



T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



İZMİR
KALKINMA
AJANSI

TÜRKİYE'DE YARATICI ENDÜSTRİLERİN İBBS-2 BÖLGELERİ DÜZEYİNDE ANALİZİ: İZMİR'E BİR BAKIŞ





T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



İZMİR
KALKINMA
AJANSI

TÜRKİYE'DE YARATICI ENDÜSTRİLERİN İBBS-
2 BÖLGELERİ DÜZEYİNDE ANALİZİ:
İZMİR'E BİR BAKIŞ

İÇİNDEKİLER

TABLolar	IV
ŞEKİLLER	V
GRAFİKLER	VI
BİLGİ KUTULARI	VII
EK TABLolar	VIII
KISALTMALAR	X
TÜRKİYE'NİN İBBS-2 BÖLGELERİ	XI
YÖNETİCİ ÖZETİ	1
BÖLÜM 1 YARATICI ENDÜSTRİLER: TANIM, TEKNOLOJİ VE BÖLGESEL POLİTİKALAR	
1.1. Tanımlar ve Sınıflamalar	9
1.1.1. Yaratıcılık	9
1.1.2. Yaratıcı Endüstriler	11
1.1.3. Yaratıcı Meslekler	16
1.2. Dijital Teknolojiler Ve Fikri Mülkiyet Hakları	18
1.2.1. Dijital Teknolojilerin Etkileri	18
1.2.2. Fikri Mülkiyet Haklarının Önemi	22
1.3. Bölgesel Kalkınma Politikaları	24
1.3.1. Değişen Paradigmalar	24
1.3.2. Yaratıcı Endüstrilerin Artan Rolü	28
BÖLÜM 2 YARATICI ENDÜSTRİLERİN YAPISAL ANALİZİ	
2.1. Ekonomik Faaliyet Sınıflamaları Ve Veri	31
2.2. Türkiye'de Yaratıcı Endüstriler	34
2.3. Oecd Ülkelerinde Yaratıcı Endüstriler: Türkiye İle Karşılaştırma	41
2.4. İbbs-2 Bölgelerinde Yaratıcı Endüstriler	54

2.4.1. Yaratıcı Endüstrilere Bölgesel Düzeyde Bir Bakış	54
2.4.2. Yaratıcı Endüstrilerde Uzmanlaşma	58
2.4.3. Yaratıcı Yayılmalar (Creative Spillovers) Ve Eş-Yerleşme (Co-Location)	65
2.5. İzmir'de Yaratıcı Endüstriler	72
2.5.1. İzmir'in Yaratıcı Endüstrilerine Genel Bir Bakış	72
2.5.2. İzmir'in Yaratıcı Endüstrilerinin Üç Yıldız Analizi	74
2.5.3. İzmir'de Dijital Sektörler	82
2.5.4. İzmir'de Yaratıcı Ve Dijital Meslekler	85
BÖLÜM 3 - YARATICI MAL DIŞ TİCARETİ	
3.1. Küresel Yaratıcı Mal Dış Ticareti	91
3.2. Türkiye'nin Yaratıcı Mal Dış Ticareti	97
3.3. İbbs-2 Bölgelerinin Yaratıcı Mal Dış Ticaretinde Açıklanmış Mukayeseli Üstünlük	102
BÖLÜM 4 YARATICI ENDÜSTRİLERDE EKOSİSTEM YAKLAŞIMI VE İZMİR YARATICI ENDÜSTRİLER EKOSİSTEMİ	
4.1. Yaratıcı Endüstrilerde Ekosistem Yaklaşımı	105
4.2. Yaratıcı Endüstriler Ekosistemi Aktörleri Ve Aktörler Arası İlişkiler	107
4.2.1. Mikro Düzeyde Aktörler Ve Müdahale Yöntemi	107
4.2.2. Mezzo Düzeyde Aktörler Ve Müdahale Yöntemi	109
4.2.3. Makro Düzeyde Aktörler Ve Müdahale Yöntemi	110
4.3. İzmir Yaratıcı Endüstriler Ekosistemi	111
4.4. Yaratıcı Endüstriler Eko-Sistemine İlişkin Genel Değerlendirme	117
GENEL DEĞERLENDİRME	118
EKLER	120
KAYNAKÇA	187

TABLOLAR

Tablo 1.1: Telif Hakkı Sisteminin Fayda ve Maliyetleri	22
Tablo 2.1: Yaratıcı Endüstriler	32
Tablo 2.2: Yaratıcı Endüstrilerin Diğer Endüstrilerle Karşılaştırılması (NACE Rev.2), 2017	35
Tablo 2.3: Türkiye'de Yaratıcı Ekonominin Ayrıntılı Profili (NACE Rev.2), 2017	38
Tablo 2.4: OECD Ülkelerinin Sektörel Katma Değer Oranlarının Karşılaştırılması (%) (ISIC Rev.4), 2017	44
Tablo 2.5: OECD Ülkelerinin Yaratıcı Endüstrilerinde Katma Değer Oranı (%), ISIC Rev.4, 2017	48
Tablo 2.6: OECD Ülkelerinin Yaratıcı Endüstrilerinde Emek Verimliliği (bin dolar), ISIC Rev.4, 2017	52
Tablo 2.7: OECD Ülkelerinin Yaratıcı Endüstrilerinde Yıllık Ortalama Ücret/Maaş (Dolar), ISIC Rev.4, 2017	56
Tablo 2.8: İBBS-2 Bölgelerinin Yaratıcı Ekonomi Profili, 2010-2015 Dönemi	62
Tablo 2.9: Alt Yaratıcı Endüstrilerin Yerleşme Katsayıları, 2015	63
Tablo 2.10: İBBS-2 Bölgeleri Düzeyinde Ana Yaratıcı Endüstrilerin Korelasyonu (Eş-Yerleşme), 2015	66
Tablo 2.11: İBBS-2 Bölgeleri Düzeyinde Alt Yaratıcı Endüstrilerin Korelasyonu (Eş-Yerleşme), 2015	68
Tablo 2.12: İBBS-2 Bölgeleri Düzeyine Ana Yaratıcı Endüstrilerin Diğer Endüstrilerle Korelasyonu (Eş-Yerleşme), 2015	70
Tablo 2.13: TR-31 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	77
Tablo 2.14: TR-31 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	79
Tablo 2.15: TR-31 Bölgesi için Dijital Sektörlerin Kümelenme Analizi Sonuçları, 2015	83
Tablo 2.16: Türkiye ve İzmir'de Yaratıcı Meslekler, 2019	87
Tablo 2.17: Türkiye ve İzmir'de Dijital Meslekler, 2019	89
Tablo 3.1: Küresel Yaratıcı Mal İhracatındaki Pay (%) (İlk 10 Ülke ve Türkiye)	94
Tablo 3.2: Türkiye'nin Yaratıcı Mal İhracatı İçinde Mal Gruplarının Payı (%)	98
Tablo 3.3: Yaratıcı Mal İhracatında Türkiye'nin Dünyadaki Payı ve Sırası (%) (Mal Gruplarına Göre)	99
Tablo 3.4: Türkiye'nin Yaratıcı Mal İhracatının Varış Noktasına Göre Payı (%)	100
Tablo 3.5: Türkiye'nin Yaratıcı Mal İhracatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon Dolar)	100
Tablo 3.6: Türkiye'nin Yaratıcı Mal İhracatı Yaptığı İlk 10 Ülke ile Dış Ticaret Dengesi (2015)	101
Tablo 3.7: Açıklanmış Mukayeseli Üstünlük Endeks Değerleri, 2019	103
Tablo 4.1: Biyolojik Ekosistemler ve Yaratıcı Ekosistemlerin Benzerlikleri	106
Tablo 4.2: Mikro Düzeyde Yaratıcı Ekosistem ve Aktörleri	108
Tablo 4.3: Mezzo Düzeyde Yaratıcı Ekosistem ve Aktörleri	109
Tablo 4.4: Makro Düzeyde Yaratıcı Ekosistem ve Aktörleri	110
Tablo 4.5: İzmir Yaratıcı Endüstriler Ekosistem Haritası	112

ŞEKİLLER

Şekil 1.1: DCMS Yaratıcı Endüstriler Sınıflaması	11
Şekil 1.2: Yaratıcı Endüstri, Dijital Sektör ve Kültür Sektörü İlişkisi	12
Şekil 1.3: UNCTAD/UNESCO Yaratıcı Endüstriler Sınıflaması	14
Şekil 2.1: Ekonomik Faaliyet Sınıflamaları	31
Şekil 2.2: Veri Setleri	33
Şekil 2.3: Türkiye'de Yaratıcı Ekonominin Genel Profili (NACE Rev.2), 2010 ve 2017	34
Şekil 2.4: Katma Değer Payı (%) / Üretim Payı (%)	36
Şekil 2.5: Yaratıcı Ekonomide Uzmanlaşma	59
Şekil 2.6: Ana Yaratıcı Endüstrilerde Uzmanlaşma, 2015	60
Şekil 2.7: Ana Yaratıcı Endüstrilerde Uzmanlaşma Gösteren İBBS-2 Bölgeleri, 2015	61
Şekil 2.8: TR10, TR51, TR61 ve TR31 Bölgelerinde Uzmanlaşma Gösteren Endüstriler	64
Şekil 2.9: İzmir'in Uzmanlaşma Gösterdiği Alt Yaratıcı Endüstrilerdeki Değişim	75
Şekil 2.10: İzmir'de Uzmanlaşma Gösteren Yaratıcı Endüstrilerin Görelî Durumu, 2015	76
Şekil 2.11: İzmir'in Yaratıcı Endüstrilerinin Kümelenme Potansiyeli, 2015	80
Şekil 3.1: UNCTAD Yaratıcı Mal Kategorileri	91

GRAFİKLER

Grafik 1.1: 2030 İtibariyle Seçilmiş Ülkelerde Yaratici İş Gücü Talebinin Beklenen Değişimi (%)	16
Grafik 1.3: Sanal Gerçeklik ve Artırılmış Gerçeklikten Elde Edilecek Gelirin Projeksiyonu,	20
Grafik 2.1: Türkiye'nin Katma Değeri İçinde Sektörlerin Payları (%), 2017	37
Grafik 2.2: Katma Değer Oranı (%), 2017	37
Grafik 2.3: Yaratici Endüstrilerde Katma Değer	39
Grafik 2.4: Yaratici Endüstrilerde Ciro	39
Grafik 2.5: Yaratici Endüstrilerde Katma Değer (Milyon \$)	40
Grafik 2.6: Yaratici Endüstrilerde Katma Değer Oranı (%)	40
Grafik 2.7: Yaratici Endüstrilerde İstihdam, 2017	40
Grafik 2.8: OECD Ülkelerinin Yaratici Ekonomi Göstergeleri (ISIC.Rev.4), 2017	41
Grafik 2.9: Yaratici Ekonominin Katma Değer Oranı (%), (ISIC Rev.4), 2017	43
Grafik 2.10: OECD Ülkelerinde 6201 Kodlu Faaliyetin Katma Değer Oranı (%), ISIC. Rev.4, 2017	45
Grafik 2.11: 6201 ve 6202 Endüstrilerinde Emek Verimliliği (bin \$), ISIC Rev.4, 2017	50
Grafik 2.12: 6201 Kodlu Endüstride Yıllık Ortalama Ücret/Maaş (Dolar), ISIC.Rev4. 2017	51
Grafik 2.13: Yaratici Ekonominin Toplam Cirosu İçinde Bölgelerin Payları (%), 2015.	54
Grafik 2.14: İzmir'in Yaratici Ekonomisi İçerisinde Yaratici Endüstrilerin Payı (%), 2015	72
Grafik 2.15: 2010 ile 2015 Yılları Arasında İzmir'deki Yaratici Endüstrilerin İstihdam Paylarındaki Değişim	73
Grafik 2.16: İzmir'in Dijital Ekonomisi İçerisinde Dijital Endüstrilerin Payları (%), 2015	82
Grafik 2.17: Yaratici Mesleklerde İBBS-2 Bölgelerinin Payı (%): İlk Beş Bölge	85
Grafik 2.18: Meslek Gruplarının İzmir'deki Yaratici Mesleklerdeki Payı (%), 2019	86
Grafik 2.19: Dijital Mesleklerde İBBS-2 Bölgelerinin Payı (%): İlk Beş Bölge	88
Grafik 3.1: Dünya Yaratici Mal İhracatı (Milyar \$)	92
Grafik 3.2: Mal Gruplarına Göre Yaratici Malların İhracat Payları (%), 2015	92
Grafik 3.3: Ülke Gruplarına Göre Küresel Yaratici Mal İhracatındaki Paylar (%)	93
Grafik 3.4: Yaratici Mal İhracatında Dünyanın ilk 10 İhracatçı Ülkesi ve Türkiye (Milyar \$), 2015	93
Grafik 3.5: Yaratici Mal İthalatında Dünyanın ilk 10 İthalatçı Ülkesi ve Türkiye (Milyar \$), 2015	95
Grafik 3.6: İhracatçı İlk 10 Ülkenin ve Türkiye'nin Yaratici Mal Dış Ticareti Dengesi (Milyar \$), 2015	95
Grafik 3.7: Dünyada Yaratici Mal Dış Ticaretinde Fazla ve Açık Veren ilk 10 Ülke (Milyar \$), 2015	96
Grafik 3.8: Türkiye'nin Yaratici Mal İhracatı (Milyar \$)	97
Grafik 3.9: Türkiye'nin Toplam Mal İhracatı İçindeki Payı (%)	98

BİLGİ KUTULARI

Kutu 1.1: Dijital, Kültür, Medya ve Spor Bölümü (DCMS)	10
Kutu 1.2: Yaratici Endüstri, Dijital Sektör ve Kültür Sektörü İlişkisi	12
Kutu 1.3: Yaratici Avrupa Programı	15
Kutu 1.4: Yaratici Meslekler	17
Kutu 1.5: Dijital Ekonomi	19
Kutu 1.6: Sanal Gerçeklik ve Artırılmış Gerçeklik	20
Kutu 1.7: Blokzincir	21
Kutu 1.8: Yeni Sanayileşme Politikaları	26
Kutu 1.9: Akıllı Uzmanlaşma Stratejisi	27
Kutu 2.1: 2005 Yılında İzmir'de Yaratici Endüstriler	81

EK TABLOLAR

Ek Tablo 1.1: YarATICI Endüstriler, Kültür Sektörü ve Dijital Sektör Sınıflaması	120	Ek Tablo 2.29: TRA2 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	156
Ek Tablo 1.2: Türkiye'nin Kültür Ekonomisi İçinde İzmir'in Kültür Ekonomisinin Payı (%), 2015	121	Ek Tablo 2.30: TRB1 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	157
Ek Tablo 1.3: İzmir'in Kültür Ekonomisi İçinde Sektörlerin Payları (%), 2015	122	Ek Tablo 2.31: TRB2 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	158
Ek Tablo 2.1: YarATICI Endüstrilerin Diğer Endüstriler ile Karşılaştırılması (NACE Rev.2), 2010	123	Ek Tablo 2.32: TRC1 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	159
Ek Tablo 2.2: Türkiye'de YarATICI Ekonominin Ayrıntılı Profili (NACE Rev.2), 2010	124	Ek Tablo 2.33: TRC2 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	160
Ek Tablo 2.3: OECD Ülkelerinde YarATICI Endüstrilerin Üretim Değeri (Milyon \$), 2017	126	Ek Tablo 2.34: TRC3 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	161
Ek Tablo 2.4: OECD Ülkelerinde YarATICI Endüstrilerin Katma Değeri (Milyon \$), 2017	128	Ek Tablo 2.35: TR10 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	162
Ek Tablo 2.5: OECD Ülkelerinde YarATICI Endüstrilerin Cirosu (Milyon \$), 2017	130	Ek Tablo 2.36: TR21 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	163
Ek Tablo 2.6: OECD Ülkelerinin YarATICI Endüstrilerinde İstihdam, 2017	132	Ek Tablo 2.37: TR22 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	164
Ek Tablo 2.7: Ana YarATICI Endüstrilerin Uzmanlaşma Katsayıları, 2010	134	Ek Tablo 2.38: TR32 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	165
Ek Tablo 2.8: Alt YarATICI Endüstrilerin Yerelleşme Katsayıları, 2010	135	Ek Tablo 2.39: TR33 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	166
Ek Tablo 2.9: Alt YarATICI Endüstrilerin Yerelleşme Katsayıları, 2010 (devam)	136	Ek Tablo 2.40: TR41 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	167
Ek Tablo 2.10: TR-10 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	137	Ek Tablo 2.41: TR42 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	168
Ek Tablo 2.11: TR-21 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	138	Ek Tablo 2.42: TR51 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	169
Ek Tablo 2.12: TR-22 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	139	Ek Tablo 2.43: TR52 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	170
Ek Tablo 2.13: TR-32 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	140	Ek Tablo 2.44: TR61 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	171
Ek Tablo 2.14: TR-33 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	141	Ek Tablo 2.45: TR62 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	172
Ek Tablo 2.15: TR-41 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	142	Ek Tablo 2.46: TR63 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	173
Ek Tablo 2.16: TR-42 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	143	Ek Tablo 2.47: TR71 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	174
Ek Tablo 2.17: TR-51 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	144	Ek Tablo 2.48: TR72 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	175
Ek Tablo 2.18: TR-52 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	145	Ek Tablo 2.49: TR81 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	176
Ek Tablo 2.19: TR-61 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	146	Ek Tablo 2.50: TR82 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	177
Ek Tablo 2.20: TR-62 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	147	Ek Tablo 2.51: TR83 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	178
Ek Tablo 2.21: TR-63 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	148	Ek Tablo 2.52: TR90 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	179
Ek Tablo 2.22: TR-71 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	149	Ek Tablo 2.53: TRA1 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	180
Ek Tablo 2.23: TR-72 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	150	Ek Tablo 2.54: TRA2 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	181
Ek Tablo 2.24: TR-81 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	151	Ek Tablo 2.55: TRB1 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	182
Ek Tablo 2.25: TR-82 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	152	Ek Tablo 2.56: TRB2 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	183
Ek Tablo 2.26: TR-83 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	153	Ek Tablo 2.57: TRC1 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	184
Ek Tablo 2.27: TR-90 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	154	Ek Tablo 2.58: TRC2 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	185
Ek Tablo 2.28: TRA1 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015	155	Ek Tablo 2.59: TRC3 Bölgesi için YarATICI Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010	186

KISALTMALAR

3D	Üç boyutlu
AB	Avrupa Birliği
AI	Yapay Zekâ
AR	Artırılmış Gerçeklik
AR-GE	Araştırma-Geliştirme
BİT	Bilgi ve İletişim Teknolojileri
BM	Birleşmiş Milletler
DCMS	Dijital, Kültür, Medya ve Spor Bölümü
EC	Avrupa Komisyonu
GB	Gigabyte
GSYİH	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
IBBS-2	İstatistiki Bölge Birimi Sınıflaması-Düzyey 2
IMF	Uluslararası Para Fonu
IT	Bilişim Teknolojileri
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
S3	Akıllı Uzmanlaşma Stratejileri
SGK	Sosyal Güvenlik Kurumu
STEM	Fen, Teknoloji, Mühendislik ve Matematik
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UNCTAD	Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı
UNDP	Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı
UNESCO	Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu
UNIDO	Birleşmiş Milletler Sanayi Kalkınma Örgütü
VR	Sanal Gerçeklik
WEF	Dünya Ekonomik Forumu

TÜRKİYE'NİN İBBS-2 BÖLGELERİ

TR10 (İstanbul)
TR21 (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli)
TR22 (Balıkesir, Çanakkale)
TR31 (İzmir)
TR32 (Aydın, Denizli, Muğla)
TR33 (Manisa, Afyon, Kütahya, Uşak)
TR41 (Bursa, Eskişehir, Bilecik)
TR42 (Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)
TR51 (Ankara)
TR52 (Konya, Karaman)
TR61 (Antalya, Isparta, Burdur)
TR62 (Adana, Mersin)
TR63 (Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye)
TR71 (Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir)
TR72 (Kayseri, Sivas, Yozgat)
TR81 (Zonguldak, Karabük, Bartın)
TR82 (Kastamonu, Çankırı, Sinop)
TR83 (Samsun, Tokat, Çorum, Amasya)
TR90 (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane)
TRA1 (Erzurum, Erzincan, Bayburt)
TRA2 (Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan)
TRB1 (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli)
TRB2 (Van, Muş, Bitlis, Hakkari)
TRC1 (Gaziantep, Adıyaman, Kilis)
TRC2 (Şanlıurfa, Diyarbakır)
TRC3 (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt)

Yönetici Özeti

Yaratıcı endüstriler son dönemde tüm dünyada yakından izlenen endüstriler olmaya başlamışlardır. Bunun üç temel nedeni bulunmaktadır. Bunlardan ilki, *yüksek büyüme potansiyeline sahip olmalarıdır*. İkincisi, *yenilik ve refahla yüksek düzeyde ilişkilendirilmeleridir*. Üçüncüsü ise, *uluslararası ticarete ülkelerin rekabet gücüne katkıda bulunan endüstriler olarak kabul edilmeleridir*. Yaratıcı endüstriler, özünde bireysel yaratıcılık, beceri ve yeteneğin olduğu; fikri mülkiyetin oluşturulması ve kullanılması yoluyla servet ve istihdam yaratma potansiyeli olan endüstriler olarak tanımlanmaktadır (DCMS, 2001). Bu endüstriler yeni teknolojik araçları ve dijital teknolojik gelişmeleri en hızlı şekilde uygulamaya dönüştüren; yenilikçi ürün, uygulama, hizmet ve iş süreçlerini diğer sektörlerle oranla çok daha hızlı gerçekleştirebilen; katma değeri yüksek olan endüstrilerdir. Yaratıcı endüstriler, ürettiği yaratıcı çıktılarla ekonomik büyümeye doğrudan katkı yaparken, aynı zamanda diğer endüstrilerin kullanımına sunduğu yaratıcı ürünlerle de ekonominin geri kalanının yaratıcılık potansiyelini arttırmakta ve kalkınmada önemli bir rol oynamaktadırlar (Chapain vd., 2010). Bu endüstriler sadece fiziki çıktı artışına değil aynı zamanda beşerî sermaye artışına da yol açmaktadırlar. Potansiyel olarak, ekonominin büyümesini sağlayabilecek lider endüstri özelliklerine sahiptirler; geliştirdikleri yenilikleri ekonominin diğer alanlarına yayma (yayıma etkileri) potansiyelleri vardır (dolayısıyla ekonominin tüm sektörlerinde yaratıcılığı ve yeniliği teşvik edebilir niteliktedirler); yüksek nitelikli işgücünü ve yatırımı çekebilme kabiliyetine sahiptirler. Tüm bu özellikleri nedeniyle kapsayıcı ve sürdürülebilir büyüme ve kalkınma hedefi olan tüm bölgeler için yaratıcı endüstriler stratejik bir öneme sahiptir. Türkiye ve TR31-İzmir bölgesinin bu alandaki potansiyeline ilişkin ne ulusal ne de bölgesel herhangi bir yapısal analiz bulunmamaktadır. Bu çalışma ile bu boşluğun doldurulması planlanmaktadır. Bu rapor dört bölümden oluşmaktadır. *Birinci bölümde*, ilk olarak yaratıcı endüstri tanım ve sınıflamaları verilmiş;

ardından bu endüstrilerin dijital teknolojilerle ilişkisi ve bölgesel politikadaki rolü açıklanmıştır. *İkinci bölümde*, bölgesel, ulusal ve uluslararası düzeyde yaratıcı endüstrilerin yapısal analizleri gerçekleştirilmiştir. *Üçüncü bölümde* yaratıcı malların dış ticareti incelenmiştir. *Son bölümde* ise yaratıcı endüstriler için ekosistem yaklaşımı açıklanmış ve İzmir'in yaratıcı endüstriler eko-sistemini belirlemeye yönelik bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir.

Yaratıcı Endüstri Tanımı, Teknolojiyle İlişkisi ve Bölgesel Politikadaki Rolü

Literatürde yaratıcı endüstrilere ilişkin üzerinde görüş birliği sağlanmış bir tanım ve sınıflama bulunmamaktadır. En yaygın kullanılan tanımlar Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği ve DCMS'ye aittir. Bu çalışmada DCMS (1998, 2001 ve 2014)'nin tanımı ve sınıflaması dikkate alınmıştır. Bu sınıflamaya göre 9 ana yaratıcı endüstri grubu ve bunların altında yer alan toplam 31 yaratıcı endüstri vardır. Ana yaratıcı endüstri grupları şu şekildedir: i) *Reklam ve Pazarlama* ii) *Mimarlık* iii) *El Sanatları* iv) *Tasarım* v) *Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf* vi) *Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri* vii) *Yayıncılık* viii) *Müze, Galeri ve Kütüphaneler* ix) *Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar*.

Yaratıcı Endüstriler ve Fikri Mülkiyet Hakları

Yukarıda tanımlanan bu endüstriler yüksek bir yaratıcı içeriğe sahiptir ve fikri mülkiyetin korunması bu endüstrilerde temel bir rol oynamaktadır. Teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme telif tabi eserlerin çoğaltılması ve dağıtılmasını kolaylaştırmıştır. Bu durum, eser sahipleri veya telif hakkı sahipleri için istenmeyen sonuçlar doğurabilmektedir. Yaratıcı bireylerin entelektüel ürün yaratma sürecinde harcadıkları zaman, enerji ve parasal yatırımlarının karşılığını alamamaları, yaratıcı ürün geliştirme motivasyonlarına zarar verebilir. Bu nedenle, bu endüstrilerin geliştirilmesi için etkin bir telif hakkı sistemine ihtiyaç vardır.

Yaratıcı Endüstriler ve Dijital Teknoloji İlişkisi

Hızla gelişen teknolojiler yaratıcı endüstrilerin değer zincirini (yaratma/geliştirilme, üretim, dağıtım, pazarlama ve tüketim süreçlerini) önemli ölçüde farklılaştırmıştır. Diğer bir ifadeyle, yeni ürün geliştirme, yeni iş modeli geliştirme, yeni dağıtım kanalı, pazar fırsatları keşfetme ve daha düşük maliyetle üretim gibi alanlarda dijital teknolojiler yaratıcı endüstrilere çok önemli fırsatlar sunmaya başlamıştır. Yaratıcı endüstrilerin gelişimine destek veren bu teknolojik gelişmelerin başında yapay zekâ, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik ve blokzincir gibi teknolojiler yer almaktadır:

- **Yapay zekâ uygulamaları;** müzik, film, video oyunları, sanat, tasarım gibi yaratıcı endüstrilerde yaratım, üretim, pazarlama/satış ve tüketim aşamalarında çok etkin olarak kullanılabilir. Bu rol özellikle yetkisiz kullanımların önlenmesi ve içerik sahiplerine ödemelerin daha adil yapılması şeklinde kendini göstermektedir.
- **Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojileri** yaratıcı endüstrilerin içerik oluşturma ve deneyimleme süreçlerini kolaylaştırmakta ve maliyetleri düşürmektedir.
- **Blokzincir teknolojisi** ise yaratıcı endüstrilerin ürünü olan dijital eserlere (kitap, müzik, sanat, oyun, fotoğraf, metin vb.) ait fikri mülkiyet hakları ve içerik yönetiminde kolaylaştırıcı bir role sahiptir. Bu rol özellikle yetkisiz kullanımların önlenmesi ve içerik sahiplerine ödemelerin daha adil yapılması şeklinde kendini göstermektedir.

Bölgesel Politikadaki Rolü

4. sanayi devriminin “ileri dijital üretim teknolojileri” üretimin doğasını radikal bir şekilde değiştirerek, bölgesel politikaların yeniden şekillenmesine neden olmuştur. Yeni bölgesel politikaların öncelikleri arasında üretimin dijital teknolojilere dayalı modernizasyonu ve yapısal dönüşümü yer almaktadır. Akıllı uzmanlaşma stratejileriyle yürütülen bu dönüşüm sürecinde yaratıcı endüstriler önemli bir role sahiptir. Çünkü bu endüstrilerin, teknolojik yeniliklerin geliştirilmesi ve bunların ekonomiye ve topluma yayılmasında öncü bir rolü bulunmaktadır (UNIDO, 2019; KEA, 2019 ve European Parliament, 2016).

Bu yeniliklerin kaynağında bilim, teknoloji ve sanat alanındaki bilgi ve becerileri sentezleyebilen “yaratıcı

işgücü” bulunmaktadır. Ekonominin dijital dönüşümü bu işgücüne (yaratıcı mesleklere) olan talebi artırmıştır; teknoloji ilerledikçe de yaratıcı becerilerin daha önemli hale geleceği ve yaratıcı işlerde uzmanlaşmış kişilerin dijital çağdan en çok faydalananlar arasında yer alacağı tahmin edilmektedir (Bakhshi vd., 2015). Bu nedenle, akıllı uzmanlaşma stratejileri kapsamında yaratıcı endüstrilerin güçlendirilmesi bölgede, üretimin geleneksel yapıdan modern bir yapıya dönüşmesine yardımcı olurken; yeni iş ve istihdam alanlarının açılması ve yeni becerilerin kazanılması süreçlerini de hızlandıracaktır. Bu durum, dijital dönüşümün, bölgenin üretim yapısı ve iş gücü üzerinde yaratacağı tehditleri fırsata dönüştürme imkânı verecektir (OECD, 2019b).

Yaratıcı endüstriler aynı zamanda bölgeler ve kişiler arasındaki eşitsizliğin azaltılması, refahın toplumun her kesimine yayılması gibi süreçlerde de olumlu etkilere sahiptirler. Bu endüstriler özellikle kadınların ve gençlerin kültürel, sosyal, ekonomik ve politik yaşama katılımlarını güçlendirerek; girişimcilik kapasitelerini ve istihdam düzeylerini artırarak sürdürülebilir, kapsayıcı bölgesel/kırsal kalkınmaya önemli katkıda bulunurlar (UNIDO, 2014).

Yaratıcı Endüstrilerin Yapısal Analizi

İkinci bölümde üretim, katma değer, istihdam vb. istatistikler kullanılarak yaratıcı endüstrilere ilişkin bölgesel (İBBS-2 düzeyi), ulusal ve uluslararası düzeyde yapısal analizler gerçekleştirilmiştir. Bölgesel düzeydeki analizler daha ayrıntılı bir şekilde yapılmış ve özellikle TR31-İzmir bölgesine yoğunlaşmıştır.

Ulusal Analiz

Bu kısımda yaratıcı endüstriler önce toplulaştırılarak sonra ise ayrı ayrı analiz edilmişlerdir. Bu endüstriler toplulaştırıldığında oluşan endüstri topluluğunu ifade etmek için “yaratıcı ekonomi” kavramı kullanılmıştır. 2017 yılında Türkiye’de yaratıcı ekonomi yaklaşık 28 milyar dolarlık bir ciroya, 25 milyar dolarlık bir üretime, 7 milyar dolarlık bir katma değere ve 344 bin kişilik bir istihdama sahiptir. Bu endüstriler Türkiye’nin toplam üretiminin %3’ünü, cirosunun

%2’sini, istihdamının ise %1’ini oluşturmaktadır¹. 2010 ile 2017 yılları arasında yaratıcı ekonominin ciro ve üretiminde önemli bir değişiklik gözlemlenirse de katma değerinde %25, istihdamında %43 ve girişim sayısında %34’lük bir artış gözlemlenmiştir.

Türkiye’de yaratıcı ekonominin (yaratıcı endüstriler toplamı) katma değer oranının (üretim içinde katma değer payı) diğer geleneksel sektörlerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu oran imalat sanayi için %22, inşaat sektörü için %15, yaratıcı ekonomi için ise %28 olarak hesaplanmıştır.

Buna ek olarak, yaratıcı endüstrilerin ekonomi içerisindeki stratejik önemi belirlenirken inşaat ve imalat sanayilerinin ekonomi içindeki yüksek ağırlığının yanı sıra sonuçlara yol açmaması için ikinci bir (nispi) ölçek daha kullanılmıştır. Bu ölçek, bir endüstrinin Türkiye’nin toplam katma değeri içindeki payının aynı endüstrinin Türkiye’nin toplam üretimi içindeki payına oranlanmasıyla elde edilmiştir. Bu oranın “1” olması, ilgili endüstrinin Türkiye’nin toplam katma değeri içerisindeki payı ile Türkiye’nin toplam üretimi içerisindeki payının birbirine eşit olduğunu ima etmektedir. Söz konusu oran, yaratıcı ekonomi için 1,04 olarak hesaplanırken, imalat sanayi için 0,83, inşaat için 0,53 olarak hesaplanmıştır. Diğer bir ifadeyle, imalat ve inşaat sanayilerin aksine yaratıcı endüstriler ülkenin katma değerine, ülkenin üretiminden aldıkları paydan, daha yüksek oranda katkı sunmaktadırlar.

Bu çalışmada Türkiye’deki tüm yaratıcı endüstriler birbirleriyle karşılaştırmalı olarak da analiz edilmiştir. Sonuç olarak, ciro, katma değer, verimlilik ve istihdam göstergeleri birlikte değerlendirildiğinde Türkiye’nin yaratıcı endüstrileri içerisinde bilgisayar programlama faaliyetleri (6201), en iyi performansla sahip endüstri olarak tespit edilmiştir. Bu endüstrinin en yakın takipçisinin ise bilgisayar danışmanlık faaliyetleri (6202) olduğu görülmüştür.

Uluslararası Analiz

Türkiye’nin yaratıcı ekonomisi, 16 OECD ülkesinin yaratıcı ekonomisiyle karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Hemen hemen tüm göstergelerde (ciro,

üretim, katma değer vb.) mutlak rakamlar dikkate alındığında Türkiye’nin yaratıcı ekonomisi OECD ülkeleri sıralamasında ortalarda yer alırken, nispi rakamlar kullanıldığında (ilgili göstergelerin GSYİH’ya oranı) Türkiye son sıralara gerilemektedir. OECD ülkeleri içerisinde yaratıcı ekonominin en yüksek katma değer oranına sahip olduğu ülkeler Almanya (%65), İngiltere (%55) ve İspanya (%54) olurken, en düşük katma değer oranına sahip ülke ise Türkiye olmuştur. Türkiye’deki yaratıcı ekonominin katma değer oranı neredeyse bu ülkelerin yarısı kadardır.

OECD ülkelerinkine kıyaslandığında Türkiye’deki yaratıcı endüstriler içerisinde bilgisayar programlama faaliyeti (6201) nispeten en iyi konumda olan endüstri olarak tespit edilmiştir. Bu endüstrinin katma değer oranı %52 olarak hesaplanmıştır ki; bu değer birçok OECD ülkesinden daha yüksektir.

Bölgesel Analiz (İBBS-2 Düzeyi)

Bölgesel düzeyde yaratıcı endüstrilere ilişkin ulaşılabilen en son veri 2015 yılına aittir. Söz konusu yılda yaratıcı ekonominin en yüksek ciroya sahip olduğu ilk beş bölge sırasıyla TR10 (İstanbul), TR51 (Ankara), TR42 (Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova), TR31 (İzmir) ve TR61 (Antalya, Isparta, Burdur) olarak tespit edilmiştir. Bu bölgelerin Türkiye’nin toplam yaratıcı ekonomi cirosunun içindeki payları sırasıyla TR10: %73,9; TR51: 9,7; TR42: %3,4; TR31: %2,6 ve TR61: %2,5 dir. Sadece bu beş bölge Türkiye’deki yaratıcı ekonominin toplam cirosunun %90’ından fazlasını gerçekleştirmektedir.

Bölgelerin yaratıcı endüstrilerinde çalışan sayıları incelendiğinde yukarıdaki sıralama biraz değişmektedir. 2015 yılında yaratıcı endüstrilerde en fazla istihdam sağlayan bölgeler sırasıyla TR10 (167 bin kişi), TR51 (35 bin kişi), TR31 (13 bin kişi), TR61 (12 bin kişi) ve TR41 (9 bin kişi) bölgeleri olmuştur.

Uzmanlaşma: İBBS-2 bölgelerinin yaratıcı endüstrilerde uzmanlaşma (yoğunlaşma) gösterip göstermediğini belirleyebilmek amacıyla yerleşme katsayıları (LQ) kullanılmıştır. Bu katsayılar hem bölgenin yaratıcı ekonomisi hem de yaratıcı endüstriler için ayrı hesaplanmıştır.

¹ *Bu oranlar hesaplanırken sadece TÜİK’in yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinde yer alan endüstriler dikkate alınmıştır. Kapsam dışı endüstrilerin de hesaplama dahil edilmesi bu oranlarda değişikliğe yol açabilir.

Yaratıcı ekonominin uzmanlaşma gösterdiği üç bölge tespit edilmiştir. Bunlar, TR10 (İstanbul), TR51 (Ankara) ve TR61 (Antalya, Isparta, Burdur) bölgeleridir. Yaratıcı ekonomi bu üç bölge dışında her ne kadar bir uzmanlaşma göstermese de kritik LQ değerine en yakın bölgenin TR31 (İzmir) bölgesi olduğu tespit edilmiştir.

Yaratıcı ekonominin yanı sıra yaratıcı endüstrilerin de bölgesel yoğunlaşmaları araştırılmıştır. Dokuz ana yaratıcı endüstri grubu için uzmanlaşma gösteren bölgeler şu şekildedir: **Reklam ve Pazarlama:** TR10 ve TR51; **Mimarlık:** TR10, TR41, TR51 ve TR61; **El Sanatları:** TR10; **Tasarım:** TR10, TR21 ve TR32; **Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf:** TR10, TR51 ve TR61; **Bilgi Teknolojileri Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri:** TR10, TR31 ve TR51; **Yayıncılık:** TR10 ve TR51; **Müze, Galeri ve Kütüphaneler:** TR10 ve TR42; **Müzik Performansı ve Görsel Sanatlar:** TR10 ve TR61.

Alt yaratıcı endüstri gruplarında uzmanlaşma incelendiğinde TR10 bölgesinin tüm yaratıcı endüstrilerde, TR51 bölgesinin 17 endüstride, TR61 bölgesinin 7 endüstride ve TR31 bölgesinin ise 5 endüstride uzmanlaşma gösterdiği tespit edilmiştir.

Yaratıcı Yayılım ve Eş-Yerleşme: Yaratıcı endüstriler yenilikçi faaliyetleriyle buldukları bölgenin yaratıcılık kapasitesine doğrudan katkıda sağlarlar. Aynı zamanda ekonominin diğer alanlarına da yayılma etkileriyle dolaylı katkı sunarlar. Dolayısıyla bu endüstrilerin bulunduğu bölgelerde bir “yaratıcı yayılım” söz konusudur. Yaratıcı yayılımın varlığına ilişkin ampirik bir kanıt bulabilmek için hem yaratıcı endüstrilerin birbirleriyle hem de yaratıcı endüstrilerle diğer yenilikçi endüstrilerin (Yüksek Teknoloji Endüstrileri ve Bilgi Yoğun İş Hizmetleri) bir bölgede aynı anda konumlanma (eş-yerleşme) eğiliminde olup olmadıkları analiz edilmiştir. Bu amaçla korelasyon analizi kullanılmıştır. Yaratıcı endüstriler arasındaki korelasyon analizi sonuçları şu şekildedir:

- **Reklam ve pazarlama endüstrisi,** el sanatları dışında diğer tüm yaratıcı endüstrilerle birlikte eş-yerleşme göstermektedir. Fakat bunların dereceleri arasında farklılıklar bulunmaktadır.
- **Mimarlık** ile diğer yaratıcı endüstriler arasında genellikle düşük düzeyde bir korelasyon bulunmaktadır. Sadece film-TV-video-radyo-fotoğraf endüstrisi

ile arasındaki korelasyon orta düzeydedir.

- **El sanatları,** diğer hiçbir yaratıcı endüstriyle eş-yerleşme sergilememektedir.
- **Tasarım** endüstrisinin uzmanlaşma gösterdiği bölgelerde film-TV-video-radyo-fotoğraf, bilgi teknolojileri-yazılım-bilgisayar hizmetleri ve müzik-performans-görsel sanatlar endüstrileri de uzmanlaşma gösterme eğilimindedirler. Tasarım endüstrisi ile bu endüstriler arasındaki eş-yerleşme ilişkisi orta düzeydedir. Tasarım endüstrisi, müze-galeri-kütüphane başlığı altındaki faaliyetlerle de eş-yerleşme sergilemektedir, fakat bu ilişkinin derecesi düşük düzeydedir.
- **Film-TV-video-radyo-fotoğraf** başlığı altındaki endüstriler ile bilgi teknolojileri-yazılım-bilgisayar hizmetleri ve müzik-performans-görsel sanatlar başlığı altındaki endüstriler arasında yüksek korelasyon tespit edilmiştir.
- **Müzeler - galeriler - kütüphane** faaliyetlerinin uzmanlaştığı bölgelerde müzik-performans-görsel sanatlar faaliyetlerinin de yüksek oranda uzmanlaşma gösterdiği bulgusu elde edilmiştir.

Yaratıcı endüstriler ile diğer yenilikçi endüstriler arasındaki korelasyon analiz sonuçları ise şu şekildedir:

- Yaratıcı endüstriler daha çok bilgi yoğun iş hizmetleriyle (BYİH) eş-yerleşme gösterirken yüksek-teknoloji endüstrileri ile daha az eş-yerleşme gösterdiği tespit edilmiştir.
- Yaratıcı endüstriler içerisinde yüksek-teknoloji endüstrileri ile eş-yerleşme gösteren iki endüstri bulunmaktadır. Bunlar “*müzik*” ve “*bilgi teknolojileri-yazılım-bilgisayar hizmetleri*” endüstrileridir. Ancak bu eş-yerleşme ilişkisi düşük düzeydedir.
- BYİH'ler, dört yaratıcı endüstriyle (*reklam-pazarlama, film-TV-video-radyo-fotoğraf, bilgi teknolojileri-yazılım-bilgisayar hizmetleri ve müzik-performans-görsel sanatlar*) yüksek, iki yaratıcı endüstriyle (*tasarım ve müze-galeri-kütüphaneler*) orta ve bir yaratıcı endüstriyle (*mimarlık*) düşük düzeyde eş-yerleşme göstermektedir.
- **El sanatları** ve **yayıncılık** endüstrileriyle ne yüksek-teknoloji ne de BYİH'ler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir korelasyon ilişkisi tespit edilememiştir.

TR-31 Bölgesinin Analizi

2015 yılında yaratıcı endüstrilerin İzmir'deki toplam cirosu 544 milyon dolar ve çalışan sayısı 12.971 kişidir. Türkiye'nin toplam yaratıcı ekonomi cirosu ve istihdamı içerisinde İzmir'in yaratıcı endüstrilerinin payı sırasıyla %2,6 ve %4,6'dır. Bu endüstrilerin İzmir'in toplam cirosu içindeki payı %0,6 ve istihdamı içindeki payı ise %0,9'dur.

Yaratıcı endüstriler İzmir'de ciro açısından değerlendirildiğinde en yüksek pay %23,3 ile reklam ajansları faaliyetlerine (7311) aittir. Bunu yaklaşık %19'luk payla bilgisayar programlama faaliyetleri (6201) ve %16'lık payla mücevher ve benzeri eşyaların imalatı (3212) izlemektedir. Ciro payı en yüksek beş endüstrinin toplam cirosu (7311, 6201, 3212, 5813 ve 6202 kodlu endüstriler) İzmir'in yaratıcı ekonomi cirosunun %78'ine karşılık gelmektedir.

İzmir'de yaratıcı endüstrilerin istihdam paylarına baktığında yine ilk iki sırada 7311 kodlu reklam ajansları faaliyetleri ve 6201 kodlu bilgisayar programlama faaliyetlerinin yer almaktadır. Mimarlık faaliyetleri (7111) ciro sıralamasında daha gerilerdeyken istihdam sıralamasında %10,6'lık pay ile üçüncü sırada yer almaktadır. İstihdam payı en yüksek ilk beş yaratıcı endüstri (7311, 6201, 7111, 5813 ve 6202 kodlu endüstriler) İzmir'in yaratıcı ekonomi istihdamının %76'sını oluşturmaktadır.

İzmir'de Yaratıcı Endüstrilerde Uzmanlaşma: 2010 yılında İzmir, sanat tesislerinin işletilmesi (9004), reklam ajanslarının faaliyetleri (7311) ve fotoğrafçılık faaliyetlerinde bir uzmanlaşma sergilerken, 2015 yılında da bu alanlardaki uzmanlaşmanın ortadan kalktığı gözlemlenmiştir.

İzmir'de sinema film gösterimi faaliyetleri (5914) ve kültürel eğitim faaliyetlerinde (8552) 2010 yılında tespit edilen uzmanlaşmanın 2015 yılında da devam ettiği görülmüş fakat bu faaliyetlerin uzmanlaşma derecelerinde bir gerileme olduğu tespit edilmiştir.

Bunların yanı sıra, 2010 yılında İzmir'de uzmanlaşma sergilemeyen bazı yaratıcı endüstrilerde 2015 yılında uzmanlaşma gerçekleştiği görülmüştür. Bunlar, diğer yayıncılık faaliyetleri (5819), bilgisayar programlama faaliyetleri (6201) ve gazetelerin yayımlanması faaliyetleri (5813) olarak tespit edilmiştir.

Üç Yıldız Analizi: İzmir'de yaratıcı endüstrilerin kümelenme potansiyelini belirleyebilmek amacıyla üç yıldız analizi yapılmıştır. Bu analiz çerçevesinde her bir endüstri uzmanlık, büyüklük ve baskınlık kriterleri açısından değerlendirilmiştir. Tek kriteri geçebilen endüstriler için “*aday küme*”, iki kriteri geçebilenler için “*potansiyel küme*” ve üç kriteri de geçebilen endüstriler için “*olgun küme*” ifadeleri kullanılmıştır.

2015 yılı için İzmir'in üç yıldız analiz sonuçlarına göre bilgisayar programlama faaliyetleri (6201) üç yıldız olarak bölgede olgun küme özelliği gösteren tek yaratıcı endüstri olarak tespit edilmiştir. İlgili endüstri 2010 yılında sadece büyüklük kriterini aşarak tek yıldız alabilmişken beş yıl içerisinde hızlı bir ilerleme göstererek her üç kümelenme kriterini de geçmeyi başarmıştır. TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) verilerine göre beş yıl içerisinde ilgili endüstride istihdamda 4 kattan fazla; firma sayısında ise 7 kattan fazla bir artış gözlemlenmiştir.

Analiz sonuçları, 2015 yılında iki yıldız olarak İzmir'de potansiyel küme özelliği taşıyan yaratıcı endüstriler olarak şunları işaret etmektedir: *Gazetelerin yayımlanması (5813), diğer yayıncılık faaliyetleri (5819), sinema filmi gösterim faaliyetleri (5914), reklam ajanslarının faaliyetleri (7311) ve kültürel eğitim (8552). Reklam ajanslarının faaliyetleri (7311),* 2010 yılında İzmir'de olgun küme özelliği sergilerken; 2015 yılında bu özelliğini kaybetmiştir. Söz konusu endüstri için hesaplanan uzmanlık katsayısı, eşik değer olan 1'e hala çok yakındır ve İzmir'de olgun küme ligine yükselmeye talip en güçlü adaydır. Bu endüstrinin desteklenmesi endüstriyi hızlıca eski seviyesine geri getirebilir.

İzmir'de sadece büyüklük kriterini aşarak tek yıldız alabilen 15 endüstri bulunmaktadır. Bunlar arasında özellikle uzmanlaşmış tasarım faaliyetlerinde (7410) önemli bir potansiyelin var olduğunu görülmektedir. İlgili endüstrinin uzmanlaşma katsayısı 0,90 olarak hesaplanmış ve kritik değere oldukça yakın gözükmektedir. Eğer bu endüstrinin uygun teşviklerle büyümesi sağlanabilirse potansiyel küme grubunda yer alması mümkün gözükmektedir.

İzmir'de Dijital Endüstriler: Daha önce de belirtildiği gibi yaratıcı endüstriler yeni teknolojik araçları ve dijital teknolojik gelişmeleri en hızlı şekilde uygulamaya dönüştüren endüstrilerdir. Bu nedenle, yaratıcı ve dijital endüstriler arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Bu ilişki göz önünde bulundurularak İzmir'in dijital endüstriler konusunda hangi aşamada olduğu da bu raporda ele alınmıştır. İzmir'deki dijital endüstriler Türkiye'nin dijital ekonomisinin toplam cirosunun %5,1'ini gerçekleştirmekte ve bu alanda çalışanların %2,3'ünü istihdam etmektedir. Bu endüstriler İzmir ekonomisinin toplam cirosunun %1,3'ünü ve istihdamında da %1'ini oluşturmaktadır.

İzmir'in dijital endüstrilerinin toplam cirosu ve istihdamı içinde en yüksek paya sahip olan ilk beş dijital endüstri 4652, 6110, 4651, 6201 ve 6120 kodlu endüstrilerdir. Bu endüstriler İzmir'in dijital ekonomi cirosunun %77'sini ve istihdamının %69'unu temsil etmektedir.

Hem yaratıcı hem de dijital endüstriler içerisinde yer alan *bilgisayar programlama faaliyeti (6201)* İzmir'in yaratıcı ekonomisinde olduğu gibi dijital ekonomisinde de önemli bir yere sahiptir.

İzmir'de Yaratıcı Meslekler: Dijital dönüşümün yaşandığı bu dönemde yaratıcı beceriler gerektiren mesleklerin giderek öne çıkacağı ve yaratıcı işlerde uzmanlaşmış kişilerin dijital çağdan en çok faydalananlar arasında olacağı öngörülmektedir. Bu düşünceden hareketle İzmir'in yaratıcı mesleklere ilişkin mevcut durumu da bu çalışmada ortaya konmaya çalışılmıştır. Bir bölgenin yaratıcı işgücü potansiyeli ölçümlenirken sadece yaratıcı endüstrilerde bu meslekleri yapanlar değil başka endüstrilerde de yaratıcı meslekleri yapanlar dikkate alınmalıdır. Bu şekilde hesaplandığında Türkiye'de tüm endüstrilerde çalışan 542 bin yaratıcı meslek sahibi bulunmaktadır ve bunların 31 bin kişisi İzmir'de çalışmaktadır. Bu rakam İzmir'in toplam işgücünün %1,6'sına karşılık gelmektedir. İzmir'de yaratıcı meslekler içerisinde en çok çalışana sahip olan mesleklerin başında *el sanatları ve reklam-pazarlama grupları* gelmektedir. Bu iki alanda çalışanların toplamı İzmir'deki yaratıcı meslek sahiplerinin %50'sinden daha fazladır. İzmir'de en yüksek çalışanın olduğu üçüncü sıradaki yaratıcı meslek grubu ise *tasarım*dır. Yaklaşık 3600 kişinin

çalıştığı bu meslek grubunun İzmir'in toplam yaratıcı mesleklerinde çalışan sayısı içindeki payı yaklaşık %11,5'tir.

İzmir'de Dijital Meslekler: Yaratıcı ve dijital meslekler birbirlerini besleyen mesleklerdir. Hatta bazı yaratıcı meslekler aynı zamanda dijital meslek olarak da tanımlanmaktadır. Günümüz dünyasında bir bölgenin gelişimi için yaratıcı meslekler kadar dijital mesleklerin de önemli bir payı bulunmaktadır. 2019 yılı itibarıyla Türkiye'de 101 bin kişi dijital meslek sahibidir ve bunların %5,7'si İzmir'de istihdam edilmektedir. Bu oranla İzmir, bu alanda en yüksek istihdamda sahip üçüncü bölge konumundadır. İzmir'de dijital mesleklerde çalışanların %37'sini "*yazılım geliştiriciler*" ve %26'sını "*bilgi ve iletişim teknolojisi kullanıcı destek teknisyenleri*" oluşturmaktadır.

Yaratıcı Mal Dış Ticareti

Üçüncü bölümde yaratıcı mal ticareti üç düzeyde (uluslararası, ulusal ve bölgesel) analiz edilmiştir. Analizler 7 farklı mal grubu (el sanatları, görsel ve işitsel mallar, tasarım, yeni medya, gösteri sanatları, yayıncılık, görsel sanatlar) için gerçekleştirilmiştir.

Küresel Yaratıcı Mal Ticareti

Küresel yaratıcı mal ticaretine ilişkin en son veriler 2015 yılına aittir. Söz konusu yılda bu ticaret 510 milyar dolara ulaşmıştır. Türkiye ise aynı yılda 8,7 milyar dolarlık yaratıcı mal ihracatı ile dünyada 12. sırada yer almıştır (2005 yılında 3,3 milyar dolar ile 19. sıradaydı). Yaratıcı mal ihracatı, toplam küresel mal ihracatının yaklaşık %3'ünü oluşturmaktadır.

Küresel yaratıcı mal ihracatı içerisinde Türkiye'nin payı ise %1,7'dir. UNCTAD verilerine göre 2015 yılında dünya mal ihracatı içinde Türkiye'nin payının yaklaşık %1 olduğu göz önüne alındığında yaratıcı mal ihracatındaki payının hiç de azımsanmayacak bir oran olduğu görülmektedir.

Türkiye dünyada yaratıcı mal dış ticaretinde fazla veren ülkeler arasında dördüncü sırada yer almaktadır.

Türkiye'nin Yaratıcı Mal Ticareti

Türkiye'nin yaratıcı mal ticaretine ilişkin ulusal veri kaynaklarından (TÜİK'ten) ulaşılabilen en güncel veri 2019 yılına aittir. Bu yılda Türkiye'nin yaratıcı mal ihracatı 11 milyar dolardır. Türkiye'nin aynı yılda yaratıcı mal ithalatı da yaklaşık 3,6 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla Türkiye, yaratıcı mal ticaretinde yıllık 7 milyar doların üzerinde dış fazla vermektedir.

Türkiye'nin yaratıcı mal dış ticaretinin %60'tan fazlasını *tasarım ürünleri* oluştururken, %30 kadarını da *el sanatları ürünleri* oluşturmaktadır. Küresel el sanatları ihracatında Türkiye %8'lik payla en yüksek ihracat yapan ikinci ülke konumundadır. Türkiye, tasarım ürünleri ihracatında da dünyadaki ilk 10 ihracatçı ülke arasındadır.

2005 yılında Türkiye'nin yaratıcı mal ihracatı yaptığı ilk üç ülke sırasıyla ABD, Almanya ve Rusya olmuştur. 10 yıl içerisinde Türkiye'nin yaratıcı mal ihracatı yaptığı ülke sıralamalarında önemli değişiklikler söz konusu olmuştur. 2015 yılına gelindiğinde Türkiye'nin yaratıcı mal ihracat pazarında ilk sırayı Birleşik Arap Emirlikleri almıştır. Bu ülkeyi sırasıyla Irak, İran ve Suudi Arabistan takip etmiştir. İlgili dönem incelendiğinde Türkiye'nin yaratıcı mal ihracatında bölgesel bir kayma yaşadığı gözlemlenmiştir.

Bölgesel Yaratıcı Mal Ticareti

İBBS-2 bölgelerinin yaratıcı mal ticaretinde birbirlerine göre mukayeseli üstünlükleri Balassa endeksi vasıtasıyla analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre İzmir'in, iki yaratıcı mal grubunda mukayeseli üstünlüğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Bunlar *yeni medya* ve *görsel sanat* ürünleridir. İzmir, bu alanlarda mukayeseli üstünlüğü olan diğer bölgelerden de daha yüksek bir uzmanlık değerine sahiptir.

Yaratıcı Endüstriler Ekosistemi

Bilginin üretim süreçlerindeki artan rolü ve bunun sonucu olarak küresel ekonominin uğradığı değişim, yenilik ve teknoloji üretimi için dinamik bir etkileşim ortamını, diğer bir ifadeyle bilgi üretimini hızlandıracak olan canlı ekosistemlerin oluşumunu gerekli kılmaktadır. Önümüzdeki dönemde yaratıcılık, bilgi ve teknolojinin birbirini beslediği ekosisteme sahip ekonomiler büyüme ve rekabet konusunda avantajlı konumda olacaklardır. Bu düşünceden hareketle İzmir'in bu alandaki durumunu ortaya koyabilmek amacıyla bu bölümde İzmir yaratıcı endüstriler ekosistem haritası oluşturulmuştur. Haritayı oluşturan aktörlerin etkileşimleri ve ekosisteme katkıları mikro, mezo ve makro düzeyde ele alınarak değerlendirilmiştir.

Genel Değerlendirme

Elde edilen bulgular öncelikle ulusal düzeyde bir "yaratıcı ekonomi politikası" oluşturulmasına ve izlenmesine ihtiyaç olduğunu göstermiştir. Ayrıca yaratıcı endüstrilerin izlenebilmesi için hem ulusal hem de bölgesel düzeyde TÜİK tarafından veri derlenmesi ve periyodik olarak yayınlamasına gerek vardır. Dijital teknolojilerin yaratıcı endüstrilere entegrasyonuna ilişkin strateji çalışmalarının yapılması gerekmektedir.

Yaratıcı ekonomide uzmanlaşma konusunda İzmir'in sınırda olduğu tespit edilmiştir. İzmir'de öncelikle üç endüstrinin desteklenmesinin önemli olduğu sonuca varılmıştır. Bunlar, bilgisayar programlama faaliyetleri, reklam ajansları faaliyetleri ve tasarım olarak belirlenmiştir.



BÖLÜM 1

Yaratıcı Endüstriler: Tanım, Teknoloji ve Bölgesel Politikalar



1.1. Tanımlar ve Sınıflamalar

Bu kısımda yaratıcılık kavramıyla birlikte yaratıcı endüstri ve yaratıcı meslek tanım ve sınıflamalarına yer verilmiştir.

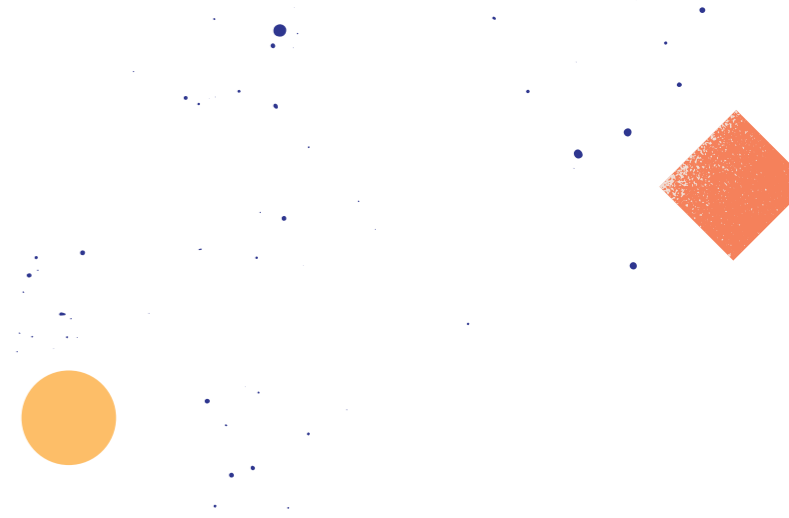
1.1.1. Yaratıcılık

Yaratıcılık kavramı Latince'de üretmek, meydana getirmek anlamına gelen "creare" fiiline dayanmaktadır. Günümüzde pek çok farklı disiplinde büyük öneme sahip olan bu kavram, yüzyıllar boyunca 'insanın yaratıcılığı' anlamında kullanılmamıştır. Yaratmak eyleminin insan tarafından gerçekleştirildiğine dair ilk yazılı kaynağın, 1875 yılında Adolphus Ward'un yayımladığı bir tiyatro tarihi kitabı olduğu bilinmektedir. İlk zamanlarda çok popüler olmayan bu kavramın standart sözlüklere ve İngilizce dışındaki diğer dillere girmesi, elli yıldan fazla zaman almış ve bu süreçte II. Dünya Savaşı gibi önemli toplumsal dönüşümler yaşanmıştır. Bu dönemde yaratıcılığın kaynağında, insanı diğerlerinden farklı kılan bilişsel yeteneklerinin olduğu, başka bir ifadeyle yaratıcılığın birkaç dâhiye (Einstein vb.) mahsus olduğu düşünülmüştür. İkinci Dünya Savaşı sonrasında bu konuda artan bilimsel çalışmalarla birlikte yaratıcı potansiyelin tüm insanlığa içkin olduğu varsayılmaya başlanmış ve bireysel etmenlerin yanı sıra, söz konusu potansiyeli ortaya çıkaran çevresel ve sosyal koşulların araştırılmasına olan ilgi de artmıştır (Glăveanu ve Kaufman, 2018: 10).

Günümüzde yaratma eylemi, bireyin merkezi sinir sistemi ve duyu dünyası ile birlikte fiziki, sosyal ve kültürel çevresinin etkilerini de kapsayacak şekilde bir bütün olarak ele alınmaktadır (Changeux, 2005). Esas olarak problem çözme kapasitesi kapsamında değerlendirilen yaratıcılık eylemi en basit şekilde; *yeni ve aynı zamanda sosyal değeri olan yararlı, ilginç fikirlerin üretimi* olarak tanımlanabilir (Simon, 1983; Santagata, 2009 ve Amabile, 2018).

Yeni bilgiyi, yeni sanat biçimlerini, yeni teknolojileri, yaratıcı insanları, sosyal, fiziksel ve bilgiye dayalı sermayeyi bir araya getiren ve aynı zamanda üretken bir şekilde bütünleşmelerini sağlayan şehirler/bölgeler, yeni bilgilerin üretimi için elverişli bir ortam yaratırlar (Florida, 2018: 23). Bu bölgelerde yaşayan insanlar ve faaliyet gösteren firmalar, zengin bilgi tabanı şeklindeki yerel dışsallığın faydalarını içselleştirerek, daha fazla yeni bilgi yaratma fırsatı elde ederler.

Yaratıcı endüstriler bu elverişli ortamın önemli unsurlarından bir tanesidir. Nesilden nesile aktarılan kültürel bilgi birikimini yeni teknolojiler ile bütünleştirerek yaratıcı bir girdiye dönüştüren bu endüstriler; insanların sosyal, ekonomik, kültürel hayata bireysel refah ve potansiyellerini artıracak şekilde katılmasını, yaratıcı fikirlere sahip kişilerin ve firmaların bölgeye çekilmesini, yeni iş modellerinin gelişmesini, yeni teknolojilerin kullanımının yaygınlaşmasını ve aynı zamanda insanlar arasında güven ve işbirliği isteğini artıran bir sosyal öğrenme platformunun oluşmasını sağlayarak, şehirdeki/bölgedeki bilgi tabanının zenginleşmesine ve dolayısıyla yeni ve sosyal değeri olan bilgi üretiminin artmasına, önemli katkıda bulunurlar (Santagata, 2009 ve KEA, 2009).



1.1.2. Yaratıcı Endüstriler

1990'lı yıllardan itibaren bilişim teknolojilerinin hızla gelişimi ve artan kullanımı ekonomide yapısal bir dönüşüme yol açmış ve bu süreç yeni ekonomi, bilgi ekonomisi, ağ ekonomisi gibi farklı kavramlarla tanımlanmıştır. Ekonominin her alanında (üretim, dağıtım ve tüketim) ve tüm sektörlerinde bilgi ve yeniliklerin hâkim konuma gelmesi, ürün değerinin içerdiği yazılım ve bilgi tarafından büyük ölçüde belirlenmesi, hizmet sektörü ve yaratıcı içeriğe sahip kültür sektörünün hızla büyümesi gibi gelişmeler, yaratıcı endüstrilerin önemi bu yeni dönemde sürekli artmıştır (OECD, 1998; Flew, 2002).

Yaratıcı endüstriler kavramı ilk kez, Avustralya Hükümeti'nin 1994 yılında yayınladığı "Yaratıcı Ulus" raporunda kullanılmıştır. Ardından 1997 yılında İngiltere'de mevcut hükümet yeni ekonomi politikalarında, bu endüstrilerin istihdam ve refah açısından önemini vurgulamıştır (UNIDO, 2014). Günümüzde birçok ülke yeni sanayileşme politikalarında, sürdürülebilir ve kapsayıcı büyümeye olduğu kadar dijital teknolojilerin gelişmesine ve kullanımının yaygınlaşmasına olan katkıları nedeniyle yaratıcı endüstrilere önemli bir yer vermektedir (UNIDO, 2019; KEA, 2019 ve European Parliament, 2016). Bu nedenle uluslararası literatürde konuya ilişkin çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda yer alan farklı yaratıcı endüstri tanımları arasında en yaygın olarak kullanılanlar; DCMS (Dijital, Kültür, Medya ve Spor Bölümü), BM (Birleşmiş Milletler) ve AB (Avrupa Birliği)'ye ait tanımlardır (Domenech ve Rausell-Köster, 2018).

KUTU 1.2: DİJİTAL, KÜLTÜR, MEDYA VE SPOR BÖLÜMÜ (DCMS)

İngiltere hükümetinin bir organı olan DCMS, 1997 yılında kurulmuş; faaliyet alanı ve adı yıllar içerisinde değişiklik göstermiştir. Kurumun ilk adı "Kültür, Medya ve Spor Bölümü" iken, kuruluşunun 25. yıl dönümünde (03 Temmuz 2017) isminin önüne 'dijital' ifadesi eklenerek "Dijital, Kültür, Medya ve Spor Bölümü" olmuştur. Bu değişiklik kurumun, dijital teknolojilerin gelişmesiyle birlikte önemli yeni sorumluluklar üstlenmesi ve geliştirdiği politikaların yarısının dijital sektörleri (telekomünikasyon, veri koruması, internet güvenliği, siber beceriler, medya ve yaratıcı endüstrilerin ilgili alanları) kapsayacak hale gelmesi nedeniyle yapılmıştır (DCMS, 2017). Yaratıcı endüstriler ve dijital politikaların DCMS bünyesinde bir araya getirilmesi, yaratıcı endüstriler ve teknoloji sektörü arasındaki yakın ilişkiyi göstermektedir. Bu gelişme, hükümet politikaları oluşturulurken dijital altyapı ve yapay zekâ gibi kritik alanlarda yaratıcı endüstrilerin de gereksinimlerinin dikkate alınacağı anlamına gelmektedir ve bu nedenle önem taşımaktadır (Bakhshi, 2019).

DCMS Tanımı

Yaratıcı endüstrilerin, ekonomiye olan katkılarını analiz etmek ve gelişmelerine yönelik politikalar tasarlamak amacıyla taşıyan ilk çalışma, 1998 yılında İngiltere'de DCMS (o zamanki adıyla Kültür, Medya ve Spor Bölümü) tarafından yayımlanmıştır. *Yaratıcı Endüstriler Haritalama Belgesi*² adlı bu çalışma 2001 yılında tekrar yayınlanmış ve ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde geliştirilen politikalarda yaratıcı endüstrilerin dikkate alınması gerekliliği ortaya konulmuştur (Flew, 2002 ve DCMS, 2001).

DCMS (2001), yaratıcı endüstrileri, "özünde bireysel yaratıcılık, beceri ve yeteneğin olduğu; fikri mülkiyetin oluşturulması ve kullanılması yoluyla servet ve istihdam yaratma potansiyeli olan endüstriler olarak tanımlamaktadır".

Tanımda yer alan "fikri mülkiyet" kavramı, üreticisinin izni olmaksızın ürünün taklit edilmesi, ticari bir

imtiyaza dönüştürülmesi mümkün olmayan; başta telif hakkı, patent, ticari marka olmak üzere hukuki ya da düzenleyici mekanizmalar kapsamında korunan bir fikri değeri ifade etmekte ve yaratıcı endüstriler tanımının özünü oluşturmaktadır (Santagata, 2009: 157).

Zaman içerisinde DCMS'nin yaratıcı endüstri tanımında meydana gelen değişiklikler Şekil 1.1'de gösterilmiştir. DCMS, 1998 yılında yayınladığı Haritalama Belgesi'nde yaratıcı endüstrileri 13 başlık altında tanımlamıştır. Daha sonra 2014 yılında, *dinamik haritalama yöntemi*³ kullanarak yaratıcı endüstrileri yeniden belirlemiş ve 9 ana başlık altında toplanmıştır (yaratıcı endüstrilerin tam listesi için bkz. tablo 2.1). DCMS, 2002 yılından itibaren *yaratıcı endüstri ekonomik tahminleri*⁴ adı altında bu endüstrilere ilişkin katma değer, istihdam, ihracat ve işletme sayısı istatistiklerini düzenli olarak yayımlamaktadır.

Şekil 1.1: DCMS Yaratıcı Endüstriler Sınıflaması

1998	2014
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Reklam ▶ Mimarlık ▶ El Sanatları ▶ Tasarım ▶ Moda Tasarım ▶ Film ▶ Televizyon ve Radyo ▶ İnteraktif Eğlence Yazılımları ▶ Müzik ▶ Performans Sanatları ▶ Yazılım ▶ Antika ▶ Yayımcılık 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Reklam ve Pazarlama ▶ Mimarlık ▶ El Sanatları ▶ Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda ▶ Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf ▶ Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri ▶ Yayımcılık ▶ Müze, Galeri ve Kütüphaneler ▶ Müzik, Performans ve Gösteri Sanatları

2 <https://www.creativitycultureeducation.org/publication/creative-industries-mapping-document-1998/>

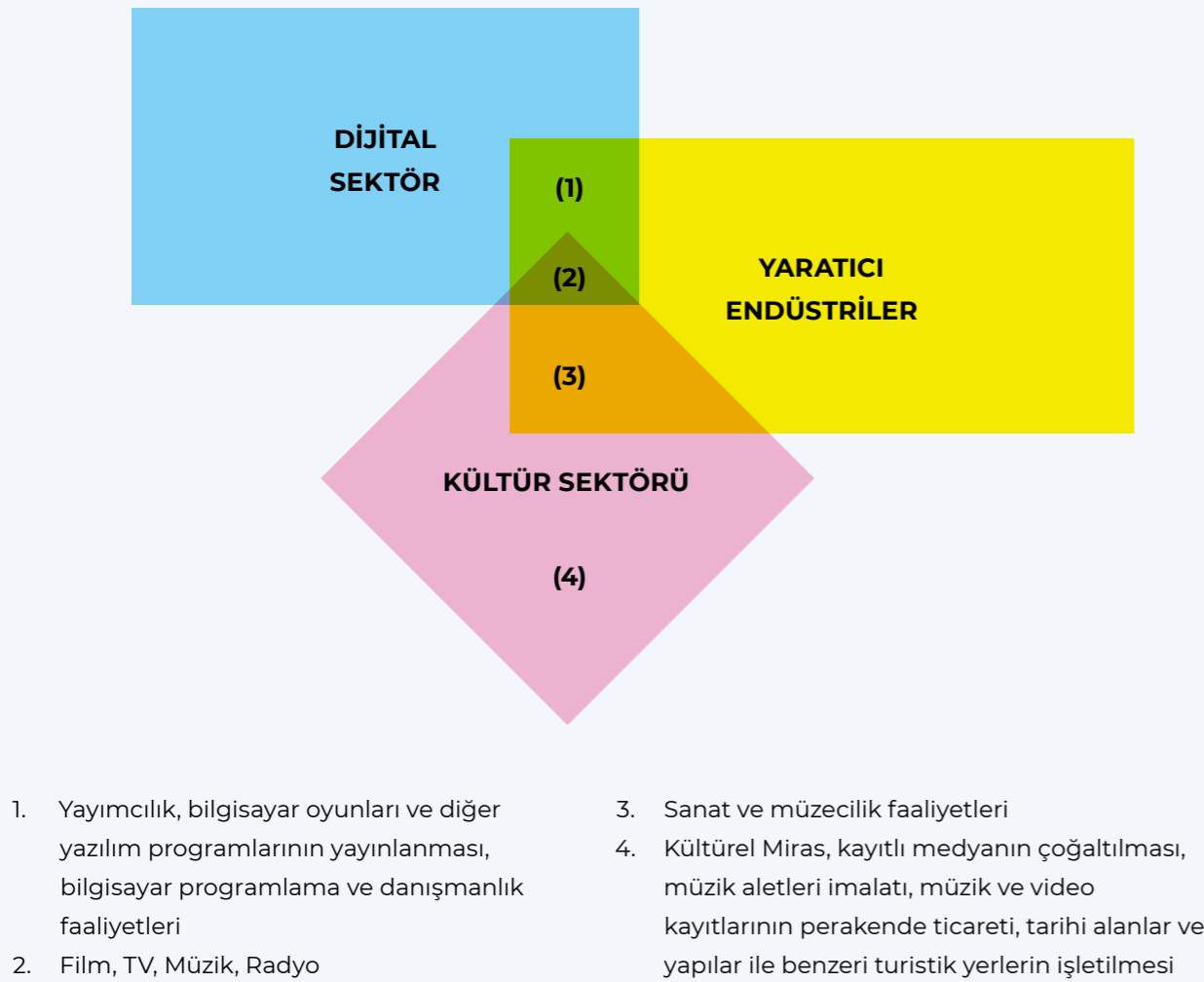
3 Dinamik haritalama yöntemi 3 adımı içermektedir; yaratıcı mesleklerin belirlenmesi, her bir endüstri için yaratıcı mesleklerde çalışan oranının hesaplanması (creative intensity) ve belirlenen bir eşik değeri üzerinde yaratıcı yoğunluğa sahip endüstrilerin "yaratıcı endüstriler" olarak tanımlanması (Bakhshi vd., 2015a; Bakhshi vd., 2013a; Bakhshi vd. 2013b; DCMS, 2016a). Yaratıcı yeteneğe dayalı olan bu yöntem, farklı endüstrilerden tutarlı bir grup oluşturmak ve uluslararası düzeyde karşılaştırma yapabilmek için güvenilir istatistikler üretilmesi açısından önemlidir (Bakhshi vd., 2015a, Nathan vd., 2015).

4 <https://www.gov.uk/government/collections/creative-industries-economic-estimates>

KUTU 1.2: YARATICI ENDÜSTRİ, DİJİTAL SEKTÖR VE KÜLTÜR SEKTÖRÜ İLİŞKİSİ

Dijital sektör, sayısallaşmayla ilgili çekirdek faaliyetleri, bilişim teknolojileri ürün ve hizmetlerini, çevrimiçi platformları ve paylaşım ekonomisi gibi bu platformlara dayalı çeşitli faaliyetleri içermektedir (IMF, 2018). Diğer bir ifadeyle dijital sektör, "dijital bilgiye ilişkin tüm ürün, teknoloji, hizmet ve sistemlere yönelik faaliyetleri kapsamaktadır" (Taymaz, 2018). Yaratıcı endüstrilerin önemli bir kısmı (Yayımcılık; IT Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri; Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf; Tasarım vb.) "dijital yoğun sektörler" sınıflaması içinde yer almaktadır (OECD, 2011a; Calvino vd., 2018).

Kültür sektörü, merkezinde kültürel bir nesnenin yer aldığı faaliyetleri kapsamaktadır. Yaratıcı endüstriler ve kültür sektörleri farklı tanımlanmalarına rağmen, birçok ortak faaliyeti kapsamaktadır.

Şekil 1.2: Yaratıcı Endüstri, Dijital Sektör ve Kültür Sektörü İlişkisi

Kaynak: DCMS (2019: 6)

Not: DCMS'nin yaratıcı endüstriler, kültür sektörü ve dijital sektör sınıflaması için bkz. ek tablo 1.1. İzmir'deki kültür sektörlerine ilişkin bilgi için bkz. ek tablo 1.2. ve 1.3.

Birleşmiş Milletler (UNCTAD/ UNESCO/ UNDP) Tanımı

BM, 2004 yılında Brezilya'nın Sao Paulo kentinde düzenlenen "UNCTAD XI Konferansı"yla birlikte yaratıcı endüstriler kavramının uluslararası ekonomi ve kalkınma gündeminde yer almasını sağlamıştır (UNCTAD, 2008: 12). UNCTAD (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı), UNESCO (BM Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu) ve UNDP (Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı) iş birliği yaparak "yaratıcı ekonomi" raporları yayınlamışlardır. UNCTAD raporları, yaratıcı ekonominin uluslararası ticaretteki önemli yükselişine dikkat çekerek, bu sektörün ekonomi içerisindeki işleyişini anlayabilmek ve tanımlayabilmek için oldukça kapsamlı bir çerçeve ortaya koymuştur (bkz. UNCTAD, 2008, 2010 ve UNESCO, 2013)

UNCTAD yaratıcı endüstrileri, "yaratıcılığı ve entelektüel sermayeyi temel girdi olarak kullanan, ürünlerin ve hizmetlerin yaratım, üretim ve dağıtım aşamaları" olarak tanımlamaktadır (UNCTAD, 2008: 13). Bu endüstriler, "odak noktasında sanat bulunmasına karşın, sadece sanatla sınırlı kalmayan aynı zamanda ticaret yoluyla ve fikri mülkiyet haklarından gelir yaratan, bilgi tabanlı faaliyetlerden oluşmaktadır ve yaratıcı içeriği, ekonomik değeri ve pazar hedefleri olan somut ürünleri, soyut entelektüel veya sanatsal hizmetleri kapsamaktadır" (UNIDO, 2014: 7).

Benzer şekilde UNESCO da yaratıcı endüstrileri; "bireysel yaratıcılık, beceri ve yeteneği temel alan, zenginlik ve istihdam yaratma potansiyeline sahip, fikri mülkiyet yaratabilen ve bunu işletebilen tüm endüstriler" olarak tanımlamakta ve özellikle sanayileşmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik ve kültürel kalkınmasına olan etkisine vurgu yapmaktadır (UNIDO, 2014: 7). Bu tanımlara göre yaratıcı endüstriler, "yeniliğe dayanan araştırma ve yazılım geliştirme faaliyetleri ile kültür endüstrileri tarafından üretilen ürün ve hizmetleri de kapsayacak şekilde, çok geniş bir yenilikçi ürün grubu"nu temsil etmektedir (UNCTAD, 2008; UNCTAD, 2010 ve UNESCO, 2013).

Yaratıcı endüstriler farklı alt-sektörlerin etkileşimi sonucunda ortaya çıkan faaliyetleri kapsamaktadır. Karakteristik özellikleri dikkate alınarak kültürel miras, sanat, medya ve fonksiyonel yaratıcılık adı altında dört ana grupta toplanan bu faaliyetler şekil 1.3'te gösterilmiştir (UNCTAD, 2008 ve UNCTAD, 2010).

BM özellikle gelişmekte olan ülkelerde yaratıcı endüstrilere yönelik desteklediği projeler ile kültürün korunmasını sağlarken, insan merkezli bir büyümeyi teşvik etmekte ve aynı zamanda sosyalleşme, kültürel çeşitlilik, çevresel sürdürülebilirliğe de katkıda bulunmaktadır (UNCTAD, 2010; UNESCO, 2013 ve UNIDO, 2014).



Şekil 1.3: UNCTAD/UNESCO Yaratıcı Endüstriler Sınıflaması



Kaynak: UNIDO (2014)

Avrupa Birliği Tanımı

AB dokümanlarında kültürel ve yaratıcı endüstriler (CCI)⁵, “kültürel değerler, kültürel çeşitlilik, bireysel ya da kolektif yaratıcılık, beceri ve yeteneğe dayanan; başta fikri mülkiyet yoluyla olmak üzere sosyal ve ekonomik değerler aracılığıyla yenilik, servet ve iş yaratma potansiyeline sahip endüstriler” olarak tanımlanmaktadır (Domenech ve Rausell-Köster, 2018).

Bu endüstriler “reklamcılık; mimarlık; arşiv, kütüphanecilik ve kültürel miras; kitap ve yayıncılık; kültürel eğitim; tasarım ve görsel sanatlar; müzik; performans sanatları ve artistik yaratıcılık; radyo ve TV, yazılım ve oyunlar; video ve film” olmak üzere on bir alt sektörü kapsamaktadır⁶ (EC, 2016: 14). AB kültür sektörü için farklı bir sınıflama kullanılmaktadır⁷.

KUTU 1.3: YARATICI AVRUPA PROGRAMI

Yaratıcı Avrupa Programı, 2014-2020 ve 2021-2027 olmak üzere iki ayrı dönemi kapsamaktadır:

2014-2020 Yaratıcı Avrupa Programı: Bu programın iki önemli amacı bulunmaktadır. Birincisi; Avrupa'nın kültür ve dil çeşitliliğini korumak, geliştirmek ve kültürel mirasına katkıda bulunmaktır. İkincisi ise akıllı, sürdürülebilir ve kapsayıcı büyümeyi teşvik etmek amacıyla, kültürel ve yaratıcı endüstrilerin özellikle de görsel-ışitsel sektörün rekabet gücünü arttırmaktır. Yaratıcı Avrupa Programı 3 alt programdan oluşmaktadır. Medya alt programının amacı, görsel-ışitsel sektörlerin uluslararası alanda faaliyet gösterebilmesi için bu sektörlerde çalışan profesyonellerin beceri/yeterlilik kazanmasını, dijital teknolojilerin kullanılmasını, hitap edilen kitleyi genişletmek için yeni yaklaşımların ve yeni iş modellerinin test edilmesini sağlamaktır. Kültür alt programının amacı, kültürel ve yaratıcı işlerle uğraşanların uluslararası iş birlikleri yapmalarını sağlayacak beceri, yetenek ve teknik bilgilerinin geliştirilmesini, *dijital teknolojileri benimsemelerini* ve hitap edilen kitleyi genişletmek için yenilikçi yaklaşımların, yeni iş ve yönetim modellerinin test edilmesini sağlamaktır. Üçüncü alt program olarak “Kültürel ve Yaratıcı Sektör Garanti İmkânı” adı verilen bir oluşum meydana getirilerek, söz konusu sektörlerde faaliyet gösteren KOBİ ve mikro ölçekli kuruluşların finansmana erişimlerinin kolaylaştırılması ve teknik destek sağlanması amaçlanmıştır (European Parliament, 2013).

2021-2027 Yaratıcı Avrupa Programı: Bir önceki programın devamı niteliğinde olan ve genel amaçlar açısından bir farklılık taşımayan bu yeni programda, kültürel ve yaratıcı sektörlerin birtakım zorluklarla karşı karşıya olduğu ve bu nedenle çeşitli faaliyetler, projeler aracılığı ile güçlendirilmeleri gerektiği belirtilmiştir. Dünya ekonomisinde yaşanan dijital dönüşümün, kültürel ve yaratıcı faaliyet değer zincirine olan etkisi ve küresel ölçekte yol açtığı yoğun rekabet üzerine vurgu yapılan programda, bu sektörlerin yeni iş modelleri geliştirebilme ve dijital teknolojilerden daha çok yararlanabilme konusunda destekleneceği ifade edilmiştir. AB, özellikle görsel-ışitsel endüstrilerin rekabetçiliklerinin güçlendirilmesi ve kültürel ve dilsel çeşitliliğinin artırılması için yasalar, politik destek ve fonlama konusunda önemli destek sağlamaktadır. Bireyler ve işletmeler için çevrimiçi dünyaya erişiminin iyileştirilmesi için planlanan “Dijital Tek Pazar” stratejisi buna örnek olarak verilebilir (European Parliament, 2018).

AB, kültürel ve yaratıcı sektörleri uzun süredir çeşitli programlarla desteklemektedir⁸ (European Parliament, 2013). Son yıllarda uygulanmakta olan en kapsamlı program, dijital çağda kültürel ve yaratıcı

sektörlerin rekabet edebilirliğini güçlendirmeye ve finansmana erişimini kolaylaştırmaya yönelik olan “Yaratıcı Avrupa Programı”dır (bilgi için bkz. kutu 1.3).

⁵ AB dokümanlarında “kültürel ve yaratıcı sektörler” ile “kültürel ve yaratıcı endüstriler” kavramları birbirinin yerine kullanılmaktadır. Bununla birlikte, kültürel ve yaratıcı endüstrilere ilişkin ulusal hesaplamalar (üye ülkelerin farklı endüstri tanımlamaları kullanmaları sebebiyle) mukayese edilebilir değildir (EC, 2012a; EC, 2016 ve KEA, 2019).

⁶ AB'nin NACE Rev.2'ye göre kültürel ve yaratıcı endüstriler sınıflaması için bkz. EC (2016).

⁷ AB Kültür sektörü sektörü NACE Rev.2 sınıflaması için bkz. EUROSTAT (2018).

⁸ Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Konseyi'nin 1718/2006/EC sayılı kararı ile yürütülen “MEDIA Programı”, 1855/2006/EC sayılı kararı ile yürütülen “Kültür Programı”, 1041/2009/EC sayılı kararı ile yürütülen “MEDIA Mundus Programı”, 1622/2006/EC sayılı kararı ile yürütülen “Avrupa Kültür Başkentleri Girişimi”, 1194/2011/EU sayılı kararı ile yürütülen “Avrupa Kültürel Miras Markası Girişimi” örnek olarak verilebilir (European Parliament, 2013).

1.1.3. Yarattıcı Meslekler

Dijital dönüşümün, işgücü piyasasına iki önemli etkisi bulunmaktadır. Birinci etkisi; robotlar, dijital teknolojiler ve bilgisayar kontrollü makinelerin insan emeğinin yerini alması, diğer bir ifadeyle mevcut işlerin otomasyonudur. 2022 yılına kadar 75 milyon kişinin mesleklerini robotlar ve otomasyon dolayısıyla kaybedeceği, buna karşın 133 milyon yeni iş fırsatının doğacağı beklenmektedir. İkinci etkisi ise, emek verimliliğinin daha yüksek olduğu yeni işlerin ortaya çıkmasıdır. Önümüzdeki 15-20 yıl içinde mevcut işlerin %14'ünün yok olacağı, %32'sinin ise radikal değişimlere uğrayacağı öngörülmektedir (Acemoğlu ve Restrepo, 2017; WEF, 2018a ve OECD, 2019a: 3).

Diğer yandan dijital dönüşümün yaratıcı işgücü piyasasına etkilerinin pozitif olacağı beklenmektedir. Grafik 1.1'den görüleceği üzere, 2030 yılı itibarıyla yaratıcı işgücü talebinde dünya genelinde %32 artış olacağı ve özellikle Çin ve Hindistan'da bu artışın sırasıyla %85 ve %58 seviyelerinde yani dünya ortalamasının çok üzerinde gerçekleşeceği beklenmektedir.

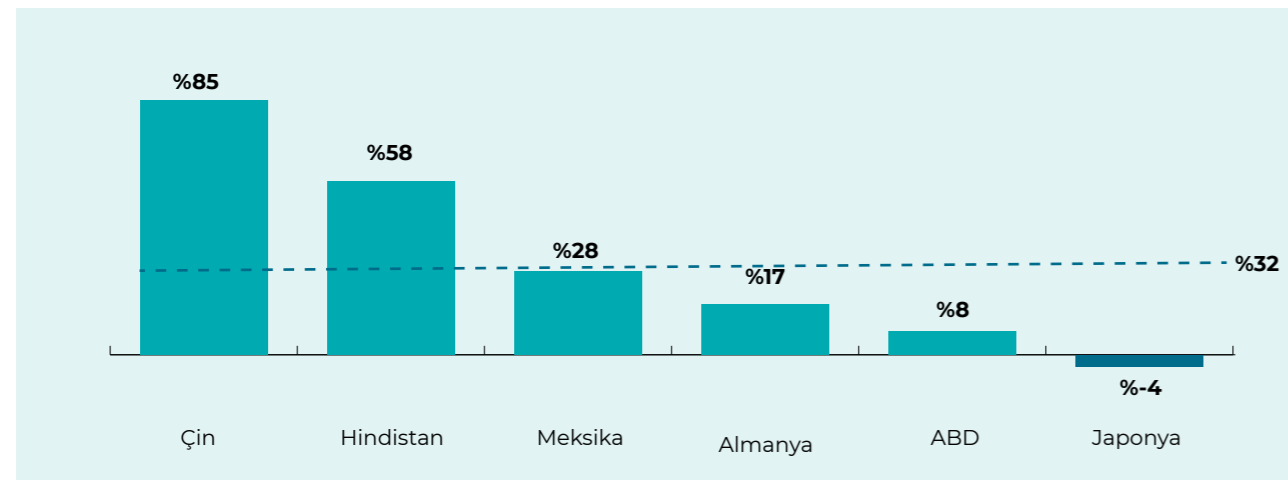
Hızla gerçekleşen dijital dönüşüm nedeniyle ortaya çıkan yeni iş alanları ve yeni meslekler, iş gücünün mevcut yetkinliklerini geliştirmesini ya da yenilerini edinmesini gerektirmektedir. Önümüzdeki yıllarda, temel (sözel ve sayısal) ve fiziksel yetkinliklerin otomasyon dolayısıyla daha az, buna karşın ileri seviye bilişsel, sosyal ve teknolojik yetkinliklerin daha çok

kullanılması beklenmektedir (McKinsey & Company, 2020).

Bilişsel becerilerin yaratıcı öğrenme ve düşünme becerileriyle bir araya gelmesi, dijital dönüşümün hızı ve kapsamına uyum sağlamanın anahtarı olarak görülmektedir (OECD, 2017a; KEA, 2019 ve Bakhshi ve Yang, 2018). Bu nedenle yaratıcılığın dijital ekonomiye yön vermek konusundaki öneminin günden güne artacağı ve gelecekte teknik beceriler kadar, yaratıcı becerileri de gerektiren mesleklerin ön plana çıkacağı tahmin edilmektedir (Bakhshi vd., 2015b). Bilgisayar kontrollü ekipmanların, öngörülebilir, tekrarlayan ve fiziksel faaliyetlerde insan gücünü taklit edebilme kapasiteleri çok yüksektir. Ancak yaratıcılığın, uzmanlığın yoğun olduğu mesleklerde emeğin yerini almaları mümkün gözükmemektedir. Bununla birlikte, gelişen teknolojilerle yakından ilişkili olan birçok yaratıcı meslekte bilgisayarlar, yaratıcı becerileri daha verimli hale getirmede tamamlayıcı konumdadır.

Müziyenlerin bilgisayarlardan yararlanarak yetkinliklerini yaratıcı bir şekilde geliştirmesi, mimarların 3D yazıcıları kullanarak tasarımlarını önceden mümkün olmadığı kadar detaylı ve az zamanda yaparak, müşterilerine görsel olarak çok daha zengin bir prototip sunmaları ya da dansçıların sanal gerçeklik sayesinde performanslarını küresel arenada sergileyebilir konuma gelmeleri, bu duruma örnek olarak verilebilir (Bakhshi vd., 2015b ve Bakhshi ve Yang, 2018).

Grafik 1.1: 2030 itibarıyla Seçilmiş Ülkelerde Yaratıcı İş Gücü Talebinin Beklenen Değişimi (%)



Kaynak: WEF, 2018b: 10

KUTU 1.4: YARATICI MESLEKLER

Nathan vd. (2015), yaratıcı meslekleri SOC2010 sınıflamasına göre belirlemiştir. Bu çalışmada söz konusu mesleklerin ISCO-08 karşılıkları dikkate alınmıştır. Bu meslekler aşağıdaki gibi tanımlanmıştır:

Hizmet Üretimi Meslekleri:

- **Reklam ve Pazarlama:** Satış ve pazarlama müdürleri, Reklam ve halkla ilişkiler müdürleri, Halkla ilişkiler ile ilgili profesyonel meslek mensupları, Reklam ve pazarlama ile ilgili profesyonel meslek mensupları
- **Mimarlık:** Mimarlar, Şehir ve trafik planlamacıları, İnşaat mühendisliği teknisyenleri
- **Tasarım:** Ürün, Grafik ve Moda Tasarım; Grafik ve çoklu ortam (multimedya) tasarımcıları, Ürün ve giysi tasarımcıları, İç tasarımcılar ve dekoratörler
- **Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri*:** Bilgi ve iletişim teknolojisi hizmet müdürleri, Sistem analistleri, Yazılım geliştiricileri, Web ve çoklu ortam geliştiricileri

İçerik Üretimi Meslekleri:

- **El Sanatları:** Demirciler, dövme ve hadde işlerinde çalışanlar, Tekstil, deri ve benzer malzemeleri kullanan el işi çalışanları, Çanak-çömlekçiler ve ilgili işlerde çalışanlar, Ahşap mobilya imalatçıları ve ilgili işlerde çalışanlar, Tabela yazıcılar, Dekoratif boyacılar, Gravürcüler ve Oymacılar (asitle)
- **Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf:** Film, sahne vb. yönetmenleri ve yapımcıları, Fotoğrafçılar, Yayın ve Ses-Görüntü teknisyenleri
- **Yayıncılık:** Gazeteciler, Yazarlar
- **Müzeler:** Galeriler ve Kütüphaneler; Kütüphaneciler ve benzer profesyonel meslek mensupları, Arşivciler ve Küratörler
- **Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar:** Görsel sanatçılar, Aktörler, Diğer sanat öğretmenleri, Müziyenler, Şarkıcılar ve Besteciler

*Bu grupta yer alan meslekler aynı zamanda dijital ve STEM meslek grubunda da yer almaktadır.

1.2. Dijital Teknolojiler ve Fikri Mülkiyet Hakları

Günümüzde hızla gelişen dijital ekonomi ve teknolojiler yaratıcı endüstriler değer zincirini (yaratma/geliştirilme, üretim, dağıtım, pazarlama ve tüketim süreçlerini) önemli ölçüde farklılaştırmıştır (EC, 2017a). Bu gelişme yaratıcı yetenek ve faaliyetlerin, kapsamlı ve yeni teknolojilere dayalı fikri mülkiyet hakları düzenlemeleriyle korunmasının önemini çok artırmıştır.

1.2.1. Dijital Teknolojilerin Etkileri

Dijital ve fiziksel dünyanın giderek artan entegrasyonu, mevcut güç dengelerini değiştirerek yaratıcıların (içerik üreticilerinin) geleneksel araçlara gerek duymaksızın, temel kaynaklara ulaşabilmesini sağlamaktadır. Ayrıca dijital teknolojiler yeni ürünler, yeni iş modeli geliştirme, yeni dağıtım kanalı, pazar fırsatları keşfetme ve daha düşük maliyetle üretim gibi alanlarda yaratıcı endüstrilere çok önemli fırsatlar sunmaktadır (EC, 2016: 4 ve KEA, 2019: 34).

Yaratıcı endüstrilerin değer zincirindeki dijital teknoloji uygulamalarına ilişkin çok sayıda örnek bulunmaktadır. Bu açıdan özellikle yapay zekâ, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik, blokzincir teknolojileri öne çıkmaktadır (WEF, 2018b).

Yapay Zekâ

Yapay zekâ, insan benzeri bilişsel işlevleri (öğrenme, anlama, akıl yürütme veya etkileşim gibi) yerine getiren makineleri tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Çok çeşitli kaynaklardan gelen büyük miktardaki verileri incelemek, analiz etmek, işlemek ve yorumlamak için kullanılan bir dizi araç ve tekniklerden oluşan büyük veri analitiği, yapay zekâ teknolojisinin gelişmesine önemli katkıda bulunmuştur (OECD, 2017a ve 2017b). Yapay zekânın yıllık 3,5 trilyon dolar ile 5,8 trilyon dolar arasında gelir yaratma potansiyeli bulunmaktadır. Medya ve eğlence sektörünün bu gelire katkısı %2,9- %6,9 arasındadır (McKinsey & Company, 2018).

Yapay zekâ teknolojisine ilişkin uygulamalar müzik, film, video oyunları, sanat, tasarım gibi yaratıcı endüstrilerde; yaratım, üretim, pazarlama/satış ve tüketim aşamalarında çok etkin olarak kullanılmaktadır. Bu uygulamalar sayesinde içeriğin üretilmesi, diğer nesne ve kullanıcılara aktarılması ve kullanıcıların bu içerikle etkileşimini sağlayan düzenlemeler mümkün olmaktadır. Kullanıcıların içerik görüntüleme ve tercihlerine ilişkin kaydedilen detaylı veriler, yapay zekâ tarafından sürekli olarak analiz edilerek kullanıcıya özel yeni içerikler oluşturulmakta ve bu içeriklerin yapısı dinamik olarak değiştirilmektedir (Caramiaux vd., 2019). Netflix'te sunulan filmler, Spotify'da dinlenen müzik ya da Amazon'da satın alınan ürünler buna örnek olarak verilebilir (Moore ve Tambini, 2018). Benzer şekilde Amazon ve Netflix gibi şirketlerin başarıyla uyguladığı kullanıcıya özel "bir sonraki satın alınacak ürün" önerileri, ürün satışlarında önemli artışlar sağlayabilmektedir. Pazarlama ve satış süreçlerindeki bu ve benzeri uygulamalar ile yapay zekâ, yaratıcı endüstriler değer zincirinde önemli bir katma değer artışı sağlamaktadır (McKinsey & Company, 2018).

Yapay zekâ uygulamalarına ilişkin bir başka örnek, önemli basın kuruluşları tarafından (The Associated Press, The Washington Post vb.) haber yapımında kullanılmasıdır. Bu şekilde önemli bir zaman tasarrufu sağlanmaktadır (WEF, 2018b). Müzik alanında ise, yapay zekâ insanların daha önce hiç duymadığı enstrümantal sesler üretmiştir. Tüm şarkıları "AMPER" isimli yapay zekâ tarafından bestelenen "I am AI" ve "Flow Machines" isimli yapay zekâ iş birliğiyle SKYGEE tarafından bestelenen "Hello World"⁹ albümleri 2018 yılında piyasaya sürülmüştür.

9 Ayrıntılı bilgi için bkz. <https://www.tarynsouthern.com/album>

10 Ayrıntılı bilgi için bkz. <https://www.helloworldalbum.net/>

KUTU 1.5: DİJİTAL EKONOMİ

Dijital ekonomi kavramı en basit olarak; yapay zekâ, nesnelere interneti, büyük veri analitiği, artırılmış ve sanal gerçeklik, blokzincir, üç boyutlu yazıcılar gibi dijital teknolojilere dayalı ekonomi olarak tanımlanabilir (EC, 2014; Rouse, 2017 ve OECD, 2017a). Günümüzde bu kavram dijital dönüşümün ekonomik ve sosyal etkilerini analiz ederken giderek daha çok kullanılır hale gelmiştir (UNCTAD, 2019 ve OECD, 2018: 11). Dijital ekonomi kavramı dar anlamda dijital platformları ve bunlar sayesinde var olan faaliyetleri; geniş anlamda ise dijital veri kullanan tüm faaliyetleri – tarımdan AR-GE'ye kadar- kapsamaktadır (IMF, 2018). Dijital ekonominin hızla genişleme sürecine yön veren iki önemli faktör ise dijital veri ve dijital platformlardır (UNCTAD, 2019).

Dijital veri; analog veri ve işlemlerin (örn. ses, görüntü, basılı metin) makine tarafından okunabilir formata dönüştürülmesi olarak ifade edilmektedir. Bu dönüşüm (dijitalizasyon) sayesinde enformasyon, tüm formlarıyla bilgisayar bitlerinde saklanabilir hale gelmiştir (Tapscott, 1996). Dijital verinin en önemli özelliği; içeriğinden hiçbir şey kaybetmeden çok yüksek hızlarda ve ihmal edilebilir bir marjinal maliyetle dijital cihazlar tarafından sonsuz şekilde işlenebilir, depolanabilir, filtrelenebilir, izlenebilir, tanımlanabilir, çoğaltılabilir ve iletilebilir olmasıdır (OECD, 2017a ve UNCTAD, 2019). Geçmişten günümüze veri miktarı ve trafiğinde çok önemli boyutlarda artış olmuştur. 15 yılda 466 katına çıkarak 2017'de saniyede 46600 GB olarak gerçekleşen veri trafiğinin, 2022 yılında saniyede 150700 GB olarak gerçekleşeceği öngörülmektedir (UNCTAD, 2019). (03 Eylül 2020 itibarıyla, internet veri trafiği saniyede 99615 GB olarak gerçekleşmiştir*).

Dijital platformlar; bir yandan tüketicilerin istedikleri ürün ve hizmete ulaşmasına, diğer yandan işletmelerin müşteri bulmasına aracılık eden çok sayıda farklı tarafı etkileşim için bir araya getiren, çevrimiçi mekanizmalardır. Bu platformlar hem aracı hem de altyapı konumundadır. Örneğin Facebook; kullanıcılar, reklam verenler, firmalar gibi farklı tarafları bir araya getirdiği için aracı konumunda ve aynı zamanda kullanıcıların profil sayfaları oluşturmasını sağladığı için, altyapı konumundadır (UNCTAD, 2019 ve OECD, 2017a). Dijital platformlarda sunulan uygulamalar ve hizmetlerden ne kadar çok sayıda müşteri faydalanırsa, üretilen veri de aynı ölçüde artmaktadır. Bu veriler insanların satın alma ve diğer davranış biçimlerini öngörmek için tasarlanmış yapay zekâ süreçleri kullanılarak, kitleye uygun reklam verilmesinde ve fırsatların sunulmasında yardımcı olmaktadır. Veri tabanının bu şekilde kullanılması, daha iyi ve daha özel bir internet deneyimi yaratarak, müşterilerin daha çok etkileşime girmesini ve platformlarda daha fazla veri üretmesini sağlayarak adeta bir "yararlar döngüsü" yaratmaktadır (Internet Society, 2019).

* <https://www.internetlivestats.com/>, Erişim Tarihi: 03 Eylül 2020, 15:33

Sanal Gerçeklik ve Artırılmış Gerçeklik

Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin yaratıcı endüstriler değer zincirine olan önemli etkileri arasında, içerik oluşturma ve deneyimleme süreçlerini kolaylaştırması ve maliyetleri düşürmesi sayılabilir. Söz konusu teknolojiler sundukları yeni ve yaratıcı ortamda kullanıcıların/sanatçıların genişleyen sanal dünyaların içine yerleşmesini, kendilerini merkezde yani teknolojinin kapsayıcı doğasında bulmalarını sağlayarak, içerik yaratmalarını kolaylaştırmaktadır. Ayrıca bu teknolojiler ile mümkün hale gelen sanal prototipleme, tasarımdan satışlara kadar olan zaman sürecini kısaltarak, üretim maliyetlerini düşürmekte ve nihai ürünün de kalitesini artırmaktadır. Bu teknolojilerin bir diğer önemli etkisi, küçük firmaların daha az maliyetle daha yüksek kalitede içerik üretmelerini sağlayarak piyasaya girişlerini kolaylaştırmalarıdır. Film yapımında kısalan görüntü işleme süreleri ve fotoğrafçılıkta akıllı telefonlar, uygulamalar sayesinde düşen maliyetler buna örnek olarak verilebilir (Hall ve Takahashi, 2017 ve WEF, 2018b).

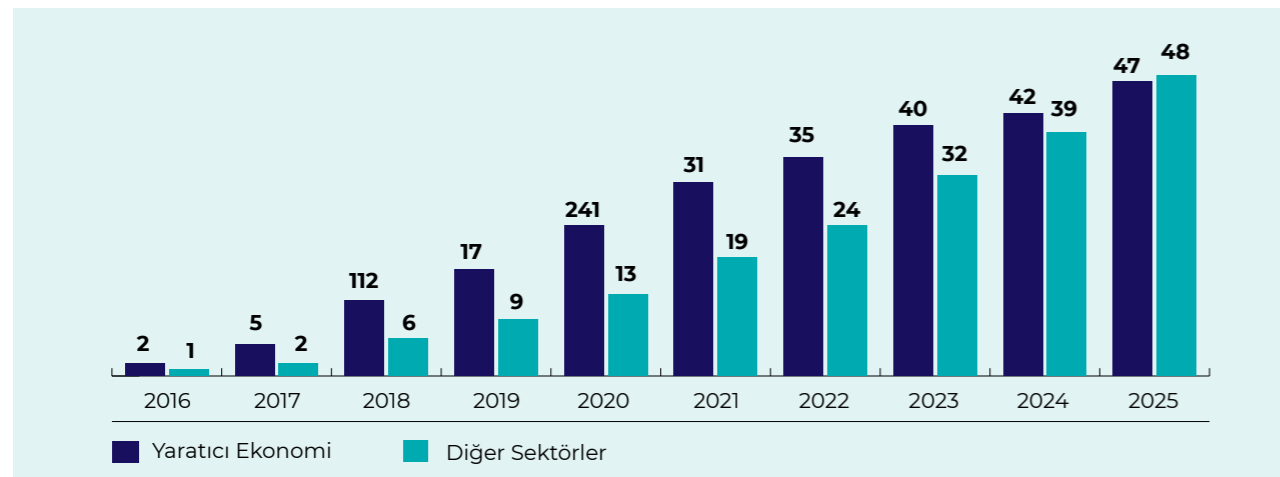
Ekonomik etkilerinin yanı sıra sanal ve artırılmış gerçeklik teknolojileri yarattıkları ortam ile bir içeriğin, bir hikâyenin daha güçlü, daha etkileyici bir şekilde aktarılmasını sağlayarak, kullanıcı deneyimlerinin zenginleşmesine ve bu sayede empati duygusu daha güçlü ve bilgili toplumların oluşmasına katkıda bulunurlar (Hall ve Takahashi, 2017 ve WEF, 2018b).

KUTU 1.6: SANAL GERÇEKLIK VE ARTIRILMIŞ GERÇEKLIK

Sanal gerçeklik, bir ortamın bilgisayar desteği ile simüle edilmesi ve yapay biçimde yeniden oluşturulması; artırılmış gerçeklik ise, temelde kullanıcının görüş alanındaki gerçek dünya ile bilgisayar grafiklerinin harmanlanarak, sanal nesnelerin gerçek görüntülerin üzerine bindirilmesi mantığına dayanmaktadır (WEF, 2018b). Bu teknolojiler kullanıcıları sanal ortamların içine yerleştirerek, fiziksel ve dijital dünya arasındaki çizgiyi bulanıklaştırmaktadır (Innovate UK, 2018).

Sanal ve artırılmış gerçeklik uygulamalarına ilişkin dünya çapındaki harcamaların 2020 yılı itibarıyla 18,8 milyar dolar olarak gerçekleşeceği ve 2025'te, elde edilen gelirin 95 milyar dolara, toplam piyasa büyüklüğünün ise 692 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir (Framingham, 2019; WEF, 2017 ve Citi, 2016).

Grafik 1.3: Sanal Gerçeklik ve Artırılmış Gerçeklikten Elde Edilecek Gelirin Projeksiyonu, 2016-2025 (Milyar dolar)



Kaynak: WEF, 2018b: 13

Şekil 1.3'te 2025 yılı itibarıyla söz konusu teknolojilerden elde edilen gelirin 95 milyar dolara ulaşacağı ve bunun neredeyse yarısının yaratıcı endüstrilerden sağlanacağı öngörülmektedir. Yaratıcı endüstriler tarafından gerçekleştirilen uygulama alanlarının

Blokzincir

Blokzincir teknolojisi yaratıcı endüstrilerde dijital eserlere (kitap, müzik, sanat, oyun, fotoğraf, metin vb.) ait fikri mülkiyet ve içerik yönetiminde yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Mülkiyet ve alt-lisanslama hakları, ödemeler ve finansal işlemler, içeriğin yaratılması ve tüketimiyle ilgili metaveri veya bilgi değeri ve güvenirliliği için kimlik doğrulama sistemleri bunlara örnek olarak verilebilir (Nascimento vd., 2018: 27).

Blokzincir uygulamaları yaratıcı endüstrilerde, daha esnek ve özgür fiyatlandırma mekanizmasının işlenmesini sağlamaktadır. Tüm satış, lisans vb. işlemlerin ve özgün eser aktarımlarının değişmez ve izlenebilir bir kaydının bulunması, yazarların/sanatçıların eserlerini ne zaman, kimin kullandığını takip etmelerini ve aynı zamanda telif ücretlerini dinamik ve mikro ölçüm ile belirlemelerini kolaylaştırmaktadır. Bu şekilde tüketiciler veya alıcılar da içeriğin gerçek sahibi, sürüm türü, içeriğe ait mülkiyet hakları konusundaki bilgiye ulaşabilmekte ve hak sahipleri tarafından belirlenen şartları kabul edebilmektedir. Blokzincir araçları ortadan kaldırarak, sanatçıların çalışmaları üzerinde daha fazla söz hakkı elde etmelerini sağlamaktadır (Nascimento vd., 2018: 27-28 ve WEF, 2018b: 19).

Blokzincir sistemlerinin yaratıcı endüstrilerde yaygın olarak kullanılması, ihlallerin veya yetkisiz kullanımların önlenmesine yardımcı olmakta ve genel olarak eser sahiplerine ödemelerin daha adil, daha verimli yapılmasına imkân vermektedir. Tüm bu süreç, akıllı sözleşmeler ile yürütülür. Akıllı sözleşmelerle bir eserin ait olduğu taraflar (yazarlar, yayıncılar ve sanatçılar) ve bu eserin kullanımı kayıt altına alınarak, sonrasında elde edilen gelirin telif hakkı sahipleri arasında adil bölüşümü ve ödemelerin sorunsuz bir şekilde yapılması mümkün olmaktadır (Nascimento vd., 2018: 27-28).

başında, video/bilgisayar oyunları gelmektedir. 2025 yılı itibarıyla bu teknolojilerden elde edilen gelirin yaklaşık %33'ünün video/bilgisayar oyunları sektörü tarafından yaratılacağı beklenmektedir (Goldman Sachs, 2016)

KUTU 1.7: BLOKZİNCİR

Bir veritabanı olarak blokzincir, merkezi otoriteye dayanmayan ve tarafların her türlü dijital veriyi uçtan uca iletim yoluyla - az sayıda aracı vasıtasıyla ya da aracı olmaksızın - kalıcı ve şeffaf bir şekilde paylaşmasını sağlayan bir teknolojidir. Bu teknoloji dağıtık defter teknolojisinin özel bir biçimidir. Dağıtık defter teknolojileri, bilgisayarlar ve katılımcılardan oluşan dağıtık bir ağ üzerinde verilerin kaydedildiği, paylaşıldığı ve senkronize edilebildiği özel veri tabanı türleridir. Burada farklılık verinin ağ üzerinde bulunan katılımcılar tarafından dağıtılma, doğrulanma ve kaydedilme biçimiyle ilgilidir. Kısaca her blokzincir bir dağıtık defter teknolojisidir, ancak her dağıtık defter teknolojisi bir blokzincir değildir (Nascimento vd., 2018: 13).

Blokzincir teknolojisinde veri, dijital formata dönüştürülebilecek herhangi bir işlem veya varlığı (para, sigorta poliçeleri, sözleşmeler, tapu kayıtları, tıbbi kayıtlar, mal ve hizmet alım-satımı vb.) temsil etmektedir. Bu değiş-tokuşun temel dayanağı, blokzincir üzerindeki tarafların tüm veri tabanını doğrulamak için erişime ve araçlara sahip olması ve tüm işlemlerin bir ağ üzerinde görünür şekilde kaydedilmesidir (Nascimento vd., 2018: 13; Mainelli, 2017; Mulligan, 2017 ve UNCTAD, 2018: 20).

1.2.2. Fikri Mülkiyet Haklarının Önemi

Yüksek bir yaratıcı içeriğe sahip olan yaratıcı endüstri ürünleri, başta telif hakkı olmak üzere fikri mülkiyet alanının bir ögesidir. Howkins (2001), ekonomik değeri fiziksel formuna dayanan sanat ve mimari dışındaki tüm yaratıcı endüstrilerin, telif haklarına dayalı endüstriler olduğunu belirtmektedir. Ortaya çıkarılan ürünlerin kopyalarının kolayca çoğaltılması ve dağıtılması bu ürünlerin fikri mülkiyet haklarının nasıl korunacağı sorusunu da gündeme getirmektedir. Dolayısıyla maddi olmayan sermaye ve fikri mülkiyetlerin korunması, bu endüstrilerde temel bir rol oynamaktadır (Santagata, 2009: 157 ve UNCTAD, 2008: 68).

Tablo 1.1: Telif Hakkı Sisteminin Fayda ve Maliyetleri

	Faydalar	Maliyetler
Kısa-dönem	Hak sahipleri daha fazla gelir elde eder	1. Kullanıcılar için erişim maliyetleri 2. Yönetim maliyetleri 3. Hakların ticaretinde işlem maliyetleri
Uzun-dönem	Hak sahiplerinin telifli eser arzı teşvik edilir	Kullanıcı yeniliği, uyum maliyetleri nedeniyle engellenir

Kaynak: Handke, 2011

Telif hakları kısa dönemde hak sahiplerine, daha yüksek piyasa gücü ve aynı zamanda fiyatları marjinal maliyetlerin üzerine çıkararak rekabet ortamında elde edeceklerinden daha fazla getiri elde etme fırsatı sunarlar. Ancak daha yüksek fiyatlar, kullanıcıların yaratıcı işlere/ürünlere erişimini kısıtlar. Ayrıca telif haklarının yönetiminden kaynaklanan yönetim maliyetleri ve bu hakların ticaretinden doğan işlem maliyetleri de söz konusudur. Uzun dönemde etkin bir telif hakkı sisteminin, hak sahiplerini telifli eser üretimi konusunda teşvik etmesi beklenmektedir. Bu durum kullanıcıların da, daha çeşitli yaratıcı ürünlere ulaşabilmelerini sağlayacaktır. Sosyal refah, ancak her yeni telifli eserin yarattığı değer, telif haklarının ortaya çıkardığı çeşitli maliyetlerden daha yüksek olduğu durumda artacaktır (Handke, 2011).

Teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme telif tabi eserlerin çoğaltılması ve dağıtılmasını kolaylaştırmıştır. Bu durum, eser sahipleri veya telif hakkı sahipleri için istenmeyen sonuçlar doğurabilir. Yaratıcı bireylerin entelektüel ürün yaratma sürecinde yaptıkları zaman, enerji (güç) ve para yatırımlarının karşılığını alamamaları, yaratıcı ürün geliştirme motivasyonlarına zarar verebilir. Öte yandan, telif hakkı sahiplerini gözetecek şekilde yeni yaptırım araçlarının düzenlenmesi de tüketiciler için kısıtlamalar yaratabilir. Bu noktada, tüketici ve eser/telif hakkı sahipleri arasında bir denge kurulması esasına dayanan, sosyal refahı artıracak bir telif hakkı sistemi tasarlanması gerekmektedir (DiCola, 2013 ve Watt, 2013).

Yaratıcı endüstrilerin maliyet yapısı nedeniyle, yaratıcı eserlerin üretimindeki en büyük tehlike "dijital korsanlık"tır. Yeni yaratıcı içerik üretimine yapılacak yatırımlar genellikle, önemli batık maliyetler içermektedir. Örnek olarak, bir roman yazımı ya da film yapımında, mevcut bir eserin çoğaltılması ve dağıtılmasının marjinal maliyeti yeni bir eser üretmenin batık maliyetinden çok daha düşüktür. Artan dijitalleşme hem yeni ürün yaratımında hem de mevcut ürünlerin çoğaltılmasında maliyetlerin düşmesini sağlamıştır. Ancak ürün yaratımında ortaya çıkan maliyet düşüşü, kopyalama ve dağıtımda ortaya çıkan düşüşten nispeten daha az olduğundan, yetkisiz kopya tedarikçileri açısından önemli bir maliyet avantajı ortaya çıkmaktadır. İçeriğin kopyalarının yasadışı kopyalanması ve dağıtımı, eser sahibi için kâr elde

etme olasılığını azaltarak yeni eserlerin yaratılmasına yatırım yapma teşviklerini azaltabilir. Bu nedenle, fikri mülkiyetin korunması özellikle içerik ürünlerin üretimi ve dağıtımı için çok önemli hale gelmiştir. Etkin bir telif hakkı sisteminin, yaratıcı eserler için geçici bir süreliğine tanınan özel haklar sayesinde hak sahiplerinin marjinal maliyetlerden daha yüksek fiyat talep etmelerini sağlayarak, batık maliyetlerin telafi edilmesine yardımcı olacaktır. Bu durum da yaratıcı ürün/eser üretimine yapılan yatırım motivasyonunu artıracaktır (Santagata, 2009: 157 ve Handke, 2013).

Öte yandan, müzik endüstrisinde son yıllarda yaşanan gelişmeler, telif hakları açısından ilginç bir örnek oluşturmaktadır. Yukarıda sözü edildiği üzere, dijital korsanlığın müzik endüstrisinde yeni yaratıcı eser (albüm) arzını azaltacağı beklenmektedir. 1990'ların sonu itibarıyla internetin kitlesel bir medya aracı olması ve Napster gibi dosya paylaşım programlarının ortaya çıkması, 2000'li yıllardan itibaren albüm satışlarının düşmesine neden olarak özellikle yapımcıların gelirlerini olumsuz etkilemiştir. Ancak aynı dönemden itibaren çıkarılan albüm sayısına

bakıldığında, önemli artış olduğu, yani beklenenin aksine yaratıcı eser arzında bir azalma olmadığı görülmektedir (Handke, 2011; Waldfogel, 2012 ve Liebowitz, 2013).

Şifreleme (encryption) örneğinde olduğu gibi, fikri mülkiyet haklarının fiziksel ya da sanal içeriklere kilitlenmesini sağlayan yenilikler, yaratıcı endüstrilerin ticarileştirilmesini sağlamıştır. Büyük şirketlerin fikri mülkiyet hakları ve marka değerini bilançolarına dâhil etmesi ve bunları şirket değerlemelerinin temel bir bileşeni olarak sunmaya başlamış olması, fikri mülkiyet haklarının büyük bir değer barındırmakta olduğunun kabul edilmesi olarak yorumlanabilir. Yaratıcı ekonomiyle ilgili yapılan herhangi bir araştırma, yaratıcı endüstrilerin gelişmesi için tüm ülkelerde hızla bir bileşen haline gelen fikri mülkiyet haklarının rolünü dikkate almalıdır. Çünkü önemli bir politika aracı olan fikri mülkiyet hukuku hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için refah kaynağı olan yaratıcı işletmelerin kurulması ve genişletilmesi için uygun düzenleyici ortamın bir parçasıdır (UNCTAD, 2008: 141).



1.3. Bölgesel Kalkınma Politikaları

Bu kısımda, önce üretim teknolojileri ve sanayileşme politikalarının etkisiyle zaman içerisinde farklılaşan bölgesel kalkınma politikalarına, ardından bu politikalarda yaratıcı endüstrilerin artan önemine yer verilmiştir.

Yapay zekâ, büyük veri analitiği, bulut bilişim, nesnelere interneti, gelişmiş robotik ve katmanlı üretim gibi yeni teknolojiler, sanayide üretiminin doğasını radikal bir şekilde değiştirerek ileri dijital üretim teknolojilerinin¹¹ gelişmesine ve sanayileşme politikalarının yeniden şekillenmesine yol açmıştır. Yeni sanayileşme politikalarının odağında, üretimin dijital teknolojilere dayalı modernizasyonu ve bu yapısal dönüşümde öncü olabilecek endüstrilerin desteklenmesi yer almaktadır. Yaratıcı endüstriler yeni iş modelleri, yaratıcılık ve yenilikçilik, dijitalleşme ve beceri geliştirme gibi alanlara olan önemli etkileri nedeniyle, dijital ekonominin öncü endüstrilerinden biri olarak kabul edilmektedir (UNIDO, 2019; KEA, 2019 ve European Parliament, 2016).

1.3.1. Değişen Paradigmalar

Yeni sanayileşme politikalarının etkisini vurgulamak için, bölgesel politikalar 1950-2009 yılları arası ve 2009 yılı sonrası olmak üzere iki ayrı dönemde incelenmiştir.

1950-2009 Yılları Arasında Bölgesel Politikalar

Birçok OECD ülkesinde bölgesel politikalar, ekonomik büyüme ve istihdam oranlarının nispeten yüksek olduğu, 1950 ve 1960'lı yıllarda uygulanmaya başlamıştır. 1980'li yılların sonuna kadar bölgesel politikalar esas olarak, “*daha fazla eşitlik ve dengeli kalkınma*” hedefine odaklanmıştır. Sanayide ‘*yığın üretim*’ tekniğinin hâkim olduğu bu dönemde, yukarıdan-aşağıya politikalar ile az gelişmiş bölgelere yatırım yardımları ve altyapı destekleri yapılmış ve refahın bölgeler

arasında yeniden dağılımı sağlanmaya çalışılmıştır. Yaşanan hızlı sanayileşme ve şehirleşme sonucunda artan bölgelerarası eşitsizlikler, söz konusu önceliklerin belirlenmesinde etkili olmuştur. Eşitsizlikler önce gelir ve altyapı alanında yoğunlaşırken, 1970'ler ve 1980'lerin başında istihdamı da kapsayacak şekilde genişlemiştir (OECD, 2010: 11 ve OECD, 2019b: 22).

1980'li yıllar ile birlikte yeni teknolojiler, sanayide üretimin biçimini -*yalın üretim*- ve üretim süreçlerinin organizasyonunu değiştirmiştir. Küresel ölçekte, üretim süreçlerine ilişkin bölgeler arasında fonksiyonel bir iş bölümü ortaya çıkmış ve ‘*Bölge*’ kavramı, ekonomik büyüme ve refahın yaratılmasında anahtar bir kavram haline gelmiştir. Bu gelişmeler, bölgelerarası gelişmişlik farklılıklarının azaltılması ve bir bölgenin ulusal/küresel piyasalarda var olabilmesinin koşulu olarak ‘*yeniliklere dayalı rekabet gücü*’ kavramını öne çıkaran, daha kapsamlı bölgesel politikalara geçilmesine yol açmıştır (Kitson vd., 2004 ve OECD, 2019b: 22).

Bu dönemde artan doğrudan dış yatırımlar, bölgeler açısından büyümenin ve özellikle de “bilgi yönlü sermayenin” en önemli kaynağı haline gelmiş ve bu yatırımların bölgeye çekilmesinin yanısıra bölgesel rekabet gücü artırılmasına yönelik politikalar geliştiren kurumların (örn. kalkınma ajansları) oluşumu hızlanmıştır. 1980'li yıllarda bölgesel politikalar miktarı (büyüme) nasıl artırılacağına odaklanırken, 1990'lı yıllarda yaşam kalitesi sorununu da kapsayacak şekilde genişletilmiştir (Pike vd., 2007).

OECD Bölgesel Kalkınma Politikası Komitesi'nin 1999 yılında faaliyete geçmesinin ardından, yeni bölgesel

politikalar üzerinde çalışmalar artmış ve süreç içerisinde “yerel varlıklara dayalı” (placed-based policy) politikalar önem kazanmıştır. Gelişmiş veya az gelişmiş tüm bölgelerin kendi varlıklarına dayalı büyüme potansiyeline sahip olduğunu vurgulayan bu politikalar, bölgesel unsurları yeterince göz önünde bulundurmeyen yapısal ekonomi politikalarının vazgeçilmez bir tamamlayıcısıdır (OECD, 2009; OECD, 2011b ve Vanthillo ve Verhetsel, 2012).

2009 Sonrası Bölgesel Politikalar

2008-2009 Küresel Krizi ve Avrupa Borç Krizi'nin ardından, uygulanan sanayi politikalarının etkinliği tartışılmaya başlanmış ve imalatı canlandırmaya odaklanan “yeni” sanayi politikası (yeniden) gündeme gelmiştir. Düşük verimlilik, yüksek işsizlik ve yüksek kamu borçları gibi olumsuz gelişmelerin yaşandığı bu dönemde, yeni sanayileşme politikası ve bu kapsamda bölgesel politikalar üzerine yapılan çalışmalar, uluslararası literatürde yer almaya başlamıştır (OECD, 2013).

Bölgesel politikalar genel olarak sanayileşme politikalarını tamamlayan, bölgesel boyut kazandıran politikalar oldukları için benzer öncelikleri taşımaktadırlar.

OECD yeni dönem bölgesel politikaları; “*modern yerel varlıklara dayalı politika*” olarak tanımlanmaktadır. Gelişmişlik düzeyine bakılmaksızın tüm bölgeleri kapsayan bu politikanın amacı; “*üretimde verimliliği artırarak ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarda yüksek kaliteli yaşam ve refah düzeyini bölgedeki herkes için sağlamaktır*”.

Küresel kriz sonrası ülke/bölge ekonomilerini olumsuz yönde etkileyen eğilimlerden bir tanesi, verimlilik düzeyi ve artış oranlarındaki azalmadır. 2010-16 arasındaki yedi yıllık dönemde OECD ülkeleri genelinde emek verimliliği yıllık %0,9 artmasına rağmen bu oran, kriz öncesi yedi yıllık dönemdeki artışın yarısı kadardır (%1,8). Düşük oranlı verimlilik artışı OECD ülkelerinin üçte birinde, en büyük şehrin bulunduğu ve zaten oldukça üretken olan tek bir bölgede yoğunlaşmış, geri kalan bölgelerde verimlilik ya hiç artmamış ya

da azalmıştır. Sonuçta bölgesel dengesizlikler daha da artarak, emek verimliliği farkı bölgeler arasında %46 oranına yükselmiştir. Bazı OECD ülkelerinde bu oran, %60'ın üzerindedir. Yerel varlıklara dayalı politikalar, daha yüksek verimlilik ve rekabet gücü için bölgelere sahip oldukları potansiyeli kullanma fırsatı sunarak, bölgelerarası gelişmişlik farklılıklarının azaltılmasında önemli rol oynamaktadır. Bu politikalar ile ayrıca, etkileri bölgeden bölgeye farklılık gösteren üç küresel eğilimin (dijitalleşme, demografik değişimler ve iklim değişikliği), bölgeler açısından yaratabileceği tehditleri fırsata dönüştürülebilme mümkünüdür (OECD, 2019b).

Avrupa Birliği 2021-2027 dönemi bölgesel politikaları, OECD ile benzer amaçları taşımaktadır. 2014-2020'de kullanılan 11 tematik hedef, 2021-2027 dönemi için yapılan düzenlemede beş politika hedefi şeklinde sadeleştirilmiştir. Bu hedefler aşağıdaki gibi özetlenebilir (EC, 2018):

- Daha akıllı bir Avrupa (akıllı uzmanlaşma stratejileri ve akıllı yatırımları kapsayan politikalar ile yenilikçi ve akıllı bir ekonomik dönüşümün sağlanması),
- Daha yeşil ve düşük karbonlu bir Avrupa (Avrupa Paris Anlaşması'nı uygulayarak ve enerji dönüşümü, yenilenebilir enerji ve iklim değişikliğiyle mücadele ve dögüsel ekonomiye yatırım yapılması),
- Daha bağlantılı bir Avrupa (hareketliliği ve bölgesel BİT bağlantısının geliştirilmesi)
- Daha sosyal bir Avrupa (Avrupa Sosyal Haklar Sütunu'nu -the European Pillar of Social Rights- temel alarak ve kaliteli istihdam, eğitim, beceriler, sosyal kapsama ve sağlık hizmetlerine erişimin desteklenmesi)
- Vatandaşlarına daha yakın bir Avrupa (AB genelinde yerel kaynaklı kalkınma stratejileri ve sürdürülebilir kentsel kalkınmanın desteklenmesi).

2021-2027 döneminde “Avrupa Yeşil Düzeni” ve “Dijital Strateji” uygulamalarını iyileştirmek ve COVID19 pandemisinin ardından ekonomik ve sosyal kalkınmaya katkı sağlamak için akıllı uzmanlaşma stratejilerinin gözden geçirilerek, AB politikalarının temel taşlarından biri olması gerektiği belirtilmektedir (EC, 2020b).

¹¹ İleri dijital üretim teknolojileri; donanım (gelişmiş robotlar ve 3 boyutlu yazıcılar), yazılım (büyük veri analizi, bulut bilişim ve yapay zekâ) ve bağlanabilirliği (nesnelere interneti) bir araya getiren teknolojilerdir. Üretimde kullanılan dijital teknolojilerin en gelişmiş aşaması olan söz konusu teknolojiler sayesinde, “akıllı üretim, akıllı fabrika veya Endüstri 4.0” olarak adlandırılan yeni bir üretim süreci ortaya çıkmıştır” (UNIDO, 2019).

KUTU 1.8: YENİ SANAYİLEŞME POLİTİKALARI

Sanayileşme politikası kavramının, sadece üretimle ilgili olmayan birçok anlamı bulunmaktadır. Özellikle iki anlamı arasındaki farkı vurgulamak gerekir. Dar anlamda; üretimin yapısını, ulusal refahı artıracak şekilde dönüştüren kamu politikalarını ifade eder. Bunun gibi politikalar üretime odaklanır ve aynı zamanda sübvansiyon veya rekabetten koruma gibi hedefi olan bazı politikaların kullanımı da gerektirir. Geniş anlamda ise, bir endüstri ya da genel olarak iş çevresi için daha elverişli bir ortam sağlayan yatay (herhangi bir sektöre özgü olmayan) politikaları ifade eder (Warwick, 2013).

Yeni sanayileşme politikasına ilişkin UNIDO, OECD ve AB yayınlarında vurgulanan benzer öncelikler, aşağıdaki gibi özetlenebilir:

UNIDO; kalkınmayı yönlendiren uzun vadeli bir sanayileşme sürecini "kapsayıcı ve sürdürülebilir endüstriyel kalkınma" olarak tanımlamakta ve üç boyutuna vurgu yapmaktadır (UNIDO, 2019):

- ▶ Eşit fırsatlar ve faydaların herkese adil dağıtımını sağlayarak "paylaşılan refah yaratmak"
- ▶ Sanayinin ileri dijital üretim teknolojilerine dayalı yapısal dönüşümü ve yeniliğin hizmetler dahil her alanda teşvik edilmesiyle "ekonomik rekabetçiliği artırmak"
- ▶ Endüstriyel faaliyetlerin yarattığı refah ile doğal kaynakların aşırı kullanımı ve olumsuz çevresel etkilerini birbirinden ayırarak "çevreyi korumak"

OECD; ülkelerin verimliliği artırmak ve sanayinin yeni/dijital teknolojilere dayalı modernizasyonu için "yapısal olmak"; istihdam eksikliğini ve artan eşitsizlikleri gidermek için "sosyal olmak"; çevresel koşulları göz önünde bulunduran bir büyüme patikasını teşvik etmek için "yeşil olmak"; kurumlar ve piyasalardaki güven açığını kapatmak için "kurumsal olmak" hedeflerini benimsemeleri gerektiğini belirtmiştir (OECD, 2013). OECD "kaliteli büyüme" kavramına vurgu yaparak, büyüme politikası önceliklerini yıllar içinde genişletmiş ve 2017 yılında kapsayıcılık boyutunu, 2019 yılında ise çevresel sürdürülebilirliği eklemiştir (OECD, 2019c).

AB, yeni sanayileşme politikasında, "daha yeşil, daha döngüsel ve daha dijital" bir sanayi hedefini vurgulayarak, bu üç itici gücün sanayiye dönüştüreceğini, KOBİ'leri destekleyeceğini ve Avrupa'nın sürdürülebilir ve rekabetçi kalmasını sağlayacağını belirtmektedir. Ayrıca ekonominin, toplumun ve sanayinin her bölümünü etkilemekte olan ekolojik ve dijital dönüşümün, dijital teknolojilere yatırımı, işgücüne yeni becerilerin kazandırılmasını ve doğrusal üretimden döngüsel ekonomiye* geçişi gerektirdiğinin üzerinde durmaktadır (EC, 2020a).

* Döngüsel ekonomi, bir üretim sisteminde oluşan her atığın tekrar değerlendirildiği, bu sayede ham madde maliyetinin minimize edildiği, kaynak verimliliğinin ve çevresel faydanın ise maksimumda tutulduğu, sürdürülebilirlik ve inovasyon tabanlı yeni bir üretim modelidir. Sürdürülebilir sanayi ise üretim yapan şirketlerin sürdürülebilirliği üretim ve tüketim süreçlerinin tamamında benimsenmiş bir strateji haline getirmesini ifade eder (<http://www.skdturkiye.org/surdurulebilir-sanayi-ve-dongusel-ekonomi>).

KUTU 1.9: AKILLI UZMANLAŞMA STRATEJİSİ

2009 yılından bu yana günümüz bölgesel büyüme stratejileri tanımlanırken, OECD'nin "yeni sanayi politikası" tartışmalarında yankı bulan 'akıllı uzmanlaşma' kavramı kullanılmaktadır. Kavramın ortaya çıkışı, 2009 yılında Avrupa Komisyonu'nun yayınladığı, Foray vd. (2009) öncü çalışmasının sonuçlarını içeren, "Büyüme için Bilgi" raporuna dayanmaktadır. Akıllı uzmanlaşma stratejisi hükümetlerin bilgi ve yeniliğe yönelik yatırımlarını, belirli sektörlerden ziyade bir bölge/ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu (uzmanlaşma) ve girişimcilerin yeni faaliyetler geliştirebileceği (çeşitlendirme) alanlara kaydırmaları ilkesine dayanmaktadır (OECD, 2013). Bu stratejiler, Avrupa bölgesel uyum programı çerçevesinde 2012 yılından beri ele alınmaktadır. Bu çerçevede Avrupa Birliği üyesi ülkeler 2014-2020 yılları arasında 120'den fazla akıllı uzmanlaşma stratejisi geliştirerek araştırma ve yenilik yatırımlarına öncelik vermiş ve 65 milyar Euro'dan fazla kaynak kullanmışlardır (EC, 2017b). Bu yaklaşım ilk olarak Batı Avrupa ekonomilerinde benimsenmesine rağmen Arjantin, Avustralya, Brezilya, Rusya Federasyonu, Sırbistan, Tunus ve Ukrayna gibi başka ülkelerde de yoğun ilgi görmüştür (UNCTAD, 2018). Akıllı uzmanlaşma stratejisinin temel ilkeleri aşağıdaki gibi özetlenebilir:

Dikey ve nötr olmayan bir politika: Bir dikey politika yaklaşımı olarak akıllı uzmanlaşma; bir sektör veya farklı sektörlerin kesişimde bulunan belirli bir teknoloji gibi özel olarak seçilmiş alanlara öncelik vermeyi (tarafsız/nötr olmayan) diğer bir ifadeyle kaynakları bu alanlara yoğunlaştırmayı vurgulamaktadır (UNCTAD, 2018 ve Foray, 2012). Finlandiya'da selüloz ve kâğıt endüstrisinde yer alan firmaların, endüstrinin operasyonel etkinliğini artırmak için uyguladığı nanoteknoloji potansiyelini araştırma süreci buna örnek olarak verilebilir (Foray ve Goenaga, 2013).

Girişimci keşif süreci: Bir ülke veya bölgenin Ar-Ge ve yenilik açısından neyi en iyi yapabileceğini keşfetmesine dayanan bu süreç, akıllı uzmanlaşma yaklaşımında merkezi bir role sahiptir. Bu yaklaşıma göre girişimciler; bilim, teknoloji ve mühendislik hakkındaki bilgiler ile pazar büyüme potansiyeli, rakipler ve yeni bir faaliyet başlatmak için gereken tüm girdiler konusundaki deneyimleri birleştirir ve ilişkilendirir (Foray, 2012; Foray ve Goenaga, 2013). Böylece önceliklendirme artık merkezi plancıların rolü olmaktan öteye geçerek, özel sektörün yeni faaliyetler hakkındaki bilgileri keşfettiği ve ürettiği, etkileşimli bir süreç haline dönüşür (Foray, 2012 ve UNCTAD, 2018).

Bilgi (knowledge) kaynaklarına yoğunlaşma: Akıllı uzmanlaşma, bölgenin endüstri yapısının ve bilgi kaynaklarının belirli ekonomik faaliyetlerle ilişkilendirilerek, rekabet gücü yüksek bir ekonomi geliştirilmesini hedefler. Ekonomide bilgi kaynaklarına dayalı uzmanlaşma, bilgi üretiminde ve kullanımında ölçek, kapsam ve yayılma avantajı elde edilmesini sağlar. Bu şekilde bölge, diğer bölgeleri taklit ederek "mucize büyüme" yaratmayı beklemek yerine, kendine özgü sanayi yapısına ve bilgi tabanına dayalı, benzersiz varlık ve yetenekler üretebilir (EC, 2012b).

Bölgesel Uzmanlaşma ve Farklılaşma; Akıllı uzmanlaşma stratejisinin bir çıktısı olan 'yapısal değişim', genel anlamda bir ilişkili farklılaşma sürecini ifade eder. Bu farklılaşma, bölgenin mevcut yetenekleri ve sanayi bilgisine dayalı olarak, AR-GE ve yenilik faaliyetleri ile yeni endüstriler veya teknolojik alanlar geliştirilmesi sürecidir (EC, 2012b; Foray ve Goenaga, 2013). Bir bölgede, teknolojik olarak birbiri ile ilgili endüstrilerin sayısı ne kadar fazla ise, yeni endüstrilerin mevcut endüstrilerden ayrılması ve mevcut yetenek ile kaynakların yeni faaliyetlerde kullanılması için daha fazla fırsat oluşacaktır (OECD, 2013; EC, 2012b ve Boschma, 2016).

1.3.2. Yaratıcı Endüstrilerin Artan Rolü

“Özünde bireysel yaratıcılık, beceri ve yetenekleri bulunduran ve fikri mülkiyetin üretilmesi ve kullanılması yoluyla servet ve istihdam yaratma potansiyeli olan” yaratıcı endüstriler; çoğunluğu KOBİ'lerden oluşan ve rekabetin yoğun olduğu, sürekli gelişen piyasalarda faaliyet gösterirler. Bu ortamda pazar paylarını büyütebilmek ve kârlılık oranlarını artırabilmek için en yeni dijital teknolojileri değer zincirlerine entegre etmek ve yeni iş modelleri geliştirmek zorundadırlar. Bu süreç aynı zamanda yaratıcı endüstrilerin, dijital teknolojilerle ilişkili yeniliklerin geliştirilmesine ve ekonomide/toplumda yayılımına (spillover) önemli katkıda bulunduğu bir süreçtir. Bu şekilde yaratıcı endüstriler ülkenin ve bölgenin yenilikçilik kapasitesine geliştirdikleri yeniliklerle doğrudan, bu yeniliklerin ekonomide ve toplumda yayılımında oynadıkları rol ile dolaylı olarak önemli katkıda bulunurlar (European Parliament, 2016; Chapain vd., 2010 ve Müller vd., 2008).

Yaratıcı endüstrilerde geliştirilen yenilikleri; *teknoloji, iş modeli ve yaratıcı/estetik yenilik* olmak üzere, üç grup altında toplamak mümkündür. Bu yeniliklerin kaynağında bilim, teknoloji ve sanat alanındaki bilgiyi, becerileri bütünleştiren, *yaratıcı işgücü* bulunmaktadır. Çok disiplinli doğası ile yaratıcı işgücü, endüstride üretimin miktarsal ölçeğinden farklı olan, 'bilgiye dayalı artan getiri'lerin ortaya çıkmasını ve dolayısıyla firmaların/endüstrinin rekabet avantajı elde etmesini sağlar (KEA, 2019: 8-9 ve Antonelli, 2003).

Diğer yandan “yaratıcı yayılım” olarak tanımlanan yenilikleri yayma süreci, yaratıcı endüstrilerin (yaratıcı meslekler dahil) faaliyetlerinden kaynaklanan ve ekonominin diğer sektörlerini, toplumu etkileyen olumlu dışsallıkları, faydalar bütününe ifade eder. Kültüre dayalı yaratıcılığın diğer endüstrilere yayılmasına ve dolayısıyla ekonominin genelinde yeniliklerin artmasına katkıda bulunan bu yaratıcı yayılım süreci; bilgi, ürün ve network yayılımlarını kapsamaktadır (Tom Fleming Creative Consultancy, 2015).

Yaratıcı endüstrilerin yukarıda ifade edildiği şekilde, dijital teknolojiler ile ilişkili yenilikleri yaratma ve yayma kapasiteleri, günümüz bölgesel politikalarının en önemli öncelikleri arasında yer alan verimlilik artışı ve bunun için geleneksel üretim yapılarının dijital teknolojilere dayalı yapısal dönüşümü sürecinde, önemli bir rol oynamaktadır. Bu süreç bölgenin varlıklarına ve bilgi birikimine dayalı akıllı uzmanlaşma stratejileri ile yürütülür (OECD, 2019d). AB genelinde 12 milyon kişiye tam zamanlı istihdam sağlayan yaratıcı endüstriler¹², AB GSYİH'sının %4,4'ünü oluşturmakta ve ekonomiye 509 milyar avroluk katma değer sağlamaktadır. Bu önemli katkıları nedeniyle, kamu otoritelerinin %80'i tarafından akıllı uzmanlaşma stratejileri kapsamına dahil edilmişlerdir (KEA, 2019).

Yaratıcı endüstriler yenilik ve rekabet gücünün yanı sıra, bölgesel politikaların bir diğer önemli önceliği olan kapsayıcılık (bölgeler ve kişiler arası eşitliliği azaltma, refahı toplumun her kesime yayma) ile ilgili hedeflerin gerçekleşmesinde de önemli rol oynamaktadır. Yaratıcılık bir yandan kültürü beslerken aynı zamanda insan merkezli bir büyümeyi teşvik etmekte ve sosyalleşme, kültürel çeşitlilik ve çevresel sürdürülebilirliğe katkıda bulunmaktadır (UNCTAD, 2010; UNESCO, 2013 ve UNIDO, 2014).

Birleşmiş Milletler raporlarında yaratıcı endüstrilerin, bir ülkenin ekonomik gelişmesi üzerindeki etkilerinin yanı sıra sürdürülebilir kalkınma üzerindeki etkileri üzerinde de durulmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ekonomilerde, yaratıcı endüstrilerin bilgi-yoğun nitelikleri sayesinde kapsayıcı ve sürdürülebilir büyüme ve kalkınmayı destekleyeceği, bu nedenle önemli bir politika aracı olduğu belirtilmektedir (UNIDO, 2014 ve Palanivel, 2019). Bu ülkelerde yaratıcı endüstrilerin gelişimi, Binyıl Kalkınma Hedefleri'nin aşırı yoksulluğu ortadan kaldırmak, eşitsizliği azaltmak, cinsiyet eşitliği, sürdürülebilir kalkınma stratejileri, kalkınma için küresel bir ortaklık kurmak hedefleri başta olmak üzere gerçekleştirilmesine önemli katkılar sağlamıştır

(UNCTAD, 2008 ve 2010). Birleşmiş Milletler çeşitli ülkelerde yaratıcı endüstriler aracılığıyla kapsayıcı ve sürdürülebilir büyümeyi teşvik etmek için, çoğunlukla bu ülkelerin hükümetleriyle birlikte çeşitli projeler yürütmektedir. BM, bu projeler ile özellikle kadınlar ve gençlerin kültürel, sosyo-ekonomik ve politik yaşama katılımını güçlendirmeyi, girişimcilik kapasitelerini ve istihdamını artırmayı ve bu şekilde sürdürülebilir, kapsayıcı bölgesel/kırsal kalkınmayı teşvik etmeyi hedeflemektedir (UNIDO, 2014).



12 AB tanımında kültürel ve yaratıcı sektörler/endüstriler birlikte ele alınmaktadır.

BÖLÜM 2

Yaratıcı Endüstrilerin
Yapısal Analizi

2.1. Ekonomik Faaliyet Sınıflamaları ve Veri

Literatürde yaratıcı endüstrilere ilişkin çeşitli tanımlar ve sınıflamalar bulunmaktadır. Hangi ekonomik faaliyetin yaratıcı endüstri olarak kabul edileceği bu tanımlara bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Daha önce de ifade edildiği üzere bu raporda yaratıcı endüstrilerin belirlenmesinde DCMS (2014)'nin sınıflaması dikkate alınmış ve bu endüstrilerin listesi tablo 2.1'de verilmiştir.

Bu raporda yer alan analizlerde farklı ekonomik faaliyet sınıflamalarından (SIC, NACE, ISIC) yararlanılmıştır. Bu durumun bir karışıklık yaratmaması için öncelikle bu sınıflamalar arasındaki ilişkiler hakkında aşağıda bazı açıklamalar yapılmıştır.

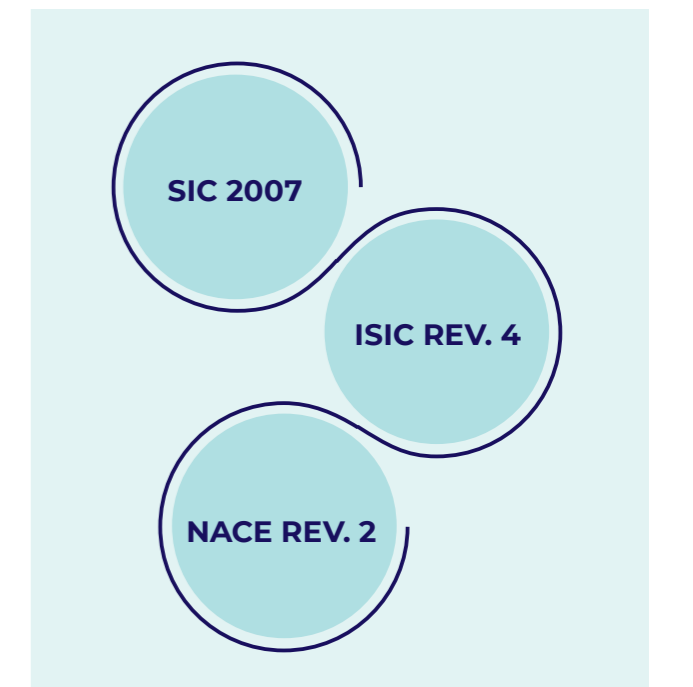
2.1.1. Ekonomik Faaliyet Sınıflamaları

DCMS (2014), ekonomik faaliyetleri sınıflandıran SIC sınıflamasını (Standard Industrial Classification) dikkate almaktadır. Türkiye'de ise ekonomik faaliyetlerin sınıflamasında Avrupa Birliği ile uyumlu olarak NACE sınıflaması (Statistical Classification of Economic Activities in the European Community) kullanılmaktadır. Bu iki sınıflama yöntemi hem ana endüstri gruplarının tanımlarında hem de alt endüstri (4 basamak düzeyinde) tanımlarında birbirleri ile tam uyumludur. O nedenle DCMS (2014)'nin SIC sınıflamasına göre belirlediği yaratıcı endüstriler bu çalışmada Türkiye için NACE sınıflaması olarak ifade edilmiştir. NACE sınıflamasına göre yaratıcı ekonomiyi oluşturan endüstriler 9 ana endüstri grubundan ve 31 alt endüstriden oluşmaktadır.

Uluslararası düzeyde yaratıcı endüstrilerin karşılaştırmalı analizi yapılmak istendiğinde 4-basamak düzeyinde ekonomik faaliyetlere ilişkin en güncel veri seti OECD'den elde edilebilmektedir. Ancak OECD, ekonomik faaliyetleri Birleşmiş Milletlerin ISIC sınıflamasına (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities) göre yapmaktadır. İki sınıflama yönteminin birbirine dönüştürülmesi mümkündür. Ancak NACE ve ISIC sınıflamaları ana endüstri tanımlarında birbiri ile tam uyum gösterirken alt endüstri

(4 basamak düzeyinde) tanımlarında bazı farklılıklar söz konusudur. Sınıflamalar arasında dönüşüm yapıldığında NACE'ye göre tanımlanmış olan 31 yaratıcı endüstri ISIC sınıflamasına göre 26 endüstriye karşılık gelmektedir (bkz. tablo 2.1).

Şekil 2.1: Ekonomik Faaliyet Sınıflamaları



Tablo 2.1: Yarararıcı Endüstriler

	NACE Rev.2	ISIC Rev. 4	
Reklam ve Pazarlama			Reklam ve Pazarlama
Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	7021	7020	İdari danışmanlık faaliyetleri
Reklam ajanslarının faaliyetleri	7311		
Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	7312	7310	Reklamcılık
Mimarlık			Mimarlık
Mimarlık faaliyetleri	7111	7110	Mimarlık ve mühendislik faaliyetleri ve ilgili teknik danışmanlık
El Sanatları			El Sanatları
Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	3212	3211	Mücevherat ve ilgili eşyaların imalatı
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım			Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım
Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	7410	7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf			Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf
Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	5911	5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri
Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	5912	5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri
Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	5913	5913	Sinema filmi, video ve televizyon programlarının dağıtım faaliyetleri
Sinema filmi gösterim faaliyetleri	5914	5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri
Radyo yayıncılığı	6010	6010	Radyo yayıncılığı
Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	6020	6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılık faaliyetleri
Fotoğrafçılık faaliyetleri	7420	7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri			Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri
Kitap yayımı	5821		
Diğer yazılım programlarının yayımlanması	5829	5820	Yazılım programlarının yayımlanması
Bilgisayar programlama faaliyetleri	6201	6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri
Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	6202	6202	Bilgisayar danışmanlığı ve bilgisayar tesisleri yönetim faaliyetleri
Yayıncılık			Yayıncılık
Kitap yayımı	5811	5811	Kitap yayımı
Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	5812	5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması
Gazetelerin yayımlanması	5813	5813	Gazete, dergi ve süreli yayınların yayımlanması
Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	5814		
Diğer yayıncılık faaliyetleri	5819	5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri
Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	7430	7490	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer profesyonel, bilimsel ve teknik faaliyetler
Müze, Galeri ve Kütüphaneler			Müze, Galeri ve Kütüphaneler
Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	9101	9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri
Müzelerin faaliyetleri	9102	9102	Müzelerin faaliyetleri ve tarihi alanların ve yapıların işletilmesi
Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar			Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar
Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	5920	5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri
Kültürel eğitim	8552	8542	Kültürel eğitim
Gösteri sanatları	9001		
Gösteri sanatlarının destekleyici faaliyetler	9002	9000	Yaratıcı sanatlar, gösteri sanatları ve eğlence faaliyetleri
Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	9003		
Sanat tesislerinin işletilmesi	9004		

Kaynak: DCMS (2014)

Not: ISIC kodları için dönüşüm tablosu kullanılmıştır

2.1.2. Veri

Bu rapordaki analizler, analizin düzeyine (bölgesel, ulusal ve uluslararası) ve dönemine (2009 öncesi ve sonrası) göre dört farklı veri seti kullanılarak gerçekleştirilmiştir (bkz. şekil 2.2).

Şekil 2.2: Veri Setleri

	1	2	3	4
Kurum	TÜİK	TÜİK	TÜİK	OECD
Veri Kaynağı	İdari Kayıt	Anket	Anket	-
Sınıflama	NACE Rev.2	NACE Rev.2	NACE Rev.1.1	ISIC Rev.4
Kapsadığı Dönem	2009-2017	2009-2015	2003-2008	2009-2017
Veri Adı	Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri	Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri	Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri	Sanayi ve Hizmet İstatistikleri
Kullanıldığı Analiz Düzeyi	Ulusal	Bölgesel (2009 Sonrası)	Bölgesel (2009 öncesi)	Uluslararası

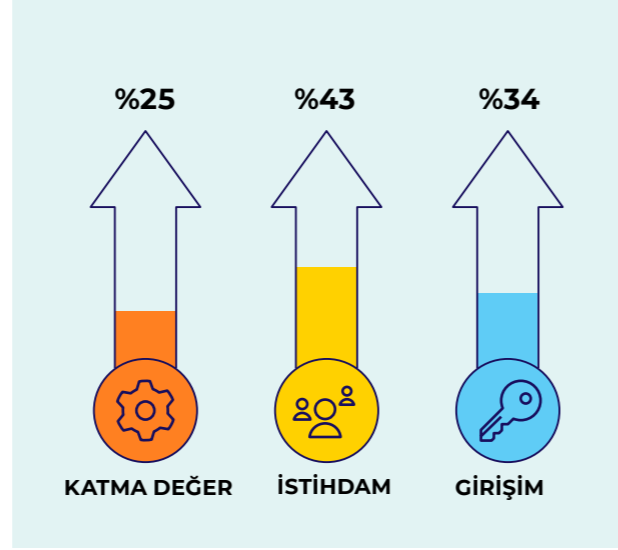
- **Ulusal düzeyde analiz:** TÜİK'in 2009-2017 dönemini kapsayan ve idari kayıtlara dayalı olarak derlediği 1 nolu veri seti, NACE Rev.2 sınıflamasına göre 4 basamak ayrıntısında endüstrilere ilişkin veriye erişim imkânı vermektedir. Bu veri seti bölgesel düzeyde veri sağlamadığı için bu raporda sadece ulusal düzeydeki analizlerde kullanılmıştır.
- **Bölgesel düzeyde analiz (2009 yılı sonrası):** TÜİK'in 2009-2015 dönemini kapsayan ve ankete dayalı olarak derlediği 2 nolu veri setinin mikro verisi kullanılarak bölgesel düzeyde veri elde edilebilmektedir. Ancak burada bir noktaya dikkat edilmesi gerekmektedir. TÜİK'in veri derleme yönteminde yapmış olduğu değişiklik (ankete dayalı veri derleme yerine idari kayıtlara dayalı veri derleme), 1 ve 2 nolu veri setlerinin değerleri arasında bazı farklılıkların oluşmasına neden olmuştur. Bu rapordaki bölgesel ve ulusal düzeydeki analiz sonuçları karşılaştırılırken bu durum göz ardı edilmemelidir.
- **Bölgesel düzeyde analiz (2009 yılı öncesi):** 2009 yılı öncesini kapsayan bölgesel bir analiz için 3 nolu veri seti uygundur. Ancak bu veri setinde ekonomik faaliyetler NACE Rev.1.1'e göre sınıflandırılmıştır. Bu da, 2009 öncesi döneme ait veriler ile 2009 sonrası döneme ait verilerin doğrudan karşılaştırılmasını imkansız hale getirmektedir. Dönüşüm tablosu kullanarak NACE Rev.1.1 ile NACE Rev.2 arasında dönüşüm yapılması mümkündür. Fakat dönüşüm tablolarında NACE Rev.1.1'deki tüm faaliyetlerin NACE Rev.2'de bire-bir karşılığının olmaması, özellikle 4 basamak düzeyinde bazı endüstrilerin verilerin gözlemlenememesine yol açmaktadır.
- **Uluslararası düzeyde analiz:** Türkiye ve diğer ülkelerin yaratıcı endüstrilerinin (4-basamak düzeyinde) karşılaştırmalı analizine olanak sağlayan veri seti OECD'ye ait olan 4 nolu veri setidir. Ancak daha önce de belirtildiği üzere bu veri seti, TÜİK'in kullandığı NACE Rev.2 sınıflamasına göre değil ISIC Rev.4 sınıflamasına göre derlenmektedir. Bunların birbirlerine dönüşümleri mümkündür ama alt endüstri tanımlarındaki farklılıklar nedeniyle NACE Rev.2'den ISIC Rev.4'e dönüştürme işlemi sonrasında elde edilen değerlerde bazı farklar oluşmaktadır. Bu raporda Türkiye ile ilgili her iki sınıflama yöntemine göre elde edilmiş değerler birlikte değerlendirirken bu durum göz önünde bulundurulmalıdır.

2.2. Türkiye'de Yararlı Endüstriler

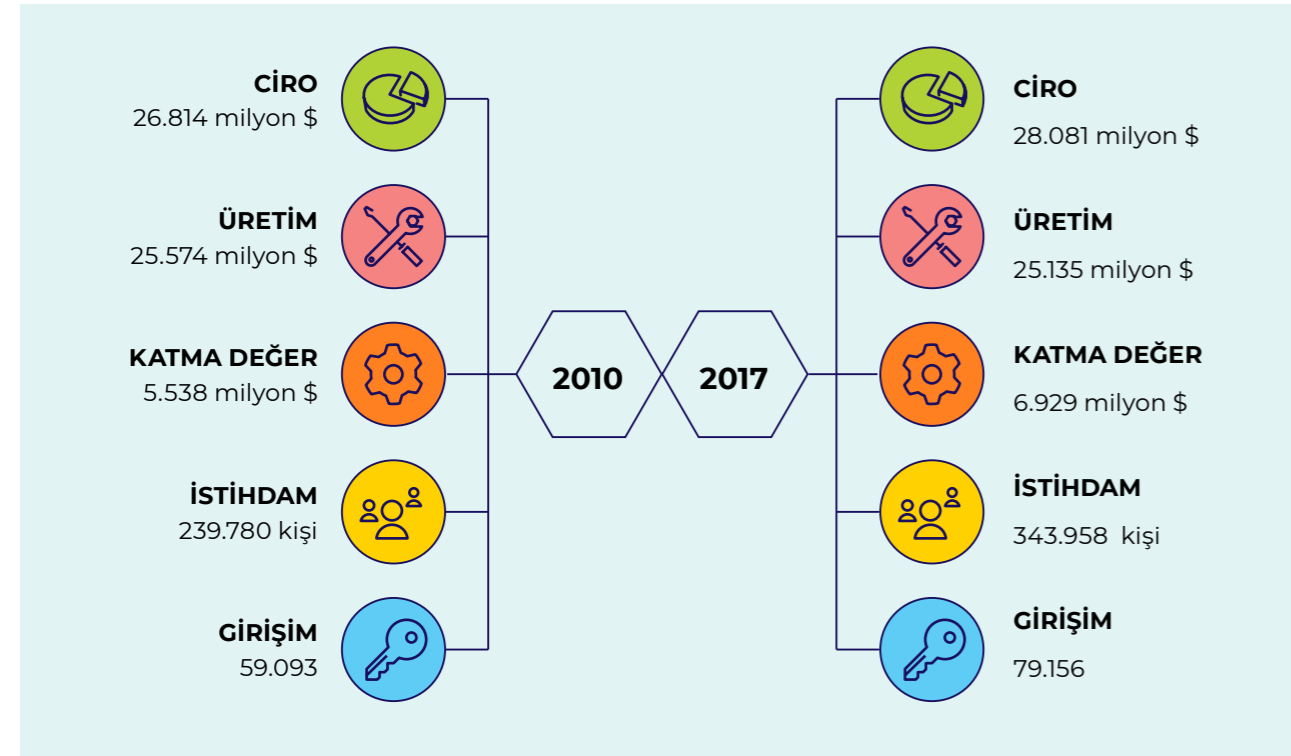
Yararlı Ekonomi

Bu bölümde yararlı endüstriler önce toplulaştırılarak ardından ayrı ayrı analiz edileceklerdir. Yararlı endüstrilerin toplamını ifade etmek için de "yararlı ekonomi" kavramı kullanılacaktır. 2017 yılı itibarıyla Türkiye'de yararlı ekonomi 28 milyar dolarlık bir ciroya ve 7 milyar dolarlık katma değere sahiptir. Şekil 2.3'te görüldüğü üzere bu alanda 79 binden fazla işletme faaliyet göstermekte ve yaklaşık 344 bin kişi istihdam edilmektedir.

2010 ile 2017 yılları arasında yararlı ekonomik faaliyetlerde hızlı bir artış gözlemlenmiştir. Bu dönemde söz konusu endüstrilerin katma değerinde %25, istihdamında %43 ve girişim sayısında ise %34'lük bir artış gerçekleşmiştir.



Şekil 2.3: Türkiye'de Yararlı Ekonominin Genel Profili (NACE Rev.2), 2010 ve 2017



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2017 Mikro Veri Seti" kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: TÜİK'ten TL olarak alınan tüm değerler WDI veri tabanından alınan \$/TL kuru üzerinden dolara çevrilmiştir.

2017 yılı için yararlı ekonomiye ait çeşitli göstergeler, imalat, inşaat ve bilgi-iletişim endüstrileri ile karşılaştırmalı olarak tablo 2.2'de verilmiştir (2010 yılı değerleri için bkz. ek tablo 2.1). Tablodaki verilere göre Türkiye'nin toplam cirosu içerisinde yararlı

ekonominin payı %2 dir. Bu pay, bilgi-iletişim endüstrisine benzer bir seviyede olsa da imalat (%27) ve inşaat sanayi ile (%8) karşılaştırıldığında oldukça düşük düzeydedir.

Tablo 2.2: Yararlı Endüstrilerin Diğer Endüstrilerle Karşılaştırılması (NACE Rev.2), 2017

	Yararlı Endüstriler (Toplam)	İmalat	İnşaat	Bilgi ve İletişim	Türkiye Ortalaması
CİRO					
Türkiye'nin Toplam Cirosu İçindeki Payı (%) ^a	2	27	8	2	-
ÜRETİM					
Türkiye'nin Toplam Üretimi İçindeki Payı (%) ^a	3	42	14	3	-
Katma Değer					
Katma Değer Oranı (Katma Değer/Üretim) (%) ^a	28	22	15	33	26
Türkiye'nin Toplam Katma Değeri İçindeki Payı (%) ^{a,b}	3	35	8	4	-
Türkiye'nin Toplam Katma Değeri İçindeki Payı ^a / Türkiye'nin Toplam Üretimi İçindeki Payı (%) ^a	1,04	0,83	0,58	1,27	-
İstihdam					
Emek Verimliliği (Dolar)	20.145	23.436	11.406	42.864	16.625 ^a
Türkiye'nin Toplam İstihdamı İçindeki Payı (%)	1	14	7	1	-
Türkiye'nin Toplam Girişim Sayısı İçindeki Payı (%) ^a	3	13	7	1	-

Kaynak: TÜİK'in İşgücü ile Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri-2009-2017 veri setleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- ▶ Katma değer oranı, ilgili endüstrinin katma değerinin üretimine oranlanmasıyla elde edilmiştir.
- ▶ Emek verimliliği, katma değer in çalışan sayısına bölünmesi ile hesaplanmıştır. TÜİK verilerinden TL olarak hesaplanan emek verimliliği, WDI'dan elde edilen \$/TL kuru üzerinden dolara çevrilmiştir.

^a Türkiye için toplam değer hesaplanırken sadece TÜİK'in yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinde yer alan endüstriler dikkate alınmış, veri setinde yer almayan endüstriler toplama dahil edilmemiştir

^b Faktör maliyeti ile katma değer verisi kullanılarak hesaplama yapılmıştır.

Grafik 2.1'de de görüldüğü üzere 2017 yılında yaratıcı ekonominin katma değeri Türkiye'nin toplam katma değerinin yaklaşık %3'ü kadardır¹³. Bu pay, %8'lik inşaat ve %35'lik imalat sanayi payıyla karşılaştırıldığında oldukça düşük düzeydedir.

Ancak endüstriler arasındaki karşılaştırma katma değer yerine katma değer oranı (endüstrinin katma değerinin kendi üretimi içerisindeki payı) üzerinden yapıldığında yukarıdaki bu resim tersine dönmektedir. %28'lik bir katma değer oranıyla yaratıcı ekonomi 2017 yılında imalat sanayinden (%22) ve inşaat sektöründen (%15) daha yüksek bir katma değer oranına sahiptir (bkz. grafik 2.2). 2010 yılına kıyasla 2017 yılında yaratıcı

ekonominin katma değer oranında 6 puanlık bir artış söz konusudur (bkz. ek tablo 2.1).

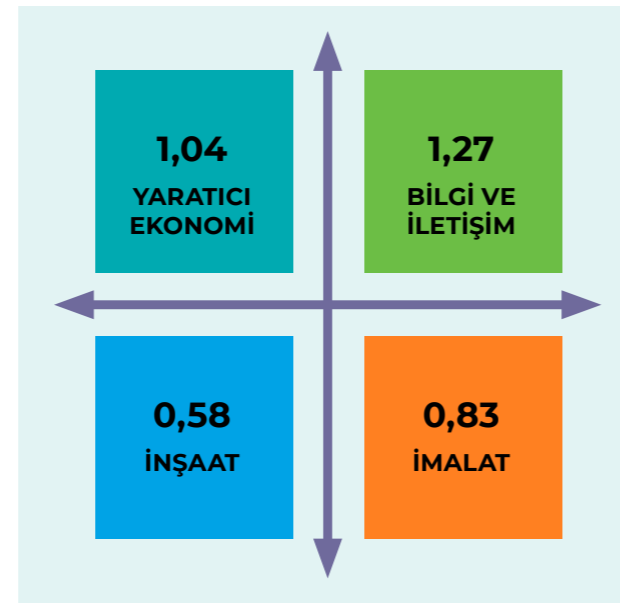
İmalat ve inşaat sanayileri Türkiye ekonomisi içerisinde toplam büyüklük açısından oldukça yüksek değere sahiplerdir ve bu nedenle mutlak rakam olarak değerlendirildiklerinde Türkiye ekonomisi içerisindeki payları diğer birçok endüstriden çok daha yüksek olarak gözlemlenmektedir. Fakat endüstriler mutlak rakamlar yerine nispi rakamlar üzerinden değerlendirildiğinde karşılaştırmalar daha tutarlı hale gelmektedir. Bu düşünceden hareketle endüstrilerin karşılaştırılmasında aşağıdaki oranı kullanmak daha doğru bir yaklaşım olacaktır:

(Türkiye'nin toplam katma değeri içerisinde "A" endüstrinin payı(%))

(Türkiye'nin toplam üretimi içerisinde "A" endüstrinin payı (%))

Bu oranın "1" olması durumunda ilgili endüstrinin, ülkenin toplam katma değeri içerisindeki payı ile ülkenin toplam üretimi içerisindeki payının birbirine eşit olduğu söylenebilir. Birden büyük olması durumunda ise ilgili endüstrinin, Türkiye'nin katma değerine, Türkiye'nin üretimindeki payından daha yüksek oranda katkı sağladığı ifade edilebilir, aksi durumda ise tersi geçerlidir. Bu açıdan değerlendirildiğinde %1,04 oranıyla yaratıcı endüstriler ülkenin üretiminden aldıkları paydan daha yüksek oranda ülkenin katma değerine katkı sağlamaktadırlar. İmalat ve inşaat sanayilerinde bu oran sırasıyla 0,83 ve 0,58 olarak hesaplanmıştır (bkz. tablo 2.2). Dolayısıyla yaratıcı endüstrilerin aksine bu iki endüstri, Türkiye'nin toplam üretimindeki paylarından daha az oranda Türkiye'nin katma değerine katkı sağlamaktadırlar. Bu oranın, yaratıcı endüstriler için 1'in altında iken; 2017 yılında 1'in üzerine çıktığı görülmektedir (2010 yılı değeri için bkz. ek tablo 2.1).

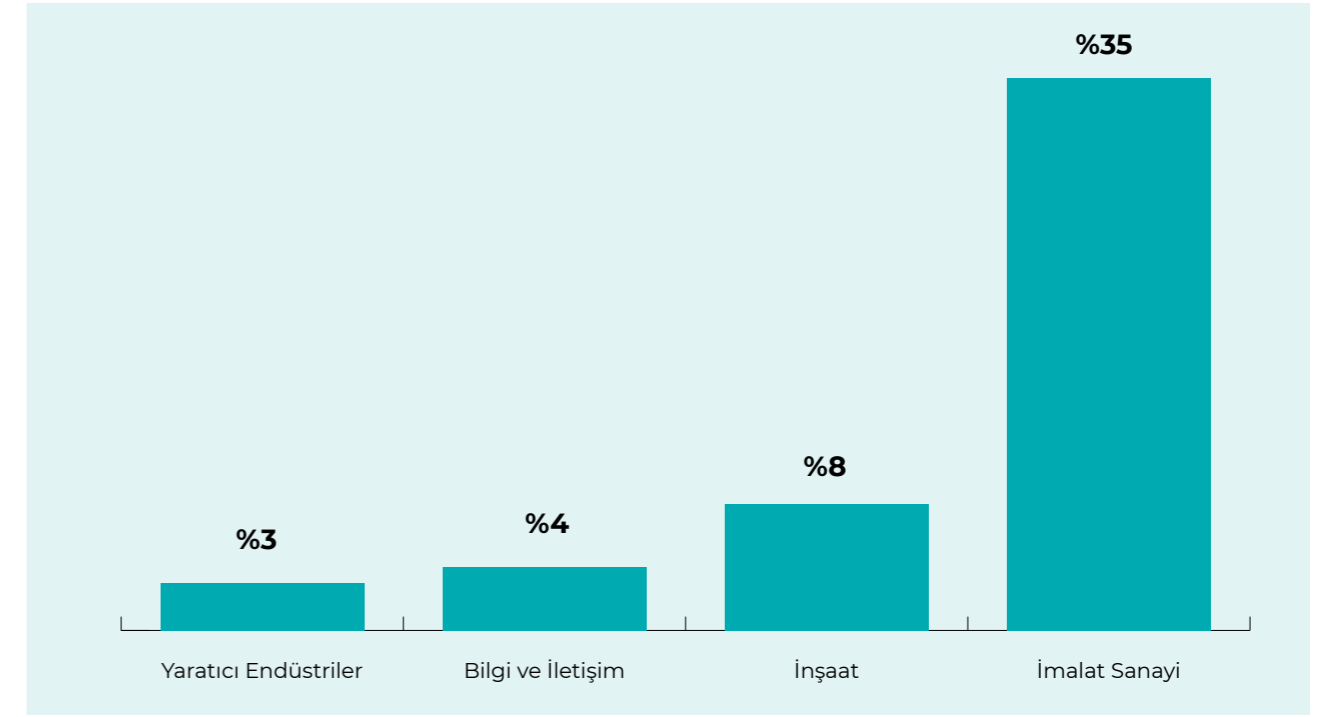
Şekil 2.4: Katma Değer Payı (%) / Üretim Payı (%)



Kaynak: Yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

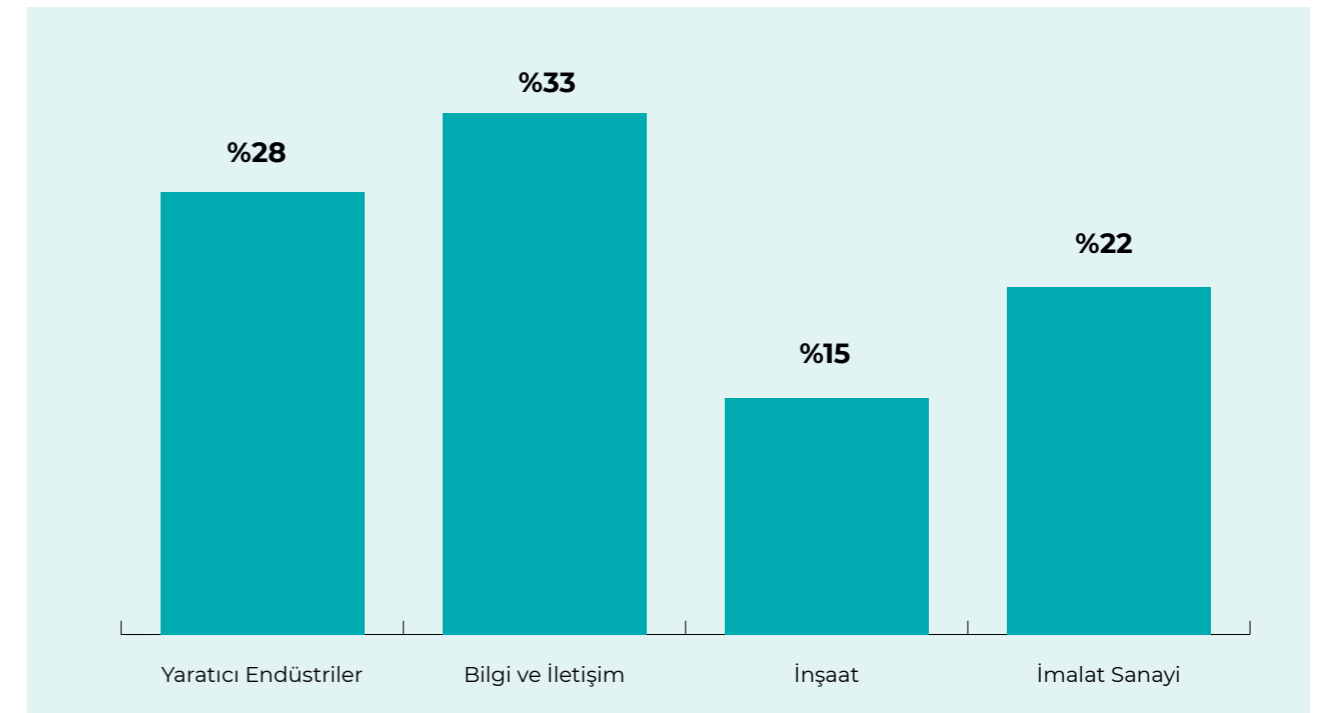
¹³ Türkiye'nin toplam katma değeri hesaplanırken sadece TÜİK'in yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinde yer alan endüstriler dikkate alınmış, veri setinde yer almayan endüstriler toplama dahil edilmemiştir. Bunun yerine GSYİH hesaplarında yer alan ve tüm ekonomik faaliyetleri içeren katma değer verisi kullanıldığında bu oran yaklaşık %1 kadardır. Bu ikinci hesaplamada Türkiye toplamını temsil eden katma değer verisinin temel fiyatlarla, yaratıcı endüstrilerin katma değerinin ise faktör fiyatlarıyla olduğu göz ardı edilmemelidir.

Grafik 2.1: Türkiye'nin Katma Değeri İçinde Sektörlerin Payları (%), 2017



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2017" verisi kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Grafik 2.2: Katma Değer Oranı (%), 2017



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2017" verisi kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Yaratıcı Endüstriler

Yaratıcı ekonomiyi oluşturan endüstrilerin ayrıntılı verileri tablo 2.3'te verilmiştir. Bu endüstrilerin çeşitli göstergelere göre değerlendirilmelerine aşağıda yer verilmiştir:

Tablo 2.3: Türkiye'de Yaratıcı Ekonominin Ayrıntılı Profili (NACE Rev.2), 2017

NAC Rev.2	Ciro (milyon \$)	Katma Değer (milyon \$)	Üretim Değeri (milyon \$)	Katma Değer Oranı (%)	Çalışan Sayısı	Emek Verimliliği (\$)	Girişim Sayısı
Reklam ve Pazarlama							
7021	174	56	155	36	4.926	11.314	717
7311	4.954	921	4.620	20	71.062	12.964	13.727
7312	2.104	128	2.109	6	4.188	30.660	512
Mimarlık							
7111	2.487	508	2.231	23	49.223	10.322	13.075
El Sanatları							
3212	2.835 ^a	253	2.592	10	25.213	10.038	5.310
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım							
7410	555	96	504	19	12.833	7.512	4.778
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf							
5911	1.309	302	1.293	23	12.147	24.882	2.444
5912	72	19	71	26	1.359	13.633	440
5913	161	30	111	27	545	55.376	109
5914	367	109	350	31	4.589	23.779	319
6010	92	18	94	20	1.732	10.642	739
6020	1.482	408	1.469	28	8.996	45.321	597
7420	224	48	209	23	16.757	2.881	9.421
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri							
5821	134 ^a	9 ^b	134 ^a	7	503	17.983	92
5829	48	18	33	56	563	32.434	107
6201	4.372	2.072	3.969	52	55.536	37.307	9.501
6202	3.387	1.038	2.486	42	28.017	37.052	4.557
Yayıncılık							
5811	745	153	624	24	6.684	22.836	1.295
5812	g	g	g	g	g	g	g
5813	666	208	653	32	13.872	14.988	1.263
5814	174 ^a	50	167 ^a	g	3.716	13.413	900
5819	g	g	g	g	g	g	g
7430	98	33	96	35	3.432	9.694	1.833
Müzeler, Galeriler ve Kütüphaneler							
9101	16 ^b	6 ^b	22	27	713	8.228	20
9102	13	3 ^b	13	23	278	10.883	42
Müzik Performansı ve Görsel Sanatlar							
5920	89	18	83	21	1.343	13.136	622
8552	27	6	25	25	1.993	3.179	795
9001	300	161	296	54	6.650	24.136	3.667
9002	209	46	194	24	3.623	12.806	947
9003	34 ^a	6	27	21	974	5.865	550
9004	129 ^b	51	222	23	1.333	38.073	223

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2017" verisi kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

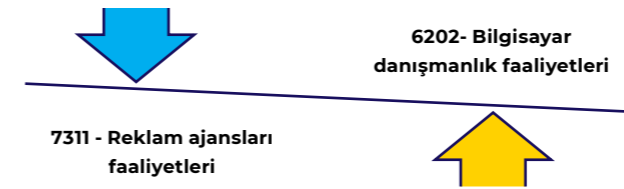
- Katma değer oranı, ilgili endüstrinin katma değerinin üretimine oranlanmasıyla elde edilmiştir.
- Emek verimliliği katma değerinin çalışan sayısına bölünmesi ile hesaplanmıştır. Tüm değerler, WDI'dan elde edilen \$/TL kuru üzerinden dolara çevrilmiştir.

g - gizli veri veya açıklanmayan veriyi temsil etmektedir.

a - ilgili değer 2016 yılına aittir.

b - ilgili değer 2015 yılına aittir.

Ciro ve Katma Değer: 2017 yılında yaratıcı endüstriler içerisinde en yüksek ciroya sahip endüstri yaklaşık 5 milyar dolar ile *reklam ajansları faaliyetleri (7311)* olmuştur. Bu endüstri yaratıcı ekonominin toplam cirosunun %18'ini tek başına gerçekleştirmektedir (bkz. grafik 2.4). Ancak söz konusu endüstri, yarattığı katma değer açısından değerlendirildiğinde 921 milyon dolarlık katma değeri ile yaratıcı endüstriler arasında üçüncü olabilmektedir. En çok katma değer yaratan endüstrilerde ilk sırayı 2 milyar dolar ile *bilgisayar programlama faaliyetleri (6201)* alırken, ikinci sırayı da 1 milyar dolar ile *bilgisayar danışmanlık faaliyetleri (6202)* almıştır. Bu iki endüstrinin yarattığı katma değer, tüm yaratıcı endüstrilerin toplam katma değerinin %46'sına karşılık gelmektedir. Bu endüstrilere *reklam ajansları faaliyetleri* de eklendiğinde bu oran %60'a çıkmaktadır (bkz. grafik 2.3).

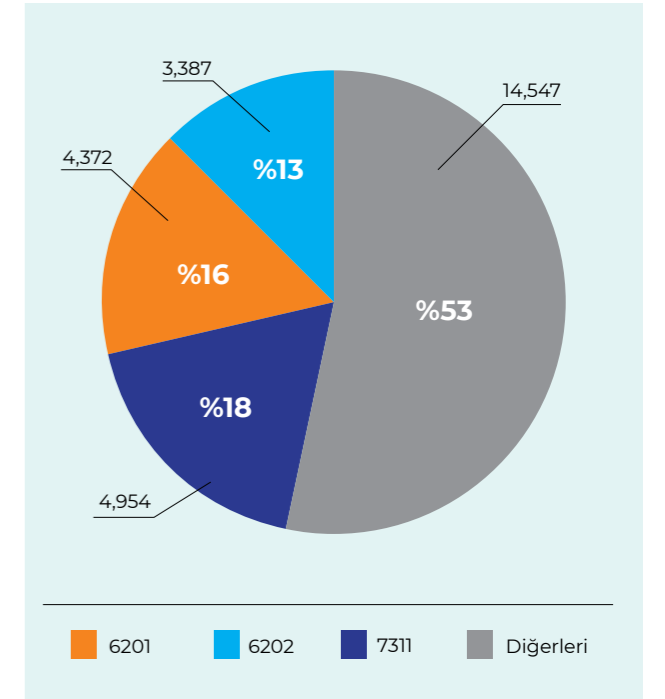


2017 yılına ait katma değer ve ciro rakamları 2010 yılı değerleri ile kıyaslandığında bazı endüstrilerin gerilediği bazılarının da yükseldiği görülmektedir. *Bilgisayar danışmanlık faaliyetlerinin (6202)* katma değer yaratma konusunda 2010 yılında *reklam ajansları faaliyetlerinin (7311)* hemen arkasında yer aldığı görülürken; 2017 yılında bu endüstrinin önüne geçerek ikinci sıraya yerleştiği görülmektedir.



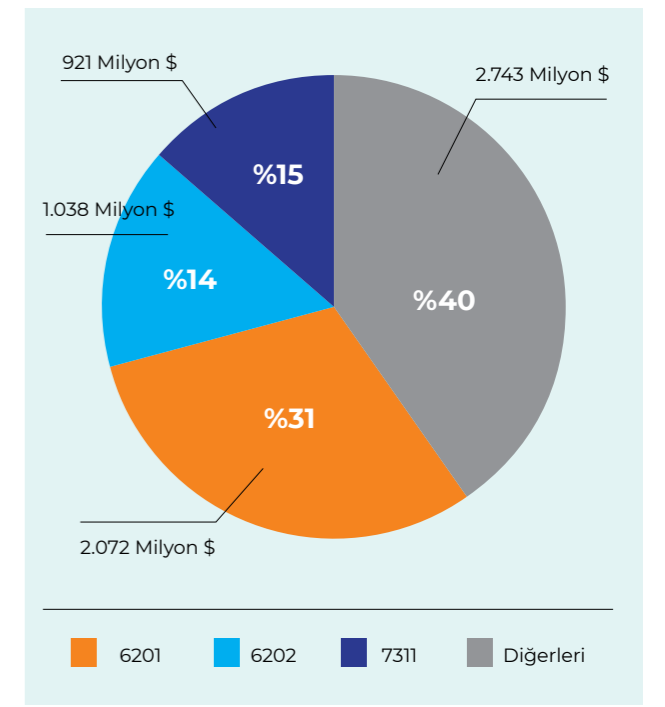
2010 yılında mücevher ve benzeri eşyaların imalatı (3212) 6 milyar dolarlık bir ciro ile yaratıcı endüstriler arasında ilk sırada yer alırken yedi yıl içerisinde hızlı gerileme yaşanmıştır. 2017 yılında söz konusu endüstrinin cirosu 2,8 milyar dolara kadar gerilemiştir (yaratıcı endüstrilerin 2010 yılı göstergeleri için bkz. ek tablo 2.2).

Grafik 2.4: Yaratıcı Endüstrilerde Ciro



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2017" verisi kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Grafik 2.3: Yaratıcı Endüstrilerde Katma Değer



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2017" verisi kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Katma değer oranı (katma değer/üretim): Yaratıcı endüstriler arasında en yüksek katma değer oranı %56 ile *diğer yazılım programlarının yayımlanması* (5829) faaliyetine aittir. Ancak bu endüstriye ait katma değer rakamı (18 milyon \$) diğer endüstrilerle kıyaslandığında oldukça düşük düzeydedir. Benzer bir durum katma değer oranı sıralamasında ikinci olan 9001 kodlu *gösteri sanatları* (%54) için de geçerlidir. Katma değer oranı en yüksek diğer endüstriler ise sırasıyla 6201 kodlu *bilgisayar programlama faaliyetleri* (%52) ve 6202 kodlu *bilgisayar danışmanlık* (%42) faaliyetleridir (bkz. grafik 2.5 ve 2.6).

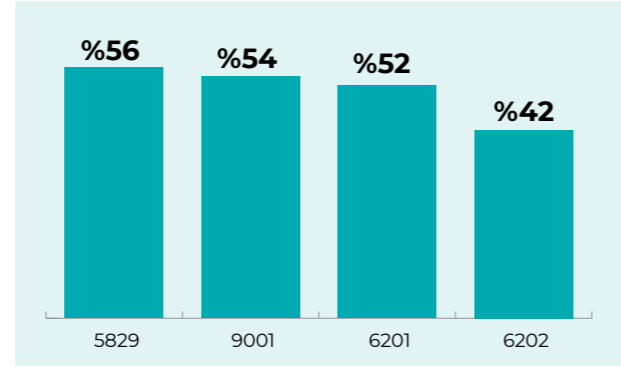
Reklam ajansları faaliyetleri (7311) ciro, üretim ve katma değer açısından hep ilk üçte yer alsa da katma değer oranı dikkate alındığında %20 gibi düşük bir oranla tüm yaratıcı endüstriler arasında ancak 24. sırada kendisine yer bulabilmektedir.

Ciro, katma değer, verimlilik ve istihdam göstergeleri birlikte değerlendirildiğinde Türkiye'nin yaratıcı endüstrileri içerisinde en iyi performansa sahip endüstri olarak bilgisayar programlama faaliyetleri (6201) öne çıkmaktadır. Bu endüstrinin en yakın takipçisi ise bilgisayar danışmanlık faaliyetleridir (6202).

İstihdam: 2017 yılında yaratıcı endüstriler içerisinde en çok istihdam yaratan endüstrilerin başında 71 bin kişi ile *reklam ajansları faaliyetleri* (7311) gelmektedir. Bu endüstriyi 55 bin kişilik istihdamıyla *bilgisayar programlama faaliyetleri* (6201) izlemekte ve üçüncü sırada da 49 bin kişilik istihdamı ile *mimarlık faaliyetleri* (7111) yer almaktadır (bkz. grafik 2.7)

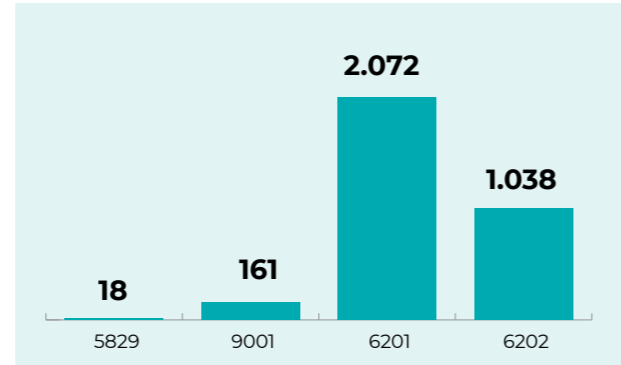
Emek verimliliği (çalışan başına katma değer): Verimliliğin en yüksek olduğu endüstri 55 bin dolar ile *sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleridir* (5913). Emek verimliliğinde ikinci sırayı 45 bin dolar ile *televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri* (6020) alırken, üçüncü sırayı da 38 bin dolar ile *sanat tesislerinin işletilmesi* (9004) faaliyetleri almaktadır.

Grafik 2.6: Yaratıcı Endüstrilerde Katma Değer Oranı (%)



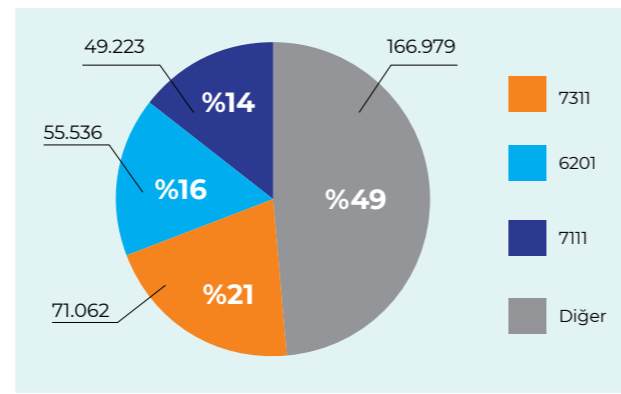
Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2017" verisi kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Grafik 2.5: Yaratıcı Endüstrilerde Katma Değer (Milyon \$)



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2017" verisi kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Grafik 2.7: Yaratıcı Endüstrilerde İstihdam, 2017



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2017" verisi kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

2.3.OECD Ülkelerinde Yaratıcı Endüstriler: Türkiye ile Karşılaştırma

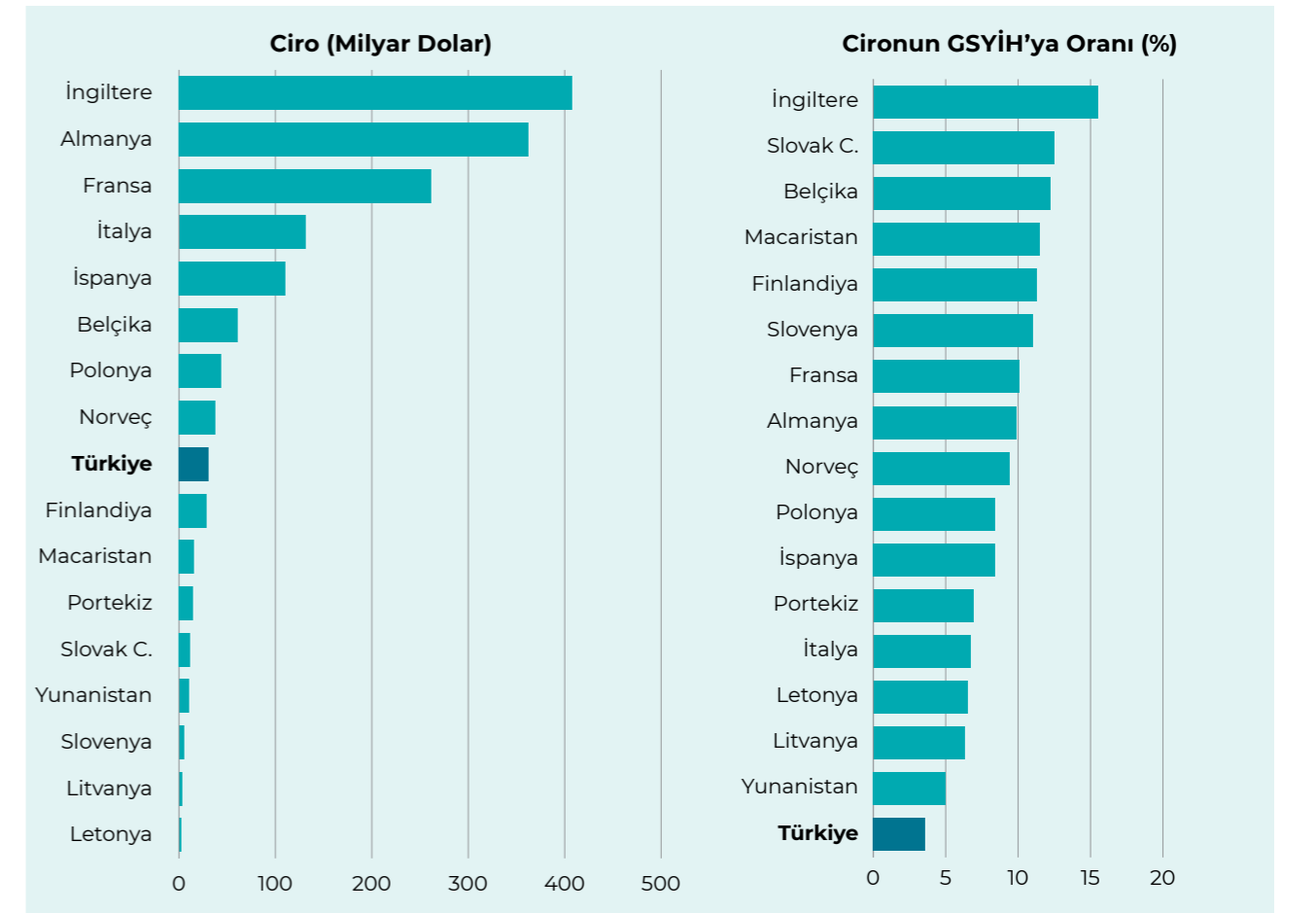
Bu bölümde Türkiye ve OECD ülkelerinin önce yaratıcı ekonomileri daha sonra da yaratıcı endüstrileri karşılaştırılacaktır. Aşağıdaki değerlendirmelerde tüm OECD ülkelerine değil sadece OECD veri tabanında verisi olan ülkelere yer verilmiştir.

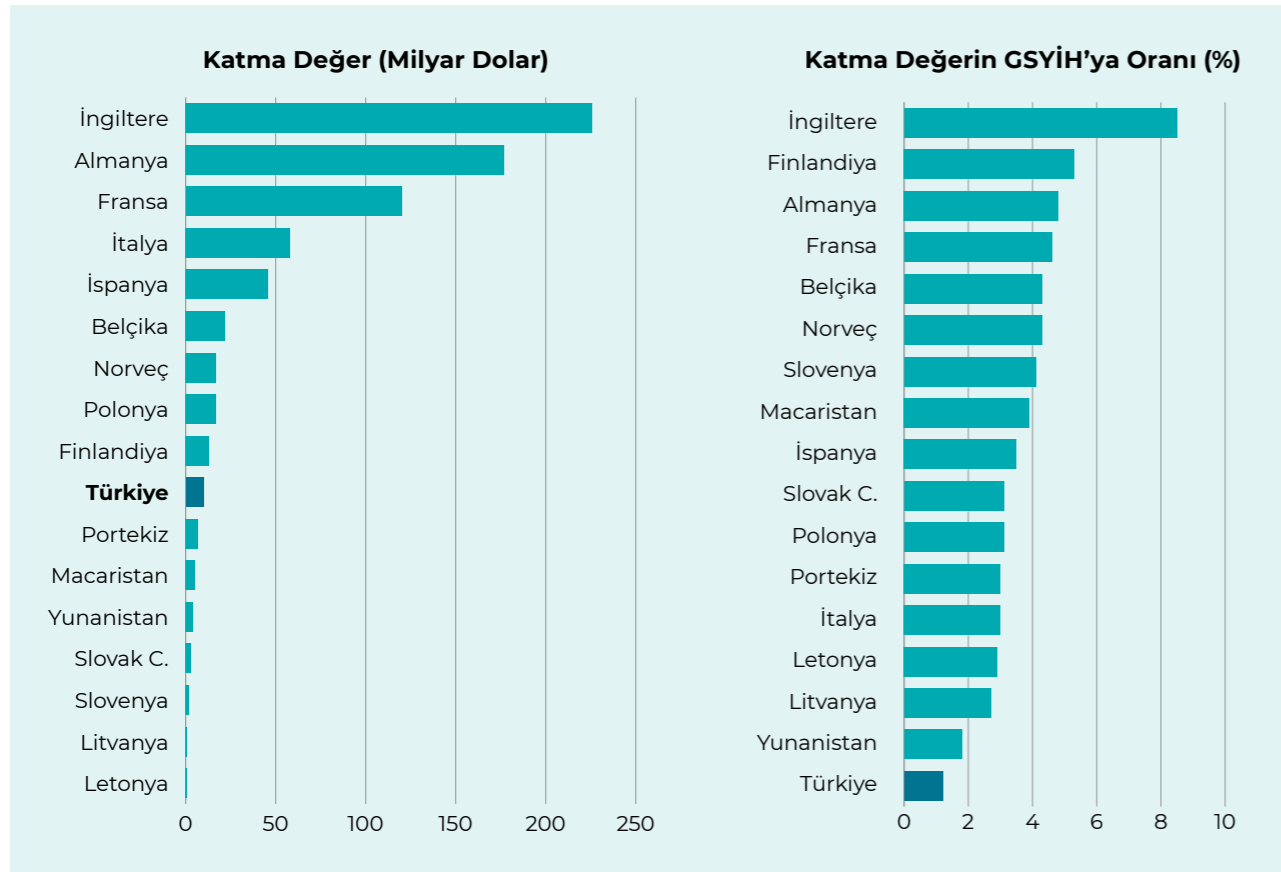
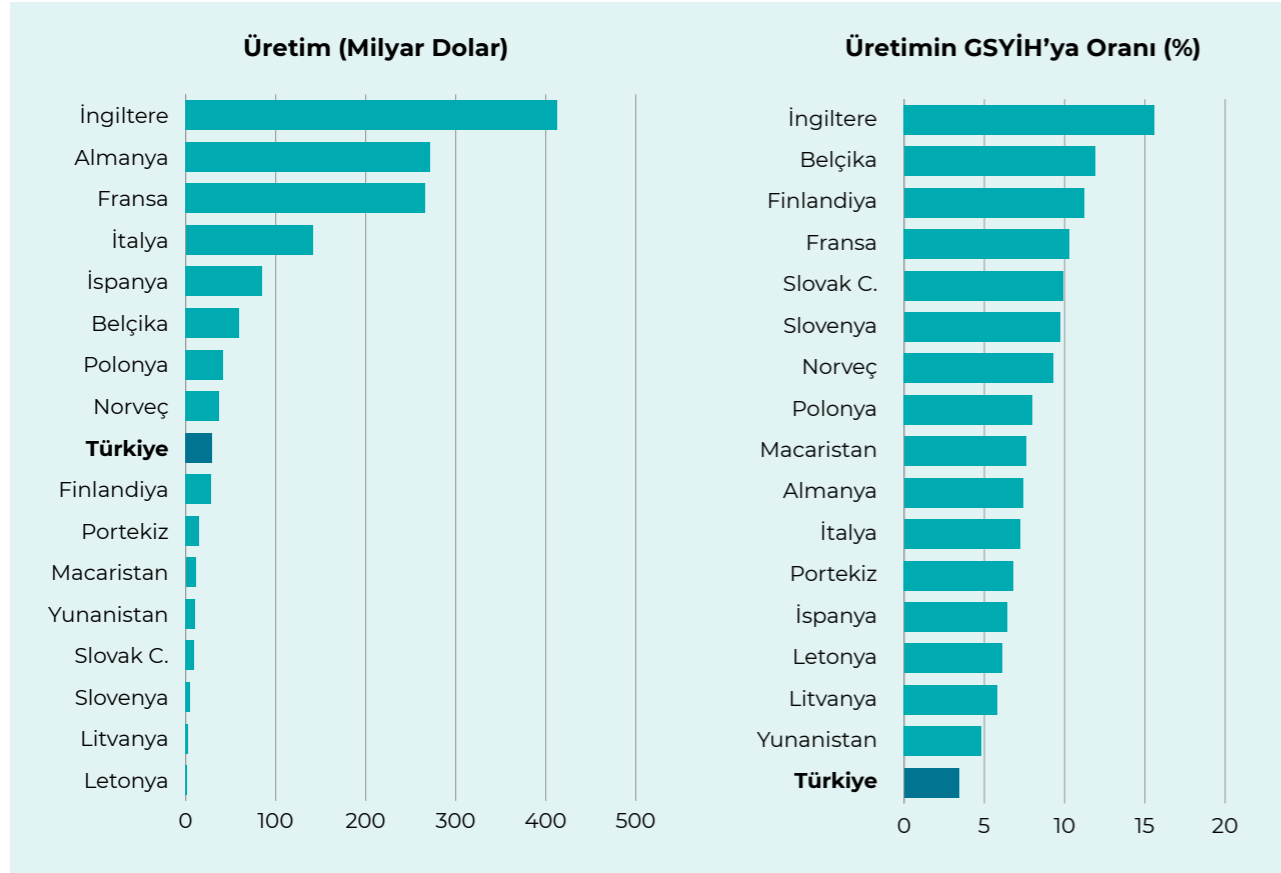
Yaratıcı Ekonomilerin Karşılaştırılması

Grafik 2.8'de OECD ülkeleri için yaratıcı ekonomiye ilişkin ciro, üretim ve katma değer rakamları yer almaktadır. Bu ülkeler içerisinde İngiltere, Almanya, Fransa ve İtalya yaratıcı ekonomiye ilişkin neredeyse tüm göstergelerde en yüksek değerlere sahip ülkeler olarak karşımıza çıkmaktadırlar.

Türkiye diğer ülkelerle karşılaştırıldığında hemen hemen tüm göstergelerde orta sıralarda yer almaktadır. Ancak değerlendirmeler grafik 2.8'de yer alan mutlak rakamlar yerine (soldaki paneller) nispi rakamlar (sağdaki paneller) üzerinden yapıldığında tüm göstergelerde Türkiye son sıraya gerilemektedir.

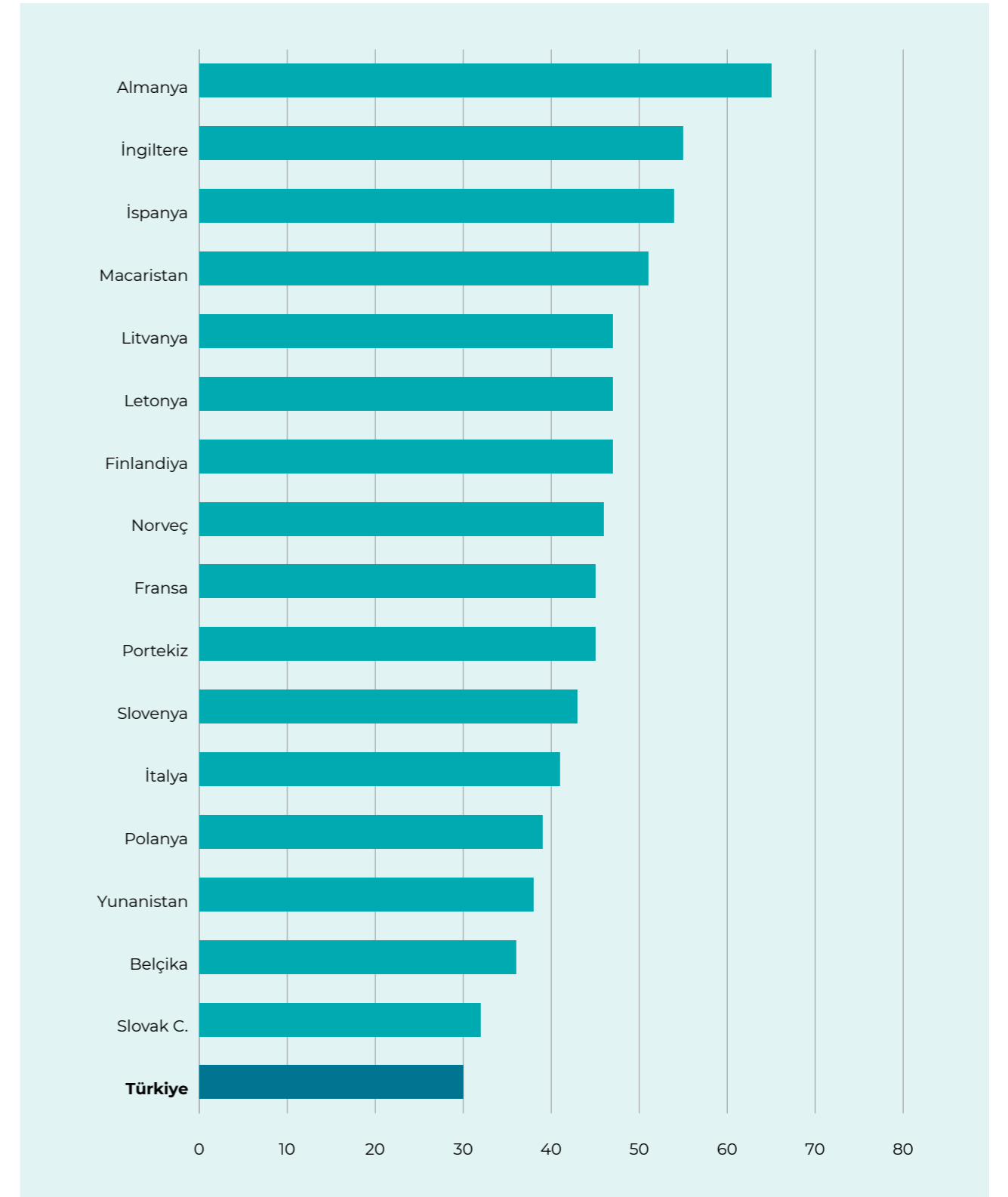
Grafik 2.8: OECD Ülkelerinin Yaratıcı Ekonomi Göstergeleri (ISIC.Rev.4), 2017





OECD ülkelerinin yaratıcı endüstrileri bir diğer gösterge olan katma değer oranı açısından karşılaştırıldığında en yüksek değere sahip ilk üç ülkenin sırasıyla Almanya, İngiltere ve İspanya olduğu görülmektedir (bkz. grafik 2.9). Türkiye ise son sırada yer almaktadır.

Grafik 2.9: Yaratıcı Ekonominin Katma Değer Oranı (%), (ISIC Rev.4), 2017



Tablo 2.4'te OECD ülkelerinin karşılaştırmalı sektörel katma değer oranları verilmiştir. Tüm ülkelerde yaratıcı endüstrilerin imalat ve inşaat sanayilerinden yaklaşık 1,5 ile 2 kat daha yüksek bir katma değer oranına sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 2.4: OECD Ülkelerinin Sektörel Katma Değer Oranlarının Karşılaştırılması (%) (ISIC. Rev.4), 2017

Ülke	Yaratıcı Ekonomi (Endüstriler Toplam)	İmalat	İnşaat	Bilgi ve İletişim
Türkiye	30	22	15	33
İngiltere	55	31	38	52
Almanya	65	31	40	59
Fransa	45	27	31	45
İtalya	41	26	30	45
İspanya	54	23	31	54
Norveç	46	28	32	46
Finlandiya	47	28	31	47
Belçika	36	22	26	43
Yunanistan	38	24	26	35
Portekiz	45	25	32	46
Polonya	39	24	23	45
Macaristan	51	24	34	52
Letonya	47	29	23	54
Litvanya	47	23	29	51
Slovenya	43	31	31	44
Slovak Cumhuriyeti	32	19	23	47

Kaynak: OECD verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: 4 basamak düzeyinde NACE.Rev.2 ve ISIC.Rev.4 sınıflamalarındaki farklılıkları nedeniyle Türkiye için bir önceki bölümde yaratıcı endüstrilere ilişkin yapılan hesaplamalarla bu bölümde yapılan hesaplamalar arasında bazı farklılıklar oluşabilmektedir. Katma değer oranı, ilgili endüstrilerdeki katma değerlerin ilgili endüstrinin üretimine oranlanmasıyla bulunmuştur. Katma değer oranı hesaplanırken, sadece hem üretim hem de katma değer verisi olan endüstriler dikkate alınmıştır.

Yaratıcı Endüstrilerin Karşılaştırılması

OECD ülkelerinin yaratıcı endüstrileri 2017 yılı için katma değer oranı, emek verimliliği ve ücret göstergeleri açısından aşağıda tablo 2.5'te karşılaştırılmıştır (ayrıntılı üretim, katma değer, ciro ve istihdam değerleri için bkz. ek tablo 2.3 ile 2.6 arası):

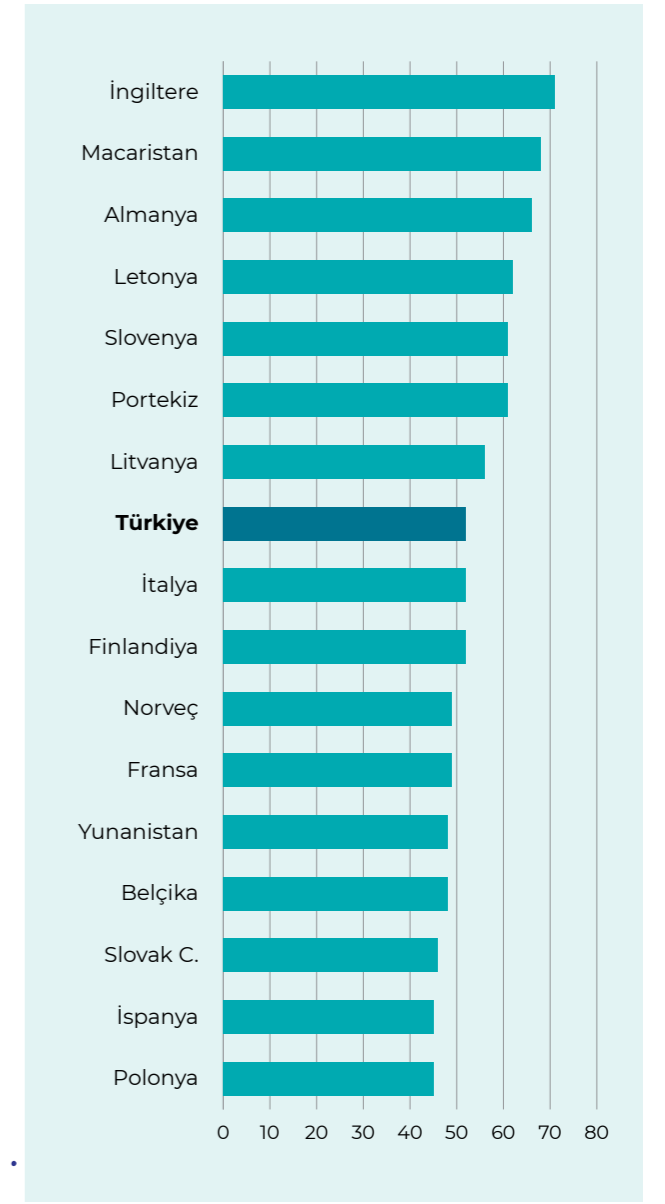
Katma Değer Oranı (%): OECD ülkeleri içerisinde katma değer oranı en yüksek ülke Almanya'dır (%65). Bu ülke ayrıntılı olarak incelendiğinde iki endüstri dışında (3211 ve 5812 kodlu faaliyetler) diğer tüm endüstrilerin katma değer oranının %40'ın üzerinde olduğu görülmektedir. Katma değer oranı en yüksek ikinci ülke İngiltere'dir. Bu ülkede de üç endüstri hariç (5914, 5911 ve 6020 kodlu faaliyetler) diğer tüm endüstrilerin katma değer oranı %40'ın üzerindedir (bkz. tablo 2.5).

Türkiye'de %40 oranını aşan sadece iki yaratıcı faaliyet bulunmaktadır. Bunlar, 6201 kodlu bilgisayar programlama faaliyetleri (%52) ve 7490 kodlu başka yerde sınıflandırılmamış diğer profesyonel, bilimsel ve teknik faaliyetlerdir (%41). 6201 kodlu faaliyetin Türkiye'deki katma değer oranı İngiltere ve Almanya'nın gerisinde; İtalya ve Finlandiya ile aynı düzeyde; Fransa, Norveç ve İspanya gibi ülkelerin ise üzerinde yer almaktadır (bkz. grafik 2.10).

Türkiye, 7490 kodlu faaliyetin katma değer oranında ise Fransa, Belçika, Yunanistan, Polonya ve Slovak Cumhuriyetinin önünde; diğer ülkelerin ise gerisinde yer almaktadır (bkz. tablo 2.5).

5811, 5920, 7110, ve 7310 kodlu faaliyetlerde OECD ülkeleri içerisinde en düşük katma değer oranına sahip ülke Türkiye'dir (bkz. tablo 2.5).

Grafik 2.10: OECD Ülkelerinde 6201 Kodlu Faaliyetin Katma Değer Oranı (%), ISIC. Rev.4, 2017



Kaynak: OECD verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 2.5: OECD Ülkelerinin Yarattığı Endüstrilerinde Katma Değer Oranı (%), ISIC Rev.4, 2017

ISIC Rev.4	Türkiye	İngiltere	Almanya	Fransa	İtalya	İspanya	Norveç	Finlandiya	ISIC Rev.4	Belçika	Yunanistan	Portekiz	Polonya	Macaristan	Letonya	Litvanya	Slovenya	Slovakya
3211	g	g	38	g	19	g	g	26	3211	g	g	33	g	35	44	g	46	g
5811	24	53	46	28	28	48	35	40	5811	33	34	35	45	36	42	33	40	28
5812	g	58	34	g	g	63	41	51	5812	34	43	39	20	50	g	33	g	g
5813	g	58	45	39	36	46	41	38	5813	40	16	38	40	42	36	44	39	41
5819	g	62	57	g	g	38	30	51	5819	15	33	37	33	56	g	41	g	30
5820	g	57	43	48	50	70	53	47	5820	53	68	48	54	66	35	64	66	g
5911	23	24	52	50	40	72	40	55	5911	26	35	28	21	8	31	26	30	48
5912	26	54	62	52	38	69	61	54	5912	32	37	46	35	53	18	25	60	19
5913	27	45	65	20	48	29	11	16	5913	11	20	47	26	24	10	30	11	-10
5914	31	38	43	32	26	43	35	41	5914	28	39	27	35	32	30	39	23	34
5920	21	48	70	28	34	34	25	45	5920	33	41	51	41	33	45	36	28	35
6010	20	58	96	43	34	51	38	47	6010	43	36	55	59	27	33	49	31	20
6020	28	9	-	33	23	46	40	19	6020	24	44	43	37	39	36	36	0	38
6201	52	71	66	49	52	45	49	52	6201	48	48	61	45	68	62	56	61	46
6202	g	65	67	51	47	62	52	45	6202	43	47	56	51	58	48	57	50	59
7020	38	61	72	51	45	60	56	46	7020	39	45	48	50	57	54	47	53	34
7110	29	58	68	44	47	48	47	52	7110	32	33	44	42	51	45	51	36	34
7310	16	45	59	38	20	55	25	45	7310	17	26	23	24	42	28	39	21	24
7410	19	64	60	39	47	76	48	43	7410	30	37	46	39	48	33	41	54	18
7420	23	62	57	38	46	51	50	47	7420	41	27	54	87	47	40	48	59	33
7490	41	60	66	40	49	72	44	43	7490	34	38	47	38	58	48	46	52	12
8542	25	g	g	g	g	g	g	g	8542	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9000	36	g	g	g	g	g	g	g	9000	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9101	g	g	g	g	g	g	g	g	9101	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9102	g	g	g	g	g	g	g	g	9102	g	g	g	g	g	g	g	g	g
Yaratıcı Ekonomi	30	55	65	45	41	54	46	47	Yaratıcı Ekonomi	36	38	45	39	51	47	48	43	32

Kaynak: OECD verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- ▶ 4 basamak düzeyinde NACE.Rev.2 ve ISIC.Rev.4 sınıflamalarındaki farklılıkları nedeniyle Türkiye için bir önceki bölümde yaratıcı endüstrilere ilişkin yapılan hesaplamalarla bu bölümde yapılan hesaplamalar arasında bazı farklılıklar oluşabilmektedir.
- ▶ Katma değer oranı, ilgili endüstrideki katma değer in ilgili endüstrinin üretimine oranlanmasıyla bulunmuştur.
- ▶ Yaratıcı endüstrilerin katma değer oranı hesaplanırken hem üretim hem de katma değer verisi olan endüstriler dikkate alınarak hesaplama yapılmıştır.
- ▶ g, gizli veya açıklanmamış veriyi temsil etmektedir.

Tablo 2.6: OECD Ülkelerinin Yaratıcı Endüstrilerinde Emek Verimliliği (bin dolar), ISIC Rev.4, 2017

ISIC Rev.4	Türkiye	İngiltere	Almanya	Fransa	İtalya	İspanya	Norveç	Finlandiya	ISIC Rev.4	Belçika	Yunanistan	Portekiz	Polonya	Macaristan	Letonya	Litvanya	Slovenya	Slovakya
3211	g	g	68	g	63	g	g	66	3211	g	g	21	g	15	g	g	g	g
5811	26	g	91	83	102	76	98	89	5811	107	37	46	48	26	15	20	39	27
5812	g	g	88	g	g	81	113	114	5812	75	21	55	16	38	0	10	g	g
5813	16	g	73	80	104	58	101	78	5813	155	12	35	40	36	14	15	46	36
5819	g	g	68	g	g	47	78	90	5819	86	30	34	28	35	g	16	g	30
5820	g	g	132	110	89	97	133	171	5820	183	68	63	42	63	21	48	67	g
5911	28	g	80	99	98	79	87	76	5911	159	18	45	89	15	16	32	89	91
5912	18	g	91	81	86	99	87	59	5912	184	29	46	78	57	12	43	89	59
5913	61	g	392	142	483	170	167	120	5913	112	39	286	167	126	40	39	32	-17
5914	25	g	25	76	43	40	46	88	5914	103	32	31	76	66	25	32	49	163
5920	20	g	287	102	236	103	103	85	5920	286	20	43	55	30	14	23	66	45
6010	13	126	91	90	75	56	96	73	6010	195	16	38	37	14	15	36	34	53
6020	46	43	193	159	152	92	103	230	6020	137	61	139	103	64	38	76	1	97
6201	41	114	106	97	99	76	104	109	6201	150	47	48	47	44	35	35	66	48
6202	40	98	107	103	82	63	137	95	6202	140	79	44	45	44	23	31	72	44
7020	18	111	132	100	112	70	124	92	7020	220	46	42	47	38	21	28	72	37
7110	15	102	92	86	222	72	126	78	7110	135	51	41	37	34	16	17	52	45
7310	16	148	59	74	68	61	90	67	7310	93	34	38	52	32	18	28	61	34
7410	11	80	97	105	120	176	91	80	7410	127	32	34	34	25	13	20	80	14
7420	6	76	90	93	121	41	110	75	7420	171	9	23	18	21	8	28	62	22
7490	13	85	97	93	133	70	78	69	7490	154	27	38	42	27	19	23	61	32
8542	5	g	g	g	g	g	g	g	8542	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9000	34	g	g	g	g	g	g	g	9000	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9101	g	g	g	g	g	g	g	g	9101	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9102	g	g	g	g	g	g	g	g	9102	g	g	g	g	g	g	g	g	g
Yaratıcı Ekonomi	21	122	97	97	110	70	117	90	Yaratıcı Ekonomi	156	42	44	48	38	23	27	62	40

Kaynak: OECD verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

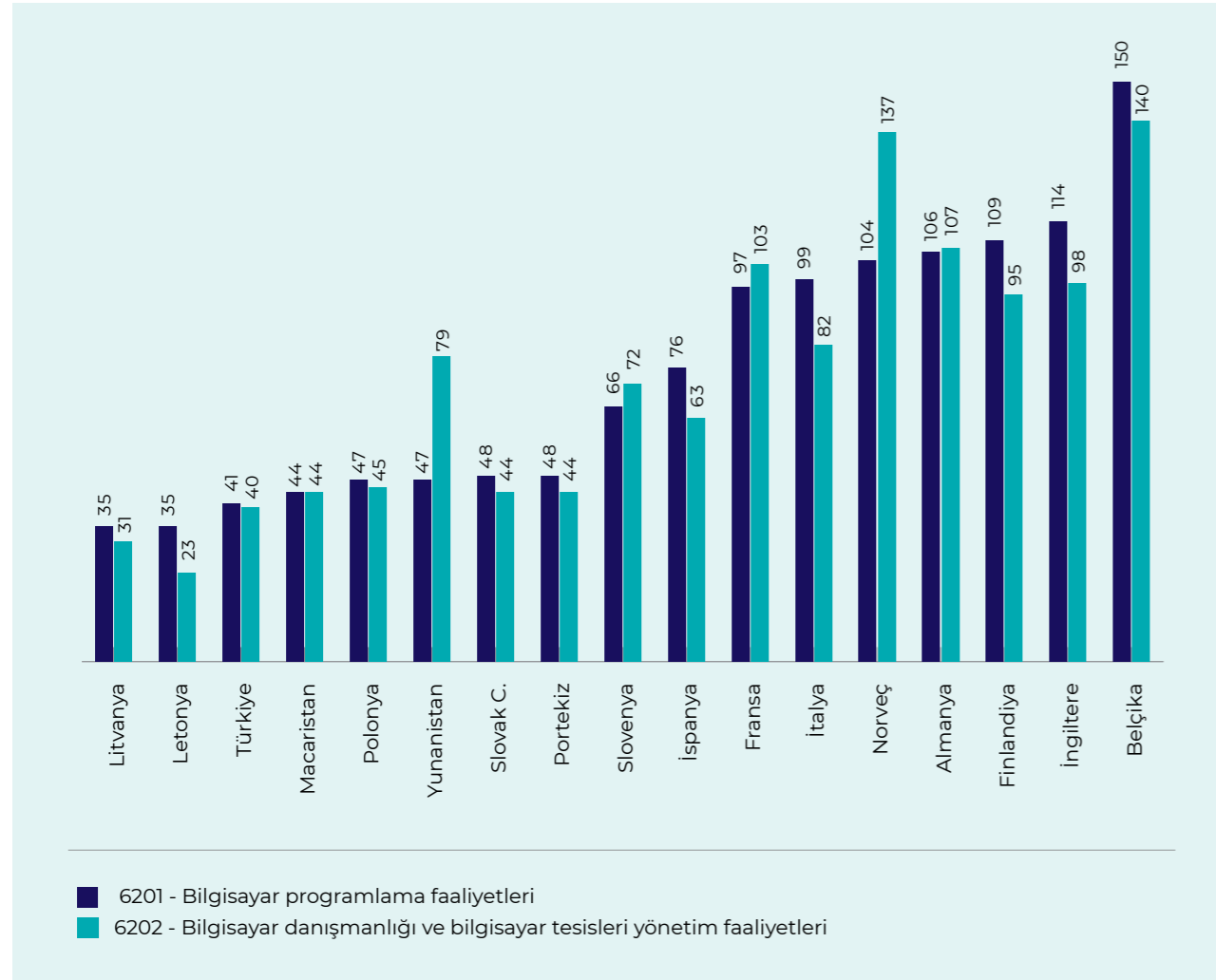
- Emek verimliliği, katma değer in çalışan sayısına bölünmesi ile hesaplanmıştır.
- OECD veri tabanında ulusal para birimi cinsinden verilen emek verimliliği, WDI veri tabanından alınan kurlar üzerinden dolara çevrilmiştir.
- 4 basamak düzeyinde NACE.Rev.2 ve ISIC.Rev.4 sınıflamalarındaki farklılıkları nedeniyle Türkiye için bir önceki bölümde yaratıcı endüstrilere ilişkin yapılan hesaplamalarla bu bölümde yapılan hesaplamalar arasında bazı farklılıklar oluşabilmektedir.
- g, gizli veya açıklanmamış veriyi temsil etmektedir.

Emek Verimliliği (çalışan başına katma değer):

Tablo 2.6'da yaratıcı endüstrilerin emek verimliliği değerleri yer almaktadır. Emek verimliliği endüstrilere göre değişiklik gösterse de genel olarak Belçika, Norveç, Almanya ve İtalya'da verimliliğin yüksek olduğu görülmektedir. En yüksek verimlilik 483 bin dolarla İtalya'daki 5913 kodlu faaliyete (sinema filmi, video ve televizyon programlarının dağıtım faaliyetleri) aittir. Aynı faaliyetin emek verimliliği Almanya'da 392 bin dolar Türkiye'de ise 61 bin dolardır. Söz konusu endüstri Türkiye'de yaratıcı endüstriler içerisinde en

yüksek emek verimliliğine sahip olan endüstridir.

Bir önceki bölümde yapılan analizlerde Türkiye'deki yaratıcı endüstriler arasında emek verimliliği açısından bilgisayar programlama (6201) ve bilgisayar danışmanlığı faaliyetleri (6202) ilk sıralarda almaktadı. Ancak bu endüstrinin verimliliği OECD ülkeleriyle kıyaslandığında Türkiye, Letonya ve Litvanya'dan sonra en düşük verimliliğe sahip üçüncü ülke konumundadır. 6201 ve 6202 kodlu faaliyetlerde en yüksek verimlilik değerleri sırasıyla 150 bin ve 140 bin dolar ile Belçika'ya aittir (bkz. grafik 2.11).

Grafik 2.11: 6201 ve 6202 Endüstrilerinde Emek Verimliliği (bin \$), ISIC Rev.4, 2017

Kaynak: OECD verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

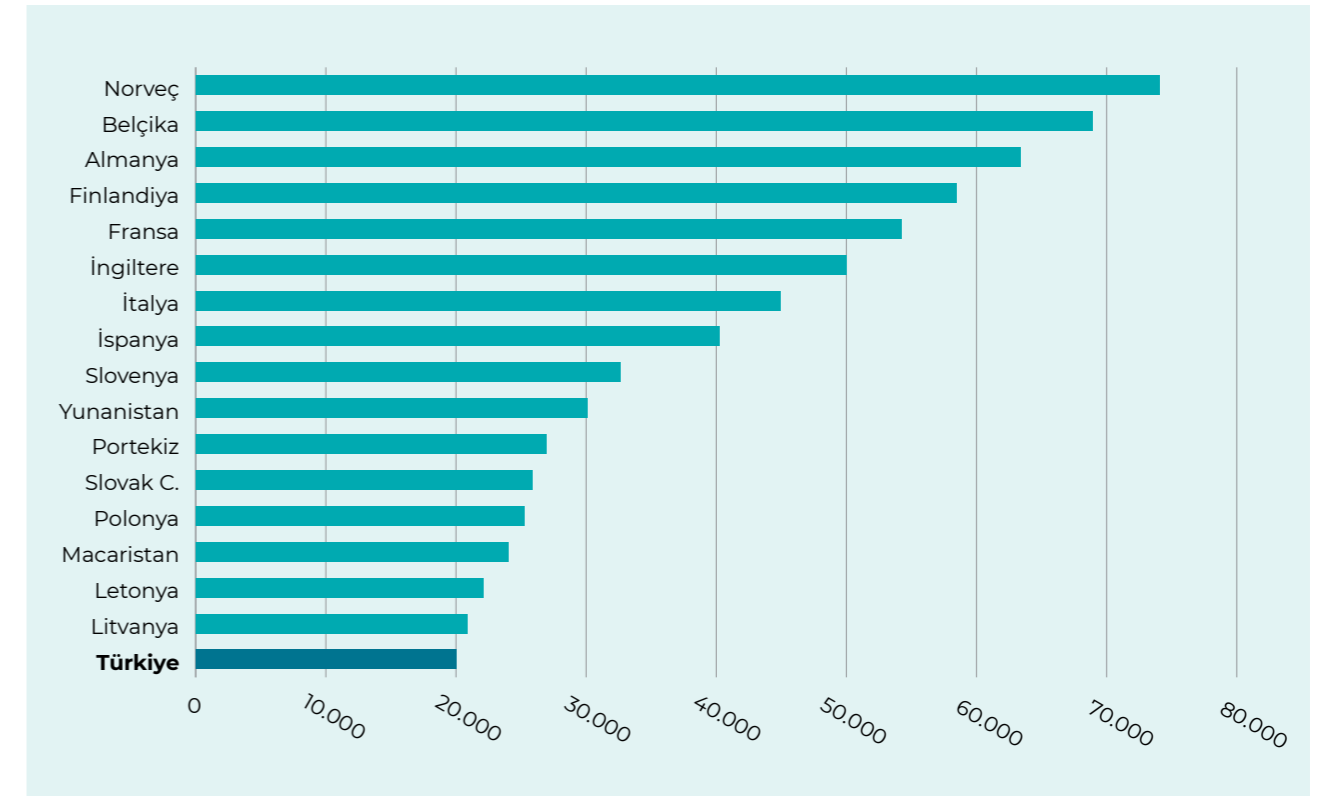
Not: OECD veri tabanında ulusal para birimi cinsinden verilen emek verimliliği, WDI veri tabanından alınan kurlar üzerinden dolara çevrilmiştir.

Fotoğrafçılık faaliyetleri (7420) Türkiye'de kültürel eğitim faaliyetlerinden (8542) sonra en düşük verimliliğe sahip endüstridir. Yıllık çalışan başına katma değer bu endüstride 6 bin dolardır. OECD ülkeleri içinde en düşük değer Türkiye'ye aittir. Türkiye'nin hemen önünde 8 bin dolar ile Letonya ve 9 bin dolar ile Yunanistan bulunmaktadır. Bu alanda en yüksek verimlilik 171 bin dolar ile Belçika'ya aittir. Bu ülkeyi, 121 bin dolar ile İtalya, 110 bin dolarla Norveç ve 93 bin dolarla Fransa takip etmektedir (bkz. tablo 2.6).

Maaş/Ücret: Yaratıcı endüstrilerdeki yıllık ortalama maaş/ücret değerleri tablo 2.7'de verilmiştir. Türkiye'de yaratıcı endüstriler arasında en yüksek ortalama ücretin ödendiği endüstri yaklaşık yıllık 20 bin dolar ile 6201 kodlu endüstridir. Ancak yine de bu ücret, OECD ülkeleri içerisindeki en düşük ücret düzeyidir (bkz. grafik 2.12).

Bu endüstri için en yüksek yıllık ortalama ücret 74 bin dolar ile Norveç'te, daha sonra 68 bin dolar ile Belçika ve 63 bin dolar ile Almanya'da ödenmektedir. Yunanistan, Polonya, Portekiz, Letonya, Litvanya ve Slovak Cumhuriyetinde aynı endüstri için 20 bin ile 30 bin dolar yıllık ortalama ücret ödendiği görülmektedir (bkz. grafik 2.12).

Türkiye'de kültürel eğitim faaliyetlerinden (8542) sonra en düşük ortalama ücret yaklaşık 4 bin dolar ile fotoğrafçılık faaliyetlerinde (7420) görülmektedir. Bu değer ile OECD ülkeleri arasında en sona yer almaktadır. Fransa, Norveç gibi gelişmiş OECD ülkelerinde bu değer 10 katına kadar çıkabilirken, Yunanistan, Letonya ve Litvanya gibi ülkelerde 5 ile 6 bin dolar düzeyindedir (bkz. tablo 2.7).

Grafik 2.12 6201 Kodlu Endüstride Yıllık Ortalama Ücret/Maaş (Dolar), ISIC.Rev4, 2017

Kaynak: OECD verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: OECD veri tabanında ulusal para birimi olarak verilen maaş ve ücret verisi. WDI veri tabanından alınan kurlar üzerinden dolara çevrilmiştir.

Türkiye ve İngiltere verileri sırasıyla 2015 ve 2016 yıllarına aittir

Tablo 2.7: OECD Ülkelerinin Yarattığı Endüstrilerinde Yıllık Ortalama Ücret/Maaş (Dolar), ISIC Rev.4, 2017

ISIC Rev.4	Türkiye	İngiltere	Almanya	Fransa	İtalya	İspanya	Norveç	Finlandiya	ISIC Rev.4	Belçika	Yunanistan	Portekiz	Polonya	Macaristan	Letonya	Litvanya	Slovenya	Slovakya
3211	g	g	27.595	g	26.726	g	g	38.512	3211	g	g	12.932	g	9.372	5.077	g	g	g
5811	7.972	g	48.142	52.387	42.224	38.345	62.725	45.901	5811	61.373	19.588	21.372	20.103	11.518	9.622	10.348	25.847	14.021
5812	g	g	47.342	g	g	46.847	47.350	45.283	5812	41.242	21.851	29.841	8.212	-	g	10.270	g	g
5813	13.358	g	37.378	45.311	51.870	39.098	61.363	47.718	5813	60.415	20.615	25.762	20.942	18.899	10.514	9.511	33.142	19.129
5819	g	g	31.797	g	g	31.649	50.942	41.564	5819	47.723	17.855	18.290	12.927	15.419	g	8.492	g	10.573
5820	g	g	83.057	60.585	43.030	50.511	80.599	77.828	5820	80.371	40.503	35.481	20.114	23.557	12.050	25.980	29.019	g
5911	10.640	31.151	46.830	37.790	35.715	37.181	56.455	38.296	5911	47.514	8.885	19.073	18.585	11.658	7.872	11.373	21.217	20.501
5912	9.287	42.335	45.143	49.096	33.008	35.832	58.830	33.995	5912	49.753	13.035	19.518	31.606	10.502	9.931	8.690	21.017	16.658
5913	15.456	78.760	54.733	48.623	57.855	50.233	82.254	58.743	5913	77.202	22.407	28.997	41.461	21.172	11.297	11.297	21.017	9.336
5914	7.041	17.023	10.952	32.733	20.905	17.830	24.981	30.385	5914	30.863	12.004	13.096	19.704	12.554	9.803	8.482	20.397	21.017
5920	7.576	40.617	51.272	47.380	40.277	50.267	53.779	41.667	5920	36.690	12.235	18.909	14.147	9.766	8.690	3.684	21.518	9.414
6010	g	37.497	55.218	55.720	27.942	35.775	58.362	46.964	6010	49.218	16.206	21.479	20.221	12.072	9.129	11.488	21.536	20.540
6020	g	122.465	71.054	61.635	53.022	50.286	64.113	63.194	6020	70.702	27.539	33.992	28.299	26.546	16.641	20.451	24.729	28.297
6201	19.997	49.981	63.397	54.225	44.954	40.222	74.093	58.464	6201	68.941	30.123	26.914	25.261	23.985	22.098	20.843	32.652	25.864
6202	17.017	46.710	64.167	56.731	41.971	40.131	89.307	63.559	6202	67.552	33.053	26.904	23.791	21.304	13.054	18.487	40.435	25.259
7020	11.356	40.923	65.146	56.366	44.331	43.800	72.474	53.379	7020	54.597	27.336	22.570	20.692	17.124	11.320	11.230	20.144	15.382
7110	8.227	39.679	48.027	51.038	41.451	37.152	82.719	49.904	7110	57.557	12.436	21.047	13.971	13.671	9.343	9.514	27.056	16.625
7310	8.870	51.971	30.760	45.603	28.091	29.803	57.534	41.741	7310	46.750	18.830	19.106	18.543	12.994	11.035	11.236	23.953	13.952
7410	4.182	26.887	36.197	55.318	34.854	37.441	53.489	36.942	7410	34.780	13.334	15.410	12.201	9.236	8.009	9.953	16.727	3.941
7420	3.833	g	25.043	43.996	19.967	16.940	40.160	32.296	7420	28.625	5.339	9.841	8.013	7.838	5.696	4.583	15.598	6.141
7490	5.713	g	47.730	52.474	32.680	30.455	46.219	40.162	7490	50.952	18.252	19.180	14.500	12.431	8.899	10.848	23.206	10.174
8542	3.006	g	g	g	g	g	g	g	8542	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9000	12.311	g	g	g	g	g	g	g	9000	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9101	8.609	g	g	g	g	g	g	g	9101	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9102	15.157	g	g	g	g	g	g	g	9102	g	g	g	g	g	g	g	g	g

Kaynak: OECD verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Türkiye ve İngiltere verileri sırasıyla 2015 ve 2016 yıllarına aittir.
- OECD veri tabanında ulusal para birimi olarak verilen maaş ve ücret verisi, WDI veri tabanından alınan kurlar üzerinden dolara çevrilmiştir.
- 4 basamak düzeyinde NACE.Rev.2 ve ISIC.Rev.4 sınıflamalarındaki farklılıkları nedeniyle Türkiye için bir önceki bölümde yaratıcı endüstrilere ilişkin yapılan hesaplamalarla bu bölümde yapılan hesaplamalar arasında bazı farklılıklar oluşabilmektedir.
- g, gizli veya açıklanmamış veriyi temsil etmektedir.

2.4. İBBS-2 BÖLGELERİNDE YARATICI ENDÜSTRİLER

Bu bölümde Türkiye'deki yaratıcı endüstriler İBBS-2 bölgeleri düzeyinde analiz edilecektir. Tüm analizlerde İBBS-2 düzeyinde genel bilgilere yer verilirken bu raporun amacı çerçevesinde özellikle de İzmir (TR31) üzerinde durulacaktır.

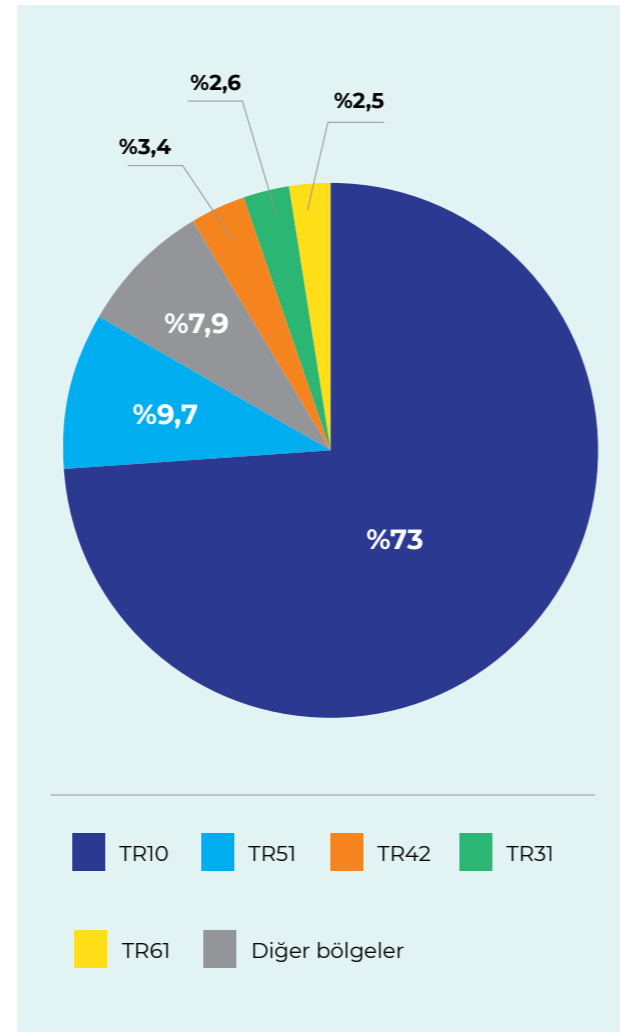
2.4.1. Yaratıcı Endüstrilere Bölgesel Düzeyde Bir Bakış

Bölgesel düzeyde yaratıcı ekonomilerin profillerine ilişkin veriler tablo 2.8'de yer almaktadır.

Ciro: Tabloya göre 2015 yılında yaratıcı ekonominin en yüksek ciroya sahip olduğu ilk beş bölge sırasıyla TR10 (İstanbul), TR51 (Ankara), TR42 (Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova), TR31 (İzmir) ve TR61 (Antalya, Isparta, Burdur) olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bölgelerin Türkiye'nin toplam yaratıcı ekonomi cirosunun içindeki payları şu şekildedir: TR10: %73,9; TR51: %9,7; TR42: %3,4; TR31: %2,6 ve TR61: %2,5. Sadece bu beş bölge, Türkiye'deki yaratıcı ekonominin toplam cirosunun %90'nından fazlasını gerçekleştirmektedir (bkz. grafik 2.13)

2010 yılında TR10 bölgesinin ciro içindeki payının %80 olduğu düşünüldüğünde beş yıl içerisinde bu payda 6 puanlık bir gerileme görülmüştür. Buna rağmen söz konusu bölgenin hala Türkiye'nin yaratıcı ekonomi cirosunun neredeyse tek başına dörtte üçünü gerçekleştirdiği görülmektedir. Beş yıl içinde TR10 bölgesinin payında bir gerileme yaşanırken, diğer bölgelerin payında da bazı artışlar söz konusu olmuştur. Örneğin TR31 bölgesi 2010 yılında %1,6 olan payını 2015'te %2,6'ya; TR42 bölgesi ise %1,6 olan payını %3,4'e çıkarmıştır.

Grafik 2.13: Yaratıcı Ekonominin Toplam Ciroyu İçinde Bölgelerin Payları (%), 2015.



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015"
Mikro veri seti kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

İstihdam: Bölgelerin yaratıcı endüstrilerinde çalışan sayıları incelendiğinde yukarıdaki sıralama biraz değişmektedir. 2015 yılında yaratıcı endüstrilerde en fazla istihdam sağlayan bölgeler sırasıyla TR10 (167 bin kişi), TR51 (35 bin kişi), TR31 (13 bin kişi), TR61 (12 bin kişi) ve TR41 (9 bin kişi) bölgeleri olmuştur (bkz. Tablo 2.8). İstanbul ve Ankara ciro sıralamasında olduğu gibi burada da ilk sırada yer almaktadır. İzmir ise ciro sıralamasında dördüncü iken, istihdam sıralamasında üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye'nin yaratıcı endüstrilerinin toplam istihdamı içerisinde bu bölgelerin payları da sırasıyla %58,5; %12,3 ve %4,6 olarak gerçekleşmiştir. 2010 yılındaki payları ile kıyaslandığında İstanbul, istihdamdaki payını artırırken; Ankara ve İzmir'in paylarında az da olsa bir gerileme görülmektedir.

Maaş ve Ücretler: Yaratıcı ekonomi ile ilgili tablo 2.8'de yer alan bir diğer gösterge yıllık ortalama maaş ve ücretlerdir. Hem 2010 hem de 2015 yılında yaratıcı endüstrilerde yıllık ortalama en yüksek maaş ve ücretin ödendiği bölge TR42 bölgesi olmuştur. Onu sırasıyla TR10, TR51 ve TR31 bölgeleri takip etmiştir. TR31 bölgesi dışında diğer üç bölgede ortalama maaş

ve ücretlerde bir gerileme yaşandığı gözlemlenmiştir. Bu bölgelerde 2010 yılında yaklaşık 15.000 dolar olan maaş ve ücretler 2015 yılında 12.000 dolar civarına gerilemiştir. TR31 bölgesinde ise aynı dönemde ortalama maaş ve ücretler 7.022 dolardan 7.550 dolara yükselmiştir.

Emek Verimliliği (Ciro/Çalışan Sayısı)¹⁴: 2015 yılında en yüksek emek verimliliğine (diğer bir ifadeyle işçi başına ciroya) sahip bölgeler sırasıyla TR42 (100 bin dolar), TR10 (92 bin dolar), TR51 (57 bin dolar), TR52 (54 bin dolar) ve TRC1 (50 bin dolar) bölgeleridir. TR31-İzmir bölgesi emek verimliliğinde yaklaşık 42 bin dolarla dokuzuncu sırada yer alabilmiştir. Emek verimliliği için TÜİK'ten elde edilen TL değerleri Yİ-ÜFE endeksi (2003=100) kullanılarak reelleştirilmiş ve 2010-2015 döneminde bölgesel yaratıcı ekonomilerdeki reel verimlilik artışları hesaplanmıştır (bkz. tablo 2.8). TR42 bölgesi ilgili dönemde %138'lik bir verimlilik artışı ile yine ilk sıralarda yer alırken, TR10-İstanbul bölgesi %20'lik bir verimlilik kaybı ile karşı karşıya kalmıştır. TR51-Ankara bölgesi emek verimliliğinde %26'lık bir artış sergilerken TR31-İzmir bölgesi %61'lik bir reel verimlilik artışı göstermiştir.

14 Önceki bölümlerde emek verimliliği katma değer çalışan sayısına bölünmesi ile elde edilmişti ancak bölgesel düzeyde yaratıcı endüstrilere ilişkin katma değer verisi bulunamaması nedeniyle burada emek verimliliği cironun çalışan sayısına bölünmesiyle elde edilmiştir

Tablo 2.8: İBBS-2 Bölgelerinin Yaratıcı Ekonomi Profili, 2010-2015 Dönemi

İBBS-2 Bölge	Maaş ve Ücretler (Milyon dolar)		Ciro (Milyon dolar)		Maddi Mallara İlişkin Yatırım (Milyon dolar)		Çalışan Sayısı		Ortalama Yıllık Maaş ve Ücretler (Dolar)		Emek Verimliliği (Ciro / Çalışan Sayısı)		Emek Verimliliği Reel Artış Oranı, % (2003 Fiyatlarıyla)
	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010	2015	2010-2015 Dönemi
TR10	1.495	2.042	15.550	15.340	676	624	103.530	166.626	14.439	12.258	150.197	92.063	-20
TR21	4	7	24	47	3	3	1.105	1.847	3.456	4.021	21.598	25.674	54
TR22	3	6	24	41	1	6	969	1.952	2.903	3.151	24.658	21.032	11
TR31	64	98	305	544	4	21	9.135	12.971	7.022	7.550	33.380	41.964	63
TR32	9	14	88	121	1	2	3.392	3.904	2.687	3.484	26.057	30.876	54
TR33	5	11	45	43	4	3	1.450	2.683	3.306	4.224	30.803	16.028	-32
TR41	44	50	231	277	9	18	6.981	9.349	6.257	5.304	33.040	29.655	17
TR42	90	86	308	701	12	13	5.756	6.960	15.603	12.319	53.527	100.670	144
TR51	365	412	1.442	2.006	70	135	25.356	35.148	14.393	11.725	56.879	57.064	30
TR52	11	11	111	116	5	8	2.283	2.152	4.791	4.895	48.725	54.016	44
TR61	42	54	574	516	34	38	8.410	12.418	5.024	4.356	68.251	41.524	-21
TR62	31	41	179	329	4	12	5.769	7.295	5.374	5.593	30.958	45.106	89
TR63	3	5	16	28	1	3	1.203	1.790	2.821	2.951	13.395	15.388	49
TR71	2	5	12	31	1	2	620	1.260	2.468	3.967	19.568	24.776	64
TR72	7	10	64	114	1	1	1.545	2.462	4.453	4.155	41.103	46.455	47
TR81	3	2	9	14	0.2	1	745	966	3.861	2.230	11.865	14.880	63
TR82	1	1	47	7	0.01	1	344	447	2.756	3.048	137.745	15.593	-85
TR83	6	9	143	58	2	10	1.896	2.621	3.291	3.381	75.501	22.157	-62
TR90	12	12	68	70	2	3	2.967	2.553	4.059	4.754	23.075	27.332	54
TRA1	4	3	16	18	1	1	1.131	598	3.158	4.361	14.413	30.716	177
TRA2	0.2	1	3	10	0.3	0.4	166	372	1.372	2.050	15.859	27.495	125
TRB1	4	6	18	32	2	1	880	1.787	4.300	3.604	20.413	17.718	13
TRB2	2	3	7	31	0.4	0.5	536	873	3.029	3.247	13.885	35.291	230
TRC1	4	11	36	134	1	2	1.423	2.682	2.994	4.212	25.495	50.003	155
TRC2	5	10	27	73	1	1	1.207	2.247	4.363	4.328	22.165	32.289	89
TRC3	2	6	44	48	0.2	2	546	967	2.893	6.496	80.407	49.961	-19

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: Emek verimliliği, ciro değerinin emek sayısına bölünmesi ile elde edilmiştir.

TÜİK'ten elde edilen tüm değerler WDI'dan alınan dolar/TL kuru üzerinden dolara dönüştürülmüştür.

Reel artışlar ilgili değişkenlerin 2003 yılı TÜFE endeksi kullanılarak reeleştirilmesi sonrasında hesaplanmıştır.

2.4.1. Yararıcı Endüstrilerde Uzmanlaşma

Bir bölgenin belirli bir endüstride yoğunlaşma veya uzmanlaşma derecesinin ölçülebilmesinde kullanılan en yaygın yöntem yerleşme katsayısıdır (Location Quotient, LQ). Eğer bir endüstri bir bölgede ülke ortalamasının üzerinde bir yoğunlaşma gösteriyorsa bu durum, söz konusu bölgenin o endüstride nispi uzmanlığının işareti olarak kabul edilmektedir. Bu katsayı aşağıdaki formülle hesaplanmaktadır:

$$LQ = \frac{\text{Bölgenin } i \text{ endüstrisindeki istihdamının bölgenin toplam istihdamı içerisindeki payı}}{\text{Türkiye'nin } i \text{ endüstrisindeki istihdamının Türkiye'nin toplam istihdamı içerisindeki payı}}$$

Yararıcı Ekonomide Uzmanlaşma

Yararıcı ekonomide uzmanlaşma sergileyen İBBS-2 bölgeleri Şekil 2.5'te gösterilmiştir. Şekilde yer alan yerleşme katsayıları, hem 2010 hem de 2015 yıllarında yaratıcı ekonominin uzmanlaşma gösterdiği üç bölgeye işaret etmektedir. Bunlar, TR10 (İstanbul), TR51 (Ankara) ve TR61 (Antalya, Isparta, Burdur) bölgeleridir.

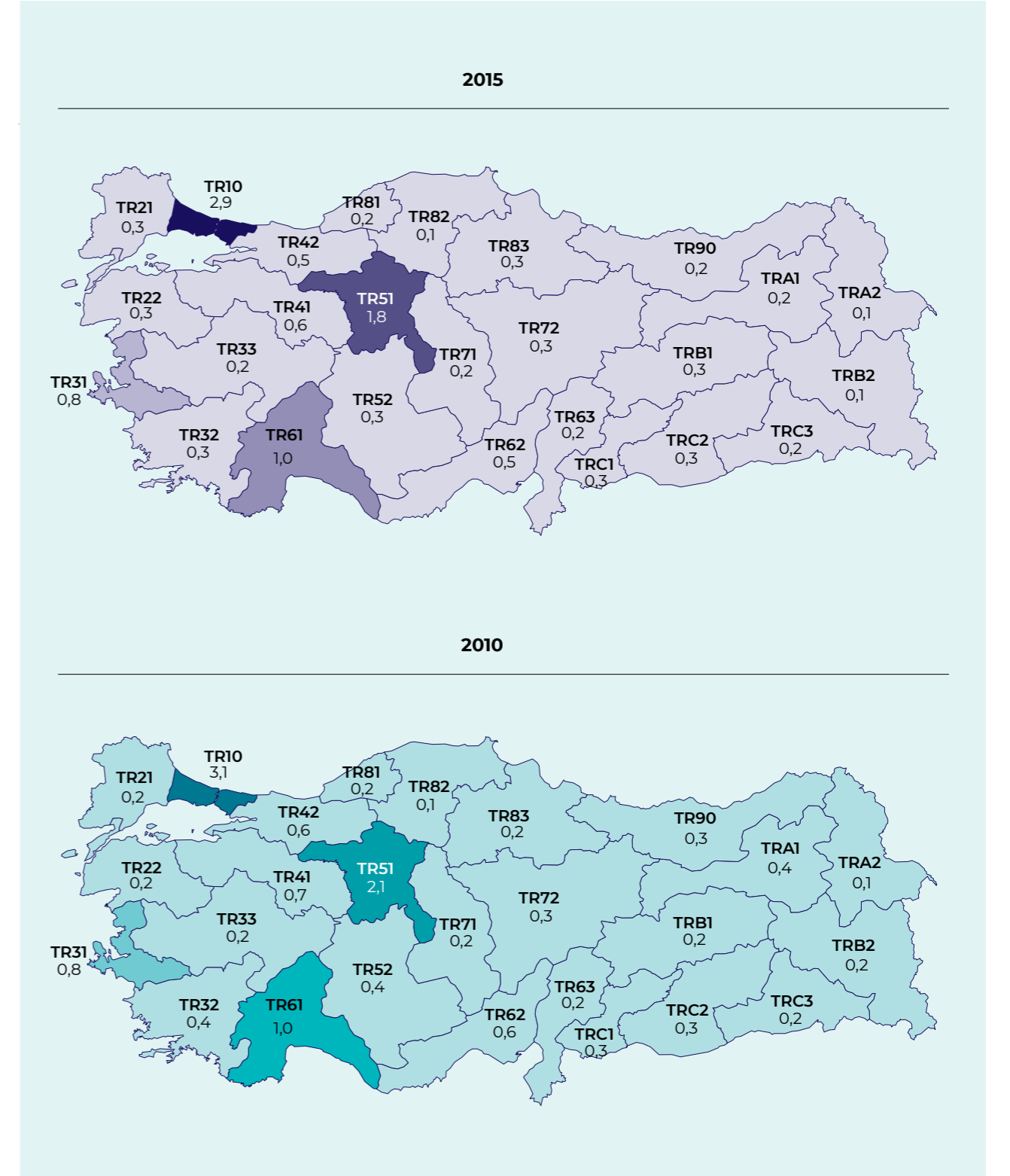
2010 ile 2015 yılları arasında TR10 ve TR51 bölgelerinin uzmanlaşma derecelerinde biraz düşüş gözlemlenirken, TR61'inde bir değişiklik söz konusu değildir. İlgili dönemde bölgelerin yaratıcı endüstrilerine ilişkin TÜİK verileri ayrıntılı incelendiğinde TR10 bölgesindeki gerilemenin arkasındaki unsurun 5812, 8552, 9002 kodlu endüstrilerdeki istihdam azalışı olduğu söylenebilir. TR51 bölgesindeki gerileme ise 5811, 5914, 6202, 7311, 7430 ve 9004 kodlu endüstrilerindeki istihdam azalışıyla açıklanabilir. 2010 yılında TR61 bölgesinde yaratıcı ekonominin uzmanlaşma göstermesinde özellikle 3212 (mücevher benzeri eşyaların imalatı) ve 9001 (gösteri sanatları) kodlu faaliyetlerdeki yüksek istihdamının önemli bir payı bulunmaktadır. 2015

Yukarıdaki formülle elde edilen katsayının değerinin 1'den büyük olması, analize konu olan endüstrinin ilgili bölgede Türkiye ortalamasının üzerinde yoğunlaştığı anlamına gelmektedir. Katsayının değeri arttıkça uzmanlaşmanın derecesi de artmaktadır

yılında aynı bölgede 3212 kodlu endüstri ciddi bir istihdam azalışı sergilemiştir. Bu endüstrideki gerileme 7111 (mimarlık faaliyetleri) kodlu endüstrideki istihdam artışı ile fazlasıyla telafi edilerek yaratıcı ekonomideki uzmanlaşma potansiyeli 2017'de devam ettirilebilmiştir.

Yararıcı ekonomi bu üç bölge dışında her ne kadar bir uzmanlaşma göstermese de kritik LQ değeri olan 1'e en yakın bölge olarak karşımıza TR31 (İzmir) bölgesi çıkmaktadır. TÜİK'in verilerine göre İzmir'de 2010 ile 2015 yılları arasında 3212, 5914, 7311, 7420, 8552 ve 9004 kodlu yaratıcı endüstrilerin çalışan sayılarında gerilemeler yaşanmıştır. Ancak bu süreçte diğer endüstrilerdeki istihdam artışı bu endüstrilerin istihdam kaybını telafi edecek düzeyde gerçekleştiği için 2010 ile 2015 yılları arasında İzmir'in LQ katsayısında ciddi bir gerileme olmamıştır. Özellikle de 6201 kodlu endüstrinin istihdamında 4 kattan daha fazla bir artış meydana gelmiştir. Bu artış, istihdam kaybı yaşayan endüstrilerin toplam kaybının üç katından daha fazladır.

Şekil 2.5: Yararıcı Ekonomide Uzmanlaşma



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

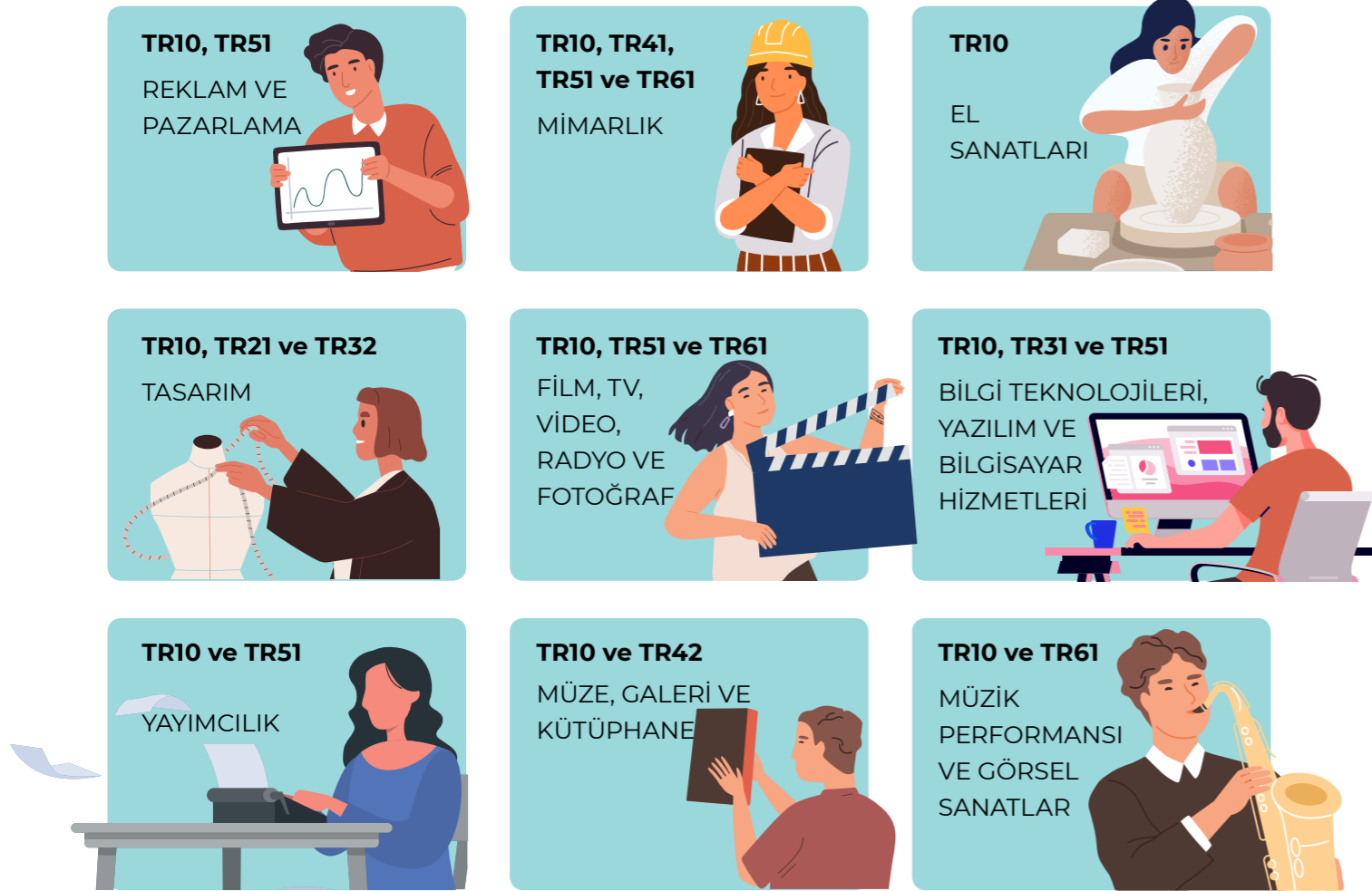
Ana Yararıcı Endüstrilerde Uzmanlaşma

Dokuz ana yaratıcı endüstrinin yerleşme katsayıları Şekil 2.6'da verilmiştir. Şekilde yer alan haritalarda koyu renkler ilgili endüstrinin hangi bölgelerde uzmanlaşma sergilediğini göstermektedir. Rengin koyulaşması yerleşme katsayısının değerinin arttığı anlamına gelmektedir. Buna göre TR10 (İstanbul) bölgesi yaratıcı endüstrilerin tüm ana gruplarında kritik değeri aşarak uzmanlaşma göstermektedir. TR51 (Ankara) bölgesi dokuz endüstriden beş tanesinde (Reklam-Pazarlama, Mimarlık, Film-TV-Video-Radyo- Fotoğraf, Bilgi Teknolojileri-Yazılım-Bilgisayar Hizmetleri ve Yayımcılık) yerleşme göstermektedir.

TR31 (İzmir) bölgesi ise sadece bir endüstride (bilgi teknolojileri-yazılım-bilgisayar hizmetleri) uzmanlaşmıştır. Ancak Ankara ve İstanbul'da bu endüstrideki uzmanlaşma derecesi neredeyse İzmir'in üç katı olarak görülmektedir. TR61 (Antalya, Isparta, Burdur) bölgesinde ise iki ana yaratıcı endüstri grubunda (Mimarlık ve film-TV-video-radyo-fotoğraf) uzmanlaşma tespit edilebilmiştir.

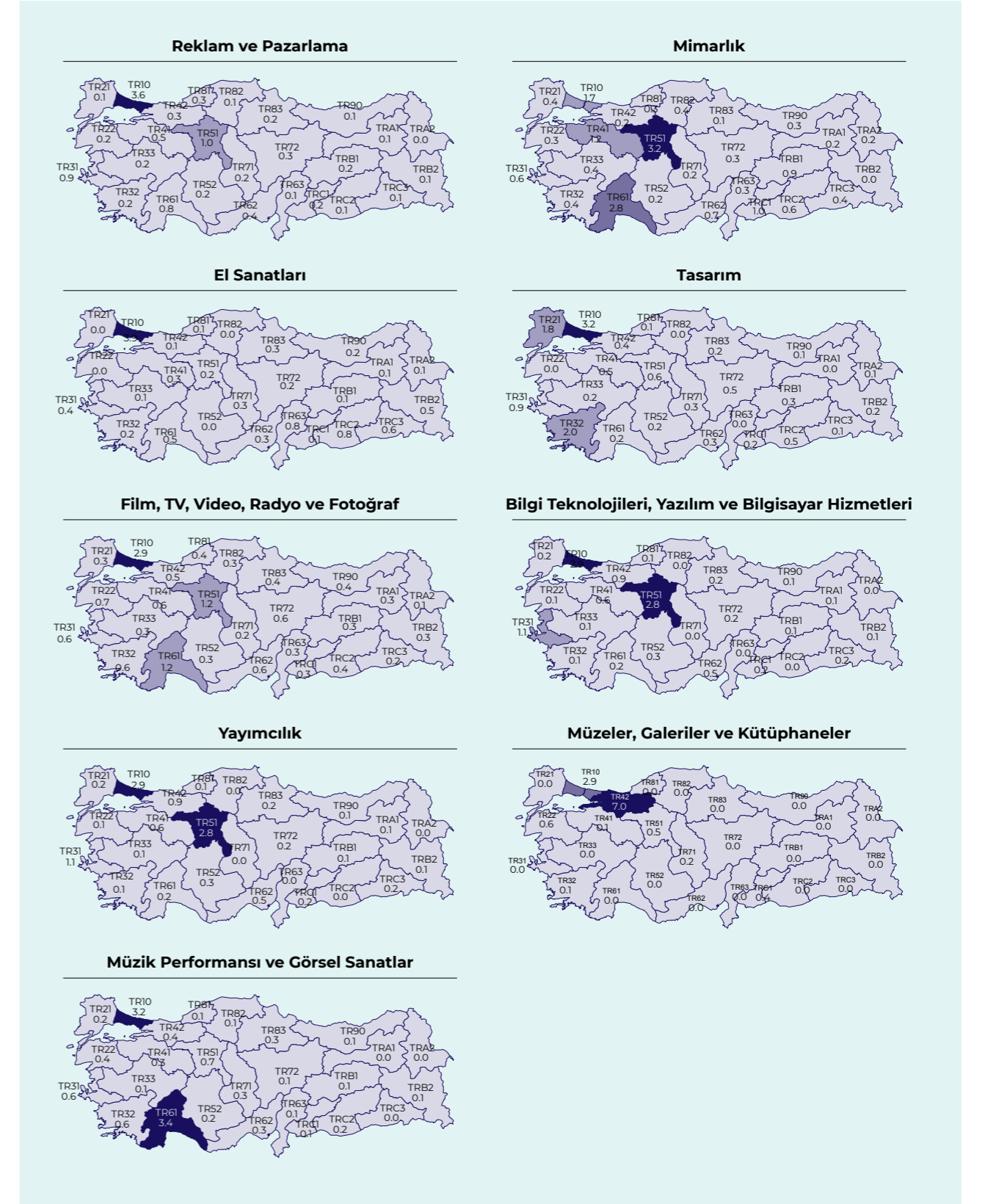
Şekil 2.7'de 2015 yılında ana yaratıcı endüstrilerin hangi bölgelerde uzmanlaşma gösterdiğinin özeti yer almaktadır.

Şekil 2.7: Ana Yararıcı Endüstrilerde Uzmanlaşma Gösteren İBBS-2 Bölgeleri, 2015



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Şekil 2.6: Ana Yararıcı Endüstrilerde Uzmanlaşma, 2015



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

2010 İle 2015 Yıllarının Kıyaslanması

2010 yılına kıyasla 2015 yılında tasarım, bilgi teknolojileri-yazılım-bilgisayar hizmetleri, yayıncılık, müze-galeri-kütüphaneler ve müzik performansı-görsel sanat faaliyetlerinde İstanbul'un uzmanlaşma derecesinde bir azalma söz konusu olmuştur. Aynı dönemde Ankara'da uzmanlaşma gösteren yaratıcı endüstrilerde bir değişiklik söz konusu değildir, fakat bütün endüstrilerin uzmanlaşma derecelerinde gerileme görülmektedir. TR61 bölgesinin 2010 yılında uzmanlaşma gösterdiği endüstrilerden biri el sanatları iken, 2015 yılında bu endüstride uzmanlaşma tespit edilememiştir. Bunun yerine daha önce uzmanlaşma

görülmemen film-tv-video-radyo-fotoğraf endüstrisinde bir yoğunlaşmaya rastlanmıştır (bkz. ek tablo 2.7).

İzmir, 2010 yılında sadece "Reklam ve Pazarlama" endüstrisinde uzmanlaşma gösterirken, bu faaliyetlerdeki uzmanlaşma 2015 yılında ortadan kalmıştır. Ancak 2015 yılı itibariyle, İzmir'de "Bilgi Teknolojileri-Yazılım-Bilgisayar Hizmetleri" endüstrisinde uzmanlaşma olduğu görülmektedir. Beş yıl içerisinde İzmir'in uzmanlaşmasında sektörel bir değişim gerçekleşmiştir.

Tablo 2.9: Alt Yaratıcı Endüstrilerin Yerelleşme Katsayıları, 2015

	3212	5811	5812	5813	5814	5819	5821	5829	5911	5912	5913	5914	5920	6201	6202
TR10	3,93	3,10	3,23	1,67	3,24	1,98	4,50	3,59	4,39	3,94	4,53	1,78	4,11	2,52	3,61
TR21	0,00	0,04	0,00	0,46	0,44	0,30	0,00	0,00	0,04	0,13	0,00	0,56	0,08	0,14	0,21
TR22	0,00	0,25	0,00	1,20	0,19	0,39	0,17	0,00	0,00	0,00	0,00	0,58	0,12	0,10	0,20
TR31	0,39	0,68	0,43	1,04	0,44	1,83	0,14	0,27	0,16	0,17	0,00	1,46	0,64	1,37	0,55
TR32	0,21	0,02	0,00	0,53	0,27	0,21	0,18	0,04	0,04	0,04	1,48	1,03	0,51	0,08	0,11
TR33	0,11	0,00	0,00	0,90	0,05	0,38	0,00	0,02	0,10	0,00	0,00	0,44	0,03	0,07	0,00
TR41	0,33	0,30	2,33	1,06	0,31	0,20	0,00	0,02	0,03	0,03	0,26	0,86	0,06	0,64	0,71
TR42	0,10	0,02	0,00	0,58	0,26	0,73	0,15	0,96	0,06	0,02	0,00	0,87	0,08	1,10	0,58
TR51	0,23	4,24	0,00	1,07	2,69	4,30	0,28	2,72	1,24	1,96	0,05	1,31	0,78	3,41	1,68
TR52	0,04	0,03	0,00	0,72	0,06	0,15	0,13	0,00	0,10	0,03	0,00	0,49	0,06	0,39	0,14
TR61	0,54	0,04	0,00	0,75	0,17	0,51	0,09	0,06	0,09	0,96	0,36	1,30	0,11	0,22	0,16
TR62	0,25	0,18	0,00	1,24	0,12	0,30	0,08	0,05	0,05	0,05	0,04	0,66	0,04	0,73	0,04
TR63	0,79	0,05	0,00	0,81	0,01	0,31	0,00	0,00	0,00	0,35	0,00	0,84	0,05	0,05	0,02
TR71	0,33	0,01	0,00	1,29	0,06	0,06	0,79	0,00	0,01	0,00	0,00	0,51	0,10	0,03	0,01
TR72	0,21	0,07	0,00	0,48	0,07	0,11	0,00	0,14	0,01	0,00	0,00	0,95	0,18	0,12	0,23
TR81	0,12	0,00	0,00	0,83	0,44	0,08	0,00	0,00	0,00	0,06	0,00	0,64	0,00	0,07	0,09
TR82	0,00	0,02	0,00	0,65	0,18	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,05	0,00	0,02	0,01
TR83	0,27	0,03	0,00	0,89	0,12	0,21	0,00	0,02	0,00	0,00	0,00	0,67	0,11	0,28	0,11
TR90	0,23	0,01	0,00	1,05	0,45	0,64	0,00	0,53	0,06	0,00	0,00	0,50	0,00	0,11	0,04
TRA1	0,12	0,01	0,00	0,55	0,21	0,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1,58	0,05	0,09	0,05
TRA2	0,09	0,03	0,00	0,42	0,03	0,08	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,16	0,00	0,02	0,03
TRB1	0,05	0,29	0,00	0,59	0,51	0,00	0,00	0,00	0,07	0,08	0,00	0,44	0,06	0,07	0,16
TRB2	0,49	0,08	0,00	0,49	0,01	0,00	0,18	0,00	0,01	0,00	0,00	0,55	0,03	0,05	0,09
TRC1	0,12	0,01	0,00	0,86	0,33	0,29	0,58	0,00	0,09	0,00	0,00	0,40	0,02	0,11	0,41
TRC2	0,84	0,12	7,28	0,55	0,24	0,56	0,39	0,00	0,11	0,06	0,00	0,63	1,06	0,03	0,03
TRC3	0,58	0,01	0,00	0,63	0,50	0,31	0,00	0,00	0,01	0,41	0,00	0,28	0,09	0,01	0,54

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.

Tablo 2.9: Alt Yaratıcı Endüstrilerin Yerelleşme Katsayıları, 2015

	7021	7111	7311	7312	7410	7420	7430	8552	9001	9002	9003	9004	9101	9102
TR10	4,30	1,71	3,50	4,10	3,18	1,62	3,18	1,90	2,90	3,79	1,88	4,49	2,34	4,04
TR21	0,02	0,44	0,10	0,54	1,77	0,55	0,02	0,05	0,17	0,03	1,59	0,02	0,00	0,00
TR22	0,01	0,34	0,20	0,84	0,01	1,39	0,08	1,81	0,29	0,06	0,20	0,09	0,00	2,04
TR31	0,79	0,61	0,96	0,00	0,90	0,83	0,57	1,13	0,69	0,16	0,93	0,24	0,00	0,13
TR32	0,06	0,43	0,17	0,05	1,95	0,89	0,40	0,29	1,00	0,10	0,44	0,00	0,00	0,16
TR33	0,00	0,43	0,18	0,43	0,18	0,42	0,00	0,00	0,13	0,07	0,20	0,00	0,00	0,00
TR41	0,15	1,22	0,51	0,00	0,48	1,03	0,87	0,27	0,15	0,41	1,53	0,04	0,06	0,07
TR42	0,00	0,21	0,32	0,09	0,40	0,79	1,11	2,97	0,01	0,04	0,53	0,17	10,19	0,00
TR51	0,34	3,17	1,08	0,90	0,57	1,10	1,93	1,67	0,68	0,40	1,43	0,19	0,16	1,33
TR52	0,00	0,23	0,20	0,23	0,16	0,55	0,29	0,00	0,10	0,00	2,23	0,02	0,00	0,00
TR61	0,64	2,78	0,77	0,00	0,18	2,31	0,57	1,20	5,60	3,84	2,37	0,31	0,04	0,00
TR62	0,39	0,74	0,46	0,00	0,33	1,21	0,00	0,70	0,02	0,21	0,45	0,99	0,00	0,00
TR63	0,04	0,34	0,06	0,29	0,00	0,37	0,27	0,21	0,04	0,00	0,71	0,04	0,00	0,00
TR71	0,73	0,18	0,16	0,06	0,28	0,34	0,33	0,83	0,41	0,04	0,15	0,03	0,08	0,36
TR72	0,01	0,30	0,36	0,00	0,49	1,10	0,23	0,25	0,08	0,01	0,76	0,00	0,00	0,00
TR81	0,04	0,33	0,26	0,08	0,13	0,68	0,12	0,00	0,08	0,05	0,10	0,00	0,00	0,00
TR82	0,00	0,37	0,05	0,76	0,01	0,60	0,00	0,00	0,10	0,00	0,14	0,00	0,00	0,00
TR83	0,00	0,07	0,21	0,06	0,18	0,76	0,00	2,27	0,12	0,09	0,40	0,00	0,00	0,00
TR90	0,04	0,30	0,15	0,12	0,13	0,64	0,21	0,42	0,06	0,00	0,15	0,04	0,04	0,00
TRA1	0,00	0,24	0,08	1,04	0,03	0,30	0,00	0,14	0,00	0,00	0,33	0,00	0,00	0,00
TRA2	0,00	0,20	0,03	0,00	0,08	0,18	0,03	0,00	0,04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TRB1	0,00	0,93	0,20	0,11	0,28	0,57	0,06	0,33	0,00	0,00	0,28	0,00	0,00	0,00
TRB2	0,00	0,04	0,07	0,22	0,19	0,52	0,00	0,12	0,01	0,00	0,82	0,00	0,00	0,00
TRC1	0,00	0,97	0,21	0,22	0,20	0,61	0,50	0,00	0,23	0,01	0,28	0,04	0,00	1,20
TRC2	0,01	0,55	0,08	0,00	0,46	0,61	0,00	0,00	0,13	0,00	0,05	0,00	0,05	0,00
TRC3	0,02	0,36	0,11	0,17	0,10	0,39	0,33	0,13	0,02	0,00	0,10	0,04	0,00	0,00

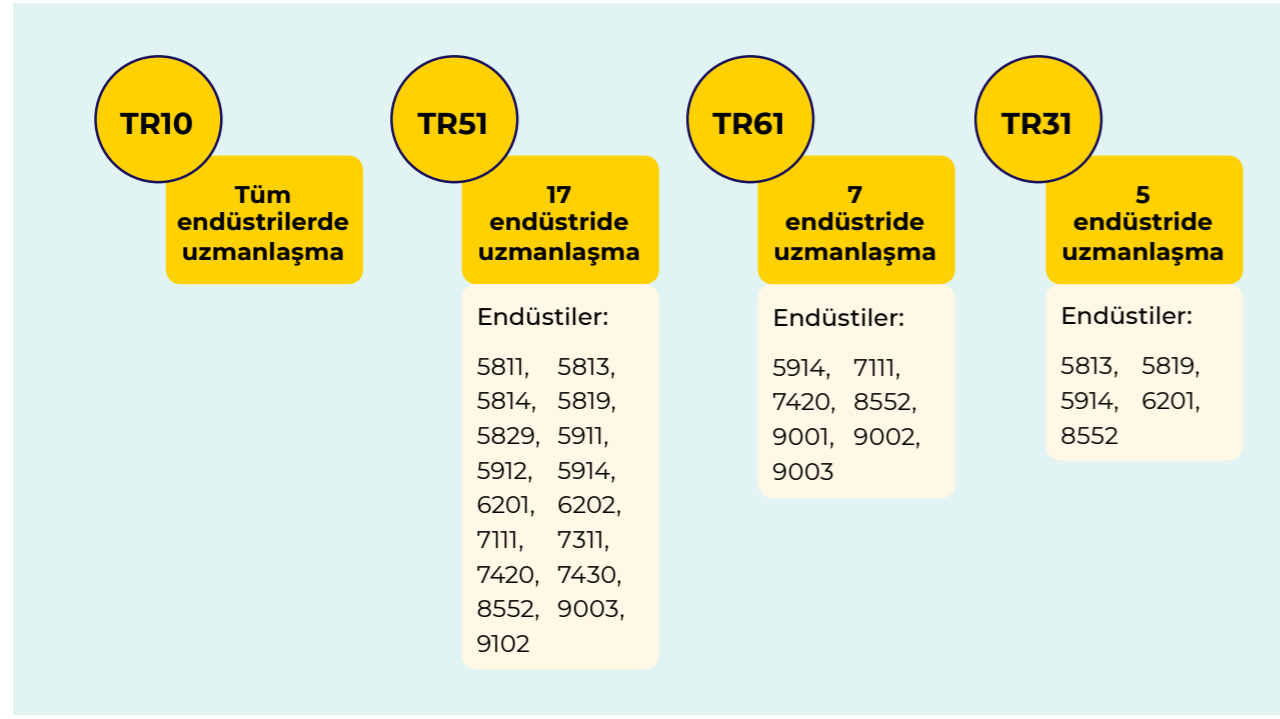
Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.

Alt Yaratici Endüstrilerde Uzmanlaşma

Tablo 2.9'da 2015 yılı için tüm yaratıcı endüstrilerin İBBS-2 bölgelerindeki yerleşme katsayıları verilmiştir (2010 yılı için ek tablo 2.8 ve 2.9'a bakınız). TR10 (İstanbul) tüm yaratıcı endüstrilerde, TR51 (Ankara) on yedi endüstride, TR61 (Antalya, Isparta, Burdur) yedi endüstride, TR31 (İzmir) ise beş endüstride uzmanlaşma göstermektedir.

Şekil 2.8: TR10, TR51, TR61 ve TR31 Bölgelerinde Uzmanlaşma Gösteren Endüstriler



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

TR52, TR71, TR72, TR83, TR90 ve TRC1 bölgelerinde sadece bir endüstride uzmanlaşma tespit edilebilmiştir. TR33, TR63, TR81, TR82, TRA2, TRB1, TRB2 ve TRC3 bölgelerinde ise herhangi bir yaratıcı endüstride uzmanlaşma söz konusu değildir.

En fazla uzmanlaşmanın tespit edildiği yaratıcı endüstriler sırasıyla 5813 kodlu gazetelerin yayımlanması faaliyeti (8 bölgede), 8552 kodlu kültürel eğitim (7 bölgede) ve 7420 kodlu fotoğrafçılık faaliyetleri (7 bölgede) olmuştur. Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı (3212), bilgisayar oyunlarının yayımlanması (5821), halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri (7021) ve sanat tesislerinin işletilmesi (9004) faaliyetlerinde ise İstanbul dışında başka bir bölgede yoğunlaşma tespit edilememiştir.

5813	8 bölgede uzmanlaşma
8552	7 bölgede uzmanlaşma
7420	7 bölgede uzmanlaşma
3212	Sadece TR10 bölgesinde uzmanlaşma
5821	Sadece TR10 bölgesinde uzmanlaşma
7021	Sadece TR10 bölgesinde uzmanlaşma
9004	Sadece TR10 bölgesinde uzmanlaşma

2.4.2. Yaratici Yayılmalar (Creative Spillovers) ve Eş-Yerleşme (Co-Location)

Yaratıcı endüstriler yenilik geliştirme ve yayma (spillover) potansiyeli yüksek olan endüstrilerdir. Bu endüstriler yenilikçi faaliyetleriyle buldukları bölgenin yaratıcılık kapasitesine doğrudan katkıda sağlarken aynı zamanda ekonominin diğer alanlarına da yayılma etkileriyle dolaylı katkı sunarlar. Dolayısıyla bu endüstrilerin bulunduğu bölgelerde bir "yaratıcı yayılım (creative spillovers)"dan bahsedilebilir. Bu yayılım; bilgi yayılımı, ürün yayılımı ve ağ yayılımı şeklinde olabilir. Bilgi ve ağ yayılımının birbirine yakın konumdaki firmalar arasında gerçekleşmesi daha olasıdır. Çünkü yeniliğin kaynaklarından biri olan uzman bilgisini (specialist knowledge) kolayca anlaşılabilir talimatlar şeklinde "kodlamak" oldukça zordur. Bunun firmalar arasında yayılımı için etkili bir iletişime ve güvene ihtiyaç vardır. Bu güven de yüz yüze etkileşimler yoluyla "yerinde" ortaya çıkmaktadır. Bu durum, bilginin uzak yerlere tam olarak aktarılmasına engel oluşturur ve bilgiyi 'coğrafi olarak yapışkan' hale getirir. Bu nedenle aralarında bilgi yayılımı söz konusu olan firmalar birbirleriyle aynı bölgelerde konumlanma (eş-yerleşme) eğilimindedirler (Chapain vd., 2010).

Bölgesel düzeyde bir yaratıcı yayılımın varlığına ilişkin kanıt bulabilmek için yaratıcı endüstriler arasında ve yaratıcı endüstrilerle diğer yenilikçi endüstriler (Yüksek Teknoloji Endüstrileri ve Bilgi Yoğun İş Hizmetleri) arasında bir eş-yerleşmenin olup olmadığı istatistiksel olarak analiz edilebilir. Bu amaçla Spearman korelasyon analizi kullanılarak endüstrilerin yerleşme katsayılarının (LQ) korelasyonuna bakılabilir. Bu basit analizle elde edilecek bulgular yaratıcı yayılımın ispatından ziyade onun bir göstergesi olarak yorumlanmalıdır. Benzer bir analiz çeşitli ülkeler için De Propriis vd. (2009), Chapain (2010) ve Serra (2015) tarafından gerçekleştirilmiştir.

Korelasyon analizi sonucunda elde edilen pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir katsayı "A" ve "B" endüstrilerinin bir bölgede birlikte uzmanlaşma (eş-uzmanlaşma) eğiliminde olduklarını gösterecektir. Diğer bir ifadeyle bu katsayı, "A" endüstrisinin güçlü bir şekilde varlık gösterdiği bir bölgede "B" endüstrisinin de güçlü bir şekilde varlık göstereceğini ima etmektedir.

Korelasyon katsayısının değeri ise endüstriler arasındaki eş-yerleşmenin derecesini gösterecektir. Negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bir korelasyon katsayısı ise bir endüstrinin belirli bir bölgede güçlü bir yoğunlaşma gösterirken diğerinin zayıf yoğunlaşma gösterdiğine işaret edecektir (De Propriis vd., 2009).

Yaratıcı Endüstriler Arasında Eş-Yerleşme

Önceki bölümlerde farklı yaratıcı endüstrilerin belirli bölgelerde birlikte uzmanlaşma gösterdiğine ilişkin ön bulgular elde edilmişti. Korelasyon analizi ise bu ön bulguları destekleyici istatistiksel kanıtlar sunacaktır.

Tablo 2.10'da ana yaratıcı endüstrilerin LQ katsayılarının korelasyon analizi sonuçları verilmiştir. Tablodaki renklendirilmiş hücrelerde yer alan katsayılar %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Mavi, kırmızı ve sarı renkler sırasıyla endüstriler arasında yüksek, orta ve düşük düzeyde bir korelasyona işaret etmektedirler. Analiz sonuçlarına göre **reklam ve pazarlama endüstrisi**, el sanatları dışında diğer tüm yaratıcı endüstrilerle birlikte eş-yerleşme göstermektedir. Fakat bunların dereceleri arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bu endüstriyle yüksek korelasyona sahip endüstriler şunlardır: Film-TV-video-radyo-fotoğraf endüstrileri, bilgi teknolojileri-yazılım-bilgisayar hizmetleri, yayıncılık ve müzik-performans-gösteri sanatları endüstrileridir. Söz konusu endüstrinin eş-yerleşme eğiliminin orta düzeyde olduğu endüstriler ise tasarım ve müze-galeri-kütüphaneler başlığı altındaki endüstrilerdir. Reklam ve pazarlama endüstrisinin uzmanlaşma gösterdiği bir bölgede mimarlık faaliyetlerinin de uzmanlaşma gösterdiği gözlemlenmiştir. Ama bu iki yaratıcı faaliyet arasındaki ilişki diğer endüstrilerle kıyaslandığında daha düşük düzeydedir.

Tablo 2.10: İBBS-2 Bölgeleri Düzeyinde Ana Yaratıcı Endüstrilerin Korelasyonu (Eş-Yerleşme), 2015

	Reklam ve Pazarlama	Mimarlık	El Sanatları	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri	Yayıncılık	Müzeler, Galeriler ve Kütüphaneler	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar
Reklam ve Pazarlama	1,00								
Mimarlık	0,47	1,00							
El Sanatları	0,22	0,20	1,00						
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım	0,53	0,45	0,24	1,00					
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf	0,79	0,54	0,22	0,52	1,00				
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri	0,78	0,45	0,16	0,52	0,71	1,00			
Yayıncılık	0,72	0,45	0,29	0,20	0,52	0,53	1,00		
Müzeler, Galeriler ve Kütüphaneler	0,53	0,35	0,19	0,44	0,54	0,43	0,60	1,00	
Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar	0,71	0,42	0,30	0,62	0,77	0,62	0,57	0,71	1,00

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: Renkli hücrelerde yer alan katsayılar %5 düzeyinde istatistiksel anlamlıdır. Yüksek ilişki 0,89 ile 0,70 arası, orta ilişki 0,69 ile 0,50 arası ve düşük ilişki 0,49 ile 0,30 arasındaki bir korelasyon katsayısını temsil etmektedir.

Mimarlık ile diğer yaratıcı endüstriler arasında genellikle düşük düzeyde bir korelasyon bulunmaktadır. Sadece film-TV-video-radyo-fotoğraf endüstrisi ile arasındaki korelasyon orta düzeydedir.

El sanatları diğer hiçbir yaratıcı endüstriyle eş-yerleşme sergilememektedir.

Tasarım endüstrisinin uzmanlaşma gösterdiği bölgelerde film-TV-video-radyo-fotoğraf, bilgi teknolojileri-yazılım-bilgisayar hizmetleri ve müzik-performans-görsel sanatlar endüstrileri de uzmanlaşma gösterme eğilimindedirler. Tasarım endüstrisi ile bu endüstriler arasındaki eş-yerleşme ilişkisi orta düzeydedir. Tasarım endüstrisi, müze-galeri-kütüphane başlığı altındaki faaliyetlerle de eş-yerleşme sergilemektedir, fakat bu ilişkinin derecesi düşük düzeydedir.

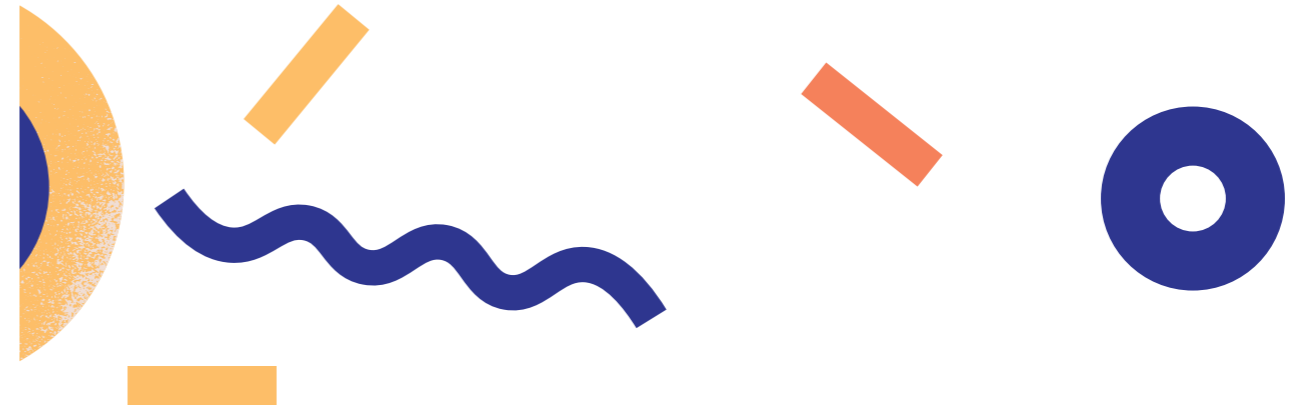
Film-TV-video-radyo-fotoğraf başlığı altındaki endüstriler ile bilgi teknolojileri-yazılım-bilgisayar hizmetleri ve müzik-performans-görsel sanatlar başlığı altındaki endüstriler arasında yüksek korelasyon tespit edilmiştir.

Müzeler-galeriler-kütüphane faaliyetlerinin uzmanlaştığı bölgelerde müzik-performans-görsel sanatlar faaliyetlerinin de yüksek oranda uzmanlaşma gösterdiği bulgusu elde edilmiştir.

Tablo 2.11'de yaratıcı endüstrilerin ayrıntılı korelasyon analiz sonuçları verilmiştir. Ayrıntılı sonuçlar yaratıcı endüstriler arasındaki korelasyonun çoğunlukla orta düzeyde olduğunu göstermektedir. Az sayıdaki endüstri arasında ise yüksek düzeyde korelasyona rastlanmıştır.

Tablo 2.10'da yer alan analiz sonuçlarına göre el sanatları ile hiçbir ana yaratıcı endüstri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir korelasyon tespit edilememiştir. Ancak Tablo 2.11'deki ayrıntılı analiz sonuçları *el sanatlarıyla (3212)* ile *rehberlerin-posta adres listelerinin yayımlanması (5812)* ve *halkla ilişkiler-iletişim faaliyetleri (7021)* arasında orta düzeyde bir eş-yerleşme olduğunu bize göstermektedir. Ayrıca 5912, 5914 ve 5920 kodlu endüstrilerle el sanatları arasında düşük düzeyde bir korelasyon tespit edilmiştir.

Tablo 2.11'de negatif korelasyon katsayıları görülmektedir, fakat negatif katsayıların tamamı istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur. Dolayısıyla bir yaratıcı endüstrinin güçlü bir uzmanlaşma gösterdiği bölgede başka bir yaratıcı endüstrinin zayıf uzmanlaşma gösterdiğine dair istatistiksel bir kanıt elde edilememiştir.



Tablo 2.11: İBBS-2 Bölgeleri Düzeyinde Alt Yaratıcı Endüstrilerin Korelasyonu (Eş-Yerleşme), 2015

NACE	3212	5811	5812	5813	5814	5819	5821	5829	5911	5912	5913	5914	5920	6201	6202	7021	7111	7311	7312	7410	7420	7430	8552	9001	9002	9003	9004	9101	9102
3212	1,00																												
5811	0,27	1,00																											
5812	0,52	0,52	1,00																										
5813	0,27	0,20	0,24	1,00																									
5814	0,04	0,19	0,32	0,22	1,00																								
5819	0,35	0,28	0,37	0,39	0,41	1,00																							
5821	0,30	0,28	0,31	0,31	0,11	0,33	1,00																						
5829	0,29	0,32	0,25	0,36	0,32	0,63	0,20	1,00																					
5911	0,19	0,34	0,45	0,26	0,42	0,56	0,50	0,51	1,00																				
5912	0,44	0,46	0,35	0,14	0,52	0,49	0,15	0,27	0,45	1,00																			
5913	0,37	0,43	0,31	0,34	0,28	0,32	0,33	0,57	0,38	0,50	1,00																		
5914	0,42	0,44	0,37	0,18	0,21	0,47	0,26	0,62	0,19	0,41	0,55	1,00																	
5920	0,40	0,55	0,47	0,15	0,29	0,50	0,51	0,42	0,39	0,48	0,40	0,61	1,00																
6201	0,05	0,48	0,26	0,41	0,34	0,53	0,25	0,74	0,51	0,31	0,49	0,65	0,41	1,00															
6202	0,10	0,48	0,31	0,13	0,63	0,41	0,26	0,46	0,37	0,46	0,38	0,45	0,52	0,67	1,00														
7021	0,57	0,36	0,40	0,55	0,34	0,44	0,31	0,48	0,28	0,60	0,63	0,54	0,46	0,36	0,26	1,00													
7111	0,19	0,47	0,42	0,33	0,57	0,45	0,20	0,33	0,63	0,64	0,63	0,27	0,32	0,39	0,43	0,48	1,00												
7311	0,20	0,43	0,30	0,55	0,42	0,45	0,30	0,71	0,50	0,40	0,56	0,59	0,47	0,83	0,69	0,51	0,52	1,00											
7312	-0,28	-0,08	-0,22	0,15	0,19	0,12	0,07	-0,16	0,02	0,01	-0,10	-0,07	-0,09	0,01	0,06	-0,22	0,02	-0,18	1,00										
7410	0,23	0,47	0,48	0,06	0,41	0,30	0,46	0,55	0,61	0,38	0,50	0,48	0,61	0,56	0,54	0,45	0,45	0,56	-0,25	1,00									
7420	0,16	0,52	0,30	0,41	0,36	0,47	0,32	0,69	0,36	0,32	0,65	0,57	0,50	0,69	0,56	0,50	0,53	0,80	-0,20	0,47	1,00								
7430	0,28	0,24	0,27	0,33	0,45	0,46	0,42	0,52	0,42	0,49	0,50	0,42	0,43	0,50	0,71	0,55	0,40	0,62	-0,05	0,42	0,43	1,00							
8552	0,27	0,43	0,09	0,48	0,26	0,48	0,29	0,66	0,13	0,23	0,41	0,60	0,56	0,60	0,46	0,45	0,12	0,59	-0,05	0,32	0,60	0,45	1,00						
9001	0,19	0,24	0,37	0,42	0,22	0,42	0,52	0,34	0,43	0,28	0,52	0,33	0,56	0,35	0,29	0,58	0,50	0,45	-0,02	0,45	0,50	0,49	0,26	1,00					
9002	0,24	0,35	0,29	0,57	0,24	0,45	0,31	0,65	0,33	0,35	0,74	0,60	0,47	0,68	0,44	0,63	0,52	0,81	-0,18	0,54	0,75	0,48	0,58	0,68	1,00				
9003	0,17	0,53	0,17	0,11	0,05	0,26	0,20	0,46	0,40	0,42	0,51	0,59	0,39	0,75	0,56	0,33	0,33	0,55	0,09	0,49	0,45	0,46	0,38	0,33	0,49	1,00			
9004	0,34	0,41	0,24	0,63	0,33	0,70	0,40	0,53	0,43	0,51	0,47	0,38	0,32	0,62	0,53	0,64	0,49	0,61	0,05	0,23	0,54	0,65	0,60	0,37	0,55	0,47	1,00		
9101	0,38	0,23	0,43	0,38	0,32	0,49	0,47	0,52	0,45	0,27	0,44	0,37	0,39	0,37	0,31	0,44	0,25	0,39	-0,04	0,40	0,34	0,57	0,48	0,32	0,37	0,21	0,48	1,00	
9102	0,14	0,35	0,34	0,57	0,37	0,32	0,6755*	0,26	0,29	0,14	0,45	0,31	0,48	0,35	0,46	0,48	0,40	0,45	0,21	0,41	0,41	0,60	0,40	0,70	0,53	0,19	0,46	0,35	1,00

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: Renkli hücrelerde yer alan katsayılar %5 düzeyinde istatistiksel anlamlıdır. Yüksek ilişki 0,89 ile 0,70 arası, orta ilişki 0,69 ile 0,50 arası ve düşük ilişki 0,49 ile 0,30 arasındaki bir korelasyon katsayısını temsil etmektedir.

Yaratıcı Endüstrilerle Diğer Endüstriler Arasında Eş-Yerleşme

Yaratıcı endüstrilerle arasında bir eş-yerleşme ilişkisi olup olmadığını belirlemek üzere özellikle bilgi yoğun iş hizmetleri (BYİH) ve yüksek-teknoloji endüstrileri seçilmiştir¹⁵. Bunların seçilmesinin nedeni ise bu endüstrilerin yüksek yenilik potansiyeline sahip olmalarıdır. Bilgi yoğun iş hizmetleri genel olarak bilginin yaratılması, biriktirilmesi veya yayılmasına yönelik ekonomik faaliyetleri kapsamaktadır (Antonelli, 1998). BYİH'ler için standart bir tanım bulunmamasıyla beraber Miles vd. (1995) BYİH'ler için üç özellik tanımlamaktadır: i) Büyük ölçüde profesyonel bilgiye (professional knowledge) dayanmaktadırlar (büyük oranda bilim insanı, mühendis veya alanında uzman bireyler istihdam ederler) ii) kendileri birincil bilgi (primary knowledge) kaynağıdır (örneğin raporlama veya danışmanlık hizmetleri) ya da bilgiyi müşterilerinin üretim süreçlerine ara hizmet üretmek (örneğin iletişim ve bilgisayar hizmetleri) için kullanırlar iii) rekabet açısından önem taşırlar ve öncelikli olarak

işletmelere hizmet ederler. Kısacası BYİH'leri, temel faaliyeti müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılamak için bilgi yoğun hizmet sunan firmalar olarak tanımlamak mümkündür. BYİH'ler; yenilik geliştiren, kullanan ve aktaran ekonomik birimler olarak sosyal, kurumsal ve organizasyonel yeniliklerin yaratılmasında, biriktirilmesinde ve yayılmasında önemli rol oynamaktadırlar. Bu özellikleriyle ekonominin diğer aktörleri için de pozitif dışsallıklar yaratmaktadırlar (Gallego ve Maroto, 2015). Yaratıcı sektörler eğer bilgi yoğun iş hizmeti faaliyetleriyle ve/veya yüksek-teknoloji endüstrileriyle aynı bölgede eş-yerleşme gösteriyorlarsa, geliştirdikleri yenilikleri ekonominin diğer alanlarına yayma etkileri daha da artacaktır (Chapain vd., 2010). Diğer bir ifadeyle bölgedeki yaratıcı yayılım (creative spillover) daha da güçlenecektir. Bu da bölgedeki yeniliği ve dolayısıyla ekonomik büyümeyi teşvik etme açısından oldukça önemlidir.

Tablo 2.12: İBBS-2 Bölgeleri Düzeyine Ana Yaratıcı Endüstrilerin Diğer Endüstrilerle Korelasyonu (Eş-Yerleşme), 2015

Yaratıcı Endüstriler	Yüksek Eş-Yerleşme Gösteren Endüstri	Orta Eş-Yerleşme Gösteren Endüstri	Zayıf Eş-Yerleşme Gösteren Endüstri
Reklam ve Pazarlama	BYİH		
Mimarlık			BYİH
El Sanatları			
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım		BYİH	
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf	BYİH		
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri	BYİH		Yüksek-Teknoloji
Yayıncılık			
Müze, Galeri ve Kütüphaneler		BYİH	
Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar	BYİH		Yüksek-Teknoloji

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: Tüm sonuçlar %5 düzeyinde istatistiksel anlamlıdır. Yüksek ilişki 0,89 ile 0,70 arası, orta ilişki 0,69 ile 0,50 arası ve düşük ilişki 0,49 ile 0,30 arasındaki bir korelasyon katsayısını temsil etmektedir.

¹⁵ BYİH endüstrilerinin kapsamı için bkz. Schnabl ve Zenker (2013); yüksek-teknoloji endüstrilerinin kapsamı için bkz. Eurostat https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/Annexes/htec_esms_an3.pdf

Yaratıcı endüstrilerle BYİH'ler ve yüksek-teknoloji endüstriler arasında bir eş-yerleşme olup olmadığını tespit etmek amacıyla gerçekleştirilen korelasyon analizi sonuçları tablo 2.12'de verilmiştir. Ancak unutulmamalıdır ki yaratıcı endüstrilerle bu endüstriler arasındaki eş-yerleşme mutlaka bir nedensellik anlamına gelmek zorunda değildir. Bu endüstrilerin birlikte aynı bölgede yerleşmesinin nedeni o bölgede üniversitelerin varlığı veya bir araştırma altyapısının olması veya nitelikli emeğin o bölgede toplanmış olması gibi ortak nedenler de olabilir (Chapain vd., 2010). Yaratıcı endüstriler daha çok BYİH'ler ile eş-yerleşme gösterirken yüksek-teknoloji endüstrileri ile daha az eş-yerleşme göstermektedir. Benzer sonuç Chapain vd. (2010) tarafından İngiltere için de elde

edilmiştir. Yaratıcı endüstriler içerisinde yüksek-teknoloji endüstrileri ile eş-yerleşme gösteren iki endüstri (bilgi teknolojileri-yazılım-bilgisayar hizmetleri ve müzik-performans-gösteri sanatları) bulunmaktadır. Ancak bu ilişki düşük düzeydedir. BYİH'ler, dört yaratıcı endüstriyle (reklam-pazarlama, film-TV-video-radyo-fotoğraf, bilgi teknolojileri-yazılım-bilgisayar hizmetleri ve müzik-performans-görsel sanatlar endüstrileri) yüksek, iki yaratıcı endüstriyle (tasarım ve müze-galeri-kütüphaneler) orta ve bir yaratıcı endüstriyle (mimarlık) düşük düzeyde eş-yerleşme göstermektedir. El sanatları ve yayıncılık endüstrileriyle ne yüksek teknoloji ne de BYİH'ler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir korelasyon ilişkisi tespit edilememiştir.



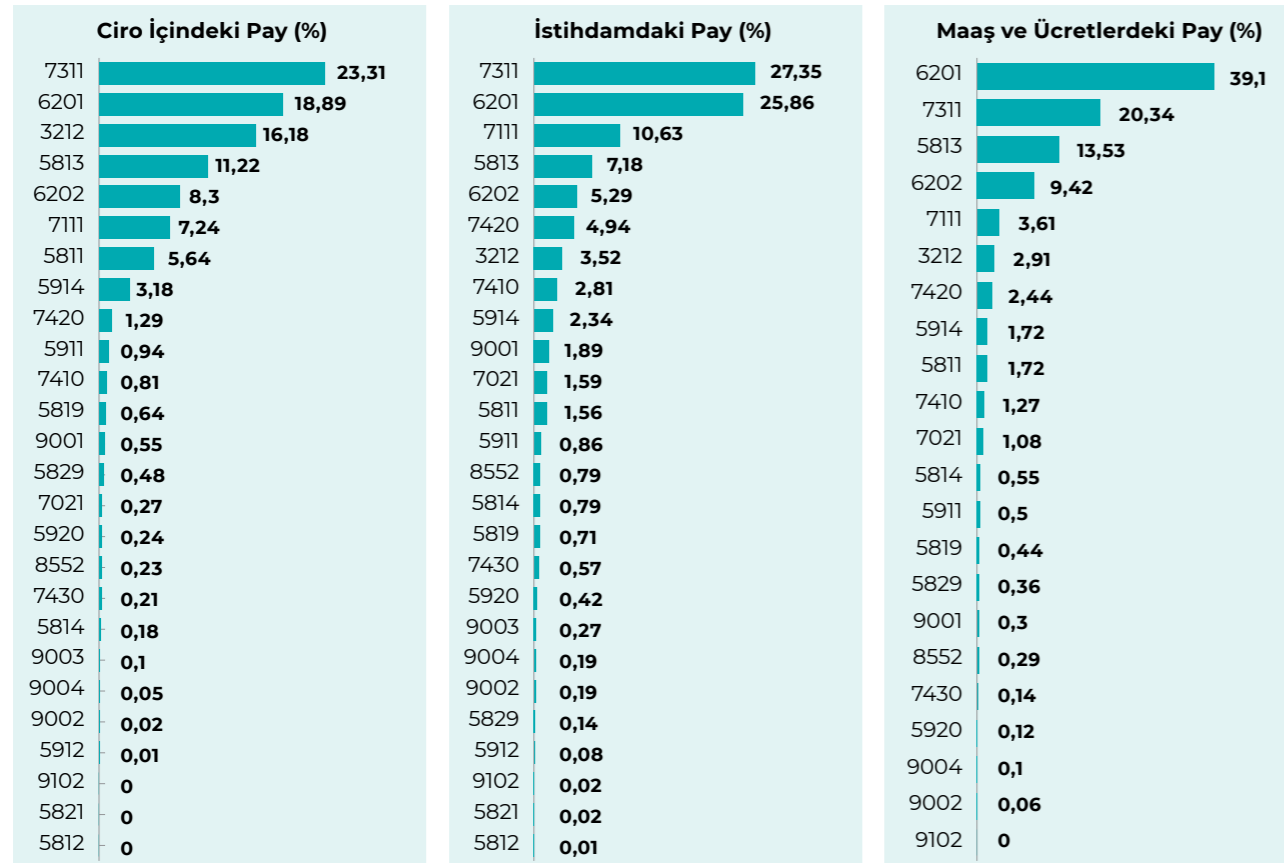
2.5. İzmir'de Yararıcı Endüstriler

2.5.1. İzmir'in Yararıcı Endüstrilerine Genel Bir Bakış

2015 yılında yaratıcı endüstrilerin İzmir'deki toplam cirosu 544 milyon dolar ve çalışan sayısı 12.971 kişidir. Türkiye'nin toplam yaratıcı ekonomi cirosu ve istihdamı içerisinde İzmir'in yaratıcı endüstrilerinin payı sırasıyla %2,6 ve %4,6'dır (bkz. tablo 2.8). Bu endüstrilerin İzmir ekonomisi içerisindeki payı ise şu şekildedir: İzmir'in toplam cirosu içindeki payı %0,6 ve istihdamı içindeki payı ise %0,9'dur¹⁶ (Bu rakamlar değerlendirilirken 2017 yılında yaratıcı ekonominin cirosunun Türkiye'nin toplam cirosu içindeki payının %2 ve istihdamı içindeki payının da %1 olduğu göz ardı edilmemelidir; bkz. Tablo 2.2).

Grafik 2.14'te her bir yaratıcı endüstrinin İzmir'in yaratıcı ekonomisi içindeki payları verilmiştir. Ciro açısından değerlendirildiğinde en yüksek pay %23,3 ile reklam ajansları faaliyetlerine (7311) aittir. Bunu yaklaşık %19'luk payla bilgisayar programlama faaliyetleri (6201) ve %16'luk payla mücevher ve benzeri eşyaların imalatı (3212) izlemektedir. Ciro payı en yüksek beş endüstrinin toplam cirosu (7311, 6201, 3212, 5813 ve 6202 kodlu endüstriler) İzmir'in yaratıcı ekonomi cirosunun %78'ine karşılık gelmektedir.

Grafik 2.14: İzmir'in Yararıcı Ekonomisi İçerisinde Yaratıcı Endüstrilerin Payı (%), 2015



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

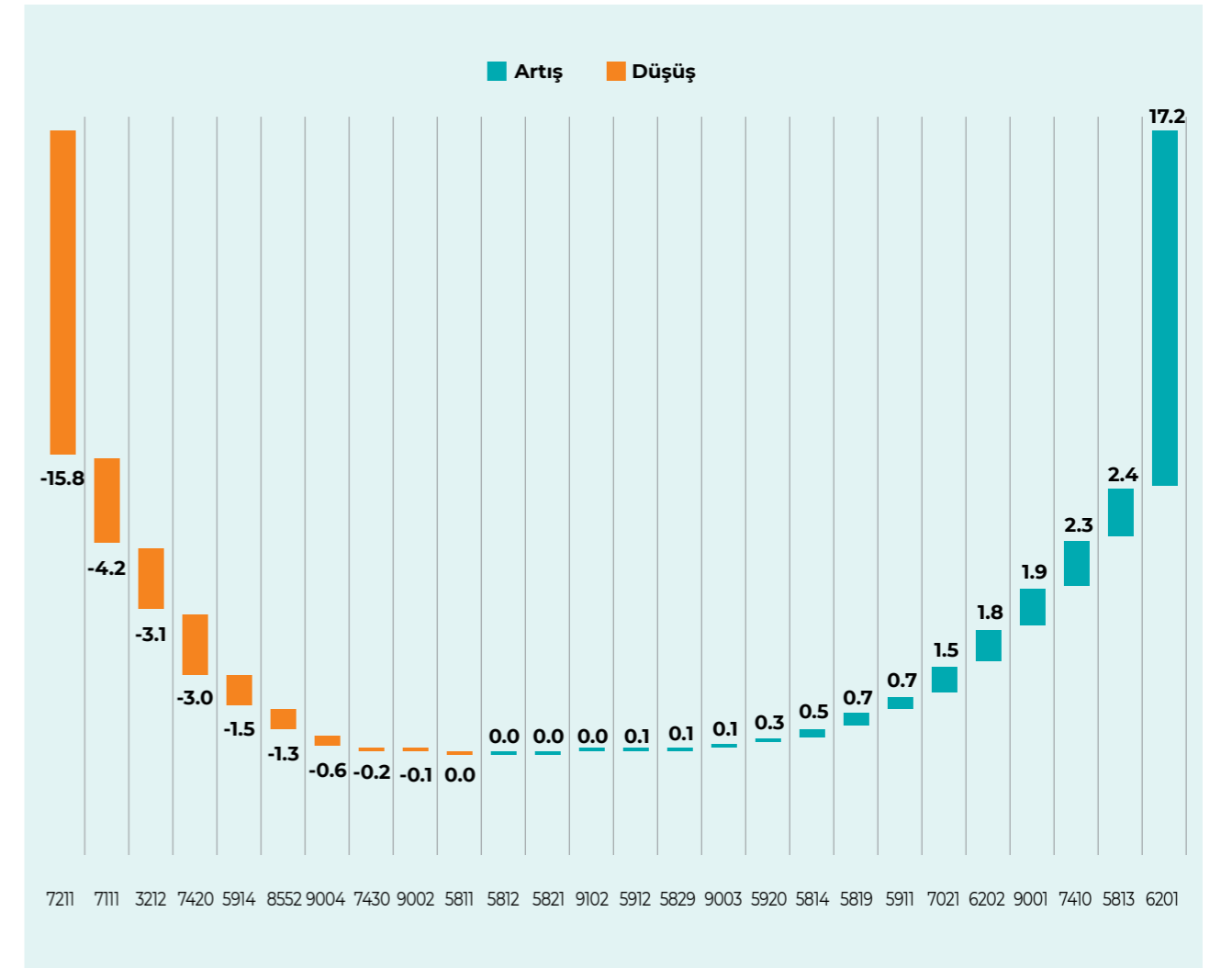
16 İzmir için toplam ciro değeri hesaplanırken sadece TÜİK'in yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinde yer alan endüstriler dikkate alınmış, veri setinde yer almayan endüstriler toplama dahil edilmemiştir.

Yaratıcı endüstrilerin istihdam paylarına bakıldığında yine ilk iki sırada 7311 kodlu reklam ajansları faaliyetleri ve 6201 kodlu bilgisayar programlama faaliyetlerinin yer aldığı görülmektedir. Mimarlık faaliyetleri (7111) ciro sıralamasında daha gerilerdeyken istihdam sıralamasında %10,6'lık pay ile üçüncü sırada yer almaktadır. İstihdam payı en yüksek ilk beş yaratıcı endüstri (7311, 6201, 7111, 5813 ve 6202 kodlu endüstriler) İzmir'in yaratıcı ekonomi istihdamının %76'sını oluşturmaktadır (bkz. grafik 2.14).

Grafik 2.15'te İzmir'in yaratıcı endüstrilerinin istihdam paylarının 2010 ile 2015 yılları arasındaki değişimleri

gösterilmektedir. 2010 yılına kıyasla 2015 yılında en yüksek istihdam azalışı gözlemlenen endüstri reklam ajansları faaliyetleri (7311) olmuştur. Bu endüstrinin 2010 yılında %43,2 olan payı 2015 yılında %27,4'e düşerek 16 puanlık bir gerileme sergilemiştir. İstihdam payında en yüksek artışı ise bilgisayar programlama faaliyetlerinde (6201) gözlemlenmiştir. 2010 yılında bu endüstri, İzmir'in toplam yaratıcı ekonomi istihdamı içerisinde %8,7'lik bir paya sahipken 2015 yılında bu pay %25,9 yükselmiştir. Bu verilerden de anlaşıldığı üzere 7311 kodlu endüstri İzmir'de hızlı bir gerileme yaşarken; 6201 kodlu endüstri de tam tersine hızlı bir ilerleme içerisindeydi.

Grafik 2.15: 2010 ile 2015 Yılları Arasında İzmir'deki Yararıcı Endüstrilerin İstihdam Paylarındaki Değişim

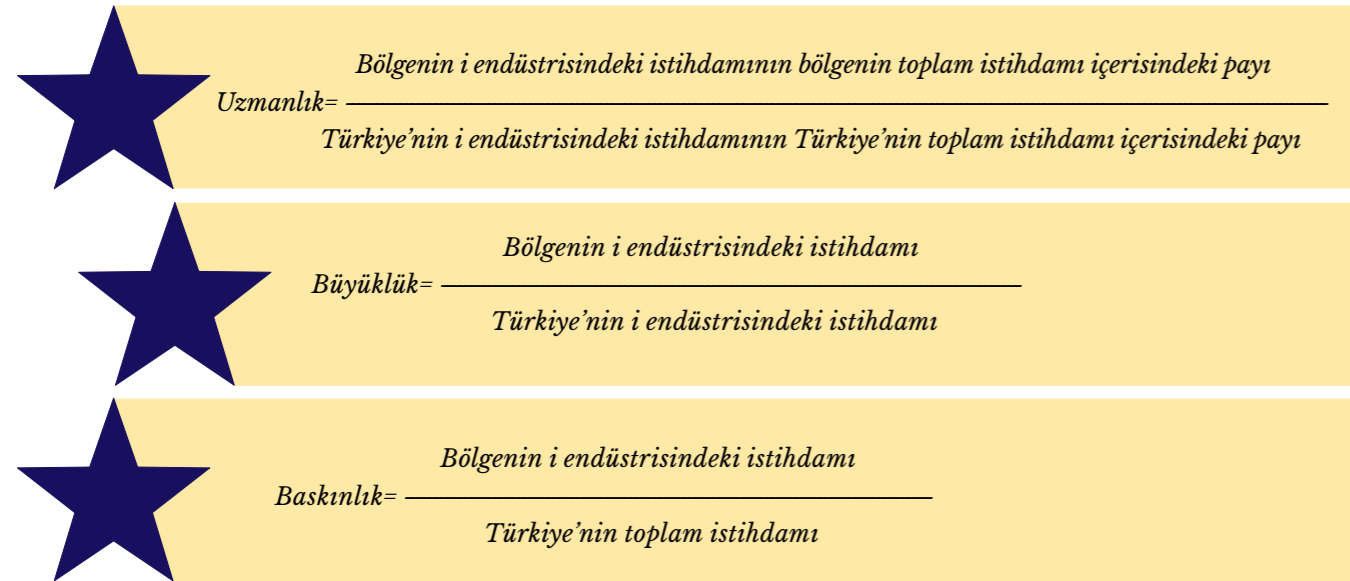


Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

2.5.2. İzmir'in Yaratıcı Endüstrilerinin Üç Yıldız Analizi

Bu bölümde İzmir'in yaratıcı endüstrilerinin kümeleme potansiyeli araştırılacaktır. Bu amaçla üç yıldız analizi kullanılacaktır. Bu analiz yöntemi, Avrupa Komisyonunca finanse edilen European Cluster Observatory platformu (<http://www.clusterobservatory.eu>) tarafından geliştirilmiş olan bir ön araştırma tekniğidir. Bu analiz yönteminde "uzmanlık, büyüklük ve baskınlık" olmak üzere üç temel gösterge ve bunlara ait eşik değerler bulunmaktadır. Bir endüstri aştığı her eşik değer için bir yıldız almaktadır. Endüstrilerin aştıkları eşik değerlerin ve dolayısıyla aldıkları yıldız sayılarının farklı olması kümelenme potansiyellerinin de farklı olmasına neden olmaktadır. Üç yıldız alan endüstriler için "olgun küme", iki yıldız alan endüstriler için "potansiyel küme" ve tek yıldız alan endüstriler için de "aday küme" ifadeleri kullanılmaktadır.

Uzmanlaşma göstergesi (yerelleşme katsayısı) için literatürde kabul edilen kritik değer "1" olduğu daha önce belirtilmişti. Ancak *büyüklik* ve *baskınlık* göstergeleri için literatürde genel kabul gören bir kritik değer bulunmamaktadır. Farklı çalışmalarda farklı eşik değerlerin kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmada büyüklük için eşik değer olarak, yaratıcı endüstrilerin toplam istihdamının Türkiye'nin toplam istihdamı içindeki payı kabul edilmiştir. Bu değer hem 2010 hem de 2015 yılı için yaklaşık %1 olarak hesaplanmıştır. Bunun üzerindeki bir değer ilgili endüstrinin, Türkiye ortalamasının üzerinde bir paya sahip olduğunu ima ederken; altındaki bir değer ilgili endüstrinin, Türkiye ortalamasının altında bir paya sahip olduğunu ima etmektedir.



Baskınlık göstergesinin eşik değeri ise şu şekilde hesaplanmıştır: Öncelikle Türkiye'nin toplam yaratıcı ekonomisi içerisinde İBBS-2 bölgelerinin yaratıcı ekonomi paylarının eşit olduğu varsayımı yapılmıştır. Bu durumda, her bölgenin payı 1/26'dır. Bir bölgede yaratıcı ekonomiyi oluşturan her bir endüstrinin de eşit paya sahip olduğu varsayıldığında bu pay da 1/31'a eşittir. Sonuç olarak, bir bölgedeki yaratıcı ekonomiyi oluşturan her bir alt endüstrinin payı, (1/26) (1/31) =0,001 şeklinde hesaplanmıştır. Yani her bir endüstri için kritik değer binde 1 olarak belirlenmiştir.

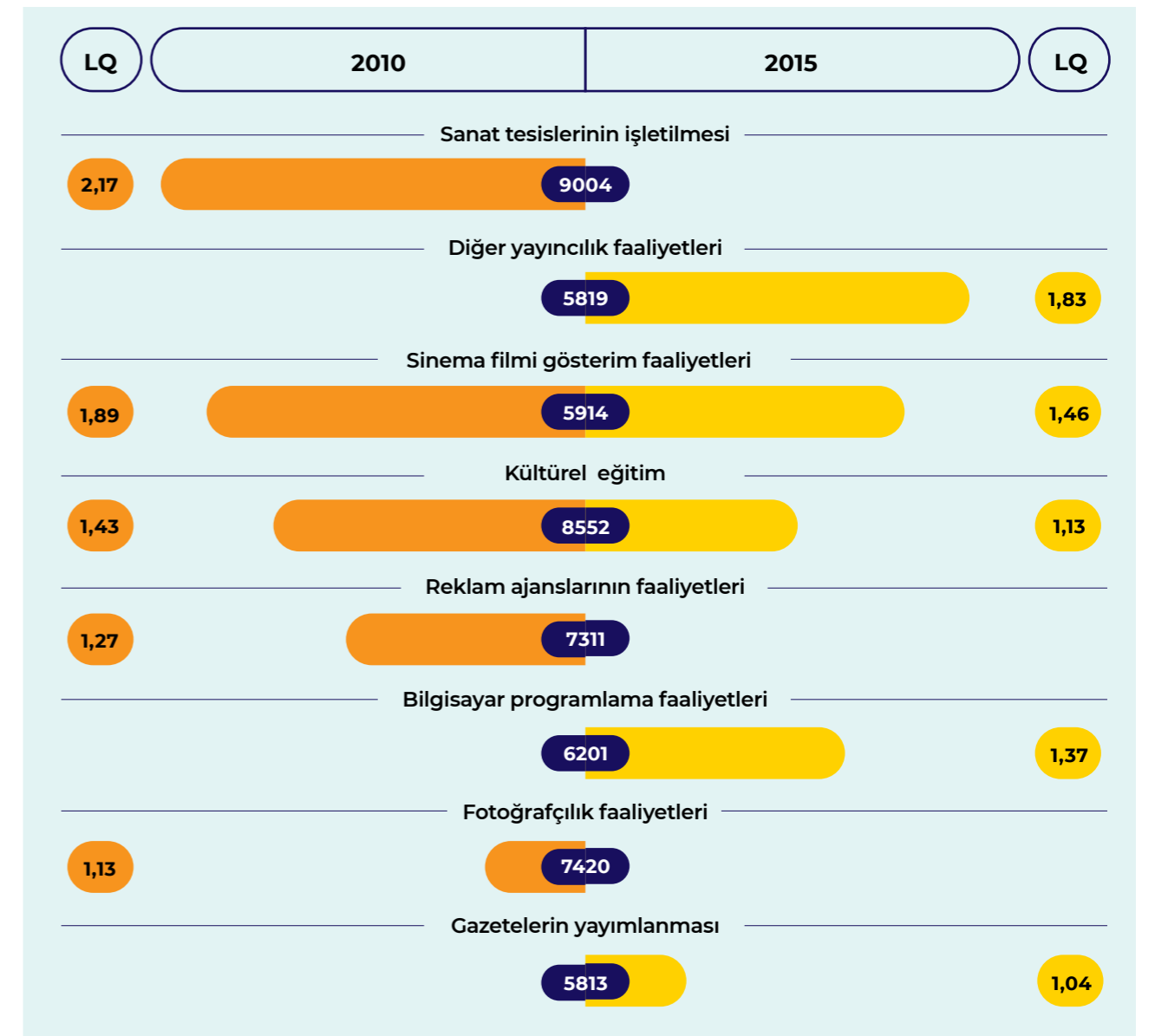
Bölüm 2.4'te İzmir'in yaratıcı ekonomide bir uzmanlaşma göstermediği ama kritik sınıra çok yakın olduğu ifade edilmişti. Aşağıda ise İzmir'deki yaratıcı endüstrilerin her biri hem uzmanlaşma hem de diğer iki kriter açısından tek tek analiz edilmekte ve her bir yaratıcı endüstrinin potansiyeli ayrı ayrı belirlenmektedir. Buradan elde edilecek bilgiler, İzmir'de yaratıcı ekonominin geliştirilmesi için hangi endüstrilere yoğunlaşılması gerektiği konusunda yol gösterici olacaktır.

Burada öncelikli olarak uzmanlaşmanın gerçekleştiği yaratıcı endüstriler incelenecek ardından üç yıldız analizi sonuçlarına göre yaratıcı endüstrilerin kümeleme potansiyelleri ortaya konacaktır. Şekil 2.9'da İzmir'in hangi yaratıcı endüstrilerde uzmanlaşma gösterdiği ve bunun zaman içindeki değişimi yer almaktadır. 2010 yılında İzmir, *sanat tesislerinin işletilmesi* (9004), *reklam ajanslarının faaliyetleri* (7311) ve *fotoğrafçılık faaliyetlerinde* bir uzmanlaşma sergilerken, 2015 yılında bunun ortadan kalktığı gözlemlenmektedir. 2015 yılında daha önceki dönemde İzmir'de

uzmanlaşma sergilemeyen bazı yaratıcı endüstrilerde uzmanlaşma gerçekleştiği görülmüştür. Bunlar, *diğer yayıncılık faaliyetleri* (5819), *bilgisayar programlama faaliyetleri* (6201) ve *gazetelerin yayımlanması faaliyetleri* (5813) olarak karşımıza çıkmaktadır.

İzmir'de *sinema film gösterimi faaliyetleri* (5914) ve *kültürel eğitim faaliyetlerinde* (8552) 2010 yılında tespit edilen uzmanlaşmanın 2015 yılında da devam ettirebildiği görülmüş fakat bu faaliyetlerin uzmanlaşma derecelerinde bir gerileme olduğu tespit edilmiştir.

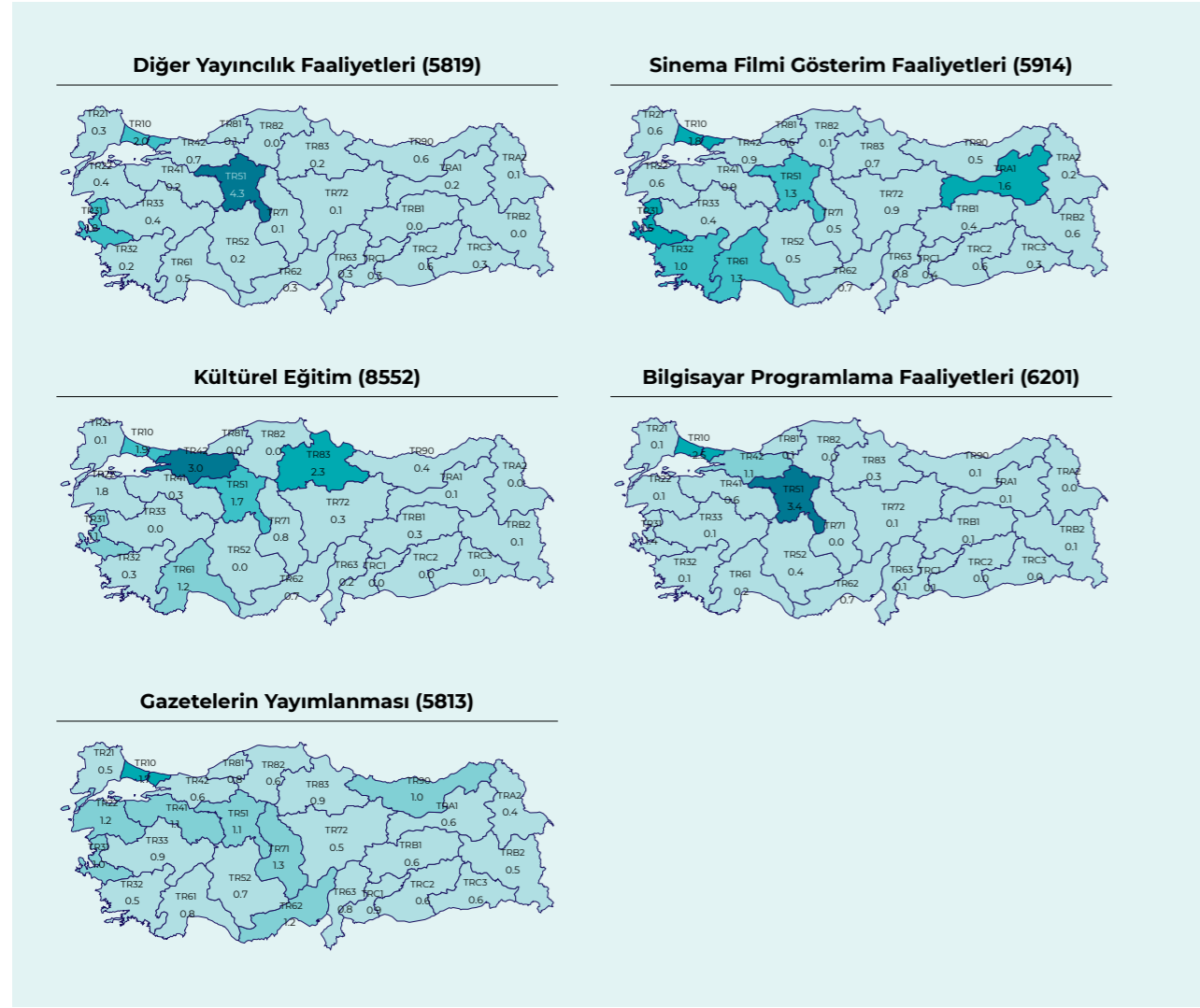
Şekil 2.9: İzmir'in Uzmanlaşma Gösterdiği Alt Yaratıcı Endüstrilerdeki Değişim



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

2015 yılında İzmir'de uzmanlaşma gösteren yaratıcı endüstrilerin uzmanlaşma katsayıları diğer İBBS-2 bölgeleriyle karşılaştırmalı olarak şekil 2.10'da gösterilmektedir.

Şekil 2.10: İzmir'de Uzmanlaşma Gösteren Yaratıcı Endüstrilerin Görel Durumu, 2015



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Olgun Küme

Tablo 2.13'te 2015 yılı için İzmir'in üç yıldız analiz sonuçları yer almaktadır. *Bilgisayar programlama faaliyetleri (6201)* üç yıldız olarak bölgede olgun küme özelliği gösteren tek yaratıcı endüstri olarak karşımıza çıkmaktadır. İlgili endüstri 2010 yılında sadece büyüklük kriterini aşarak tek yıldız alabilmişken beş yıl

içerisinde hızlı bir ilerleme göstererek her üç kümeleme kriterini de geçmeyi başarmıştır (bkz. tablo 2.13 ve 2.14). TÜİK verilerine göre beş yıl içerisinde ilgili endüstride istihdamda 4 kattan fazla; firma sayısında ise 7 kattan fazla bir artış gözlemlenmiştir.

Potansiyel Küme

Analiz sonuçları 2015 yılında iki yıldız olarak İzmir'de potansiyel küme özelliği taşıyan yaratıcı endüstriler olarak şunları işaret etmektedir: *Gazetelerin yayımlanması (5813)*, *diğer yayıncılık faaliyetleri (5819)*, *sinema filmi gösterim faaliyetleri (5914)*, *reklam ajanslarının faaliyetleri (7311)* ve *kültürel eğitim (8552)*.

İki yıldız alan endüstriler arasında özellikle *reklam ajansları faaliyetleri* diğerlerine göre daha yüksek potansiyele sahip bir görünüm sergilemektedir. 2010 yılında söz konusu endüstri her üç kriteri de geçerek İzmir'de olgun küme özelliği gösteren tek endüstri iken bu özelliğini 2015 yılına gelindiğinde kaybetmiştir

(bkz. Tablo 2.13 ve 2.14). Bu endüstride zaman içinde bir gerileme yaşandığı görülmektedir. 2010 ile 2015 yılları arasında İzmir'de bu endüstride faaliyet gösteren firmaların istihdamında %10'luk bir azalma yaşanmıştır. Bu gerileme, ilgili endüstrinin 2015 yılında uzmanlık kriterini aşamamasına ve dolayısıyla iki yıldız almasına yol açmıştır. Ancak bu endüstrinin 2015 yılı için hesaplanan uzmanlık katsayısı, eşik değer olan 1'e hala çok yakındır. Diğer bir ifadeyle İzmir'de olgun küme olmaya en yakın endüstridir. Bu endüstrinin desteklenmesi endüstriyi tekrar hızlıca eski haline getirebilir.

Tablo 2.13: TR-31 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE.Rev.2	TR31-İZMİR	Baskınlık	Büyüklük	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0001	0,04	0,79	1
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0024	0,05	0,96	2
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0009	0,03	0,61	1
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0003	0,02	0,39	1
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0002	0,05	0,90	1
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0001	0,01	0,16	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,01	0,17	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0002	0,08	1,46	2
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-

NACE.Rev.2	TR31-İZMİR	Baskınlık	Büyükük	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0004	0,05	0,83	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,01	0,14	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,02	0,27	1
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0023	0,08	1,37	3
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0005	0,03	0,55	1
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0001	0,04	0,68	1
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,02	0,43	1
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0006	0,06	1,04	2
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0001	0,02	0,44	1
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0001	0,10	1,83	2
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,03	0,57	1
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,01	0,13	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,04	0,64	1
8552	Kültürel eğitim	0,0001	0,06	1,13	2
9001	Gösteri sanatları	0,0002	0,04	0,69	1
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,01	0,16	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,05	0,93	1
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,01	0,24	1

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
y: Veri yok.

Tablo 2.14: TR-31 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE.Rev.2	TR31-İZMİR	Baskınlık	Büyükük	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0030	0,07	1,27	3
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0010	0,05	0,90	1
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0005	0,03	0,56	1
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,01	0,16	1
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0003	0,11	1,89	2
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	y
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	Y
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0006	0,07	1,13	2
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,06	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0006	0,04	0,62	1
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0002	0,02	0,37	1
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0001	0,04	0,63	1
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,05	0,87	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,02	0,32	1
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0001	0,03	0,47	1
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,01	0,22	1
8552	Kültürel eğitim	0,0001	0,08	1,43	2
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,01	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,01	0,15	1
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,03	0,56	1
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0001	0,13	2,17	2

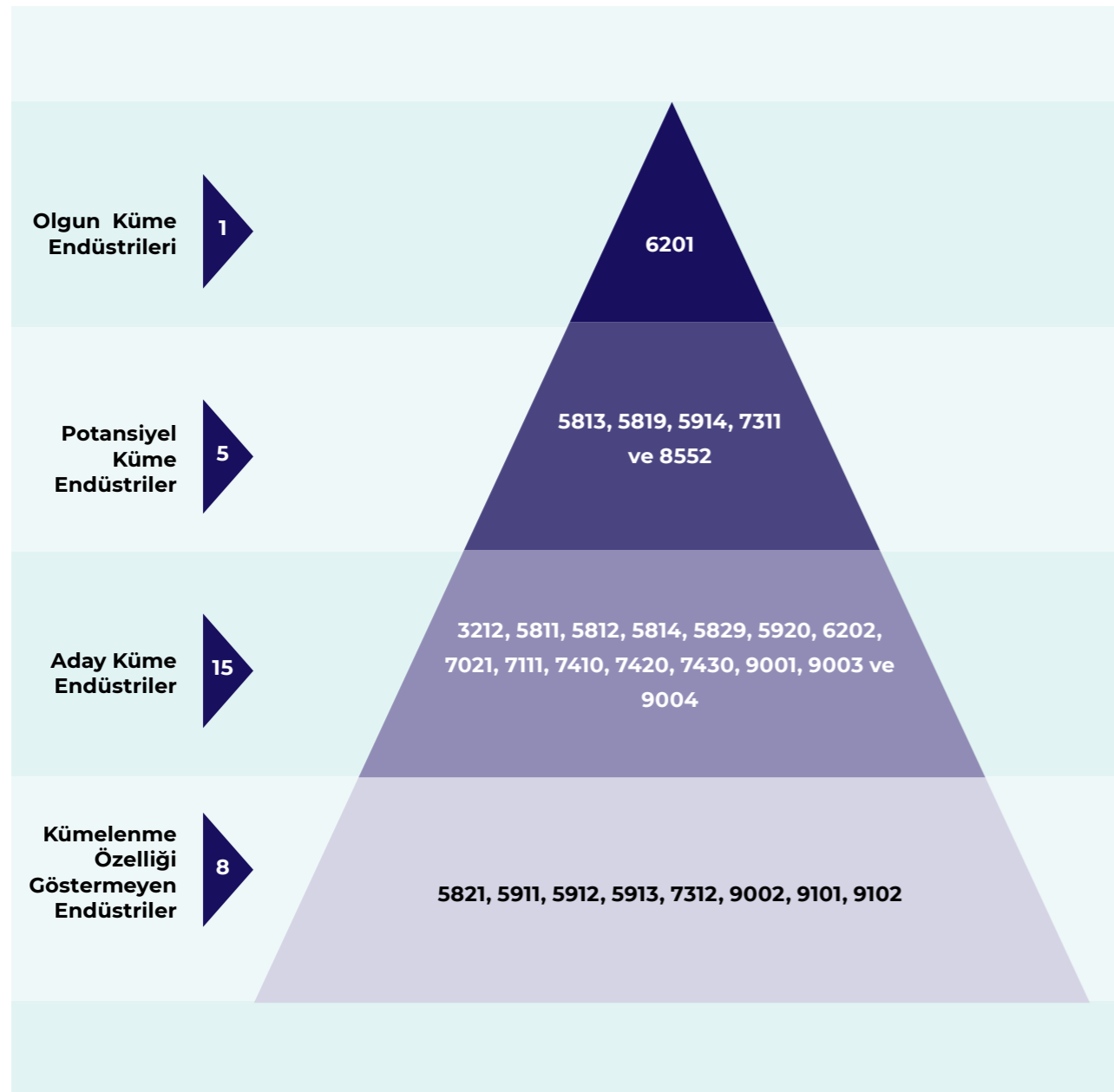
Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: Kırmızı ile gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
y: Veri yok

İzmir 'de 2010 yılında sadece büyüklük ve uzmanlık kriterini geçerek potansiyel küme özelliği sergileyen dört endüstri (5914, 7420, 8552 ve 9004) tespit edilmiştir. Bunlardan *sinema filmi gösterim faaliyetleri (5914)* ve *kültürel eğitim faaliyetleri (8552)* 2015 yılında da mevcut durumlarını sürdürebilmişken; *fotoğrafçılık faaliyetleri (7420)* ve *sanat tesislerinin işletilmesi faaliyetleri (9004)* uzmanlık kriterini geçemeyerek tek yıldız alan endüstriler grubuna gerilemişlerdir.

Özellikle 9004 kodlu endüstrinin uzmanlık katsayısındaki düşüş oldukça yüksektir. 2010 yılında 2,17 olan bu katsayı 2015 yılında 0,24'e gerilemiştir. Bu da bu alanda önemli bir istihdam gerilmesine işaret etmektedir. İzmir'de 2010 yılında potansiyel küme (iki yıldız alan endüstriler) grubunda olmayan ama 2015 yılında bu gruba girmeyi başaran iki endüstri bulunmaktadır. Bunlar, *gazetelerin yayımlanması (5813)* ve *diğer yayıncılık faaliyetleridir (5819)*.

Şekil 2.11: İzmir'in Yaratıcı Endüstrilerinin Kümelenme Potansiyeli, 2015



KUTU 2.1: 2005 YILINDA İZMİR'DE YARATICI ENDÜSTRİLER

Bölüm 2.1'de anlatıldığı üzere 2009 yılında TÜİK'in NACE Rev.1 sınıflamasından NACE Rev.2 sınıflamasına geçiş yapması nedeniyle bir endüstrinin bu tarih öncesi ve sonrası bilgilerinin karşılaştırılma imkânı ortadan kalkmıştır. Sonraki yıllarla karşılaştırma yapılamayacak olsa dahi burada 2005 yılı için İzmir'de yaratıcı endüstrilerin üç yıldız analizi sonuçlarına yer verilecektir. Bunun için öncelikle NACE Rev.2 sınıflamasına göre tanımlanan yaratıcı endüstrilerin NACE Rev.1.1'deki karşılıkları elde edilmiş ardından 2005 yılı için analizler yapılmış ve söz konusu yılda İzmir'de dokuz yaratıcı endüstride uzmanlaşma tespit edilmiştir. Aşağıdaki tabloda bu endüstriler ve yerleşme katsayıları verilmiştir.

Tablo: İzmir'de Uzmanlaşma Tespit Edilen Yaratıcı Endüstriler, 2005

NACE Rev.1.1	Açıklama	LQ
2214	Ses kayıtlarının yayımı	2.35
2222	Başka yerde sınıflandırılmamış basım	2.84
7222	Diğer bilgisayar yazılım danışmanlığı ve temini hizmetleri	1.07
7420	Mimarlık, mühendislik ve ilgili teknik danışmanlık faaliyetleri	1.02
7440	Reklam hizmetleri	1.60
7481	Fotoğrafçılıkla ilgili faaliyetler	2.28
7487	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer iş faaliyetleri	1.46
8042	Yetişkinlerin eğitilmesi ve başka yerde sınıflandırılmamış diğer eğitim faal.	1.48
9211	Sinema ve video filmi yapımı	1.06

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2003-2008" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Yukarıda uzmanlaşma tespit edilen endüstriler içerisinde 2222, 7420, 7440, 7487 ve 8042 kodlu bu endüstriler büyüklük ve baskınlık kriterlerini de geçerek 2005 yılında İzmir'de olgun küme özelliği gösteren yaratıcı endüstriler olmuşlardır.

Kümelenme Özelliği Göstermeyen Endüstriler

İzmir'de 2010 yılında herhangi bir kümelenme kriterini geçmeyi başaramayan (diğer bir ifadeyle hiç yıldız alamayan) yaratıcı endüstri sayısı 12 iken, 2015 yılında bu sayı sekize gerilemiştir. Hem 2010 hem de 2015 yılında İzmir'de hiçbir kriterde varlık gösteremeyen yaratıcı endüstriler şunlardır: *Bilgisayar oyunlarının yayımlanması (5821)*; *sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri (5911)*; *sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri (5912)*; *sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri (5913)*; *çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı (7312)*; *kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri (9101)* ve *müzelerin faaliyetleri (9102)*.

İzmir dışında diğer tüm İBBS-2 bölgelerinin 2010 ve 2015 yıllarına ait üç yıldız analiz sonuçları çalışmanın sonunda yer alan ek tablo 2.10 ile 2.59 arasında verilmiştir.

Aday Küme

2015 yılında İzmir'de sadece büyüklük kriterini aşarak tek yıldız alabilen 15 endüstri (3212, 5811, 5812, 5814, 5829, 5920, 6202, 7021, 7111, 7410, 7420, 7430, 9001, 9003 ve 9004) bulunmaktadır. Bunlar arasında özellikle *uzmanlaşmış tasarım faaliyetlerinde (7410)* önemli bir potansiyelin var olduğunu söyleyebiliriz. İlgili endüstrinin uzmanlaşma katsayısı 0,90 olarak hesaplanmış ve kritik değere oldukça yakın gözükmektedir. Eğer bu endüstrinin uygun teşviklerle büyümesi sağlanabilirse potansiyel küme grubunda yer alması mümkün gözükmektedir.

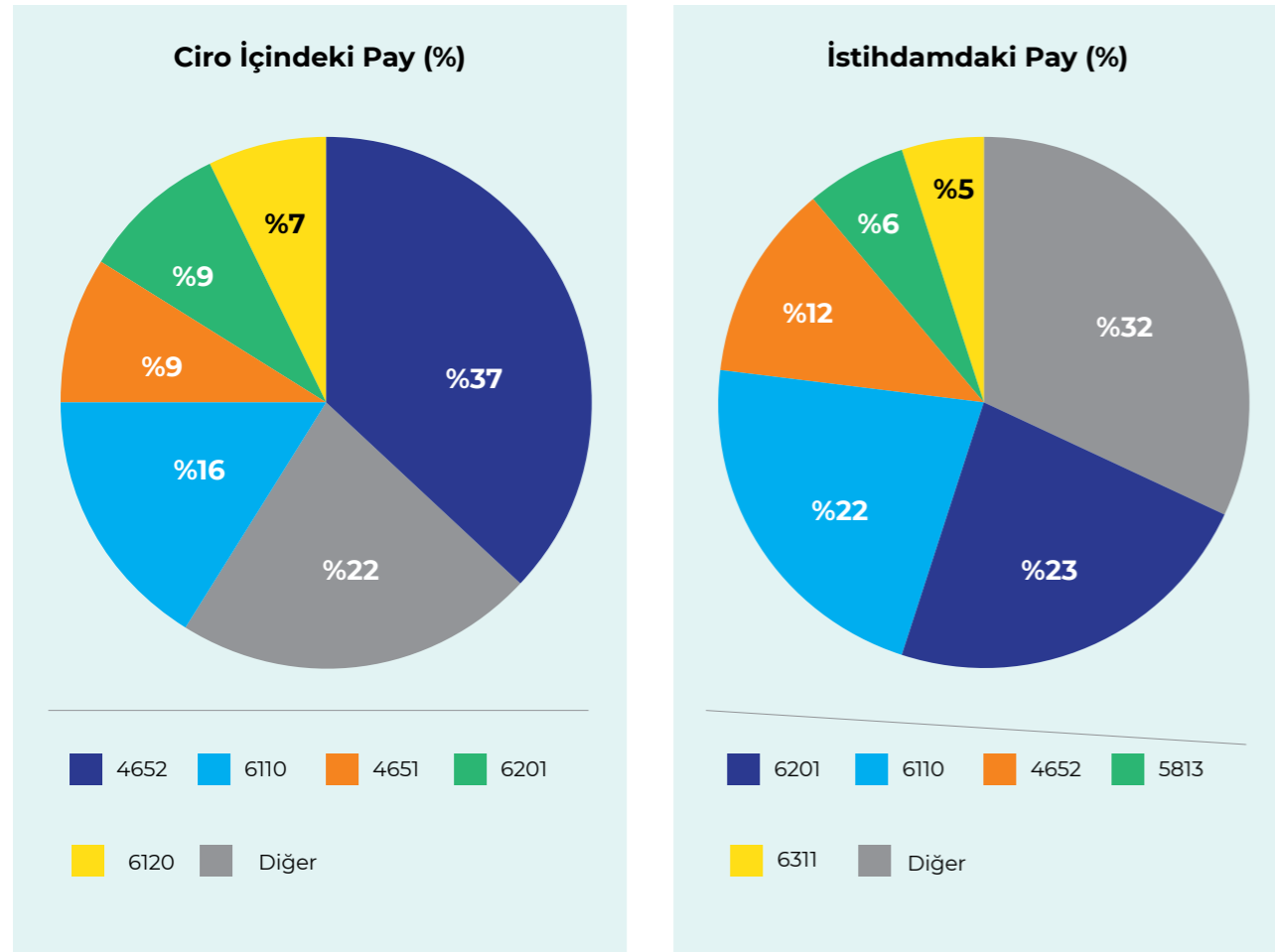
2.5.3. İzmir'de Dijital Sektörler

► Birinci bölümde yaratıcı endüstriler ile dijital sektörler arasındaki ilişkiye dikkat çekilmiştir. Bu ilişkiyi göz önünde bulundurarak İzmir'in dijital sektörler konusunda hangi aşamada olduğunu belirlemek amacıyla bu bölümde İzmir'de faaliyet gösteren dijital sektörlerle ilişkin 2015 yılına ait bazı bilgi ve analizlere yer verilmiştir. İzmir'deki dijital sektörler Türkiye'nin dijital ekonomisinin toplam cirosunun %5,1'ini gerçekleştirmekte ve bu alanda çalışanların %2,3'ünü istihdam etmektedir. Bu endüstriler İzmir ekonomisinin toplam cirosunun %1,3'ünü ve istihdamının %1'ini oluşturmaktadır¹⁷ (Türkiye

ekonomisi için aynı oranların sırasıyla %2 ve %1 olduğunu hatırlayınız; bkz. tablo 2.2).

Grafik 2.16'da İzmir'in dijital sektörlerin toplam cirosu ve istihdamı içinde en yüksek paya sahip olan ilk beş sektör gösterilmiştir. Bu ilk beş sektör, dijital ekonomisinin cirosunun %77'sini ve istihdamın da %69'unu temsil etmektedir. Hem yaratıcı hem de dijital endüstriler içerisinde yer alan *bilgisayar programlama faaliyetleri* (6201) İzmir'in yaratıcı ekonomisinde olduğu gibi (bkz. grafik 2.14) dijital ekonomisinde de önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir (bkz. grafik 2.16).

Grafik 2.16: İzmir'in Dijital Ekonomisi İçerisinde Dijital Sektörlerin Payları (%), 2015



Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

17 İzmir için toplam ciro değeri hesaplanırken sadece TÜİK'in yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinde yer alan endüstriler dikkate alınmış, veri setinde yer almayan endüstriler toplama dahil edilmemiştir.

Tablo 2.14'te 2015 yılı için İzmir'in dijital sektörlerinin üç yıldız analizi sonuçları yer almaktadır. Tablonun en altında tüm endüstrilerinin toplamı olarak ifade edilen dijital ekonominin uzmanlaşma katsayısı (LQ) yer almaktadır. **0,92 olarak bulunan bu katsayı her ne kadar İzmir'in dijital ekonomide uzmanlaşmadığına işaret etse de bunun çok sınırında olduğunu bize göstermektedir.** Dijital ekonomi İzmir'de bir bütün olarak uzmanlaşma göstermese de dokuz dijital sektörde bireysel olarak uzmanlaşma tespit edilmiştir. Bu endüstriler: *Yüklü elektronik kart imalatı* (2612), *Elektronik ve telekomünikasyon ekipmanlarının ve parçalarının toptan ticareti* (4652), *Gazetelerin yayımlanması* (5813), *Diğer yayıncılık faaliyetleri* (5819); *Sinema filmi gösterim faaliyetleri* (5914), *Kablolu telekomünikasyon faaliyetleri* (6110), *Bilgisayar programlama faaliyetleri* (6201), *Veri işleme, barındırma ve ilgili faaliyetler* (6311), *Bilgisayarların ve bilgisayar çevre birimlerinin onarımı* (9511). 5813, 5819, 5914 ve 6201 kodlu faaliyetler aynı zamanda yaratıcı endüstriler sınıflaması içerisinde de yer almaktadır.

Tablo 2.15'de yer alan sonuçlara göre üç endüstri olgun küme, altı endüstri potansiyel küme ve on sekiz

endüstri aday küme özelliği sergilemektedir. İzmir'de kriterlerin hiçbirini geçemeyen yedi dijital sektör bulunmaktadır.

Olgun Küme: Tüm kriterleri geçerek olgun küme özelliği sergileyen dijital sektörler şunlardır: *elektronik ve telekomünikasyon ekipmanlarının ve parçalarının toptan ticareti* (4652), *kablolu telekomünikasyon faaliyetleri* (6110) ve *bilgisayar programlama faaliyetleri* (6201).

Potansiyel Küme: 2612, 5813, 5819, 5914, 6311 ve 9511 kodlu endüstriler büyüklük ve uzmanlık kriterlerini geçerek potansiyel küme özelliği sergileyen dijital sektörler olmuşlardır.

Aday Küme: Sadece büyüklük kriterini aşarak tek yıldız alan on sekiz dijital sektör bulunmaktadır ancak bunlar içerisinde özellikle *web portalları* (6312) faaliyetleri 0,98 uzmanlaşma katsayısı ile kritik değere çok yakın bir noktadır. İzmir'de bu faaliyetin desteklenmesi söz konusu endüstrinin potansiyel küme grubuna taşınmasına imkân verecektir. 0,79'luk uzmanlaşma katsayısı ile *kablosuz telekomünikasyon faaliyetleri* (6120) ve 0,77'lik katsayısı ile *bilgisayar tesisleri yönetim faaliyetleri* (6203) de benzer konumdadırlar.

Tablo 2.14: TR-31 Bölgesi İçin Dijital Sektörlerin Kümelendirme Analizi Sonuçları, 2015

NACE.Rev.2	Dijital Endüstriler	Baskınlık	Büyüklük	Uzmanlaşma	Yıldız
Elektronik ve Bilgisayar İmalatı					
2611	Elektronik bileşenlerin imalatı	0.0000	0.02	0.31	1
2612	Yüklü elektronik kart imalatı	0.0001	0.09	1.58	2
2620	Bilgisayar ve bilgisayar çevre birimleri imalatı	0.0000	0.02	0.30	1
2630	İletişim ekipmanlarının imalatı	0.0000	0.01	0.22	1
2640	Tüketici elektroniği ürünlerinin imalatı	0.0000	0.00	0.01	0
2680	Manyetik ve optik kaset, bant, CD, vb. ortamların imalatı	0.0000	0.01	0.10	0
Bilgisayar ve elektronik cihazların toptan satışı					
4651	Bilgisayar, bilgisayar çevre birimleri ve yazılım toptan ticareti	0.0003	0.02	0.35	1
4652	Elektronik ve telekomünikasyon ekipmanlarının ve parçalarının toptan ticareti	0.0012	0.07	1.24	3
Yayıncılık (yazılı ve sözlü çeviri faaliyetleri hariç)					
5811	Kitap yayımı	0.0001	0.04	0.66	1
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0.0000	0.02	0.43	1

NACE.Rev.2	Dijital Endüstriler	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız
5813	Gazetelerin yayımlanması	0.0006	0.06	1.04	2
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0.0001	0.02	0.44	1
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0.0001	0.10	1.84	2
Yazılım yayınlama					
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0.0000	0.01	0.14	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0.0000	0.02	0.27	1
Film, TV, Video, Radyo ve Müzik					
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0.0001	0.01	0.16	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0.0000	0.01	0.16	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0.0000	0.00	0.00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0.0002	0.08	1.42	2
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0.0000	0.04	0.66	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	
Telekomünikasyon					
6110	Kablolu telekomünikasyon faaliyetleri	0.0021	0.11	2.03	3
6120	Kablosuz telekomünikasyon faaliyetleri	0.0003	0.04	0.79	1
6130	Uydu üzerinden telekomünikasyon faaliyetleri	0.0000	0.01	0.11	0
6190	Diğer telekomünikasyon faaliyetleri	0.0005	0.03	0.62	1
Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetle					
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0.0023	0.08	1.36	3
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0.0005	0.03	0.55	1
6203	Bilgisayar tesisleri yönetim faaliyetleri	0.0000	0.04	0.77	1
6209	Diğer bilgi teknolojisi ve bilgisayar hizmet faaliyetleri	0.0001	0.04	0.64	1
Bilgi hizmet faaliyetleri					
6311	Veri işleme, barındırma ve ilgili faaliyetler	0.0005	0.06	1.04	2
6312	Web portalları	0.0001	0.05	0.98	1
6391	Haber ajanslarının faaliyetleri	0.0000	0.01	0.20	1
6399	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer bilgi hizmet faaliyetleri	0.0000	0.02	0.30	1
Bilgisayar ve iletişim ekipmanlarının tamiri					
9511	Bilgisayarların ve bilgisayar çevre birimlerinin onarımı	0.0003	0.06	1.09	2
9512	İletişim araç ve gereçlerinin onarımı	0.0001	0.03	0.46	1
	Dijital Ekonomi (Tüm Endüstriler Toplamı)			0,92	

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

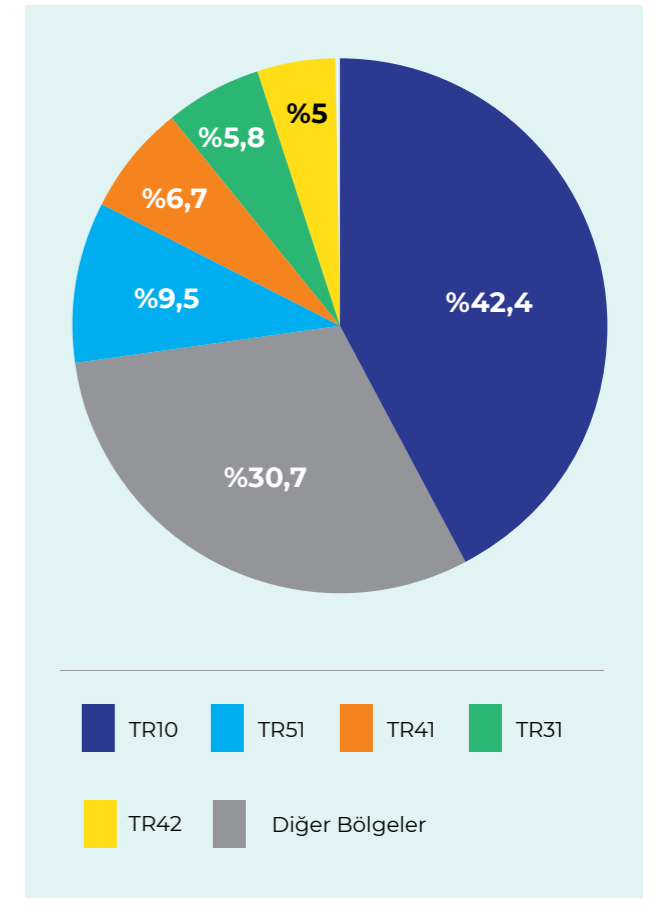
Not: Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
y: Veri yok

2.5.4. İzmir'de Yaratıcı ve Dijital Meslekler

Tüm dünyada bir dijital dönüşümün yaşandığı, bu dönüşümde yaratıcı beceriler gerektiren mesleklerin giderek öne çıkacağı ve yaratıcı işlerde uzmanlaşmış kişilerin dijital çağdan en çok faydalananlar arasında olacağı birinci bölümde anlatılmıştı. Bu düşünceden hareketle aşağıda İzmir'in yaratıcı mesleklere ilişkin mevcut durumu ortaya konmaya çalışılacaktır. Yaratıcı mesleklerin belirlenmesinde Nathan vd. (2015)'nin NESTA için yaptıkları çalışma dikkate alınmıştır. Söz konusu çalışmada meslek sınıflaması için SOC2010 (The Standard Occupational Classification) sistemi kullanılmıştır. Ancak Türkiye'de meslek sınıflamasında uluslararası standartlara uyumlu olarak ISCO-08 ve ISCO-88 sınıflamaları (The International Standard Classification of Occupations) kullanılmaktadır. SOC2010 ile ISCO-08 arasındaki uyum tabloları kullanılarak dönüşüm yapılabilmektedir. SOC2010'dan ISCO-08'e dönüştürülen yaratıcı meslekler dokuz ana başlık altında otuz meslekten oluşmaktadır (bkz. tablo 2.15)

Yaratıcı meslek icra edenler bir yaratıcı endüstride çalışıyor olabileceği gibi yaratıcı olmayan bir endüstride de çalışıyor olabilirler. Bu nedenle bir bölgenin yaratıcı işgücü potansiyeli ölçülürken tüm endüstrilerdeki yaratıcı mesleklerin dikkate alınması daha doğru bir yaklaşımdır. SGK (Sosyal Güvenlik Kurumu)'nın verilerine göre 2019 yılında Türkiye'de yaratıcı mesleklerde çalışan yaklaşık 542 bin kişi bulunmaktadır. Bunun %40'ından fazlası İstanbul'da çalışmaktadır. %5,8'i ise İzmir'de faaliyet göstermektedir. Bu pay ile İzmir, Türkiye'de en yüksek yaratıcı meslek sahibinin bulunduğu dördüncü bölge konumundadır. TR31-İzmir bölgesinin önünde %9,5'lik payı ile TR51 ve %6,7'lik payı ile TR41 bölgeleri bulunmaktadır. İzmir'in hemen arkasında ise %5'lik pay ile TR42 bölgesi yer almaktadır. Türkiye'deki yaratıcı mesleklerde çalışanların yaklaşık %70'i bu beş bölgede çalışmalarını sürdürmektedir (bkz. grafik 2.17).

Grafik 2.17: Yaratıcı Mesleklerde İBBS-2 Bölgelerinin Payı (%): İlk Beş Bölge



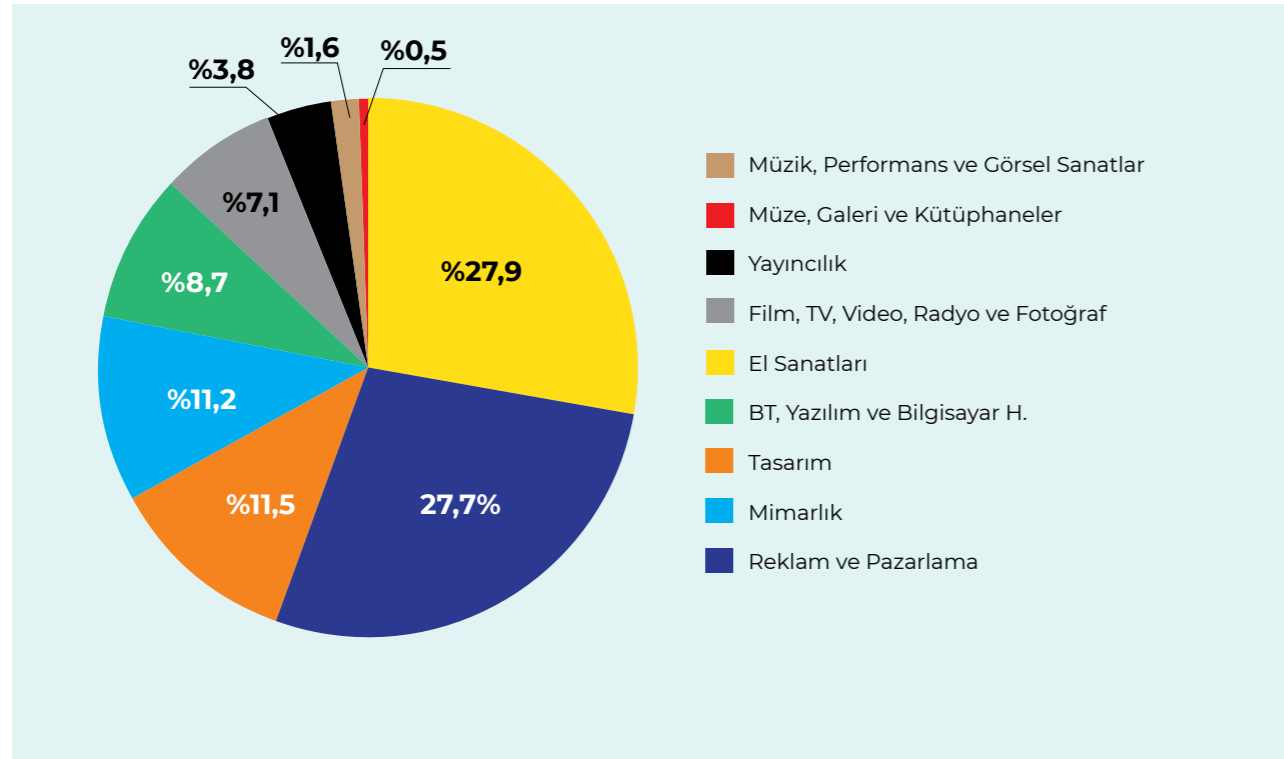
Kaynak: SGK Genel Müdürlüğü

Tablo 2.15'de Türkiye ve İzmir'de yaratıcı mesleklerde çalışanlara ilişkin bilgiler yer almaktadır. Yaratıcı mesleklerde çalışanlar ülkenin toplam işgücününün %1,6'sına karşılık gelmektedir. Türkiye'de yaratıcı meslek grupları içerisinde en fazla çalışanın olduğu meslek grubu 142 bin kişiyle el sanatlarıdır. İkinci en yüksek sayıda çalışana sahip olan meslek grubu ise yaklaşık 135 bin kişi ile reklam ve pazarlama grubudur.

İzmir'de yaratıcı mesleklerde çalışan sayısı yaklaşık 31 bin kişidir ve bu meslek sahipleri Türkiye ekonomisine paralel bir şekilde bölgenin işgücününün %1,6'sını oluşturmaktadır. İzmir'de de yaratıcı meslekler içerisinde

en çok çalışana sahip olan mesleklerin başında el sanatları ve reklam-pazarlama grupları gelmektedir. Bu iki alanda çalışanların toplamı İzmir'de yaratıcı meslek sahiplerinin %50'sinden daha fazladır. İzmir'de en yüksek çalışanın olduğu üçüncü sıradaki yaratıcı meslek grubu ise tasarımdır. Yaklaşık 3600 kişinin çalıştığı bu meslek grubunun İzmir'in toplam yaratıcı mesleklerinde çalışan sayısı içindeki payı yaklaşık %11,5'tir. Bunu %11,2'lik payla mimarlık izlemektedir (bkz. grafik 2.18). İzmir'deki yaratıcı meslek sahiplerinin %59 yaratıcı hizmet mesleklerinde, %41'i ise içerik üretim hizmetlerinde çalışmaktadırlar.

Grafik 2.18: Meslek Gruplarının İzmir'deki Yaratıcı Mesleklerdeki Payı (%), 2019



Kaynak: SGK Genel Müdürlüğü

Tablo 2.15 Türkiye ve İzmir'de Yaratıcı Meslekler, 2019

ISCO - 08	Meslek Tanımı	Türkiye'de Yar. Mesleklerde Çalışan Sayısı	İzmir'de Yar. Mesleklerde Çalışan Sayısı	İzmir'deki Yar. Mesleklerin Türkiye'deki Payı (%)	İzmir'deki Yar. Meslekler İçerisinde İlgili Mesleğin Payı (%)
Yaratıcı Hizmet Meslekleri					
Reklam ve Pazarlama		134.814	8.661	6,4	27,7
1221	Satış ve pazarlama müdürleri	79,082	5,607	7,1	17,9
1222	Reklam ve halkla ilişkiler müdürleri	2,424	122	5,0	0,4
2432	Halkla ilişkiler ile ilgili profesyonel meslek mensupları	28,066	1,701	6,1	5,4
2431	Reklam ve pazarlama ile ilgili profesyonel meslek mensupları	25,242	1,231	4,9	3,9
Mimarlık		63.389	3.492	5,5	11,2
2161	Mimarlar	23,823	1,263	5,3	4,0
2164	Şehir ve trafik planlamacıları	2,108	136	6,5	0,4
3112	İnşaat mühendisliği teknisyenleri	37,458	2,093	5,6	6,7
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım		60.296	3.588	6,0	11,5
2166	Grafik ve çoklu ortam (multimedya) tasarımcıları	24,828	1,628	6,6	5,2
2163	Ürün ve giysi tasarımcıları	29,309	1,571	5,4	5,0
3432	İç tasarımcılar ve dekoratörler	6,159	389	6,3	1,2
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri		50.979	2.731	5,4	8,7
1330	Bilgi ve iletişim teknolojisi hizmet müdürleri*	5,977	267	4,5	0,9
2511	Sistem analistleri*	7,912	233	2,9	0,7
2512	Yazılım geliştiricileri*	35,387	2,153	6,1	6,9
2513	Web ve çoklu ortam geliştiricileri*	1,703	78	4,6	0,2
İçerik Üretimi Meslekleri					
El Sanatları		142.445	8.714	6,1	27,9
7221	Demirciler, dövme ve hadde işlerinde çalışanlar	18,710	1,202	6,4	3,8
7318	Tekstil, deri ve benzer malzemeleri kullanan el işi çalışanları	20,181	904	4,5	2,9
7314	Çanak-çömlekçiler ve ilgili işlerde çalışanlar	20,428	1,136	5,6	3,6
7522	Ahşap mobilya imalatçıları ve ilgili işlerde çalışanlar	67,933	4,630	6,8	14,8
7316	Tabela yazıcılar, dekoratif boyacılar, gravürcüler ve oymacılar (asitle)	15,193	842	5,5	2,7
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf		39.907	2.231	5,6	7,1
2654	Film, sahne vb. yönetmenleri ve yapımcıları	4,916	123	2,5	0,4
3431	Fotoğrafçılar	7,365	490	6,7	1,6
3521	Yayın ve ses-görüntü teknisyenleri	27,626	1,618	5,9	5,2
	Yayıncılık	15,894	497	3,1	1,6

ISCO - 08	Meslek Tanımı	Türkiye'de Yar. Mesleklerde Çalışan Sayısı	İzmir'de Yar. Mesleklerde Çalışan Sayısı	İzmir'deki Yar. Mesleklerin Türkiye'deki Payı (%)	İzmir'deki Yar. Meslekler İçerisinde İlgili Mesleğin Payı (%)
2642	Gazeteciler	15,059	441	2,9	1,4
2641	Yazarlar	835	56	6,7	0,2
Müzeler, Galeriler ve Kütüphaneler		3,369	166	4,9	0,5
2622	Kütüphaneciler ve benzer profesyonel meslek mensupları	1,795	89	5,0	0,3
2621	Arşivciler ve küratörler	1,574	77	4,9	0,2
Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar		30,786	1,173	3,8	3,8
2651	Görsel sanatçılar	1,496	38	2,5	0,1
2655	Aktörler	20,062	121	0,6	0,4
2355	Diğer sanat öğretmenleri	2,920	265	9,1	0,8
2652	Müzisyenler, şarkıcılar ve besteciler	6,308	749	11,9	2,4
TOPLAM		541,879	31,253	5,8	100

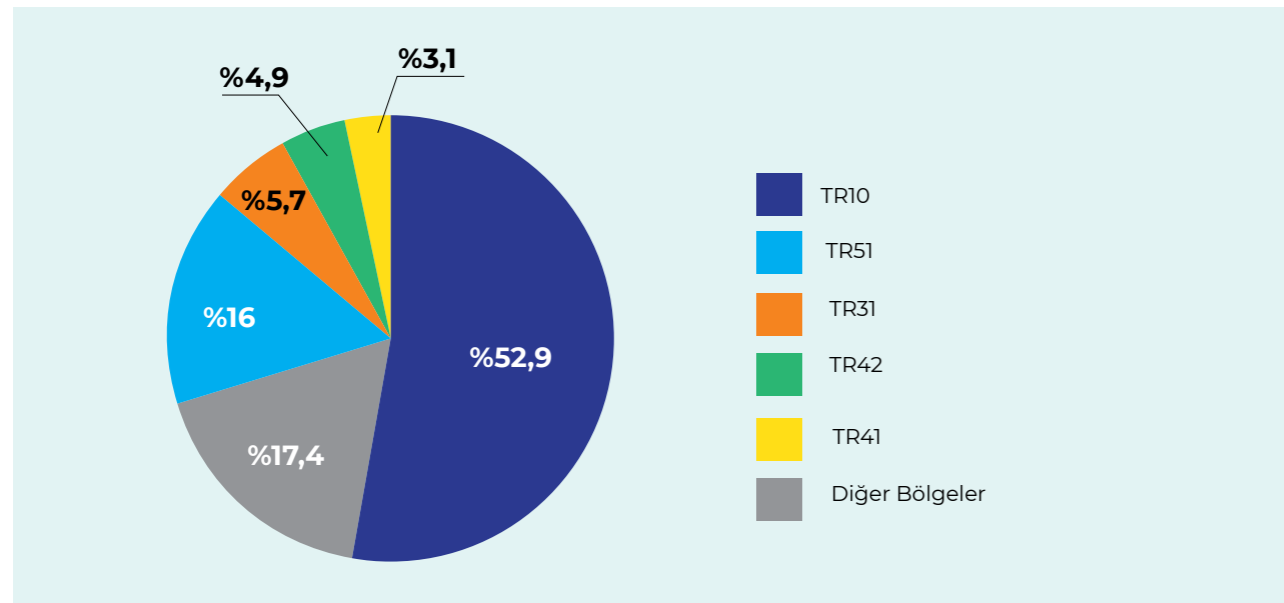
Kaynak: SGK Genel Müdürlüğü

* Bu meslekler aynı zamanda dijital meslek grubunda da yer almaktadır.

Yaratıcı ve dijital meslekler birbirlerini besleyen mesleklerdir. Hatta bazı yaratıcı meslekler aynı zamanda dijital meslek olarak da tanımlanmaktadır. Günümüz dünyasında bir bölgenin gelişimi için yaratıcı meslekler kadar dijital mesleklerin de önemli bir payı bulunmaktadır. Bu düşünceden hareketle aşağıda İzmir'deki dijital mesleklerin mevcut durumu

hakkında kısaca bilgi verilmiştir. Dijital meslek tanımları DCMS (2016b)'den alınmıştır. Yaratıcı mesleklerde olduğu gibi burada da SOC2010'a göre tanımlanan dijital mesleklerin ISCO-08 karşılıkları dikkate alınmıştır. Dört tanesi aynı zamanda yaratıcı meslek olan (1330, 2511, 2512 ve 2513 kodlu meslekler) bu dokuz dijital mesleğin kod ve isimleri Tablo 2.16'da verilmiştir.

Grafik 2.19: Dijital Mesleklerde İBBS-2 Bölgelerinin Payı (%): İlk Beş Bölge



Kaynak: SGK Genel Müdürlüğü

2019 yılı itibarıyla Türkiye'de 101 bin kişi dijital meslek sahibidir ve bunların %50'den fazlası tek başına İstanbul'da istihdam edilmektedir. İzmir, Türkiye'de dijital mesleklerde çalışanların %5,7'ini istihdam etmekte ve bu alanda en yüksek istihdam oranına sahip üçüncü bölge konumundadır (bkz. grafik 2.19). TR10, TR51, TR31, TR42 ve TR41 bölgeleri Türkiye'nin dijital meslek sahiplerinin %80'ninden fazlasını istihdam etmektedirler.

2019 yılı itibarıyla İzmir'de dijital mesleklerde çalışanların sayısı 5.779 olarak tespit edilmiştir. Bunun %37'sini (2153 kişi) "yazılım geliştiriciler" oluşturmaktadır. Bunu %26'lık pay ile 3512 kodlu meslek, yani "bilgi ve iletişim teknolojisi kullanıcı destek teknisyenleri" takip etmektedir (bkz. tablo 2.16).

Tablo 2.16: Türkiye ve İzmir'de Dijital Meslekler, 2019

ISCO-08	Tanım	Türkiye'de Dijital Mesleklerde Çalışan Sayısı	İzmir'de Dijital Mesleklerde Çalışan Sayısı	İzmir'deki Dijital Mesleklerin Türkiye'deki Payı (%)	İzmir'deki Dijital Meslekler İçindeki İlgili Mesleğin Payı (%)
1330	Bilgi ve iletişim teknolojisi hizmet müdürleri*	5.979	267	4,5	4,6
2153	Telekomünikasyon mühendisleri	4.181	255	6,1	4,4
2519	Başka yerde sınıflandırılmamış yazılım ve uygulama geliştiricileri ve analistleri	2.033	115	5,7	2,0
2511	Sistem analistleri*	7.943	233	2,9	4,0
2512	Yazılım geliştiricileri*	35.306	2.153	6,1	37,3
2513	Web ve çoklu ortam geliştiricileri*	1.691	78	4,6	1,3
3511	Bilgi ve iletişim teknolojisi işletim teknisyenleri	7.913	397	5,0	6,9
3512	Bilgi ve iletişim teknolojisi kullanıcı destek teknisyenleri	23.839	1.534	6,4	26,5
7422	Bilgi ve iletişim teknolojisi kurumcuları ve servis elemanları	12.192	747	6,1	12,9
Toplam		101.077	5.779	5,7	100,0

Kaynak: SGK

* Bu meslekler aynı zamanda yaratıcı meslek grubunda da yer almaktadır.

BÖLÜM 3

Yaratıcı Mal
Dış Ticareti

3.1. Küresel Yaratıcı Mal Dış Ticareti

Bu bölümde küresel düzeyde yaratıcı malların ticaretine odaklanılacaktır. Yaratıcı malların tanımlanmasında UNCTAD (2010)'ın tanımı kullanılacaktır. UNCTAD (2010) yaratıcı malları belirlerken doğrudan yaratıcı endüstrilerinin mal ticaretini değil yaratıcı ürün olarak tanımladığı malların ticaretini izlemektedir. Bu nedenle, bu bölümdeki dış ticaret analizleri önceki

bölmelerde belirlenen endüstrilerin dış ticareti üzerinden değil UNCTAD'ın mal sınıflamasına (harmonize sistem) göre belirlenmiş malların dış ticaret üzerinden gerçekleştirilecektir. UNCTAD (2010) yaklaşık iki yüz kadar ürünü yaratıcı mal kategorisinde değerlendirmekte ve bu malları da yedi ayrı alt kategoride izlemektedir (bkz. şekil 3.1):

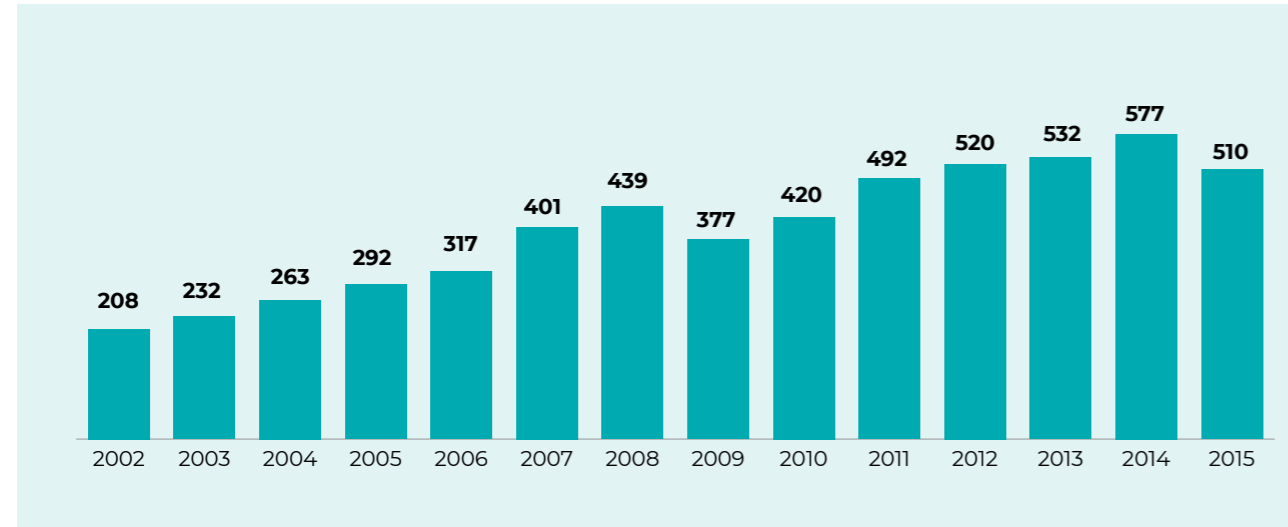
Şekil 3.1: UNCTAD Yaratıcı Mal Kategorileri



UNCTAD veri tabanında yer alan yaratıcı mal ticaretine ilişkin verilerin sadece 2002-2015 dönemini kapsaması nedeniyle bu rapordaki dış ticarete ilişkin değerlendirmeler bu dönemle sınırlı kalacaktır. 2002 yılında 208 milyar dolar olan küresel yaratıcı mal ihracatı 2015 yılında 510 milyar dolara ulaşmıştır. Grafik 3.1'de bu

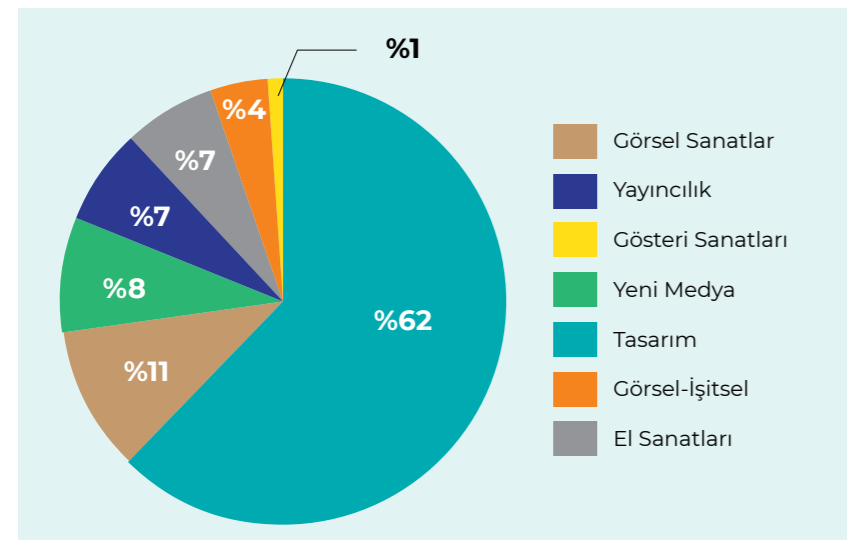
rakamın 2014 yılında 577 milyar dolara kadar çıktığı da görülmektedir. Yaratıcı mal ihracatının 2009 (küresel finansa krizinin ertesi yılı) ve 2015 yılları dışında sürekli bir artış trendi içerisinde olduğu gözlemlenmektedir. Yaratıcı mal ihracatı toplam küresel mal ihracatının yaklaşık %3'ünü oluşturmaktadır.

Grafik 3.1: Dünya Yaratıcı Mal İhracatı (Milyar \$)



Kaynak: UNCTAD, www.unctad.org

Grafik 3.2: Mal Gruplarına Göre Yaratıcı Malların İhracat Payları (%), 2015



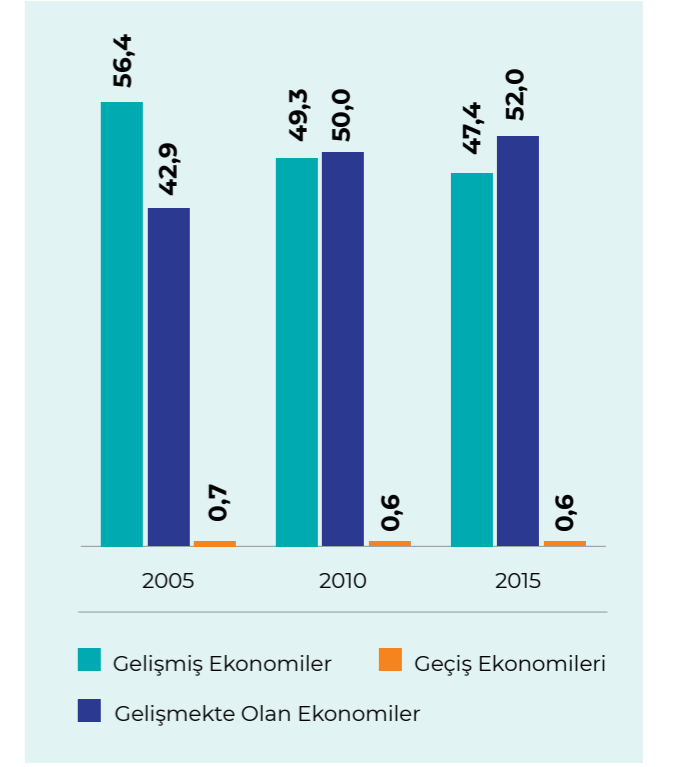
2015 yılında küresel yaratıcı mal ihracatında en büyük payı tasarım ürünleri almıştır. 2002 yılında %56 olan bu pay 2015 yılında %62'ye çıkmıştır. İkinci en yüksek pay %11 ile görsel sanatlara aittir, onu %8'lik payla yeni medya ürünleri takip etmektedir. Yaratıcı mal dış ticareti içerisinde en düşük pay ise %1 ile gösteri sanatlarına aittir (bkz. grafik 3.2).

Kaynak: UNCTAD, www.unctad.org

Grafik 3.3'te beşer yıl arayla ülke gruplarının yaratıcı mal ihracatındaki payları yer almaktadır. 10 yıl gibi kısa bir süre içerisinde yaratıcı mal ihracatında gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülkelere daha fazla söz sahibi olmaya başladığı gözlemlenmiştir. 2005 yılında küresel yaratıcı mal ihracatında gelişmiş ülkeler %56,4'lük pay ile en yüksek paya sahipken beş yıl içerisinde paylarının %50'nin altına gerilediği görülmüştür. 2015 yılında gelişmiş ülkelerin payı %47,4'e düşerken gelişmekte olan ülkelerin payı %52'ye çıkmıştır. Gelişmekte olan ülkelerin payındaki bu hızlı artışta Çin'in önemli bir rolü bulunmaktadır. Söz konusu dönemde geçiş ekonomilerinin payı ise çok düşük kalmış ve ciddi bir değişiklik göstermemiştir.

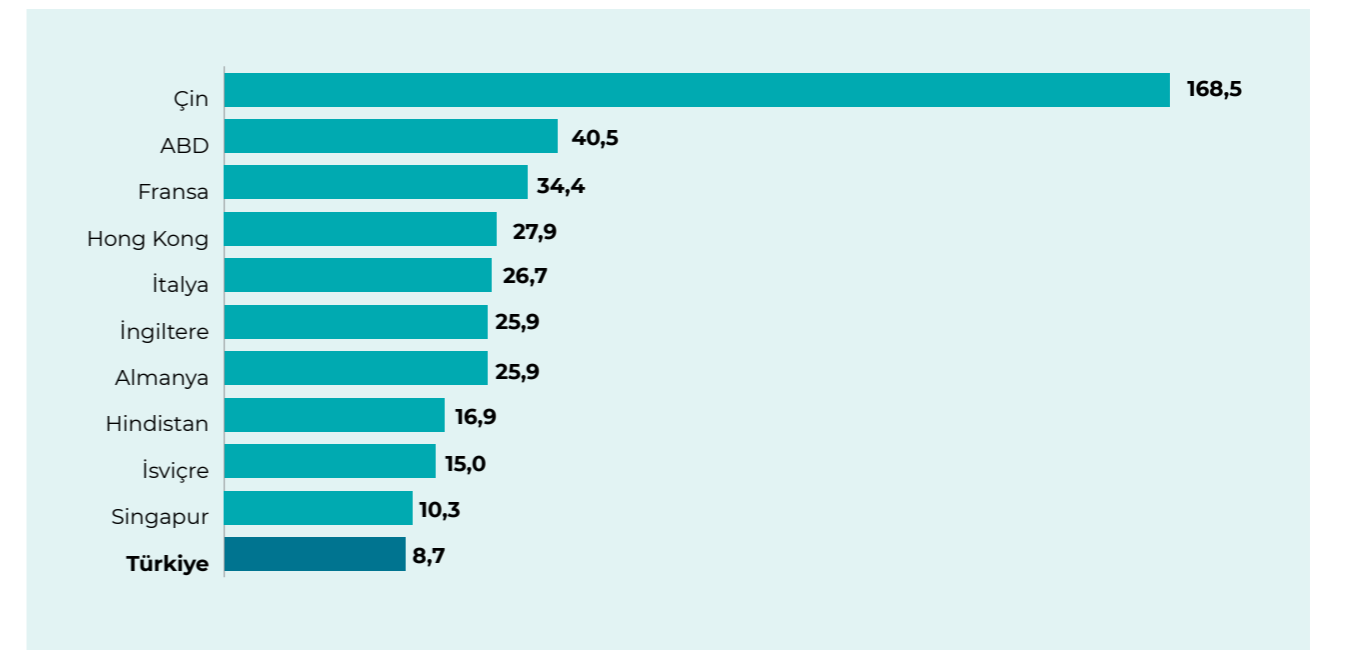
Grafik 3.4'te 2015 yılı için yaratıcı mal ihracatında dünyadaki ilk 10 ülke ile Türkiye'nin ihracat değerleri verilmiştir. Çin yaklaşık 168 milyar dolar ile yaratıcı mal ihracatında dünyada ilk sırada yer almaktadır. Bu ülke tek başına küresel yaratıcı mal ihracatının %33'ünü (yaklaşık 169 milyar dolar) gerçekleştirmektedir (bkz. Tablo 3.1). Çin'i sırasıyla ABD (40 milyar \$) ve Fransa (34 milyar \$) takip etmektedir. Çin bu alanda en yakın takipçisinin dört katından daha fazla ihracat gerçekleştirmektedir.

Grafik 3.3: Ülke Gruplarına Göre Küresel Yaratıcı Mal İhracatındaki Paylar (%)



Kaynak: UNCTAD, www.unctad.org

Grafik 3.4: Yaratıcı Mal İhracatında Dünyanın İlk 10 İhracatçı Ülkesi ve Türkiye (Milyar \$), 2015



Kaynak: UNCTAD, www.unctad.org

Türkiye 2015 yılındaki 8,7 milyar dolarlık yaratıcı mal ihracatı ile dünyada 12. sırada yer almaktadır. Türkiye 2005 yılında 3,3 milyar dolarlık yaratıcı mal ihracatı ile dünya sıralamasında 19. iken 10 yıl içerisinde hızlıca yedi basamak yükselmeyi başarabilmiştir (2010 yılında 23. sıraya gerilemiş olsa da sonraki yıllarda bunu telafi etmiştir) (bkz. tablo 3.3). Tablo 3.1'de yaratıcı mal ihracatında lider ülkelerin dönemler itibarıyla küresel yaratıcı mal ihracatındaki payları verilmiştir. 2005 ile 2015 yıllarındaki paylar kıyaslandığında beş ülkenin

(Çin, Fransa, Hindistan, İsviçre ve Singapur) payında artış olurken üç ülkenin (Hong Kong, İtalya, İngiltere ve Almanya) payında azalma ve bir ülkenin (ABD) payında ise değişme olmamıştır. Küresel yaratıcı mal ihracatı içerisinde 2005 yılında %1,2 olan Türkiye'nin payı 2015 yılında %1,7'ye çıkmıştır. UNCTAD verilerine göre 2015 yılında dünya mal ihracatı içinde Türkiye'nin payının %0,91 olduğu göz önüne alındığında yaratıcı mal ihracatındaki payının hiç de azımsanmayacak bir oran olduğu görülmektedir.

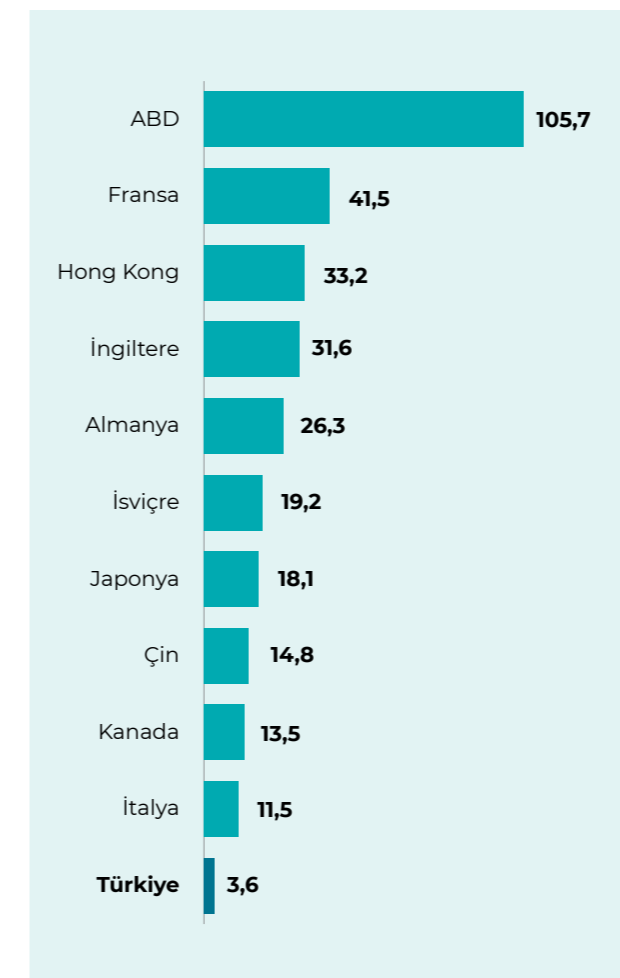
Tablo 3.1: Küresel Yaratıcı Mal İhracatındaki Pay (%): İlk 10 Ülke ve Türkiye

Sıra (2015)	Ülke	2005	2010	2015
1	Çin	18,8	24,2	33,1
2	ABD	7,9	8,1	7,9
3	Fransa	4,2	3,8	6,8
4	Hong Kong	9,1	7,1	5,5
5	İtalya	6,9	5,5	5,2
6	İngiltere	6,1	4,7	5,1
7	Almanya	7,4	7,1	5,1
8	Hindistan	2,6	3,3	3,3
9	İsviçre	2,2	2,4	2,9
10	Singapur	0,8	2,3	2,0
12	Türkiye	1,2	1,2	1,7

Kaynak: UNCTAD, www.unctad.org

Grafik 3.4 ve 3.5 bir arada değerlendirildiğinde dünyanın en fazla yaratıcı mal ihracatı yapan ülkelerinin önemli bir kısmının (ABD, Fransa, Hong Kong, İngiltere, Almanya, İsviçre, Çin ve İtalya) aynı zamanda dünyanın en fazla yaratıcı mal ithalatı yapan ülkeleri de olduğunu görmekteyiz. Yaklaşık 106 milyar dolarlık ithalat değeri ile ABD bu konuda birinci olurken, 41 milyar dolarla Fransa ikinci ve 33 milyar dolarla Hong Kong üçüncü olmuştur. Türkiye 2015 yılındaki 3,6 milyarlık yaratıcı mal ithalatı ile dünyada 24. sırada yer almıştır. Türkiye'nin, küresel yaratıcı mal ithalatında ise payı %1'in altındadır.

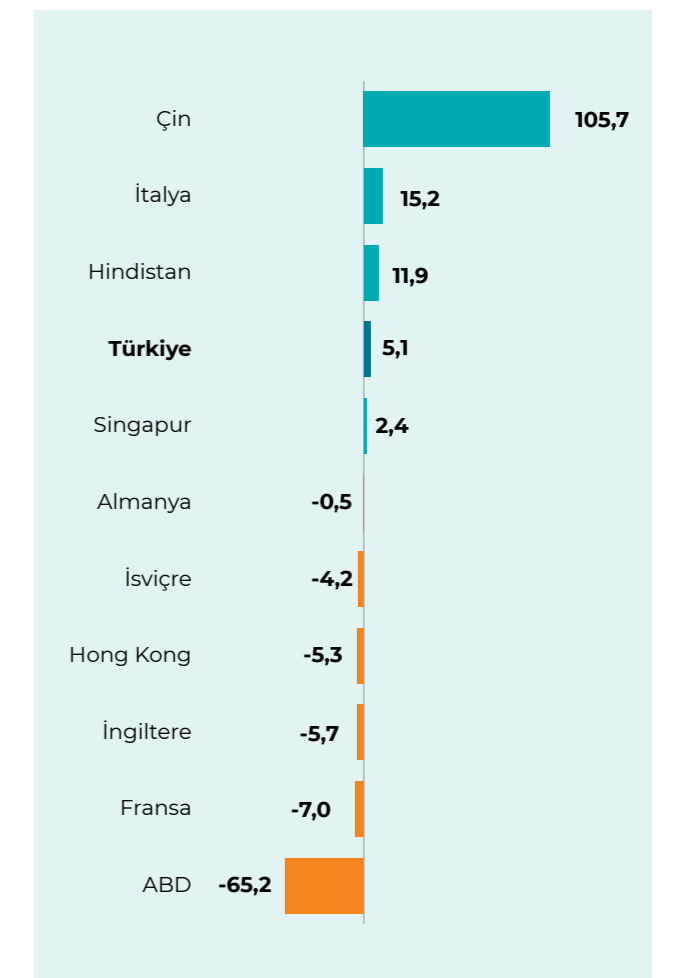
Grafik 3.5: Yaratıcı Mal İthalatında Dünyanın ilk 10 İthalatçı Ülkesi ve Türkiye (Milyar \$), 2015



Kaynak: UNCTAD, www.unctad.org

2015 yılında yaratıcı mal ihracatında lider olan ülkelerin aynı zamanda bu malların ithalatında da lider olmaları ülkelerin dış ticaret kazançlarını sınırlandırmıştır (bkz. grafik 3.6). İhracat lideri 10 ülkeden sadece dördü (Çin, İtalya, Hindistan ve Singapur) yaratıcı mal dış ticaretinde fazla verirken, diğerleri (Almanya, İsviçre, Hong Kong, İngiltere, Fransa ve Almanya) dış açık vermiştir. En yüksek dış ticaret fazlasını yaklaşık 154 milyar dolar ile Çin verirken, en fazla açığı da 65 milyar dolar ile ABD vermiştir. Türkiye yaratıcı mal ihracatçısı ilk 10 ülke içerisinde yer almasa da yaratıcı malların dış ticaretinde 5 milyar dolarlık fazlayla birçok lider ülkeyi geride bırakmıştır.

Grafik 3.6: İhracatçı İlk 10 Ülkenin ve Türkiye'nin Yaratıcı Mal Dış Ticareti Dengesi (Milyar \$), 2015

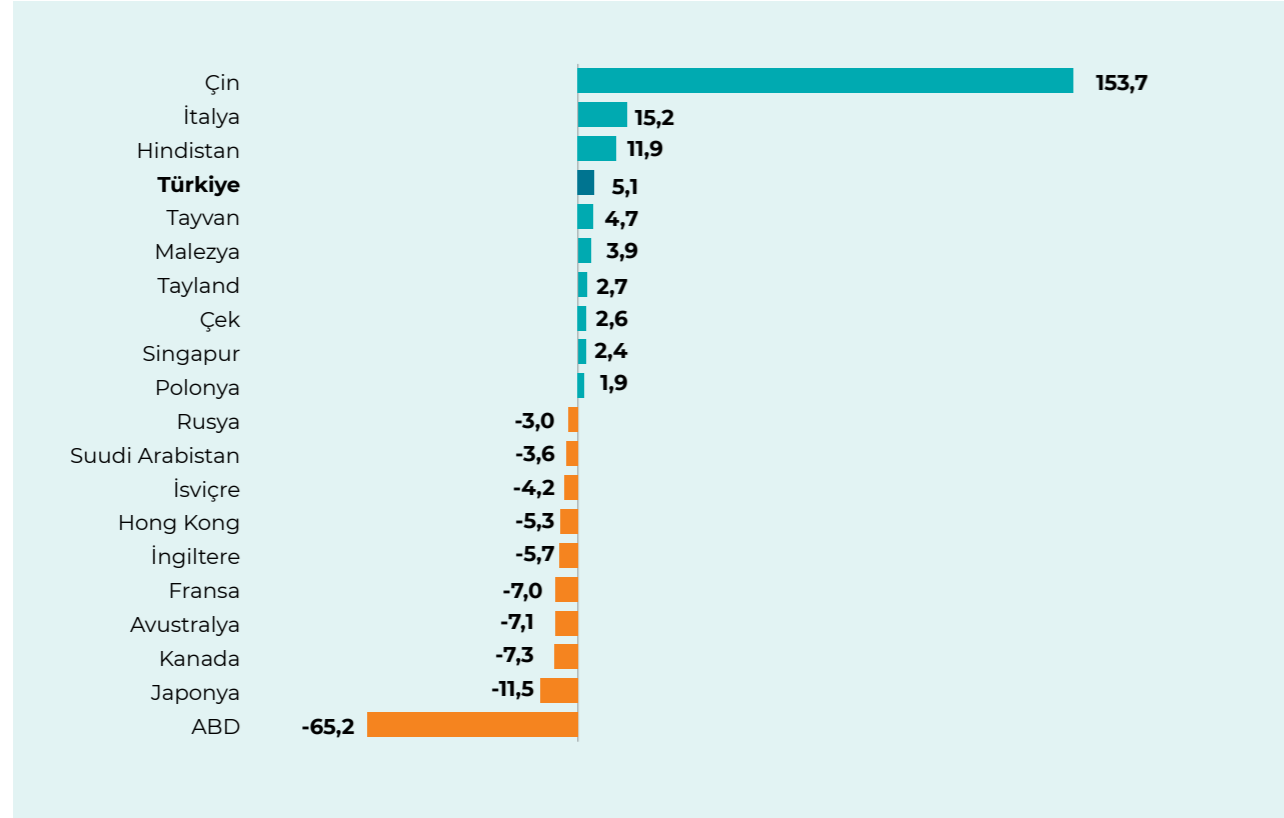


Kaynak: UNCTAD, www.unctad.org

Grafik 3.7'de yaratıcı mal dış ticaretinde fazla veren ilk on ülke ile açık veren ilk 10 ülke yer verilmiştir. Grafikte yer alan verilere göre Türkiye dünyada yaratıcı mal dış ticaretinde fazla veren ülkeler arasında dördüncü

sırada yer almaktadır. Dolayısıyla Türkiye'nin, önemli birçok ihracatçı ülkeye kıyasla yaratıcı mal ticaretinde daha kazançlı olduğu görülmektedir.

Grafik 3.7: Dünyada Yaratıcı Mal Dış Ticaretinde Fazla ve Açık Veren ilk 10 Ülke (Milyar \$), 2015



Kaynak: UNCTAD, www.unctad.org

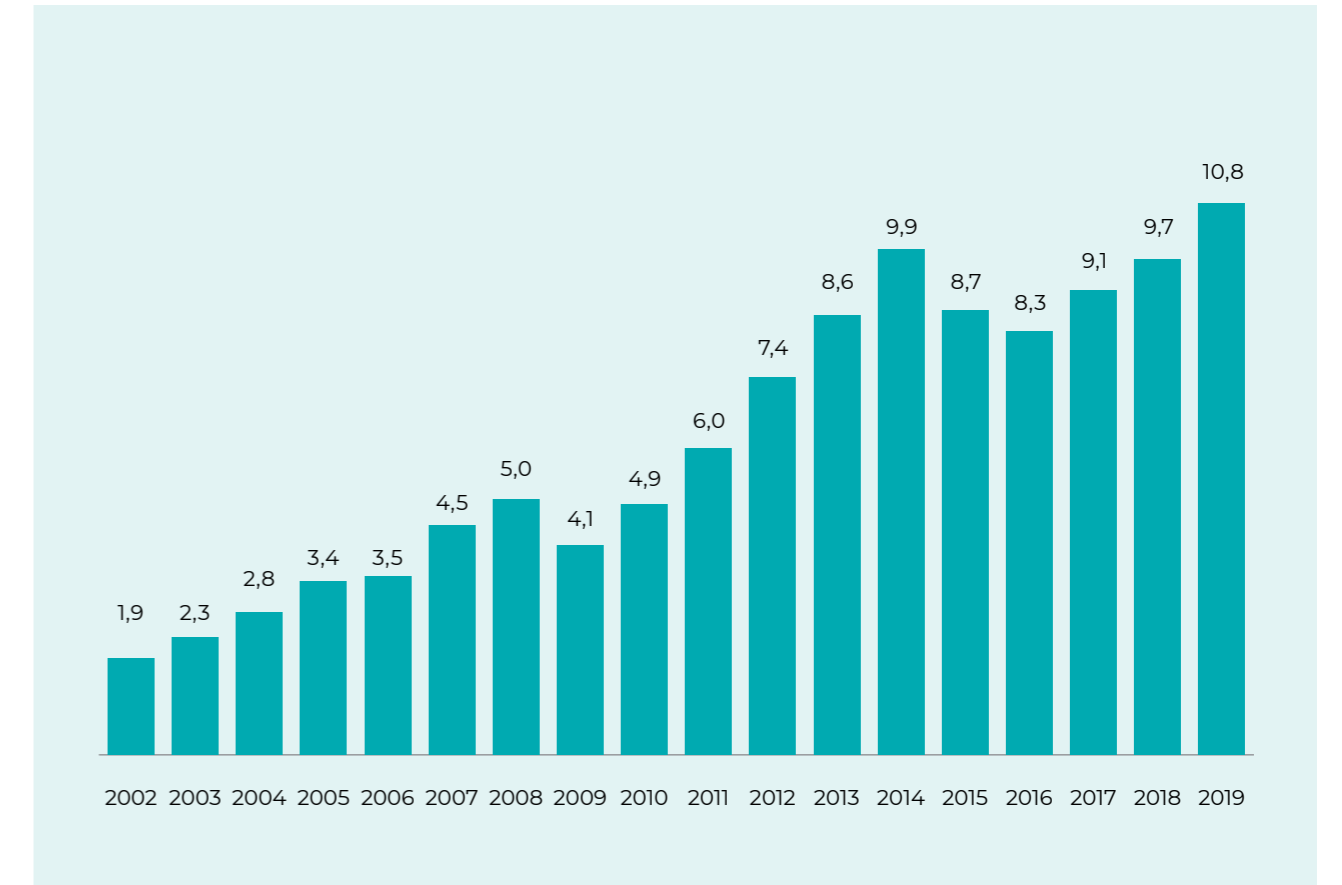
3.2. Türkiye'nin Yaratıcı Mal Dış Ticareti

Uluslararası yaratıcı mal ihracatına ilişkin UNCTAD'dan alınan veriler 2015 yılında son bulunduğu için bir önceki bölümdeki analizler bu yılda sonlandırılmak zorunda kalmıştı. Türkiye'nin yaratıcı mal dış ticareti tek başına analiz edilmek istendiğinde ise 2015 yılı sonrasına ilişkin veriler TÜİK'ten elde edilebilmektedir.

2002-2019 yılları arasında Türkiye'nin yaratıcı mal ihracatına ilişkin değerler grafik 3.8'de verilmiştir. Türkiye'nin 2002 yılında yaklaşık 2 milyar dolar olan yaratıcı mal ihracatının 2019 yılında yaklaşık 11 milyar dolara çıktığı görülmektedir. TÜİK verilerine göre Türkiye'nin aynı yılda yaratıcı mal ithalatı da yaklaşık

3,6 milyar dolara ulaşmıştır. Dolayısıyla Türkiye yaratıcı mal ticaretinde yıllık 7 milyar doların üzerinde dış fazla vermektedir. Türkiye'nin 2002 yılından beri yaratıcı mal ticaretinde giderek artan oranda dış ticaret fazlası verdiği görülmektedir.

Grafik 3.8: Türkiye'nin Yaratıcı Mal İhracatı (Milyar \$)



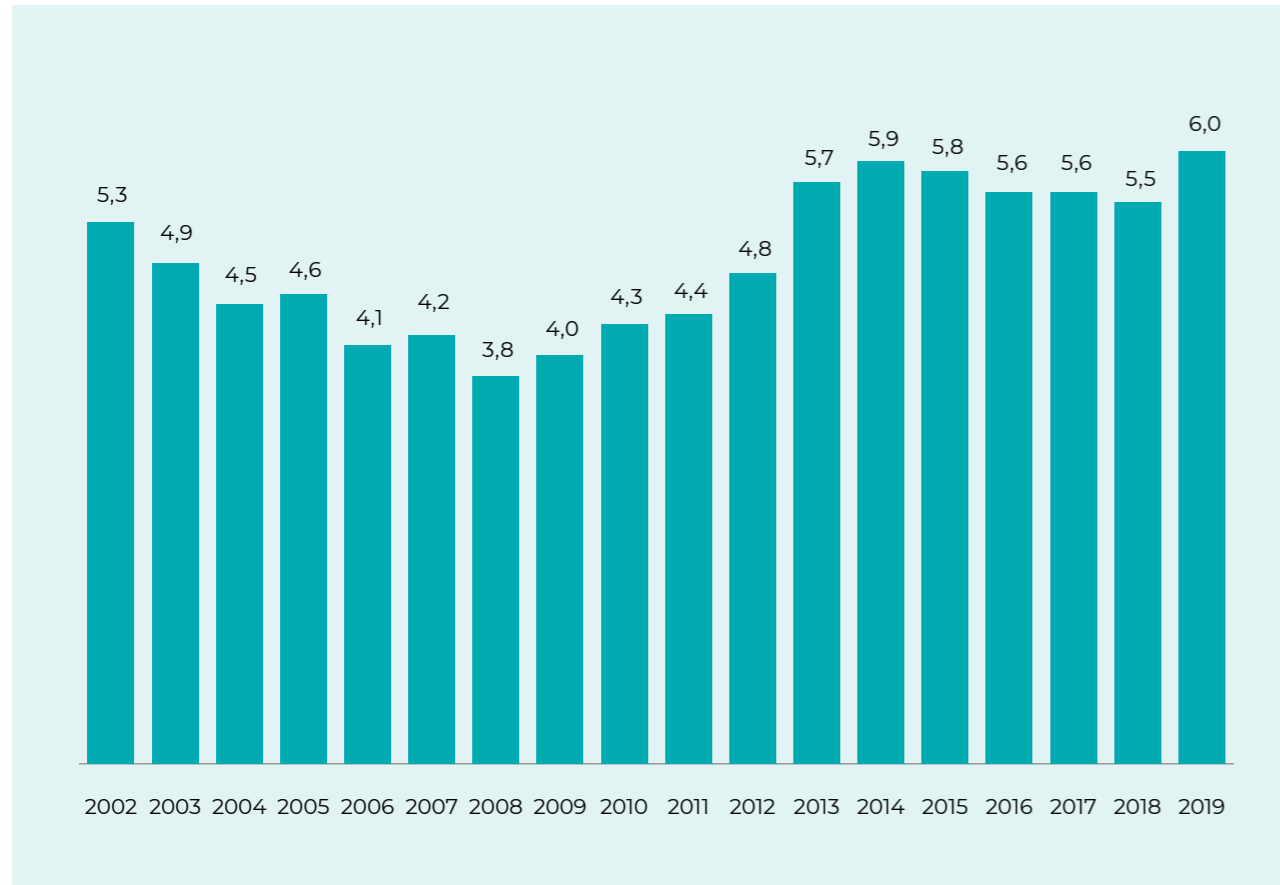
Kaynak: UNCTAD, www.unctad.org

Tablo 3.2: Türkiye'nin Yaratıcı Mal İhracatı İçinde Mal Gruplarının Payı (%)

Yaratıcı Mal Türü	2005	2010	2015	2019
El sanatları	30,59	35,94	31,69	29,05
Görsel İşitsel Mallar	0,47	0,52	0,25	0,03
Tasarım	66,67	61,30	66,65	69,62
Yeni Medya	0,28	0,34	0,21	0,13
Gösteri Sanatları	0,16	0,19	0,11	0,11
Yayımcılık	1,35	1,40	0,86	0,75
Görsel Sanatlar	0,47	0,31	0,23	0,31

Kaynak: UNCTAD ve TÜİK verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: 2002-2015 dönemine ait değerler UNCTAD'dan alınmış; 2015 yılı sonrası değerler ise TÜİK verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Grafik 3.9: Türkiye'nin Toplam Mal İhracatı İçindeki Payı (%)

Kaynak: UNCTAD ve TÜİK

Not: 2002-2015 dönemine ait değerler UNCTAD'dan alınmış; 2015 yılı sonrası değerler ise TÜİK verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Grafik 3.9'da Türkiye'nin toplam mal ihracatı içerisinde yaratıcı mal ihracatının payı gösterilmiştir. Bu pay 2002 yılında %5'in üzerindeyken ilerleyen yıllarda azalmaya başlamış, küresel finans krizinin yaşandığı 2008 yılına kadar azalma devam etmiş ve %3,8'e kadar gerilemiştir. 2009 yılından itibaren yaratıcı malların payında bir artış gözlemlenmeye başlanmış ve 2019 yılında bu oran %6'ya çıkmıştır.

Tablo 3.2'de Türkiye'nin toplam yaratıcı mal ihracatı içerisinde yaratıcı mal gruplarının payları verilmiştir. Tabloya göre yaratıcı mal grupları içerisinde en çok ihracatı yapılan mallar tasarım ürünleri olmuştur. Bu ürünlerin payının her dönem %60'ın üzerinde gerçekleştiği görülmektedir. 2019 yılında ise bu ürünlerin

payı neredeyse %70'e ulaşmıştır. Bu mal grubunu yaklaşık %30'luk pay ile el sanatları ürünleri takip etmektedir. Diğer ürün gruplarının hepsinin paylarının 2019 yılı itibarıyla %1'in altında olduğu tablo 3.2'den görülmektedir.

Türkiye, 2005 yılında küresel yaratıcı mal ihracatından almış olduğu %1,1'lük pay ile dünyada 19. sırada yer alırken, 2010 yılına gelindiğinde payında çok ciddi fark olmasa da sıralamasında 4 basamak gerileme yaşamıştır. 2015 yılına gelindiğinde ise Türkiye'nin payı %1,7'ye çıkarken dünya sıralaması da 12'ye yükselmiştir. Böylelikle dünyadaki yaratıcı mal ihracatçısı ilk 10 ülke içerisinde yer almaya aday hale gelmiştir (bkz. tablo 3.3).

Tablo 3.3: Yaratıcı Mal İhracatında Türkiye'nin Dünyadaki Payı ve Sırası (%): Mal Gruplarına Göre

Mal Grubu	2005		2010		2015	
	Pay (%)	Sıra	Pay (%)	Sıra	Pay (%)	Sıra
El sanatları	3,90	6	5,56	3	7,71	2
Görsel İşitsel Mallar	0,10	39	0,07	44	0,10	37
Tasarım	1,31	19	1,25	18	1,82	10
Yeni Medya	0,08	38	0,04	45	0,04	45
Gösteri Sanatları	0,14	30	0,20	30	0,22	27
Yayımcılık	0,11	49	0,17	44	0,22	37
Görsel Sanatlar	0,07	40	0,06	41	0,04	35
Tüm Yaratıcı Mallar	1,15	19	1,17	23	1,70	12

Kaynak: UNCTAD verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 3.3'te sadece toplam yaratıcı mal ihracatına değil aynı zamanda yaratıcı mal gruplarının ihracatına ilişkin bilgilere de yer verilmiştir. Tabloya göre 2005 yılında Türkiye, el sanatları ürünlerinin küresel ihracatından yaklaşık %4 pay alarak ihracatçı ülkeler sıralamasında dünyada 6. olmuştur. Türkiye ilerleyen yıllarda bu payını ve sıralamasını daha da yükseltmiştir. 2015 yılında yaklaşık %8'lik bir payla bu alanda dünyada 2. ihracatçı ülke konumuna gelmiştir. 2015 yılına gelindiğinde ise 2005 yılına kıyasla yeni medya ürünleri dışında (38. sıradan 45. sıraya gerilemiş) tüm

mal grupları için Türkiye'nin dünya sıralamalarında artış gözlemlenmiştir. Türkiye özellikle tasarım ürünleri ihracatında önemli bir ilerleme kaydederek el sanatlarından sonra tasarım ürünlerinde de dünyadaki ilk 10 ihracatçı ülke arasına girmeyi başarmıştır. 2015 yılında Türkiye'nin tasarım ürünleri ihracat ettiği ilk 5 ülke sırasıyla Birleşik Arap Emirlikleri, İran, Irak, Almanya ve Libya olmuştur. UNCTAD verilerine göre bu beş ülkeye yapılan tasarım ürünlerinin ihracat tutarı ise söz konusu yılda 3,4 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 3.4: Türkiye'nin Yaratıcı Mal İhracatının Varış Noktasına Göre Payı (%)

Kıta	2005	2010	2015
Afrika	3,3	5,4	8,5
Amerika	16,8	7,2	6,7
Asya	24,2	40,5	56,2
Avrupa	51,6	45,3	27,6
Okyanusya	0,5	0,5	0,4

Kaynak: UNCTAD verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 3.4'te Türkiye'nin yaratıcı mal ihracatı yaptığı pazarların payları görülmektedir. 2005 yılında Türkiye'nin yaratıcı mal ihracatı yaptığı pazarlar içerisinde en yüksek pay yaklaşık %52 ile Avrupa'ya aittir. İkinci ihracat pazarı %24'lük pay ile Asya olurken, Amerika %17'lik pay ile üçüncü sırada yer almıştır. Ancak zaman içerisinde bu ihracat pazarlarının paylarında

önemli değişimler olduğu gözlemlenmiştir. 2015 yılında Avrupa'nın payı yaklaşık %28'e, Amerika'nın payı ise %7'ye gerilemiştir. Bu dönemde Asya ve Afrika pazarlarının paylarında önemli artışlar gerçekleştiği gözlemlenmiştir. Özellikle Asya ihracat pazarının 2005 yılında %24 olan payının 2015 yılında %56'ya çıktığı görülmüştür.

Tablo 3.5: Türkiye'nin Yaratıcı Mal İhracatı Yaptığı İlk 10 Ülke (Milyon Dolar)

2005		2010		2015	
ABD	527	Birleşik Arap Emirlikleri	608	Birleşik Arap Emirlikleri	1,293
Almanya	295	Almanya	362	Irak	993
Rusya	263	Rusya	357	İran	947
Birleşik Arap Emirlikleri	224	Irak	324	Suudi Arabistan	526
İtalya	158	ABD	301	ABD	481
Fransa	122	İtalya	251	Almanya	418
İngiltere	108	Suudi Arabistan	182	İtalya	374
Suudi Arabistan	102	İngiltere	133	Libya	291
İspanya	97	Kazakistan	132	İngiltere	248
Romanya	82	Fransa	131	Rusya	176

Kaynak: UNCTAD, www.unctad.org

Yıllara göre Türkiye'nin yaratıcı mal ihracatı yaptığı ilk 10 ülke Tablo 3.5'te verilmiştir. Buna göre 2005 yılında Türkiye'nin yaratıcı mal ihracatı yaptığı ilk üç ülke sırasıyla ABD, Almanya ve Rusya olmuştur. 10 yıl içerisinde Türkiye'nin yaratıcı mal ihracatı yaptığı ülke sıralamalarında önemli değişiklikler söz konusu olmuştur. 2015

yılına gelindiğinde Türkiye'nin yaratıcı mal ihracat pazarında ilk sırayı Birleşik Arap Emirlikleri almıştır. Bu ülkeyi sırasıyla Irak, İran ve Suudi Arabistan takip etmiştir. İlgili dönem incelendiğinde Türkiye'nin yaratıcı mal ihracatında bölgesel bir kayma yaşandığı gözlemlenmektedir.

Tablo 3.6: Türkiye'nin Yaratıcı Mal İhracatı Yaptığı İlk 10 Ülke ile Dış Ticaret Dengesi (2015)

	Yaratıcı Mal İhracatı (Milyon \$)	Yaratıcı Mal İthalatı (Milyon \$)	Yaratıcı Mal Dış Ticaret Dengesi (Milyon \$)
Birleşik Arap Emirlikleri	1293	99	1194
Irak	993	1	992
İran	947	2	945
Suudi Arabistan	526	0,13	526
ABD	481	47	434
Almanya	418	115	302
İtalya	374	447	-72
Libya	291	0,05	291
İngiltere	248	61	186
Rusya	176	75	100

Kaynak: UNCTAD, www.unctad.org

Türkiye'nin 2015 yılında yaratıcı mal ihracatı yaptığı ilk 10 ülkeyle gerçekleşen yaratıcı mal dış ticaretine ilişkin veriler Tablo 3.6'da verilmiştir. Türkiye, yaratıcı mal ihracatı yaptığı ülkelerden aynı zamanda yaratıcı mal ithalatı da gerçekleştirmekte ve İtalya dışında tüm ülkelere karşı yaratıcı mal ticaretinde fazla vermektedir. İtalya ile olan ticarete ise 72 milyon dolar açık vermektedir. UNCTAD verilerine göre Türkiye

el sanatları dışında (bu mal grubunda 231 milyon dolarlık dış ticaret fazlası verilmiştir) diğer tüm yaratıcı mal gruplarının İtalya ile dış ticaretinde açık vermiştir. Özellikle tasarım ürünlerinde yüksek düzeyde dış ticaret açığı gerçekleşmiştir. 2015 yılında Türkiye ile İtalya arasında gerçekleşen tasarım ürünleri ticaretindeki açık 284 milyon dolardır.

3.3.İBBS-2 Bölgelerinin Yarattığı Mal Dış Ticaretinde Açıklanmış Mukayeseli Üstünlük

TÜİK ayrıntılı mal ticareti verilerini (6 basamaklı) kamuoyu ile paylaşmamakta sadece mikro verisi ile analiz yapılmasına izin vermektedir. Bu nedenle bu bölümde bölgesel yaratıcı mal ticaretine ilişkin rakamlara yer verilemeyecek sadece bölgelerin yaratıcı mal ticaretinde birbirlerine göre mukayeseli üstünlükleri analiz edilecektir. Bu amaçla, Balassa açıklanmış

mukayeseli üstünlük endeksi (RCA) kullanılacaktır. Endeks değerinin 1'den büyük olması söz konusu mal ticaretinde ilgili bölgenin uzmanlaşmış olduğunu, diğer bir ifadeyle karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olduğu anlamına gelmektedir. Söz konusu endeks şu şekilde hesaplanmaktadır:

$$RCA = \frac{((\text{Bölgenin Yarattığı Mal İhracatı}) / (\text{Türkiye'nin Yarattığı Mal İhracatı}))}{((\text{Bölgenin Toplam İhracatı}) / (\text{Türkiye'nin Toplam İhracatı}))}$$

RCA endeksi her bir yaratıcı mal grubu için ayrı ayrı hesaplanmış ve Tablo 3.7'de bunların sonuçları verilmiştir. Analiz sonuçlarına göre İstanbul, bir grup hariç (el sanatları) tüm yaratıcı mal gruplarında mukayeseli üstünlüğe sahiptir. TR31-İzmir bölgesinin, yeni medya ve görsel sanat ürünlerinde mukayeseli üstünlüğe sahiptir ve özellikle yeni medya ürünlerindeki uzmanlık değeri bu alanda üstünlüğe sahip diğer üç bölgeden daha yüksektir.

TRC1 bölgesi (Gaziantep, Adıyaman, Kilis) için el sanatlarında yüksek bir RCA değeri elde edilmiştir. Oranın bu derece yüksek çıkmasının arkasında özellikle bölgenin "halı" ihracatının önemli bir yeri olduğu görülmüştür. Benzer şekilde TR83 bölgesi (Samsun, Tokat, Çorum, Amasya) için de tasarım ve gösteri sanatları kategorilerinde yüksek bir RCA değeri söz konusudur. Bölgenin "mücevher" ve "müzik aletleri" ticaretinin bunda önemli bir payı bulunmaktadır. TRA1 bölgesindeki (Erzurum, Erzincan, Bayburt) yüksek mukayeseli üstünlük değeri ise büyük oranda "CD, DVD ve Bant" dış ticaretinden kaynaklanmaktadır.

Tablo 3.7: Açıklanmış Mukayeseli Üstünlük Endeks Değerleri, 2019

Bölge	El Sanatları	Görsel İşitsel Mallar	Tasarım	Yeni Medya	Gösteri Sanatları	Yayımcılık	Görsel Sanatlar
TR10	0.61	1.01	1.30	1.56	1.36	1.62	1.42
TR21	0.71	4.31	0.47	0.29	0.00	0.40	0.17
TR22	0.01	0.01	0.28	1.26	0.00	0.23	0.39
TR31	0.18	0.31	0.28	2.06	0.33	0.49	1.95
TR32	0.34	0.01	0.22	0.00	0.17	0.21	1.24
TR33	1.49	0.10	0.52	0.04	0.28	0.09	1.30
TR41	0.49	0.36	0.82	0.06	0.03	0.19	0.24
TR42	0.04	0.72	0.11	0.04	0.00	0.06	0.05
TR51	0.04	5.81	0.25	1.12	0.13	1.95	0.43
TR52	0.07	1.14	0.16	0.86	0.02	0.22	0.15
TR61	0.14	0.71	0.34	0.07	0.18	0.93	1.96
TR62	0.13	0.24	0.12	0.06	0.02	0.23	0.27
TR63	1.42	0.01	0.19	0.03	0.02	0.01	0.61
TR71	0.53	0.00	0.07	0.00	0.00	0.02	0.15
TR72	0.49	0.36	1.98	0.02	0.04	0.34	0.17
TR81	0.01	0.00	0.11	0.00	0.00	0.01	0.02
TR82	0.00	0.02	0.03	0.00	0.00	0.00	0.01
TR83	0.01	0.00	12.40	0.00	19.06	0.03	0.03
TR90	0.01	0.01	0.04	0.00	0.07	0.01	0.12
TRA1	0.06	19.60	0.06	0.69	0.00	0.51	0.00
TRA2	0.40	0.00	0.49	0.13	0.41	0.36	0.44
TRB1	0.22	0.00	0.10	0.00	0.00	0.04	0.01
TRB2	0.14	0.00	0.71	0.00	0.00	0.94	2.24
TRC1	12.58	0.20	0.21	0.14	0.06	0.09	0.24
TRC2	0.08	0.00	0.96	0.01	0.00	0.25	0.49
TRC3	0.28	2.30	1.05	0.05	0.65	0.49	1.45

Kaynak: TÜİK'in Dış Ticaret Mikro Veri Seti (Özel Ticaret Sistemi) kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.

BÖLÜM 4

Yaratıcı Endüstrilerde Ekosistem Yaklaşımı ve İzmir Yaratıcı Endüstriler Ekosistemi

4.1. Yaratıcı Endüstrilerde Ekosistem Yaklaşımı

Ekosistem, belirli bir alanda bulunan canlılar ile bunları saran cansız çevrelerinin karşılıklı ilişkileri ile meydana gelen ve süreklilik arz eden ekolojik sistemlere verilen addır (Britannica, 2020, Tansley, 1935). Botanikçi Arthur Tansley tarafından 1935 yılında tanımlanan ve aslen biyoloji literatürüne ait bir kavram olan ekosistem kavramı, sahip olduğu farklı ve birbiriyle ilişkili aktörlerden oluşan kümeleri ifade etmesi sebebiyle sosyal bilimlerin disiplinler arası çalışmalarında giderek daha fazla kullanılır hale gelmiştir. Bu yönüyle bireyler veya gruplar ve hatta firmalardan oluşan, aralarındaki bağlantının sabit veya tutarlı olmadığı, daha ziyade zamanla etkileşimlerin çeşitliliği, yoğunluğu ve kalitesinin değiştiği (Comunian, 2010) sistemler, ekosistem olarak tanımlanarak kullanılmaktadır. Bu bölümde, araştırma perspektifi olarak ekosistem yaklaşımı yaratıcı endüstrilerin belirli ortamlarda işleyişini açıklayabilen bir araç olarak ifade edilmektedir.

Yenilik ve yaratıcılık arasındaki yakın ilişkinin anlaşılabilmesi için de ekosistem yaklaşımına başvurulabilir. Bilginin üretim süreçlerindeki artan rolü ve bunun sonucu olarak küresel ekonominin uğradığı değişim, yenilik ve teknoloji üretimi için dinamik bir etkileşim ortamını, dolayısıyla bilgi üretimini hızlandıracak olan canlı ekosistemlerin oluşmasını gerekli kılmaktadır. Bilgi, teknoloji ve yaratıcılığı birleştirebilen ekonomilerin büyüme ve rekabetçilikte iddiasının olabileceği vurgulanırken, gelişmiş ekonomilerin üstünlüklerini koruyabilmesinin, gelişmekte olan ekonomilerin ise hedeflemeleri gereken dönüşümün bilgiye dayalı ekonomi yaratımı (Rosenberg, 1982, Naisbitt, 2006) olduğu belirtilmektedir. Yaratıcılık süreci firmalar, tedarikçiler ve tüketiciler arasındaki ahenkli bir etkileşimin sonunda doğan ürün ve hizmetlerle yeniliğe dönüşmektedir. Yeniliğin üretiminde toplumların performansı, merkezi ve bölgesel kamu aktörleri, yerel yönetimler, temel bilgi üretim ve araştırma altyapıları olarak üniversiteler, yeniliğin ticarileşmesinden

sorumlu yapı olarak özel sektör ve topluluklar arasındaki etkileşim ile belirlenmektedir. Nitekim yeniliğin şekillenmesinde temel bir model olan Üçlü Sarmal Modeli'nde (Etkowitz, 1998, Etkowitz ve Leydersdorff, 2008) yenilik üretiminde aktörler arasındaki yakınsamanın önemine dikkat çekilmektedir. Her seviyedeki aktörler arasındaki etkileşim; bilgiyi üretmenin, yaymanın ve kullanmanın anahtarıdır (Freeman, 1989; Lundvall, 1985,1992; Nelson, 1993).



Tablo 4.1: Biyolojik Ekosistemler ve Yaratıcı Ekosistemlerin Benzerlikleri

Biyolojik Ekosistemlerin Özellikleri	Yaratıcı Ekosistemlerin Özellikleri
Organizmalar kendi çevreleri içinde diğer organizmalarla ve çevreleriyle etkileşim halindedirler.	Yaratıcı süreçler içerisinde yer alan aktörler birbirleriyle, sosyal ve fiziksel çevreleriyle etkileşim halindedirler.
Her etkileşim bir sonuç doğurur.	Değer zinciri içerisinde yaratıcılık ve bilgi arasındaki akış devamlıdır.
Her tür için büyümenin ve kaynak kullanımının bir sonu vardır.	Ekosistem içerisindeki her aktör için büyümenin ve kaynak kullanımının bir sonu vardır.
Organizmalar sürekli olarak yeni güçlüklerle karşılaşır ve bu sayede gelişirler.	Ekosistem içerisindeki aktörler ve sosyal çevreleri, yeni güçlüklerle karşılaştıkça gelişirler.
Mekan önemlidir. Mekan çevresel koşullarla sürekli değişir.	Mekan önemlidir. Yaratıcı süreçler için mekanla olan etkileşim belirleyicidir.
Türler arasında etkileşim olmaksızın yaşam olmaz.	Yaratıcılık sosyal etkileşim olmaksızın gerçekleşmez.

Kaynak: Mengi, 2015 (Chen, 2012 çalışmasından üretilmiştir.)

Tablo 4.1'de biyolojik ekosistemlerle yaratıcı ekosistemler arasındaki benzerlikler gösterilmekte, bu analogide özellikle etkileşim unsuru ve çevresel unsurların belirleyiciliği dikkat çekmektedir.

Yaratıcı ekosistem, ulusal yenilik ekosisteminin bir alt kümesidir. Bu nedenle yenilik aktörlerinin pek çoğu yaratıcı ekosistemin de paydaşdır. Yaratıcı ekosistem, yaratıcı mal ve hizmetlerin üretimi, yayılması ve tüketiminden menkul varlıklar ve aktörler olarak tanımlanır (Bakhshi, Hargreaves ve Mateos-Garcia, 2013; Green, Miles ve Rutter, 2007).

Mekânsal yakınlık etkileşimi kolaylaştıran, destekleyen ve kümeleşmeyi beraberinde getiren bir role sahiptir. Her ne kadar son yıllarda dijitalleşme ile iş modelleri değişime uğrasa ve etkileşim için uzaktan erişim uygulamaları yaygınlık kazansa da, mekânsal yakınlık hala bir avantaj alanı olmayı sürdürmektedir (Bakalli, 2014). Yaratıcı endüstrilerin gelişiminde de yaratıcı merkezler ve ekosistem aktörlerinin bir arada olmasını sağlayan kümeleşmeler (Flew, 2002;

Kelly ve O'Hagan, 2007) ve yaratıcı bir ekosistemin alt sistemleri olan yaratıcı şehirler (Florida, 2002), dünya çapında önemini artırmaktadır. Yaratıcı kümeler, yaratıcı ekosistem üyesi aktörlere çok boyutlu fayda sağlayan iş birliğini geliştirmek için coğrafi konsantrasyon avantajını üyelerine sunmaktadır. Kümenin sağladığı kolektif eylem, firmaların yenilik üretiminde onlara girdi olarak emek, bilgi, teknoloji kullanımı ve yeni fırsatlar sunarak üretkenliklerini artırmaktadır. Özellikle yaratıcı şehirler, farklı alanlarda yetişmiş ve ihtisaslaşmasını sürdüren iyi eğitimlere sahip profesyonellerin yoğun olarak bulunduğu, bu sayede açık fikirli ve hoşgörüyeye sahip bir kentsel yaşam kültürünün inşa edildiği ve genellikle yaratıcı mesleklerdeki istihdamın yüksek olduğu dolayısıyla "yaratıcı sınıf"a ev sahipliği yapan kentler olarak öne çıkmaktadır. Böyle bir çeşitlilik (Landry ve Bianchini, 1995; Markusen ve King, 2003) yaratıcılık alanında istihdam olanaklarının desteklemesini, yaratıcı sektör ve ilişkili sektörlerdeki iş piyasasının genişlemesini sağlamaktadır. (Lazzeretti, 2012; Santagata, 2006).

4.2. Yaratıcı Endüstriler Ekosistemi Aktörleri ve Aktörler Arası İlişkiler

Diğer endüstriyel alanlarda olduğu gibi, yaratıcı endüstriler alanında da gelişimin temel şartı, kolaylaştırıcı ve büyümeye elverişli koşullara sahip bir ortam sağlayabilmektir. Kamu, özel sektör, eğitimden sorumlu yapılar, topluluklar ve bireyler, her düzeyde kolaylaştırıcılığın ve etkili desteğin sağlanmasında pay sahibidirler (UNIDO, 2014: 47). Yaratıcı endüstriler düşüncesi özellikle yükseköğretim kurumlarına işlevsel bir rol yükleyerek eğitim ve refah arasında doğrudan bir ilişki öngörmektedir (Universities, 2010). Yaratıcı endüstriler söz konusu olduğunda, bu ortam, altyapı geliştirmeden yerel yönetişime, mali ve yasal çerçevelere kadar pek çok yönü içeren, yaratıcılığı ve yeniliği destekleyen bir ortamdır. Bu çalışmada yaratıcı endüstriler ekosistemi ve ekosistem aktörleri incelenirken, UNIDO tarafından geliştirilen yaratıcı endüstrilere yönelik ekosistem güçlendirme modeli esas alınmıştır. Bu modelde düzeylerin belirlenebilmesi için yaratıcılığı besleyen, yaratıcı bir çalışma ve fikirlerin ortaya çıkması için daha fazla etkileşimi önceleyen, etkileşim yoğunluğu ve yönü ile kendi sınırlarını belirleyen bir düzeylendirmeden yararlanılmıştır. Bahse konu düzeyler birbirinin içine geçen mikro, mezo ve makro düzeyler olarak betimlenerek değerlendirilmiştir.

Yaratıcı endüstrilerin şekillenmesinde pay sahibi olan yaratıcı topluluklar ve yaratıcı bireylerin, özel sektörün, eğitim sektörünün ve kamu sektörlerinin önemlerinin ve oynadıkları rolün anlaşılabilmesi için mikro, mezo ve makro üç temel analiz düzeyinde incelenmesi önemlidir. Yani, her sektörün belirli seviyelerde daha büyük ya da daha az bir etkiye sahip olup olmadığının belirlenmesi gerekmektedir. Örneğin, bir ülkenin makro düzeyinde en büyük etkiye sahip ve en çok ihtiyaç duyulan sektör kamu sektörüdür (altyapı, mevzuat gibi). Ancak mikro düzeyde değerlendirildiğinde ise topluluklar ve bireyler en büyük etkiye sahiptir. Dolayısıyla her üç düzeyde de aktörler ve bu aktörlerin etkilerinin incelenmesi önem arz etmektedir.

4.2.1. Mikro Düzeyde Aktörler ve Müdahale Yöntemi

Richard Florida, bölgesel ekonomik büyümenin "yaratıcı sermaye"nin getirilerinden kaynaklandığını ifade ederken, yaratıcı sermayenin ise, "yaratıcı sınıf"ın gerçekleştirdiği üretimle başladığını savunur. (Florida, 2011, aktaran Özen, 2014:3) Florida'ya göre yaratıcı sınıf, anlamlı yeni formlar yaratma amacıyla çalışan ve bu çalışması nedeniyle gelir elde eden kişilerden oluşmaktadır. Florida orijinal sınıflandırmasında yaratıcı sınıfı "yaratıcı çekirdek" ve "yaratıcı profesyoneller" olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Bilim insanları, mühendisler, üniversite araştırmacıları, şair ve yazarlar, sanatçılar, aktörler, tasarımcılar ve mimarların yanı sıra editörler, düşünce kuruluşu araştırmacıları, analistler ve fikir üreten kişiler yaratıcı çekirdeği oluştururlar. Yüksek teknoloji sektörler, finansal sektörler, yargı ve sağlık profesyonelleri ve iş yönetimi ise, yaratıcı profesyoneller sınıfına girerler. Mikro düzey, yaratıcı ekosistemin çekirdeği olup bu düzeyin aktörlerini yaratıcı bireyler, topluluklar, yaratıcı kümeler ve girişimler oluşturur. Bu düzeyde girişimci ve değer yaratmanın anahtarı olarak yaratıcı faaliyet, ürün ve hizmete odaklanılır. Bu seviyede en önemli unsur, yaratıcı ürün/çıktıların pazarlanması ve yeniliğe değer katmasıdır. Canlı ve rekabetçi bir yaratıcı endüstrinin yaratılabilmesi için bilgi yoğun girişimciliğin benimsenmesi ve bu bilgi birikimine sahip bireyler üzerinden geliştirilmesi kritiktir. Bilhassa gelişmekte olan ekonomilerde, yenilik ve yaratıcılık kökenli ürün ve hizmetlerin "metalaştırılabilir" varlıklara dönüşmesi için bu yaratıcı bireyler ile zenginleşen bir özel sektör ve özel sektörün beslediği, etkileşimi güçlü yaratıcı topluluklar ve bireylere ihtiyaç vardır. Mikro düzeyde müdahale, yaratıcı bireylerin girişimciliğe özendirildiği, elverişli koşulların yaratıldığı ve iş birliklerinin doğmasına imkan veren "topluluk inşası" ile gerçekleşir. (Markusen, 2014:22)

Tablo 4.2: Mikro Düzeyde Yaratıcı Ekosistem ve Aktörleri

MİKRO DÜZEY			
Yaratıcı Topluluklar ve Yaratıcı Bireyler	Özel Sektör	Eğitim Sektörü ve Eğitim Yapıları	Kamu Sektörü Aktörleri ve Bölgesel Politika Üretimi
<ul style="list-style-type: none"> ► Bölgenin kendine has özelliklerinden etkilenen, kültürel ve tarihi mirasından beslenen topluluklar ► Değer zincirinin ilk halkası ► Yaratıcı endüstriler ekosisteminin oluşması ve anlaşılması için başlangıç noktası 	<ul style="list-style-type: none"> ► Değer zincirini tanımlayan ve yaratıcı kümeleri kapsayan düzey ► Yenilik stratejisinin hedeflediği, tasarımına katkıda bulunan ve pazarı genişletmek, yeni talep oluşturabilmek için uygulandığı alan 		

Kaynak: UNIDO (2014).

Tablo 4.2'de gösterildiği üzere mikro düzeyin çekirdeğini yaratıcı bireyler, topluluklar, yaratıcı kümeler ve girişimler oluşturur. Yaratıcı kümeler, endüstriyel kümelerin bir alt kümesi olarak geliştirilir ve yerel/bölgesel yenilik sistemlerinde kilit oyuncu olarak konumlanırlar (NESTA, 2010). Mikro düzeyde yaratıcı ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, pazarlarının genişletilmesi, bu hedefin gerçekleştirilebilmesi için girişimcilik ve yaratıcılığı özendirilmesi, desteklenmesi kritiktir. Canlı ve rekabetçi yaratıcı endüstriler sektörlerine sahip olabilmek için yenilik ya da yaratıcılık boyutu olan "fikir"lerin, "somut" ve/veya "ticarileşebilir"

varlıklara dönüşümüne imkan veren koşullar oluşturulmalıdır. Özellikle fikirlerin ticarileşmesi boyutu, iş yapma kültürü ile yakından ilişkilidir. Yaratıcı bireylerin eğitim aldıkları dönemden başlayarak, gündelik yaşam ve profesyonel yaşam içerisinde yeniliği ve yaratıcılığı teşvik eden, fikri somutlaştırmaya götürürken uzmanlardan destek alabildikleri, uygulama ve deneme imkanlarına sahip olarak ilerleme sağladıkları bir ortam, mikro düzeye etkisi olan eğitim yapıları ve karar verici düzeydeki kamusal ve bölgesel politikalara yönelik ihtiyacı tanımlamaktadır.

4.2.2. Mezzo Düzeyde Aktörler ve Müdahale Yöntemi

Mezzo düzey, aktörlerini okullar, mesleki ve teknik eğitim merkezleri, üniversiteler, araştırma altyapılarının oluşturduğu ve toplumun ihtiyaç duyduğu beşeri ve

teknik donanıma insan kaynağının yetişmesinden sorumlu yapılardan menkul düzeydir.

Tablo 4.3: Mezzo Düzeyde Yaratıcı Ekosistem ve Aktörleri

MEZZO DÜZEY			
Yaratıcı Topluluklar ve Yaratıcı Bireyler	Özel Sektör	Eğitim Sektörü ve Eğitim Yapıları	Kamu Sektörü Aktörleri ve Bölgesel Politika Üretimi
<ul style="list-style-type: none"> ► Bölgenin kendine has özelliklerinden etkilenen, kültürel ve tarihi mirasından beslenen topluluklar ► Değer zincirinin ilk halkası ► Yaratıcı endüstriler ekosisteminin oluşması ve anlaşılması için başlangıç noktası 	<ul style="list-style-type: none"> ► Değer zincirini tanımlayan ve yaratıcı kümeleri kapsayan düzey ► Yenilik stratejisinin hedeflediği, tasarımına katkıda bulunan ve pazarı genişletmek, yeni talep oluşturabilmek için uygulandığı alan 	<ul style="list-style-type: none"> ► Yerelin ve toplumun ihtiyaçlarını bireye aktaran ve onu yetiştiren, düşünce sistematiğini oluşturan ve yaratıcılık üzerinde güçlü etkisi olan düzey 	

Kaynak: UNIDO (2014).

Tablo 4.3'de işaret edildiği üzere, mezzo düzey mikro düzeydeki yaratıcı bireyler ve toplulukların oluşumunda doğrudan etki sahibidir. Nitekim mezzo düzeydeki teknik ve beşeri donanımla biçimlenen bireyler, mikro düzeyde yaratıcı girişimlerin sahipleri olarak ekosistem içerisinde yer alırlar. Bu nedenle "tabandan tavana" bir yaklaşımla mezzo düzey ile mikro düzey arasındaki karşılıklı ilişki gözden kaçırılmamalıdır. Başarılı bir yaratıcı girişim ve girişimci, girişimini başarıya ulaşmasını sağlayacak süreçleri tasarlayabilir, hammadde ve tedarikten nihai müşteri ile buluşmasına kadar tüm süreçlerde karşılaştığı sorunlara çözümler üretebilir ve bu unsurlar da yaratıcı sürecin parçasıdır. Mezzo düzey, yaratıcı birey ve girişimlerin, fikirlerini piyasada karşılık bulabilecek ürün, hizmetlere dönüştürmeleri aşamasında işbirliğini nerede aramaları ve karşılaştıkları sorunların çözümünü nasıl üretmeleri gerektiği konusunda kılavuzluk edilen düzeydir.

Yaratıcı ekosistem içerisinde özellikle yaratıcı girişimlerin doğması, mezzo ve mikro düzey arasındaki ilişki ile biçimlenir. Girişimci nitelikler, eğitim ile şekillenirken, yüksek öğrenim öncesi dönemde mesleki eğitim veren kurumların ve akademinin yaratıcı girişimcilik üzerinde güçlü bir etkisi vardır. Bireysel yaratıcılığa dayalı fikirler, yeteneklerin inşası, iş ve finansman yönetimine ilişkin temel yetkinliklerin kazandırılması ile biçimlenir. Yaratıcılık ve yenilik arasındaki ilişkinin girişimcilik üzerinden hayat bulduğu, dolayısıyla eğitim yaşamı süresince girişimciliğin teşvik edildiği, bireylerin tasarım odaklı düşünce yoluyla yaratıcı düşünmeye yönlendirildiği bir mezzo düzey yaratıcı girişimleri besler.

4.2.3. Makro Düzeyde Aktörler ve Müdahale Yöntemi

Makro düzeyde aktörler, politika üretiminden, politikanın hayata geçirilmesini sağlayacak araçların tasarlanmasından ve karar verici konumda bulunan kamu kurumları, yerel yönetimler, kamu kurumu niteliğindeki kuruluşlar, özel sektör içerisindeki örgütlü yapılardan oluşur.

Tablo 4.4'de makro seviyedeki aktörlerin sorumlulukları gösterilmektedir. Ekosistem aktörlerinin kapasitesinin geliştirilmesi, mentörlük ve finansal desteklerin

sağlanması, kuluçkalık çalışmalarının yapılması makro seviyedeki aktörler tarafından ekosistemi güçlendirmek üzere sunulan hizmetlerdir.

Tanımlanan bu üç düzey ve müdahale yöntemleri birlikte ele alınarak yaratıcı endüstrilerin gelişimi sağlanabilir. Ancak yaklaşımın etkililiğinin ölçümü karmaşık olduğundan, metodolojik olarak genelde bir ya da iki düzey birlikte (mikro, mikro ve mezo, ya da mezo ve makro) ele alınarak performans belirlenmektedir.

Tablo 4.4: Makro Düzeyde Yaratıcı Ekosistem ve Aktörleri

MAKRO DÜZEY			
Yaratıcı Topluluklar ve Yaratıcı Bireyler	Özel Sektör	Eğitim Sektörü ve Eğitim Yapıları	Kamu Sektörü Aktörleri ve Bölgesel Politika Üretimi
<ul style="list-style-type: none"> Bölgenin kendine has özelliklerinden etkilenen, kültürel ve tarihi mirasından beslenen topluluklar Değer zincirinin ilk halkası Yaratıcı endüstriler ekosisteminin oluşması ve anlaşılması için başlangıç noktası 	<ul style="list-style-type: none"> Değer zincirini tanımlayan ve yaratıcı kümeleri kapsayan düzey Yenilik stratejisinin hedeflediği, tasarımına katkıda bulunan ve pazarı genişletmek, yeni talep oluşturabilmek için uygulandığı alan 	<ul style="list-style-type: none"> Yerelin ve toplumun ihtiyaçlarını bireye aktaran ve onu yetiştiren, düşünce sistematiğini oluşturan ve yaratıcılık üzerinde güçlü etkisi olan düzey 	<ul style="list-style-type: none"> Kapsayıcı ve sürdürülebilir bir yaratıcı ekosistemin oluşturulmasına yönelik politika üretimi Destekleyici ve geliştirici politika araçlarının tasarlanması, uygulanması Yenilik ve yaratıcılık politikalarının uyumlaştırılması

Kaynak: UNIDO (2014).

4.3. İzmir Yaratıcı Endüstriler Ekosistemi

TR31 İzmir bölgesi için yaratıcı endüstriler ekosisteminin analizi ve ekosistem aktörlerinin belirlenmesine yönelik olarak 1 Temmuz – 15 Ağustos 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilen anket çalışması ile mikro, mezo ve makro seviyede aktörler belirlenmeye çalışılmıştır.

İzmir Yenilik Ekosisteminin bir parçası olan İzmir Yaratıcı Endüstriler Ekosistemi'nin belirlenmesine yönelik olarak aktörlerin faaliyet alanlarını NACE Rev.2'ye göre tanımlamaları beklenmiş ve ekosisteme dönük değerlendirmeler kapalı uçlu sorulara verilen yanıtlar ile alınmıştır. Anket formu fonksiyonlar özelinde ekosistem aktörünün sağladığı hizmetleri ve en fazla ihtiyaç duyulduğunu gözlediği fonksiyonları belirlemeye yönelik kapalı uçlu ve çoktan seçmeli soruları içerecek biçimde tasarlanmıştır. 65 aktörden alınan yanıtlarda, en fazla yanıt alınan sektör %24 ile 6201 kodlu Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri olurken, bu sektörü %16 ile 7311 kodlu Reklam ve Pazarlama Faaliyetleri izlemiştir. Bu sonuçlar, analizin II. Bölümünde verilen yaratıcı endüstrilerin İzmir'deki yerleşme ve uzmanlaşma durumu ile uyumluluk göstermektedir.

Ankete verilen tüm yanıtlar içerisinde, 40 yanıt ile ekosistemin gelişimi için en fazla ihtiyaç duyulduğu ifade edilen fonksiyon, yaratıcı fikirlerin hayata geçmesine yönelik proje/faaliyetlere finansal destek verilmesi hizmetlerini ifade eden "finansal destek" fonksiyonu olmuştur. İkinci sırada 34 yanıt ile yaratıcı endüstriler ekosistemi aktörlerinin bilgi ve beceri artışına yönelik programlar düzenlenmesini ifade eden "kapasite geliştirme" fonksiyonu, üçüncü sırada 27 yanıt ile finansal desteklere erişim konusunda; farkındalık oluşturma, proje geliştirme, proje hazırlama, proje yürütme vb. hizmetlerini kapsayan "proje danışmanlığı" fonksiyonu İzmir'de yaratıcı endüstriler ekosisteminin gelişimi için en fazla ihtiyaç duyulan hizmetler olarak tanımlanmıştır.

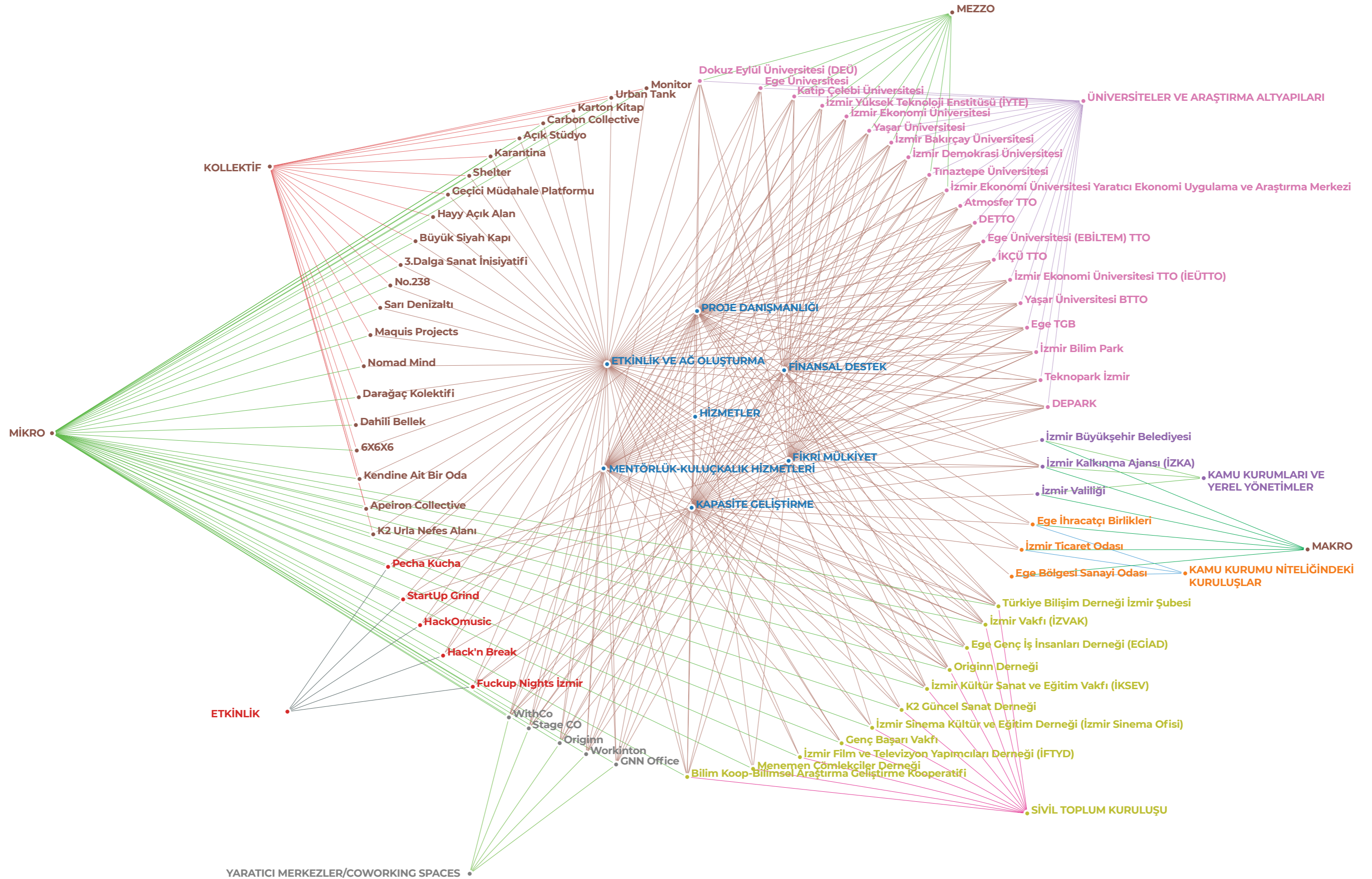
Ankete yanıt verenler bu hizmetlerin yanı sıra, sırasıyla, birden fazla kurum/kuruluş tarafından çeşitli amaçlarla gerçekleştirilen (hackathon, ideathon, creathon, zirve, toplantı vb.) faaliyetlerinin tümünü ve yaratıcı endüstriler ekosistemi içerisinde yer alan paydaşları bir araya getirme, etkileşim ve işbirliğinin güçlendirilmesine yönelik faaliyetleri içeren "etkinlik ve ağ oluşturma" hizmetlerine, fikri mülkiyet haklarının tescili ve korunmasına yönelik hizmetlere, yaratıcı girişimlerin büyümesine yönelik mentörlük faaliyetlerini ve yaratıcı girişimcilik konusunda gerçekleştirilen kuluçkalık çalışmalarına da ihtiyaç duyulduğunu, bu alandaki çalışmaların da önemli olduğunu belirtmişlerdir.

Anketin açık uçlu sorularında yukarıda sayılan hizmetlerin yanı sıra, iş geliştirme eğitimleri ve finansman yönetimi eğitimlerinin verilmesinin, bölge STK'larında yaratıcı endüstrilere yönelik farkındalığın artırılmasını sağlayacak çalışmaların yapılmasının, kurumsal şirketlerle yaratıcı girişimlerin bir araya gelebileceği eşleştirme, işbirliği, yatırım çalışmalarının, mekânsal bağlamda yaratıcı girişimleri destekleyecek mekanların sayısının artırılması, üniversitelerde kültür yönetimi, kültürel diplomasi, kültür politikası, kültür ve sanat yönetimi gibi alanlarda sertifika ve/veya yüksek lisans programlarının açılmasının, teknoloji tabanlı bir iletişim ağının oluşturulmasının önemli olduğu belirtilmiştir.

Ekosistem yaklaşımı ışığında ve ankete yanıt veren kurum ve kuruluşların fonksiyonları göz önüne alınarak İzmir Yaratıcı Endüstriler Ekosistem Haritası tablo 4.5'te gösterilmektedir.

Tablo 4.5: İzmir Yaratıcı Endüstriler Ekosistem Haritası

MİKRO DÜZEY				MEZZO DÜZEY	MAKRO DÜZEY	
Kolektifler	Etkinlikler	Yaratıcı Merkezler / Co-Working Spaces	Sivil Toplum Kuruluşları	Üniversiteler ve Araştırma Yapıları	Kamu Kurumları ve Yerel Yönetimler	Kamu Kurumu Niteliğindeki Kuruluşlar
Darağaç Kolektifi	Pecha Kucha	Originn	İzmir Kültür Sanat ve Eğitim Vakfı (İKSEV)	Dokuz Eylül Üniversitesi (DEÜ)	İzmir Valiliği	İzmir Ticaret Odası (İZTO)
İzmir Kültür Platformu Girişimi (İKPG)	Fuckup Nights İzmir	Workinton	İzmir Vakfı (İZVAK)	Ege Üniversitesi	İzmir Büyükşehir Belediyesi	Ege Bölgesi Sanayi Odası (EBSO)
Açık Stüdyo	HackOmusic	GNN Office	Ege Genç İş İnsanları Derneği (EGİAD)	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	İzmir Kalkınma Ajansı (İZKA)	Ege İhracatçı Birlikleri (EİB)
Büyük Siyah Kapı	StartUp Grind	Stage CO	Türkiye Bilişim Derneği İzmir Şubesi	İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü (İYTE)		
Carbon Collective	Hack'n Break	WithCo	İzmir Sinema Kültür ve Eğitim Derneği (İzmir Sinema Ofisi) Derneği	İzmir Ekonomi Üniversitesi		
Apeiron Collective			Fikri Mülkiyet Hakları ve Pro- je Danışmanlığı Kooperatifi	Yaşar Üniversitesi		
Dahili Bellek			K2 Güncel Sanat Derneği	İzmir Bakırçay Üniversitesi		
Geçici Müdahale Platformu			Genç Başarı Vakfı	İzmir Demokrasi Üniversitesi		
Hayy Açık Alan			İzmir Film ve Televizyon Yapımcıları Derneği (İFTYD)	Tınaztepe Üniversitesi		
K2 Urla Nefes Alanı			Bilim Koop-Bilimsel Araştır- ma Geliştirme Kooperatifi	İzmir Ekonomi Üniversitesi Yaratıcı Ekonomi Uygulama ve Araştırma Merkezi		
Kendine Ait Bir Oda			Originn Derneği			
Karantina			Menemen Çömlekçiler Derneği			
Karton Kitap						
Maquis Projects						
Monitor						
Nomad Mind						
No.238						
Shelter						
Urban Tank						
6x6x6						
Sarı Denizaltı						
3.Dalgıç Sanat İnişiyatifi						



İzmir Yaratıcı Endüstriler Ekosisteminin çekirdeğini, mikro düzeyi, yaratıcı girişimler, topluluklar, ağ oluşturmaya yönelik etkinlikler, yaratıcı merkezler ve sivil toplum kuruluşları oluşturmaktadır. Kültür endüstrileri ile yaratıcı endüstrilerin kesişimi düşünüldüğünde İzmir'de sanat kolektiflerinin kentten yaratıcı atmosferini besleyen ve üretime katkı sunan canlı bir etkileşim ortamı sağlayarak ekosistemin en önemli parçalarından birini oluşturdukları söylenebilir. Öte yandan ortak çalışma alanlarının İzmir'de bir yan fonksiyon olarak işbirliğine sağladıkları katkı ile "yaratıcı merkez"ler olarak da çalıştıkları gözlenmektedir. Etkinlikler içerisinde kentte yaratıcı ve tasarım kültürüne inancın yaratılmasında, yaratıcı işler yapan kişi ve toplulukların işleri için sunum ortamı yaratarak etkin iletişim imkanı sağlamasıyla başta Pecha Kucha olmak üzere, girişimcilere ve dinleyicilere bilfiil girişimcilerin olumsuzlukla sonuçlanan girişim hikayelerinin anlatıldığı, bu sayede deneyim paylaşımı yapılma imkanı veren FuckUpNights İzmir etkinliklerinin ekosistemde etkileşimin sağlanması bakımından etkileri yadsınamaz. Türkiye'nin ilk açık inovasyon kampı olarak 2016 yılında başlayan ve devam eden HackNBreak, ülkemizin ilk müzik hackathonu olan ve disiplinlerarası işbirliklerine imkan veren HackOMusic, yaratıcı girişimler için uluslararası bir girişim etkinliği sunan StartupGrindizmir ekosistemi güçlendiren diğer önemli etkinliklerdir.

İzmir yaratıcı endüstriler ekosistemi sivil toplum kuruluşları yönünden değerlendirildiğinde, ağırlıklı doğrudan bu alanı hedeflemeyen ancak faaliyet alanlarının genişliği ile alana dokunan kuruluşlarla karşılaşmaktadır. Özellikle yaratıcı girişimlerin, iş dünyasına yönelik faaliyet gösteren dernekler ile etkileşiminin güçlenmesi, pazarlama, üretim ve prototipleme aşamaları için ihtiyaç duyulan işbirliklerinin geliştirilebilmesi için önemlidir.

Mezzo düzeyde, yaratıcı ekosistem içerisinde yer alan aktörler üniversiteler ve araştırma merkezleri ile karşılaşmaktadır. TR31 (İzmir) bölgesindeki 10 üniversite, fakülteleri, teknoloji transfer ofisleri, araştırma merkezleri, teknoparkları ile ekosistemi besleyen ve "yaratıcılık"ın gelişiminde doğrudan etkisi olan aktörler

olarak önemli role sahiplerdir. Bu nedenle yüksek öğrenim düzeyinde öğrencilerin tasarım odaklı düşünce dersleri almalarının, kültür yönetimi, kültürel diplomasi, kültür politikası, kültür ve sanat yönetimi gibi alanlarda sertifika ve/veya yüksek lisans programlarının açılmasının ekosistem gelişimine katkı vereceği ekosistem aktörleri tarafından dile getirilmektedir.

Makro düzeyde, merkezi ve bölgesel kamu kurumları, yerel yönetimler, kamu kurumu niteliğindeki örgütler yaratıcı endüstrilerin gelişimini destekleyecek politika ve araçların geliştirilmesinden sorumlu aktörler olarak İzmir Büyükşehir Belediyesi, İzmir Ticaret Odası, Ege Bölgesi Sanayi Odası, Ege İhracatçı Birlikleri ve İzmir Kalkınma Ajansı yer almaktadır. Makro düzeyin yaratıcı endüstrilerin gelişimindeki etkisi göz önünde bulundurulduğunda, ulusal ve bölgesel kültür yönetimi politikalarının oluşturulmasının, bölgesel düzeyde uzmanlaşma alanları dikkate alınarak destekleyici programlar düzenlenmesinin, finansmana erişim ve finansman yönetimi, uluslararasılaşma destekleri sağlanmasının, hızlandırıcı ve kuluçka programları uygulanmasının, yaratıcı merkezlerin oluşmasına yönelik planlama ve altyapı çalışmalarının makro düzeydeki aktörlerin görev ve sorumluluk alanları içerisinde olduğu söylenebilir. Bu alandaki çalışmaların geliştirilebilmesi için makro düzeydeki aktörlerin stratejik plan ve çalışma programlarına yaratıcı endüstrilerin bir gelişme eksenini olarak dahil edilmesi, politika düzeyinde eşgüdümün sağlanması, değer zinciri analizinin ortaya konulması, gelişimin takibine yönelik izleme ve değerlendirme çalışmalarının yapılması önem taşımaktadır. Nitekim analizin ortaya koyduğu İzmir için yerel uzmanlaşma alanları, bahse konu gelişimin izlenebilmesi için birer başlangıç noktası olarak değerlendirilebilir.

4.4. Yaratıcı Endüstriler Eko-Sistemine İlişkin Genel Değerlendirme

Yenilik ve yaratıcılık arasındaki ilişkinin anlaşılabilmesi için bütüncül ve kapsayıcı bir yaklaşım olarak ekosistem yaklaşımı benimsenebilir. Nitekim yeniliğin üretiminde ana model olarak literatürde kendisine yer bulan Etzkowitz'in Üçlü Sarmal Modeli, yenilik üretiminde aktörler arasındaki yakınsamanın önemine dikkat çekerken, her seviyedeki aktörler arasındaki etkileşimin; bilgiyi üretmenin, yaymanın ve kullanmanın anahtarı olduğunun altını çizmektedir. Ulusal yenilik ekosisteminin bütüncü alt kümesi olan yaratıcı endüstriler ekosistemi, yaratıcı mal ve hizmetlerin üretimi, yayılması ve tüketiminden oluşan varlıklar ve aktörler ile tanımlanır. Diğer endüstriyel alanlarda olduğu gibi, yaratıcı endüstriler ekosisteminin gelişimi, kolaylaştırıcı ve büyümeye elverişli koşullara sahip bir ortamın yaratılması ile mümkündür. Kamu, özel sektör, eğitimden sorumlu yapılar, topluluklar ve bireyler, her düzeyde kolaylaştırıcılığın ve etkili desteğin sağlanmasında pay sahibidirler. Aktörlerin makro, mezzo ve mikro olmak üzere üç ayrı düzey üzerinden etkileşimleri ve ekosisteme katkıları değerlendirilerek bölgelerin yaratıcı endüstriler ekosistemi analiz edilebilir. İzmir açısından bu değerlendirmeler ortaya

konulduğunda, mikro düzeyde yaratıcı platform ve topluluklar, etkinlikler düzeyinde kentten görece canlı bir yapısının bulunduğu, sivil toplum örgütleri ve yaratıcı girişimler düzeyinde etkileşim ve işbirlikleri özelinde gelişimin sağlanması gerektiği, mezzo düzeyde özellikle yüksek öğrenim ekseninde yaratıcılığı ve yaratıcı girişimleri geliştirmeye yönelik özendiriciliğin ve kapasite inşasına ihtiyaç duyulduğu, makro seviyede, aktörlerin stratejik plan ve çalışma programlarına yaratıcı endüstrileri bir gelişme eksenini olarak dahil etmeleri, politika düzeyinde eşgüdümü sağlamaları, kentten uzmanlaşmaya sahip olduğu yaratıcı endüstri alanlarında değer zinciri analizi yapılması, gelişimin takibine yönelik izleme ve değerlendirme çalışmalarının yapılması gerektiği yönünde tespitler yapılabilmektedir.



Özet Bulgular ve Öneriler

1990'lı yıllarda politik bir söylem olarak ortaya çıkan yaratıcı endüstriler kavramı ilerleyen yıllarda yoğun bir akademik araştırma konusu haline gelmiştir. Yapılan çalışmalar, bu endüstrilerin yüksek bir büyüme, katma değer ve istihdam yaratma potansiyeline sahip olduğunu ve ülke ekonomileri üzerinde dönüştürücü bir gücünün bulunduğunu iddia etmişlerdir. Bu özellikler yaratıcı endüstrileri, ekonomi politikası ve stratejik kalkınma planı tasarımlarının kritik bir bileşeni haline getirmiştir. Bu endüstrilerin artan önemi Türkiye ekonomisi için de yaratıcı ekonomi potansiyelinin araştırılması yönünde bir motivasyon yaratmıştır. Bu raporda Türkiye'nin yaratıcı endüstrilerinin yapısal analizleri yapılmıştır. Bu analizlerde özellikle TR31-İzmir'e odaklanılmıştır. Elde edilen bulgular aşağıda özetlenmiştir:

- Türkiye, OECD ülkeleri arasında yaratıcı ekonominin ülke ekonomisi içinde ağırlığının en düşük olduğu ülkedir.
- Türkiye'deki yaratıcı endüstriler ekonominin geleneksel sektörleriyle (imalat ve inşaat sektörleri) kıyaslandığında bu sektörlerden daha yüksek bir katma değer oranına (katma değerün üretim içindeki payı) sahiptir.
- Türkiye'de yaratıcı endüstrilerin istihdam ve girişim sayısında son yıllarda hızlı bir artış söz konusudur.
- Çeşitli göstergelere göre (ciro, istihdam, katma değer, emek verimliliği vb.) Türkiye'de yaratıcı endüstriler arasında en iyi performansa sahip endüstri olarak "bilgisayar programlama faaliyetleri (6201)" öne çıkmaktadır. Bunu, "bilgisayar danışmanlık faaliyetleri (6202)" takip etmektedir.
- Türkiye'deki "bilgisayar programlama faaliyetleri (6201)" endüstrisinin katma değer oranı birçok OECD ülkesinden daha yüksek düzeydedir.
- Beş İBBS-2 bölgesi (TR10, TR51, TR42, TR31 ve TR61) Türkiye'nin yaratıcı ekonomi cirosunun %90'nından fazlasını gerçekleştirmektedir.
- Yaratıcı ekonomide uzmanlaşma tespit edilen üç bölge bulunmaktadır. Bunlar, TR10 (İstanbul), TR51(Ankara) ve TR61 (Antalya, Isparta, Burdur) bölgeleridir.

- TR31 (İzmir) bölgesi ise yaratıcı ekonomide uzmanlaşma göstermeye en yakın bölge olarak tespit edilmiştir.
- Bazı yaratıcı endüstrilerin bir bölgede birlikte konumlanma (eş-yerleşme) eğiliminde oldukları tespit edilmiştir.
- 2015 yılı rakamlarına göre Türkiye, küresel yaratıcı mal ihracatında dünyada 12. sırada yer almaktadır.
- Türkiye, yaratıcı mal dış ticaretinde fazla veren ülkeler arasında 4. sırada yer almaktadır.
- Türkiye, el sanatları ürünleri ihracatında dünyada ikinci; tasarım ürünleri ihracatında ise onuncu sıradadır.

İzmir'e ilişkin bulgular ise şu şekildedir:

- 2015 yılı itibarıyla Türkiye'nin toplam yaratıcı ekonomi cirosu ve istihdamı içerisinde İzmir'in yaratıcı endüstrilerinin payı sırasıyla %2,6 ve %4,6 olarak belirlenmiştir.
- Yaratıcı endüstrilerin İzmir'in toplam cirosu içindeki payı %0,6, istihdamı içindeki payı ise %0,9'dur.
- 2010-2015 yılları arasında İzmir'de istihdam açısından "reklam ajansları faaliyetlerinde (7311)" hızlı bir gerileme yaşanırken; "bilgisayar programlama faaliyetlerinde (6201)" ise hızlı bir ilerleme yaşandığı görülmüştür.
- Üç yıldız analizi sonuçlarına göre İzmir'de olgun küme özelliği gösteren tek endüstri "bilgisayar programlama faaliyetleri (6201)"dir.
- İzmir'de "tasarım (7410)" ve "reklam ajansları faaliyetlerinin (7311)" desteklenmesi halinde bu endüstrilerin bir üst küme grubunda yer alması mümkündür.
- Türkiye'deki yaratıcı meslek sahiplerinin yaklaşık %6'sı İzmir'de çalışmaktadır.
- İzmir'deki yaratıcı meslekler içerisinde en yüksek paya sahip olan üç meslek grubu sırasıyla el sanatları (%27,9), reklam-pazarlama (%27,7) ve tasarım (%11,5) meslek gruplarıdır.

Ulaşılan bu bulgular doğrultusunda yapılması gerekenler aşağıda belirtilmiştir:

- Yaratıcı endüstrilerin; yenilik geliştirme, yüksek katma değer yaratma, yenilikleri ekonominin diğer alanlarına yayılmasını sağlama ve ekonomik dönüşümde itici güç olma fonksiyonlarından yararlanılabilmesi için ulusal düzeyde bir "yaratıcı ekonomi politikası" oluşturulmasına ve izlenmesine ihtiyaç vardır. Bu politikayla yaratıcı endüstrilerin ekonomi içerisindeki payının nasıl artırılacağı, hangi endüstrilere teşvikler verileceği ve bu teşviklerin ne şekilde sağlanacağı belirlenerek bir yol haritası hazırlanmalıdır.
- Yaratıcı endüstrilerin gelişmelerinin doğru bir şekilde gözlemlenebilmesi için TÜİK aracılığıyla ulusal ve bölgesel düzeyde istatistikler (üretim, katma değer, ciro, çalışan sayısı vb. istatistikler) derlenmeli ve periyodik olarak yayınlanmalıdır. Bir endüstrinin yaratıcılık kapasitesi o endüstride çalışan yaratıcı meslek sahiplerinin sayısı ile yakından ilişkilidir. Bu nedenle özellikle çalışan sayıları dört kategoride belirlenirse, endüstrilerin "yaratıcı yoğunluğunun" tespit edilmesi mümkün hale gelecektir: 1) Yaratıcı endüstrilerde yaratıcı meslek sahipleri 2) yaratıcı endüstrilerde diğer meslek sahipleri 3) diğer endüstrilerde yaratıcı meslek sahipleri ve 4) diğer endüstrilerdeki diğer meslek sahipleri
- Yaratıcı endüstriler yaratıcılık, yenilik ve teknoloji becerileri üzerinde yükselmektedir. Günümüz dünyasında teknoloji hızla ilerlemekte ve bu ilerleme birçok işi otomatikleştirerek ortadan kaldırmaktadır. Ancak, yaratıcılığın bir makine tarafından gerçekleştirilemeyecek yüksek bir zekâ ürünü olması, ilerleyen yıllarda yaratıcı meslek sahiplerine ve endüstrilerine olan talebi artıracaktır. Bu nedenle, ulusal eğitim sistemi her seviyede bu becerilerin kazandırılmasını sağlayacak şekilde yeniden tasarlanmalıdır.
- Covid-19 salgını dijital teknolojilerin bir endüstrinin yaşamını sürdürmesinde ne kadar hayati bir konumda olduğunu göstermede önemli bir deneyim olmuştur. Hem daha katma değerli ürünler üretilmesi hem de yaşamlarını sürdürmeleri için yaratıcı endüstrilere dijital teknolojilerin nasıl entegre edilebileceğine ilişkin endüstri bazlı özel strateji çalışmaları yapılmalıdır.

- Bir bölgede "yaratıcı yayılımın" oluşması söz konusu bölgeyi tüm yaratıcı endüstriler için daha çekici hale getirerek bir cazibe merkezine dönüştürecektir. Eş-yerleşme ilişkisi dikkate alınarak yaratıcı endüstrilerin birbirleriyle ve diğer endüstrilerle etkileşim içinde olabilmelerini sağlayabilecek bölgesel düzeyde mekanlar ve mekanizmalar tasarlanmalıdır.
- Yaratıcı endüstrilerdeki firmaların önemli bir kısmı KOBİ (küçük ve orta ölçekli işletme) niteliğindedir. Yaratıcı fikirlerin ürün ve hizmetlere dönüştürülmesi yoğun sermayeye, yüksek maliyetli teknolojik girdilere ve diğer profesyonel hizmetlere ihtiyaç duyar. Bu tür firmaların finansmanı konusunda çalışmalar yapılmalıdır.
- Yaratıcı endüstrilerin gelişiminin sağlanabilmesi için etkin ve işleyen bir mülkiyet hakları sistemi tesis edilmelidir.
- Türkiye'de özellikle "bilgisayar programlama faaliyetleri (6201)" önemli bir potansiyeli bünyesinde barındırmaktadır. Bu endüstrinin uluslararası rekabet gücünü artırmak için çalışmalar yapılmalıdır.

Yukarıda listelenen eylemlerin yanı sıra İzmir için aşağıdaki çalışmaların yürütülmesi ayrıca önemli görülmektedir:

- İzmir, Türkiye'de yaratıcı ekonomide uzmanlaşma göstermeye en yakın bölge olarak belirlenmiştir. Yaratıcı endüstrilere uygun desteklerin sağlanması durumunda bölge, hızlıca yaratıcı ekonominin uzmanlaştığı bir alana dönüşebilecektir. Bu amaçla üç endüstriye verilecek destekler önemli görülmektedir. Bunlar; "bilgisayar programlama faaliyetleri", "reklam ajansları faaliyetleri" ve "tasarım"dır. İkinci bölümde yapılan analizlerde bu endüstriler arasında yüksek ve orta derece eş-yerleşme ilişkisinin tespit edilmiş olması bu endüstrilerden birine verilecek bir desteğin dolaylı olarak diğerlerinin de bölgeye çekilmesinde etkili olacağını ima etmektedir. Üçünün birlikte desteklenmesi bu etkiyi daha da artıracaktır. Kısacası söz konusu endüstrilere yeterli ve uygun desteklerin verilmesi, İzmir ekonomisi içinde yaratıcı endüstrilerin payının artırılmasına ve İzmir ekonomisinin dönüşümüne önemli katkı sağlayacaktır.

EKLER

Ek Tablo 1.1: Yarattıcı Endüstriler, Kültür Sektörü ve Dijital Sektör Sınıflaması

NACE Kodu	Tanım	Yarattıcı Endüstriler	Dijital Endüstriler	Kültür Endüstrileri
1820	Kayıtlı medyanın çoğaltılması			*
2611	Elektronik bileşenlerin imalatı		*	
2612	Yüklü elektronik kart imalatı		*	
2620	Bilgisayar ve bilgisayar çevre birimleri imalatı		*	
2630	İletişim ekipmanlarının imalatı		*	
2640	Tüketici elektroniği ürünlerinin imalatı		*	
2680	Manyetik ve optik kaset, bant, CD, vb. ortamların imalatı		*	
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	*		*
3220	Müzik Aletleri İmalatı			*
4651	Bilgisayar, bilgisayar çevre birimleri ve yazılım toptan ticareti		*	
4652	Elektronik ve telekomünikasyon ekipmanlarının ve parçalarının toptan ticareti		*	
4763	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda müzik ve video kayıtlarının perakende ticareti			*
5811	Kitap yayımı	*	*	
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	*	*	
5813	Gazetelerin yayımlanması	*	*	
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	*	*	
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	*	*	
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	*	*	
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	*	*	
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	*	*	*
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	*	*	*
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	*	*	*
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	*	*	*
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	*	*	*
6010	Radyo yayıncılığı	*	*	*
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	*	*	*
6110	Kablolu telekomünikasyon faaliyetleri		*	
6120	Kablosuz telekomünikasyon faaliyetleri		*	
6130	Uydu üzerinden telekomünikasyon faaliyetleri		*	
6190	Diğer telekomünikasyon faaliyetleri		*	
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	*	*	
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	*	*	

NACE Kodu	Tanım	Yarattıcı Endüstriler	Dijital Endüstriler	Kültür Endüstrileri
6203	Bilgisayar tesisleri yönetim faaliyetleri		*	
6209	Diğer bilgi teknolojisi ve bilgisayar hizmet faaliyetleri		*	
6311	Veri işleme, barındırma ve ilgili faaliyetler		*	
6312	Web portalları		*	
6391	Haber ajanslarının faaliyetleri		*	
6399	Başka yerde sınıflandırılmamış diğer bilgi hizmet faaliyetleri		*	
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	*		
7111	Mimarlık faaliyetleri	*		
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	*		
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	*		
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	*		
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	*		*
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	*		
8552	Kültürel eğitim	*		*
9001	Gösteri sanatları	*		*
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	*		*
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	*		*
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	*		*
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	*		*
9102	Müzelerin faaliyetleri	*		*
9103	Tarihi alanlar ve yapılar ile benzeri turistik yerlerin işletilmesi			*
9511	Bilgisayarların ve bilgisayar çevre birimlerinin onarımı		*	
9512	İletişim araç ve gereçlerinin onarımı		*	

Kaynak: DCMS (2019)

Ek Tablo 1.2: Türkiye'nin Kültür Ekonomisi İçinde İzmir'in Kültür Ekonomisinin Payı (%), 2015

Çalışan Sayısı	Ciro	Maaş/Ücretler
3,0	2,5	2,0

Kaynak: TÜİK'in İşgücü ve Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri-2009-2017 veri seti kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır
Not: Bu oranlar hesaplanırken sadece TÜİK'in yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinde yer alan endüstriler dikkate alınmıştır. Kapsam dışı endüstrilerin de hesaplama dahil edilmesi bu oranlarda değişikliğe yol açabilir.

Ek Tablo 1.3: İzmir'in Kültür Ekonomisi İçinde Sektörlerin Payları (%), 2015

	İzmir'in Kültür Ekonomisi İstihdamı İçinde İlgili Sektörün Payı (%)	İzmir'in Kültür Ekonomisi Cirosu İçinde İlgili Sektörün Payı (%)	İzmir'in Kültür Ekonomisi Toplam Maaş/Ücret Ödemeleri İçinde İlgili Sektörün Payı (%)
1820	0.0	0.0	0.0
3212	21.2	70.5	33.9
3220	3.4	0.3	1.4
4763	3.2	0.4	0.0
5911	5.2	4.1	5.9
5912	0.5	0.1	0.0
5913	0.0	0.0	0.0
5914	14.1	13.9	20.1
5920	2.6	1.0	1.5
6010	y	y	y
6020	y	y	y
7420	29.7	5.6	28.4
8552	4.7	1.0	3.4
9001	11.4	2.4	3.5
9002	1.2	0.1	0.7
9003	1.6	0.4	0.0
9004	1.2	0.2	1.2
9101	0.0	0.0	0.0
9102	0.1	0.0	0.0
9103	0.0	0.0	0.0

Kaynak: TÜİK'in İşgücü ve Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri-2009-2017 veri seti kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır

Not: y: Veri yok

Ek Tablo 2.1: Yaratıcı Endüstrilerin Diğer Endüstriler ile Karşılaştırılması (NACE Rev.2), 2010

	Yaratıcı Endüstriler (Toplam)	İmalat	İnşaat	Bilgi ve İletişim	Türkiye Ortalaması
Ciro					
Türkiye'nin Toplam Cirosu İçindeki Payı (%) ^a	2	27	6	2	-
Üretim					
Türkiye'nin Toplam Üretimi İçindeki Payı (%) ^a	3	44	10	4	-
Katma Değer					
Katma Değer Oranı (%) ^a	22	18	16	34	25
Türkiye'nin Toplam Katma Değeri İçindeki Payı (%) ^{a,b}	3	32	7	5	-
Türkiye'nin Toplam Katma Değeri İçindeki Payı ^a / Türkiye'nin Toplam Üretimi İçindeki Payı (%) ^a	0.9	0.7	0.7	1.4	-
İstihdam					
Emek Verimliliği (Dolar)	34.704	22.968	13.600	61.350	18.586 ^a
Türkiye'nin Toplam İstihdamı İçindeki Payı (%)	1,06	12,7	4,4	0,7	-
Türkiye'nin Toplam Girişim Sayısı İçindeki Payı (%) ^a	2	12	5	1	-

Kaynak: TÜİK'in İşgücü ve Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri-2009-2017 veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

Katma değer oranı, ilgili endüstrinin katma değerinin üretimine oranlanmasıyla elde edilmiştir.

Emek verimliliği, katma değer çalışan sayısına bölünmesi ile hesaplanmıştır.

TÜİK verilerinden TL olarak hesaplanan emek verimliliği, WDI'dan elde edilen dolar kuru üzerinden dolara çevrilmiştir.

a Türkiye için toplam değer hesaplanırken sadece TÜİK'in yıllık sanayi ve hizmet istatistiklerinde yer alan endüstriler dikkate alınmış, veri setinde yer almayan endüstriler toplama dahil edilmemiştir.

b Faktör maliyeti ile katma değer verisi kullanılarak hesaplama yapılmıştır.

Ek Tablo 2.2: Türkiye'de Yaratıcı Ekonominin Ayrıntılı Profili (NACE Rev.2), 2010

NACE Rev.2	Ciro (Milyon Dolar)	Katma Değer (Milyon Dolar)	Üretim Değeri (Milyon Dolar)	Katma Değer Oranı (%)	Çalışan Sayısı	Emek Verimliliği (Dolar)	Girişim Sayısı
Reklam ve Pazarlama							
7021	127	38	126	30	2.048	18.317	528
7311	5.263	933	5.105	18	59.426	15.695	12.011
7312	2.597	215	2.594	8	3.009	71.423	299
Mimarlık							
7111	1.556	450	1.480	30	27.425	16.400	9.141
El Sanatları							
3212	6.175	369	5.887	6	35.983	10.243	12.054
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım							
7410	209	37	185	20	3.540	10.490	1.257
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf							
5911	1.043	200	1.033	19	4.615	43.362	1.097
5912	95	22	94	24	717	31.290	131
5913	218	44	206	21	429	101.890	82
5914	291	77	282	27	3.456	22.138	274
6010	107	28	110	25	1.760	15.786	747
6020	1.513	447	1.546	29	7.124	62.745	501
7420	230	43	216	20	12.475	3.468	7.340
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri							
5821	5	-3	5	-51	29	-88.276	23
5829	g	22 ^a	26	84	617	35.238	32
6201	2.133	976	1.950	50	28.503	34.230	2.643
6202	1.918	692	1.592	43	17.779	38.937	3.504
Yayıncılık							
5811	601	135	550	25	5.535	24.458	1.205
5812	g	g	g	g	g	g	g
5813	1.719	538	1.633	33	11.865	45.307	863
5814	214	27 ^a	201	13	2.128	12.511	430
5819	g	g	g	g	g	g	g
7430	84	29	83	35	1.988	14.564	1.126
Müze, Galeri ve Kütüphaneler							
9101	9	3	7 ^a	42	246	11.946	23
9102	10	g	10	g	161	g	19
Müzik Performansı ve Görsel Sanatlar							
5920	78	17	74	23	815	20.492	357
8552	11	3	11	25	853	3.264	357
9001	227	130	225	58	3.411	37.983	2.045
9002	149	33	142	23	1.889	17.326	334
9003	22	4	21	20	664	6.341	323
9004	169	31	163	19	988	31.609	181

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2017" verisi kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

Katma değer oranı, ilgili endüstrinin katma değerinin üretimine oranlanmasıyla elde edilmiştir.

Emek verimliliği, katma değerinin çalışan sayısına bölünmesi ile hesaplanmıştır. WDI'dan alınan dolar kuru üzerinden dolara çevrilmiştir.

g, gizli veya açıklanmamış veriyi temsil etmektedir.

a ilgili veri 2009 yılına aittir.

Ek Tablo 2.3: OECD Ülkelerinde Yarararıcı Endüstrilerin Üretim Değeri (Milyon \$), 2017

ISIC. Rev.4	Türkiye	İngiltere	Almanya	Fransa	İtalya	İspanya	Norveç	Finlandiya	Belçika	Yunanistan	Portekiz	Polonya	Macaristan	Letonya	Litvanya	Slovenya	Slovakya
3211	g	g	1.743	g	6.492	g	g	124	g	g	109	g	23	g	g	46	g
5811	624	7.232	4.520	7.541	2.999	1.978	554	327	749	275	271	869	134	22	40	61	27
5812	g	121	867	g	g	109	3	159	14	13	15	2	g	g	g	g	g
5813	g	14.592	18.931	8.857	5.245	2.423	2.125	2.140	2.249	358	351	1.180	419	63	76	151	135
5819	g	3.915	1.987	g	g	212	75	112	170	30	39	393	40	g	17	g	157
5820	g	3.943	5.914	16.871	335	1.028	2.303	620	381	117	488	644	419	5	37	11	g
5911	1.293	24.263	4.752	8.605	3.083	1.866	641	372	1.868	259	431	936	521	27	56	175	99
5912	71	4.494	515	1.350	323	434	43	24	221	18	19	122	38	6	7	6	188
5913	111	8.976	1.293	2.161	1.163	896	156	57	256	70	114	308	318	8	9	13	21
5914	350	2.225	1.424	2.463	855	614	174	125	282	86	114	377	73	20	25	15	21
5920	83	3.568	2.465	1.381	410	260	232	120	206	14	39	177	29	4	6	15	6
6010	94	1.092	814	1.608	521	612	93	55	110	76	78	240	32	9	9	34	15
6020	1.469	19.424	6.080	18.876	7.702	4.333	1.534	562	918	743	784	3.474	358	50	74	52	132
6201	3.969	29.701	46.499	12.396	24.139	11.819	2.998	7.651	5.101	1.413	995	8.646	1.445	625	603	578	803
6202	g	58.844	34.648	71.502	14.274	14.703	7.583	3.950	12.046	485	2.153	2.432	1.336	63	153	491	777
7020	2.557	88.231	32.525	31.984	18.010	7.929	2.816	3.524	17.447	2.040	3.594	6.088	1.984	211	613	891	2.389
7110	9.311	75.099	71.500	53.717	21.554	21.075	11.397	5.827	10.332	2.296	2.548	5.223	2.021	263	390	1.408	1.620
7310	6.728	42.207	19.584	17.420	15.805	8.337	2.705	1.341	5.261	1.166	1.761	8.712	736	328	451	514	1.475
7410	504	6.805	4.184	3.028	4.384	1.373	726	298	554	27	293	497	61	42	43	69	46
7420	209	2.057	2.234	1.272	818	493	192	138	274	58	83	72	46	10	29	25	52
7490	1.027	16.292	9.988	5.121	12.474	4.240	854	900	741	203	675	1.664	568	117	119	173	1.494
8542	25	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9000	740	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9101	22	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9102	17	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
Toplam	29.207	413.080	272.465	266.154	140.588	84.737	37.203	28.426	59.179	9.746	14.954	42.056	10.601	1.874	2.757	4.727	9.457

Kaynak: OECD verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- OECD veri tabanında ulusal para birimi olarak verilen tüm değerler, WDI veri tabanından alınan kurlar üzerinden dolara çevrilmiştir.
- 4 basamak düzeyinde NACE.Rev.2 ve ISIC.Rev.4 sınıflamalarındaki farklılıkları nedeniyle bir önceki bölümde yaratıcı endüstrilere ilişkin yapılan hesaplamalar ile bu bölümde yapılan hesaplamalar arasında bazı farklılıklar oluşabilmektedir.
- g, gizli veya açıklanmamış veriyi temsil etmektedir.

Ek Tablo 2.4: OECD Ülkelerinde Yarattıcı Endüstrilerin Katma Değeri (Milyon \$), 2017

ISIC. Rev.4	Türkiye	İngiltere	Almanya	Fransa	İtalya	İspanya	Norveç	Finlandiya	Belçika	Yunanistan	Portekiz	Polonya	Macaristan	Letonya	Litvanya	Slovenya	Slovakya
3211	g	g	669	g	1.228	g	g	32	g	g	35	g	8	g	g	21	g
5811	153	3.838	2.086	2.118	830	947	195	130	246	94	95	391	49	9	13	25	8
5812	g	70	299	g	g	68	1	81	5	6	6	g	g	g	g	g	g
5813	258	8.404	8.599	3.421	1.863	1.111	868	811	892	58	134	476	176	22	33	58	56
5819	g	2.418	1.123	g	g	82	23	57	26	10	14	130	22	g	7	g	47
5820	g	2.267	2.568	8.066	166	722	1.220	289	203	80	235	346	277	2	24	7	g
5911	302	5.779	2.451	4.314	1.235	1.347	254	206	482	91	122	198	44	8	14	53	48
5912	19	2.408	322	704	124	300	26	13	71	7	9	42	20	1	2	4	35
5913	30	4.008	846	428	557	260	18	9	29	14	54	80	75	1	3	1	-2
5914	109	844	614	780	218	263	61	51	79	34	31	132	24	6	9	4	7
5920	18	1.730	1.722	391	139	87	58	54	67	6	20	72	10	2	2	4	2
6010	18	637	783	688	177	310	36	26	47	27	43	142	9	3	4	10	3
6020	408	1.758	6.642	6.149	1.796	1.989	613	106	221	323	340	1.275	140	18	27	g	49
6201	2.072	21.128	30.761	6.018	12.543	5.364	1.476	3.949	2.436	680	608	3.855	976	388	340	353	366
6202	1.045	38.142	23.312	36.407	6.753	9.051	3.929	1.773	5.127	227	1.208	1.231	780	30	87	247	456
7020	961	54.210	23.439	16.336	8.073	4.753	1.580	1.625	6.842	912	1.741	3.029	1.129	114	286	472	819
7110	2.681	43.665	48.667	23.813	10.157	10.217	5.398	3.034	3.338	765	1.118	2.182	1.023	118	198	503	547
7310	1.050	18.814	11.511	6.636	3.132	4.556	672	607	884	299	400	2.085	310	91	175	108	349
7410	96	4.367	2.497	1.187	2.081	1.049	345	127	164	10	134	195	29	14	18	38	8
7420	48	1.284	1.264	479	379	250	97	64	113	15	44	63	22	4	14	15	17
7490	426	9.812	6.585	2.057	6.112	3.066	377	384	254	78	318	630	329	56	54	90	179
8542	6	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9000	263	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9101	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9102	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
Toplam	9.964	225,581	176,761	119,995	57,562	45,791	17,245	13,428	21,527	3,737	6,709	16,553	5,451	887	1,309	2,013	2,995

Kaynak: OECD verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- OECD veri tabanında ulusal para birimi olarak verilen tüm değerler, WDI veri tabanından alınan kurlar üzerinden dolara çevrilmiştir.
- 4 basamak düzeyinde NACE.Rev.2 ve ISIC.Rev.4 sınıflamalarındaki farklılıkları nedeniyle bir önceki bölümde yaratıcı endüstrilere ilişkin yapılan hesaplamalar ile bu bölümde yapılan hesaplamalar arasında bazı farklılıklar oluşabilmektedir.
- g, gizli veya açıklanmamış veriyi temsil etmektedir.

Ek Tablo 2.5: OECD Ülkelerinde Yaratıcı Endüstrilerin Cirosu (Milyon \$), 2017

ISIC. Rev.4	Türkiye	İngiltere	Almanya	Fransa	İtalya	İspanya	Norveç	Finlandiya	Belçika	Yunanistan	Portekiz	Polonya	Macaristan	Letonya	Litvanya	Slovenya	Slovakya
3211	g	g	2,084	g	6,374	g	g	150	g	g	118	g	31	g	g	53	g
5811	745	6,930	5,688	10,212	2,888	2,417	565	357	769	297	357	1,094	168	26	40	68	35
5812	g	109	1,073	g	g	119	3	159	14	13	15	2	1	g	g	g	g
5813	g	13,943	22,077	8,870	4,890	2,848	2,125	2,031	2,289	368	364	1,202	472	61	77	152	138
5819	g	3,674	2,527	g	g	333	75	127	181	44	42	408	63	g	19	g	205
5820	g	3,719	7,097	15,704	354	1,091	2,308	611	386	117	476	708	559	5	41	9	g
5911	1,309	18,025	6,235	6,096	2,646	2,379	617	387	1,728	272	415	938	672	25	60	175	87
5912	72	4,325	604	1,338	312	1,576	43	23	244	21	19	121	51	6	7	7	188
5913	161	8,876	1,905	2,007	1,077	1,087	156	104	243	65	117	313	578	8	15	14	29
5914	367	2,282	1,830	2,417	761	804	181	136	312	84	119	402	87	20	29	16	21
5920	89	3,469	3,274	1,076	392	317	232	157	206	16	38	202	47	4	6	19	6
6010	92	1,056	1,055	1,570	462	642	93	57	110	70	75	227	35	9	9	34	15
6020	1,482	18,623	12,152	16,871	7,272	5,721	1,533	575	908	690	732	3,368	412	46	73	53	132
6201	4,372	37,124	61,991	11,288	23,126	13,261	2,993	7,565	5,145	1,522	986	9,031	1,990	633	624	612	891
6202	g	62,956	47,879	72,801	14,256	17,669	7,762	3,761	12,452	540	2,286	2,732	1,964	72	169	627	843
7020	2,789	82,941	39,423	32,721	17,270	8,583	2,819	3,447	17,847	2,092	3,605	6,149	3,128	210	645	1,023	3,405
7110	10,418	74,239	86,385	52,203	17,948	25,404	11,569	5,705	10,779	2,407	2,654	5,367	2,960	260	416	1,641	1,760
7310	7,058	42,366	33,186	17,255	13,922	18,948	2,704	1,897	5,300	1,326	1,773	9,095	1,762	443	550	527	2,027
7410	555	6,993	4,885	3,096	4,306	1,469	746	296	571	31	340	537	95	42	50	74	56
7420	224	2,007	2,321	1,286	828	548	192	137	280	73	89	251	69	10	30	27	64
7490	1,076	14,683	18,491	4,989	12,094	4,823	856	885	754	194	717	1,901	967	116	125	195	2,087
8542	27	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9000	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9101	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9102	18	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
Toplam	30,856	408,342	362,162	261,801	131,177	110,039	37,571	28,566	60,521	10,241	15,337	44,048	16,111	1,995	2,983	5,326	11,989

Kaynak: OECD verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- OECD veri tabanında ulusal para birimi olarak verilen tüm değerler, WDI veri tabanından alınan kurlar üzerinden dolara çevrilmiştir.
- 4 basamak düzeyinde NACE.Rev.2 ve ISIC.Rev.4 sınıflamalarındaki farklılıkları nedeniyle bir önceki bölümde yaratıcı endüstrilere ilişkin yapılan hesaplamalar ile bu bölümde yapılan hesaplamalar arasında bazı farklılıklar oluşabilmektedir.
- g, gizli veya açıklanmamış veriyi temsil etmektedir.

Ek Tablo 2.6: OECD Ülkelerinin Yararlı Endüstrilerinde İstihdam, 2017

ISIC. Rev.4	Türkiye	İngiltere	Almanya	Fransa	İtalya	İspanya	Norveç	Finlandiya	Belçika	Yunanistan	Portekiz	Polonya	Macaristan	Letonya	Litvanya	Slovenya	Slovakya
3211	g	g	9.870	g	19.604	g	496	484	g	g	1.686	g	541	89	g	g	g
5811	5.974	g	22.933	25.577	8.112	12.521	1.990	1.457	2.299	2.578	2.072	8.209	1.878	634	655	625	282
5812	g	g	3.398	g	g	844	12	706	63	274	106	29	3	3	11	g	g
5813	16.177	g	117.849	42.855	17.887	19.278	8.620	10.438	5.776	4.773	3.872	12.042	4.942	1.601	2.233	1.268	1.565
5819	g	g	16.634	g	g	1.749	290	636	303	329	420	4.722	643	365	439	g	1.560
5820	952	g	19.394	73.228	1.864	7.414	9.211	1.691	1.109	1.177	3.757	8.310	4.424	75	487	109	g
5911	10.795	g	30.711	43.510	12.554	16.975	2.934	2.705	3.029	5.162	2.695	2.231	2.996	531	447	591	529
5912	1.037	g	3.546	8.746	1.434	3.014	299	216	386	234	191	545	354	91	39	43	590
5913	495	g	2.161	3.018	1.154	1.527	107	75	259	363	187	478	596	20	70	43	121
5914	4.383	g	24.497	10.212	5.112	6.507	1.327	580	765	1.054	992	1.743	359	242	293	72	43
5920	868	g	6.004	3.822	589	845	562	629	234	277	466	1.313	323	117	92	63	48
6010	1.431	5.056	8.613	7.686	2.353	5.564	371	356	241	1.680	1.115	3.838	616	198	118	299	55
6020	8.817	40.866	34.504	38.767	11.846	21.688	5.927	463	1.609	5.345	2.436	12.327	2.173	482	348	201	511
6201	50.326	185.276	288.935	62.093	126.398	70.159	14.252	36.290	16.188	14.416	12.739	82.100	21.979	11.088	9.718	5.373	7.683
6202	25.823	388.092	218.672	352.446	82.793	144.809	28.676	18.586	36.597	2.888	27.734	27.384	17.706	1.324	2.817	3.428	10.470
7020	53.293	489.485	177.374	163.695	71.836	67.992	12.761	17.682	31.130	19.766	41.303	63.771	29.863	5.449	10.140	6.595	22.187
7110	176.169	428.437	528.757	275.636	45.720	142.518	42.939	38.682	24.799	14.879	27.438	59.281	30.072	7.182	11.530	9.762	12.082
7310	65.865	126.794	196.611	89.360	46.087	74.229	7.473	9.061	9.487	8.921	10.649	40.080	9.694	5.139	6.153	1.778	10.218
7410	9.032	54.628	25.738	11.336	17.363	5.947	3.784	1.581	1.283	305	3.922	5.797	1.171	1.072	874	466	602
7420	7.954	16.870	14.097	5.161	3.123	6.062	876	850	663	1.714	1.894	3.431	1.035	476	493	239	791
7490	33.859	114.963	68.058	22.131	45.927	43.644	4.833	5.544	1.654	2.878	8.393	14.907	12.036	2.907	2.364	1.475	5.563
8542	1.335	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9000	7.692	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9101	708	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
9102	375	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g	g
Toplam	483.360	1.850.467	1.818.356	1.239.279	521.756	653.286	147.740	148.712	137.874	89.013	154.067	352.538	143.404	39.085	49.321	32.430	74.900
Toplam İstihdam İçindeki Payı (%)	1,7	5,8	4,4	4,6	2,3	3,5	5,6	6,0	3,0	2,4	3,2	2,1	3,2	4,4	3,6	3,4	3,0

Kaynak: OECD verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Yararlı endüstrilerin istihdamının ülkenin toplam istihdamı içerisindeki payı bulunurken sadece verisi olan endüstriler dikkate alınmıştır.
- 4 basamak düzeyinde NACE.Rev.2 ve ISIC.Rev.4 sınıflamalarındaki farklılıkları nedeniyle Türkiye için bir önceki bölümde yararlı endüstrilere ilişkin yapılan hesaplamalarla bu bölümde yapılan hesaplamalar arasında bazı farklılıklar oluşabilmektedir.
- g, gizli veya açıklanmamış veriyi temsil etmektedir.

Ek Tablo 2.7: Ana Yaratıcı Endüstrilerin Uzmanlaşma Katsayıları, 2010

Bölge	Reklam ve Pazarlama	Mimarlık	El Sanatları	Tasarım	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri	Yayıncılık	Müze, Galeri ve Kütüphaneler	Müzik Performansı ve Görsel Sanatlar
TR10	3,57	1,53	3,88	4,14	2,82	2,96	3,13	3,78	4,26
TR21	0,07	0,45	0,04	0,00	0,78	0,11	0,23	0,00	0,33
TR22	0,11	0,58	0,01	0,02	0,53	0,09	0,11	0,92	0,14
TR31	1,22	0,90	0,56	0,16	0,97	0,51	0,70	0,00	0,59
TR32	0,15	0,74	0,44	1,89	0,74	0,24	0,17	0,00	0,51
TR33	0,07	0,50	0,05	0,03	0,32	0,12	0,26	0,00	0,12
TR41	0,54	1,07	0,08	1,81	0,47	1,36	0,34	0,06	0,40
TR42	0,79	0,86	0,01	0,00	0,71	0,81	0,49	5,63	0,22
TR51	1,59	4,23	0,02	0,26	1,30	3,19	2,70	0,45	0,44
TR52	0,06	1,37	0,02	0,18	0,84	0,12	0,42	0,00	0,05
TR61	0,86	1,30	3,34	0,67	0,90	0,15	0,42	0,00	1,59
TR62	0,77	0,88	0,48	0,33	0,42	0,48	0,43	0,00	0,10
TR63	0,17	0,15	0,03	0,28	0,55	0,08	0,18	0,00	0,07
TR71	0,08	0,10	0,15	0,49	0,27	0,15	0,45	0,00	0,04
TR72	0,22	0,33	0,12	0,02	0,54	0,37	0,39	0,00	0,09
TR81	0,09	0,19	0,00	0,00	0,07	0,22	1,48	0,00	0,03
TR82	0,02	0,40	0,00	0,00	0,34	0,19	0,09	0,00	0,01
TR83	0,22	0,22	0,23	0,00	0,38	0,18	0,46	0,00	0,19
TR90	0,13	0,52	0,45	0,00	0,43	0,51	0,42	0,00	0,08
TRA1	0,08	0,03	1,86	0,00	0,51	0,40	0,39	0,00	0,01
TRA2	0,00	0,09	0,00	0,00	0,41	0,03	0,04	0,00	0,00
TRB1	0,05	0,23	0,13	0,00	0,68	0,08	0,26	0,00	1,02
TRB2	0,01	0,15	0,00	0,00	0,34	0,44	0,09	0,00	0,01
TRC1	0,27	0,32	0,00	0,02	0,40	0,36	0,37	0,85	0,06
TRC2	0,18	0,31	0,37	0,01	0,37	0,29	0,17	0,00	0,20
TRC3	0,12	0,25	0,63	0,01	0,35	0,01	0,05	0,00	0,05

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.

Ek Tablo 2.8: Alt Yaratıcı Endüstrilerin Yerelleşme Katsayıları, 2010

Bölge	3212	5811	5812	5813	5814	5819	5821	5829	5911	5912	5913	5914	5920	6201	6202
TR10	3,88	2,91	5,49	3,10	4,14	4,25	5,26	3,93	5,33	5,49	5,71	2,28	4,98	2,27	3,91
TR21	0,04	0,00	0,00	0,33	0,37	0,00	0,00	2,71	0,00	0,00	0,00	0,60	0,00	0,07	0,01
TR22	0,01	0,00	0,00	0,21	0,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,67	0,00	0,06	0,14
TR31	0,56	0,63	0,00	0,87	0,32	0,00	0,00	0,06	0,05	0,00	0,00	1,89	0,22	0,62	0,37
TR32	0,44	0,00	0,00	0,19	0,66	0,00	0,00	0,02	0,01	0,00	0,00	0,55	0,00	0,32	0,15
TR33	0,05	0,02	0,00	0,47	0,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,18	0,00	0,16	0,07
TR41	0,08	0,29	0,00	0,45	0,06	0,00	0,00	2,66	0,01	0,00	0,00	0,91	1,12	1,34	1,32
TR42	0,01	0,05	0,00	0,70	0,14	0,00	0,00	1,06	0,00	0,00	0,00	0,86	0,19	1,25	0,13
TR51	0,02	6,49	0,00	1,06	0,91	0,00	0,85	0,79	0,95	0,17	0,05	2,17	0,66	3,41	3,03
TR52	0,02	0,00	0,00	0,78	0,02	0,00	0,00	0,03	0,01	0,00	0,00	0,51	0,04	0,20	0,01
TR61	3,34	0,00	0,00	0,34	1,66	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,09	0,23	0,04
TR62	0,48	0,00	0,00	0,68	0,36	0,29	0,00	0,00	0,02	0,00	0,00	0,68	0,00	0,76	0,08
TR63	0,03	0,00	0,00	0,31	0,12	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,24	0,03	0,11	0,04
TR71	0,15	0,00	0,00	0,78	0,18	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,22	0,00	0,25	0,00
TR72	0,12	0,00	0,00	0,74	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,62	0,00	0,64	0,00
TR81	0,00	0,00	0,00	0,46	1,16	5,43	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,39	0,00	0,37	0,00
TR82	0,00	0,00	0,00	0,17	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,05	0,00	0,06	0,40
TR83	0,23	0,00	0,00	0,88	0,02	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,63	0,00	0,31	0,02
TR90	0,45	0,34	0,00	0,64	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00	0,60	0,00	0,88	0,01
TRA1	1,86	0,03	0,00	0,70	0,19	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,86	0,00	0,60	0,14
TRA2	0,00	0,00	0,00	0,07	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,05	0,00	0,06	0,00
TRB1	0,13	0,00	1,90	0,24	0,90	6,00	0,00	0,00	0,00	1,40	0,00	0,57	0,12	0,13	0,01
TRB2	0,00	0,00	0,00	0,16	0,00	0,82	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,31	0,00	0,76	0,00
TRC1	0,00	0,05	0,00	0,61	0,11	0,28	0,99	0,00	0,00	0,00	0,00	0,39	0,00	0,63	0,00
TRC2	0,37	0,21	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00	0,04	0,10	0,00	0,00	0,49	0,00	0,49	0,00
TRC3	0,63	0,00	0,00	0,08	0,00	0,00	0,00	0,13	0,00	0,00	0,00	0,25	0,00	0,01	0,00

Ek Tablo 2.9: Alt Yaratıcı Endüstrilerin Yerelleşme Katsayıları, 2010 (devam)

Bölge	7021	7111	7311	7312	7410	7420	7430	8552	9001	9002	9003	9004	9101	9102
TR10	5,16	1,53	3,51	4,62	4,14	1,83	2,93	4,14	3,43	5,18	2,38	4,47	3,28	4,57
TR21	0,00	0,45	0,08	0,00	0,00	1,19	0,15	0,03	0,11	0,07	6,09	0,00	0,00	0,00
TR22	0,00	0,58	0,11	0,10	0,02	0,72	0,00	0,00	0,48	0,00	0,20	0,00	0,00	2,37
TR31	0,05	0,90	1,27	0,00	0,16	1,13	0,47	1,43	0,01	0,15	0,56	2,17	0,00	0,00
TR32	0,00	0,74	0,15	0,06	1,89	1,12	0,14	0,21	1,63	0,02	0,22	0,00	0,00	0,00
TR33	0,05	0,50	0,07	0,00	0,03	0,50	0,00	0,03	0,40	0,00	0,06	0,00	0,00	0,00
TR41	0,12	1,07	0,53	2,12	1,81	0,55	0,21	0,07	0,65	0,00	2,26	0,20	0,00	0,15
TR42	0,01	0,86	0,82	0,11	0,00	0,99	0,67	0,39	0,24	0,11	0,16	0,07	9,17	0,00
TR51	1,09	4,23	1,63	0,00	0,26	1,28	3,51	0,37	0,29	0,26	2,09	0,69	0,00	1,17
TR52	0,00	1,37	0,06	0,00	0,18	1,31	0,07	0,01	0,13	0,00	0,22	0,00	0,00	0,00
TR61	0,30	1,30	0,88	0,29	0,67	1,56	0,73	0,12	4,58	0,96	0,57	0,08	0,00	0,00
TR62	0,03	0,88	0,80	0,07	0,33	0,52	0,25	0,09	0,15	0,02	0,29	0,29	0,00	0,00
TR63	0,00	0,15	0,17	0,00	0,28	0,88	0,04	0,00	0,07	0,00	0,99	0,00	0,00	0,00
TR71	0,00	0,10	0,08	0,31	0,49	0,41	0,23	0,07	0,06	0,02	0,00	0,08	0,00	0,00
TR72	0,00	0,33	0,23	0,09	0,02	0,76	0,04	0,06	0,20	0,04	0,18	0,00	0,00	0,00
TR81	0,00	0,19	0,10	0,00	0,00	0,00	7,13	0,00	0,02	0,00	0,44	0,00	0,00	0,00
TR82	0,00	0,40	0,02	0,10	0,00	0,58	0,00	0,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TR83	0,07	0,22	0,21	1,15	0,00	0,48	0,05	0,54	0,06	0,01	0,30	0,33	0,00	0,00
TR90	0,00	0,52	0,13	0,03	0,00	0,57	0,03	0,25	0,04	0,00	0,05	0,00	0,00	0,00
TRA1	0,00	0,03	0,09	0,00	0,00	0,64	0,00	0,00	0,03	0,00	0,16	0,00	0,00	0,00
TRA2	0,00	0,09	0,00	0,00	0,00	0,70	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TRB1	0,00	0,23	0,05	0,00	0,00	0,95	0,04	4,04	0,00	0,00	0,12	0,00	0,00	0,00
TRB2	0,00	0,15	0,01	0,00	0,00	0,50	0,00	0,00	0,04	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TRC1	0,00	0,32	0,29	0,00	0,02	0,58	0,21	0,05	0,15	0,00	0,18	0,00	0,00	2,20
TRC2	0,03	0,31	0,19	0,00	0,01	0,47	0,02	0,00	0,02	0,68	0,00	0,00	0,00	0,00
TRC3	0,00	0,25	0,12	0,00	0,01	0,54	0,05	0,11	0,05	0,00	0,00	0,10	0,00	0,00

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve işgücü istatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not: Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.

Ek Tablo 2.10: TR-10 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR10-İSTANBUL	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0008	0,86	4,30	2
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0087	0,70	3,50	3
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0001	0,82	4,10	2
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0026	0,34	1,71	3
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0031	0,78	3,93	3
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0009	0,63	3,18	2
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0021	0,87	4,39	3
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0002	0,79	3,94	2
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0001	0,90	4,53	2
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0002	0,35	1,78	2
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0008	0,32	1,62	2
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,90	4,50	2
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0002	0,72	3,59	2
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0042	0,50	2,52	3
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0030	0,72	3,61	3
	Yayımcılık				
5811	Kitap yayımı	0,0006	0,62	3,10	2
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,64	3,23	2
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0010	0,33	1,67	2
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0005	0,65	3,24	2
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0001	0,39	1,98	2
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0003	0,63	3,18	2
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0001	0,47	2,34	2
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,81	4,04	2
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0002	0,82	4,11	2
8552	Kültürel eğitim	0,0001	0,38	1,90	2
9001	Gösteri sanatları	0,0007	0,58	2,90	2
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0004	0,76	3,79	2
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,38	1,88	2
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0003	0,89	4,49	2

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve işgücü istatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.

y: Veri yok

Ek Tablo 2.11: TR-21 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR21-Tekirdağ, Edirne, Kırklareli	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,02	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0003	0,00	0,10	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,01	0,54	1
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0007	0,01	0,44	1
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,00	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0005	0,05	1,77	2
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,13	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,01	0,56	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0003	0,01	0,55	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0002	0,00	0,14	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0002	0,01	0,21	0
	Yayımcılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,04	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,01	0,46	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0001	0,01	0,44	1
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,30	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,02	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,08	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,05	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,17	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,03	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,04	1,59	2
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,02	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.

y: Veri yok

Ek Tablo 2.12: TR-22 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR22- Balıkesir, Çanakkale	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0005	0,00	0,20	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,02	0,84	1
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0005	0,01	0,34	0
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,00	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,01	0,58	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0007	0,03	1,39	2
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,17	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0002	0,00	0,10	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0002	0,00	0,20	0
	Yayımcılık				
5811	Kitap yayımı	0,0001	0,01	0,25	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0007	0,03	1,20	2
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,19	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,39	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,08	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,05	2,04	2
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,12	0
8552	Kültürel eğitim	0,0001	0,04	1,81	2
9001	Gösteri sanatları	0,0001	0,01	0,29	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,06	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,20	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,09	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.

y: Veri yok

Ek Tablo 2.13: TR-32 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR32- Aydın, Denizli, Muğla	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,06	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0004	0,01	0,17	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,05	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0007	0,02	0,43	1
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0002	0,01	0,21	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0005	0,08	1,95	2
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,06	1,48	2
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,04	1,03	2
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0005	0,04	0,89	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,01	0,18	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,04	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0001	0,00	0,08	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0001	0,00	0,11	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,02	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,02	0,53	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,01	0,27	1
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,21	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,02	0,40	1
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,01	0,16	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,02	0,51	1
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,01	0,29	1
9001	Gösteri sanatları	0,0002	0,04	1,00	1
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,10	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,02	0,44	1
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.

y: Veri yok

Ek Tablo 2.14: TR-33 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR33- Manisa, Afyon, Kütahya, Uşak	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0004	0,01	0,18	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,02	0,43	1
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0006	0,02	0,43	1
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0001	0,00	0,11	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,01	0,18	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,10	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,02	0,44	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0002	0,02	0,42	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,02	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0001	0,00	0,07	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0005	0,04	0,90	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,05	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,02	0,38	1
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,00	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,01	0,13	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,07	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,20	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

· Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.

· y: Veri yok

Ek Tablo 2.15: TR-41 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR41- Bursa, Eskişehir, Bilecik	Baskınlık	Büyükük	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,01	0,15	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0013	0,03	0,51	2
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0019	0,06	1,22	3
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0003	0,02	0,33	1
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0001	0,02	0,48	1
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,01	0,26	1
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,04	0,86	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0005	0,05	1,03	2
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,02	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0011	0,03	0,64	1
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0006	0,04	0,71	1
	Yayımcılık				
5811	Kitap yayımı	0,0001	0,02	0,30	1
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,12	2,33	2
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0006	0,05	1,06	2
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,02	0,31	1
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,20	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0001	0,04	0,87	1
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,06	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,07	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,06	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,01	0,27	1
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,01	0,15	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,02	0,41	1
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,08	1,53	2
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,04	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.16: TR-42 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR42- Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova	Baskınlık	Büyükük	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0008	0,02	0,32	1
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,09	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0003	0,01	0,21	1
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0001	0,01	0,10	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0001	0,02	0,40	1
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,06	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,02	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,04	0,87	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0004	0,04	0,79	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,01	0,15	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,05	0,96	1
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0018	0,06	1,10	3
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0005	0,03	0,58	1
	Yayımcılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,02	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,03	0,58	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,01	0,26	1
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,04	0,73	1
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0001	0,06	1,11	2
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0002	0,51	10,19	2
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,08	0
8552	Kültürel eğitim	0,0002	0,15	2,97	2
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,01	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,04	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,03	0,53	1
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,01	0,17	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.17: TR-51 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR-51 Ankara	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0001	0,02	0,34	1
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0027	0,07	1,08	3
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,06	0,90	1
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0048	0,22	3,17	3
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0002	0,02	0,23	1
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0002	0,04	0,57	1
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0006	0,09	1,24	2
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0001	0,13	1,96	2
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0002	0,09	1,31	2
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0006	0,08	1,10	2
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,02	0,28	1
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0001	0,19	2,72	2
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0056	0,23	3,41	3
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0014	0,12	1,68	3
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0009	0,29	4,24	2
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0006	0,07	1,07	2
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0004	0,19	2,69	2
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0001	0,30	4,30	2
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0002	0,13	1,93	2
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,01	0,16	1
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,09	1,33	2
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,05	0,78	1
8552	Kültürel eğitim	0,0001	0,12	1,67	2
9001	Gösteri sanatları	0,0002	0,05	0,68	1
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,03	0,40	1
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,10	1,43	2
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,01	0,19	1

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.18: TR-52 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR52- Konya, Karaman	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0005	0,01	0,20	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,01	0,23	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0004	0,01	0,23	0
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,04	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,16	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,10	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,01	0,49	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0003	0,02	0,55	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,13	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0006	0,01	0,39	1
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0001	0,00	0,14	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,03	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0004	0,02	0,72	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,06	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,15	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,01	0,29	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,06	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,00	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,10	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0001	0,07	2,23	2
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,02	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.19: TR-61 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR61- Antalya, Isparta, Burdur	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0001	0,03	0,64	1
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0019	0,03	0,77	2
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0042	0,12	2,78	3
	El Sanatları				0
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0004	0,02	0,54	1
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				0
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0001	0,01	0,18	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,09	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,04	0,96	1
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,01	0,36	1
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0002	0,05	1,30	2
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0012	0,10	2,31	2
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,09	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,06	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0004	0,01	0,22	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0001	0,01	0,16	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,04	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0005	0,03	0,75	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,01	0,17	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,02	0,51	1
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0001	0,02	0,57	1
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,11	0
8552	Kültürel eğitim	0,0001	0,05	1,20	2
9001	Gösteri sanatları	0,0013	0,23	5,60	3
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0004	0,16	3,84	2
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0001	0,10	2,37	2
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,01	0,31	1

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.20: TR-62 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR62- Adana, Mersin	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0001	0,02	0,39	1
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0012	0,02	0,46	1
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0011	0,04	0,74	1
	El Sanatları				0
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0002	0,01	0,25	1
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				0
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0001	0,02	0,33	1
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,03	0,66	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0006	0,06	1,21	2
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,08	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,05	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0012	0,04	0,73	1
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,01	0,18	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0007	0,06	1,24	2
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,01	0,12	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,30	1
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,03	0,70	1
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,02	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,01	0,21	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,02	0,45	1
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0001	0,05	0,99	1

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.21: TR-63 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR63- Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye	Baskınlık	Büyükük	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0002	0,00	0,06	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,01	0,29	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0005	0,01	0,34	0
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0006	0,02	0,79	1
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,01	0,35	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,02	0,84	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0002	0,01	0,37	0
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0001	0,00	0,05	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,02	0
	Yayımcılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,05	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0005	0,02	0,81	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,01	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,31	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,01	0,27	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,01	0,21	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,04	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,02	0,71	1
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,04	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.22: TR-71 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR71- Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir	Baskınlık	Büyükük	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0001	0,01	0,73	1
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0004	0,00	0,16	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,06	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0003	0,00	0,18	0
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0003	0,01	0,33	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0001	0,01	0,28	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,01	0,51	0
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0002	0,01	0,34	0
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,02	0,79	1
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
	Yayımcılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,01	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0008	0,02	1,29	2
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,06	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,06	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,01	0,33	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,08	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,01	0,36	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,10	0
8552	Kültürel eğitim	0,0001	0,02	0,83	1
9001	Gösteri sanatları	0,0001	0,01	0,41	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,04	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,15	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,03	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.23: TR-72 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR72- Kayseri, Sivas, Yozgat	Baskınlık	Büyükük	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0009	0,01	0,36	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0005	0,01	0,30	0
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0002	0,01	0,21	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0001	0,01	0,49	1
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,03	0,95	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0006	0,03	1,10	2
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,14	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0002	0,00	0,12	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0002	0,01	0,23	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,07	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,01	0,48	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,07	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,11	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,01	0,23	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,01	0,18	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,01	0,25	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,08	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,01	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,02	0,76	1
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.24: TR-81 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR81- Zonguldak, Karabük, Bartın	Baskınlık	Büyükük	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0007	0,00	0,26	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,08	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0005	0,00	0,33	0
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0001	0,00	0,12	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,13	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,06	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,01	0,64	0
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0004	0,01	0,68	0
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0001	0,00	0,07	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0001	0,00	0,09	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0005	0,01	0,83	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0001	0,01	0,44	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,08	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,12	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,00	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,08	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,05	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,10	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.25: TR-82 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR82- Kastamonu, Çankırı, Sinop	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0001	0,00	0,05	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,01	0,76	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0006	0,00	0,37	0
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,00	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0003	0,01	0,60	0
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0000	0,00	0,02	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
	Yayımcılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,02	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0004	0,01	0,65	0
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,18	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,00	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,10	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,14	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.26: TR-83 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR83- Samsun, Tokat, Çorum, Amasya	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0005	0,01	0,21	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,06	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0001	0,00	0,07	0
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0002	0,01	0,27	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,01	0,18	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,02	0,67	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0004	0,03	0,76	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,02	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0005	0,01	0,28	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0001	0,00	0,11	0
	Yayımcılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,03	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0005	0,03	0,89	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,12	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,21	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,11	0
8552	Kültürel eğitim	0,0001	0,08	2,27	2
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,12	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,09	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,40	1
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.27: TR-90 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TR90- Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
Reklam ve Pazarlama					
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0004	0,01	0,15	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,12	0
Mimarlık					
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0005	0,01	0,30	1
El Sanatları					
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0002	0,01	0,23	0
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım					
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,13	0
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf					
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,06	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,02	0,50	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0003	0,02	0,64	1
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri					
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,02	0,53	1
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0002	0,00	0,11	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
Yayıncılık					
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,01	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0006	0,04	1,05	2
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0001	0,02	0,45	1
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,02	0,64	1
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,01	0,21	0
Müze, Galeri ve Kütüphaneler					
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar					
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,02	0,42	1
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,06	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,15	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,04	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.28: TRAI Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TRAI- Erzurum, Erzincan, Bayburt	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
Reklam ve Pazarlama					
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0002	0,00	0,08	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,01	1,04	2
Mimarlık					
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0004	0,00	0,24	0
El Sanatları					
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0001	0,00	0,12	0
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım					
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf					
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0002	0,02	1,58	2
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0002	0,00	0,30	0
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri					
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0002	0,00	0,09	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
Yayıncılık					
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,01	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,01	0,55	0
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,21	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,16	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
Müze, Galeri ve Kütüphaneler					
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar					
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,14	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,00	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,33	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.29: TRA2 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TRA2- Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0001	0,00	0,03	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0003	0,00	0,20	0
	EI Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0001	0,00	0,09	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,08	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	y	y	y	-
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0001	0,00	0,18	0
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0000	0,00	0,02	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,03	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,01	0,42	0
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,03	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,08	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,00	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,04	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.30: TRB1 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TRB1- Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0005	0,00	0,20	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,11	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0014	0,02	0,93	2
	EI Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,05	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0001	0,01	0,28	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,07	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,08	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,01	0,44	0
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0003	0,01	0,57	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0001	0,00	0,07	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0001	0,00	0,16	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0001	0,01	0,29	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0004	0,01	0,59	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0001	0,01	0,51	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,06	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,06	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,01	0,33	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,00	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,28	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.31: TRB2 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TRB2- Van, Muş, Bitlis, Hakkari	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0002	0,00	0,07	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,22	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0001	0,00	0,04	0
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0004	0,01	0,49	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0001	0,00	0,19	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,01	0,55	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0003	0,01	0,52	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,18	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0001	0,00	0,05	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0001	0,00	0,09	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,08	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,01	0,49	0
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,01	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,12	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,01	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,02	0,82	1
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.32: TRC1 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TRC1- Gaziantep, Adıyaman, Kilis	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0005	0,01	0,21	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,01	0,22	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0015	0,03	0,97	2
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0001	0,00	0,12	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0001	0,01	0,20	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,09	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,01	0,40	0
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0003	0,02	0,61	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,02	0,58	1
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0002	0,00	0,11	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0003	0,01	0,41	1
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,01	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0005	0,02	0,86	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0001	0,01	0,33	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,29	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,01	0,50	1
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,03	1,20	2
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,02	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,00	0
9001	Gösteri sanatları	0,0001	0,01	0,23	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,01	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,28	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,04	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.33: TRC2 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TRC2- Şanlıurfa, Diyarbakır	Baskınlık	Büyükük	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0002	0,00	0,08	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0008	0,02	0,55	1
	El Sanatları				0
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0007	0,02	0,84	1
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				0
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0001	0,01	0,46	1
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0001	0,00	0,11	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,06	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,02	0,63	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0003	0,02	0,61	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,01	0,39	1
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,12	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,21	7,28	2
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,02	0,55	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,01	0,24	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,02	0,56	1
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0001	0,03	1,06	2
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,00	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,13	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.34: TRC3 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2015

NACE. Rev.2	TRC3- Mardin, Batman, Şırnak, Siirt	Baskınlık	Büyükük	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,02	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0003	0,00	0,11	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,17	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0005	0,01	0,36	0
	El Sanatları				0
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0005	0,01	0,58	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				0
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,10	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,01	0,41	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,28	0
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0002	0,01	0,39	0
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0005	0,01	0,54	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,01	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0004	0,01	0,63	0
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0001	0,01	0,50	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,31	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,33	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,09	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,13	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,02	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,10	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,04	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.35: TR10 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR10-İstanbul	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0003	0,90	5,16	2
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0084	0,61	3,51	3
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0002	0,81	4,62	2
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0018	0,27	1,53	3
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0032	0,68	3,88	3
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0008	0,72	4,14	2
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0010	0,93	5,33	2
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0001	0,96	5,49	2
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0001	1,00	5,71	2
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0003	0,40	2,28	2
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0009	0,32	1,83	2
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,92	5,26	2
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0002	0,69	3,93	2
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0022	0,40	2,27	3
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0026	0,68	3,91	3
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0005	0,51	2,91	2
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,96	5,49	2
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0012	0,54	3,10	2
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0002	0,72	4,14	2
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,74	4,25	2
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0003	0,51	2,93	2
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,57	3,28	2
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,80	4,57	2
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0002	0,87	4,98	2
8552	Kültürel eğitim	0,0004	0,72	4,14	2
9001	Gösteri sanatları	0,0004	0,60	3,43	2
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0006	0,90	5,18	2
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,42	2,38	2
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0001	0,78	4,47	2

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.36: TR21 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR21- Tekirdağ, Edirne, Kırklareli	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0002	0,00	0,08	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0005	0,01	0,45	1
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,04	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,02	0,60	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0006	0,03	1,19	2
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0001	0,07	2,71	2
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0001	0,00	0,07	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0001	0,01	0,33	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,01	0,37	1
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,15	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,03	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,11	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,07	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0001	0,16	6,09	2
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.37: TR22 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR22- Balıkesir, Çanakkale	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0003	0,00	0,11	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,10	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0007	0,01	0,58	1
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,01	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,02	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,02	0,67	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0004	0,02	0,72	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0001	0,00	0,06	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0001	0,00	0,14	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0001	0,01	0,21	0
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,09	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,06	2,37	2
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,00	0
9001	Gösteri sanatları	0,0001	0,01	0,48	1
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,20	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.38: TR32 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR32- Aydın, Denizli, Muğla	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0004	0,01	0,15	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,06	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0009	0,03	0,74	1
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0004	0,02	0,44	1
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0004	0,08	1,89	2
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,02	0,55	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0005	0,05	1,12	2
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,02	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0003	0,01	0,32	1
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0001	0,01	0,15	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0001	0,01	0,19	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,03	0,66	1
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,01	0,14	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,01	0,21	1
9001	Gösteri sanatları	0,0002	0,07	1,63	2
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,02	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,22	1
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.39: TR33 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR33- Manisa, Afyon, Kütahya, Uşak	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0002	0,00	0,07	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0006	0,02	0,50	1
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,05	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0000	0,01	0,18	0
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0002	0,02	0,50	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0002	0,01	0,16	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,07	0
	Yayımcılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,02	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0002	0,02	0,47	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,07	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,03	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,02	0,40	1
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,06	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.40: TR41 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR41- Bursa, Eskişehir, Bilecik	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,01	0,12	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0013	0,03	0,53	2
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0001	0,11	2,12	2
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0012	0,05	1,07	2
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0001	0,00	0,08	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0004	0,09	1,81	2
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,05	0,91	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0003	0,03	0,55	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0001	0,13	2,66	2
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0013	0,07	1,34	3
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0009	0,07	1,32	2
	Yayımcılık				
5811	Kitap yayımı	0,0001	0,01	0,29	1
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0002	0,02	0,45	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,06	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,01	0,21	1
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,01	0,15	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,06	1,12	2
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,07	0
9001	Gösteri sanatları	0,0001	0,03	0,65	1
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,11	2,26	2
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,01	0,20	1

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.41: TR42 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR42- Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0020	0,04	0,82	2
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,01	0,11	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0010	0,04	0,86	1
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,01	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,04	0,86	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0005	0,05	0,99	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,05	1,06	2
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0012	0,06	1,25	2
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0001	0,01	0,13	0
	Yayımcılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,05	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,03	0,70	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,01	0,14	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0001	0,03	0,67	1
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0001	0,43	9,17	2
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,01	0,19	1
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,02	0,39	1
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,01	0,24	1
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,11	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,16	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,07	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.42: TR51 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR51- Ankara	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0001	0,07	1,09	2
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0039	0,10	1,63	3
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0049	0,27	4,23	3
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,02	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0001	0,02	0,26	1
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0002	0,06	0,95	1
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,01	0,17	1
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0003	0,14	2,17	2
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0006	0,08	1,28	2
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,05	0,85	1
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,05	0,79	1
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0033	0,22	3,41	3
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0020	0,19	3,03	3
	Yayımcılık				
5811	Kitap yayımı	0,0011	0,41	6,49	2
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0004	0,07	1,06	2
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0001	0,06	0,91	1
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0004	0,22	3,51	2
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,07	1,17	2
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,04	0,66	1
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,02	0,37	1
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,02	0,29	1
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,02	0,26	1
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,13	2,09	2
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,04	0,69	1

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.43: TR52 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR52- Konya, Karaman	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0001	0,00	0,06	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0016	0,05	1,37	3
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,02	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,01	0,18	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,02	0,51	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0006	0,04	1,31	2
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,03	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0002	0,01	0,20	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,03	0,78	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,02	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,07	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,01	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,13	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,22	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.44: TR61 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR61- Antalya, Isparta, Burdur	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,01	0,30	1
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0021	0,04	0,88	2
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,01	0,29	1
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0015	0,06	1,30	3
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0028	0,15	3,34	3
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0001	0,03	0,67	1
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0008	0,07	1,56	2
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0002	0,01	0,23	1
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0001	0,01	0,34	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0001	0,07	1,66	2
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0001	0,03	0,73	1
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,09	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,01	0,12	0
9001	Gösteri sanatları	0,0005	0,20	4,58	2
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0001	0,04	0,96	1
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,02	0,57	1
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,08	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.45: TR62 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR62- Adana, Mersin	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0019	0,04	0,80	2
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,07	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0010	0,05	0,88	1
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0004	0,03	0,48	1
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0001	0,02	0,33	1
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,02	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,04	0,68	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0003	0,03	0,52	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0007	0,04	0,76	1
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0001	0,00	0,08	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,04	0,68	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,02	0,36	1
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,02	0,29	1
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,01	0,25	1
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,09	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,01	0,15	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,02	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,29	1
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,02	0,29	1

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.46: TR63 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR63- Adana, Mersin	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0004	0,01	0,17	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0002	0,01	0,15	0
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,03	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0001	0,01	0,28	1
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0000	0,01	0,24	1
6010	Radyo yayıncılığı	0,0000	0,00	0,00	0
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0004	0,03	0,88	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0001	0,00	0,11	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0001	0,01	0,31	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,12	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,00	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,07	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,04	0,99	1
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.47: TR71 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR71- Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
Reklam ve Pazarlama					
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0002	0,00	0,08	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,01	0,31	0
Mimarlık					
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0001	0,00	0,10	0
El Sanatları					
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0001	0,00	0,15	0
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım					
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0001	0,01	0,49	1
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf					
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,22	0
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0002	0,01	0,41	0
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri					
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0002	0,01	0,25	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
Yayıncılık					
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,02	0,78	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,18	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,23	0
Müze, Galeri ve Kütüphaneler					
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar					
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,07	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,06	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,02	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,08	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.48: TR72 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR71- Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
Reklam ve Pazarlama					
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0005	0,01	0,23	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,09	0
Mimarlık					
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0004	0,01	0,33	1
El Sanatları					
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0001	0,00	0,12	0
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım					
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,02	0
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf					
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,02	0,62	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0004	0,02	0,76	1
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri					
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0006	0,02	0,64	1
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
Yayıncılık					
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,02	0,74	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
Müze, Galeri ve Kütüphaneler					
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar					
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,06	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,01	0,20	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,04	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,18	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.49: TR81 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR81- Zonguldak, Karabük, Bartın	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0002	0,00	0,10	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0002	0,00	0,19	0
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,00	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,01	0,39	0
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0004	0,01	0,37	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0002	0,01	0,46	0
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0001	0,02	1,16	2
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,09	5,43	2
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0008	0,12	7,13	2
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,00	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,02	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,44	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.50: TR82 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR81- Zonguldak, Karabük, Bartın	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0000	0,00	0,02	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,10	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0005	0,01	0,40	0
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,00	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0003	0,01	0,58	0
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0001	0,00	0,06	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0003	0,01	0,40	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0001	0,00	0,17	0
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,03	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,00	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.51: TR83 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR83 - Samsun, Tokat, Çorum, Amasya	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,07	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0005	0,01	0,21	1
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,05	1,15	2
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0002	0,01	0,22	1
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0002	0,01	0,23	1
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,03	0,63	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0002	0,02	0,48	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0003	0,01	0,31	1
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,02	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,04	0,88	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,02	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0001	0,02	0,54	1
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,06	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,01	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,01	0,30	1
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,01	0,33	1

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.52: TR90 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TR90 - Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0003	0,01	0,13	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,03	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0006	0,02	0,52	1
	El Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0004	0,02	0,45	1
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,03	0,60	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0003	0,03	0,57	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0009	0,04	0,88	1
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0001	0,02	0,34	1
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0002	0,03	0,64	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,01	0,25	1
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,04	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.53: TRA1 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TRA1- Erzurum, Erzincan, Bayburt	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0002	0,00	0,09	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0015	0,03	1,86	3
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,01	0,86	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0003	0,01	0,64	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0006	0,01	0,60	1
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0001	0,00	0,14	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,03	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0003	0,01	0,70	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,19	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,00	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,03	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,16	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.54: TRA2 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TRA2- Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0001	0,00	0,09	0
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,00	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0003	0,01	0,70	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0001	0,00	0,06	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0000	0,00	0,07	0
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,00	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,00	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.55: TRB1 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TRB1- Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0001	0,00	0,05	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0003	0,00	0,23	0
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0001	0,00	0,13	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,03	1,40	2
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,01	0,57	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0005	0,02	0,95	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0001	0,00	0,13	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,04	1,90	2
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0001	0,01	0,24	0
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0001	0,02	0,90	1
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,13	6,00	2
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,04	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,12	0
8552	Kültürel eğitim	0,0004	0,09	4,04	2
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,00	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,12	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.56: TRB2 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TRB2- Van, Muş, Bitlis, Hakkari	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0002	0,00	0,15	0
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0000	0,00	0,00	0
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0000	0,01	0,31	0
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0002	0,01	0,50	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0007	0,01	0,76	1
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0001	0,00	0,16	0
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,02	0,82	1
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,00	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,04	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.57: TRC1 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TRC1- Gaziantep, Adıyaman, Kilis	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
Reklam ve Pazarlama					
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0.0000	0.00	0.00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0.0007	0.01	0.29	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0.0000	0.00	0.00	0
Mimarlık					
7111	Mimarlık faaliyetleri	0.0004	0.01	0.32	1
El Sanatları					
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0.0000	0.00	0.00	0
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım					
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0.0000	0.00	0.02	0
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf					
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0.0000	0.00	0.00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0.0000	0.00	0.00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0.0000	0.00	0.00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0.0001	0.01	0.39	1
6010	Radyo yayıncılığı	0.0000	0.00	0.00	0
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	0.0000	0.00	0.00	0
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0.0003	0.02	0.58	1
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri					
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0.0000	0.03	0.99	1
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0.0000	0.00	0.00	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0.0006	0.02	0.63	1
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0.0000	0.00	0.00	0
Yayıncılık					
5811	Kitap yayımı	0.0000	0.00	0.05	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0.0000	0.00	0.00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0.0002	0.02	0.61	1
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0.0000	0.00	0.11	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0.0000	0.01	0.28	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0.0000	0.01	0.21	0
Müze, Galeri ve Kütüphaneler					
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0.0000	0.00	0.00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0.0000	0.06	2.20	2
Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar					
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0.0000	0.00	0.00	0
8552	Kültürel eğitim	0.0000	0.00	0.05	0
9001	Gösteri sanatları	0.0000	0.00	0.15	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0.0000	0.00	0.00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0.0000	0.00	0.18	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0.0000	0.00	0.00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.58: TRC2 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TRC2- Şanlıurfa, Diyarbakır	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
Reklam ve Pazarlama					
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,03	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0005	0,00	0,19	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
Mimarlık					
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0004	0,01	0,31	0
El Sanatları					
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0003	0,01	0,37	1
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım					
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf					
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,10	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0001	0,01	0,49	1
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0002	0,01	0,47	1
Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri					
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,04	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0005	0,01	0,49	1
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
Yayıncılık					
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,01	0,21	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0001	0,01	0,22	0
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,02	0
Müze, Galeri ve Kütüphaneler					
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar					
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,00	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,02	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0001	0,02	0,68	1
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,00	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

Ek Tablo 2.59: TRC3 Bölgesi için Yaratıcı Endüstrilerin Üç Yıldız Analizi Sonuçları, 2010

NACE. Rev.2	TRC3- Mardin, Batman, Şırnak, Siirt	Baskınlık	Büyüklik	Uzmanlaşma	Yıldız Sayısı
	Reklam ve Pazarlama				
7021	Halkla ilişkiler ve iletişim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7311	Reklam ajanslarının faaliyetleri	0,0003	0,00	0,12	0
7312	Çeşitli medya reklamları için alan ve zamanın bir ücret veya sözleşmeye dayalı olarak satışı	0,0000	0,00	0,00	0
	Mimarlık				
7111	Mimarlık faaliyetleri	0,0003	0,00	0,25	0
	Eİ Sanatları				
3212	Mücevher ve benzeri eşyaların imalatı	0,0005	0,01	0,63	1
	Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda Tasarım				
7410	Uzmanlaşmış tasarım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
	Film, TV, Video, Radyo ve Fotoğraf				
5911	Sinema filmi, video ve televizyon programları yapım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5912	Sinema filmi, video ve televizyon programları çekim sonrası faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5913	Sinema filmi, video ve televizyon programları dağıtım faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
5914	Sinema filmi gösterim faaliyetleri	0,0000	0,00	0,25	0
6010	Radyo yayıncılığı	y	y	y	-
6020	Televizyon programcılığı ve yayıncılığı faaliyetleri	y	y	y	-
7420	Fotoğrafçılık faaliyetleri	0,0003	0,01	0,54	1
	Bilgi Teknolojileri, Yazılım ve Bilgisayar Hizmetleri				
5821	Bilgisayar oyunlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5829	Diğer yazılım programlarının yayımlanması	0,0000	0,00	0,13	0
6201	Bilgisayar programlama faaliyetleri	0,0000	0,00	0,01	0
6202	Bilgisayar danışmanlık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Yayıncılık				
5811	Kitap yayımı	0,0000	0,00	0,00	0
5812	Rehberlerin ve posta adres listelerinin yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5813	Gazetelerin yayımlanması	0,0000	0,00	0,08	0
5814	Dergi ve süreli yayınların yayımlanması	0,0000	0,00	0,00	0
5819	Diğer yayıncılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
7430	Tercüme ve sözlü tercüme faaliyetleri	0,0000	0,00	0,05	0
	Müze, Galeri ve Kütüphaneler				
9101	Kütüphane ve arşivlerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9102	Müzelerin faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
	Müzik, Performans ve Görsel Sanatlar				
5920	Ses kaydı ve müzik yayıncılığı faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
8552	Kültürel eğitim	0,0000	0,00	0,11	0
9001	Gösteri sanatları	0,0000	0,00	0,05	0
9002	Gösteri sanatlarını destekleyici faaliyetler	0,0000	0,00	0,00	0
9003	Sanatsal yaratıcılık faaliyetleri	0,0000	0,00	0,00	0
9004	Sanat tesislerinin işletilmesi	0,0000	0,00	0,10	0

Kaynak: TÜİK'in "Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri 2009-2015" Mikro veri seti ve İşgücü İstatistikleri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Not:

- Renkli gösterilen değerler kritik değeri aşan değerlerdir.
- y: Veri yok

KAYNAKÇA

- ▶ Acemoğlu, D. and Restrepo, P., 2017. *The Race Between Machine and Man: Implications of Technology for Growth, Factor Shares and Employment*. NBER Working Paper, 22252.
- ▶ Amabile, T.M., 2018. Creativity and the Labor of Love. *The Nature of Human Creativity*, Edt: Sternberg, R.J. ve Kaufman, J.C., Cambridge University Press. doi:10.1017/9781108185936
- ▶ Antonelli, C., 1998, *Localized Technological Change, New Information Technology and the Knowledge-Based Economy: The European Evidence*, Journal of Evolutionary Economics, 8, pp.177-198.
- ▶ Antonelli, C., 2003. *Knowledge Complementarity and Fungeability: Implications for Regional Strategy*, Regional Studies 37(6-7), pp.595-606.
- ▶ Bakalli, M. (2014). *The Creative Ecosystem: Facilitating the Development of Creative Industries*. Working Paper 08/2014. Vienna, Austria: UNIDO.
- ▶ Bakhshi, H. and Yang, L., 2018. *Creativity and The Future of Work*. NESTA.
- ▶ Bakhshi, H., 2019. The Creative Industries and Industrial Policy: The UK Case. *A Research Agenda for Creative Industries*, Edt: Cunningham, S., ve Flew, T., ss.27-38, Edward Elgar Publishing.
- ▶ Bakhshi, H., Davies, J., Freeman, A. and Higgs, P., 2015a. *The Geography of the UK's Creative and High-Tech Economies*. NESTA.
- ▶ Bakhshi, H., Freeman, A. and Higgs, P., 2013a. *A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries*. NESTA.
- ▶ Bakhshi, H., Freyand, C.B. and Osborne, M., 2015b. *Creativity vs. Robots: The Creative Economy and The Future of Employment*. NESTA.
- ▶ Bakhshi, H., Hargreaves, I. ve Mateos-Garcia, J., 2013b. *A Manifesto for the Creative Economy*. NESTA.
- ▶ Bakhshi, H., I. Hargreaves, and J. Mateos-Garcia. (2013). *A Manifesto for the Creative Economy*. London, UK: NESTA.
- ▶ Boschma, R., 2016. *Smart Specialisation and Regional Innovation Policy*, Welsh Economic Review, http://dx.doi.org/10.18573/j.2016.10050.
- ▶ Calvino, F., Criscuolo, C., Marcolin, L. and Squicciarini, M., 2018. *A Taxonomy of Digital Intensive Sectors*. OECD Science, Technology and Industry Working Papers, No. 2018/14, Paris: OCED Publishing.
- ▶ Caramiaux, B., Lotte, F., Geurts, J., Amato, G., Behrmann, M. vd., 2019. *AI in the media and creative industries*, Araştırma Raporu, New European Media (NEM).
- ▶ Changeux, J.-P. 2005. *Creation, Arts and the Brain. Neurobiology of Human Values*, Edt: J.P. Changeux, J.P., Damasio, A.R., Singer, W. ve Christen, Y., Springer, New York.
- ▶ Chapain, C., Cooke, P., De Propriis, L., MacNeill, S. ve Mateos-Garcia, J., 2010. *Creative clusters and innovation: Putting creativity on the map*, NESTA.
- ▶ Citi, 2016. *Virtual and Augmented Reality: Are you sure it isn't real?*.
- ▶ Comunian, R. (2011). *Rethinking the creative city the role of complexity, networks and interactions in the urban creative economy*. Urban Studies, 48(6), 1157-1179.
- ▶ DCMS (2016b), *Digital Sector Economic Estimates: Statistical Release*, January. <https://www.gov.uk/government/statistics/announcements/digital-sector-economic-estimates#history>.
- ▶ DCMS, 1998. *Creative Industries Mapping Document*.
- ▶ DCMS, 2001. *Creative Industries Mapping Documents*.
- ▶ DCMS, 2014. *Creative Industries Economic Estimates, January* https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/271008/Creative_Industries_Economic_Estimates_-_January_2014.pdf
- ▶ DCMS, 2016a. *Creative Industries Economic Estimates, January* https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/523024/Creative_Industries_Economic_Estimates_January_2016_Updated_201605.pdf
- ▶ DCMS, 2017. *Change of name for DCMS*. Haber Bülteni, Temmuz, <https://www.gov.uk/government/news/change-of-name-for-dcms>
- ▶ DCMS, 2019. *DCMS Sector Economic Estimates: Methodology*.
- ▶ De Propriis, L., Chapain, C., Cooke, P., MacNeill, S. and Mateos-Garcia, J., 2009. *The Geography of Creativity*, NESTA.
- ▶ DiCola, P., 2013. *Copyright Law, Handbook on the Digital Creative Economy*, Edt: Towse, R., Edward Elgar Pub.
- ▶ Domenech, R. and Rausell-Köster, P., 2018. *The*

- Economic Impact of the Creative Industry in the European Union: Innovative Strategies for European SMEs.*
- ▶ EC, 2012a. *Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU.* Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions.
 - ▶ EC, 2012b. *Guide to Research and Innovation Strategies for Smart Specialisations (RIS 3).*
 - ▶ EC, 2014. *Report of the Commission Expert Group on Taxation of the Digital Economy.*
 - ▶ EC, 2016. *Boosting the competitiveness of cultural and creative industries for growth and jobs.* Austrian Institute for SME Research and VVA Europe.
 - ▶ EC, 2017a. *Mapping the creative value chains: A study on the economy of culture in the digital age.*
 - ▶ EC, 2017b. *Strengthening Innovation in Europe's Regions: Strategies for Resilient, Inclusive and Sustainable Growth.* Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, 264. European Commission, Brussels.
 - ▶ EC, 2018. Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on the European Regional Development Fund and on the Cohesion Fund.
 - ▶ EC, 2020a. *A New Industrial Strategy for Europe.* Communication from the Commission to the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions.
 - ▶ EC, 2020b. *Smart Specialisation 2.0. Editorial Note,* https://ec.europa.eu/newsroom/jrcseville/item-detail.cfm?item_id=675034&newsletter_id=453&utm_source=jrcseville_newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=S3%20&utm_content=Smart%20Specialisation%20&lang=en.
 - ▶ Encyclopedia Britannica, Inc., (<https://www.britannica.com/science/ecosystem>) (Son Erişim: 05.09.2020)
 - ▶ ETZKOWITZ, H.,(2008). *The Triple Helix: University-Industry Government/ Innovation in Action,* New York and London, Routhledge
 - ▶ European Parliament, 2013. Regulation (EU) No 1295/2013 of the European Parliament and of the Council of 11 December 2013 establishing the Creative Europe Programme (2014 to 2020) and repealing Decisions No 1718/2006/EC, No 1855/2006/EC and No 1041/2009.
 - ▶ European Parliament, 2016. Resolution of 13 December 2016 on a coherent EU policy for cultural and creative industries. 2016/2072(INI).
 - ▶ European Parliament, 2018. Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council establishing the Creative Europe programme (2021 to 2027) and repealing Regulation (EU) No 1295/2013.
 - ▶ EUROSTAT, 2018. Guide to Eurostat culture statistics.
 - ▶ Flew, T. (2002) *Beyond Ad Hocery: Defining Creative Industries.* Cultural Sites, Cultural Theory, Cultural Policy: The Second International Conference on Cultural Policy Research January 23–26, 2002, Te Papa, Wellington, New Zealand.
 - ▶ Flew, T., 2002. *Beyond ad hocery: Defining Creative Industries Paper.* The Second International Conference on Cultural Policy Research, Te Papa, Wellington, Yeni Zelanda, 23-26 Ocak.
 - ▶ Florida, R. (2002) "The Rise of the Creative Class." *The Washington Monthly*, 34(5):15–25.
 - ▶ Florida, R. (2005). *Cities and the Creative Class.* New York: Routledge.
 - ▶ Florida, R., 2018. *The Creative City. The Cambridge Handbook of Creativity,* Edt: Kaufman, J.C ve Sternberg, R. J., Cambridge University Press, İkinci Baskı.
 - ▶ Foray, D. and Goenaga, X., 2013. *The Goals of Smart Specialization,* JRC Sceintific and Policy Reports, S3 Policy Brief Series, No: 012013.
 - ▶ Foray, D., 2012. *Smart specialisation and the New Industrial Policy agenda.* Policy Brief No: 8, European Commission.
 - ▶ Foray, D., David, P.A. ve Hall, B. 2009. *Smart specialisation: the concept.* Knowledge Economists Politika Notu No:9.
 - ▶ Framingham, M., 2019. *Worldwide Spending on Augmented and Virtual Reality Expected to Reach \$18.8 Billion in 2020, According to IDC.* <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS45679219>
 - ▶ Freeman, C. 1989. *Technology Policy and Economic Performance.* Great Britain: Pinter Publishers.
 - ▶ Gallego, J. and Maroto, A., 2015. *The Specialization in Knowledge-Intensive Business Services (KIBS) across Europe: Permanent Co-Localization to Debate,* Regional Studies, 49:4, pp.644-664.
 - ▶ Glăveanu, V.P. ve Kaufman, J. C., 2018. Creativity A Historical Perspective. *The Cambridge Handbook of Creativity,* Edt: Kaufman, J.C ve Sternberg, R. J., Cambridge University Press, İkinci Baskı.
 - ▶ Goldman Sachs, 2016. *Profiles in Innovation: Virtual and Augmented Reality Understanding the race for the next computing platform.*
 - ▶ Green, L., I. Miles, and J. Rutter. (2007). *Hidden Innovation in the Creative Sectors.* London, UK: NESTA.
 - ▶ Hall, S. and Takahashi, R., 2017. *Augmented and virtual reality: The promise and peril of immersive Technologies,* McKinsey Company, <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/augmented-and-virtual-reality-the-promise-and-peril-of-immersive-technologies>
 - ▶ Handke, C., 2011. *Economic Effects of Copyright: The Empirical Evidence so far.*
 - ▶ Handke, C., 2013. Empirical evidence on copyright, *Handbook on the Digital Creative Economy,* Edt: Towse, R., Edward Elgar Pub.
 - ▶ Howkins, J., 2001. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas.* Londra, Penguin.
 - ▶ IMF, 2018. *Measuring the Digital Economy.*
 - ▶ Innovate UK, 2018. *The immersive economy in the UK: The growth of virtual, augmented and mixed reality Technologies.*
 - ▶ Internet Society, 2019. *Internet Society Global Internet Report: Consolidation in the Internet Economy.*
 - ▶ İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği (SKD). <http://www.skdturkiye.org/surdurulebilir-sanayi-ve-dongusel-ekonomi>
 - ▶ KEA, 2019. *Impulse paper on the role of cultural and creative sectors in innovating European industry.*
 - ▶ Kelly, E., and J. O'Hagan. (2007). "Geographic Clustering of Economic Activity: The Case of Prominent Western Visual Artists." *Journal of Cultural Economics*, 31(2):109–28.
 - ▶ Kitson, M., Martin, R. and Tyler, P., 2004. *Regional Competitiveness: An Elusive yet Key Concept?.* Regional Studies, 38(9), ss. 991-999.
 - ▶ Landry, C., and F. Bianchini. (1995). *The Creative City.* London, UK: DEMOS.
 - ▶ Lazeretti, L. (2012). *Creative Industries and Innovation in Europe: Concepts, Measures and Comparative Case Studies.* London, UK: Routledge.
 - ▶ Liebowitz, S. J., 2013. Internet piracy: the estimated impact on sales, *Handbook on the Digital Creative Economy,* Edt: Towse, R., Edward Elgar Pub.
 - ▶ Lundvall, B. (1985). *Product Innovation and User-Producer Interaction.* Aalborg Universitetsforlag. London, UK: Anthem Press.
 - ▶ Lundvall, B. (1992). *National Innovation System: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning.* London, UK: Pinter.
 - ▶ Mainelli, M., 2017. *Blockchain Will Help Us Prove Our Identities in a Digital World,* <https://hbr.org/2017/03/blockchain-will-help-us-prove-our-identities-in-a-digital-world>
 - ▶ Markusen, A., and D. King. (2003). *The Artistic Dividend: The Arts' Hidden Contributions to Regional Development,* Project on Regional and Industrial Economics. Minneapolis, MN: University of Minnesota, Humphrey Institute of Public Affairs.
 - ▶ Markusen, A.,(2014). *Creative Cities: A Ten-Year Research Agenda,* Journal of Urban Affairs 36, (s22) (August 2014): 567–89.
 - ▶ McKinsey & Company, 2018. *Notes From the AI Frontier Insights From Hundreds of Use Cases,* Discussion Paper, Nisan.
 - ▶ McKinsey & Company, 2020. *İşimizin Geleceği: Dijital Çağda Türkiye'nin Yetenek Dönüşümü,* Ocak.
 - ▶ Miles, I., Kastrinos, N., Flanagan, K., Bilderbeek, R., Den Hertog, P., 1995. *Knowledge-intensive business services: users, carriers and sources of innovation.* *European Innovation Monitoring Systems,* EIMS Publication No 15. Innovation Programme, DGXIII, Luxembourg..
 - ▶ Moore, M. and Tambini, D., 2018. *Digital Dominance: The Power of Google, Amazon, Facebook, and Apple.* Oxford University Press.
 - ▶ Müller, K., Rammer, C. and Trübby, J., 2008. *The Role of Creative Industries in Industrial Innovation,* Discussion Paper No. 08-109, Centre for European Economic Research.
 - ▶ Mulligan, C., 2017. *Still don't understand blockchain? Let's untangle the wires,* <https://qrius.com/still-understand-blockchain-lets-untangle-wires/>
 - ▶ Naisbitt, John, "MINDSET",(2006) Collins
 - ▶ Nascimento S., Pólvara A. and Sousa Lourenço J., 2018. *Blockchain4EU: Blockchain for Industrial Transformations,* EUR 29215 EN, Publications Office of the European Union, ISBN 978-92-79-85719-5, doi:10.2760/204920, JRC111095. Lüksemburg.
 - ▶ Nathan, M., Pratt, A. and Rincon-Aznar, A., 2015. *Creative Economy Employment in the EU and the UK: A Comparative Analysis.* NESTA.
 - ▶ Nelson, R.R. (1993). *National Innovation Systems: A Comparative Analysis,* Oxford: Oxford University Press.
 - ▶ OECD, 1998. *Content As a New Growth Industry.* OECD Digital Economy Papers, No. 37, OECD Publishing,

- Paris.
- ▶ OECD, 2009. *How Regions Grow*. Politika Notu.
 - ▶ OECD, 2010. *Regional Development Policies in OECD Countries*. OECD Publishing, Paris.
 - ▶ OECD, 2011a. *ISIC REV. 3 Technology Intensity Definition*. OECD Directorate for Science, Technology and Industry, Economic Analysis and Statistics Division, <https://www.oecd.org/sti/ind/48350231.pdf>
 - ▶ OECD, 2011b. *Regional Outlook: Building Resilient Regions For Stronger Economies*. OECD Publishing, Paris.
 - ▶ OECD, 2013. *Innovation-driven Growth in Regions: The Role of Smart Specialisation*.
 - ▶ OECD, 2017a. *Science, Technology and Industry Scoreboard: The Digital Transformation*. OECD Publishing, Paris.
 - ▶ OECD, 2017b. *Digital Economy Outlook*.
 - ▶ OECD, 2018. *Going Digital in a Multilateral World*, Meeting of the OECD Council at Ministerial Level, Paris, 30-31 Mayıs.
 - ▶ OECD, 2019a. *The Future of Works: Employment Outlook 2019 Highlights*.
 - ▶ OECD, 2019b. *Regional Outlook 2019: Leveraging Megatrends for Cities and Rural Areas*. OECD Publishing, Paris.
 - ▶ OECD, 2019c. *Economic Policy Reforms 2019: Going for Growth*. OECD Publishing, Paris.
 - ▶ OECD, 2019d. *Regions in Industrial Transition: Policies for People and Places*, OECD Publishing, Paris.
 - ▶ Özen, E.N., (2014), *Türkiye'nin Yenilikçi Sınıfı*, Politika Notu, TEPAV, Ankara
 - ▶ Palanivel, T., 2019. *How cultural and creative industries can power human development in the 21st Century*. <http://hdr.undp.org/en/content/how-cultural-and-creative-industries-can-power-human-development-21st-century>
 - ▶ Pike, A., Rodríguez-Pose, A. and Tomaney J., 2007. *What Kind of Local and Regional Development and for Whom?*. Regional Studies 41(9), ss. 1253- 1269.
 - ▶ Rosenberg, N, (1982) "Inside the Black Box: Technology and Economics", Cambridge University Press, Cambridge, pp 114-115
 - ▶ Rouse, M., 2017. *Digital Economy*, Techtargat. <http://searchcio.techtargat.com/definition/digital-economy>
 - ▶ Santagata, W. (2006). *Cultural Districts and Their Role in Developed and Developing Countries*, In D. Throsby and V. Ginsburgh (editors), *Handbook of the Economics of Art and Culture*. Elsevier.
 - ▶ Santagata, W., 2009. *White Paper on Creativity -Towards an Italian Model of Development*.
 - ▶ Schnabl, E. and Zenker, A., 2013. Statistical Classification of Knowledge-Intensive Business Services (KIBS) with NACE Rev. 2, evoREG Research Note, No:25.
 - ▶ Serrai D. S., 2015, *Determinants of the Concentration of Creative Industries in Europe: A Comparison between Spain, Italy, France, United Kingdom and Portugal*, PhD Thesis, Faculty of Economics and Business Studies, Autonomous University of Barcelona.
 - ▶ Simon, H.A., 1983. *Discovery, Invention, and development: Human creative thinking*. Proceedings of the National Academy of Sciences USA, 80(14), ss. 4569-4571, Temmuz, doi:10.1073/pnas.80.14.4569
 - ▶ Tapscott, D., 1996. *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, McGraw-Hill, New York, NY.
 - ▶ Taymaz, E., 2018. *Dijital Teknolojiler ve Ekonomik Büyüme*. TÜSİAD.
 - ▶ Tom Fleming Creative Consultancy, 2015. *Cultural and creative spillovers in Europe: Report on a preliminary evidence review*.
 - ▶ UNCTAD, 2008. *Creative Economy Report: The challenge of assessing the creative economy towards informed policy-making*.
 - ▶ UNCTAD, 2010. *Creative Economy Report 2010: Creative Economy: A Feasible Development Option*.
 - ▶ UNCTAD, 2018. *Technology and Innovation Report: Harnessing Frontier Technologies for Sustainable Development*.
 - ▶ UNCTAD, 2019. *Digital Economy Report 2019: Value Creation and Capture: Implications for Developing Countries*, UN, New York, <https://doi.org/10.18356/c7dc937a-en>.
 - ▶ UNESCO, 2013. *Creative Economy Report 2013 Special Edition: Widening Local Development Pathways*.
 - ▶ UNIDO, (2014). *The Creative Ecosystem: Facilitating the Development of Creative Industries*, Research, Statistics And Industrial Policy Branch Working Paper 08/2014, Vienna, Austria,.
 - ▶ UNIDO, 2019. *Industrial Development Report 2020: Industrializing in the digital age*.
 - ▶ Universities (2010). *Creating Prosperity: The Role Of Higher Education in Driving The UK's Creative Economy*. London: Universities UK.
 - ▶ Vanthillo, T. and Verhetsel, A., 2012. *Paradigm change*

- in regional policy: towards smart specialisation? Lessons from Flanders (Belgium)*. Belgeo Revue belge de géographie 1-2.
- ▶ Waldfogel, J., 2012. *And the bands played on: digital disintermediation and the quality of new recorded music*, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2117372
 - ▶ Warwick, K., 2013. *Beyond Industrial Policy: Emerging Issues and New Trends*. OECD Science, Technology and Industry Policy Papers, No. 2, OECD Publishing, Paris.
 - ▶ Watt, R., 2013. *Copyright Law and Royalty Contracts, Handbook on the Digital Creative Economy*, Edt: Towse, R., Edward Elgar Pub.
 - ▶ WEF, 2017. *Augmented and virtual reality: the promise and peril of immersive technologies*, <https://www.weforum.org/agenda/2017/09/augmented-and-virtual-reality-will-change-how-we-create-and-consume-and-bring-new-risks>
 - ▶ WEF, 2018a. *The Future of Jobs Report*.
 - ▶ WEF, 2018b. *Creative Disruption: The impact of emerging technologies on the creative economy*, Whitepaper, Şubat, http://www3.weforum.org/docs/39655_CREATIVE-DISRUPTION.pdf

Web Siteleri

- ▶ TÜİK, <http://www.tuik.gov.tr>
- ▶ Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/home>
- ▶ OECD Statistics, <https://stats.oecd.org/>
- ▶ UNCTAD Statistics, https://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx?sCS_ChosenLang=en



İZMİR KALKINMA AJANSI

Şehit Fethi Bey Caddesi No:49/1 Birlik Plaza Kat:3 35210

Gümrük KONAK / İZMİR / TÜRKİYE

T. +90 232 489 81 81 F. +90 232 489 85 05

www.izka.org.tr