risk yönetimlerini etkileyen faktörler (finansal piyasa koşulları ve faiz oranları, banka kredileri ve diğer finansman kaynakları, öz kaynak ve sermaye yapısı politikaları, nakit akışı yönetimi ve risk azaltma stratejileri, finansal riskler ve hedging stratejileri) incelendiğinde, Tekstilkent'in bu faktörlerden daha fazla etkilendiği anlaşılmaktadır. Bu kadar çok değişkenden etkilenmesi nedeniyle, Tekstilkent'in ülkede yaşanan ekonomik dalgalanmalardan diğer kümelere göre daha fazla etkilenebileceği sonucuna varılabilir. OSB 5. Etap kümesinin de Tekstilkent'e yakın oranlarda olumsuz etkilendiği gözlemlenmektedir. Diğer kümenin ise Tekstilkent ve OSB 5. Etap'a göre daha az etkilendiği görülmektedir.

Tekstilkent kümesinin, OSB 5. Etap kümesine kıyasla sermaye maliyetleri ve risk yönetimi konusunda ekonomik dalgalanmalara karşı daha kırılgan olduğu sonucuna varılmaktadır. Güçlü sermayeye sahip firmalar, dışsal olumsuzluklara karşı daha dirençli olmaktadır. Bu da OSB 5. Etap'ın sermaye açısından Tekstilkent'e göre daha güçlü olduğunu göstermektedir.

Erkan ve Erkan (2004)'e göre, Herhangi bir endüstri, içinde bulunduğu ortamda elverişli faktör koşullarına sahipse başarılı olabilir. Bu faktör koşullarından biri de Porter,'ın Elmaslar Modelinde Faktör koşullarını oluşturan sermaye yapısıdır. Sermaye yapısı/kaynakları herhangi bir endüstride rekabet etmek için gerekli olan girdilerden

oluşmaktadır. Bu girdiler Yatırımların miktar ve maliyetleri ile sermaye piyasası ile yakından ilişkilidir.

Bu çerçevede, Van CMDP kapsamındaki tekstil kümelerinin sermaye karşısında ortaya çıkabilecek olumsuz dışsallıklara karşı kırılgan bir performans sergileme olasılığı yüksektir. Aynı şekilde, ülkede meydana gelen veya gelebilecek ekonomik dalgalanmalara karşı dirençli bir yapı oluşturma konusunda da yetersiz kalmaktadırlar. Bu durum, firmaların sermaye yapısının yeterince güçlü olmadığını ortaya koymaktadır.

Tedarik ve Pazarlama: Kümelerin mevcut şartlarda tedarik ağları olabildiğince çeşitli olsa da, ham madde temini açısından bu çeşitlilik ortalamanın oldukça altında kalmaktadır. Bu durum, firmaların ham madde tedarikini belirli lokasyonlardan sağlamayı tercih ettiğini göstermektedir. OSB 5. Etap kümesindeki firmalar ise tedarik ağlarını geliştirmek adına gelecekte adımlar atmaktadır. Bu, OSB 5. Etap kümesinin sürdürülebilir tedarik ağlarına sahip olduğunu ve bu durumun olumlu yönde devam edeceğini göstermektedir. Bu değerlendirmeler doğrultusunda, OSB 5. Etap kümesinin tedarik ağlarının sürdürülebilirliği ve devamlılığı açısından Tekstilkent kümesine göre daha avantajlı olduğu sonucuna varılabilir. Ayrıca, firmaların tedarik güvenliğinden oldukça memnun oldukları da gözlemlenmektedir.

Porter (1990)'ın Elmas modelinin 4 temel taşından biri de İlgili Destekleyici Firmalardır. Burada ilgili endüstrilerle bir endüstrinin mevcut imkân ve kaynaklarını ortak kullanan sektörler ifade edilmektedir. Bu sektörler, ortak girdi ve kaynak kullandıkları ilgili sektörlerin de gelişmesinde aktif rol oynamaktadırlar. Destekleyici endüstrilerle, belirli bir sektörün üretim yapması için ihtiyaç duyacağı girdileri sağlayan tedarikçi sektörler ifade edilmektedir.

Porter (1990)'a göre ilgili endüstrilerle bir endüstrinin mevcut imkân ve kaynaklarını ortak kullanan sektörler ifade edilmektedir. Bu sektörler, ortak girdi ve kaynak kullandıkları ilgili sektörlerin de gelişmesinde aktif rol oynamaktadırlar. Destekleyici endüstrilerle, belirli bir sektörün üretim yapması için ihtiyaç duyacağı girdileri sağlayan tedarikçi sektörler ifade edilmektedir.

Bu çerçevede, Van CMDP kapsamındaki tekstil kümelerinin tedarik ağlarını genişletmesi, rekabetçilik potansiyellerini artıracaktır. Ancak, tedarikin minimum maliyetle yapılmasının, maksimum kâr elde edilmesine katkı sağlayacağı da göz önünde bulundurulmalıdır. Van'ın sınır kenti olmasına rağmen, firmaların tedarik güvenliğinden

memnun olmaları, kent için önemli bir başarıdır ve bu durum, yerel yönetim ile kolluk kuvvetlerinin sağladığı güvenli ortamın bir sonucudur.

Kümelerin farklı pazarlara yönelik satışları incelendiğinde, OSB 5. Etap'ın diğer kümelere göre daha önde olduğu görülmektedir. Buna paralel olarak, OSB 5. Etap'ın dış pazarda karşılaştığı sorunlar (fiyat rekabeti, kalite rekabeti, uygulanan kotalar) Tekstilkent kümesine göre daha azdır. Bu da OSB 5. Etap kümesinin dış pazarla ilişkilerini geliştirmeye daha açık olduğunu göstermektedir. Öte yandan, Tekstilkent kümesinin dış pazarda yaşadığı sorunlara çözüm bulmak için alternatif ihracat pazarları arayışına girdiği gözlemlenmektedir. Bu da Tekstilkent kümesinin karşılaştığı zorluklara çözüm arayarak ihracat ağını genişletme eğiliminde olduğunu ortaya koymaktadır. Aynı durum, diğer iki küme için de geçerlidir. Kümelerin, kendi markalarıyla ihracat yaptıkları da görülmektedir, bu da fason üretim yapan firmaların ihracatçı firma olma eğiliminde olduklarını göstermektedir.

Mucuk (2007)'a göre, küresel pazara girişte en yaygın olarak tercih edilen yöntem ihracat yapmaktır. Bu, firmaların ürettikleri ürünlerin bir kısmını yurt dışına gönderip orada satmaları anlamına gelir. Firmalar, nihai ürünlerini iç pazarda olduğu gibi sunabilir ya da dış pazardan gelen talepler doğrultusunda değişiklikler yaparak ihracat pazarına giriş yapabilirler.

Bulu vd. (2006)'ya göre, küresel düzeyde başarılı bir sektör, benzer şekilde başka bir sektörü de küresel başarıya taşıyabilir. Rekabetçi bir tedarikçi zinciri, sektöre ucuz ve yenilikçi girdiler sağlayarak rekabet avantajı yaratabilir. Yatay ve dikey ilişkiler içinde bulunan sektörlerle bilgi alışverişi, yenilikçilik ve fikir paylaşımını teşvik eder.

Van CMDP kapsamındaki tekstil firmalarının dış pazarda karşılaştıkları başlıca sorun fiyat rekabetidir. Amerika ve Avrupa pazarları, düşük emek sermayesi olan Mısır ve Bangladeş gibi ülkeleri tercih ettiklerinden, Türkiye'nin tekstil ihracatını olumsuz etkilemektedir.

Bardakçı (2004)'e göre, ihracat firmalara dış pazarlardaki müşterilerini tanıma fırsatı sunar. Bu aşamada, pazarlama programlarını ülkeden ülkeye değişen müşteri istek ve ihtiyaçlarına göre uyarlama imkânı sağlar. Ayrıca, ihracat deneyimi, uzun vadede dış pazarlarda daha yoğun ve doğrudan faaliyetler için bir temel oluşturur. Bu nedenle, ihracat, firmaların büyük sermaye harcamadan veya fazla risk almadan bilgi toplamasına

ve dış pazarlarda deneyim kazanmasına olanak tanıyan bir yöntem olarak değerlendirilebilir.

Van CMDP kapsamındaki tekstil kümeleri, dış pazarda çalışma konusunda oldukça hevesli görünmektedir. Küresel düzeyde karşılaşılan sorunlara yönelik çözümler üretildiğinde, firmalar dış pazarda daha aktif olabilirler ve küresel pazarda rekabetçi firmalar listesine girebilirler. Ayrıca, firmaların kendi markalarını pazarlamaları, dış pazarda rekabet edebilme potansiyelini artırmaktadır.

Yer Seçimi ve Fiziki Altyapı: Küme içindeki firmaların yer seçim parametrelerinin aritmetik ortalaması, maksimum ortalama değere oldukça yakın çıkmıştır. Başka bir deyişle, firmalar küme yer seçimlerini genellikle doğru bulmaktadırlar. Ancak, firmalar yer seçimlerinden büyük ölçüde memnun olmalarına rağmen, konumlarından kaynaklanan bazı sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Bu durum, özellikle Tekstilkent kümesinde diğer kümelere göre daha belirgin bir şekilde görülmektedir. Firmaların yer seçim kararlarını etkileyen faktörler (rekabetçi fiyatlar, tedarikçi güvenilirliği, kalite standartları, lojistik ve taşıma maliyetleri, pazar talebi ve eğilimleri, devlet politikaları ve düzenlemeleri) incelendiğinde, firmaların birçok parametreye dikkat ettiği anlaşılmaktadır. Özellikle, OSB 5. Etap yer seçiminde diğer iki kümeye göre daha fazla parametreye önem vermektedir. OSB 5. Etap'taki firmaların yer seçim parametrelerini dikkate alması ve konumlarından kaynaklı sorunlar yaşamaması, bu kümenin yer seçiminin diğer kümelere göre daha doğru olduğunu göstermektedir.

Firmaların yeri seçiminde mekânın önemini göz önüne alan von Thünen (1826), Lösch (1873), Weber (1909), Palander (1935), ve Isard (1958) gibi ekonomistler genellikle tümdengelim yöntemini kullanmışlar ve taşıma harcamalarına dayanarak, firmaların kuruluş yerini ve şehirlerin hiyerarşisini saptamaya çalışmışlardır. Bu ekonomistler "kuruluş yeri teorisyenleri" olarak ta tanımlanmaktadır (Dinler, 1994).

Sanayi yer seçimi, 18. yüzyıldan bu yana devam eden bir süreçtir. Birçok teorisyen, sanayi yer seçimini geleceğe yön verecek ve kalkınmayı sağlayacak şekilde çeşitli kuramlar ve modellerle ele almıştır.

Fiziksel faktörler, taşıma maliyetleri, işgücü maliyetleri, sermaye maliyetleri gibi sayısal olarak ifade edilebilen unsurları içerir. Fiziksel olmayan faktörler ise sendikalaşma derecesi, kamu hizmetleri, iklim, yasak bölgeler, toplum tutumu, yaşama

koşulları, okullar ve gelecekteki gelişmeler gibi sayısal olarak ölçülemeyen ama yerler arasında kıyaslanabilen unsurları kapsar.

Bu bağlamda, Van CMDP kapsamındaki tekstil kümelerinin yer seçimleri değerlendirildiğinde, mevcut küme lokasyonlarının etkili ve doğru bir yer seçimi sağlamadığı ortaya çıkmaktadır. Lokasyondan kaynaklanan sorunlar çözüldüğünde, daha etkili ve doğru bir yer seçimi sağlanabilir. Bu durum, kümenin farklı firmalar tarafından talep eğrisinde artışa neden olabilir.

Kümelerin taşıma maliyetlerinden memnuniyetleri düşük görünmektedir. Bunun nedeni, Van ilinin Türkiye'nin doğu sınırında yer almasıdır ve bu nedenle lojistik maliyetleri oldukça yüksektir. Taşıma maliyetlerinin yüksekliği nedeniyle, firmalar kümelenerek ortak lojistik ağları kullanmaktadırlar. Bu da firmaların küme oluşumundan faydalandıklarını göstermektedir.

Van'ın konumu, batı illerine ve ülkelere uzak kalmasına neden olmaktadır. Bu durumun üretime de olumsuz yansıdığı gözlemlenmiştir. Firmaların lojistik masrafları batıdaki firmalara kıyasla çok yüksektir. Hem ham madde tedariki, hem ürünlerin pazara ulaştırılması, hem de geri dönüşüm için harcanan lojistik giderler, firmaların cirosunu olumsuz etkilemektedir. Ayrıca, Van'da alternatif lojistik ağları olarak demiryolu ağı mevcut değildir ve hava yolu altyapısının uçak seferlerinin yetersizliği nedeniyle ihtiyaçları karşılamadığı tespit edilmiştir. Van'ın bu olumsuzluklarına rağmen avantajlı bir konumu da bulunmaktadır; Türkiye'nin Ortadoğu'ya açılan kapısıdır. Firmalar, Türkiye Cumhuriyetleriyle ticaret yapmaktadır ve bu ticaretin ilerleyen dönemlerde daha da gelişmesi beklenmektedir. Bu, Van'a olan talebin artmasına ve yeni istihdam alanlarının oluşmasına yol açabilir.

Lojistik faaliyetler, sipariş verme, satın alma, taşıma, depolama, sevk etme, talep tahmini, sigortalama, yükleme, boşaltma, paketleme, dağıtma, müşteri hizmetleri ve tersine lojistik süreçlerinde yaşanan tüm faaliyetleri kapsamaktadır (Tokay vd., 2011). Lojistik yönetimi, bu süreç içindeki faaliyetlerin yönetilmesi, müşteri isteklerinin karşılanması, tedarik edilmesi, üretim ve dağıtım süreçlerinde gecikmelerin önlenmesi ve maliyetlerin kontrol edilerek azaltılması açısından önemlidir (Özcan, 2008).

Van CMDP kapsamındaki tekstil kümeleri, lojistik alanında değerlendirildiğinde konumlarından kaynaklanan yüksek taşıma maliyetleri ile karşı karşıyadır. Bu durum, firmaların kâr maksimizasyonlarını olumsuz yönde etkilemektedir ve Van'a yapılacak

yatırımlar için bir tehdit oluşturmaktadır. Ancak, küme içindeki firmalar ortak lojistik ağları kullanarak taşıma maliyetlerini dengelemeye çalışmaktadır. Bu stratejiyle firmaların maliyetleri dengelemeye yönelik bir çaba içinde oldukları anlaşılmaktadır, ancak bu yöntem uzun vadede etkili bir çözüm sunmayabilir.

Sürdürülebilir Çevresel Etkiler: Firmaların çevresel sürdürülebilirlik performansları orta seviyede kalmıştır. Bu durum, firmaların yer seçim ve süreçlerinin iyileştirilmesi gerektiğini göstermektedir. Çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımları (örneğin, çevre dostu üretim ve malzemeler, atık yönetimi ve geri dönüşüm, enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı, sosyal hakkaniyet ve adil ticaret, topluma katkı ve yerel kalkınma projeleri, sürdürülebilir tedarikçi ilişkileri) birçok farklı parametrede değerlendirilmiştir. Özellikle OSB 5. Etap, firmaların çevresel etkiler açısından sürdürülebilirlik performansını diğer kümelere göre daha yüksek bulmaktadır. OSB 5. Etap, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk faktörlerine diğer firmalardan daha fazla dikkat etmektedir, bu da bu kümenin sürdürülebilir çevresel etkilere daha çok önem verdiğini göstermektedir.

“Çevreyle ilgili çalışmalar yapan kuruluşların başında Birleşmiş Milletler Örgütü’nün, UNESCO, HABITAT, UNEP, WMO, WHO, UNDP gibi uzmanlık kuruluşları gelmektedir. Avrupa çapındaki kuruluşlar arasındaysa, Avrupa Birliği, Avrupa Konseyi ve Avrupa Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD). Zaman zaman NATO’nun bile çevre konularıyla ilgilendiği görülebiliyor. Uluslararası çapta etkinliklerde bulunan Yeşil Barış ve benzeri sivil toplum örgütlerinin çalışmaları da gözden uzak tutulmamalıdır.” (Keleş, 2023).

Sarıkaya (2010) göre, dünya genelinde nüfus artışı ile birlikte enerji tüketimi de artmaktadır. Elektrik enerjisinin büyük bir kısmı fosil yakıtlardan karşılanmakta, yenilenemez enerji kaynaklarının tükenme eğilimi, küresel ısınma, deniz seviyesinin yükselmesi ve çevre kirliliği gibi sorunlara yol açmaktadır. Bu sebeplerle bilim insanları

çevreye duyarlı, yenilenebilir enerji kaynakları üzerinde çalışmalar yapmaktadır. Van ilinde, güneş ve hidroelektrik enerjileri, potansiyel olarak ön plana çıkmaktadır.

Van CMDP kapsamındaki tekstil kümeleri, yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanmamaktadır. Van'da güneş enerjisi potansiyeli oldukça yüksektir; ancak yalnızca bir firma 1 MW güneş enerjisi sistemi kullanmaktadır. Yapılan altyapı değerlendirme görüşmelerinde, Tekstilkent'te 13 firma, OSB 5. Etap'ta 2 firma ve Erciş'teki özel mülk sahibi firma, elektrik altyapısının kalitesiz olduğunu belirtmektedir. Bu firmalar, elektrik enerjisi ve jeneratör yakıtına yüksek miktarda harcama yaptıklarını ifade etmektedir. Ancak, güneş enerjisi sistemlerinin kurulum maliyetleri nedeniyle bu çözüme sıcak bakmadıkları gözlemlenmiştir. OSB 5. Etap'ta sadece bir firma yenilenebilir enerji kullanmaktadır. Bu durum, firmaların sürdürülebilir çevresel etkilere karşı zayıf kalabileceğini göstermektedir. Van, güneş enerjisi potansiyeli açısından yüksek değerlere sahipken, firmalar bu potansiyeli değerlendirmemektedir. Kümelerin tamamı geri dönüşüm yapmaktadır, ancak geri dönüşüm ağları geniş değildir ve firmalar belirli lokasyonlara geri dönüşüm yapmaktadır. Tekstilkent'in geri dönüşüm ağı diğer iki kümeye göre daha geniştir. Tekstil kümeleri geri dönüşüm konusunda aktif oldukları için bu durum sürdürülebilir çevresel etkiler açısından önemlidir.

Firma Stratejisi ve Rekabet: Kümeler, hem yerel hem de uluslararası pazarda rekabetçi avantajlara sahip olduklarına inanmaktadırlar. Özellikle OSB 5. Etap kümesi, rekabetçi avantaj konusunda firma stratejisine daha fazla güvenmektedir. CMDP kapsamında kurulan firmalar, bölgesel kalkınmaya katkıda bulunduklarını düşünmektedirler. Bu doğrultuda, firmalar bölgede istihdam ve iş fırsatları sağlama açısından da etkili olduklarını belirtmektedirler. Firmalar, bölgesel kalkınmaya olan katkılarının diğer firmalar üzerinde olumlu etkiler yarattığını düşünmektedirler. Çevresel etkilerin değerlendirilmesinde Tekstilkent kümesinin önde olduğu görülmektedir.

Porter (1990) görüşüne göre, firmaların yapısı, uyguladıkları stratejiler ve rekabet biçimleri ülkelerin özelliklerinden etkilenmektedir. Bu etkiler, sektörler arasında avantajlar ya da dezavantajlar yaratabilmektedir.

Altay (2006) tarafından ortaya konan Porter teorisinde, doğal kaynaklar, sermaye ve işgücü avantajları tek tek ele alınmaz; bunun yerine rekabet avantajı yaratan tüm faktörler bir arada değerlendirilir. Yeni ürünler, teknolojik farklılıklar, ölçek ekonomileri ve piyasa yapıları gibi unsurlar, rekabet gücünü oluşturan önemli unsurlardır. Bu

yaklaşımında, ürün tasarımı ve teknolojisi de faktör avantajları ve ölçek ekonomileri kadar önemlidir. Rekabet stratejisinin temelinde, firmaların diğer firmalardan farklı aktivitelerde bulunmaları yatar; yani rekabet stratejisi farklılık yaratmaktır.

Michael Porter'ın 1990 yılında yayınladığı "Ulusların Rekabet Üstünlüğü" kitabına göre, kümelenme başarılı olduğunda rekabet edebilirlik de artar (Porter, 1990).

Van CMDP kapsamındaki tekstil kümeleri, devlet teşvik ve destekleriyle planlı olarak kurulmuştur. Firmaların bulundukları bölgede ekonomik büyüme, kalkınma, istihdam yaratma ve iş imkanları açısından etkili olmaları yüksek bir değer göstermektedir. Bu durum, firmaların kendilerini yerel pazarda etkili gördüklerini ve rekabet edebilirliklerini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

Firmaların rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerini etkileyen faktörler (küresel pazardaki rekabetçi baskılar, yeni pazarlara açılma stratejileri, ürün ve süreç inovasyonu, marka ve müşteri ilişkileri yönetimi, fiyat ve maliyet yönetimi, işbirlikleri ve ortaklıklar) en belirgin şekilde OSB 5. Etap'ta görülmektedir. Bu durum, OSB 5. Etap'ın rekabet edebilirliği etkileyen faktörlere daha fazla dikkat ettiğini ve Tekstilkent kümesine göre daha bilinçli olduğunu göstermektedir. Firmalar, kümelenmenin sağladığı sinerjinin bölgeye pozitif etkiler yarattığını gözlemlemektedirler. Kümelerin yerel ya da bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla etkileşimlerini etkileyen faktörlerin (yerel hammadde temini, yerel işgücü ve yetenekler, yerel talep ve tüketici tercihleri, yerel kültürel ve sosyal normlar, yerel düzenlemeler ve politikalar, yerel toplum ve paydaşlarla ilişkiler) etkisi ise en çok Tekstilkent kümesinde görülmektedir.

Bu bağlamda, Van CMDP kapsamındaki tekstil kümelerinden OSB 5. Etap, rekabet edebilirliği etkileyen ulusal ve uluslararası faktörlere daha fazla odaklanmaktadır. Tekstilkent kümesi ise yerel potansiyel etkenlere daha çok önem vermektedir. Her iki küme de rekabet edebilirlik açısından açık ve potansiyel taşıyan özellikler göstermektedir.

Firmalar, kümelenmenin bölge ekonomisine sağladığı çeşitliliği (yeni yatırımlar çekme ve bölgeye ekonomik canlılık kazandırma, istihdam yaratma ve yerel ekonomiyi hareketlendirme, bölgedeki diğer işletmelerle işbirliği yaparak karşılıklı bağımlılığı artırma, inovasyon ve teknoloji transferi gibi alanlarda katkı sağlama) oldukça düşük seviyede bulmaktadır. Her iki küme de, firmaların diğer firmalarla birlikte olmasının bölgesel ekonomiye katkısını genellikle yeni yatırımların çekilmesi, ekonomik canlılık sağlanması, istihdam yaratılması ve yerel ekonomiye hareketlilik kazandırılması şeklinde

değerlendirmektedir. Firmalar, bölgede kurulan planlı kümelerin temel amacını iyi bilmektedirler, bu da onların iş gücü stratejilerini bilinçli bir şekilde belirlemelerine yardımcı olacaktır.

Van CMDP kapsamında yer alan tekstil kümeleri, bölge ekonomisine sağladıkları katkıların çeşitliliğinin farkında değildirler. Bu durum, firmaların kümelenmenin anlamını ve sonuçlarını tam olarak bilmediklerinden kaynaklanmaktadır. Ancak firmalar, Van’da kurulan planlı kümelerin amacını anlamaktadırlar; bu da onların küme kavramına tam hâkim olmadıklarını ve yalnızca kendi gözlemlerine dayanarak değerlendirme yaptıklarını göstermektedir.

Firmalar, çeşitli küresel olaylardan (ticari ve ekonomik belirsizlikler, gümrük vergileri ve ticaret kısıtlamaları, politik istikrarsızlık ve riskler, küresel ekonomik dengesizlikler, lojistik ve tedarik zinciri karmaşıklığı, finansal erişim zorlukları) etkilenmektedir. Bu durum, firmaların olası krizlere karşı yeterince dirençli olmadıklarını göstermektedir. OSB 5. Etap, Tekstilkent kümesine göre kriz yönetimi konusunda daha başarılıdır. Kriz yönetiminde etkili olan faktörler (kriz ve risk yönetimi planları, risk analizi ve değerlendirme süreçleri, kriz iletişimi ve paydaş yönetimi, sigorta ve risk transfer stratejileri, acil durum ve felaket yönetimi planları) tüm kümelerde yüksek seviyede görülmektedir. Bu, firmaların kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejileri hakkında bilgi sahibi olduklarını göstermektedir. Son bir yıl içinde, firmaların çalışan sayısında düşük seviyede bir artış yaşanmıştır; bu da firmaların ekonomik dalgalanmalardan etkilendiğini göstermektedir. OSB 5. Etap’ın çalışan sayısında artış gözlemlenirken, Tekstilkent kümesinin çalışan sayısında önemli bir değişiklik yaşanmamıştır.

Aydemir ve Demirci (2005) de kriz yönetimini, olası bir krizin önlenmesi, mevcut bir krizin çözülmesi ve etkilerinin en aza indirilmesi çabaları olarak tanımlamaktadır.

Bu bağlamda, Van CMDP kapsamındaki tekstil firmaları, potansiyel krizler öncesinde ne yapılması gerektiğini bilmektedirler. Ancak kriz anında ve sürecinde birçok faktörden etkilenebilirler. Bu durum, firmaların krizlere karşı bilinçli olduklarını ancak yeterli altyapıya sahip olmadıklarını ve etkin bir kriz yönetimi uygulayamadıklarını göstermektedir. Sonuç olarak, firmalar olası krizler ve tehditler karşısında kırılgan olmaktadır.

Firmaların uzun vadeli stratejik hedeflerini (pazar payı ve büyüme hedefleri, karlılık ve sermaye getirisi hedefleri, müşteri memnuniyeti ve sadakati hedefleri, inovasyon ve sürekli gelişim hedefleri, çalışan memnuniyeti ve yetenek geliştirme hedefleri, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik hedefleri) etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. OSB 5. Etap, uzun vadeli stratejilerini etkileyen faktörlerde diğer iki kümeye göre daha fazla çeşitlilik göstermektedir. Bu, OSB 5. Etap'ın uzun vadeli stratejilerine daha geniş çaplı parametreler dâhil ederek kapsamlı planlar yaptığını göstermektedir. Ayrıca, OSB 5. Etap, geleceğe yönelik müşteri profili değişiminde de ön plana çıkmaktadır. Bu, OSB 5. Etap'ın gelecek planlarını daha fazla etkenle şekillendirmek istediğini gösterir.

Van CMDP kapsamındaki tekstil kümeleri uzun vadeli stratejik hedefler belirlemiştir. Çoğu firma (17 firma) müşteri profillerinin ve pazarlanan ürün gruplarının gelecekte orta üst gelir grubuna yönelik, yüksek katma değerli ürünlere dönüşmesini beklemektedir. Bu doğrultuda, Van tekstil sanayisi planlanan hedeflere ulaşırsa, gelecekte küresel pazarda rekabetçi firmalar olarak rol alabilecektir.

Bu bulgular, Van ili Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) kapsamındaki tekstil firmalarının, Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı (DAKA), Van Ticaret ve Sanayi Odası (VANTSO), Yatırım İzleme ve Koordinasyon Başkanlığı (YİKOB), Van Organize Sanayi Bölgesi Müdürlüğü ve Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler, beş yıllık kalkınma planları, sanayi raporları, teşvik belgeleri, kuramlar ve istatistiklerle elde edilmiştir.

Perroux (1993), büyüme kutbu teorisini şu şekilde ifade etmektedir: Büyüme kutuplarının gelişim sürecinde iki ana şekil gözlemlenmektedir. Birincisi, az gelişmiş bir bölgede ekonomik faaliyet olmaksızın çok kısa sürede ekonomik canlılık başlamasıdır. Diğeri ise, az gelişmiş bir bölgenin devlet müdahalesiyle bir büyüme merkezi haline getirilmesidir.

Bu çerçevede, Cazibe Merkezi olarak seçilen Van iline, devlet destekleri ve teşvikleri aracılığıyla tekstil sektöründe ekonomik canlılık kazandırılması ve genç istihdamının artırılması hedeflenmiştir. Ancak yapılan araştırmalar ve elde edilen bulgular, bu hedeflerin tam anlamıyla gerçekleşmediğini ve sadece kısmi başarı sağlandığını göstermektedir.

Van ili Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) kapsamında faaliyet gösteren tekstil firmalarının Büyüme Kutupları teorisi bağlamında hedeflerine ulaşabilmeleri için aşağıdaki altı başlıkta öneriler sunulmuştur:

Ürün ve çalışma:

Van' da iş kültürünün geliştirilmesi

Üniversite-sanayi işbirliği çerçevesinde nitelikli personel yetiştirilmesi

Firmaların katma değeri yüksek markalar ile çalışması

Üretim ve organizasyon:

Firmaların Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine kaynak ayırması

Firmalarda Ar-Ge personelinin bulundurulması

Van ilinde yerel Ar-Ge ağlarının oluşturulması

Kurumlar ve firmalar tarafından yerel insan kaynaklarına yatırım yapılarak yetenek geliştirilmesi

Firmalarda çalışan/çalışacak bireyler için Eğitim ve yetenek geliştirme programlarının düzenlenmesi

Van tekstil ve hazır giyim sektörü özelinde Eylem Planının hazırlanması

Üniversite-sanayi işbirliğini güçlendirerek, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi'nin bölgesel kalkınma için tetikleyici güç haline getirilmesi

Yüzüncü Yıl Üniversite'nde Tekstil Mühendisliği Bölümü açılarak saha da ki eksiğin giderilmesi

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Tekstil Bölümü'ne aktif öğrenci alınması

Firmaların finansal kaynaklara erişiminin kolaylaştırılması

Mevcut atıl kapasiteler tespit edilmeli ve bu kapasiteler etkin bir organizasyonla üretime kazandırılarak sabit maliyetlerin karşılanmasına katkı sağlanmalı

Tekstil sektörünün envanterinin ve yol haritasının çıkarılması

Bürokrasi ve özel sektör arasındaki sürdürülebilir işbirliğinin, koordinasyonun kurumsallaştırılması

Sektör içerisinde alt sektörler arasında koordinasyonun ve işbirliğinin yeterli şekilde sağlanması

Firma denetimlerinin artırılması

Tedarik ve Pazarlama;

Firmaların kar marjı yüksek ürünlerde ve kalitede pazarlama yapması ve bunun içinde kurum ve kuruluşlar tarafından destek verilmesi

Firmaların çok fazla sermaye harcamadan veya çok fazla risk almadan gerekli bilgileri toplamak ve dış pazarlarda deneyim kazanmak için ihracat ağlarını genişletmeleri

Ulusal tedarikçilere karşı mevcut güç kullanılarak, bu tedarikçilerin işletmeye bağımlı hale getirilmesi sağlanmalı; aynı zamanda uluslararası bir tedarik zinciri oluşturularak, hammaddeler ve düşük katma değerli işlemler, ölçek ekonomilerinin avantajlı olduğu ülkelerden temin edilmelidir

Genel tekstil depo tesisinin kurulması

Fabrika satış mağazalarının kurulması

Yatay ve dikey ilişki içerisinde bulunan sektörlerle bilgi alışverişinin olması

Yerel veya bölgesel pazarlarda markalaşmadan önce uluslararası bir marka yaratmaya çalışılmamalı

Van'da iplikten-mamule kadar olacak kapsamda pazar alanının oluşturulması

Van'da Tekstil İhtisas Gümrüğü'nün kurulması

Van'da kapatılan yün iplik fabrikasının yeniden açılarak üretilen ürünlerin tekstil sanayisinde ham madde temininde kullanılması

Van'ın küçükbaş hayvan potansiyeli değerlendirilerek elde edilen yünlerin tekstil sanayisinde kullanılması

Yer Seçimi ve Fiziki Altyapı

Elektrik ve kanalizasyon altyapı kalitesinin artırılması

Arıtma tesislerinin kurulması

Uçak seferlerinin artırılması

Demiryolu ağı çalışmalarının hızlandırılması

Kent içi ulaşımında firmalara olan erişim akslarının güçlendirilmesi

Firma yerleşkelerinde; sosyal donatıların ve peyzaj çalışmalarının yapılması

Lojistik maliyetlerin yüksek olmasından kaynaklı olarak teşvik ve desteklerin düzenlenmesi

Sürdürülebilir Çevresel Etkiler:

Firmaların atık yönetimi ve geri dönüşüm sistemlerinin olması

Van iline tekstil özelinde geri dönüşüm tesisinin kurulması

Firmaların Güneş Enerji Sistemleri'ni (GES) kullanmaları ve bunun için destek ve teşviklerin düzenlenmesi

Firma Stratejisi ve Rekabet:

Firmalara küme ve rekabet kavramları hakkında bilinçlendirecek seminerler düzenlenmesi

Yüksek katma değerli tekstil ve hazır giyim ürünleri geliştirmek için, ÜR-GE (ürün geliştirme) çalışmalarına odaklanılmalı, sürekli olarak yenilikçi modeller ve çeşitli ürünler sunulması

Ölçek ekonomilerinin en verimli şekilde kullanılması ve işletmelerin çalışan verimliliğinin artırılması

Fason üretimin ihracatlar içindeki payı azaltılması

AB pazarına olan bağımlılığın önüne geçilerek hem Ab pazarı hem de Türk Cumhuriyetleri'ne ihracat yapılması

Irak sınır kapısının lojistik araç geçişine açılması

Firmaların büyüklüğü ve finansal gücü gibi faktörlere bağlı olarak, alıcılar ve rakiplerle stratejik işbirlikleri geliştirilmeli; bu işbirlikleri tedarik, üretim, pazarlama ve dağıtım gibi süreçleri kapsamalı

Firmaların müşterilerin serbestçe, istedikleri zaman, düşük veya sıfır maliyetle üreticiyi ya da ürünü değiştirebilme olanak sunmaları

Firmaların kendi içlerinde iletişimlerinin artırılması için programların düzenlenmesi

Firmaların olası krizlere karşı eylem planlarının olması

Uluslararası fuarların yapılması

Tekstil zirve ve kongrelerinin gerçekleştirilmesi

İŞKUR ile firmalar arasında arz-talep dengesinin sağlanması

MESEM programının yeniden faaliyete geçirilmesi.

Usta-Çırak ilişkisi temelinde okullarda eğitim verilmesi ve ardından anlaşmalı firmalara nitelikli personelin temininin yapılması

Tekstil endüstrisinin büyüme kutbundaki gelişimi, birkaç ana faktörden etkilenir. İlk olarak, EcoFashions Ltd.'nin örneğinde görüldüğü gibi, ileri düzeyde iş analitiğinin stratejik kullanımı, operasyonel verimliliği artırabilir, yenilikleri teşvik edebilir ve sürdürülebilirliği destekleyebilir. Bu durum, malzeme israfını azaltarak üretim

verimliliğini artırır (Younus vd., 2024). İkinci olarak, bölgesel firma yoğunluğu ve coğrafi kümelenme, özellikle giyim sektöründe, dış finansmanla olumlu bir bağlantı kurarak, kümeler içerisindeki büyüme üzerinde önemli bir etki yaratır. Lokasyon, firmalar için güçlü bir ödeme kapasitesi göstergesi haline gelir (Vaz, 2024). Satın alma alışkanlıklarını ve kumaş türleri arasındaki ilişkileri analiz etmek için ilişkilendirme kurallı madenciliği kullanmak, pazarlama stratejilerini ve envanter yönetimini iyileştirir, bu da daha yüksek satış hacimlerine ve geliştirilmiş müşteri deneyimlerine yol açar (Wijaya vd., 2024). Son olarak, karşılaştırmalı avantaj, rekabet gücü büyüme endeksi ve üretim uzmanlığı gibi unsurlar, belirli ülkelerdeki tekstil endüstrisinin uluslararası rekabet gücünü artırarak, bu büyüme kutbu içinde daha fazla gelişme sağlar (Nikolić vd., 2024).

Tekstil endüstrisinin büyüme kutbundaki gelişimi, bir dizi kilit faktöre dayanmaktadır. Bu faktörler arasında makinelerin modernizasyonu, yenilikçi üretim teknikleri, işletme sermayesinin etkin yönetimi ve uluslararası standartlara uyum sağlamak için iş yasalarına uygunluk yer alır (Prakash vd.,2020). Tarihsel olarak, yangına dayanıklı iplik fabrikalarının geliştirilmesi gibi mekanizasyon adımları, endüstrinin sanayileşmesi ve büyümesinde hayati bir rol oynamıştır. Bunun yanında, sermaye yatırımı, işgücü istihdamı, pamuk lifi fiyatları ve ihracat performansı gibi unsurlar, tekstil endüstrisinin yeniden yapılandırılmasında ve beceri geliştirme gereksinimlerinde belirleyici faktörler olarak öne çıkmıştır (Nada vd., 2023). Ayrıca, tüketici odaklı işlevsel özelliklere adapte olma, sürdürülebilir büyüme zorlukları ve yıkıcı yeniliklerin yanı sıra küreselleşme ve bilgi yoğunluğunun önemi, gelecekteki büyüme ve başarı için kritik unsurlar olarak vurgulanmaktadır (Nada vd., 2023).

Bu bağlamda, Van'da tekstil sektörü üzerinden uygulanan büyüme kutuplarının itici gücü, bu sektörde çalışacak genç istihdam sayısının yüksek olmasıdır. Ancak bu tek parametre, büyüme kutuplarının itici gücü için yeterli değildir. Van, en geri kalmış bölgelerden biri olarak değerlendirilmektedir. Perroux ise büyüme kutuplarının lider veya temel sektörler aracılığıyla gerçekleştirilebileceğini belirtmektedir. Van'da, devlet destekli olarak kurulan planlı kümelerle bölgenin istihdamı ve kalkınması hedeflenmiştir. Bu amaçla Van'da büyüme etkisi oluşturacak sektör olarak tekstil sektörü seçilmiştir. Ancak, Van'daki LQ (Location Quotient) analizi tekstil sektörünü temel sektör değil, yerel sektör olarak değerlendirmiştir. Yinede, tekstil sektöründeki istihdam sayısının yıllar içinde artarak bir eğilim gösterdiği bilinmektedir.

Büyüme kutupları teorisine göre, yapılan yatırımın çevresiyle etkileşime girmesi beklenir. Başlangıçta LQ'nin birin altında olması mümkündür, ancak zamanla bu sanayi kümesinden ilham alan veya cesaret bulan diğer girişimlerin ortaya çıkması ve sektörün büyüyüp çeşitlenmesi beklenir. Ayrıca, kümenin içindeki firmalardan spin-off (yan kuruluş) oluşumu da öngörülür. Böylece sektör orta vadede önemli bir büyüme yaratabilir. Bu büyüme yalnızca tekstil sektörüyle sınırlı kalmamalı; sektörün liderliğinde genel bir canlılık da beklenmektedir.

Yapılan araştırmalar sonucunda, Büyüme Kutbu teorisi çerçevesinde planlanan ve Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) kapsamında yürütülen tekstil firmalarının, kuruluş amaçlarına tam olarak ulaşamadığı belirlenmiştir. Mevcut şartlar altında, Büyüme Kutbu teorisinin Van ilinin ekonomik büyüme ve kalkınması için uzun vadeli bir çözüm sunamayacağı sonucuna varılmıştır. Çünkü saha araştırmalarında, firmaların birçok parametrede gereken ortalama değerlerin altında kaldığı gözlemlenmiştir.

Çalışmanın bulguları ışığında yapılan önerilerle, Van tekstil sanayisinin LQ değerinin 0,44'ten 1 puanın üzerine çıkarılarak temel sektör haline gelmesi beklenmektedir. Van tekstil sektörünün geleceği için GZFT Analizi ve veri analizlerinden elde edilen bulguların doğru ve etkili bir şekilde değerlendirilmesi ve gelişimindeki eksik ihtiyaçların karşılanması gerekmektedir. Bu doğrultuda, etkin parametreler çerçevesinde gerekli adımlar atılmalıdır. Böylece, büyüme kutupları politikasının uzun vadeli etkileri olacak ve geniş bir hinterland ile diğer sektörlerde de canlılık sağlayacaktır. Bu bağlamda elde edilen bulgular ve önerilerle, Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) kapsamında Van tekstil sanayisinde Büyüme Kutupları oluşturulması ve sahada etkisinin gözlemlenmesi beklenmektedir.

KAYNAKLAR

- Akdoğan, Ş., Kaldırımcı, N. (2007). *Üniversite-sanayi işbirliğinde İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinin fonksiyonları*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Aktürk, E. (1997). *Avrupa Birliği'nde bölgesel sorun ve politikalar*, Yüksek lisans tezi. Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, Türkiye.
- Allwood, J. M., Laursen, S. E., de Rodriguez, C. M., Bocken, N. M. (2015). Well dressed?: The present and future sustainability of clothing and textiles in the United Kingdom. *Journal of the Home Economics Institute of Australia*, 22(1), 42.
- Altay, B. (2006). *Avrupa Birliği'nde rekabet politikaları, Türkiye ve Avrupa Birliği'nin ihracatta rekabet gücünün ölçülmesi*, Doktora tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar, Türkiye
- Apalı, A., Yıldız, R. (2014). Bölgesel kalkınma ajansları: Fransa ve İngiltere örnekleri. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(23), 66-88.
- Ardıç, Ö. (2007). *Avrupa Birliği'nin uyum sürecinde bölgesel kalkınma politikaları ve bölgesel planlama çalışmaları*, Yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, Türkiye.
- Arslan, K. (2005). Bölgesel kalkınma farklılıklarının giderilmesinde etkin bir araç: bölgesel planlama ve bölgesel kalkınma ajansları. *İstanbul Ticaret Üniversitesi SBE Dergisi*, 7, 275-294.
- Aslan, N. (2020). *Uluslararası ticaret teorileri ve politikaları*. Umuttepe Yayınları: Kocaeli, Türkiye.
- Au, K. F., Chan, N. Y. (2003). The world textile and apparel trade: globalization versus regionalization. *In Proceeding of the Seventh International Conference on Global Business and Economic Development*, 1063(1), 1070.
- Ayaş, N. (2003). *Bölgesel rekabet gücünü geliştirmeye yönelik alternatif bir yaklaşım: Yeni endüstriyel bölgeler yaklaşımı (Denizli örneği)*, Doktora tezi. Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, Türkiye.
- Aydemir, M., Demirci, M. K. (2005). Son dönemlerde yaşanan krizlerin işletmeler üzerindeki olumlu etkilerinin analizi. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29(1), 65-81.
- Bailly, A. S. (1998). The Region: A basic Concept for understanding local areas and global systems. *Cybergeo: European Journal of Geography*. Erişim: 07.10.2024. Erişim Adresi: [https:// www.journals.openedition.org/cybergeo/333](https://www.journals.openedition.org/cybergeo/333).
- Barca, M., Döven, M. S., Taşkın, K. (2006). *Uluslararası pazarlarda Türk gıda sektörünün rekabet gücü ve ihracatta aranan kriterler/Karşılaşılan engeller*. İTO Yayınları: İstanbul, Türkiye.
- Bardakçı, A. (2004). Uluslararasılaşma teorilerinin gelişmekte olan ülke firmalarının ihracat uygulamaları çerçevesinde geçerliliği: Denizli imalat sanayii örneği. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(1), 55-76.
- Bayar, C. (2006). *Şark raporu*. Kaynak Yayınları: İstanbul, Türkiye.
- Bayraktutan, Y., Tüylüoğlu, Ş., Özbilgin, M. (2012). Lojistik sektöründe yoğunlaşma analizi ve lojistik gelişmişlik endeksi: Kocaeli örneği. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(3), 61-71.
- Bayramoğlu, S. (2005). *Türkiye'de bölgesel politikaların gelişimi" 2005, bölge kalkınma ajansları nedir, ne değildir?* (Der: Menaf Turan). Paragraf Yayınevi: Ankara, Türkiye.

- Benli, C. (2008). *Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektöründe değişen dünya pazarlarına uyum süreci*, Yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara, Türkiye
- Bildirir, H. N. (2005). *Avrupa Birliği ve Türkiye bölgesel kalkınma politikaları: uygulamalar ve alınan sonuçlar*, Yüksek lisans tezi. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep, Türkiye.
- Boratav, K. (2004). **Türkiye iktisat tarihi: 1908-1985**. İmge yayınları: Ankara, Türkiye.
- Bulu, M., Eraslan G. H, Kaya H. (2006). Türk elektronik sektörünün rekabetçilik analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(9): 49-66.
- Chadwick, G. (1987). **Models of urban and regional systems in developin countries**. Pergamon Press: Oxford, New York.
- Çağlar, E. (2006). **Türkiye'de yerleşme ve rekabet gücü: kümelenmeye dayalı politikalar ve organize sanayi bölgeleri**. TEPAV Yayınları: Ankara, Türkiye.
- Çelikkaya, S., Yaman, H., Dağlı, İ., Çapık, E. (2018). Bölgesel politikaların kalkınma planlarındaki yeri ve zamana bağlı dönüşümü. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 9(22), 21-31.
- Çiftçi, C., Aykaç, G. (2011). İçsel büyüme modelleri ve küreselleşme sürecinde gelişmekte olan ülkelerin konumları. *Sosyoekonomi*, 14(14).
- Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2019). *On birinci kalkınma planı (2019-2023)*. www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/On_Birinci_Kalkinma_Plani-2019-2023.pdf
- DAKA. (2021). *TRB2 Bölgesi sanayi mevcut durum analizi raporu*, Van. www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr/dokuman/trb2-bolgesi-sanayi-mevcut-durum-analizi-raporu/2168
- DAKA. (2013). *TRB2 Bölgesi 2014-2023 Bölge Planı Başkanlığı., D. B. DAP Stratejik Plan 2019-2023*. Ankara. www.daka.org.tr/panel/files/files/yayinlar/trb2_2014_2023_bp.pdf
- Dawkins, C. J. (2003). Regional development theory: Conceptual foundations, classic works, and recent developments. *Journal of Planning Literature*, 18(2), 131-172.
- Dinler, Z. (1994). *Bölgesel iktisat*. (4. b.). Ekin Kitabevi Yayınları: Bursa, Türkiye.
- Dinler, Z. (2001). *Bölgesel iktisat*. (6.b.). Ekin Kitabevi Yayınları: Bursa, Türkiye.
- Dinler, Z. (2005). *Bölgesel iktisat*. (7.b.). Ekin Kitabevi Yayınları: Bursa, Türkiye.
- DPT. (1963). *Birinci beş yıllık kalkınma planı (1963-1967)*. www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/Kalkinma_Plani_Birinci_Bes_Yillik_1963-1967.pdf
- DPT. (1968). *İkinci beş yıllık kalkınma planı (1968-1972)*. www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/ikinci_Bes_Kalkinma_Plani-1968-1972.pdf
- DPT. (1973). *Üçüncü beş yıllık kalkınma planı (1973-1977)*. www.resmigazete.gov.tr/arsiv/14374.pdf
- DPT. (1979). *Dördüncü beş yıllık kalkınma planı (1979-1983)*. www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/08/Dorduncu-Bes-Yillik-Kalkinma-Plani_1979_1983.pdf
- DPT. (1985). *Beşinci beş yıllık kalkınma planı (1985-1989)*. www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/08/Besinci-Bes-Yillik-Kalkinma-Plani-1985-1989.pdf
- DPT. (1989). *Altıncı beş yıllık kalkınma planı (1990-1994)*. www.trakyaka.org.tr/upload/Node/35254/xfiles/plan6.pdf
- DPT. (1995). *Yedinci Beş yıllık kalkınma planı (1996-2000)*. www.ceidizleme.org/ekutuphaneresim/dosya/524_1.pdf

- DPT. (2000). *Sekizinci Beş yıllık kalkınma planı (2001-2005)*. www.sbb.gov.tr/wpcontent/uploads/2022/07/Uzun_Vadeli_Strateji_ve_Skizinci_Bes_Yillik_Kalkinma_Plani-2001-2005.pdf
- DPT. (2001). *Nüfus, Demografi Yapısı, Göç Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. DPT Yayınları: Ankara, Türkiye.
- DPT. (2006). *Dokuzuncu kalkınma planı: (2007-2013)*. www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/Dokuzuncu_Kalkinma_Plani-2007-2013.pdf
- DPT. (2008). *Ek I. Cazibe merkezlerini destekleme programı Diyarbakır pilot uygulaması program belgesi*. T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü AB Bölgesel Programları Dairesi.
- Dulupçu, M. A., Sungur, O., Keskin, H. (2010). Bölgesel kalkınmada yeni yaklaşımlar ve Türkiye'de kalkınma planlarına yansımaları: kalkınma planlarının yeni teoriler açısından değerlendirilmesi. **6. Ulusal Coğrafya Sempozyumu**, Ankara, Türkiye.
- Duranton, G., Puga, D. (2004). Micro-foundations of urban agglomeration economies. In *Handbook of regional and urban economics*, 4, 2063-2117.
- Eraslan, İ. H., Bakan, İ., Helvacıoğlu Kuyucu, A. D. (2008). Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün uluslararası rekabetçilik düzeyinin analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 265-300
- Eraydın, A. (2004). Bölgesel kalkınma kavram, kuram ve politikalarında yaşanan değişimler. **Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu**, C, 1, 126-146.
- Ergin, D. (2002). *Redefinition of the regional policies of turkey with regard to the new regional strategies of the new regional strategies of the european union*, Yüksek lisans tezi. Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
- Erkan, H., Erkan, C. (2004). Bilgi ekonomisinde teori ve politika, **3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi**, Eskişehir, Türkiye.
- Ertürk, H. (1997). **Kent ekonomisi**. 2. Baskı. Ekin Kitap Evi: Bursa, Türkiye.
- Esi, B. (2017). Türk tekstil endüstrisi ve gelişimi. *Journal of Awareness (JoA)*, 2(Special), 643-663.
- Findlay, R. (1991). Comparative adVantage. In *The World of Economics* (pp. 99- 107). Palgrave Macmillan: London.
- Florida, R. (1995). Toward the learning region. *Futures*, 27(5), 527-536.
- Göymen, K. (2005). Türkiye'de bölgesel politikaların evrimi ve bölgesel kalkınma ajansları, Göymen, K. (der.), **Yerel kalkınma için ortaklıklar içinde**, İstanbul Politikalar Merkezi Yayını: İstanbul.
- Grant, R. M. (1991). Porter's 'competitive adVantage of nations': an assessment. *Strategic Management Journal*, 12(7), 535-548.
- Güler, V., Türkoğlu, İ., Üstün, Ü. S. (2017). Avrupa Birliği'nde ve Türkiye'de bölgesel kalkınma politikaları. *Harran Üniversitesi*, 26, 38-55.
- Hart, N. (2009). *External and internal economies*. In *A handbook of industrial districts*. Edward Elgar Publishing: London.
- Ildırar, M. (2004). **Bölgesel kalkınma ve gelişme stratejileri**. 1. Baskı. Nobel Yayınevi: Ankara, Türkiye.
- Isard, W. (1965). **Industrial complex analysis and regional development**. MIT Press:UK
- Isserman, A. M. (1977). The location quotient approach to estimating regional economic impacts. *Journal of the American Institute of Planners*, 43(1), 33-41.
- İnalcık, H. (2008). *Türkiye tekstil tarihi: üzerine araştırmalar* (No. 1557). Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları: Ankara, Türkiye

- İnan, A. (1989). *İzmir İktisat Kongresi 17 Şubat-4 Mart 1923*. Türk Tarih Kurumu Basımevi: Ankara.
- İsbir, E. G. (1991). *Şehirleşme ve meseleleri*. 2. Baskı. Gazi Büro Yayınları: Ankara, Türkiye.
- Kalkınma Bakanlığı. (2013). *Onuncu kalkınma planı: 2014-2018*. www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/08/Onuncu_Kalkinma_Plani-2014-2018.pdf
- Kalkınma Bakanlığı. (2014). *Bölgesel gelişme ulusal stratejisi: 2014-2023*. https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/2014-2023_B%C3%B6lgesel_Geli%C5%9Fme_Ulusal_Stratejisi.pdf
- Kanberoğlu, Z. (2008). *Kobi'lerin bölgesel kalkınma üzerine etkileri: Van ılı üzerine bir uygulama*, Doktora tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, Türkiye.
- Karakılçık, Y. (2021). *Yeni Bölgeselleşme Politikaları ve Türkiye’de Bölge Kalkınma Yönetimi*. 3. Baskı, Seçkin yayıncılık.
- Kayasü, S., Pınarcıoğlu, M., Yaşar, S. S., Dere, S. (2003). Yerel/bölgesel ekonomik kalkınma ve rekabet gücünün artırılması: Bölgesel kalkınma ajansları. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Kazgan, G. (2004). *Tanzimat’tan 21. Yüzyıla Türkiye ekonomisi*, 2. Baskı. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. İstanbul.
- Kedik, D. (2003). *Avrupa Birliği ve Türkiye’de bölgesel politikaya yönelik devlet yardımları*, Yüksek Lisans Tezi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, Türkiye.
- Keleş, R. (1976). *Kentbilim ilkeleri*. Sevinç Matbaası: Ankara, Türkiye.
- Keleş, R. (2023). Dünyada ve Türkiye’de çevre politikaları ve sürdürülebilir kalkınma. *Çevre Şehir ve İklim Dergisi*, 2(3), 24-30.
- Keskin, H., Sungur, O. (2010). Bölgesel politika ekseninde yaşanan dönüşüm: Türkiye’de kalkınma planlarında bölgesel politikaların değişimi. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 271-293.
- Keskin, M. (2019). *Ekonomilerde yapısal dönüşüm: seçilmiş gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler üzerine bir uygulama*, Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum, Türkiye.
- Kılınçaslan, İ. (2018). *Kent Ekonomisi*, Genişletilmiş 2. Baskı. Ninova yayıncılık: İstanbul
- Kıymalıoğlu, Ü., Ayoğlu, D. (2007). Türk imalat sanayiinde illere göre yerleşme ve kentleşme ekonomilerinin belirlenmesi. *Bilig*, 43, 169-192.
- Kobu, B. (1996). *Üretim yönetimi*. 9. Baskı. Avcıol Basım-Yayın: İstanbul, Türkiye.
- Komarovski, V., Bondaruk, V. (2013). The role of the concept of “growth poles” for regional development. *Journal of Public Administration, Finance and Law*, 4(4), 31-42.
- Krugman, P. (1991). Increasing returns and economic geography. *Journal of Political Economy*, 99(3), 483-499.
- Krugman, P. (1991a). *Geography and trade*. MIT Press.
- Krugman, P. (1999). The role of geography in development. *International Regional Science Review*, 22(2), 142-161.
- Küçükkalay, A. M. (2010). *İktisadi düşünce tarihi*. Beta Basım Yayım Dağıtım: İstanbul, Türkiye.
- Malecki, J. E. (1991). *Technology and economic development*. Longman Group: UK.

- McCann, P., Van Oort, F. (2019). Theories of agglomeration and regional economic growth: a historical review. *Handbook of Regional Growth and Development Theories*, 6- 23.
- McNamara, K. (2008). **The global textile and garment industry: The role of ICTs in exploiting the value chain**. Enlighthouse Economics.
- Meardon, S. J. (2001). Modeling agglomeration and dispersion in city and country: Gunnar Myrdal, Francois Perroux, and the New Economic Geography. *American Journal of Economics and Sociology*, 60(1), 25-57.
- Mitra, A. (1999). Agglomeration economies as manifested in technical efficiency at the firm level. *Journal of Urban Economics*, 45(3), 490.
- Moulaert, F., Sekia, F. (2003). Territorial innovation models: a critical survey. *Regional studies*, 37(3), 289-302.
- Mucuk, İ. (2007). **Pazarlama ilkeleri**. Türkmen Kitabevi: İstanbul, Türkiye.
- Myrdal, G. (1957). **Economic theory and under-development regions**. Gerarld Duckworth.
- Nada, H. M. L., Hermawan, I., Rambe, K. R., Nugraheni, R. D., Zuhdi, F., Isnasari, Y., Asshagab, S. M. (2023). Determinan Kinerja Industri TPT Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(1), 27-41.
- Nakamura, R. (1985). Agglomeration economies in urban manufacturing industries: a case of Japanese cities. *Journal of Urban Economics*, 17(1), 108-124.
- Nikolić, M., Radovanović, O., Đorđević, A. (2024). The textile industry trade competitiveness of selected european transition countries. *Teme*, 787-807.
- Öney, E. (1987). **İktisadi planlama**. Savaş Yayınları: Ankara, Türkiye.
- Öngüt, E. (2007). **Türk tekstil ve hazır giyim sanayinin değişen dünya rekabet şartlarına uyumu**, DPT yayınları: Ankara, Türkiye.
- Özcan, S. (2008). Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde lojistik yönetiminin önemi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(10), 276-300.
- Özdemir, A. (2019). Ulusların rekabetçi avantajı: Elmas model çerçevesi ve Türk turizm sektörünün rekabet gücü. *TESAM Akademi Dergisi*, 6(1), 11-41.
- Özpençe, A. İ., Karayılmazlar, E. (2013). Kümelenmenin pozitif dışsallıklara etkisi: Denizli örneği. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (31), 45-61.
- Özsabuncuoğlu, İ. H. (1999) **The economics of natural resources**. Gaziantep Üniversitesi Yayınları: Gaziantep, Türkiye.
- Öztürk, N., Uzun, A. M. (2010). Bölgesel kalkınma dinamikleri: Bölgesel dengesizliklerin ortaya çıkmasında rol oynayan iktisadi etmenler. *Cumhuriyet Üniversitesi İİBF Dergisi*, 11(2), 91-110.
- Paksoy, S. (2007). Bölgesel kalkınmada girişimciliğin geliştirilmesi: Türkiye de GAP ve GAP-GİDEM örnekleri. *Alatoo Academic Studies-International Scientific Journal*, 2(1), 38-49.
- Parr, J. B. (2002). Agglomeration economies: ambiguities and confusions. *Environment and Planning A*, 34(4), 717-731
- Perroux, F. (1955). Note sur la notion de "pôle de croissance". *Economie Appliquée*, 8(1), 307-320.
- Perroux, F. (1991). **L'Economie du XX e Siècle**. Presses Universitaires de Grenoble, Paris.
- Perroux, F. (1993). **Oeuvres complètes**. 6 cilt, Presses Universitaires de Grenoble.

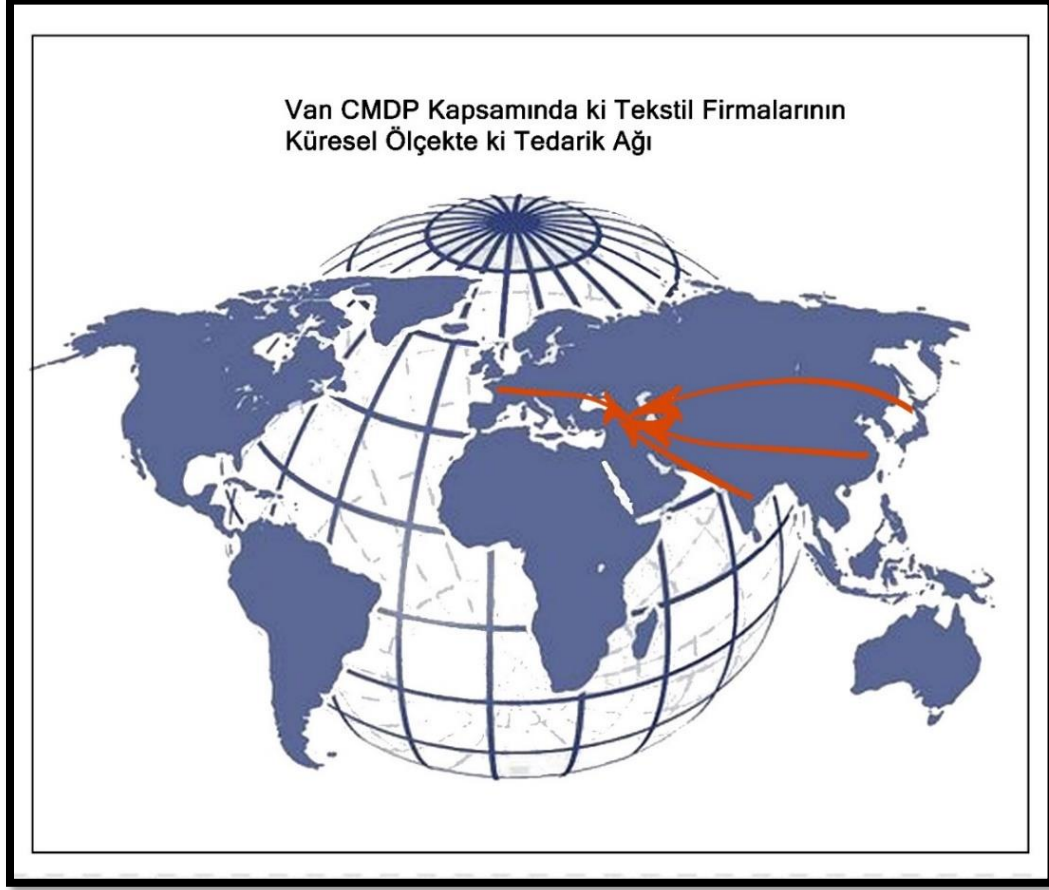
- Peşelioğlu, İ. (2007), *Avrupa Birliği perspektifinde Türkiye ekonomisinde bölgesel kalkınma ajanslarının uygulama imkânları*, Yüksek lisans tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, Türkiye.
- Pinch, S., Henry, N. (1999). Paul Krugman's geographical economics, industrial clustering and the British motor sport industry. *Regional Studies*, 33(9), 815-827.
- Porter, M. E. (1990). ***The competitive advantage of nations***. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1998). Clusters and the new economics of competition. *Boston: Harvard Business Review*, 76(6), 77-90.
- Porter, M. E. (2003). The economic performance of regions. *Regional Studies*, 37(6-7), 549-578.
- Prakash, Y., Charwak, B., Kumar, P. V. (2020). Textile industry in new India: challenges and opportunities. *International Journal of Indian Culture and Business Management*, 21(4), 435-458.
- Ramaswamy, K. V., Gereffi, G. (2000). India's apparel exports: The challenge of global markets. *The Developing Economies*, 38(2), 186-210.
- Rosenthal, S. S., Strange, W. C. (2004). Evidence on the nature and sources of agglomeration economies. In ***Handbook of regional and urban economics*** (Vol. 4, pp. 2119-2171). Elsevier.
- Rossen, E. I. (2004). ***The globalization of the US apparel industry: Making sweatshops, berkely***, University of California Press.
- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2019). *İllerin ve bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması SEGE 2017*. www.sanayi.gov.tr/merkez-birimi/b94224510b7b/sege/il-sege-raporlari
- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2020). *Van il sanayi durum raporu*. www.sanayi.gov.tr/plan-program-raporlar-ve-yayinlar/81-il-sanayi-durum-raporlari/mu1602011678
- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2021). *Van il sanayi durum raporu*. www.sanayi.gov.tr/plan-program-raporlar-ve-yayinlar/81-il-sanayi-durum-raporlari/mu2708011678
- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2022). *Tekstil, hazır giyim ve deri sektörü raporu*. www.sanayi.gov.tr/plan-program-raporlar-ve-yayinlar/sector-raporlari/mu2812011411
- Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2023). *Van yün işleme tesisi fizibilite raporu*. www.yatirimadestek.gov.tr/pdf/assets/upload/fizibiliteler/van-ili-yun-isleme-tesisi-on-fizibilite-raporu2020.pdf
- Saraç, A. (2006). *Bölgesel kalkınma modelleri ve Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP)*, Yüksek lisans tezi. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın, Türkiye.
- Sarıkaya S. (2010). ***Güneş enerjisi sektörel analiz raporu***. Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı: Van, Türkiye.
- Sevim, Ü., Kuyumcu, O. (2008). *Hazır giyim. Başbakanlık dış ticaret müsteşarlığı ihracatı geliştirme etüd merkezi araştırma raporu*.
- Sevinç, H. (2011). Bölgesel kalkınma sorunsalı: Türkiye’de uygulanan bölgesel kalkınma politikaları. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2): 39-41.
- Sharma, S. K. (2000). ***Spatial framework and economic development: a geographical perspective on resources and regional disparities in Madhya Pradesh***. Northern Book Centre: London.

- Shefer, D., Frenkel, A. (1998). Local milieu and innovations: Some empirical results. *The Annals of Regional Science*, 32, 185-200.
- Siddiqui, K. (2018). David Ricardo's comparative advantage and developing countries: Myth and reality. *International Critical Thought*, 8(3), 426-452.
- Solow, R. M. (1994). Perspectives on growth theory. *Journal of Economic Perspectives*, 8(1), 45-54.
- Sullivan, A. (2003). **Urban economics**. 4. Baskı. Irwin/McGraw-Hill: New York.
- Szirmai, A. (2005). **The dynamics of socio-economic development: an introduction**. Cambridge University Press.
- Şenses, F. (2017). **İktisada (Farklı Bir) giriş: giriş iktisadı öğrencileri ve iktisada ilgi duyanlar için yardımcı kitap, (Vol. 413)**. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Taş, S., Taban, S. (2004). İktisadi kalkınmada para ve sermayenin yeri. *Kalkınma Ekonomisi*, 159-196.
- Tekeli, İ. (2008). **Türkiye'de bölgesizlik ve bölge planlama yazılar**. Tarih Vakfı Yurt Yayınları: İstanbul
- Tiftikçigil, B. Y. (2010). *Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde türkiye' de bölgesel kalkınma politikalarında yaşanan dönüşüm ve kalkınma ajansları üzeri ne bir değerlendirme*, Doktora tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, Türkiye.
- Todaro, M. P. (1994). **Economic development**. White Plains.
- Tokay, S. H., Deran, A., Arslan, S. (2011). Lojistik maliyet yönetiminde izlenebilecek stratejiler ve muhasebe eğitiminden beklentiler. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29, 225-244.
- Toy, S., Gündüz, O. (2016). Cazibe merkezlerini destekleme programı Türkiye tecrübesi: Başarılar ve başarısızlıklar. *Iğdir University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 1(1), 121-136.
- TÜİK. (2023). *Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları*. <https://nir.tuik.gov.tr/>
- Türko, E. S., Ersungur, Ş. M. (2013). Marshall tipi dışsal ekonomiler, endüstriyel bölgeler ve çağdaş yaklaşımlar. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(3), 253-270.
- TÜSİAD. (2008). **Türkiye'de bölgesel farklar ve politikalar**. Graphis Matbaa: İstanbul.
- Tüylüoğlu, Y. D. D. Ş. (2004). Küreselleşme sürecinde kalkınma politikaları ve devletin zayıflayan rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 117-120.
- Vaz, R. (2024). The regional firm density and the growth of firms in the portuguese textile and clothing industry. *Revista Galega de Economía*, 33(3), 1-24.
- Wijaya, N. G., Sukma, R., Juliane, C. (2024). Optimizing marketing strategies using fp-growth and association rule mining algorithms in the textile industry. *Journal of World Science*, 3(5), 557-566.
- Younus, M., Hossen, S., Islam, M. M. (2024). Advanced business analytics in textile & fashion industries: driving innovation and sustainable growth. *International Journal of Management Information Systems and Data Science*, 1(2), 37-47.



EKLER

Ek 1 Tedarik ağı

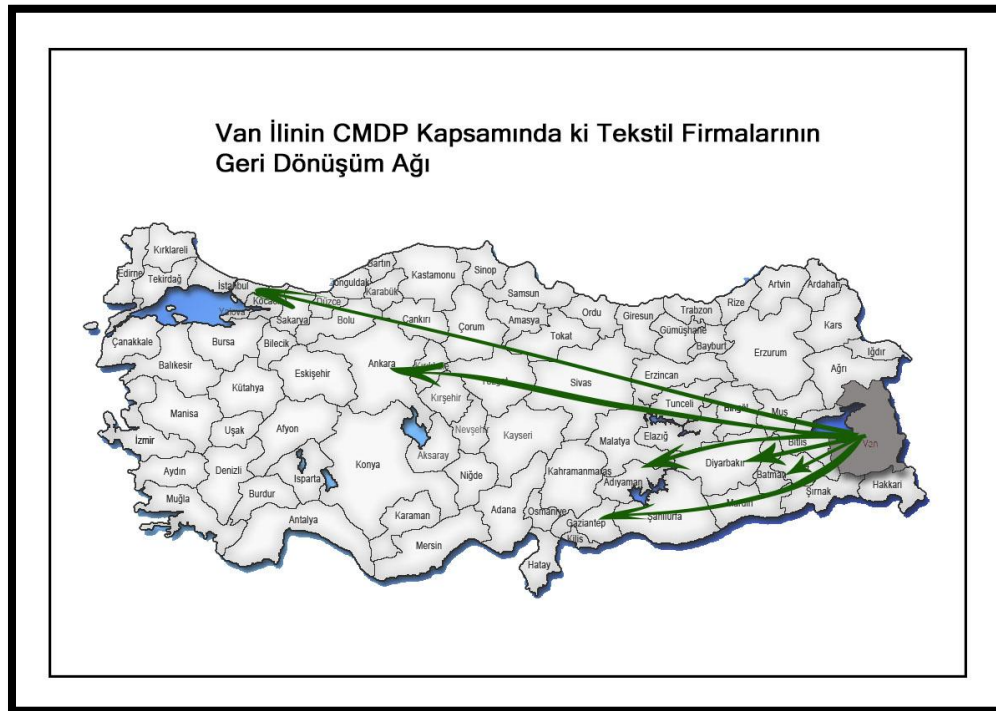


Kaynak: Yazar tarafından oluşturuldu.

[illegible]

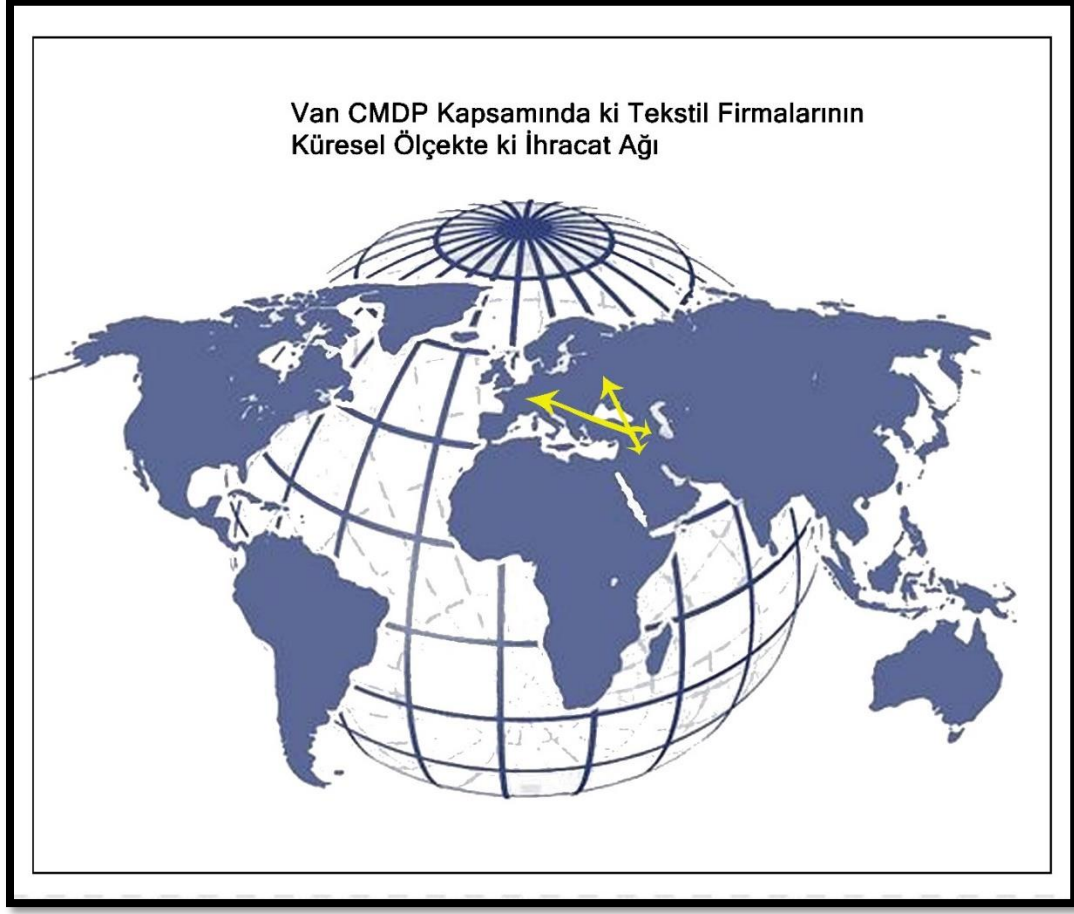
Kaynak: Yazar tarafından oluşturuldu.

Ek 2 Geri dönüşüm ağları



Kaynak: Yazar tarafından oluşturuldu.

Ek 3 İhracat Ağı



Kaynak: Yazar tarafından oluşturuldu.

Ek 4 Görüşme Formu

Sayın Katılımcı,

Bu görüşme formu Van Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı Şehir ve Bölge Planlama Programı kapsamında ‘‘ Bölgesel Gelişmede Bir Politika Aracı Olarak Cazibe Merkezleri Programı Kapsamında TRB2 Bölgesi Van ili Tekstil Sanayi Sektörünün Değerlendirilmesi ‘‘ başlıklı tez çalışması için hazırlanmıştır. Görüşmede elde edilen verilerin gizliliği korunacaktır.

Gösterdiğiniz ilgi ve katılımınız için teşekkür ederim.

Rumeya AYSAN

Şehir Plancısı

Firma Görüşmeleri – Sorular ve Anahtar Kavramlar

Genel Bilgiler

Firmanın adı:

Firmanın kuruluş tarihi:

Sektör:

Adres:

Görüşme tarihi:

ÜRÜN VE ÇALIŞMA

1. Çalışan kişi analizi

I. Kaç kişi çalışmaktadır:

II. Cinsiyet dağılımı:

2. Firmanız ağırlıklı olarak hangi ürünleri üretmektedir?

3. Ürünlerinizi kendi markanızla mı pazarlıyorsunuz?

4. Firmanızda tasarım bölümü var mı? Kendi tasarımlarınızla üretim yapıyor musunuz?

5. Firmanız üretim de nasıl bir strateji uygulamaktadır?

- a) Yalnızca kesim ve dikim aktivitelerinde faaliyet veriyor
- b) Yalnızca kesim ve dikim aktivitelerinde tedarikçi kullanılıyor
Siparişe yönelik, kaliteli ve tamamlanmış ürün üretiliyor
- c) Kaliteli ve tamamlanmış ürün satın alınarak kendi markamız ile pazarlanıyor Üretimin her aşaması firma bünyesinde gerçekleştiriliyor
- d) Diğer

6. Son bir yıllık dönemde firmanızda çalışan sayısı ve işgücünün niteliği nasıl değişmiştir? Değişimler hangi nedenlerden kaynaklanmaktadır

☐ Çalışan sayısı azalmış ☐ Çalışan sayısı artmış ☐ Değişim olmamıştır

7- Firmanız yerel işgücünden yeterlive nitelikli eleman temin edebilmektedir? (Hayır, ise hangi zorluklarla karşılaşmaktadır?

- a) Evet
- b) Hayır

ÜRETİM ORGANİZASYONU

Ar-Ge-Yenilik-Yetenek Geliştirme

8. Firmanızın üretim sürecinde üretim teknolojisinde bir yenilenme gerçekleşti mi? (eğer gerçekleştiyse) Yenilenme hangi üretim aktivitesini nasıl değiştirmiştir?

9. Firmanıza ait hangi faktörler, teknolojik gelişmeler, inovasyon ve dijitalleşme ile olan ilişkinizi etkilemektedir? (Aşağıdaki seçeneklerden birden fazlasını seçebilirsiniz)

- a) Yenilikçi üretim süreçleri ve teknolojiler
- b) Dijital pazarlama ve satış kanalları
- c) Üretim otomasyonu ve robotik sistemler
- d) Veri analitiği ve iş zekası
- e) Dijital tedarik zinciri yönetimi
- f) Endüstri 4.0 uygulamaları
- g) Diğer

10. Firmanız veya bir arada bulunduğunuz firmalar ile birlikte yerel insan kaynaklarına yatırım yaparak yetenek geliştirmekte midir? (Evet ise ne tür yetenekler geliştirmektedir?)

11. Firmanıza ait hangi faktörler, iş gücü yönetimi ve yetenek geliştirme stratejilerinizi etkilemektedir? (Aşağıdaki seçeneklerden birden fazlasını seçebilirsiniz)

- a) İşgücü arz ve talep dengesi
- b) Eğitim ve yetenek geliştirme programları
- c) İşgücü çeşitliliği ve kapsayıcılık
- d) Çalışan motivasyonu ve bağlılığı
- e) Ücret ve yan haklar politikaları
- f) Çalışma koşulları ve iş güvenliği
- g) Diğer:

12. Firmanız yenilikçi ürünler ve teknolojiler geliştirmekte midir?

- a) Evet
- b) Hayır

13. Firmanız Ar-Ge faaliyetlerine kaynak ayırmakta mıdır?

- a) Evet
- b) Hayır

14. Firmanız yerel Ar-Ge ağılarına dâhil midir? (Evet, ise hangi tür iş ağılara bulunmaktadır?)

a) Evet

b) Hayır

15. Firmanızda Ar-Ge personeli bulunuyor mu? (Eğer bulunuyorsa Teknik tekstiller konusunda araştırma ve ürün geliştirme faaliyetleri yapılıyor mu?)

a) Evet

b) Hayır

16. Firmanız üniversite-sanayi işbirliğine katılıyor mu? (Evet, ise nasıl bir yol izlemektedir? Hayır, ise katılmama nedeni nedir?)



Sermaye

17. Kümeye veya firmaya ait hangi faktörler, finansal kaynaklara erişim, sermaye maliyetleri ve risk yönetimi stratejilerinizi etkilemektedir? (Aşağıdaki seçeneklerden birden fazlasını seçebilirsiniz)

- a) Finansal piyasa koşulları ve faiz oranları
- b) Banka kredileri ve diğer finansman kaynakları
- c) Özkaynak ve sermaye yapısı politikaları
- d) Nakit akışı yönetimi ve risk azaltma stratejileri
- e) Finansal riskler ve hedging stratejileri
- f) Diğer:

18. Ülke de yaşanan ekonomik dalgalanmalar firmanızı ne kadar ölçüde etkilemiştir?

- a) Az
- b) Kısmen
- c) Çok

Organizasyon

19. Firmanız diğer firmalar ile bir arada bulunduğundan dolayı tekstil kümesi olarak işbirliği yapma ve ortak projeler geliştirme konusunda aktif mi?

- e) Evet
- b) Hayır

20. Firmanıza ait hangi faktörler, yönetim ve organizasyonel yapılanma stratejilerinizi etkilemektedir? (Aşağıdaki seçeneklerden birden fazlasını seçebilirsiniz)

- a) Liderlik ve yönetim becerileri
- b) Karar alma süreçleri ve organizasyonel kültür
- c) İç iletişim ve işbirliği
- d) Performans değerlendirme ve yönetimi
- e) Değişim yönetimi ve adaptasyon stratejileri
- f) Diğer:

20. Firmanıza ait hangi faktörler, diğer tekstil firmalarıyla veya kümeleriyle olan bağımlılığınızı etkilemektedir? (Aşağıdaki seçeneklerden birden fazlasını seçebilirsiniz)

- a) Ortak tedarikçiler
- b) Ortak müşteriler
- c) Ortak dağıtım kanalları
- d) Ortak üretim süreçleri
- e) Bilgi paylaşımı ve işbirliği
- f) Rekabet
- g) Diğer:

21. Firmanız, diğer firmalar ile hangi alanlarda işbirliği yapma veya ortak projeler geliştirme potansiyeli görmektedir?

TEDARİK ve PAZARLAMA

Tedarik

22. Firmanız ait hangi tedarikçilerle çalışmaktasınız? (Aşağıdaki seçeneklerden birden fazlasını seçebilirsiniz)

- a) Yerel tedarikçiler
- b) Ulusal tedarikçiler
- c) Uluslararası tedarikçiler
- d) Diğer:

23. Firmanızın hammaddeleri nereden temin etmektedir?

- Kendi üretimimiz
- Van'daki diğer üreticilerden tedarik edilmektedir
- Yurt içinde diğer şehirlerden tedarik edilmektedir
- Şehirler:
- Yurt dışından ithal edilmektedir
- Ülkeler:

24. Firmanızın gelecekte tedarik ilişkilerinin nasıl değişmesi beklenmektedir?

- a) Uluslararası tedarikçi firmalarla işbirliği
- b) Farklı ithalat bağlantılarının gelişimi
- c) Dikey entegrasyon eğiliminin artışı

25. Tedarik güvenliğinden memnun musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır

26. İşleme Makinelerinin Tedariki nereden sağlanmaktadır?
Burayı tercih etmenizde ki neden nedir?

27. Ekipman ve Yedek Parçaların Yerel Tedariki nereden sağlanmaktadır? Burayı tercih etmenizde ki neden nedir?

28. Firmanız tedarik zincirini geliştirmek için adımlar atmaktadır mıdır? (Evet, ise ne tür adımlar atmaktadır?)

- a) Evet
- b) Hayır

Pazarlama

29. Firmanızın yıllık satış hacmi ortalama ne kadardır? (TL, ciro) Son bir yıllık dönem içerisinde nasıl değişmektedir?

30. Satışlarınız hangi pazara yönelik yapılmaktadır?

- ☐ Çoğunlukla iç pazara
- ☐ Çoğunlukla dış pazara
- ☐ Her iki pazara

31. Yurt dışındaki firmalarla üretim, teknoloji ve pazarlama konularında ortak yatırım (JV) ve/veya işbirliğiniz var mı?

- a) Üretim:
- b) Teknoloji:
- c) Pazarlama

32. Dış pazara yönelik çalışıyorsanız karşılaştığınız sorunlar nelerdir önem sırasına göre belirtiniz.

- Fiyat rekabeti
- Kalite rekabeti
- Uygulanan kotalar
- Diğer belirtin

33. Firmanızın müşteri profilinin ve pazarlanan ürün gruplarının geleceğe yönelik nasıl değişmesi beklenmektedir?

- a) Yerel pazarlara, standart, katma değeri düşük ürün pazarlanması
- b) Orta üst gelir grubuna, yüksek katma değerli ürün pazarlanması

34. Dış pazarlara yönelik çalışıyorsanız, artan rekabet dolayısıyla alternatif ihracat pazarları arayışına girdiniz mi? Gelecekte hangi ülkelerde satış yapmayı düşünüyorsunuz?

YER SEÇİMİ ve FİZİKİ ALTYAPI

Yer seçimi

35. Firmanızın yer seçimi sürecini nasıl değerlendirirsiniz?

- a) Etkili ve doğru
- b) Yeterince etkili, ancak iyileştirmeye ihtiyaç var
- c) Yetersiz ve yanlış
- d) Fikrim yok

36. Firmanızın konumundan kaynaklı sorunlar yaşıyor musunuz? (Evet, ise nelerdir ve sorunun çözümü için önerileriniz var mıdır?)

- a) Evet
- b) Hayır

37. Firmanız yer seçimi için yeni bir yer seçimi tercih edilse
Hangi faktörler, kararlarınızı niçin etkilerdi? (Aşağıdaki
seçeneklerden birden fazlasını seçebilirsiniz)

- a) Rekabetçi fiyatlar
- b) Tedarikçi güvenilirliği
- c) Kalite standartları
- d) Lojistik ve taşıma maliyetleri
- e) Pazar talebi ve eğilimleri
- f) Devlet politikaları ve düzenlemeleri
- g) Diğer:

Alt Yapı

38. Firmanızın alt yapısının değerlendirilmesi için uygun olan seçeneği
işaretleyiniz.

	Yok (0)	Kötü(1)	Orta(3)	İyi (4)	Çok iyi (5)
Kara altyapı kalitesi yolu					
Havayolu altyapı kalitesi					
Demiryolu altyapı kalitesi					
İnternet altyapı kalitesi					
Telefon iletişim altyapı kalitesi					
Arıtma tesisi altyapı kalitesi					
Doğalgaz altyapı kalitesi					
Elektrik altyapı kalitesi					
Su altyapı kalitesi					
Kanalizasyo n altyapı kalitesi					

Lojistik

39. Firmanız en çok hangi lojistik altyapıyı tercih etmektedir? Niçin?

- a) Demir yolu
- b) Karayolu
- c) Hava yolu
- d) Deniz yolu

40. Taşıma maliyetlerinden memnun musunuz? Niçin?

41. Firmanız ve ya diğer firmalar ile bir arada olmasından doğan lojistik ağlarını kullanmakta mıdır? (Hayır, ise neden?)

a) Evet

b) Hayır

SÜRDÜRÜLEBİLİR ÇEVRE YAKLAŞIMI

42. Firmanızın sürdürülebilirlik ve çevresel etkileri konusundaki performansını nasıl değerlendirirsiniz?

- a) Yüksek düzeyde sürdürülebilirlik ve çevresel etkiler
- b) Yeterince sürdürülebilir ve çevresel etkiler konusunda iyileştirmeye ihtiyaç var
- c) Sürdürülebilirlik ve çevresel etkiler konusunda yetersiz performans
- d) Fikrim yok

43. Firmanıza ait hangi faktörler, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk yaklaşımlarınızı etkilemektedir? (Aşağıdaki seçeneklerden birden fazlasını seçebilirsiniz)

- a) Çevre dostu üretim ve malzemeler
- b) Atık yönetimi ve geri dönüşüm
- c) Enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı
- d) Sosyal hakkaniyet ve adil ticaret
- e) Topluma katkı ve yerel kalkınma projeleri
- f) Sürdürülebilir tedarikçi ilişkileri
- g) Diğer:

44. Firmanız yenilenebilir enerjileri kullanıyor mu? Kullanıyor ise hangi enerji ve üretim aktivitesine nasıl etkisi olmuştur?

- a) Evet b) Hayır

45. Firmanızda geri dönüşüm kullanıyor mu? (Evet, ise bu dönüşüm nerede yapılmaktadır?)

- a) Evet b) Hayır

FİRMA STRATEJİSİ VE RAKABET

Firma stratejisi

46. Firma/Küme, yerel veya uluslararası pazarda rekabetçi bir avantaja sahip olduğunu düşünmekte midir?

- a) Evet b) Hayır

47. Firmanızın bulunduğu bölgede ekonomik büyüme ve kalkınma gözlemlediniz mi? (Evet ise gözleminiz nedir?)

- a) Evet b) Hayır

48. Firmanızın bölgenizdeki diğer sektörler ve bölgeler üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu düşünüyor musunuz?

- a) Evet
b) Hayır
c) Emin değilim

49. Firmanızın diğer firmalar ile bir arada olması, çevre üzerindeki etkilerini nasıl değerlendirirsiniz?

- a) Olumlu
b) Olumsuz
c) Dikkate değer bir etkisi yok
d) Emin değilim

50. Firmanızın istihdam yaratma ve iş imkânları açısından bölgeniz için ne kadar etkili olduğunu düşünüyorsunuz?

- a) Çok etkili
- b) Etkili
- c) Az etkili
- d) Hiç etkili değil
- e) Emin değilim

Teşvikler

51. Firmanızın, yerel veya ulusal düzeyde büyüme kutupları stratejisi için sağlanan destek veya teşvik programlarının yeterli olduğunu düşünmekte midir? Hangi destek veya teşvik programlarından faydalanılmaktadır ve ne kadar etkili olduğunu düşünmektedir?

- a) Yeterli
- b) Kısmen
- c) Yetersiz

52. Firmanızın, yerel veya ulusal düzeyde daha fazla destek veya teşvik programının olmasını istemekte midir? Eğer evet ise, hangi alanlarda daha fazla destek veya teşvik gerektiğini düşünmektedir?

53. Devlet teşviklerinin, bölgenizde ekonomik büyümeyi teşvik etmede etkili olduğunu düşünüyor musunuz?

- a) Evet
- b) Hayır
- c) Emin değilim

Rekabet

54. Firmanıza veya bir arada olduğunuz firmalara ait hangi faktörler, rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerinizi etkilemektedir? (Aşağıdaki seçeneklerden birden fazlasını seçebilirsiniz)

- a) Küresel pazardaki rekabetçi baskılar
- b) Yeni pazarlara açılma stratejileri
- c) Ürün ve süreç inovasyonu
- d) Marka ve müşteri ilişkileri yönetimi

- e) Fiyat ve maliyet yönetimi
- f) İşbirlikleri ve ortaklıklar
- g) Diğer:

55. Firmanızın diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomiye sağladığı katkıları nasıl değerlendirirsiniz?
(Aşağıdaki seçeneklerden birden fazlasını seçebilirsiniz)

- a) Yeni yatırımların çekilmesi ve bölgeye ekonomik canlılık kazandırması
- b) İstihdam yaratması ve yerel ekonomiye hareketlilik getirmesi
- c) Bölgedeki diğer işletmelerle işbirliği yaparak karşılıklı bağımlılıkları artırması
- d) İnovasyon ve teknoloji transferi gibi alanlarda bölgeye katkı sağlaması
- e) Diğer (lütfen belirtiniz)

56. Firmanızın diğer firmalar ile bir arada olmasının temel amacı nedir? (Lütfen doğru seçeneği işaretleyin)

- a) Benzer sektörlerdeki işletmeleri aynı bölgede toplayarak sinerjilerden yararlanmak
- b) Farklı sektörlerdeki işletmeleri aynı bölgede toplayarak çeşitlilik sağlamak
- c) Bölgenin ekonomik kalkınmasını teşvik etmek
- d) Yeni istihdam olanakları yaratmak
- e) Diğer (lütfen belirtiniz)

57. Firmanızın diğer firmalar ile bir arada olmasının bölgesel ekonomik kalkınmaya etkisini nasıl değerlendirirsiniz?

- a) Çok olumlu
- b) Olumlu
- c) Nötr
- d) Olumsuz
- e) Fikrim yok

58. Firmanıza veya bir arada olduğunuz firmalara ait hangi faktörler, yerel veya bölgesel ekonomik, kültürel veya sosyal koşullarla olan etkileşiminizi etkilemektedir? (Aşağıdaki seçeneklerden birden fazlasını seçebilirsiniz)

- a) Yerel hammadde temini
- b) Yerel işgücü ve yetenekler
- c) Yerel talep ve tüketici tercihleri
- d) Yerel kültürel ve sosyal normlar
- e) Yerel düzenlemeler ve politikalar
- f) Yerel toplum ve paydaşlarla ilişkiler

g) Diğer:

59. Firmanız hangi faktörleri, politik ve ekonomik istikrarsızlık, ticaret savaşları, gümrük vergileri ve benzeri küresel olayların etkilerini yaşamınızı etkilemektedir? (Aşağıdaki seçeneklerden birden fazlasını seçebilirsiniz)

- a) Ticari ve ekonomik belirsizlikler
- b) Gümrük vergileri ve ticaret kısıtlamaları
- c) Politik istikrarsızlık ve riskler
- d) Küresel ekonomik dengesizlikler
- e) Lojistik ve tedarik zinciri karmaşıklığı
- f) Finansal erişim zorluğu
- g) Diğer:

60. Firmanıza ait hangi faktörler, kriz yönetimi, risk analizi ve güvenlik stratejilerinizi etkilemektedir? (Aşağıdaki seçeneklerden birden fazlasını seçebilirsiniz)

- a) Kriz ve risk yönetimi planları
- b) Risk analizi ve değerlendirmesi süreçleri
- c) Kriz iletişimi ve paydaş yönetimi
- d) Sigorta ve risk transferi stratejileri
- e) Acil durum ve felaket yönetimi planları
- f) Diğer

61. Firmanıza ait hangi faktörler, uzun vadeli stratejik hedeflerinizi etkilemektedir? (Aşağıdaki seçeneklerden birden fazlasını seçebilirsiniz)

- a) Pazar payı ve büyüme hedefleri
- b) Karlılık ve sermaye getirisi hedefleri
- c) Müşteri memnuniyeti ve sadakati hedefleri
- d) İnovasyon ve sürekli gelişim hedefleri
- e) Çalışan memnuniyeti ve yetenek geliştirme hedefleri
- f) Sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik hedefleri
- g) Diğer

62. Firmanız tekstil sektöründe hangi tür rekabet avantajlarına sahip olduğunu düşünmektedir?

STRATEJİLERİ VE GÖRÜŞLER

63. Tekstil Kent'in temel amacını biliyor musunuz?
(Evet, ise açıkla mısınız?)

a) Evet b) Hayır

64. Firmanızın Tekstil Kent Projesi kapsamında hangi avantajlara veya dezavantajlara sahip olduğunu düşünmektedir?

65. Sektörün yeniden yapılanma sürecinde firmanızın karşılaştığı en önemli üç sorun nedir? Sorunların çözümüne ilişkin görüş ve beklentileriniz nelerdir?

- ☐ Hammadde tedariki
- ☐ Enerji maliyetleri
- ☐ Kalifiye işgücü
- ☐ Pazarlama gücü
- ☐ İşgücü maliyetleri
- ☐ Atıl kapasite
- ☐ Atıl kapasite diğer

66. Firmanız tekstil ve hazır giyim sektörü dışında farklı sektörlerde yatırım gerçekleştirmeyi planlıyor mu? (Evet, ise Hangi farklı sektörlerde yatırım gerçekleştirmeyi planlıyor?)

a) Evet b) Hayır

67. Firmanızın diğer firmalar ile bir arada bulunarak gelecekteki hedeflerini nelerdir ve bu hedeflere ulaşmak için hangi stratejileri planlamaktadır?

68. Van'da girişimcilik ve yatırım açısından cazip olan diğer alanlar hangileridir? Bu alanlarda faaliyet göstermeyi düşünüyor musunuz?

69. Sizce tekstil ve hazır giyim sektörü, Van ekonomisindeki öncü ve geliştirici rolünü üstlenmekte midir? Küresel düzeyde gelişen rekabetçi ortamda, Van'da sektörün başarıyla

gelişimini ilerleterek devam ettirebilmesi üzerine düşünceleriniz nelerdir?

70. Van ilinin tekstil sektöründe eksikler var mıdır?
(Evet, ise ne tür eksikler mevcuttur ve buna yönelik önerileriniz var mıdır?)



GÖRÜŞME FORMU 2

Sayın Katılımcı,

Bu görüşme formu Van Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı Şehir ve Bölge Planlama Programı kapsamında “ Bölgesel Gelişmede Bir Politika Aracı Olarak Cazibe Merkezleri Programı Kapsamında TRB2 Bölgesi Van ili Tekstil Sanayi Sektörünün Değerlendirilmesi ” başlıklı tez çalışması için hazırlanmıştır. Görüşmede elde edilen verilerin gizliliği korunacaktır.

Gösterdiğiniz ilgi ve katılımınız için teşekkür ederim.

Rumeysa AYSAN
Şehir Plancısı-

ODA, BİRLİK, SENDIKA VE DERNEK GÖRÜŞMELERİ

Kuruluşun adı:
Görüşülen kişinin adı:
Görüşme tarihi:
Adres:

1. Van’da tekstil ve hazır giyim sektörünün yeniden yapılanma sürecinde karşılaştığı en önemli sorunlar nelerdir? Sorunların çözümünü ve başarıyı sağlayabilecek gelişmeler nelerdir?
2. Tekstil ve hazır giyim sektöründe dış ticaret ve rekabet gücünün artırılması ile ilgili olarak devlet politikalarını nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu politikalar Van’da sektörün gelişimini nasıl etkilemektedir?
3. İstihdam ve çalışma ilişkilerinin değişimi nasıldır?
 - İstihdamın yapısındaki değişimler (nitelikli ve niteliksiz işgücü gereksinimlerinde farklılaşma?)
 - Ücretler ve çalışma koşullarının değişimi
4. Tekstil ve Konfeksiyon sektörü Van’da öncü ve geliştirici rolünü terk etmekte midir? Girişimcilik ve yatırım açısından daha cazip olan alanlara bir kayma gerçekleşmekte midir? Bu konudaki görüşleriniz nelerdir?

5. Van’da tekstil ve konfeksiyon sektörün ve ilin ekonomik gelişimine yönelik olarak belirtmek istediğiniz diğer görüş ve beklentileriniz nelerdir?

Teşekkürler.

Kaynak: Bu anket; Mehmet PENPECİOĞLU ‘nun Yüksek Lisan tezi olarak hazırlamış olduğu ‘‘Bölgenin Endüstriyel Yeniden Yapılanması Üzerine Eleştirel Bir Yorumlama: Denizli Tekstil Ve Hazır Giyim Sektörü Örneği’’, Muhammet Esat TİRYAKİ’nin Yüksek Lisan tezi olarak hazırlamış olduğu ‘‘ Kümelenme Yaklaşımı Çerçevesinde Mekânsal Yoğunlaşma-Rekabet İlişkisi: İstanbul Merter Tekstil Merkezi Örneği’’ ve Özlem EVKURAN AKSOY’un Yüksek Lisan tezi olarak hazırlamış olduğu ‘‘ Türkiye Tekstil Sektörü Kümelerinde Rekabetçilik Analizi’’ anket sorunlarından esinlenerek hazırlanmıştır.

Ek 5 Çalışma kapsamına dâhil olan ve görüşme yapılan firmalar

FİRMA ADI	ODA KAYIT	NACE KODU
AHTAMARA TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ VAN ŞUBESİ (MURADIYE)	21.07.2022	14.14.03
ASKO OSB	14.07.2023	14.13.04
BİÇER TEKSTİL KONFEKSİYON SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	27.05.2019	14.14.01
DRN SANDALET VE AYAKKABI SANAYİ TİCARET ANONİM ŞİRKETİ	26.03.2020	15.20.18
EGE ÖRGÜ TRİKO TEKSTİL GİYİM SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ. "EDREMİT VAN ŞUBESİ"	10.07.2017	47.71.04
ERMODA TEKSTİL KONFEKSİYON SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ VAN EDREMİT ŞUBESİ	17.03.2021	14.14.01
EYFEL GİYİM SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	13.09.2021	14.13.04
FB DIŞ TİCARET ANONİM ŞİRKETİ VAN ORGANİZE ŞUBESİ	20.12.2022	14.13.04
FB DIŞ TİCARET ANONİM ŞİRKETİ VAN ŞUBESİ	1.09.2022	14.13.04
GÜNDÜZ NAKİŞ TEKSTİL GIDA TURİZM İNŞAAT SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ VAN ŞUBESİ	31.12.2021	13.99.02
MASEKSPORT GIDA VE İHTİYAÇ MADDELERİ TEKSTİL TARIM İHRACAT İTHALAT SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ VAN ŞUBESİ	14.11.2022	14.13.04
MYTEKS DIŞ TİCARET TEKSTİL SANAYİ LİMİTED ŞİRKETİ MYTEKS DIŞ TİCARET TEKSTİL SANAYİ LİMİTED ŞİRKETİ VAN ŞUBESİ	16.05.2022	14.14.01
NARKONTEKS TEKSTİL İHRACAT İTHALAT SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ VAN ÜRETİM TESİSİ ŞUBESİ	26.04.2022	14.14.03
ÖNER HEDEF TEKSTİL İNŞAAT NAKLIYE TARIM VE HAYVANCILIK SANAYİ TİCARET LTD.ŞTİ.	27.07.2016	14.13.04
ÖZ HAKAN DENİM SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	13.04.2011	14.13.04
REHBER DENİM TEKSTİL İTHALAT İHRACAT SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	1.06.2017	14.13.04
ROS GİYİM DIŞ TİCARET VE SANAYİ LİMİTED ŞİRKETİ VAN ŞUBESİ	23.09.2022	14.14.03
SERKON GİYİM İNŞAAT TARIM VE HAYVANCILIK SANAYİ TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	1.08.2019	14.13.04
SİRİUS GÖMLEK KONFEKSİYON SANAYİ VE TİCARET ANONİM ŞİRKETİ	9.12.2022	14.14.01
TEEN HAZIR GİYİM TEKSTİL SANAYİ VE TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ VAN ŞUBESİ	13.04.2022	14.13.04
YENİ ASKO TEKSTİL İNŞAAT NAKLIYE SANAYİ TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ	19.01.2018	14.13.04
ZAROTEKS TEKSTİL İNŞAAT TAAHHÜT İTHALAT İHRACAT PAZARLAMA SANAYİ VE TİCARET LTD.ŞTİ."VAN ŞUBESİ"	20.07.2017	14.13.04



ÖZ GEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı : Rumeysa AYSAN

Eğitim Bilgileri

Lisans : Şehir ve Bölge Planlama
Üniversite : Konya Teknik Üniversitesi
Fakülte : Mimarlık ve Tasarım Fakültesi
Bölüm : Şehir ve Bölge Planlama
Mezuniyet Yılı : 2020



ETİK KURUL KESİN SONUÇ ONAY BELGESİ

Evrak Tarih ve Sayısı: 20.06.2023-381271



HİZMETE ÖZEL

T.C.

VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Fen ve Mühendislik Bilimleri Etik Kurulu

Sayı : E-21231333-604.01.02-381271
Konu : Yük. Lis. Öğr. Rümeysa AYSAN'a ait tez
çalışması hk. alınan kurul kararı

20.06.2023

Sayın Doç. Dr. Aysu UĞURLAR

Fen ve Mühendislik Bilimleri Yayın Etik Kurulu'nun 14/06/2023 tarih ve 2023/06-01 sayılı kararı gereği; Danışmanlığımı yapmış olduğunuz, yüksek lisans öğrencisi Rümeysa AYSAN'a ait, "Bölgesel Gelişimde bir Politika Aracı olarak Cazibe Merkezleri Programı Kapsamında TRB2 Bölgesi Van İli Tekstil Sanayi Sektörünün Değerlendirilmesi" adlı tez çalışmasıyla ilgili kurulumuz tarafından alınan karar ekte sunulmuştur.

Bilgilerinize rica ederim.

Prof. Dr. Seval ANDİÇ
Etik Kurulu Başkanı

Ek: Yük. Lis. Öğr. Rümeysa AYSAN'a ait tez çalışması hk. alınan kurul kararı

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

Doğrulama Kodu :BSPASEE7YR Pin Kodu :97592

Belge Takip Adresi : <https://turkiye.gov.tr/ebd?eK=4575&eD=BSPASEE7YR&eS=381271>

Adres: Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Rektörlüğü Fen ve Mühendislik Bilimleri Etik

Kurulu Zeve Kampüsü 65080 Tuşba/VAN

Telefon No: +90 432 2251701-04 / +90 4445065 Faks No: +90 432 4865413

e-Posta: rektorluk@yyu.edu.tr İnternet Adresi: <http://www.yyu.edu.tr>

Bilgi için: Mehmet Şah OGUZ

Unvanı: Şef

Tel No: 29019



HİZMETE ÖZEL

Bu belge, güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

	T.C. VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ FEN VE MÜHENDİSLİK BİLİMLERİ YAYIN ETİK KURUL ANLIĞI ETİK KURUL KARARLARI
TOPLANTI TARİHİ: 14/06/2023 OTURUM SAYISI: 2023/06 TOPLANTIDA ALINAN KARAR SAYISI: 06	
Sayfa: 01/06	

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Yayın Etik Kurulu’nun 14/06/2023 tarihinde saat 09.00’de Prof. Dr. Seval ANDİÇ Başkanlığında online olarak yapmış olduğu toplantıda aşağıdaki karar/kararları almıştır:

KARAR NO 2023/06-01. Danışmanlığımı, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı öğretim üyesi Doç. Dr. Aysu UĞURLAR’ın yapmış olduğu, yüksek lisans öğrencisi Rümeysa AYSAN’a ait, “Bölgesel Gelişmede bir Politika Aracı olarak Cazibe Merkezleri Programı Kapsamında TRB2 Bölgesi Van İli Tekstil Sanayi Sektörünün Değerlendirilmesi” adlı tez çalışmasında kullanılacak olan araçlar incelenmiş olup, söz konusu araçların ilgili kişilere uygulanmasında Fen ve Mühendislik Etik Kuralları ve İlkeleri çerçevesinde herhangi bir sakınca olmadığına toplantıya katılan üyelerin oy birliğiyle karar verilmiştir.

	BAŞKAN Prof. Dr. Seval ANDİÇ Mühendislik Fakültesi	
ÜYE Prof. Dr. Rüveyde TUNÇTÜRK Ziraat Fakültesi	ÜYE Prof. Dr. Ayten DİZKIRICI TEKPINAR Fen Fakültesi	ÜYE Prof. Dr. Cabir TEMİRCİ Fen Fakültesi
ÜYE Prof. Dr. İbrahim Hakkı YÖRÜK Fen Fakültesi	ÜYE Prof. Dr. Musa ÇAKIR Fen Fakültesi	ÜYE Prof. Dr. Suat ŞENSOY Ziraat Fakültesi

VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
LİSANSÜSTÜ TEZ ORJİNALLİK RAPORU

Tarih 05/08/2024

Tez Başlığı: Bölgesel Gelişmede Bir Politika Aracı Olarak Cazibe Merkezleri Programı
Kapsamında TRB2 Bölgesi Van İli Tekstil Sanayi Sektörünün
Değerlendirilmesi

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın, kapak sayfası, giriş, ana bölümler ve sonuç bölümlerinden oluşan toplam 263 sayfalık kısmına ilişkin, 05/08/2024 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre tezimin benzerlik oranı % 15'dir.

Uygulanan filtreler aşağıda verilmiştir:

- Kabul ve onay sayfası hariç,
- Teşekkür hariç,
- İçindekiler hariç,
- Simge ve kısaltmalar hariç,
- Gereç ve yöntemler hariç,
- Kaynakça hariç,
- Alıntılar hariç,
- Tezden çıkan yayınlar hariç,
- 7 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 7 words)

Van Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Lisansüstü Tez Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılmasına İlişkin Yönergeyi inceledim ve bu yönergede belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim.

Tarih ve İmza
05/08/2024

Adı Soyadı: Rumeysa AYSAN
Öğrenci No: 21910001126
Anabilim Dalı: Şehri ve Bölge Planlama Anabilim Dalı
Programı: Tezli Yüksek Lisans
Statüsü: (X) Yüksek lisans () Doktora

DANIŞMAN
UYGUNDUR

ENSTİTÜ ONAYI
UYGUNDUR