

Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) Kapsamında Van Tekstil Sektörünün Mevcut Durumu ve Potansiyeli

Current Situation and Potential of Van Textile Sector Within the Scope of Attraction Centers Support Program (CMDP)

Rumeysa AYSAN

Yüksek Şehir Plancısı, Van, Türkiye
MSc. Urban Planner, Van, Türkiye

Orcid: 0009-0007-9823-1497 rumeysaysan97@gmail.com

Aysu UĞURLAR

Doç. Dr., Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, Van, Türkiye
Assoc. Prof., Van Yüzüncü Yıl University, Faculty of Architecture and Design, Department of City and Regional Planning, Van, Türkiye
Orcid: [0000-0001-6172-7906](https://orcid.org/0000-0001-6172-7906), augurlar@yyu.edu.tr

Article Information/Makale Bilgisi

Cite as/Atıf: Aysan R. & Uğurlar, A. (2025). Current Situation and Potential of Van Textile Sector Within the Scope of Attraction Centers Support Program (CMD). *Van Yüzüncü Yıl University the Journal of Social Sciences Institute*, 68, 184-210.

Aysan R. & Uğurlar, A. (2025). Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) Kapsamında Van Tekstil Sektörünün Mevcut Durumu ve Potansiyeli. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 68, 184-210.

Article Types / Makale Türü: Research Article/Araştırma Makalesi

Received/Geliş Tarihi: October 1, 2024/1 Ekim 2024

Accepted/Kabul Tarihi: June 26, 2025/26 Haziran 2025

Published/Yayın Tarihi: June 27, 2025 / 27 Haziran 2025

Pub Date Season/Yayın Sezonu: June 2025 / Haziran 2025

Issue/Sayı: 68

Pages/Sayfa: 184-210

Plagiarism/İntihal: This article has been reviewed by at least two referees and scanned via a plagiarism software./ Bu makale, en az iki hakem tarafından incelendi ve intihal içermediği teyit edildi.

Published by/Yayıncı: Van Yüzüncü Yıl University of Social Sciences Institute/Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Ethical Statement/Etik Beyan: It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited/ Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur (Aysu UĞURLAR).

Conflict of Interest/Çıkar Beyanı

There are no conflicts of interest./Bu çalışma kapsamında herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile çıkar çatışması yoktur.

Declaration of Authors' Contribution/Yazarların Katkı Oran Beyanı

This article has two authors and the contribution rate of the authors is equal/Bu makale iki yazarlıdır ve yazarların katkı oranı eşittir.

Copyright & License/Telif Hakkı ve Lisans: Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0./Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır.

Destek ve Teşekkür:

Van YYÜ BAP (Bilimsel Araştırma Projesi) Koordinasyon Birimi tarafından desteklenen FYL-2023-10803 kodlu araştırma projesinin bir çıktısıdır.

Öz

Büyüme kutupları teorisi, ekonomik faaliyetlerin yoğunlaştığı bölgelerde yatırımların çevreye fayda sağladığını ve özel ekonomik bölgeler kurarak yerel ekonomileri canlandırdığını savunmaktadır. Türkiye’de Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından desteklenen Cazibe Merkezleri Destekleme Programı (CMDP), 9. Kalkınma Planı’nda büyüme kutupları teorisi referans alınarak geliştirilmiş ve tanımlanmıştır. 10. ve 11. Kalkınma Planları kapsamında ise ulusal düzeyde uygulanarak somutlaştırılmıştır. CMDP, az gelişmiş bölgelerde sanayi, altyapı, turizm, eğitim ve yenilenebilir enerji gibi alanlardaki yatırımlarla bölgesel kalkınmayı ve istihdamı artırmayı hedeflemektedir. TRB2 Düzey-2 Bölgesi’nde yer alan Van ili, CMDP kapsamında bir çekim merkezi olarak belirlenmiş ve tekstil sektörüne yönelik de yatırımlar yapılmıştır. Günümüzde, CMDP kapsamında desteklenen 22 firma dahil olmak üzere, Van’da toplam 57 tekstil ve hazır giyim firması faaliyet göstermektedir. Bu çalışma, 11 Ocak 2023-28 Ocak 2024 tarihleri arasında CMDP kapsamında desteklenen 22 tekstil firmasıyla yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelere dayanarak; firmaların ürün ve işgücü durumu, Ar-Ge ve inovasyon faaliyetleri, üretim organizasyonu, tedarik ve pazarlama süreçleri, çevresel sürdürülebilirlik, yer seçimi, strateji ve rekabet açısından mevcut durumunu ve potansiyelini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede, firmalarla gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen veriler, firma lokasyonları esas alınarak çapraz tablo analizi (frekans dağılımı yöntemi) ile incelenmiştir. Ayrıca, ilgili kurum ve kuruluşlarla yapılan görüşmelerden elde edilen veriler doğrultusunda, CMDP kapsamındaki tekstil firmalarının güçlü ve zayıf yönleri ile sektöre ilişkin fırsat ve tehditleri belirlemek amacıyla GZFT analizi uygulanmıştır. Son olarak, TRB2 Düzey 2 Bölgesi’ndeki iller ve Van ilinin tekstil sektöründeki uzmanlaşma düzeyi, yer seçimi katsayısı (LQ) analiziyle ölçülmüştür. Yapılan analizler, bölgenin genç nüfusu ve emek yoğun sektörel avantajlarına rağmen, nitelikli işgücü eksikliği, Ar-Ge ve inovasyon yetersizliği, markalaşma sorunları ve yeni yatırımların yetersizliğinin sektördeki büyümeyi ve dolayısıyla çarpan etkisini sınırladığını göstermektedir. Sonuç olarak, Van tekstil sektörü beklenen büyümeyi sağlayamamış ve ekonomik bir çekim merkezi haline gelememiştir. Bu durum, büyüme kutupları teorisinin Türkiye bağlamında yeniden değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler

Büyüme Kutupları Teorisi, Bölgesel Kalkınma, Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı, Tekstil Sektörü, Van.

Abstract

Growth poles theory argues that investments in regions where economic activities are concentrated benefit the environment and stimulate local economies by establishing special economic zones. In Turkey, the Centers of Attraction Support Program (CMDP), supported by the Ministry of Industry and Technology, was developed and defined with reference to the growth poles theory in the 9th Development Plan. Under the 10th and 11th Development Plans, it was implemented and concretized at the national level. CMDP aims to increase regional development and employment in less developed regions through investments in areas such as industry, infrastructure, tourism, education and renewable energy. The province of Van, located in the TRB2 NUTS 2 Region, was identified as a center of attraction under the CMDP and investments were made in the textile sector. Today, a total of 57 textile and garment companies are operating in Van, including 22 companies supported under CMDP. Based on semi-structured interviews with 22 textile firms supported under CMDP between 11 January 2023 and 28 January 2024, this study aims to assess the current status and potential of the firms in terms of product and workforce status, R&D and innovation activities, production organization, supply and marketing processes, environmental sustainability, location, strategy and competition. Accordingly, the data gathered from the interviews with firms were analyzed through cross-tabulation (frequency distribution method), taking firm locations as the basis. In addition, in the light of the data obtained from interviews with relevant institutions and organizations, SWOT analysis was applied to identify the strengths and weaknesses of the textile companies within the scope of CMDP and the opportunities and threats related to the sector. Finally, the level of specialization of the provinces in the TRB2 NUTS 2 Region and Van province in the textile sector was measured through location quotient (LQ) analysis. The analysis shows that despite the young population and labor-intensive sectoral advantages of the region, the lack of qualified labor force, insufficient R&D and innovation, branding problems and insufficient new investments limit the growth in the sector and thus the multiplier effect. As a result, the Van textile sector has failed to achieve the expected growth and become an economic center of attraction. This reveals that the growth poles theory needs to be re-evaluated in the Turkish context

Keywords

Growth Poles Theory, Regional Development, Attraction Centres Support Programme, Textile Sector, Van

Giriş

Küreselleşme, dünya ekonomilerinin entegrasyonunu hızlandırırken rekabeti artırmış; bu da sanayide verimlilik ve yenilikçi teknolojilere adaptasyonu zorunlu kılmıştır. Sanayinin dönüşümü, hem ekonomik büyüme hem de bölgesel dengesizliklerin azaltılması açısından önemlidir. Türkiye'de Beş Yıllık Kalkınma Planları, sanayi politikalarına stratejik bir zemin sunarak ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmayı yönlendirmeyi amaçlamaktadır. Sürdürülebilir büyüme, gelir adaleti, sanayileşme, altyapı gelişimi ve toplumsal refah gibi hedeflere odaklanan bu planlar, başlangıçta Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından hazırlanmış; kamu ve özel sektör yatırımlarını yönlendiren stratejik rehberler olmuştur. Aynı zamanda, kaynakların etkin kullanımı, dışa bağımlılığın azaltılması ve küresel rekabet gücünün artırılmasına yönelik uzun vadeli bir vizyon sunmaktadır. Türkiye'de 26 adet Düzey-2 Bölgesi için kurulan kalkınma ajansları, bölgeler arası gelişmişlik farklarını azaltmak, yerel kaynakların etkin değerlendirilmesini sağlamak ve Avrupa Birliği'ne uyum sürecini desteklemek amacıyla önemli bir görev üstlenmiştir. Bu ajanslar, bölgesel kalkınma politikalarının temel araçları olarak faaliyet göstermekte ve geliştirdikleri Bölge Planlarını, Ulusal Kalkınma Planlarından referans alarak hazırlamaktadır. Küreselleşmenin etkileri doğrultusunda, Türkiye'nin son dönem kalkınma stratejileri arasında Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) öne çıkmıştır. Dezavantajlı bölgelerde ekonomik kalkınmayı teşvik etmek, yatırım ortamını iyileştirmek ve göç veren bölgeleri çekim merkezlerine dönüştürmek amacıyla uygulanan bu program, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından yönetilmektedir. Türkiye'de büyüme kutupları teorisi temel alınarak geliştirilen cazibe merkezleri oluşturma politikası, 9. Kalkınma Planı'nda Cazibe Merkezleri Destekleme Programı (CMDP) adı verilen ulusal bir finansal destek programı aracılığıyla büyüme merkezleri (Toy vd. 2016), 10. ve 11. Kalkınma Planlarında ulusal düzeyde hayata geçirilerek somutlaştırılmıştır. Bu bağlamda, CMDP'nin genel amacı; merkezlerde gerçekleşen sosyo-ekonomik kalkınmanın çevre merkezlere yayılması ve ulusal düzeyde bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılmasına katkıda bulunulmasıdır (DPT, 2008). Program için belirlenen temel amaç ise “Görece az gelişmiş bölgelerde, büyüme ve çevrelerine hizmet verme potansiyeli yüksek kent merkezlerine sağlanan stratejik desteklerle, söz konusu kent merkezlerinin ekonomik kalkınmasına ivme kazandırılması ve nihayetinde kalkınmanın çevre merkezlere de yayılarak iç göçün kendi bölgesi içinde tutulmasıdır” (DPT, 2008). TRB2 Düzey-2 Bölgesi gibi az gelişmiş bölgelerde istihdamı artırmak, yarım kalmış tesisleri canlandırmak ve katma değeri yüksek üretimi teşvik etmek programın temel hedefleri arasında yer almaktadır.

“Cazibe Merkezleri Programı” 2018 yılında yayımlanan Bakanlar Kurulu Kararı ile Türkiye'nin seçilmiş 23 ilinin kalkınmasını desteklemek ve ekonomik dengesizlikleri azaltmak amacıyla başlatılan bir teşvik programıdır. Bu iller: Adıyaman, Ağrı, Ardahan, Batman, Bayburt, Bingöl, Diyarbakır, Elazığ, Erzincan, Erzurum, Gümüşhane, Hakkari, Iğdır, Kars, Mardin, Muş, Siirt, Şanlıurfa, Şırnak, Tunceli ve Van olarak belirlenmiştir. İllerin tüm bölgeleri değil yalnızca Organize Sanayi Bölgeleri (OSB) ve Endüstri Bölgeleri (EB) bu program kapsamındadır. Tekstil sektörüne yönelik politikalar, 10. Kalkınma Planı ve Türkiye Sanayi Strateji Belgesi gibi üst ölçekli belgelerde, sektörü yenilikçi, sürdürülebilir ve katma değeri yüksek bir yapıya dönüştürme hedefiyle tanımlanmış ve yönlendirilmiştir.. Bu çerçevede, tekstil, hazır giyim ve deri sektörlerinde teknoloji, tasarım ve marka geliştirme kapasitelerinin artırılması hedeflenmiştir; Türkiye'nin bu alanlarda dünya pazarlarında lider bir ülke konumuna ulaşması amaçlanmıştır. “Büyüme Kutupları Teorisi” çerçevesinde geliştirilen bir uygulama olan Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı'nın 2021 yılı Uygulama Usul ve Esasları'na göre, Diyarbakır, Elâzığ, Erzurum, Hatay, Malatya, Mardin, Samsun, Sivas, Şanlıurfa, Trabzon ve Van olmak üzere 11 ilde projelerin desteklenmesine karar verilmiştir (Şekil 1).

Şekil.1. Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı Kapsamında Yer Alan İller (Türkiye)

istihdam oranının ve ihracat kapasitesinin artırılması amacıyla başta emek yoğun sektörler olmak üzere sanayinin geliştirilmesi öngörüldüğünden teşvikler ile başta tekstil olmak üzere yatırımcıların TRB2 Düzey-2 Bölgesi'ndeki yatırımları önemli ölçüde artış sağlamıştır. Teşvik Yasası'nda 6. Bölge olarak belirlenen TRB2 Düzey-2 Bölgesi'nde, istihdam oranını ve ihracat kapasitesini artırmak amacıyla, özellikle emek yoğun sektörler başta olmak üzere sanayinin geliştirilmesi öngörülmektedir. Bu kapsamda, teşvikler sayesinde özellikle tekstil sektörü başta olmak üzere yatırımcıların TRB2 Düzey-2 Bölgesi'ndeki yatırımları artmıştır. 2020 yılı Van İl Sanayi Durum Raporu'na göre teşviklerin devam edeceği varsayımıyla özellikle düşük teknoloji gerektiren ve insan kaynağının önem arz ettiği sektörlerde yatırımların bölgeye gelmeye devam edeceği söylenmektedir. 6. Bölge teşvikleri kapsamında sunulan avantajlar sayesinde Van, bazı tekstil yatırımcıları için önemli bir yatırım odağı haline gelmiştir. Böylece Van Tekstil Kent'te üretilmesi planlanan ürünlerin başta İran ve Irak olmak üzere çevre ülkelere ihraç edilmesi; bu sayede yaratılacak katma değerle Van ve TRB2 Bölgesi'ndeki diğer illerin ekonomisinde önemli bir canlanma ve dönüşüm sağlaması beklenmektedir.

Bu çalışmada, CMDP kapsamında bir büyüme kutbu olarak cazibe merkezi seçilen Van ilinin bu program kapsamında yer alan tekstil firmaları ele alınarak, tekstil firmalarının mevcut durum ve potansiyelinin irdelenmiştir. Buradan hareketle ilgili kuramsal/kavramsal çerçeve bağlamında, firmaların saha araştırmalarında gerçekleştirilen yarı yapılandırılmış görüşmeler ve ilgili kurum ve kuruluşlarla yapılan görüşmelerin bir çıktısı olarak "ürün ve çalışma", "üretim organizasyonu", "tedarik ve pazarlama", "yer seçimi ve fiziki altyapı", "sürdürülebilir çevre yaklaşımı", "firma stratejisi ve rekabet" olmak üzere 6 başlık altında firma lokasyonlarına göre mevcut durum özellikleri ortaya konulmuştur. Bu kapsamda, GZFT analizi aracılığıyla içsel güçlü ve zayıf yönler ile sektöre ilişkin dışsal fırsatlar ve tehditler tespit edilmiştir. Ardından TRB2 Düzey-2 Bölgesi'ndeki illerle birlikte Van ilinin tekstil sektöründeki uzmanlaşma düzeyi, yer seçimi katsayısı (LQ) analizi ile ölçülmüş; böylece, ilin tekstil sektörünün güncel durumu ve diğer illerle karşılaştırmalı konumu belirlenmiştir. Çalışmanın temel amacı, sektöre yönelik politika, strateji ve yatırımların yönlendirilmesine rehberlik etmektir.

1. Bölgesel Kalkınma ve Kuramsal Yaklaşımlar

Bölge kavramının tanımı ve kapsamı, farklı dönemlerde değişiklik göstermiştir. Genellikle mekânsal bir alanın diğer alanlardan farklılıklarını ifade etmek için kullanılan bu kavram, göreceli bir niteliğe sahip olduğundan evrensel ve standart bir tanım yapmak oldukça zordur (Eraydın, 2004). Bölge, kendine özgü sosyal, ekonomik, kültürel ve coğrafi özelliklere sahip, bir devletin alt sistemi olarak tanımlanır (Keleş, 1976). Genellikle bir devletten küçük, ancak bir kentten büyük olan bölgeler; nüfus, işgücü, hizmet, idari ve coğrafi kriterlere göre belirlenir (İsbir, 1991). Zamanla değişen bölge kavramı, mekânsal farklılıkları ifade eden göreceli bir nitelik kazanmıştır (Eraydın, 2004). Geçmişten günümüze bölge kavramının değişen anlamı Tablo 1'de özetlenmiştir.

Tablo 1. Geçmişten günümüze bölge kavramının değişen anlamı

Yıl	Tanım	Yazar
19. Y Y	Darwin'in 19. yüzyılın sonlarında toprak, topografya, bitki örtüsü ve iklim gibi fiziksel kriterlere göre tanımladığı bölge kavramı, bu dönemde doğal alanın mekânsal birimi olarak ele alındı.	(Bailly, 1998).
20. YY	20. yüzyılda toplumun, iletişimin ve ekonomik faaliyetlerin artan rolüyle bölge belirli bir homojenlik ve mekânsal anlam kazanmıştır. Bu bağlamda bölge kavramının anlam ve kapsamı genişlemiş ve 1950'li yıllardan sonra "yönetişel 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.	(Eraydın, 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.	(Eraydın, 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 ağlar 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 ağlar içerisinde yer alabilen bir sistem olmakla birlikte Etkileşim halinde olan bir bölgedir.	(Eraydın, 2004)
1990'lı Yılla	Yeni Ekonomik Coğrafya yaklaşımı, farklı ölçeklerdeki yığılma ekonomilerinin ortaya çıkışının mekânsal 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)

Kaynak: Aysan, 2024.

Bölge kavramıyla birlikte kalkınma, tarih boyunca farklı anlamlar taşımış; başlangıçta istihdam ve gelir artışı ile ilişkilendirilirken (Szirmai, 2005), günümüzde yaşam kalitesinin iyileştirilmesini de içermektedir. Değişen koşullar,

kalkınmanın insan odaklı bir anlayışla yeniden tanımlanmasına yol açmıştır (Paksoy, 2007). Mekânsal ve beşeri farklılıklar, ekonomi, coğrafya ve şehir planlama disiplinlerinin katkısıyla 1950'lerde bölge biliminin gelişmesini sağlamıştır. Walter Isard, bu disiplinin akademik bir alan olarak şekillenmesine öncülük etmiş, mekânsal dengesizliklerin analizine odaklanmıştır (Isard, 1965). Küreselleşme ile birlikte, bölgesel kalkınma politikaları, kaynakların etkin kullanımı ve yerel iş birliklerini gerektirir hale gelmiştir. Bu politikalar, bölgesel eşitsizliklerin azaltılması ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılmasında kritik bir öneme sahip olan sosyal kârlılık, kalkınma kutbu ve halkın katılımı olmak üzere üç temel ilkeyle özetlenmektedir. Sosyal kârlılık, ekonomik getirisi düşük bölgelerde devletin yatırımlarını; kalkınma kutbu, büyümenin belirli bölgelerde yoğunlaşmasını; halkın katılımı ise yerel toplulukların kalkınma süreçlerine aktif katılımını vurgular (Dinler, 2005; İldırar, 2004; Perroux, 1991).

Bölgesel kalkınmaya yönelik kuramsal yaklaşımlar, bölgeler arasındaki eşitsizlikleri gidermeye odaklanmaktadır. Neoklasik büyüme teorisi, piyasa mekanizmalarının denge sağlayacağını savunurken, merkez-çevre teorisi eşitsizliklerin sürdüğünü belirtir. Büyüme kutupları teorisi, yatırımların çevreye yayılacağını öne sürerken, ihracata dayalı kalkınma dış ticaretle büyümeyi hedefler. Yapısalcı yaklaşımlar, sosyal ve kültürel boyutları vurgularken, sürdürülebilir kalkınma çevresel faktörleri ve gelecek nesilleri gözetir. Geçmişten günümüze kadar olan yaklaşımlarda, bölgesel kalkınmada yerel potansiyelin önemi giderek artan bir şekilde vurgulanmaktadır. Karakılçık (2021), bölgesel kalkınmaya yönelik kuramsal yaklaşımları dört başlıkta gruplandırmıştır: Geleneksel Kuram ve Yaklaşımlar, Tam Yığılma Modelleri, Yerel Çevre Modelleri ve Bölgesel Yenilik Modelleri (Şekil 3). Büyüme kutupları kuramı ise "Tam Yığılma Modelleri" içerisinde yer almaktadır.

Şekil 3. Bölgesel Kalkınma Yaklaşımları

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 • Emegin Organizasyonundaki Değişikliklere Dayanan Teoriler	• Kuluçka Teorileri • Ürün Yaşam Döngüsü Modelleri • Yenilikçi Çevre Teorisi • Rekabetçi Üstünlükler Teorisi • Karşılıklı Bağımlılıklar Teorisi

Kaynak: Karakılçık, 2021 den yararlanılarak oluşturulmuştur.

François Perroux'nun 1950'lerde geliştirdiği büyüme kutupları yaklaşımı, kalkınmanın belirli merkezlerde yoğunlaşır zamanla çevreye yayıldığını savunur. Bu kutuplar, sanayi, ticaret ya da teknoloji gibi güçlü ekonomik faaliyetlerin merkezinde oluşur ve çevresini etkileyen bir "kuvvet alanı" yaratır (Çiftçi, 2015; Saraç, 2006). Sermaye ve üretimin yoğunlaştığı bu merkezlerdeki sürükleyici endüstriler, tamamlayıcı sektörlerde talep yaratarak ekonomik hareketliliği artırır (Saraç, 2006). Böylece merkezdeki firmalar, çevre bölgelerde çarpan etkisi oluşturarak bölgesel cazibe merkezleri yaratır (Ergen, 2007; Çiftçi, 2015). Örneğin, sanayileşen bir şehir altyapıyı geliştirip işgücü çekerken, çevresindeki bölgelerde de kalkınmayı tetikler (Toy vd., 2016). II. Dünya Savaşı sonrası kalkınma programlarına yön veren bu yaklaşım, yığılmanın bölgesel kalkınmayı artırabileceğini savunur (Han, 2018 aktaran Özcan, 2020). Boudeville (1966) ise bu kavramı coğrafi boyuta taşıyarak ekonomik mekân kuramını geliştirmiştir (Özcan, 2020; Saraç, 2006). Büyüme kutupları, dışsal ekonomilerin etkili olduğu alanlarda yer alırken, lider firmalar kuvvet alanı içinde yer alan bölgelerde yerel çekim noktaları oluşturarak merkezden çevreye kalkınmayı yayar (Boudeville, 1966; Han, 2018 aktaran Özcan, 2020).

2. Dünyada ve Türkiye’de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Değerlendirilmesi

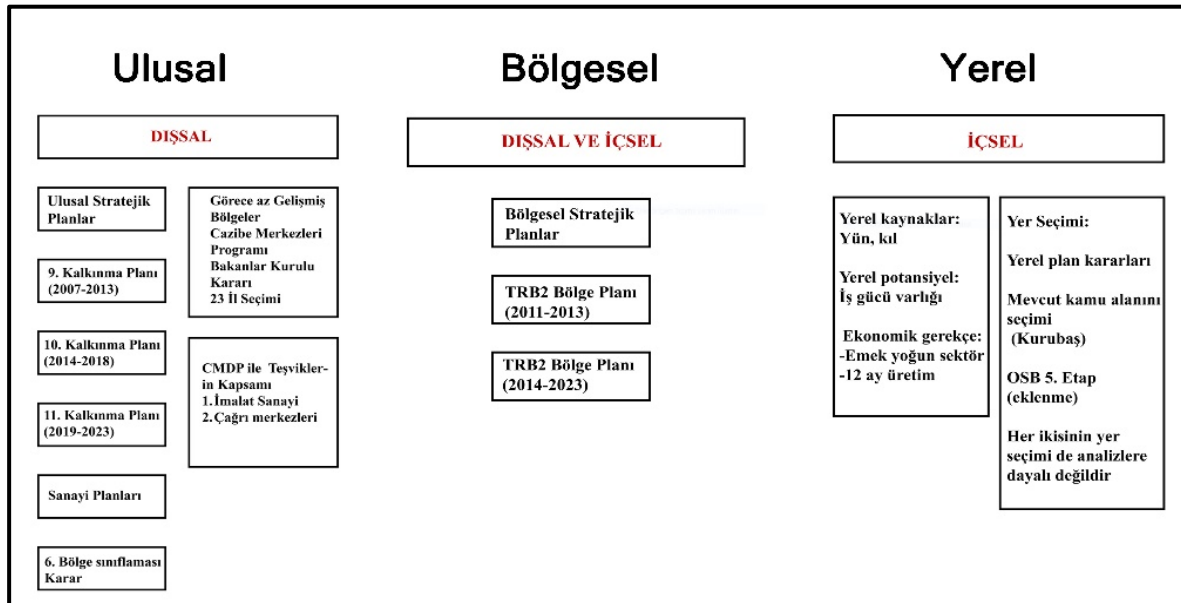
Tekstil ve hazır giyim sektörü, elyafın iplik ve kumaşa, ardından kumaşın giysiye dönüşümünü ifade etmektedir (Öngüt, 2007). Tarım, hayvancılık, petrokimya ve kimya sanayisiyle ilişkili olan tekstil sektörü, hazır giyimle etkileşim hâlinindedir (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022). Hazır giyim, gelişmekte olan ülkelerde hızla büyüyen bir alan olup, istihdam ve kadınlar için ekonomik fırsatlar yaratmaktadır (McNamara, 2008). Tarihsel olarak sektör, Kuzey Amerika, İngiltere ve Japonya’da sanayileşmenin temelidir (Rossen, 2004); ancak 1970’lerden itibaren üretim, artan maliyetler nedeniyle Asya’ya kaymış, Japon firmaları bölgeye yönelmiş, Hong Kong, Güney Kore ve Tayvan önemli ihracatçılar hâline gelmiştir (Au ve Chan, 2003). 1980’lerden sonra küreselleşmeyle birlikte üretim gelişmekte olan ülkelere taşınmış, günümüzde ihracatın % 75’i Asya, özellikle Çin tarafından gerçekleştirilirken, gelişmiş ülkeler yüksek katma değerli tekstil makineleri ihraç etmektedir (Ramaswamy ve Gereffi, 2000; Allwood vd., 2006).

Tekstil ve hazır giyim sektörü, Türkiye ekonomisinde GSYİH, ihracat, istihdam ve döviz girdisi açısından önemli bir paya sahiptir (Sevim ve Kuyumcu, 2008). 1933–1945 döneminde devletçilik politikalarıyla temelleri atılan sektör, 1950’lerden itibaren özel sektör yatırımlarıyla büyümüş; 1980’lerde serbest piyasa politikaları ve teşviklerle ihracatta öncü hâle gelmiştir (Özben vd., 2004; Çetindamar vd., 2004; Öngüt, 2007). 1996’daki Gümrük Birliği anlaşmasıyla Türkiye, AB pazarına kotasız ihracat yapma avantajı kazanmıştır. 2021 itibarıyla Türkiye, küresel tekstil ihracatında dördüncü, hazır giyimde altıncı, deri ve deri ürünlerinde ise %0,73 payla 18. sıradadır (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2021b). Yüksek üretim kapasitesi, istihdam olanakları ve ihracat potansiyeliyle sektör, Türk ekonomisinin lokomotiflerinden biri olarak görülmektedir (Eraslan vd., 2008).

3. CMDP Kapsamında Van İli Tekstil ve Hazır Giyim Sektörüne Yönelik İçsel ve Dışsal Dinamikler

TRB2 Düzey-2 Bölgesi (Van, Muş, Bitlis, Hakkâri), genç nüfusu ve yüksek işsizlik oranıyla öne çıkmaktadır. 2022 itibarıyla 2.157.272 kişilik nüfusu ile 26 Düzey 2 bölgesi arasında 18. sırada yer almakta, net göç hızı ise % -22,5 olarak hesaplanmaktadır (TÜİK, 2023). İşsizlik oranı ise %19,02 ile en yüksek düzeydedir. 2014-2023 Bölge Planı’nda, bölgenin ekonomik dönüşümünde emek yoğun sektörlere odaklanılmaktadır. Tekstil sektörü, Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018) ve Türkiye Sanayi Strateji Belgesi’nde (2015-2018) yenilikçi, çevreye duyarlı ve tasarım odaklı bir yapıya dönüşüm hedefiyle ele alınmaktadır. Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP), 2008’de pilot olarak başlamış ve 2010’dan itibaren düzenli olarak uygulanmaktadır. Program, az gelişmiş bölgelerde fiziki ve sosyal altyapıyı iyileştirerek büyüme potansiyeli taşıyan merkezleri desteklemeyi amaçlamaktadır. 9., 10. ve 11. Kalkınma Planlarında CMDP’ye vurgu yapılmış olup, 11. Kalkınma Planı’nda programın görece geri kalmış bölgelerde sürdürüleceği belirtilmektedir (Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2021a; Kalkınma Bakanlığı, 2019, s. 158). Bu kapsamda, Van’da tekstil sektörünün gelişimine ilişkin içsel ve dışsal dinamikler Şekil 4’te sunulmaktadır.

Şekil 4. CMPD Kapsamında Van Tekstil Sektörü Dışsal-İçsel Dinamikleri



Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

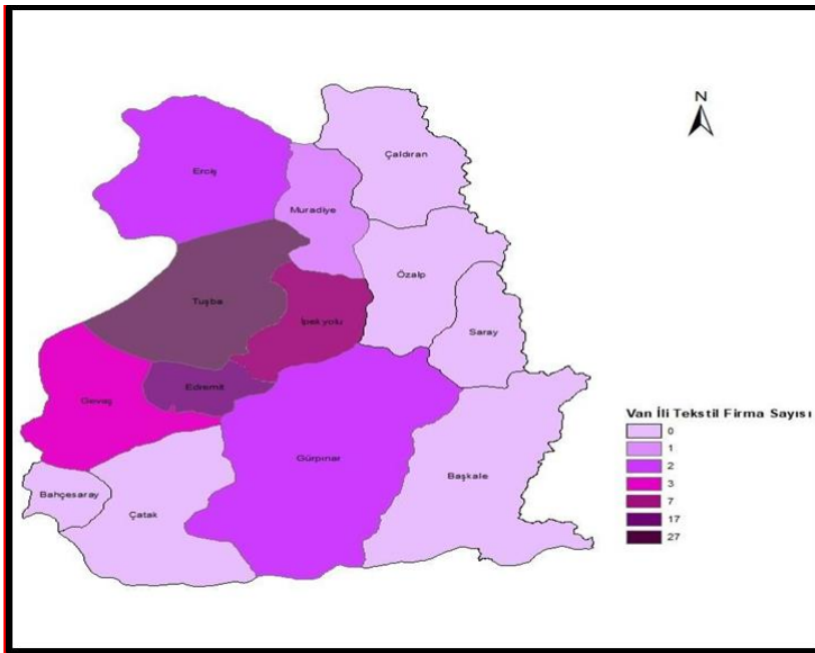
4. CMDP Kapsamında Van İli Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Mevcut Durum Analizi

Bu bölümde öncelikle araştırma deseni ve yöntem ele alınmaktadır. Ardından, CMDP kapsamında Van'daki tekstil ve hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmaların mekânsal dağılımı ve istihdam durumu incelenmektedir. Sonrasında, saha araştırmalarında firmalar ve ilgili kurumlarla yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler doğrultusunda “ürün ve çalışma”, “üretim organizasyonu”, “tedarik ve pazarlama”, “yer seçimi ve fiziki altyapı”, “sürdürülebilir çevre yaklaşımı” ve “firma stratejisi ve rekabet” başlıkları altında firma lokasyonlarına göre mevcut durum analiz edilerek, GZFT analizi ile içsel güçlü ve zayıf yönler ile sektöre ilişkin dışsal fırsatlar ve tehditler belirlenmektedir. Son olarak, TRB2 Düzey-2 Bölgesi'ndeki illerle birlikte Van ili tekstil sektörünün uzmanlaşma düzeyi, yer seçimi katsayısı (LQ) analizi aracılığıyla değerlendirilmektedir.

4.1. CMDP Kapsamında Van İli Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Firmalarının Mekânsal Dağılımı

Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı'ndan alınan verilere göre Van tekstil ve hazır giyim sektöründe toplam 57 firma bulunmaktadır (Şekil 5). SGK'nın 2023 yılın İş İstatistikleri verilerine göre ise tekstil ürünleri imalatı (23) ve küçük atölyeler de dâhil giyim eşyalarının imalatı (97) olmak üzere olmak üzere Van'da toplam 7852 çalışan sayısı ile 110 iş yeri vardır.

Şekil 5. Van İl Bütünü Tekstil Firma Sayısı



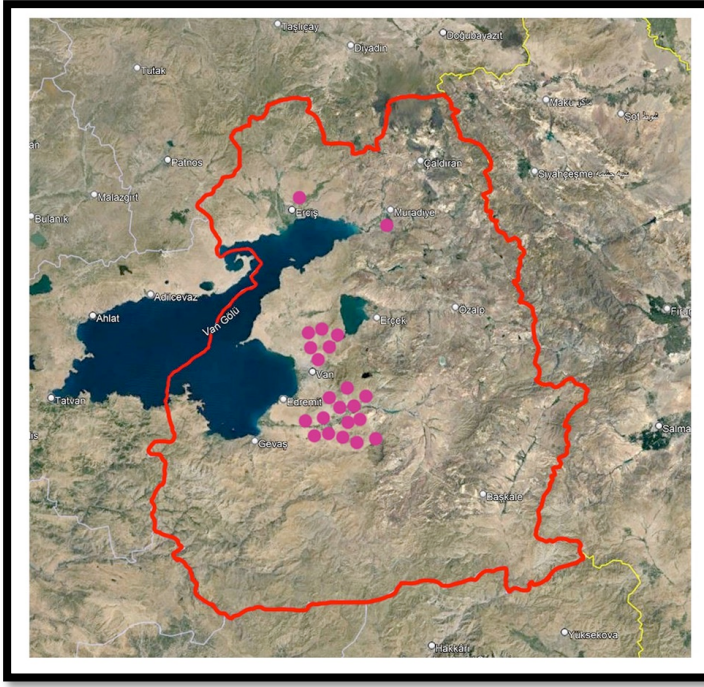
Kaynak: (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.)

Van'daki tekstil altyapısının oluşturulmasında, büyüme kutupları teorisinin Türkiye'deki uygulamalarından biri olarak ifade edilen Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı (CMDP) kapsamında Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı öncülüğünde yürütülen Tekstil Kent Projesi önemli bir rol oynamaktadır. CMDP, 2012 yılında Van'da uygulanmaya başlanmış ve Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından desteklenmiştir. Tekstil sanayisinin istihdama katkısını artırmayı hedefleyen bu projeler, sektörün emek yoğun yapısı nedeniyle büyük önem taşımaktadır.

2012'de kurulan Tekstil Kent, Van-Gürpınar karayolunun 10. kilometresinde 30 hektarlık bir alanda yer almakta olup burada 14 firma, Erciş ilçesinde ise 1 firma faaliyet göstermektedir. 2016'da başlanan Van Organize Sanayi Bölgesi'nin (OSB) 5. Etap projesi kapsamında, Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Altyapı Projesi hayata geçirilmiştir. Bu proje kapsamında 2 firma CMDP teşviklerinden, 4 firma ise Çalışan Üreten Gençler Programı (CUGEP) desteğiyle faaliyete geçmiştir. Ayrıca Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı, yatırımcı taleplerini karşılamak amacıyla Van'da Tekstil ve Hazır Giyim Organize Sanayi Bölgesi kurulması için çalışmalar başlatmıştır.

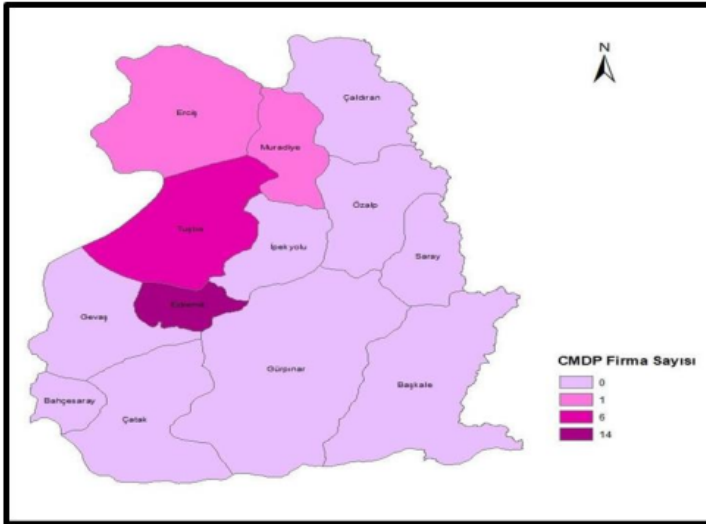
Bu çalışmada, Van ili CMDP kapsamında açılan 22 tekstil firması değerlendirilmektedir. Bu firmalarla yapılan görüşmelere göre 4.000 kişi istihdam edilmektedir. Bu firmaların 14 tanesi Van Tekstil Kent Projesi kapsamında oluşturulan Kurubaş mevkiinde yer alırken 6 firma, Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Altyapı Projesi kapsamında oluşturulan OSB 5. Etap'ta yer almaktadır. Geriye kalan 2 firma ise Muradiye ve Erciş ilçelerinde bulunmaktadır (Şekil 6 ve Şekil 7).

Şekil 6. Van ili CMDP Kapsamında ki Tekstil Firmalarının Konumu



Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 7. Van İli CMDP Kapsamında Yer Alan Tekstil Firma Sayısı

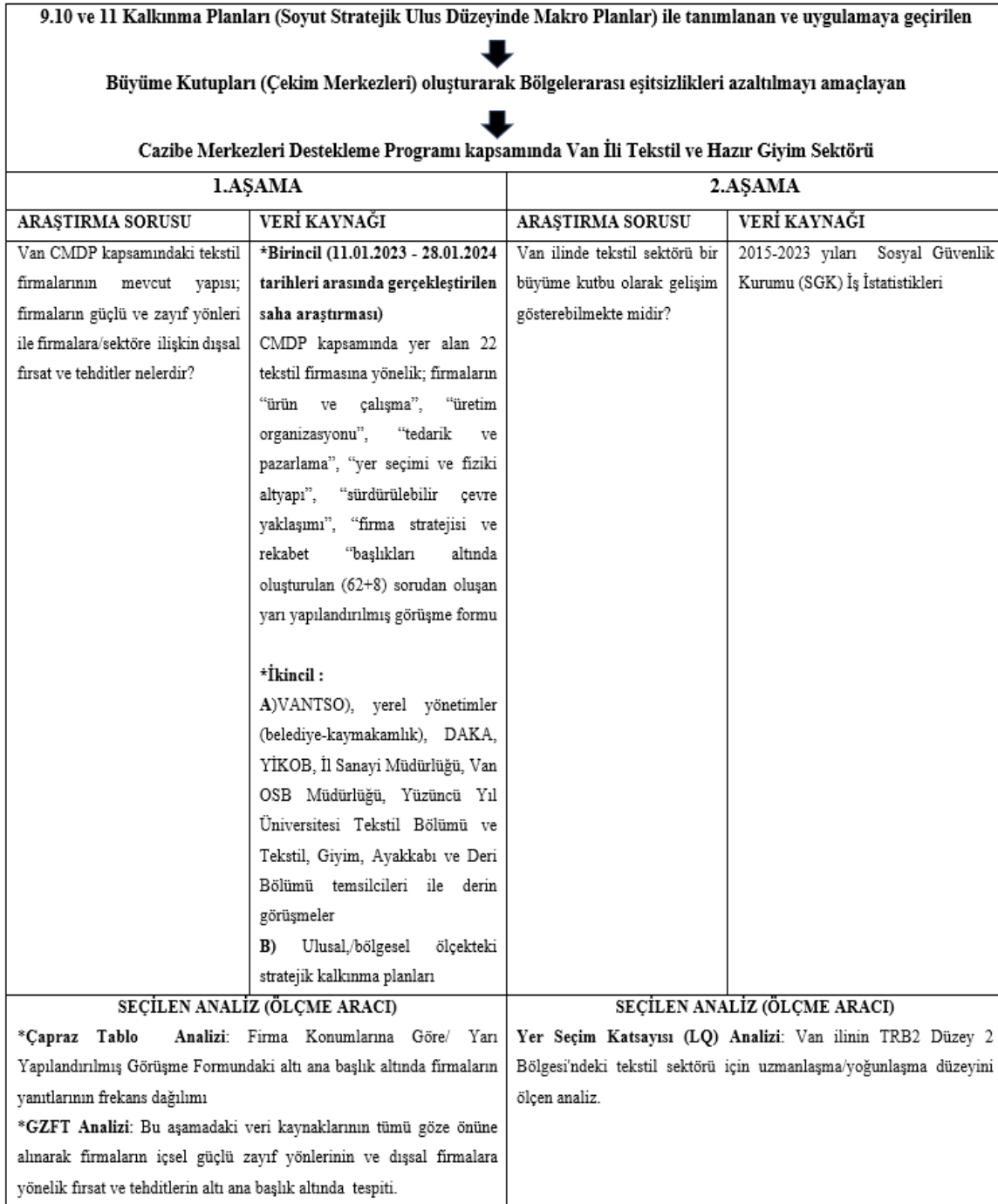


Kaynak: (Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.)

4.2. Veri Tasarımı ve Yöntem

Bu çalışma, Van ilinde CMDP kapsamında desteklenen ve Kurubaş, OSB 5. Etap, Muradiye ile Erciş'te faaliyet gösteren 22 tekstil firmasıyla 11.01.2023 - 28.01.2024 tarihleri arasında yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelere dayanmaktadır. Araştırma, firmaların ürün ve işgücü durumu, Ar-Ge ve inovasyon faaliyetleri, üretim organizasyonu, tedarik ve pazarlama süreçleri, çevresel sürdürülebilirlik, yer seçimi, strateji ve rekabet açısından mevcut durumunu ve potansiyelini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, araştırmanın veri tasarımı ve yöntemini şekillendiren iki ana aşama, bu aşamalarda yer alan araştırma soruları, bu soruların yanıtlanmasında ve bulguların ortaya konulmasında yararlanılan veri kaynakları ile seçilen analizler Şekil 8'te gösterildiği gibidir.

Şekil 8. Veri Tasarım ve Yöntem Aşamaları



4.3. CMDP Kapsamında Van İli Tekstil Firmalarının GZFT Analizi ile Değerlendirilmesi

Bu başlık altında bulgular ürün ve çalışma”, “üretim organizasyonu”, “tedarik ve pazarlama”, “yer seçimi ve fiziki altyapı”, “sürdürülebilir çevre yaklaşımı”, “firma stratejisi ve rekabet” olmak üzere 6 başlık altında biçimlendirilen yarı yapılandırılmış görüşme formlarındaki yanıtların frekans dağılımları firmaların konumlarına göre oluşturulmuştur. Bu firmalara ilişkin içsel güçlü ve zayıf yönleri, dışsal fırsatlar ve tehditler yukarıdaki sınıflamaya göre firma görüşmelerinden elde edilen çapraz tablolardan, ilgili kalkınma ve bölge planları ile ilgili kurum ve kuruluşların görüşlerinde yararlanılarak oluşturulmuştur (Şekil 9)

Şekil 9. CMDP Kapsamında Van İli Tekstil Firmalarının GZFT Analizi Sınıflaması

Firma Sınıflama	G	Z	F	T
Ürün Ve Çalışma				
Üretim Organizasyonu				
Tedarik Ve Pazarlama				
Yer Seçimi Ve Fiziki Altyapı				
Sürdürülebilir Çevre Yaklaşım				
Firma Stratejisi Ve Rekabet				

4.3.1. Firmaların Ürün ve Çalışma Yapısı

Van il bütününde CMDP kapsamında Tekstil Kent Projesi 14 ve Van Tekstil ve Hazır Giyim OSB Altyapı Projesi ile 6 firma, Muradiye ve Erciş'te 1 firma olmak üzere toplam 22 firma bulunmaktadır (Tablo 2). Toplam firma sayısı içinde firmaların %91'inin İstanbul, İzmir merkezli olduğu görülmektedir (Tablo 2). Tekstil Kent'teki 4 firma ve OSB 5. Etap'taki 1 firma olmak üzere toplam 5 firma (%22,7) kendi markasıyla satış yapmaktadır. Buna karşın, 17 firma (%77,3) ise Lacoste, US Polo, H&M, Tommy Hilfiger, Pierre Cardin, LC Waikiki, Defacto, Zara, Mai, Koton, Decathlon, Beymen ve Penti gibi ulusal ve uluslararası markalara hizmet vermektedir (Tablo 3).

Tablo 2. Firmaların konumu ve firma merkezlerinin konumu (sayı ve % oran)

Firma Lokasyonu	İstanbul		İzmir		Van		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
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

Tablo 3. Firmaların ürünlerini kendi markaları ile pazarlama durumları

Firma Lokasyonu	Evet		Hayır		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Tekstil Kent	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 yerel işgücünden yeterli ve nitelikli eleman temininde zorlandığı görülmektedir. İzmir merkezli Tekstil Kent'teki bir firma (%4,5) hariç, 21 firma (%95,5) personel ihtiyacını kendi bünyelerinde yetiştirdiğini belirtmiştir. Ayrıca, firmaların %95,5'i üretimden ambalaja kadar tüm süreci yürütmektedir. Firma konumlarına göre, Tekstil Kent'teki firmaların %92,9'u, OSB 5. Etap, Erciş ve Muradiye'deki firmaların tamamı bu süreci uygulamaktadır (Tablo 4).

Tablo 4. Firmaların üretimde uyguladıkları yöntemlerin dağılımı

Firma Lokasyonu	Üretimden Ambalaja		Tamamlanmış ürünü satın alarak kendi markası ile pazarlama		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Tekstil Kent	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

Van'daki çalışabilir genç nüfus fazlalığı, firmaların kenti tercih etmesinde önemli bir etkidir. Ancak, nitelikli personel eksikliği bu avantajı olumsuz etkilemektedir. Doğudaki düşük yaşam maliyetleri de Van'ı cazip kılarken, CMDP kapsamına alınması ve batıda asgari ücretle eleman bulma zorlukları, bölgedeki işgücünü firmalar için fırsata dönüştürmüştür. Ancak, iş kültürünün yetersizliği ve nitelikli eleman eksikliği, genç nüfusun sektörde yeterince istihdam

edilmesini engellemekte ve tekstil sektörünün potansiyelini tam olarak gerçekleştirmesini zorlaştırmaktadır (Tablo 5).

Tablo 5. Ürün ve çalışma (GZFT Analizi)

	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehditler
Ürün ve Çalışma	Firmaların nitelikli personel yetiştirebilecek kapasitede olması Çalışabilir yaşta genç nüfusun olması	İş kültürünün yetersiz olması Nitelikli personelin olmaması Firmalar farklı markalarla çalışma düzeyinin düşük olması	Van ilinin CMDP kapsamına dâhil olması Batıda tekstil sektöründe asgari ücrete çalışacak elemanın temin edilmesinde güçlük çekilmesi firmaların doğudaki işgücünü tercih etmesi	

4.3.2. Firmaların Üretim Organizasyonu

Firmaların üretim, organizasyon, Ar-Ge, yenilik, yetenek geliştirme, sermaye ve pazarlama alanlarında değerlendirilmesine göre, Tekstilkent hariç firmaların %27,3'ü Ar-Ge'ye kaynak ayırmakta, %72,7'si ayırmamaktadır (Tablo 6). Tekstilkent, Ar-Ge'ye en fazla kaynak ayıran yer olsa da, burada da kaynak ayırmayan firmaların oranı %57,1'dir. OSB 5. Etap, Erciş ve Muradiye'de ise hiçbir firma Ar-Ge'ye yatırım yapmamaktadır. Bu durum, bu bölgelerde Ar-Ge bilinci ve kapasitesinin düşük olduğunu göstermektedir. Genel olarak %27,3'lük oran, firmaların yenilik ve teknoloji geliştirme çabalarının sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 6. Firmaların Ar-Ge Faaliyetlerine Kaynak Ayırma durumu

Firma Lokasyonu	Evet		Hayır		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
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

İstanbul ve İzmir merkezli firmalarda tasarım bölümleri bulunurken, Van merkezli firmalarda bu birimler yer almamaktadır. Yenilikçi üretim süreçleri tüm firmaları (%100) etkilerken, dijital pazarlama yalnızca %13,6 oranında kullanılmaktadır. Üretim otomasyonu ve robotik sistemler %77,3 oranında uygulanmakta; veri analitiği firmaların %50'sinde, Endüstri 4.0 ise sadece %13,6'sında bulunmaktadır (Tablo 7). Tekstilkent ve OSB 5. Etap'taki 3 firma dijital pazarlamayı kullanmakta; otomasyon sistemleri ise 17 firmada (%77,3) uygulanmaktadır. Veri analitiği, Tekstilkent, OSB 5. Etap ve Muradiye'deki firmaların yarısında yer alırken, Endüstri 4.0 sadece Tekstilkent'teki 3 firmada benimsenmiştir. Özetle, yenilikçi üretim ve otomasyon yaygın olsa da, dijital pazarlama, Endüstri 4.0 ve dijital tedarik zinciri yönetimi alanlarında gelişim gerekmektedir. Veri analitiği ve iş zekâsı ise firmaların yarısında uygulanmakta olup, önemli bir potansiyele sahiptir.

Tablo 7. Firmaların Teknolojik Gelişmeler, İnovasyon ve Dijital Dönüşüm Faktörlerini Benimseme Durumu

Faktörler	Firma Sayısı					
	Evet		Hayır		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Yenilikçi üretim süreçleri ve teknolojiler	22	100,0	0	0,0	22	100
Dijital pazarlama ve satış kanalları	3	13,6	19	86,4	22	100
Üretim otomasyonu ve robotik sistemler	17	77,3	5	22,7	22	100
Veri analitiği ve iş zekâsı	11	50,0	11	50,0	22	100
Dijital tedarik zinciri yönetimi	8	36,4	14	63,6	22	100
Endüstri 4.0 uygulamaları	3	13,6	19	86,4	22	100

Yenilikçi ürün ve teknolojiler geliştirme konusunda 22 firmanın yalnızca 9'u (%40,9) "Evet" yanıtı verirken, 13'ü (%59,1) "Hayır" demiştir; bu da düşük düzeyde benimsenmeye işaret etmektedir (Tablo 8). Tekstilkent'te bu oran %50 iken, OSB 5. Etap'ta firmaların %83,3'ü yeniliği benimsememiştir. Üretim teknolojisini yenileyen firmalar Tekstilkent'te %78,6, OSB 5. Etap'ta ise %33,3'tür. Erciş ve Muradiye'deki firmalar ise yenilik yapmıştır (Tablo 9). Bu veriler, Tekstilkent'teki yüksek oranların altyapı, destekleyici politikalar veya teknolojiye erişimle; OSB 5. Etap'taki düşük oranların ise finansal ya da teknik yetersizliklerle ilişkili olabileceğini göstermektedir.

Tablo 8. Firmaların Yenilikçi Ürünler ve Teknoloji Geliştirme Durumu

Firma Lokasyonu	Evet		Hayır		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
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

Tablo 9. Firmaların Üretim Sürecinde Üretim Teknolojisinde Yenilenme Durumunun Gerçekleşmesi

Firma Lokasyonu	Evet		Hayır		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Tekstilkent	11	78,6	3	21,4	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	1	100,0	0	0,0	1	100,0
Toplam	15	68,2	7	31,8	22	100,0

Tablo 10, yerel yetenek geliştirme faaliyetlerine katılımın düşük olduğunu ve bölgesel iş gücünün daha etkin kullanılabileceğini ortaya koymaktadır. Firmaların %59,1'i yerel insan kaynağına yatırım yapmazken, bu oran Tekstilkent'te %50, OSB 5. Etap'ta ise yalnızca %16,7'dir. Tekstilkent'teki görece yüksek katılım, kümelenme bilinciyle ilişkilendirilebilir. Tablo 11 ise firmaların iş gücü stratejilerini göstermektedir: Eğitim ve yetenek geliştirme programları %81,8, çalışan motivasyonu ve bağlılığı %95,5, ücret ve yan haklar ile iş güvenliği %90,9 oranında öncelikli görülmektedir. İş gücü arz-talep dengesi %54,5; çeşitlilik ve kapsayıcılık ise %72,7 oranında önemli bulunmakla birlikte, bazı firmalar tarafından geri planda bırakılmaktadır. Genel olarak, firmalar çalışan memnuniyetine odaklanırken, arz-talep dengesi ve kapsayıcılığa daha az önem vermektedir.

Tablo 10. Firmaların Birlikte Yerel İnsan Kaynaklarına Yatırım Yaparak Yetenek Geliştirme Durumu

Firma Lokasyonu	Evet		Hayır		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
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

Tablo 11. Firmaların İş Gücü Yönetimi ve Yetenek Geliştirme Stratejilerini Etkileyen Faktörler

Faktörler	Firma Sayısı					
	Evet		Hayır		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
İşgücü arz ve talep dengesi	12	54,5	10	45,5	22	100
Eğitim ve yetenek geliştirme programları	18	81,8	4	18,2	22	100
İşgücü çeşitliliği ve kapsayıcılık	16	72,7	6	27,3	22	100
Çalışan motivasyonu ve bağlılığı	21	95,5	1	4,5	22	100
Ücret ve yan haklar politikaları	20	90,9	2	9,1	22	100
Çalışma koşulları ve iş güvenliği	20	90,9	2	9,1	22	100

Tablo 12, firma konumlarına göre iş gücü stratejilerindeki farklılıkları göstermektedir. İş gücü arz-talep dengesi Tekstilkent ve OSB 5. Etap'ta önemli görülürken, Erciş ve Muradiye'de daha az etkili bulunmuştur. Eğitim programları Tekstilkent'te yaygın olmakla birlikte, diğer bölgelerde de önem taşımaktadır. İş gücü çeşitliliği ve kapsayıcılık Tekstilkent'te sınırlı etkili, diğer bölgelerde ise daha belirleyicidir. Çalışan motivasyonu tüm bölgelerde önemliyken, Tekstilkent'te görece daha düşük, diğer lokasyonlarda daha yüksektir. Ücret, yan haklar ve iş güvenliği ise tüm firmalar için kritik önemdedir. Üniversite-sanayi iş birliğine katılım ise düşüktür; firmaların %86,4'ü bu iş birliğine dâhil değildir. Katılım yalnızca OSB 5. Etap (%16,7) ve Tekstilkent (%14,3) firmalarında sınırlıdır. Finansal kaynaklara erişim ve risk yönetiminde en etkili unsurlar; nakit akışı yönetimi ve risk azaltma stratejileri (%86,4), finansal piyasa koşulları (%77,3), banka kredileri (%72,7), öz kaynak politikaları (%68,2) ve finansal risklerle başa çıkmada kullanılan hedging (korunma) stratejileri (%31,8) olarak sıralanmaktadır.

Tablo 12. Firmaların Lokasyonuna Göre Bir Arada Bulunduğu Firmalar ile Birlikte Yerel İnsan Kaynaklarına Yatırım

Yaparak Yetenek Geliştirme Durumu

Faktörler	Firma Lokasyonu	Evet		Hayır		Toplam	
		Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
İş gücü arz ve talep dengesi	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
Eğitim ve yetenek geliştirme programları	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
İşgücü çeşitliliği ve kapsayıcılık	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
Çalışan motivasyonu ve bağlılığı	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
Ücret ve yan haklar politikaları	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
Çalışma koşulları ve iş güvenliği	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

Firmaların kümeler içinde iş birliği ve ortak proje geliştirme düzeyi Tablo 13 de görüldüğü gibidir. Buna göre 22 firmadan 10'u (%45,5) aktif, 12'si (%54,5) ise pasif durumdadır. Bu da firmaların çoğunun iş birliğine mesafeli olduğunu, ancak OSB 5. Etap, Erciş ve Muradiye gibi bölgelerde daha fazla iş birliği potansiyeli bulunduğunu göstermektedir. OSB 5. Etap'taki firmaların (%50) iş birliği düzeyi, Tekstilkent'tekilerden (%35,7) yüksektir. Firmaların yönetim yapısını etkileyen başlıca unsurlar; liderlik, karar alma, organizasyonel kültür, iç iletişim, iş birliği ve performans değerlendirmedir. Firmalar arasındaki bağımlılığı belirleyen en önemli etken ortak müşteriler olup, bunu ortak üretim süreçleri ve dağıtım kanalları izlemektedir.

Tablo 13. Firmaların Diğer Firmalar ile Bir Arada Bulunmasından Dolayı Tekstil Kümesi Olarak İş Birliği Yapma ve Ortak Projeler Geliştirme Durumları

Firma Lokasyonu	Evet		Hayır		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
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	1	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

Yukarıdaki bulgulardan hareketle firmaların üretim ve organizasyon yapısı açısından güçlü yönler arasında büyük firmaların Van'a gelişi ve fason üreticilerin organizasyonel yenilenmesi, üretim kapasitesini ve rekabet gücünü artırmaktadır. Üniversite-sanayi iş birliğine açıklık, yenilikçi projeleri teşvik ederken, Ar-Ge süreçlerine adaptasyon rekabet avantajı sağlamaktadır. Van'daki tekstil eğitimi altyapısı, özellikle Van Meslek Yüksekokulu ve Van YYÜ Teknoparkı, sektöre nitelikli işgücü ve Ar-Ge desteği sunmaktadır. Zayıf yönler arasında, Van YYÜ Tekstil Bölümü'nde aktif öğrenci bulunmaması nitelikli

işgücü eksikliğine yol açmaktadır. Ar-Ge inovasyonunun sınırlı kalması ve üniversite-sanayi iş birliğinin yetersizliği, yenilikçi süreçlerin gelişimini kısıtlamaktadır. Fırsatlar kapsamında, Van'ın CMDP teşvikleri içinde yer alması sektöre yatırım imkânları sunarken, TRB2 Bölge müdürlüklerinin varlığı bölgesel destekleri artırmaktadır. Güçlü firmaların üretim yapması iş birliğini teşvik ederken, fason üreticilerin imalata geçişi katma değeri yükseltmektedir. Yenilikçi makinelerle verimlilik artışı sağlanmaktadır. Tehditler arasında küresel ekonomik ve politik krizler, dışa bağımlılığı artırarak üretimde aksamalara neden olmaktadır. Artan kredi ve faiz oranları finansmana erişimi zorlaştırırken, iplikten mamule kadar eksik üretim ağı sektörün büyümesini sınırlamaktadır (Tablo 14).

Tablo 14. Üretim ve Organizasyon GZFT Analizi

	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehditler
Üretim Organizasyonu	Büyük firmaların Van'a gelmesi ile fason üreticilerin organizasyonel yenilenmeye gitmeleri Firmaların Üniversite-sanayi İşbirliğine açık olmaları Firmaların Ar-Ge inovasyon süreçlerine açık olmaları Firmalar yetenek geliştirme süreç ve stratejilerine açık bulunmaktadır	Ar-Ge kaynak ayırma ve personelinin yetersiz olması inovasyon gerçekleştirme eğilimlerinin zayıf olması Yerel insana kaynaklarına yatırım yaparak yetenek geliştirme konusunda zayıf kalmaları Üniversite sanayi iş birliğinin zayıf olması Güzel Sanatlar Fakültesi kapsamında Tekstil Bölümü'nde aktif öğrencinin olmaması Yaşanabilecek negatif dışsalılıklara karşı kırılgan performans gösterebilme potansiyelleri yüksek olması Tekstil özelinde eylem planının olmaması	Van ilinin CMDP kapsamına dâhil olması 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 Güzel Sanatlar Fakültesi, Tekstil Bölümü'nün olması	Küresel ölçekte ekonomik politik krizlerin yaşanması Artan kredi ve faiz oranları Pazar alanının olmaması nedeni ile iplikten mamule kadar olan bir organizasyonel üretim ağının eksik olması

4.3.3. Firmaların Tedarik ve Pazarlama Durumu

Tedarik ve pazarlama, firmaların rekabetinde kritik bir rol oynamaktadır. İstanbul merkezli firmaların %64,3'ü uluslararası tedarikçilerle çalışırken, Tekstilkent'te bu oran %77,8, OSB 5. Etap'ta ise %66,7'dir. Erciş'teki firma tamamen uluslararası, Muradiye'deki firma ise ulusal tedarikçilere bağlıdır. İzmir merkezli firmalar, ulusal ve uluslararası tedarikçilere eşit oranda yönelirken, Van merkezli firmalar tamamen uluslararası tedarikçilere bağlıdır. Bu durum, Tekstilkent'in küresel pazara entegrasyon avantajı sağladığını, Van'daki yerel tedarik ağlarının zayıf olduğunu ve bölgesel farklılıkları ortaya koymaktadır (Tablo 15). Firmalar hammaddelerini çeşitli kent ve ülkelerden temin etmektedir. Ulusal düzeyde tüm firmalar İstanbul'dan tedarik sağlarken, İzmir ve Kahramanmaraş (%22,7), Bursa (%13,6), Çorlu ve Çin (%9,1) ile Gaziantep (%4,5) takip etmektedir (Şekil 10). Küresel ölçekte ise Van, doğu ülkelerinden tedarik yaparken, ihracatını batı ülkelerine gerçekleştirmektedir (Şekil 11, 12). Bu da Van'ın tekstil alanında bir düğüm noktası olma potansiyelini göstermektedir. Ayrıca, Van'daki küçükbaş hayvan varlığından elde edilen yün, tekstil sektöründe örme grubu için uygun olsa da, ham yün işleme

tesisinin kapanması nedeniyle değerlendirilememektedir.

Tablo 15. Firma Merkezlerine Göre Firmaların Çalıştıkları Tedarikçilerin Ulusal/Uluslararası Durumu

Firma Merkezi	Firma Lokasyonu	Ulusal tedarikçiler		Uluslararası tedarikçiler		Toplam	
		Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
İstanbul	Tekstilkent	2	22,2	7	77,8	9	100,0
	OSB 5. Etap	2	66,7	1	33,3	3	100,0
	Erciş	0	0,0	1	100,0	1	100,0
	Muradiye	1	100,0	0	0,0	1	100,0
	Toplam	5	35,7	9	64,3	14	100,0
İzmir	Tekstilkent	1	33,3	2	66,7	3	100,0
	OSB 5. Etap	2	66,7	1	33,3	3	100,0
	Toplam	3	50,0	3	50,0	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	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

Şekil 10. CMDP Kapsamında Van İli Tekstil Firmaların Ulusal Tedarik Ağı



Kaynak: Yazarlar tarafında oluşturulmuştur.

Şekil 11. CMDP Kapsamında Van İli Tekstil Firmaların Küresel Ölçekte Tedarik Ağı



Kaynak: Yazarlar tarafında oluşturulmuştur.

Şekil 12. CMDP Kapsamında Van İli Tekstil Firmaların Küresel Ölçekte İhracat Ağı



Kaynak: Yazarlar tarafında oluşturulmuştur.

Bunların dışında firmaların %77,3'ü tedarik güvenliğinden memnun olsa da, %54,5'i tedarik zincirini geliştirmesi gerektiğini belirtmektedir. Satış pazarlarına bakıldığında, firmaların %50'si iç pazara yönelirken, Tekstilkent'te İstanbul merkezli firmaların %55,6'sı ve Van merkezli firmaların tamamı iç pazara çalışmaktadır. Dış pazara yönelik firmaların en büyük sorunu ise fiyat rekabeti (%77,3) olup, bunu kotalar (%18,2) ve kalite rekabeti (%4,5) takip etmektedir.

Van'daki tekstil sektörü, tedarik ve pazarlama alanında güçlü ve zayıf yönlerle birlikte çeşitli fırsat ve tehditlerle karşı karşıyadır. Avrupa, Orta Doğu ve Rusya'ya ihracat yapılması rekabet avantajı sağlarken, küresel markalara üretim kalite ve güvenilirliği artırmaktadır. Türkiye'nin 81 iline üretim yapılması iç pazardaki müşteri ağını genişletirken, yüksek katma değerli ürün stratejileri sürdürülebilir büyümeye katkı sunmaktadır. Van'ın küçükbaş hayvan varlığı, yün ve örgü üretimi açısından avantaj sağlasa da, Yün ve İplik Fabrikası'nın kapanması yerel hammadde işleme kapasitesini düşürmüş, maliyetleri artırmıştır. Nitelikli işgücü eksikliği ise dış pazardaki siparişleri olumsuz etkilemektedir. CMDP teşvikleri yatırımları artırma potansiyeline sahipken, sektörün temel tehditleri arasında yoğun fiyat rekabeti, yerel tekstil pazarının olmaması ve tekstil ihtisas gümrüğünün eksikliği yer almaktadır. Bu eksiklikler lojistik sorunlara ve maliyet artışlarına neden olmaktadır. Van tekstil ve hazır giyim sektörü, güçlü ihracat bağlantıları ve stratejik pazar odaklarıyla önemli bir potansiyele sahiptir. Ancak altyapı ve işgücü sorunlarının çözülmesi, küresel rekabet gücünü artıracaktır. CMDP teşviklerinin etkin kullanımı ve yenilikçi stratejiler, sürdürülebilir büyüme için kritik öneme sahiptir (Tablo 16).

Tablo 16.Tedarik ve Pazarlama GZFT Analizi

	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 Firmaların müşteri profiline ve pazarlanan ürün gruplarının geleceğe yönelik Orta üst gelir grubuna, yüksek katma değerli ürün pazarlanması stratejilerini benimsemeleri Van ilinin küçükbaş hayvan sayısında 1. Sırada yer alması (yün örgü) Firmaların nitelikli personel yetiştirebilecek kapasitede olması Tedarik ağlarının çeşitlilik göstermesi Kendi markasını pazarlayan firmaların olması Dış Pazar ile çalışmada istekli olunması	Van Yün ve İplik Fabrikası'nın kapanması Van'da pazar alanının olmaması Van'da Tekstil İhtisas Gümrüğünün olmaması Fabrika satış mağazalarının olmaması	Van ilinin CMDP kapsamına dâhil olması Tedarik güvenliğinin olması Batıda ki firmaların çalışacak elemanın temin edilmesinde güçlük çekmesi ve bundan dolayı doğudan işgücünü tercih etmeleri	Nitelikli elemanın eksikliği, dış pazardan alınan sipariş sayısını düşürmesi Dış pazara yönelik çalışan firmaların fiyat rekabeti konusunda sorun yaşamaları Küresel pazarda fiyat rekabetinin olması

4.3.4. Firmaların Yer Seçimi ve Fiziki Alt Yapı

Firmaların yer seçimi ve fiziki altyapılarına ilişkin değerlendirmeleri Tablo 17’de sunulmaktadır. Firmaların %45,5’i mevcut durumunu yeterli, %54,5’i ise yetersiz bulmakta olup, özellikle Tekstil Kent ve OSB 5. Etap’ta iyileştirme ihtiyacı öne çıkmaktadır. Buna karşılık, Erciş ve Muradiye daha olumlu değerlendirmeler sunmaktadır. Tekstil Kent ve OSB 5. Etap’ta ise altyapı yatırımları ve yönetimsel düzenlemeler kritik önemdedir. Yer seçimini etkileyen başlıca faktörler arasında devlet politikaları, düzenlemeler ve lojistik maliyetler (%90,9) yer almakta; bu unsurlar hem teşvik olanaklarını hem de düşük taşıma maliyetleriyle rekabet avantajını etkilemektedir. Ayrıca pazar talebi ve müşteri yakınlığı (%63,6) ile rekabetçi fiyatlar ve tedarikçi güvenilirliği (%50) stratejik öneme sahiptir. Buna karşılık, kalite standartları (%31,8) görece daha düşük öncelikte değerlendirilmektedir.

Tablo 17. Firmaların Yer Seçimi ve Fiziki Altyapısına İlişkin Görüşleri

Firma Lokasyonu	Yeterince etkili, ancak iyileştirmeye ihtiyaç var		Yetersiz ve yanlış		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Tekstil Kent	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

Yukarıdaki bulgulardan hareketle Van’daki firmaların güçlü yönleri arasında nitelikli personel yetiştirme kapasitesi ve genç nüfusun çalışabilir yaşta olması öne çıkmaktadır. Ancak, elektrik enerjisi, arıtma tesisleri, kanalizasyon altyapısı, uçak seferlerinin yetersizliği ve demiryolu ağının eksikliği gibi altyapı sorunları belirgin zayıf yönlerdir. Ayrıca, ulaşım ağlarının zayıflığı ve küme alanlarındaki sosyal donatı eksiklikleri de olumsuzluklar arasındadır. Fırsatlar arasında, CMDP kapsamına alınması, Ortadoğu’ya sınır olma avantajı, Türkiye Cumhuriyetleri ile ticaret olanakları, uygun fiyatlı yer tahsis ve devam eden demiryolu projeleri önemli bir potansiyel sunmaktadır. Ancak, Ortadoğu’ya sınır olmanın getirdiği zorluklar ve yüksek lojistik maliyetleri, bölgenin karşılaştığı tehditler arasındadır (Tablo 18).

Tablo 18. Yer Seçimi ve Fiziki Altyapı GZFT Analizi

	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehditler
Yer Seçimi ve Fiziki Altyapı	Firmaların nitelikli personel yetiştirebilecek kapasitede olması Firmaların ortak lojistik ağları kullanmaları	Kümelerin lokasyondan kaynaklı eksiklerinin olması Alt yapı da eksiklerinin olması Elektrik enerjisi alt yapısının zayıf olması Arıtma tesisinin olmaması Kanalizasyon alt yapısının zayıf olması Uçak seferlerinin yetersiz kalması Lojistik ağda kullanılacak demiryolu ağının olmaması Ulaşım ağlarının zayıf olması Küme alanlarında sosyal donatıların ve peyzaj çalışmalarının bulunmaması	Van ilinin CMDP kapsamına dâhil olması Ortadoğu’ya sınır kentte olunması Konumdan dolayı Türkiye Cumhuriyetleri ile komşu olması 6.Bölge teşvikleri kapsamında uygun fiyatlar karşılığında yer tahsisinin yapılması Demiryolu ağı projesi çalışmalarının devam etmesi	Ortadoğu’ya sınır kentte olunması Kapıköy Sınır Kapısının lojistik araç çıkışına kapalı olması Lojistik maliyetlerinin yüksek olması

4.3.5. Sürdürülebilir Çevre Yaklaşımı

Firmaların %86,4’ü sürdürülebilirlik ve çevresel etkiler konusunda iyileştirmeye ihtiyaç duymaktadır. Tekstil Kent’te %92,9, OSB 5. Etap’ta %66,7, Erciş ve Muradiye’de ise firmaların tamamı bu alanda gelişim gerektiğini belirtmiştir. Yalnızca

%13,6'lık bir kesim, sürdürülebilirlik ve çevresel etkiler açısından yüksek performansa sahip olduğunu ifade etmiştir (Tablo 19).

Firmaların çevresel sürdürülebilirlikte çevre dostu üretim ve malzemeler %81,8, atık yönetimi ve geri dönüşüm ise %72,7 oranında benimsenmiştir. Enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı daha düşük bir oranda (%31,8) benimsenmektedir. Sosyal sorumlulukta ise sosyal hakkaniyet (%90,9) ve topluma katkı (%86,4) firmalar için önemli konulardır. Ayrıca, sürdürülebilir tedarikçi ilişkileri tüm firmalar tarafından önemsenmektedir. Bu veriler, firmaların çevresel ve sosyal sorumluluk konusunda duyarlı olduğunu ancak enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımında gelişime ihtiyaç duyduklarını göstermektedir.

Tablo 19. Firmaların Sürdürülebilir ve Çevresel Etkileri Konusundaki Performans Değerlendirmeleri

Firma Lokasyonu	Yüksek düzeyde sürdürülebilirlik ve çevresel etkiler		Yeterince sürdürülebilir ve çevresel etkiler konusunda iyileştirmeye ihtiyaç var		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
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

Firma konumlarına göre çevre dostu üretim ve malzeme kullanımı OSB 5. Etap'ta %100, Tekstilkent'te ise %85,7 oranında etkili bulunmuştur. Atık yönetimi ve geri dönüşüm uygulamaları Tekstilkent'te %78,6, OSB 5. Etap'ta %66,7 düzeyindedir. Enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı ise sınırlı kalmış, Tekstilkent'te yalnızca %28,6 oranında benimsenmiştir. Sosyal hakkaniyet, adil ticaret ve yerel kalkınma projeleri her iki bölgede yüksek oranda benimsenirken, sürdürülebilir tedarikçi ilişkileri tüm firmalar tarafından stratejik önemde görülmektedir. Van'da tekstil geri dönüşüm altyapısının eksikliği çevresel sürdürülebilirlik uygulamalarını sınırlamakta; bu nedenle firmalar, geri dönüşüm süreçlerinde öncelikle yakın iller (Batman, Diyarbakır, Adıyaman) ile İstanbul ve Ankara'daki tesisleri tercih etmektedir (Şekil 13).

Şekil 13. CMDP Kapsamında Van İli Tekstil Firmalarının Geri Dönüşüm Ağı



Kaynak: Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Sürdürülebilir çevre yaklaşımı, güçlü yönler ve zorluklarla şekillenmektedir. Güçlü yönler arasında, Avrupa Birliği Yeşil Mutabakatı'nın küresel firmalara örnek olması, İzmir ve İstanbul merkezli firmaların yenilenebilir enerjiye geçiş planları ve atıkların geri dönüşüme gönderilmesi öne çıkmaktadır. Zayıf yönler ise güneş enerjisi potansiyelinin kullanılmaması, farkındalık eksiklikleri, Van'da geri dönüşüm tesislerinin olmaması ve yüksek lojistik maliyetleridir. Tehditler arasında, Van Gölü'ne zarar veren kimyasallar ve bu zararları önleyecek tesis eksikliği bulunmaktadır. Fırsatlar ise Van'ın CMDP kapsamına alınması, güneş enerjisi potansiyelinin değerlendirilmesi ve tekstil geri dönüşüm tesislerinin kurulmasıyla çevresel sürdürülebilirlik stratejilerinin güçlenmesidir. Ancak, bu fırsatların gerçekleşmesi için firmaların farkındalık geliştirmesi, yenilikçi çözümler üretmesi ve altyapı yatırımları yapması gerekmektedir. Ayrıca, lojistik maliyetlerin azaltılması ve kimyasal atıkların yönetimi için gerekli altyapının oluşturulması büyük önem taşımaktadır (Tablo 20).

Tablo 20. Sürdürülebilir Çevre Yaklaşımı GZFT Analizi

	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 İzmir ve İstanbul merkezli firmaların yenilenebilir enerjiye geçiş planlarının bulunması Firmaların çevresel sürdürülebilirlikte farkındalığa sahip olması	Firmaların güneş enerjisi potansiyelini kullanmamaları	Van ilinin CMDP kapsamına dahil olması Van bakı yapısının güneş enerji sistemlerine uygun olması enerji sistemlerine uygun olması	Van ilinde tekstil geri dönüşüm tesisinin olmaması Firmaların atık maddeleri Geri dönüşüme göndermek için lojistik ücret ödemeleri

4.3.6. Firma Stratejisi ve Rekabet

Firmaların rekabet kapasiteleri geliştirdikleri stratejilere bağlıdır. Tekstilkent'te firmaların %64,3'ü, OSB 5. Etap'ta ise %83,3'ü rekabet avantajına sahip olduğunu belirtmiştir. Erciş'teki firma olumsuz görüş bildirirken, Muradiye'deki firma avantajlı olduğunu ifade etmiştir. Genel olarak, firmaların %68,2'si rekabetçi bir avantaja sahip olduğunu düşünmekte, %31,8'i ise bu görüşe katılmamaktadır (Tablo 21). İlaveten, ekonomik büyüme ve kalkınma bağlamında Erciş'te tersine göç yaşansa da firmaların %77,3'ü istihdamda gelişmeler olduğunu, %95,5'i ise diğer sektörler üzerinde olumlu etki yarattıklarını belirtmiştir. Buna karşın, firmaların %63,6'sı destek ve teşvik programlarını yetersiz bulmaktadır. Rekabetçilik, büyüme ve inovasyon hedeflerine ulaşmada en etkili unsur %86,4 ile fiyat ve maliyet yönetimi olup, iş birlikleri ve ortaklıklar %81,8, yeni pazarlara açılma %72,7 ve küresel rekabet baskıları %68,2 ile öne çıkmaktadır. Kriz ve risk yönetimi stratejileri %95,5 oranında yaygınken, acil durum yönetimi %59,1 ile daha düşük etkilidir. Gelecek planlamasında kârlılık ve müşteri memnuniyeti (%95,5), pazar payı, sürdürülebilirlik (%86,4) öne çıkarken; çalışan memnuniyeti ve inovasyon (%81,8 ve %68,2) alanlarında gelişime ihtiyaç duyulmaktadır.

Tablo 21. Firmaların, Yerel veya Uluslararası Pazarda Rekabetçi Bir Avantaja Sahip Olup/Olmadıklarına İlişkin Görüşleri

Firma Lokasyonu	Evet		Hayır		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
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	1	0.0	1	100.0
Toplam	15	68.2	7	31.8	22	100.0

Tablo 22, bölgedeki firmaların rekabet avantajlarını artıracak güçlü yönler ve fırsatlarla birlikte, küresel rekabet ve ekonomik krizler gibi tehditlerle karşılaştıklarını göstermektedir. Güçlü yönler arasında CMDP programı, lojistik ağlar, uluslararası sertifikalar ve vergi indirimli makine alımları bulunurken, zayıf yönler iletişim eksiklikleri, küme bilinci yetersizliği, dış faktörlere hassasiyet ve İŞKUR ile arz-talep dengesizliğidir. Fırsatlar arasında CMDP, coğrafi avantajlar ve teşvikler yer alırken, tehditler emek yoğun ülkelerle artan rekabet, küresel krizler ve fuar eksiklikleridir. Bu unsurlar, firmaların stratejik gelişimini etkileyebilir.

Tablo 22. Firma Stratejisi ve Rekabet GZFT Analizi

	Güçlü Yönler	Zayıf Yönler	Fırsatlar	Tehditler
Firma Stratejisi ve Rekabet	Bölge planlarında CMDP'ye yer verilmesi Firmalar kendilerini küresel pazarda rekabet edebilir olarak görmekteler Firmalar rekabet edebilirliği etkileyen faktörlerin bilincinde olmaları Firmalar küme olmanın sinerjisinin bölgede pozitif etki oluşturduğunu gözlemlemekteler Firmaların tekstil sektörünün Van'ın kalkınması ve gelişimi için öncü sektör olabileceğini öngörmektedirler Firmaların CMDP kapsamındaki tekstil projelerin temel amacını biliyor olması Küme dâhilindeki firmaların bir kısmının ortak lojistik ağları kullanmaları Uluslararası belge ve sertifikalara sahip firmaların olması Yurt dışında ofisleri olan firmaların bulunması Makine teçhizatında vergi indiriminin uygulanması	Firmaların küme olmanın ne demek olduğunu ve sonuçlarının ne olacağını tam olarak bilmemekteler Küme dâhilindeki firmaların iletişim ağlarının zayıf olması Firmalar olası krizlere karşı önlem alabilecek yeterli altyapıya sahip değiller İŞKUR ile firmalar arasında arz-talep dengesinin karşılanamaması MESEM programının kaldırılması	Van ilinin CMDP kapsamına dâhil olması Ortadoğu'ya sınır kentte olunması Konumdan dolayı Türki cumhuriyetler ile ticaret yapabilmek 10. ve 11. Kalkınma Planlarında CMDP kapsamında Van iline yatırımların devam etmesi Van ilinin CMDP kapsamına dahil olması 6. Bölge teşviklerinden yararlanılması Planlanmış küme ortamın- da üretim yapmak (Dışsal Faktörleri etkin kullanabilmek) Alanında güçlü firmaların Van'da üretim yapması	Mısır ve Bangladeş gibi ülkelerin emek yoğun sermayesi düşük olduğundan Avrupa ve Amerika pazarının sipariş vermede bu ülkeleri tercih etmesi Uluslararası fuarların Yapılmaması Tekstil zirve ve kongrelerinin yapılmaması

4.4. TRB2 Düzey 2 Bölgesi Van ili İli Tekstil Firmalarının Bölge içinde Uzmanlaşma Düzeyi ve CMDP Kapsamında Van İli Tekstil Sektörünün Çekim Merkezi Potansiyeli

Literatürde ekonomik faaliyetlerin mekânsal yoğunlaşmasını ölçmek için kullanılan yöntemlerden biri “yer seçim katsayısı (location quotient LQ)” yöntemidir. LQ Analizi bir sektörün yerleşkedeki görece konsantrasyonunun/yoğunlaşmasının ölçütüdür. Diğer bir ifade ile bir bölgenin ve illerinin karşılaştırmalı üstünlüğünü belirlemek, sektörler arasındaki yoğunlaşma ve uzmanlaşmayı göstermek için kullanılan bir yöntemidir. Bir bölgedeki endüstrinin yoğunluğunun, referans olarak seçilen başka bir bölge veya ülkedeki yoğunluğa oranla oransal değerini veren bir ölçüttür. Analiz sonucunda elde edilen katsayı, bir bölgedeki belirli bir endüstriyel sektörün yoğunlaşmasını veya uzmanlaşmasını karşılaştırmalı olarak ölçer. Formülde, bir alandaki ekonomik faaliyetler, daha geniş bir alandaki ekonomik faaliyetlerle karşılaştırılır (Karaalp, 2008: 94,95,101,102). Az gelişmiş bölgelerin kalkınmasında strateji ve planların uygulanmasına destek sağlayan bu yöntem, ekonomik faaliyetlerin yoğunlaştığı alanların tespit edilmesine ve yorumlanmasına olanak tanır. Ayrıca, politikaların oluşturulması ve kentsel alanların geliştirilmesi açısından da büyük önem taşır. Porter, Amerika Birleşik Devletleri'ndeki imalat sanayilerinin kümelenmesi üzerine yaptığı bir çalışmada, bazı

bölgelerdeki yoğunlaşma oranlarının 1,0'ı aştığını belirlemiş ve bu durumu değerlendirmiştir (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; Eib: i sektörünün yereldeki istihdamını, Etb: yereldeki toplam istihdamı, Eiu: i sektörünün bölgedeki istihdamını, Etu: bölgedeki toplam istihdamı ifade etmektedir. LQ = 1: Sektör, yerel ekonomide ulusal ortalamaya eşit bir oranda temsil edilmektedir. LQ < 1: Sektör, yerel ekonomide ulusal ortalama dan daha az temsil edilmektedir. LQ > 1: Sektör, yerel ekonomide ulusal ortalama dan daha fazla temsil edilmektedir ve bu durum o sektörün bölge için bir uzmanlaşma veya rekabet avantajı olduğunu gösterebilir yorumu yapılabilmektedir (Bayraktutan vd., 2012).

Buna karşın Bergman ve Feser (1999), katsayının 1,25 olmasını, sektörün bölgesel uzmanlaşmasının ilk kanıtı olarak kabul etmekte ve Trullén ve Boix (2005), Mans ve diğerleri (2008), Champion ve Wein (2008) ve Woźniak (2015) gibi çalışmaların (aktaran Çiftçi, 2018) yanı sıra (Yardımcı, 2014: 59; Türkcan ve Çelik, 2020: 140-142; Alkan ve Obut Bilim, 2021) birçok çalışmada da uzmanlaşma veya yığılma/yoğunlaşma için bir sınır olarak kabul edilmiştir.

CMDP kapsamındaki 22 tekstil firmasıyla yapılan görüşmelerden elde edilen yanıtlar, firma sayısının azlığı nedeniyle ileri düzeyde bir istatistiksel analiz yapılmasına olanak tanımamıştır. 9., 10. ve 11. Kalkınma Planlarında, CMDP'nin Büyüme Kutupları Teorisi'nden geliştirildiği belirtilmektedir. Bu doğrultuda, Van'ın tekstil sektörü açısından bir çekim merkezi olma potansiyeli, SGK'nın 2023 yılı İş İstatistikleri verileriyle değerlendirilmiştir. SGK verilerine göre, tekstil ürünleri imalatı (23) ile küçük atölyeler de dahil olmak üzere giyim eşyalarının imalatı (97) alanlarında toplam 7.852 çalışan ve 110 işyeri bulunmaktadır. Bu verilere dahil olan, CMDP kapsamındaki Van tekstil firmalarının sektör sınıfları ve kuruluş yılları Tablo 23'te sunulmaktadır.

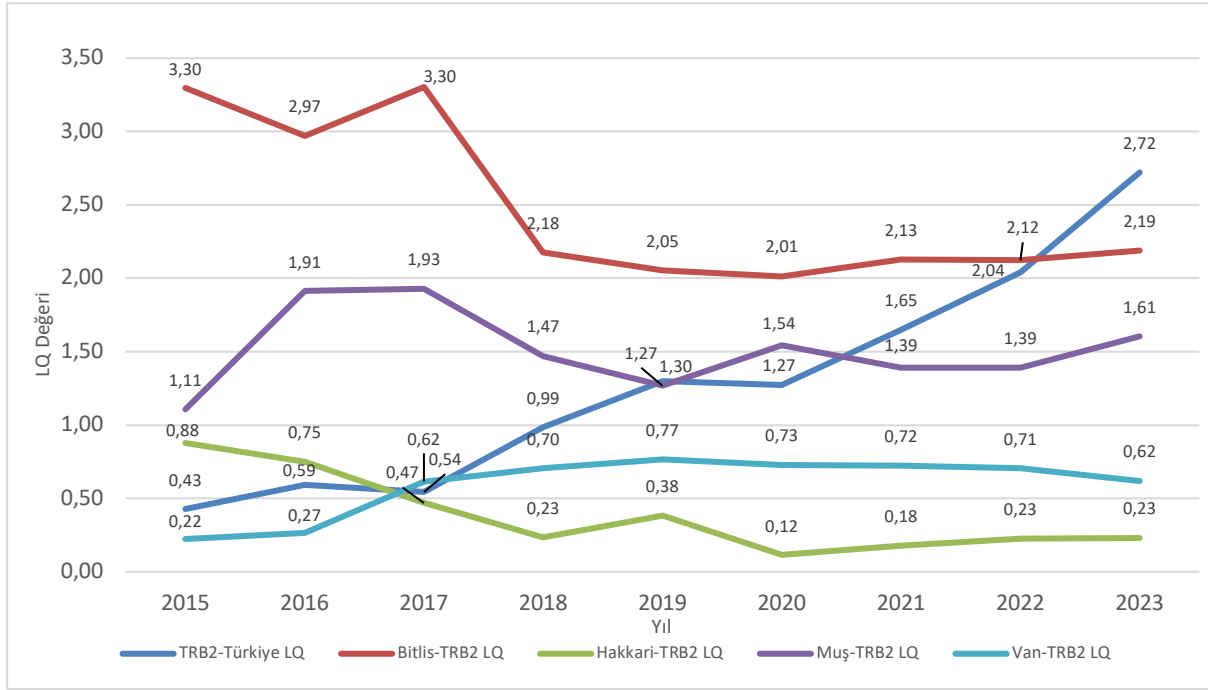
Tablo 23. CMDP Kapsamında Van İli Tekstil Firmaları NACE kodu ve SGK İş İstatistikleri Verilerine Göre Dahil olduğu Alt Kategori

CMDP Kapsamında Van İli Tekstil Firmalarının Konumu	Kuruluş Tarihi Aralığı	Nace Kodu (Tüm Ekonomik Faaliyetlerin Uluslararası Standart Sanayi Sınıflaması)						Tekstil Sektörü (Alt Kategori)	
		13.99.02	14.13.04	14.14.01	14.14.03	15.20.18	47.71.04	Giyim Eşyaları İmalatı Kategorisindeki Firma Sayısı	Tekstil Ürünleri İmalatı Kategorisindeki Firma Sayısı
Tekstil kent	2016-2018	1	9	2		1	1	12	2
OSB 5.Etap	2023		3	1	2			6	
Erciş	2020			1				1	
Muradiye	2022				1			1	

*Nace tanımları. 13.99.02: Tekstil kırptısı imalatı, 14.13.04: Dış giyim eşyası imalatı, dokuma, örme vb. kumaştan olanlar, 14.14.01: Gömlek, tişört, bluz, vb. ceket altına giyilebilen giyim eşyası imalatı, 14.14.03, Atlet, fanila, külot, slip, iç etek, kombinezon, jüp, jupon, sütyen, korse vb. iç çamaşırı imalatı, 15.20.18: Tekstilden ve diğer malzemelerden ayakkabı, mes, bot, çizme, postal, terlik, vb. imalatı, 47.71.04: Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda diğer dış giyim perakende satışı.

Bu doğrultuda, CMDP kapsamındaki firmaların 2016 yılında üretim faaliyetlerine başlamalarının, bölgesel uzmanlaşma düzeyi üzerinde bir değişiklik yaratıp yaratmadığını incelemek amacıyla, 2015-2023 yıllarına ait SGK İş İstatistikleri verileri kullanılarak Yer Seçim Katsayısı (LQ) analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analiz aracılığıyla, TRB2 Düzey-2 Bölgesi'nde tekstil sektörü açısından Van ilinin görece uzmanlaşma düzeyi belirlenmiş ve 2016 yılında üretime geçen CMDP kapsamındaki firmaların bu düzeyde bir değişiklik oluşturup oluşturmadığı değerlendirilmiştir. TRB2 Düzey-2 Bölgesi; Bitlis, Hakkâri, Muş ve Van illerinden oluşmaktadır. Van ilinin tekstil ve hazır giyim sektörlerindeki uzmanlaşma düzeyi, 2015-2023 dönemine ait SGK Sigortalı ve İş Yeri İstatistikleri verileri kullanılarak yapılan LQ analiziyle ölçülmüş; elde edilen sonuçlar "TRB2 Düzey-2 Bölgesi Giyim Eşyaları İmalatı" ve "TRB2 Düzey-2 Bölgesi Tekstil Ürünleri İmalatı" başlıklı grafiklerde (Grafik 1 ve Grafik 2) görselleştirilmiştir.

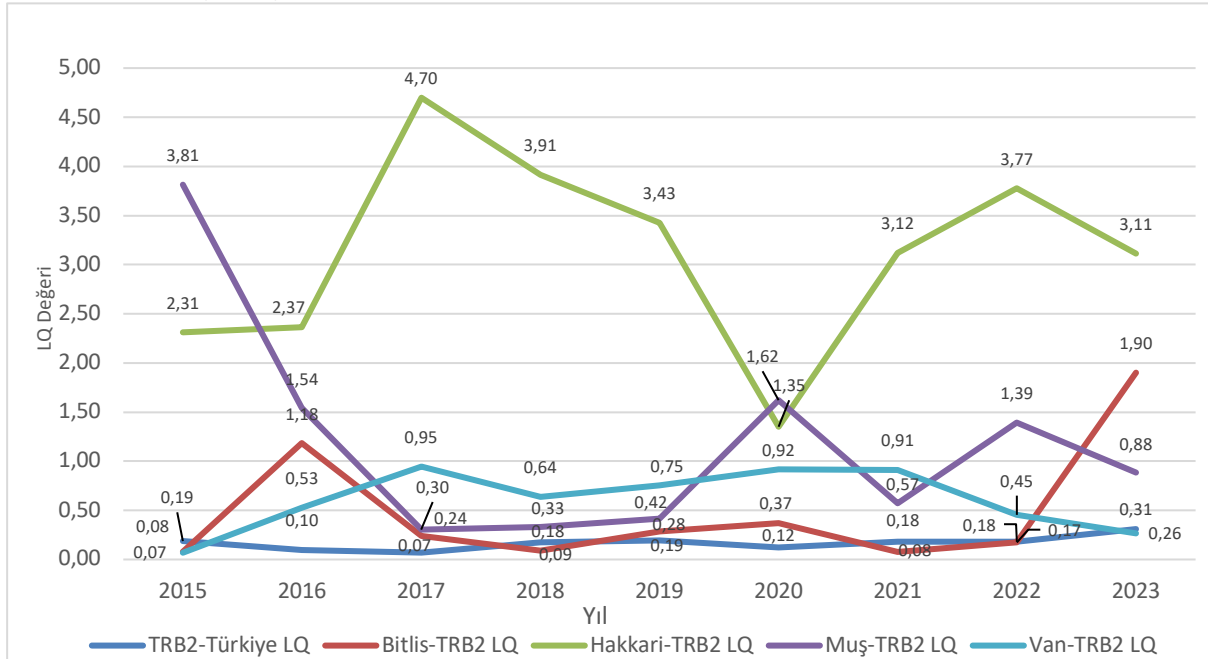
Grafik 1: TRB2 Düzey 2 Bölgesi Giyim Eşyaları İmalatı LQ Analizi



Kaynak: SGK, Sigortalı ve İş Yeri İstatistiklerinden yararlanılarak oluşturulmuştur, 2015-2023.

Grafik 1, TRB2 Bölgesi illerinin giyim eşyaları imalatındaki uzmanlaşma düzeyini (LQ) yıllara göre göstermektedir. Bitlis, 2015 yılında 3,30 gibi yüksek bir LQ değeriyle sektörde güçlü bir uzmanlaşma sergilemiştir. 2016'da hafif bir düşüş yaşasa da tekrar 3,30 seviyesine ulaşmıştır. 2018 yılından itibaren düşüş eğilimi göstererek 2,05 seviyesine gerilemiş ve 2019 sonrası 2,05-2,19 aralığında istikrarlı bir seyir izlemiştir. Muş, 2015 yılında 1,11 olan LQ değeriyle sektörde varlık göstermeye başlamış; 2016'da 1,91'e yükselmiş ve 2017 yılına kadar bu seviyeyi korumuştur. 2018'de 1,47'ye, 2019'da ise 1,27'ye gerileyen değer, 2023 yılında 1,61'e yükselmiştir. Hakkâri, 2015'te 0,88 olan LQ değeriyle sektörde zayıf bir konumda yer almıştır. 2017'de 0,47, 2019'da 0,38 seviyelerine düşen değer, 2023 yılında 0,23'e kadar gerilemiştir. Van, 2015'te 0,22 olan LQ değeriyle oldukça düşük bir uzmanlaşma düzeyi sergilemiştir. 2016'da 0,27'ye, 2017'de 0,62'ye yükselmiş ve 2023 yılı itibarıyla bu seviyeyi koruyarak sektörde düşük düzeyde bir uzmanlaşma göstermeye devam etmiştir. TRB2 Düzey-2 Bölgesi'nin genel uzmanlaşma düzeyi, 2015 yılında 0,43 gibi düşük bir LQ değeriyle başlamış; 2016 ve 2017 yıllarında da benzer şekilde düşük seyretmiştir. Ancak 2018 yılından itibaren belirgin bir artış eğilimi göstermiş ve 2023 yılında 2,72 seviyesine ulaşmıştır. Bu gelişme, bölgenin Türkiye genelinde giyim eşyaları imalatında uzmanlaşma kazanmaya başladığını ortaya koymaktadır (Grafik 1).

Grafik 2: TRB2 Düzey 2 Bölgesi Tekstil Ürünleri İmalatı LQ Analizi



Kaynak: SGK, Sigortalı ve İş Yeri İstatistiklerinden yararlanılarak oluşturulmuştur, 2015-2023.

Grafik 2, TRB2 bölgesindeki illerin tekstil ürünleri imalatı sektöründeki uzmanlaşma düzeyini (LQ) yıllara göre göstermektedir. Bitlis: 2015 yılında 0.08 olan LQ değeri, 2016'da 1.18'e yükselmiştir. 2017-2022 yılları arasında 0,18 – 0,37 seviyelerinde düşük bir seyir izlemiş, ancak 2023 yılında ani bir yükselişle 1,90'a ulaşmıştır. Bu durum, Bitlis'in 2017-2022 döneminde tekstil ürünleri imalatındaki uzmanlaşmasının zayıfladığını, ancak 2023'te tekrar yükselişe geçtiğini göstermektedir. Muş: 2015'te 3.81 gibi yüksek bir LQ değeriyle sektörde önemli bir uzmanlaşma göstermiştir, 2016-2017 yıllarında hızlı bir düşüşe geçerek 0.24'e kadar gerilemiştir. 2020 yılında 1,62 yükselişe geçse de, 2023 itibarıyla 0,88'e gerileyerek düşüş eğilimine girmiştir. Diğer bir deyişle, Muş belirli yıllarda tekstil ürünleri imalatında güçlü bir uzmanlaşma yaşamış, ancak sonraki süreçte bu eğilim tersine dönmüştür. Hakkâri: 2015 yılında 2.31 gibi yüksek bir LQ değeriyle sektörde önemli bir uzmanlaşma göstermiştir. Bu uzmanlaşma 2017 yılında 4.70 değerine ulaşmıştır. 2018-2019 yıllarında 3,91 – 3,43 seviyelerinde bir seyir izlerken, 2020 itibarıyla düşüşe geçerek 1,35'e kadar gerilemiştir. 2021 ve 2022 yıllarında toparlanma gösterse de, 2023'te 3,11 seviyesini görmüştür. Van: Tekstil ürünleri imalatı sektöründeki uzmanlaşma düzeyi genel olarak 0,07 – 0,95 arasında düşük seviyelerde seyretmektedir. Bu durum, Van'da tekstil ürünleri imalatında belirgin bir uzmanlaşmanın olmadığını göstermektedir. TRB2 bölgesinin Türkiye içindeki tekstil ürünleri imalatı sektöründeki uzmanlaşma düzeyi ise 2015 yılında 0,19 ve 2017'de 0,07 seviyesine düşerek sonraki yıllarda 0,19 – 0,12 arasında düşük seviyelerde kalmıştır. 2023 itibarıyla 0,31 seviyesinde seyretmiştir. Bu veriler, TRB2 Bölgesi'nin tekstil ürünleri imalatı sektöründe Türkiye geneline kıyasla belirgin bir uzmanlaşma göstermediğini ortaya koymaktadır (Grafik 2).

Yazında büyüme kutbu teorisi belirli bir merkezde ekonomik faaliyetlerin yoğunlaşması ve bu merkezin çevresine doğru büyüme etkisi yaratmasını ifade eder. Bu çerçevede, bir ilin veya bölgenin bir sektörde çekim merkezi (büyüme kutbu) olabilmesi için, uzun vadeli uzmanlaşma göstermesi, istikrarlı büyüme eğilimi sergilemesi ve bölgesel ekonomiye yayılma etkisi yaratabilmesi gerekmektedir. Bir bölgenin büyüme kutbu olabilmesi için sürdürülebilir uzmanlaşma, ekonomik yayılma etkisi ve çevre illeri etkileyen bir çekim merkezi olması gerekir. Grafik 1 ve Grafik 2 verileri doğrultusunda LQ verileri, Van'ın hiçbir dönemde sektörde yüksek uzmanlaşma sağlayamadığı görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, Van henüz tekstil sektöründe bölgesel ölçekte bir büyüme dinamiği oluşturamamış ve çevre iller üzerinde yayılma etkisi yaratamamıştır. Buna karşın Hakkâri ve Bitlis gibi iller dönemselsel olarak daha yüksek uzmanlaşma seviyelerine ulaşarak tekstil sektöründe Van'dan daha güçlü bir konum sergilemiştir. CMDP bağlamında Van, güncel durumda sektör açısından sürdürülebilir büyüme sağlayamamış, ekonomik bir çekim merkezi haline gelememiştir.

Sonuç

Van ili, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından desteklenen ve 9., 10. ve 11. Beş Yıllık Kalkınma Planları çerçevesinde, ulusal ve bölgesel düzeyde hazırlanan stratejik planlar doğrultusunda, büyüme kutupları teorisi kapsamında cazibe merkezi olarak belirlenmiş ve tekstil sektörü yatırımlarıyla desteklenmiştir. Ancak elde edilen bulgular, teorisinin öngördüğü ekonomik dinamizmin ve yayılma etkilerinin henüz tam anlamıyla gerçekleşemediğini göstermektedir. Bu bağlamda büyüme kutupları teorisinin homojen ekonomik yapı beklentisi Van'da sınırlı düzeyde gerçekleşmiştir. İstanbul ve İzmir merkezli firmaların ağırlıkta olması, yerel ekonomik dinamizmin gelişimini sınırlandırmış; yerel iş gücü ise nitelik eksiklikleri nedeniyle potansiyelini tam olarak gerçekleştirememiştir. Bu durum, bölgesel kalkınmanın eşit ve kapsayıcı bir şekilde sağlanmasını zorlaştırmaktadır. Temelde, büyüme kutbu yaklaşımı bir ekonomik planla sınırlandırılmıştır. Van'da gerçekleştirilen yatırımlar, işsizlik oranlarını azaltmayı ve sektörel büyümeyi teşvik etmeyi hedeflemiştir. Ancak firmaların büyük bir kısmı Ar-Ge, inovasyon ve dijitalleşme gibi sürdürülebilir kalkınma unsurlarına yeterince kaynak ayırmamıştır. Teknolojik yeniliklere sınırlı düzeyde uyum, tekstil sektörünün uzun vadeli büyümesini sınırlandırmıştır. Özellikle ileri teknoloji kullanımı ve markalaşma konusundaki eksiklikler, ekonomik planın etkinliğini azaltmıştır. Son olarak teorisinin merkezkaç kuvvetler beklentisi kısmen karşılanmış, yatırımlar ve istihdam artışı ile Van çevre bölgeler için bir çekim merkezi haline gelmiştir. Ancak bu yayılma etkisi, sürdürülebilir bir ekonomik kalkınma oluşturacak ölçüde güçlü değildir. Yerel markalaşmanın sınırlı kalması ve ileri bağlantıların zayıf olması, üretimin yerel ekonomiye olan katkısını azaltmıştır. Geri bağlantılar açısından ise, yerel kaynakların sınırlı kullanımı bölgesel etkileşimi zayıflatmıştır.

Van tekstil sektörü, büyüme kutupları teorisinin bazı temel etkilerini — istihdam yaratma ve yatırım çekme gibi — gerçekleştirmiştir. Ancak, homojen ekonomik yapı eksikliği, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşamama ve ileri-geri bağlantıların zayıflığı, teorisinin öngördüğü çarpan etkisinin tam anlamıyla gerçekleşmediğini ortaya koymaktadır. Van'ın büyüme kutbu olarak potansiyelini artırabilmesi için aşağıdaki stratejik adımlar önerilmektedir:

- Yerel İhtiyaçların Önceliklendirilmesi: Kalkınma planları ve projelerinde yerel bağlam ve toplumsal ihtiyaçlar daha fazla dikkate alınmalıdır. Yerel halkın katılımını artıracak mekanizmalar oluşturulmalı, karar alma süreçlerinde yerel aktörlere daha fazla yer verilmelidir.
- Yerel İş Gücünün Nitelikli Hale Getirilmesi: Üniversiteler, meslek liseleri ve özel sektör iş birliğiyle kapsamlı bir eğitim seferberliği başlatılmalı; tekstil sektörüne yönelik sertifikasyon programları ve istihdam garantili meslek kursları teşvik edilmelidir. Bu mesleki eğitim programlarının yaygınlaştırılması ve genç nüfusun işgücü piyasasına daha etkili katılımı sağlanmalıdır.
- Ar-Ge ve İnovasyona Yatırım: Firmaların teknoloji ve inovasyona yönelik yatırımları artırılmalı, bu konuda teşvik mekanizmaları güçlendirilmelidir.
- Yerel Markalaşmanın Desteklenmesi: Yerel markalaşmayı teşvik ederek ileri bağlantılar güçlendirilmelidir. Bunun için yerel markalar oluşturularak katma değeri yüksek üretim teşvik edilmelidir.
- Lojistik ve Bölgesel Entegrasyon ve Altyapının Geliştirilmesi: Çevre bölgelerle ticaret ve lojistik entegrasyonu güçlendirilerek, bölgesel kalkınmanın geniş coğrafyaya yayılması sağlanmalıdır. Lojistik imkanların iyileştirilmesi, hem üretim hem de pazarlama süreçlerinin hızlandırılmasını sağlayacaktır.
- Bölgesel İş birliği Ağlarının Oluşturulması: Üniversite-sanayi iş birlikleri geliştirilerek sürdürülebilir bir ekosistem oluşturulmalıdır.
- Sürdürülebilir Kalkınma Stratejileri: Tekstil sektöründe çevresel sürdürülebilirliği ön planda tutan politikalar benimsenmeli; yeşil üretim standartlarına geçiş desteklenmelidir.

Sonuç olarak, Van tekstil sektörü, büyüme kutupları teorisinin Türkiye bağlamında yeniden değerlendirilmesi gereken önemli bir örnek sunmaktadır. TRB2 Düzey-2 Bölgesi'ne ilişkin LQ analizi verileri, Van'ın tekstil sektöründe henüz bölgesel bir çekim merkezi olma potansiyelini gerçekleştirmediğini ortaya koymaktadır. Diğer bir ifade ile bulgular Van'ın tekstil sektöründe yüksek uzmanlaşma sağlayamadığını ve çevre illere yayılma etkisi oluşturamadığını göstermektedir. Buna karşın, Hakkâri ve Bitlis gibi iller dönemselsel olarak daha yüksek uzmanlaşma seviyelerine ulaşarak tekstil sektöründe Van'dan daha güçlü bir konum sergilemiştir. Sonuç olarak, CMDP kapsamında Van, tekstil sektöründe sürdürülebilir büyüme sağlayamamış ve ekonomik bir çekim merkezi haline gelememiştir. Buradan hareketle, yukarıda belirtilen öneriler doğrultusunda, Van'ın tekstil sektöründe bir büyüme kutbu olabilmesi için uzun vadeli, kapsayıcı ve sürdürülebilir politikalar çerçevesinde sanayi altyapısının güçlendirilmesi ve yatırımların artırılması gerekmektedir.

Kaynakça

- 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.
- Alkan, A., & Obut Bilim, Z. (2021). Lokasyon katsayısı yaklaşımı ile Türkiye çimento sanayiinde bölgesel yoğunlaşma. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 101–113.
- 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.
- Aysan, R. (2024). *Bölgesel gelişmede bir politika aracı olarak cazibe merkezleri programı kapsamında TRB2 bölgesi Van ili tekstil sanayi sektörünün değerlendirilmesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Fen Bilimleri Enstitüsü, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi.
- Bailly, A. S. (1998). The region: A basic concept for understanding local areas and global systems. *Cybergeo: European Journal of Geography*. Retrieved October 7, 2024, from <https://www.journals.openedition.org/cybergeo/333>
- 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.
- Christofakis, M., & Papadaskalopoulos, A. (2011). The Growth Poles Strategy in regional planning: The recent experience of Greece. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 6(2), 5-20.
- 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, 158.
- Çiftçi, M. (2015). Interregional economic growth with the theory of growth poles in Kazakhstan. *Eurasian Studies Journal*, 2(2), 29-47.
- Çiftçi, M. (2018). Türkiye'de Bölgelerarası Sektörel Verimliliğin Analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 551-580.

- 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
- Dinler, Z. (2005). *Bölgesel iktisat* (7. baskı). Ekin Kitabevi Yayınları: Bursa, Türkiye.
- DPT. (2006). *Dokuzuncu kalkınma planı: (2007-2013)*. www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/Dokuzuncu_Kalkinma_Plani-2007-2013.pdf, 92.
- DPT. (2006). *Dokuzuncu kalkınma planı: (2007-2013)*. www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/Dokuzuncu_Kalkinma_Plani-2007-2013.pdf
- DPT. (2008). *Dokuzuncu Kalkınma Planı 2007-2013*. Ankara.
- 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.
- Ergen, Y. B. (2007). İstatistiki bölge birimi kavramına eleştirel bir yaklaşım: Kayseri-Sivas-Yozgat örneği üzerine bir değerlendirme. In 12. *Ulusal Bölge Bilimi/Bölge Planlama Kongresi Bildiriler Kitabı* (pp. 33-38). İstanbul: İTÜ Yayınları.
- Faragó, L., & Lux, G. (2014). Kurrens portéka vagy múzeumi tárgy? Növekedési pólusok és iparági körzetek a fejlesztéspolitikában. *Tér és Társadalom*, 28(2), 11-30.
- 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.
- İsbir, E. G. (1991). *Şehirleşme ve meseleleri* (2. baskı). Gazi Büro Yayınları, Ankara.
- 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. (2013). *Onuncu kalkınma planı: 2014-2018*. www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/08/Onuncu_Kalkinma_Plani-2014-2018.pdf, 9-10, 39, 118-119.
- Kalkınma Bakanlığı. (2019). 11. *Kalkınma Planı*.
- Karakılçık, Y. (2021). *Yeni bölgeselleşme politikaları ve Türkiye’de bölge kalkınma yönetimi* (3. baskı). Seçkin Yayıncılık.
- Keleş, R. (1976). *Kentbilim ilkeleri*. Sevinç Matbaası: Ankara, Türkiye.
- Krugman, P. (1999). The role of geography in development. *International Regional Science Review*, 22(2), 142-161.
- László, Faragó, and Lux Gábor. "Current chic or museum exhibit? Growth poles and industrial districts in development policy." *Tér és Társadalom* 28.2 (2014): 11-30.
- McNamara, K. (2008). The global textile and garment industry: The role of ICTs in exploiting the value chain. *Enlightenment Economics*.
- Öngüt, E. (2007). *Türk tekstil ve hazır giyim sanayinin değişen dünya rekabet şartlarına uyumu*. DPT Yayınları. Ankara, Türkiye.
- Özben, O., Bulu, M., & Eraslan, İ. H. (2004, April). Turkish Textile and Clothing Industry After 2005: A Future Projection. In *II International Istanbul Textile Congress* (pp. 22-24).
- Paksoy, S. (2007). Bölgesel kalkınmada girişimciliğin geliştirilmesi: Türkiye’de GAP ve GAP-GİDEM örnekleri. *Alatoo Academic Studies-International Scientific Journal*, 2(1), 38-49.
- Perroux, F. (1950). Economic space: Theory and applications. *Quarterly Journal of Economics*, 64, 90-97.
- Perroux, F. (1991). *L'Economie du XX e Siècle*. Presses Universitaires de Grenoble, Paris.
- Porter, M. E. (2003). *The economic performance of regions*. *Regional studies*, 37(6-7), 549-578. <https://doi.org/10.1080/0034340032000108697>
- Ramaswamy, K. V., & Gereffi, G. (2000). India's apparel exports: The challenge of global markets. *The Developing*

Economies, 38(2), 186-210.

Rossi, U. (2009). Growth poles/growth centers *tional encyclopedia of human geography* (Vol. 4, pp. 651-656). Elsevier.

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2021 a). *Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı 2021 yılı uygulama usul ve esasları*.

<https://www.sanayi.gov.tr/bolgesel-kalkinma-faaliyetleri/bolgesel-kalkinma-programlari/01127b>

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2021 b). *Van il sanayi durum raporu*. www.sanayi.gov.tr/plan-program-raporlar-ve-yayinlar/81-il-sanayi-durum-

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2022). *Tekstil, hazır giyim ve deri sektörü raporu*. www.sanayi.gov.tr/plan-program-raporlar-ve-yayinlar/seyktor-raporlari/mu2812011411

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (t.y.). *Türkiye'de Kentsel ve Kırsal Yerleşim Sistemleri (YER-SİS)*. <https://yervis.gov.tr/web#>

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (t.y.). *Bölgesel kalkınma programları*. <https://www.sanayi.gov.tr/bolgesel-kalkinma-faaliyetleri/bolgesel-kalkinma-programlari/01127b>

Saraç, A. (2006). *Bölgesel kalkınma modelleri ve Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP) (Yayımlanmamış doktora tezi)*. Adnan Menderes Üniversitesi.

Sevim, Ü., Kuyumcu, O. (2008). *Hazır giyim. Başbakanlık dış ticaret müsteşarlığı ihracatı geliştirme etüd merkezi araştırma raporu*.

Szirmai, A. (2005). *The dynamics of socio-economic development: An introduction*. Cambridge University Press.

Tesvik Merkezi. (t.y.). *Cazibe Merkezleri Programı*. Erişim adresi: <https://www.tesvikmerkezi.net/cazibe-merkezleri-programi>

Toy, S., Eymirli, E. B., & Gündüz, O. (2016). Reflection of Growth Poles Theory in Turkey as Supporting Program for Attraction Centres. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3), 43-48.

Türkcan, B., & Çelik, N. (2020). *Türkiye'de bölgesel iktisat*. ORION.

TÜİK. (2023). *Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları*. Erişim adresi: <https://nip.tuik.gov.tr/>

Typa, M. (2016). Specjalna strefa ekonomiczna jako biegun wzrostu (ujęcie teoretyczne). *Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society*, 30(2), 23-37

Yardımcı, A. (2014). Kapasite raporlarına göre Ankara sanayisinin kümelenme eğilimleri. *Ekonomik Yaklaşım*, 25(92), 55-67.

Yıldırım Özcan, K. (2020). Büyüme kutupları teorisi bağlamında Türkiye'deki OSB'lerin tarihsel gelişimi ile fiziksel ve ekonomik özellikleri. *Verimlilik Dergisi*, 1, 143-181.