

İçerdiği Faaliyet Gruplarına Göre Türkiye'deki Yaratıcı Endüstri Üzerine Bir Çalışma

Öz

Atila YARDIMCI¹

Bu çalışmada, DCMS tarafından yapılan sınıflama kullanılarak, Türkiye'deki yaratıcı endüstrinin içerdiği faaliyet gruplarına göre yapısı ve 2009 ile 2013 yılları arasındaki gelişimi incelenmiştir. Yedi faaliyet grubu, Nace Rev 2.0 ekonomik faaliyet kodlaması kullanılarak oluşturulmuştur. Çalışmada öncelikle, yaratıcı endüstriyi oluşturan faaliyet grupları, belirlenen göstergeler açısından, Türkiye değerleri ile karşılaştırılmıştır. Daha sonra aynı göstergelerin faaliyet grubu ayrımında genel, girişim ve çalışan başına değerlerinin, yaratıcı endüstri içindeki payları ve yıllar arasındaki değişim oranları incelenmiştir. Bunun sonucunda faaliyet gruplarının performanslarına bağlı olarak puan değerleri oluşturulmuş ve yaratıcı endüstri içindeki etkileri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Çalışma sonucunda bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyetinin elde ettiği puanlara bağlı olarak performansı en yüksek, buna karşın mimarlık ile tasarım ve moda tasarımı faaliyetlerinin ise performansı en düşük, faaliyet grupları oldukları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *Yaratıcılık, yaratıcı endüstri, girişimcilik, bilgi ekonomisi*

A Study on Creative Industry in Turkey in Terms of Activity Groups

Abstract

This study focuses on the structure of the creative industry based on activity groups and its development between 2009 and 2013 using DMCS classification. Seven activity groups were formed using the Nace Rev 2.0 economic activity codification. The study first compares creative industry's activity groups' chosen indicators with overall Turkey's values. Afterwards, the same indicators were analyzed for their share and change ratios throughout the years of the activity groups on a general, enterprise and employee basis. As a result activity groups were graded according to their performances in order to their effects on the creative industry. The study has found that information technologies, software and computer services activities are the highest performing activity groups while architecture, design and fashion design have the lowest performance.

Keywords: *Creative, creative industry, entrepreneurship, knowledge economy*

¹ Dr., Bilgi Hizmetleri Dairesi Başkanı, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, atilla.yardimci@tobb.org.tr

1. Giriş

Tarım toplumunda, toprağa bağımlı yapılan üretimin, sanayi toplumuna geçiş ile birlikte makineler aracılığıyla yapılmaya başlanması ile birlikte, üretimin küçük atölyelerden fabrikalara kayması sonucunda gerçekleşen seri üretim sayesinde, maliyetlerde önemli düşüşler sağlanmıştır. Seri üretim beraberinde rekabetçi bir piyasayı oluşturmuş, böylece firmalar da tüketici beklentilerine cevap verecek arayışlara başlamışlardır. Firmalar bu aşamada Ar-Ge faaliyetlerinin önemini kavramış ve ciddi miktarda kaynak ayırmaya başlamışlardır. Üretimde yenilik ile yaratıcılık kavramları doğmuş, sonuçları uzun dönemde alınan Ar-Ge faaliyetleri yanında, teknolojik gelişmelerin hızlanması ile bilgi toplumuna geçiş süreci başlamıştır. Artık üretimde bilgi en önemli değer haline gelmiş, insan emeğinin yerini bilgi, makinelerin yerini de bilgi teknolojileri almıştır. Böylece kişi ve işletmelerin sahip olduğu bilginin üretime, tüketime ve paylaşımına olanak sağlayan bilgi ekonomisi kavramı ortaya çıkmıştır. Sanul (2012:11) tarafından bilgi ekonomisinin oluşması için sahip olunan bilginin tüm sektörlerde etkili kullanımı ve girişimciliğin özendirilmesi, hukuksal altyapının sağlanması, kaliteli eğitimin kolay ulaşılabilir olması, en önemlisi özgür düşünceli, hoşgörülü ve yaratıcı insanlardan oluşan bir toplumun oluşması gerekliliği vurgulanmaktadır. Bunun yanında önümüzdeki dönemler de ekonomide yenilik ve yaratıcılık temelli iş alanlarının yaygınlaşması sonucunda, yeni ticari yöntemler ve ilişkilerin ortaya çıkacağı Levickaite (2011: 82) tarafından ifade edilmektedir. Toplumsal kalkınmanın bilgiye dayalı hale gelmesi beraberinde, yaratıcı fikir ve faaliyetlerinde desteklenmesini gerektirmektedir. Özellikle, yaratıcılığın desteklenmesi amacıyla, ilköğretimden başlayarak eğitim programlarında yapılan düzenlemeler sonucunda, fikir üretmek ve bunları ticari kazanç haline getirecek destek mekanizmaları oluşturulmaya başlanmıştır. Aslında yaratıcılık, firmalara yeni ürün ve hizmetler geliştirmeyi, kıt kaynakları daha iyi değerlendirmeyi, mevcut ürünleri yeni ihtiyaçlara göre değiştirmeyi, müşterileri kitlesini ve pazar payını arttırmayı, rakipleri arasında farkedilebilir olmayı sağlamaktadır (Samen, 2008: 376). Bunun sonucunda, kişisel yaratıcılığında sermaye girdisi olarak değerlendirildiği alanlarda, girişimciliğin özendirilmesi sağlanarak, yaratıcı endüstri kavramı oluşmuştur.

2. Yaratıcılık Tanımı ve Yaratıcı Endüstriler

2.1. Yaratıcılık Nedir?

Yaratıcılığın genel kabul görmüş tek bir tanımı olmamakla birlikte, yaratıcı kişilerde olan özellikler ve yarattıkları etkilerden yola çıkarak bazı tanımlamalar yapılmıştır. Bono (1996:72) yaratıcılığı; var olan değerlerden katma değer elde etmenin etkili yolu olarak tanımlamıştır. Barker (2002:23) ise yeni fikirler yaratma yeteneğini, yaratıcılık olarak adlandırmıştır. Duran ve Saraçoğlu vd (2009: 58) ise yaratıcılığın bir düşünce becerisi olduğunu vurgulamış, mevcut olan fikirlerin bir araya getirilmesi, değiştirilmesi ve bunların sentezlenmesi sonucunda yeni fikirlerin ortaya çıkarılmasını, yaratıcılık olarak tanımlamıştır. Samen (2008: 365-366), yaratıcılık özelliklerini kısaca aşağıdaki biçimde sıralanmıştır.

- İltir, daha önce olmayan yapılmıştır.
- Yeni ürün/hizmet üretmektir.
- Sezgi ve hayal gücünün kullanılması ile oluşur.
- Katma değer ortaya çıkarır.
- Merak ve sorgulama sonucunda oluşur. Ne, nasıl, neden, niçin, başka gibi sorgulayıcı soruları sorar ve yanıt arar.
- Zorunluluk ve ihtiyaçların sonucunda ortaya çıkar.
- Öğretilibilirdir.
- Özgür düşünce ve çalışma ortamlarına ihtiyaç duyar.
- İhtiyacın belirlenmesi, eldeki bilgilerin gözden geçirilmesi, bilginin sindirilmesi, çözümün sezilmesi, ortaya çıkanların değerlendirilmesi süreçlerinden oluşur.

Görüldüğü gibi yaratıcılık, bireylerin düşünceleri ile ortaya çıkan, zamanla kazanılan, yetenek ve alışkanlıklar bütünü olarak değerlendirilebilir. Nitekim Özen (2014: 3), bilim insanları, mühendisler, üniversite araştırmacıları, şair ve yazarlar, sanatçılar, aktörler, tasarımcılar ve mimarların yanı sıra editörler, düşünce kuruluşu araştırmacıları,

analistler ve fikir üreten kişiler tarafından yaratıcı çekirdeğin oluştuğunu ifade etmiştir. Benzer biçimde Levickaite (2011: 86) bilim ve mühendislik, tasarım, eğitim, müzik konularında çalışanların yeni fikirlerin üretilmesi ile teknoloji veya yaratıcılık içerikli ekonomik faaliyetlerde bulduklarını ifade etmiştir. Aslında teknolojik ilerlemelerin sağlanmasında, toplumsal kalkınma ile refah düzeyinin artırılmasında, işi yaratıcı çözümler bulmak olan yaratıcıların katkısını göz ardı edemeyiz. Buna bağlı olarak, kişilerin yaratıcı yönlerini önemseyen, destekleyen ve girişimcilik özelliklerinin ortaya çıkmasını sağlayacak altyapının da oluşturulması gerekmektedir.

2.2. Yaratıcı Endüstri ve İçerdiği Ekonomik Faaliyetler

Yaratıcı endüstri (YE) terimi ilk defa 1994 yılında Avusturya'da yayınlanan "Yaratıcı Ulus" başlıklı hükümet bildirisinde kullanılmıştır. Sonraki yıllarda birçok araştırmacı tarafından yaratıcı endüstrinin genel tanımı verilmiş, içereceği ekonomik faaliyetlerin hangileri olacağı yönünde önerilerde bulunulmuştur. YE genel olarak, özünde bireysel yaratıcılık ve yeteneğin olduğu, toplumsal entelektüel zenginliğin artmasına yönelik yeni iş alanları açabilecek, bu sayede ekonomik değer yaratabilecek endüstri olarak tanımlanabilir (Kumral, 2010: 4). Bu tanımdan görülebileceği gibi YE'lerde bi-

reysel bilgi, birikim ve yaratıcılık en önemli sermaye olarak görülmektedir. YE üzerine yapılan birçok araştırmada İngiliz Kültür Medya ve Spor Müdürlüğü (DCMS) tarafından yapılan tanım kullanılmıştır. Buna göre YE "temeli kişisel yaratıcılık, beceri ve yeteneğe dayanan, fikri mülkiyetin geliştirilmesi ve kullanılması ile değer ve istihdam yaratma potansiyeline sahip sektörlerin birleşimi" olarak tanımlanmıştır (DCMS, 2001:5). Dünya Fikri Haklar Organizasyonu (WIPO) tarafından YE "korunan ürün ya da hizmetlerin yaratılması yanında bunların üretimini, yayınlanması, duyurulması, satışını ve dağıtımını yapan ya da sunan" faaliyetlerin birleşimi olarak tanımlanmıştır (Bilgili, 2008:10). Görüldüğü gibi, YE'yi diğer endüstrilerden ayıran en önemli farklılık; fikri mülkiyet haklarına ve kişisel yaratıcılığa önem vermesi, nihai ürün olarak telif hakkı, patent, marka ve tasarımı kabul etmesidir.

YE'nin, içerdiği ve ilişkide olduğu faaliyetleri genel olarak yaratıcı ekonomi olarak adlandırmak mümkündür. Buna bağlı olarak Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) tarafından yaratıcı ekonomi, "iktisadi büyüme ve kalkınmayı uyaran yaratıcı varlıklar üzerinde şekillenen ve zaman içinde gelişim gösteren" bir kavram olarak değerlendirilmekte buna bağlı olarak temelinde de YE'nin bulunduğu vurgulanmaktadır (Seçilmiş, 2015: 9).

Tablo-1: DCMS'ye Göre YE Sınıflandırması

Faaliyet Grubu	Nace Rev.2	Açıklama
Reklamcılık ve pazarlama	70.21	Halkla İlişkiler ve İletişim Faaliyetleri
	73.1x	Reklamcılık
Mimarlık	71.11	Mimarlık Faaliyetleri
Tasarım ve moda tasarımı	74.1x	Uzmanlaşmış Tasarım Faaliyetleri
Film, TV, video, radyo ve fotoğraf	59.1x	Sinema filmi, video ve televizyon program faaliyetleri
	60.xx	Programcılık ve yayıncılık faaliyetleri
	74.2x	Fotoğrafçılık faaliyetleri
Bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri	62.01	Bilgisayar programlama faaliyetleri
	62.02	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri
Yayıncılık	58.1x	Kitapların, süreli yayınların yayınlanması ve diğer yayıncılık faaliyetleri
	58.2x	Yazılım programlarının yayımlanması
	74.3x	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri
Müzik, gösteri ve görsel sanatlar	59.2x	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri
	85.52	Kültürel eğitim
	90.01	Gösteri sanatları
	90.02	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler
	90.03	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri
	90.04	Sanat tesislerinin işletilmesi

Yukarıda yapılan tanımlamalar çerçevesinde YE'nin içerdiği faaliyetlerin belirlenmesi, endüstrinin gelişimine yönelik yapılacak çalışmalar için önemli olmaktadır. Bu çerçevede yaratıcılık gerektiren faaliyetlerin YE'yi oluşturduğu kabul edilmektedir (Lazzeretti vd.,2014:197). Avrupa Komisyonu tarafından yapılan sınıflandırmalarda basılı medya, müzeler ve kütüphanecilik faaliyetleri YE kapsamında değerlendirilmesine karşın (EC, 2011: 37), DCMS tarafından yapılan ve birçok çalışmada kullanılan sınıflandırmada bunlar kapsam dışında tutulmuştur (Chapain vd, 2010:11; Lazzeratti vd, 2014:201). DCMS sınıflamasının son güncellenmesi 2013 yılında yapılmış ve Tablo-1'de verilmiştir. Yapılan bu sınıflandırma Nace Rev.2 iktisadi faaliyet kodlaması kullanılarak oluşturulmuştur. Tablonun ikinci sütununda yer alan kodlamalarda bulunan "x" işareti tüm alt kodların da içerildiğini ifade etmektedir (Örneğin 73.1x aslında 73.11 ve 73.12'yi içermektedir). Bunun yanında yapılan çalışmalarda genellikle YE'nin içerdiği faaliyetler gruplandırılmakta, böylece elde edilen sonuçların daha kolay anlaşılması ve yorumlanması amaçlanmaktadır. Fark-

lı gruplandırmalar yapılabilmesine karşın bu çalışmada DCMS tarafından yapılan gruplandırma kullanılarak okuyucunun diğer çalışmalar ile karşılaşma yapması sağlanmıştır.

3. Türkiye'deki Yaratıcı Endüstri

YE'nin Türkiye'deki durumunu ortaya koyan bir çok araştırma yanında, çeşitli sempozyum ve çalıştaylar yapılarak toplumsal düzeyde farkındalık yaratılmaya çalışılmıştır. Bunun sonucunda "fikri ve sınai mülkiyete tabi YE'leri bir araya getirmek, disiplinlerarası işbirliğini teşvik etmek ve geliştirmek" amacıyla 2012 yılında Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği (YEKON), 11 sivil toplum kuruluşunun katılımı ile kurulmuştur. Ayrıca il-ler düzeyinde YE'nin durumunu ortaya koymayı amaçlayan çalışmaların son yıllarda artış gösterdiğini görülmektedir. Aksoy ve Enlil (2011) ile Güran ve Seçilmiş (2013) tarafından yapılan çalışmalarda, ağırlıklı olarak YE kültür boyutu ile ele alınmış ve yerel ekonomiye katkıları ortaya konmaya çalışılmıştır. Bunun yanında Lazzeratti vd (2014) ile Seçilmiş (2015) tarafından yapılan çalışmalar-

da ise YE'nin, iller düzeyindeki yoğunlaşması ir-
delenmiştir. Yapılan çalışmalarda, YE'nin toplam-
sal olarak etkileri ve gelişimi üzerinde yoğunlaşıl-
mıştır. Özellikle iller ya da bölgesel düzeyde ya-
pılan çalışmalarda, YE'nin bölge ekonomisine ve
gelişimine olan etkileri incelenerek, yaptığı pozitif
katkılar ortaya konulmaya çalışılmıştır.

3.1. Veri Kaynağı ve Yöntem

Bu çalışmada, Türkiye'deki YE'nin genel eko-
nomi içindeki yeri, içerdiği faaliyet grupları açı-
sından ve kendi içinde incelenmesi için TÜİK
tarafından yayınlanan, “Yıllık Sanayi ve Hiz-
met İstatistikleri” ile “Radyo ve Televizyon Ku-
rum İstatistikleri”nden yararlanılmıştır. Bu amaç-
la açıklanan istatistiklerin bazı temel göstergeler-
inden yararlanılması uygun görülmüştür. Çalışma
kapsamında kullanılan göstergeler ve açıklamalar
Tablo-2’de verilmiştir. TÜİK tarafından yayın-
lanan “Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri”nde
açıklanmayan, “Film, TV, video, Radyo ve Fotoğ-
raf” grubu altında yer alan 60.xx kodlu “Program-

cılık ve yayıncılık faaliyetleri” ne ait istatistikler,
yine TÜİK tarafından yayınlanan “Radyo ve Tele-
vizyon Kurum İstatistikleri”nden derlenmiştir.

YE'nin içerdiği faaliyet gruplarının gelişimini ve
endüstriye olan katkılarını görmek amacıyla, kul-
lanılan göstergeler dikkate alınarak, 2013 yılın-
da Türkiye genelindeki paylarının, 2009 yılına
göre değişimleri incelenmiştir. Daha sonra faali-
yet gruplarının 2013 yılındaki girişim ve çalışan
bazındaki değerlerinin, 2009 yılına göre değişim-
leri incelenmiştir. Faaliyet grupları Türkiye gene-
li, çalışan ile girişim bazında elde ettikleri göster-
ge değeri ve yıllara göre değişim oranları bazında
ayrı ayrı sıralanmıştır. Bu sıralama en yüksek de-
ğere sahip olan faaliyet grubuna bir, en düşüğüne
yedi puan olacak biçimde yapılmıştır. Bunun so-
nucunda 7 faaliyet grubu, toplamda 32 kez puanla-
maya tabi tutulmuş ve tüm puanlarının toplamına
göre 2009 yılına göre 2013 yılında endüstri içinde-
ki en etkili ve performanslı faaliyet grubu belirlen-
meye çalışılmıştır.

Tablo-2: Kullanılan Göstergeler ve Açıklamaları

Gösterge	Açıklama
Girişim Sayısı	Araştırma kapsamında olan sektörlerde faaliyet gösteren ve referans döneminde aktif olan tüm birimlerin sayısıdır.
Çalışanların Sayısı	Maaş, ücret, komisyon, ikramiye, parça başı ödeme veya aynı karşılıklar şeklinde yapılan ödemeleri alan, iş akdine sahip ve işveren için çalışan kişilerin sayısıdır.
Kadın Çalışan Sayısı	TÜİK tarafından çalışanların sayısı kadın/erkek ayrımında toplandığından kadın çalışan ayrıca alınmıştır.
Maaş ve Ücretler (TL)	Hesap dönemi boyunca (yıllık) yapılan iş karşılığında, bordroda sayılan (evde çalışanlar dahil) bütün kişilere ödenebilir aynı veya nakdi toplam karşılıklardır.
Ciro (TL)	Referans döneminde gözlem birimi (girişim) tarafından fatura edilmiş mal ve hizmet satışlarının toplamıdır.
Üretim Değeri (TL)	Satışa dayalı, stok değişmelerini ve mal ve hizmetlerin yeniden satışını içeren, birim tarafından fiilen üretilen miktarın parasal değeridir.
Katma Değer (TL)	İşletme sübvansiyonları ve dolaylı vergilerdeki düzeltmelerden sonra, işletme faaliyetlerinden elde edilen gayri safi gelirdir.

Kaynak: TÜİK (<https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=129&locale=tr> erişim tarihi 30.11.2015)

3.2. Genel Görünüm

YE'nin faaliyet grupları düzeyinde incelenmesin-
den önce, Türkiye ekonomisi içindeki genel duru-
munun ortaya konmasında yarar vardır. Bu amaç-
la, Tablo-2’de verilen göstergelerden yararlanıla-
rak Tablo-3’de, 2009 ve 2013 yılı değerleri ve Tür-

kiye ekonomisi içindeki payları ile iki yıl arasın-
daki değişimleri de verilmiştir. Ayrıca, YE çalışanla-
rının Türkiye genelindeki çalışanlara göre yarat-
tıkları üretim ve katma değer yanında, aylık maaş
ve ücretleride hesaplanmıştır. Böylece YE’de ça-
lışanların endüstriye katkıları ve kazançlarının da
kıyaslanması sağlanmıştır.

Tablo-3: Kullanılan Göstergelere Göre Genel Durum

AÇIKLAMA	2009			2013			2009-2013 Değişim (%)	
	Türkiye	YE	YE'nin Türkiye Payı	Türkiye	YE	YE'nin Türkiye Payı	Türkiye	YE
Girişim sayısı	2.484.398	41.143	1,66	2.696.319	52.479	1,95	8,53	27,55
Çalışan sayısı	6.935.313	131.588	1,90	10.840.961	216.083	1,99	56,32	64,21
Kadın çalışan	1.595.100	48.398	3,03	2.583.641	79.644	3,08	61,97	64,56
Maaş ve ücretler (TL)*	103.053	3.058	2,97	215.136	6.892	3,20	108,76	125,39
Ciro (TL)*	1.642.344	23.541	1,43	3.151.820	46.101	1,46	91,91	95,83
Üretim değeri (TL)*	962.530	23.979	2,49	1.952.399	46.922	2,40	102,84	95,68
Katma değer (TL)*	259.006	5.800	2,24	468.712	12.784	2,73	80,97	120,40
Katma değer/ üretim değeri **	26,91	24,19		24,01	27,25		-10,78	12,63
Çalışan başına üretim değeri (TL) **	138.787	192.619		180.095	218.548		29,76	13,46
Çalışan başına katma değer (TL) **	37.346	46.594		43.235	59.544		15,77	27,80
Çalışan başına aylık maaş ve ücretler (TL) **	1.238	2.047		1.654	2.675		33,55	30,69

* Milyon TL. ** Yazar tarafından hesaplanmıştır.

YE'deki girişim sayısı 2013 yılında, 2009 yılına göre %27,55 oranında artış göstererek 52.479'a ulaşırken, Türkiye genelinde ki artış oranı %8,53 olarak gerçekleşmiştir. Benzer biçimde çalışan sayısı, YE'de iki yıl arasında %64,21 oranında artarken, Türkiye genelinde bu artış oranı %56,32 olmuştur. Bunun yanında, YE'de faaliyet gösteren girişimci sayısının Türkiye geneli içindeki payı 1,66'dan 1,95'e, çalışan sayısı içindeki payı da 1,90'dan 1,99'a yükselmiştir. YE'deki kadın çalışanların, Türkiye'deki kadın çalışanlarına oranı 2009 yılında 3,03 iken 2013 yılında bu oran 3,08'e yükselmiştir. Buna karşın, 2013 yılında Türkiye genelinde kadın çalışan sayısında 2009 yılına göre %61,97'lik bir artış olurken, YE'de ise %64,56'lık bir artış olmuştur. Türkiye genelinde yaratılan ciro içinde YE'nin payı 2009 yılında 1,43 iken, 2013 yılında 1,46'ya yükselmiştir. Ciro payının bu artışına karşın üretim değeri içindeki YE'nin payı 2,49'dan 2,40'a gerilemiştir. YE'nin yarattığı üretim değeri ve katma değer açısından bakıldığında, 2013 yılında 2009 yılına göre sırası ile %95,68 ve %120,40'lık artış olmuştur. Buna karşın Türkiye geneli içindeki oranlarında üretim değerinin oranı azalırken katma değer oranı artmıştır. Bunun ya-

nında katma değer/üretim değeri oranı 2009-2013 yılları arasında Türkiye genelinde %10,78 oranından azalırken, YE'de %12,63'lük bir artış olmuştur. YE'nin yarattığı çalışan başına üretim değerinin 2013 yılındaki artış oranı, Türkiye ortalamalarının altında gerçekleşmiştir. Buna karşın, YE'nin 2009 ve 2013 yıllarında çalışan başına yarattığı katma değer 2013 yılındaki artış oranı, Türkiye ortalamalarının üstünde gerçekleşmiştir. Çalışan başına ortalama aylık maaş ve ücretler, YE'de Türkiye değerlerine göre daha yüksektir. 2013 yılında, çalışan başına ortalama aylık maaş ve ücretler 2009 yılına göre %30,69 artışla 2.675 TL iken Türkiye genelinde bu değer %33,55 oranında artışla 1.654 TL olmuştur.

Görüldüğü gibi YE 2013 yılında Türkiye ortalamaları üzerinde gelişim göstermiş ve genel ekonomi içindeki katkısı dikkate değer biçimde artmıştır. Ancak çalışan başına üretim değerinde düşüş olmasına karşın yine çalışan başına yaratılan katma değer ve yıllar arasındaki değişimin Türkiye ortalamasının üstünde olmasına karşın, çalışanların maaşlarındaki artış oranı düşük kalmıştır.

3.3. Faaliyet Grupları Bazında Değerlendirme

YE'nin içinde yer alan ve Tablo-1'de verilen her bir faaliyet grubuna göre girişimci sayısı, çalışan sayısı, kadın çalışan sayısı, maaş ve ücretler, ciro, üretim değeri ve katma değer payları ve 2009 yılına göre değişim oranları Tablo-4'de özetlenmiştir. Tabloda en dikkat çeken konu, tasarım ve moda tasarımı faaliyet grubunun tüm göstergelerde 2009 yılına göre yüksek oranda negatif performans gösterdiği'dir. Ayrıca mimarlık, film TV video radyo ve fotoğraf faaliyet gruplarının da 2013 yılındaki payları, 2009 yılına göre azalış göstermiştir.

2013 yılında YE içinde en çok girişimci reklamcılık ve pazarlama faaliyet grubunda yer almaktadır. Bunun yanında 2009 yılına göre girişimci sayısının en çok arttığı faaliyet grubu bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri olurken payı en çok azalan ise mimarlık faaliyet grubunda olmuştur. Çalışan sayısında ise yine reklamcılık ve pazarlama faaliyet grubu en çok istihdam sağlayan faaliyet grubu olmuştur. Çalışan sayısı oranındaki en yüksek artış ise yine bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyet grubunda gerçekleşmiştir. 2009 yılına göre 2013 yılındaki paylar açısından en çok azalış ise tasarım ve moda tasarımı faaliyet grubunda olmuştur. Reklamcılık ve pazarlama faaliyet grubu YE'nde çalışan kadımların %39,80'ini istihdam ederken, 2013 yılın-

da paylara göre en yüksek artış oranı %13,84 ile bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyet grubundadır. 2009 yılına göre 2013 yılından çalışanlara ödenen maaş ve ücretlerin faaliyet grubuna göre payları incelendiğinde sadece bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyet grubunda artış olmuş diğerlerinde azalış olmuştur. YE içindeki toplam cironun %36,91'i reklamcılık ve pazarlama faaliyet grubu tarafından gerçekleştirilmektedir. 2013 yılında bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyet grubunun toplam cirodan aldığı pay 2009 yılına göre %54,43 oranında artmıştır. Üretim değeri açısından bakıldığında, ciroya benzer bir durum olduğu görülmektedir. Ancak bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyet grubunun aldığı pay %61,65 oranında artış göstermiştir. Faaliyet gruplarının yarattıkları katma değer açısından bakıldığında bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyet grubunun %32,65 oranında pay aldığı, 2013 yılında aldığı payı %15,83 oranında arttırdığı görülmektedir.

Faaliyet gruplarının, 2013 yılında YE içindeki payları ve 2009 yılına göre değişimleri dikkate alınarak elde ettikleri puanlara göre sıralama yapıldığında, bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri ilk sırada, reklamcılık ve pazarlama ikinci sırada yer almaktadır. Son sırada ise tasarım ve moda faaliyet grubu bulunmaktadır.

Tablo-4: 2013 Yılında YE'deki Faaliyet Gruplarının Payları ve 2009 yılına göre Pay Değişimleri

Faaliyet Grubu*		Girişimci Sayısı	Çalışan Sayısı	Kadın Çalışan Sayısı	Maaş ve Ücretler	Ciro	Üretim Değeri	Katma Değer
Reklamcılık ve pazarlama (2)	Payı	24,87	31,87	39,80	22,48	36,91	35,52	23,27
	Değişimi	1,11	9,58	8,91	-4,23	-8,73	-9,16	4,30
Mimarlık (5)	Payı	18,87	11,67	10,19	6,63	7,13	6,93	7,50
	Değişimi	-25,11	-10,76	-14,09	-0,76	-16,13	-15,49	-37,17
Tasarım ve moda tasarımı (7)	Payı	3,31	1,37	1,15	0,60	0,59	0,58	0,58
	Değişimi	-11,41	-57,58	-63,24	-51,33	-52,49	-51,93	-50,40
Film, TV, video, radyo ve fotoğraf (3)	Payı	19,65	16,65	14,81	18,93	17,60	20,20	18,74
	Değişimi	-15,12	-7,86	3,67	-7,10	-1,37	-2,69	2,58
Bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri (1)	Payı	15,08	24,19	20,50	37,31	22,35	22,03	32,65
	Değişimi	69,76	15,72	13,84	14,32	54,43	61,65	15,83
Yayımcılık (4)	Payı	7,24	10,18	9,44	12,09	11,39	10,82	11,69
	Değişimi	28,63	-3,51	5,48	-9,71	3,46	0,39	-10,88
Müzik, gösteri ve görsel sanatlar (6)	Payı	10,98	4,08	4,12	1,95	4,03	3,91	5,57
	Değişimi	24,72	-19,91	-43,00	-11,22	-37,94	-38,16	11,20
YE'nin TÜRKİYE PAYI DEĞİŞİMİ		17,53	5,05	1,60	7,97	2,04	-3,53	21,79

* parantez içindeki değer elde ettiği puana göre sıra numarasıdır

3.4. Girişimler ve Çalışanlar Bazında Değerlendirme

Bu kısımda, girişim ve çalışan bazında göstergelerin 2013 yılı için pay değeri ile 2009 yılına göre değişimleri incelenerek Tablo-5 ve Tablo-6'da özetlenmiştir. Bunun yanında karşılaştırma yapılabilmesi amacıyla tabloların en altında her bir göstergenin YE ve Türkiye değerleri de verilmiştir. Bu açıdan bakıldığında, YE'de girişim başına çalışan sayısı, kadın çalışan sayısı ve ödenen maaş ve ücretler Türkiye ortalamasının üstünde olmasına

karşın 2009 yılına göre artış oranı daha düşük gerçekleşmiştir. Bunun yanında, YE'de girişim başına ortalama ciro Türkiye genelinin altında olmasına karşın, üretim değeri daha yüksektir. YE'de girişim başına üretilen katma değer ve 2009 yılına göre artış oranı ile katma değer/üretim değeri oranlarının da Türkiye geneline göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca 2013 yılında, 2009 yılına göre Türkiye genelinde girişim başına katma değer/üretim değerinin düşmüş olduğuda görülmektedir.

Tablo-5: 2013 Yılında Girişim Bazında Göstergeler ve 2009 Yılına Göre Değişimleri

Faaliyet Grubu*		Çalışan Sayısı	Kadın Çalışan Sayısı	Maaş ve Ücretler (TL)	Ciro (TL)	Üretim Değeri (TL)	Katma Değer (TL)	Katma Değer/Üretim Değeri
Reklamcılık ve pazarlama (3)	Değeri	5,28	2,43	118.870	1.303.806	1.277.126	227.953	17,85
	Değişimi	39,53	38,98	67,38	38,60	37,84	78,26	29,32
Mimarlık (5)	Değeri	2,55	0,82	46.163	331.740	328.558	96.795	29,46
	Değişimi	53,41	47,99	134,15	71,94	73,11	44,97	-16,25
Tasarım ve moda tasarımı (7)	Değeri	1,71	0,53	23.938	156.012	156.261	42.963	27,49
	Değişimi	-38,36	-46,46	-2,93	-17,68	-16,75	-3,25	16,22
Film, TV, video, radyo ve fotoğraf (1)	Değeri	3,49	1,14	126.507	786.822	919.239	232.284	25,27
	Değişimi	39,76	57,58	93,41	78,40	75,89	108,84	18,74
Bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri (2)	Değeri	6,61	2,06	325.019	1.302.421	1.306.664	527.570	40,38
	Değişimi	-12,24	-13,48	19,00	39,67	46,09	17,90	-19,29
Yayımcılık (3)	Değeri	5,79	1,98	219.189	1.381.905	1.336.062	393.140	29,43
	Değişimi	-3,43	5,79	24,03	23,48	19,73	19,72	-0,01
Müzik, gösteri ve görsel sanatlar (6)	Değeri	1,53	0,57	23.359	322.409	318.109	123.590	38,85
	Değişimi	-17,33	-41,04	25,79	-23,60	-23,93	54,06	102,53
YE TOPLAMI	Değeri	4,12	1,52	131.327	878.457	894.100	243.602	27,25
	Değişimi	28,74	29,01	76,71	53,53	53,41	72,79	12,63
TÜRKİYE TOPLAMI	Değeri	4,02	0,96	79.789	1.168.935	724.098	173.834	24,01
	Değişimi	44,03	49,24	92,35	76,83	86,90	66,74	-10,78

* parantez içindeki değer elde ettiği puana göre sıra numarasıdır

2013 yılında girişim başına en çok istihdam bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyet grubunda sağlanmıştır. Bu faaliyet grubunda girişim başına çalışan sayısı 2009 yılına göre %12,24 oranında azalmasına karşın yinede en yüksek değere sahip olmuştur. Girişim başına en az çalışan sayısı müzik, gösteri ve görsel sanatlar faaliyet grubunda olurken, 2009 yılına göre en büyük artış mimarlık, en çok azalış ise tasarım ve moda tasarımı faaliyet gruplarında gerçekleşmiştir. Girişim başına en çok kadın çalışan reklamcılık ve pazarlama, en düşük ise tasarım ve moda tasarımı faaliyet grubunda olmuştur. 2009 yılına göre kadın çalışanlardaki değişim oranlarında, mimarlık faaliyet grubundaki %47,99'luk artış ile tasarım ve moda tasarımıdaki %46,46'luk azalış dikkat çekicidir. Girişim başına çalışanlara ödenen maaş ve ücretler incelendiğinde ise en çok ödeme bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyet grubunda olmasına karşın 2009 yılına göre en yüksek artış oranı ise %134,15 ile mimarlık faaliyet grubunda görülmüştür. Maaş ve ücretlerin gi-

rişim başına 2009 yılına göre azaldığı tek faaliyet grubu tasarım ve moda tasarımı olmuştur. 2013 yılında girişim başına en yüksek ciro ve üretim değeri, yayımcılık faaliyet grubunda olmasına karşın, 2009 yılına göre en yüksek artış film, TV, video, radyo ve fotoğraf faaliyet grubunda en yüksek azalış ise müzik, gösteri ve görsel sanatlar faaliyet grubunda gerçekleşmiştir. Girişim başına yaratılan katma değerde bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyet grubu ilk sırada yer alırken 2009 yılına göre en yüksek artış film, TV, video, radyo ve fotoğraf faaliyet grubunda olurken, girişim başına yaratılan katma değeri azalan tek faaliyet grubu tasarım ve moda tasarımı olmuştur. Bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyet grubu, 2013 yılından 2009 yılına göre girişim başına oluşan, katma değer/üretim değeri oranı azalmasına karşın değeri en yüksek olan faaliyet grubu olmuştur. İkinci sırada yer alan müzik, gösteri ve görsel sanatlar faaliyet grubu, 2009 yılına göre %102,53 oranında artış göstermiştir.

Genel olarak bakıldığında girişim bazında değerler ve 2009 yılına göre değişimleri birlikte değerlendirildiğinde film, TV, video, radyo ve fotoğraf faaliyet grubu topladığı puanlar sonucunda ilk sırada görülmektedir. İkinci sırada genel değerlerde olduğu gibi bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyet grubu yer alırken, reklamcılık ve pazarlama ile yayıncılık faaliyet grupları üçüncülüğü paylaşmışlardır. Girişim bazında incelenen gösterge değerlerine göre alınan puanlar açısından, tasarım ve moda tasarımı son sırada yer almıştır.

Tablo-6'da 2013 yılı için çalışan bazında göstergeler ve 2009 yılına göre değişimleri verilmiştir. YE'de çalışan başına ödenen aylık maaş ve ücretlerin, Türkiye ortalamasının yaklaşık 1.000 TL daha üstünde olduğu, 2009 yılına göre 2013 yılındaki artış oranında daha yüksek olduğu rahatlıkla görülmektedir. Çalışan başına yaratılan ciro değeri Türkiye ortalamasından daha düşük olmasına karşın, üretim ve katma değerlerde tam tersine çok yüksektir.

Tablo-6: 2013 Yılında Çalışan Bazında Göstergeler ve 2009 Yılına Göre Değişimleri

Faaliyet Grubu*		Aylık Maaş ve Ücretler (TL)	Ciro (TL)	Üretim Değeri (TL)	Katma Değer (TL)
Reklamcılık ve pazarlama (6)	Değeri	1.875	247.070	242.014	43.197
	Değişimi	19,97	-0,67	-1,21	27,76
Mimarlık (7)	Değeri	1.511	130.325	129.075	38.026
	Değişimi	52,63	12,08	12,84	-5,50
Tasarım ve moda tasarımı (5)	Değeri	1.170	91.481	91.627	25.192
	Değişimi	57,48	33,55	35,05	56,95
Film, TV, video, radyo ve fotoğraf (2)	Değeri	3.023	225.597	263.563	66.600
	Değişimi	38,38	27,65	25,85	49,43
Bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri (1)	Değeri	4.100	197.141	197.783	79.856
	Değişimi	35,60	59,14	66,46	34,34
Yayıncılık (3)	Değeri	3.157	238.834	230.911	67.946
	Değişimi	28,44	27,86	23,98	23,96
Müzik, gösteri ve görsel sanatlar (4)	Değeri	1.273	210.793	207.982	80.804
	Değişimi	52,15	-7,59	-7,99	86,35
YE TOPLAMI	Değeri	2.658	213.347	217.146	59.162
	Değişimi	37,26	19,26	19,16	34,22
TÜRKİYE TOPLAMI	Değeri	1.654	290.733	180.095	43.235
	Değişimi	33,55	22,77	29,76	15,77

* parantez içindeki değer elde ettiği puana göre sıra numarasıdır

Genel olarak YE de bulunan tüm faaliyet gruplarında çalışan başına aylık maaş ve ücretler, 2009 yılına göre artmıştır. Ancak çalışan başına en yüksek aylık maaş ve ücret bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyet grubunda ödenmektedir. Buna karşın 2013 yılında, 2009 yılına göre en yüksek artış tasarım ve moda tasarımı faaliyet grubunda, en düşük artış oranı reklamcılık ve pazarlama faaliyet grubunda olmuştur. Çalışan başına yaratılan ciro açısından bakıldığında rek-

lamcılık ve pazarlama ilk sırada iken, üretim değeri açısından ise film, TV, video, radyo ve fotoğraf faaliyet grubu ilk sırada yer almıştır. Reklamcılık ve pazarlama faaliyet grubunda çalışan başına ciro ve üretim değerlerinde 2013 yılında, 2009 yılına göre azalışlar olmasına karşın ilk sırada olması, her iki konuda en yüksek artış oranlarının bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyet grubunda olması dikkat çekicidir. Bunun yanında çalışan başına yaratılan katma değerde ise

müzik, gösteri ve görsel sanatları faaliyet grubu ilk sırada yer almıştır.

Çalışan başına göstergeler değerlendirildiğinde bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyet grubu topladığı puanlar sonucunda ilk sırada, film, TV, video, radyo ve fotoğraf faaliyet grubu ise ikinci sırada yer almaktadır. Daha önceki değerlendirmelerin aksine çalışan başına yapılan değerlendirmede mimarlık faaliyet grubu en kötü puan değerine sahip olan faaliyet grubu olmuştur.

4. Sonuç ve Değerlendirme

Faaliyet gruplarına göre Türkiye'deki YE'nin, 2009-2013 yılları arasındaki gelişimi önceki kesimlerde incelenmiştir. YE'nin 2013 yılında 2009 yılına göre Türkiye geneli değerler dikkate alındığında, daha iyi gelişime sahip olduğu söylenebilir. Özellikle Tablo-3'de girişim sayısı, çalışan sayısı, kadın çalışan sayısı, maaş ve ücretler, ciro,

katma değer, katma değer/ üretim değeri oranı, çalışan başına katma değer göstergelerinde, YE'nin Türkiye ortalamalarının üstünde artış oranına sahip olduğu görülmektedir. Buna karşın üretim değeri, çalışan başına üretim değeri, çalışan başına aylık maaş ve ücretlerdeki artış oranı Türkiye geneline göre daha düşük olmuştur. Bu düşük artış oranının bir nedeni olarak, çalışan sayısındaki artışın, çalışan başına hesaplanan göstergelerde bir düşüklüğe yol açtığı söylenebilir. Bunun yanında Tablo-3'de özetlenen ve üretimin yapısı hakkında bilgi veren katma değer/üretim değeri oranı Türkiye geneli için, 2013 yılında 2009 yılına göre azalmıştır. Buna bağlı olarak, üretimin girdi maliyetlerinin Türkiye genelinde arttığını ya da üretimin katma değer yaratma özelliğinin azaldığını söylemek yanlış olmayacaktır. Oysa yaratıcı düşünce ve faaliyetlere dayanan YE'de katma değer daha fazla yaratıldığından, girdi maliyetlerindeki artışın üretime yansımaları daha düşük olmuş ve bu oran 2013 yılında 2009 yılına göre %12.63 oranında artmıştır.

Tablo-7: Faaliyet Gruplarının puanlarına göre performans sıralamaları*

Sıra	Faaliyet Grubu	Genel Değerlendirme (Tablo-4)		Girişim Bazında (Tablo-5)		Çalışan Bazında (Tablo-6)		Toplam Puan
		Puan	Sıra	Puan	Sıra	Puan	Sıra	
1	Bilgi Teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri	21	1	39	2	24	1	84
2	Film, TV, video, radyo ve fotoğraf	48	3	36	1	25	2	109
3	Reklamcılık ve pazarlama	31	2	43	3	36	6	110
4	Yayımcılık	54	4	43	3	29	3	126
5	Mimarlık	66	5	46	5	42	7	154
6	Müzik, gösteri ve görsel sanatlar	76	6	72	6	33	4	181
7	Tasarım ve moda tasarımı	96	7	85	7	35	5	216

* sıralama toplam puana göre yapılmıştır

YE'nin içerdiği faaliyet gruplarının genel (Tablo-4), girişim (Tablo-5) ve çalışan (Tablo-6) başına aldıkları puanlar ve sıralamaları, Tablo-7'de toplu olarak verilmektedir. Tablodan görülebileceği gibi toplam puana göre ilk sırada bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyet grubu yer almaktadır. Bu faaliyet grubu, genel değerlendirmede birinci, girişim bazında ikinci, çalışan bazında ise yine birinci sırada yer almıştır. Bu sonucun, yazılım ve programlama faaliyetlerinin Türkiye genelinde hızlı gelişen sektörler arasında bulunduğunu ve YE içindeki performanslarının yüksek oldu-

ğunu ifade eden Lazzeretti vd (2016: 583) tarafından yapılan çalışma ile paralel olduğu söylenebilir. Tabloda ikinci sırada görülen film, TV, video, radyo ve fotoğraf faaliyet grubu, girişim bazındaki göstergelerde birinci, çalışan bazında ikinci, genel değerlendirmede ise üçüncü sırada yer almıştır. Son yıllarda özel televizyon kanallarının artması, yerli dizi sektörünün gelişmesini sağladığından bu faaliyet grubunun üst sıralarda yer alması beklenen bir durumdur. Reklamcılık ve pazarlama faaliyet grubu, çalışan bazındaki göstergelerdeki düşük performansı nedeni ile üçüncü sırada yer al-

mıştır. Özellikle bu faaliyet grubunda, 2009 yılına göre 2013 yılındaki aylık maaş artışının tüm faaliyet gruplarına göre en düşük oranda olması, çalışan başına ciro ve üretim değerinin iki yıl arasında azalmasına neden olmuş olabilir. Benzer biçimde mimarlık faaliyetinin alt sıralarda yer alması, inşaat sektörünün geliştiği bir dönemde sorgulanması gereken bir durum olarak ortaya çıkmaktadır. Müzik, gösteri ve görsel sanatlar faaliyeti altıncı sırada, tasarım ve moda tasarımı faaliyeti ise son sırada yer almışlardır. Her iki faaliyet grubunun çalışan bazında yapılan sıralama da dördüncü ve beşinci sırada yer alması dikkat çekicidir. Daniel ve Daniel (2015: 422) tarafından yapılan çalışmada belirtildiği gibi, performans dayalı mesleklerde çalışanların, farklı mesleklerde ya da bağımsız çalışmakta oldukları, ayrıca bu faaliyet gruplarının YE içindeki çalışan sayılarının da çok düşük yüzdelere sahip oldukları göz önüne alındığında, alt sıralarda yer almaları anlaşılabilir. Ancak tasarım ve moda tasarımı faaliyetinin sıralamada en sonda yer alması üzerinden biraz daha durulmasında yarar vardır. Bu durum aslında, tasarım ve moda tasarımı faaliyet grubunun Türkiye'de ve YE içinde yeterli ölçüde gelişim göstermediğini (derinliğe ulaşmadığını) ortaya koymaktadır. Ülkemiz için tekstil ürünlerinin üretiminin ve ihracatının önemi herkes tarafından bilinmektedir. Buna karşın tasarım ve moda tasarım faaliyet grubunda ki düşüşün nedeninin girdi maliyetlerinin yüksekliği, iç pazardaki ucuz ithal ürünlerin varlığı ile açıklamak yanlış olmayacaktır. Tasarım ve moda tasarımı faaliyetinde çalışan başına ödenen aylık maaş ve ücretler değer açısından düşük olmasına karşın diğer faaliyet gruplarına kıyasla, 2013 yılında 2009 yılına göre en yüksek artış oranına sahip olmuştur. Genel olarak tasarım ve moda tasarımı faaliyetinde işverenler, çalışanlara daha yüksek ücretler ödemelerine karşın YE içindeki paylarını ve etkinliklerini arttıramamış ve genel sıralamada son sırada yer almışlardır.

Türkiye'deki YE'nin içerdiği faaliyet gruplarına göre 2009 yılı ile 2013 yıllarının karşılaştırıldığı bu çalışmada, bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyetinin ekonomik etkinliğinin yüksek olduğu görülmüştür. Marka değerinin yaratılması ve diğer faaliyet gruplarına da potansiyel iş ortamı sağladığı dikkate alındığında, tasarım ve moda tasarımı ile mimarlık faaliyet gruplarında ki düşük puanlar gelecek için olumsuz sinyaller vermektedir. Bunun yanında ülkemizin 2023 yılı

hedeflerine ulaşması açısından bakıldığında bu üç faaliyet grubu marka değeri yaratma ve ekonomiye katkıları açısından kritik öneme sahiptirler. Ayrıca Bae ve Yoo (2015: 109) tarafından yapılan çalışmada vurgulandığı gibi YE'de faaliyet göstermeyi planlayan girişimcilerin kararlarında, yatırım yapacakları bölgelerdeki, bilişim teknolojilerinin altyapısı doğrudan etkili olmaktadır. Görüldüğü gibi bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyeti sadece YE içinde değil, bu endüstriye giriş yapmayı düşünen firmaların kararlarında da önemli bir yere sahiptir.

Yukarıda açıklanan tüm bu nedenlerle, yapılacak sektörel planlama ve strateji çalışmalarında başta bilgi teknolojileri, yazılım ve bilgisayar hizmetleri faaliyeti olmak üzere tasarım ve moda tasarımı ile mimarlık faaliyet gruplarının desteklenmesi ve gelişimine yönelik ekosistemlerin yaratılması gerekmektedir. Bu amaçla ilköğretimden başlayarak kişisel yaratıcılık ve fikirlerin ön plana çıkarıldığı bir eğitim sisteminin kurgulanması gerekmektedir. Farklı olmanın dışlanma değil, çeşitlilik olduğu ve bununda yeni fikir, düşünce ve ürünlerin ortaya çıkması için ön koşul olduğu unutulmamalıdır. Özellikle mimarlık ile tasarım ve moda tasarımı faaliyetlerinde tarihsel miraslarımızın yaratıcı potansiyeli üzerinde durulmalı, bu faaliyet gruplarında kullanılmaları sağlanmalıdır. Yaratıcılık kültürünün uzun süreli planlama ve toplumsal destek ile sağlanabileceği göz ardı edilmemelidir. Kısa dönemli popüler kültürün ihtiyaç duyduğu yaratıcılık faaliyetleri yanında uzun süreli ve katma değeri yüksek faaliyetlere yoğunlaşılmasında yarar vardır.

Kaynakça

- AKSOY, Asu, ENLİL Zeynep; (2011), *Kültür Ekonomisi Envanteri İstanbul 2010*, Bilgi Üniversitesi, İstanbul, 386 s.
- BAE, Sang Hoo, YOO Kyeongwon; (2015), "Economic Modeling of Innovation in the Creative Industries and Its Implications", *Technological Forecasting & Social Change*, Vol. 96, 101-110.
- BARKER, Alan; (2001), *Yenilikçiliğin Simyası*, Çev.: Ahmet Kavram, MESS, İstanbul, 259 s.
- BİLGİLİ, Can ;(2008), "Yaratıcı Endüstriler", *İletişim Çalışmaları Dergisi*, Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi No:7.
- BONO, Edward De; (1996), *Rekabetüstü*, Çev.: Oya Özel, Remzi Kitabevi, İstanbul, 207 s.
- CHAPAIN, Caroline, COOKE Phil, De PROPRIS Lisa, MACNEILL Stewart, GARCIA Juan Mateos; (2010), *Creative Clusters and Innovation*, NESTA, London., 55 s.

DANIEL, Ryan, DANIEL Leah; (2015), "Success in the Creative Industries: The Push for Enterprising and Entrepreneurial Skills", *Journal of Australian Studies*, Vol. 39, No. 3, 411-424.

DCMS (Department of Culture Media and Sport) (2001); *Creative Industries Mapping Document*, London.

DURAN, Cengiz ve SARAÇOĞLU Metin; (2009), "Yeniliğin Yaratıcılıkla Olan İlişkisi ve Yeniliği Geliştirme Süreci", *Yönetim ve Ekonomi*, Cilt: 16, Sayı:1, 57-71.

EC (European Commission) (2011); *Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries*, EUROPA INNOVA PAPER N° 16, Brussels

<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/615/attachments/1/translations/en/renditions/pdf> (14.10.2015)

GÜRAN, C. Mehmet, SEÇİLMİŞ İ. Erdem; (2013), "Ankara Kültür Ekonomisi: Sektörel Büyüklüklerin Değerlendirilmesi", *Kültür Mirası ve Kültür Ekonomisi Envanteri Projesi*, Ankara, 83 s.

KUMRAL, Neşe; (2010), "Yaratıcılık ve İzmir Üzerine", *Ege Üniversitesi, Working Paper No:10/01*, 18s.

LAZZERETTI, Luciana, CAPONE Francesco, SEÇİLMİŞ İ. Erdem; (2014), "Türkiye'de Yaratıcı ve Kültürel Sektörlerin Yapısı", *Maliye Dergisi*, Sayı 166, 195-220.

LAZZERETTI, Luciana, CAPONE Francesco, SEÇİLMİŞ İ. Erdem; (2016), "In Search of a Mediterranean Creativity. Cultural and Creative Industries in Italy, Spain and Turkey", *European Planning Studies*, Vol 24, No. 3, 568-588.

LEVICKAITE, Rasa ;(2011), "Four Approaches To The Creative Economy: General Overview", *Business, Management and Education*, 9(1):81-92.

ÖZEN, Efşan Nas; (2014), "Türkiye'nin Yenilikçi Sınıfı-1", *TEPAV Politika Notu*, N201408, 15 s.

SAMEN, Selda; (2008), "İşletmelerde Yaratıcılığın Önemi", *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 17, Sayı 2, 363-378.

SANUL, Gökçe R.; (2012), *Kentsel Ekonomik Kalkınma Aracı Olarak Yaratıcı Endüstriler: İzmir Analizi ve Öneriler*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, 105 s.

SEÇİLMİŞ, İ. Erdem; (2015), "Türkiye'de Yaratıcı Endüstrilerin Kümelenmesi", *Ege Akademik Bakış*, Cilt 15, Sayı 1, 9-18.