

TRC1 BÖLGESİ YENİLİK STRATEJİSİ

2017-2020

*Gaziantep
Adıyaman
Kilis*



ARAŞTIRMA SERİSİ -22-



TRC1 BÖLGESİ YENİLİK STRATEJİSİ

2017-2020



TRC1 Bölgesi Yenilik Stratejisi Raporu çalışmasının hazırlanmasında değerli katkılarını esirgemeyen T.C. İpekyolu Kalkınma Ajansı Yönetim Kurulu ve Kalkınma Kurulu üyelerine ve bu raporu yayıma hazırlayan İstanbul Kalkınma Enstitüsü'ne, Araştırma Koordinatörü Yrd. Doç. Dr. Oğuz Demir ve araştırma asistanları Canberk Türkeç, Mücahid Çakıcı ve Burak Bostan'a ve İpekyolu Kalkınma Ajansı Planlama, Programlama ve Koordinasyon Birimi uzmanları Utku Ali Rıza Alpaydın, Cem Yaman ve Ebru Demirci'ye teşekkür ederiz.

T.C. İpekyolu Kalkınma Ajansı Genel Sekreterliği

İPEKYOLU KALKINMA AJANSI
Adres : İncilipınar Mahallesi Muammer Aksoy Bulvarı
Vakıflar Güven İş Merkezi
Kat: 1-2-3 Şehitkâmil / GAZİANTEP
Telefon : +90 342 231 07 01-02
Faks : +90 342 231 07 03
E-posta : bilgi@ika.org.tr - ppkb@ika.org.tr



ÖNSÖZ

Günümüzde sosyoekonomik kalkınmanın sağlanması hususunda Ar-Ge, yenilik ve teknoloji alanlarında gelişme kaydedilmesi kritik unsurlardan biri haline gelmiştir. Rekabet üstünlüğü elde etmek isteyen ekonomiler Ar-Ge ve yenilik çalışmalarına teşvik eden sistemler geliştirmektedir. Türkiye’de ise son dönemde Ar-Ge ve yenilik kültürünü geliştirmek, kapasitesini artırmak ve sürdürülebilir kılmak adına çeşitli politikalar uygulanmaktadır.

İpekyolu Kalkınma Ajansı tarafından TRC1 Bölge Planı (2014-2023) öncelikleri istikametinde, bölgenin yenilik ekosisteminin geliştirilmesi ve teknoloji yoğun bir üretim yapısına geçiş yapabilmesine yönelik rehber doküman niteliğinde olan Bölgesel Yenilik Stratejisi hazırlanmıştır.

Bölge genelinde özel sektör, kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarının katılımıyla on aylık bir hazırlık sürecinin sonunda ortaya çıkan strateji belgesi ile bölgenin sahip olduğu potansiyeli yenilik temelli bir bölgesel gelişme sürecine yönlendirecek politika adımlarının belirlenmesi ve bu amaca yönelik olarak yenilik aktörleri arasında işbirliğinin geliştirilmesi hedeflenmiştir.

Bölgesel Yenilik Stratejisi kapsamında bölgenin yenilik durumu; güncel veriler, paydaşlar ile yapılan toplantılar, birebir görüşmeler ve özel sektör temsilcilerine uygulanan anket sonuçları doğrultusunda Akıllı Uzmanlaşma Temelli Bölgesel Yenilik Modeli ve Sürükleyiciler-Kolaylaştırıcılar Analiz Modeli esas alınarak incelenmiştir.

Gerçekleştirilen analizler sonucunda, ulusal ve uluslararası ölçekteki planlarda yer alan hedef ve uygulamalarla uyumlu bir şekilde çalışmanın stratejik çerçevesi belirlenmiş; 2017-2020 yıllarını kapsayacak şekilde kısa, orta ve uzun vadeli eylemler hazırlanmıştır.

TRC1 Bölgesi’nin yenilik vizyonu; “Gelenekten Geleceğe Yeniliğin Merkezi: İpekyolu” olarak belirlenmiştir.

Yenilik vizyonu doğrultusunda belirlenen üç öncelik eksenini ve altlarında yer alan stratejik amaçlar şunlardır:

Eksen 1: Yenilik bilincinin, kapasitesinin ve isteğinin geliştirilmesi

Stratejik Amaç 1.1: Bölgeye özgü kreatif endüstrilerde akıllı uzmanlaşmanın sağlanması

Stratejik Amaç 1.2: İşletmelerin ve sektörlerin uluslararası işbirliği ve rekabet ortamına entegrasyonunun desteklenmesi

Stratejik Amaç 1.3: Yenilik mekanizmalarının işletmelerde kurumsallaşmasının desteklenmesi

Eksen 2: Yenilik destek unsurlarına erişilebilirliğin artırılması

Stratejik Amaç 2.1: İşletmelere yönelik danışmanlık hizmetlerinin erişilebilirliğinin ve hizmet kalitesinin artırılması

Stratejik Amaç 2.2: Finansman kaynaklarının erişilebilirliğinin artırılması

Stratejik Amaç 2.3: İnsan kaynaklarının geliştirilmesi

Eksen 3: Yenilik ekosistemi üyeleri arasında işbirliğinin artırılması

Stratejik Amaç 3.1: İller arası ve kurumlar arası işbirliğinin geliştirilmesi

Stratejik Amaç 3.2: Üniversitelerden özel sektöre bilgi transferinin güçlendirilmesi

Strateji belgesinin ilk bölümünde yenilik kavramı ve ilgili tanımlara yer verilmiştir. İkinci bölümde çalışmanın dayandığı temel gerekçeler ele alınmış ve amaçlar açıklanmıştır. Üçüncü bölümde ise hazırlık sürecinde takip edilen metodolojiyle birlikte kullanılan analiz modelleri tanımlanmış, çalışmanın üst ölçekli dokümanlarla ilişkisi incelenmiştir.

Dördüncü bölümde bölgenin yenilik mevcut durumu iki analiz modeli kapsamında incelenmiş, yeniliğe ilişkin kritik verilere yer verilmiştir. Beşinci bölümde stratejik amaçlar ve eylemler, hedeflenen uygulama tarihleri ve sorumlu kuruluş bilgileri ile birlikte ayrıntılı olarak sunulmuştur.

Bölgesel Yenilik Stratejisi'nin özel sektör kuruluşlarına, bilgi üreten kurumlara ve politika uygulayıcılara faydalı olmasını ve uzun vadede bölgenin yenilik temelli kalkınmasına katkı sağlamasını ümit ediyor, çalışmada emeği geçenlere teşekkürlerimizi sunuyoruz.

Abdullah ERİN
Adıyaman Valisi
İKA Yönetim Kurulu Başkanı

ARAŞTIRMA HAKKINDA

Küreselleşmenin etkilerinin en derinden yaşandığı alanların başında ekonomik gelişme gelmektedir. Uluslararası ticaret ve rekabet kavramının yeniden tanımlandığı bu dönemde yenilik ya da bir başka deyişle inovasyon, işletmelerin küresel rekabette sürdürülebilir bir şekilde yer alabilmesinin temeli haline gelmiştir. Tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerinin değişmesi, hızla gelişen teknolojilerin üretim ve pazarlama süreçlerinde etkin bir şekilde kullanılması, tüm bu değişimin küresel ölçekte izlenebilmesi ve pazarlara girişin her geçen gün daha serbest hale gelmesi işletmelerin de daha yenilikçi adımlar atmasını zorunlu kılmaktadır.

Ancak özü itibarıyla yenilik işletmelerin içinde bulunduğu ortamda birçok farklı bileşenin bir araya gelmesi ile mümkün olabilmektedir. İşletme içi dinamiklerin, üretim şartlarının ve teknolojilerinin, piyasa şartlarının yakından takip edilmesi ve bu takip sonuçlarına uygun araştırma, geliştirme, iyileştirme ve yenileştirme çalışmalarının yürütülmesi, bu adımların sonucunda elde edilen yeniliğin ise ticari karşılığının olması ile anlamlı hale gelmektedir. Bütün bu süreçler ise işletmeler açısından zaman zaman yüksek risk ve yatırım maliyetlerinin üstlenilmesi anlamına gelmektedir.

Yukarıda da bahsettiğimiz gibi fikrin ortaya çıkmasından ticarileştirilmesine kadar geçen süreçte yenilik işletme içi ve dışı birçok faktörün ortaya çıkması ile mümkün olmaktadır. Bu noktada bölgesel ve ulusal ölçekte ekonomik büyümenin sürdürülebilirliğini hedefleyen kamu otoriteleri de bu faktörlerin bir araya gelmesi noktasında kolaylaştırıcı, teşvik edici ve destekleyici bir role sahiptir. Bu rolün sistematik bir plan dahilinde hayata geçirilmesi ise başarılı bir yenilik planı ile mümkün olabilmektedir.

Bu bağlamda İpekyolu Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan bu plan, sistematik bir şekilde Gaziantep, Adıyaman ve Kilis'te işletmelerin yenilik

kapasitelerinin gelişmesi ve bölgenin rekabet gücünün artırılması için önemli bir kilometre taşıdır. Bölgenin ihtiyaçlarını temel alan ve bu ihtiyaçlara göre uygulamalar içeren bu çalışma ve bu çalışma sonuçlarını baz alan uygulamaların bölgedeki işletmelerin orta ve uzun vadeli gelişimine önemli bir katkı sunacaktır.

İki ayrı analiz modeli, yüz yüze görüşmeler, paydaş toplantıları ve geniş bir saha araştırması ile hazırlanan bu araştırmanın bu bağlamda en önemli özelliği yeniliğin asli unsuru işletmeler ile destekleyici unsuru kuruluşlar arasındaki bağın, yine bu kuruluşların birebir ölçekte görüşlerinin alınması ile hazırlanmış olmasıdır. Komplike bir yaklaşım yerine, sadelik, anlaşılabilirlik ve uygulanabilirlik prensipleri ile hazırlanmış olması ise İpekyolu Kalkınma Ajansı ve paydaşlarına daha etkin bir hareket alanı sağlayacaktır.

Bu noktada çalışmanın hazırlanmasında emeği geçen İpekyolu Kalkınma Ajansı ekibine, İstanbul Kalkınma Enstitüsü Ltd. Şti. ekibine ve Gaziantep, Adıyaman ve Kilis illerinden çalışmaya katkı sunan tüm paydaşlara teşekkürlerimizi sunarız.

Yrd. Doç. Dr. A. Oğuz Demir
Proje Koordinatörü

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	5
ARAŞTIRMA HAKKINDA	7
TABLO LİSTESİ	9
ŞEKİL LİSTESİ	11
KISALTMALAR	12
1. YENİLİK KAVRAMI VE KALKINMA İÇİN ÖNEMİ	13
2. TRC1 BÖLGESEL YENİLİK STRATEJİSİ AMAÇ VE GEREKÇELERİ	15
3. STRATEJİ DÖKÜMANININ HAZIRLANMASINDA KULLANILAN YÖNTEM VE MODELLER	17
3.1. Akıllı Uzmanlaşma Temelli Bölgesel Yenilik Modeli	17
3.2. Sürükleyiciler-Kolaylaştırıcılar Analizi	18
3.3. Üst Ölçekli Planlar ve TRC1 Bölgesel Yenilik Planı	19
3.3.1. TRC1 Bölgesi 2014-2023 Bölge Planı	19
3.3.2. Ulusal Planlar	20
3.3.3. Uluslararası Planlar	21
4. BÖLGENİN YENİLİK EKOSİSTEMİ VE ÇIKTILARI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ	25
4.1. Akıllı Uzmanlaşma Temelli Analiz	25
4.1.1. Sektörel Değerlendirme	25
4.1.2. Bilgi Sektörü Değerlendirmesi	34
4.1.3. Kamu Sektörü Değerlendirmesi	38
4.2. Sürükleyiciler-Kolaylaştırıcılar Modeli Bağlamında Saha Araştırması Sonuçları	39
4.3. Yenilik Çıktıları Açısından TRC1 Bölgesi'nin Durum Değerlendirmesi	48
5. TRC1 BÖLGESEL YENİLİK STRATEJİSİ	53
5.1. BYS Plan Sorun Analizi	53
5.2. Plan Vizyonu ve Stratejik Öncelikler	54
5.3. Ajans Destek Programları İle Uyumlu Faaliyetler	66
5.3.1. Yenilik Kapasite Geliştirme Programları	66
5.3.2. Yenilik Erişilebilirliği Programları	68
5.3.3. Yenilik İçin İş Birliği Geliştirme Programları	71
6. GENEL DEĞERLENDİRME	73

TABLO LİSTESİ

<i>Tablo 1: Alt Başlıklar Sürükleyiciler – Kolaylaştırıcılar Modeli</i>	19
<i>Tablo 2: TRC1 2014-2021 Bölge Planı'nda Yenilik</i>	20
<i>Tablo 3: Rekabetçilik Analizi Sonuçları (İlk 5 İhracatçı Sektör)</i>	26
<i>Tablo 4: Gaziantep Sektörel Kümeler ve Türkiye Üretiminden Aldığı Pay</i>	26
<i>Tablo 5: Gaziantep Potansiyel Sektörel Kümeler Listesi</i>	27
<i>Tablo 6: Adıyaman Sektörel Kümeler ve Türkiye Üretiminden Aldığı Pay</i>	27
<i>Tablo 7: Adıyaman Potansiyel Sektörel Kümeler Listesi</i>	28
<i>Tablo 8: Kilis Sektörel Kümeler ve Türkiye Üretiminden Aldığı Pay</i>	28
<i>Tablo 9: Kilis Potansiyel Sektörel Kümeler Listesi</i>	28
<i>Tablo 10: Türkiye Geneli, TRC1 Bölgesi ve Bölge İlleri İhracat Verileri</i>	29
<i>Tablo 11: Sektörlere Göre Gaziantep İhracatı ve Türkiye İhracatından Aldığı Pay</i>	29
<i>Tablo 12: Sektörlere Göre Adıyaman İhracatı ve Türkiye İhracatından Aldığı Pay</i>	30
<i>Tablo 13: Sektörlere Göre Kilis İhracatı ve Türkiye İhracatından Aldığı Pay</i>	30
<i>Tablo 14: İhracat Yapılan Ülkelere Göre TRC1 Bölgesi İlleri İhracatı</i>	31
<i>Tablo 15: 2001-2016 Tarihleri Arasında Düzenlenen Yatırım Teşvik Belgeleri (Seçilmiş İller)</i>	31
<i>Tablo 16: Gaziantep OSB'lerindeki Firmaların Sektörel Dağılımı</i>	32
<i>Tablo 17: Adıyaman OSB'lerindeki Firmaların Sektörel Dağılımı</i>	33
<i>Tablo 18: Kilis OSB'lerindeki Firmaların Sektörel Dağılımı</i>	33
<i>Tablo 19: Sektörel Değerlendirme Soruları</i>	34
<i>Tablo 20: URAP Değerlendirme Göstergeleri</i>	34
<i>Tablo 21: TRC1 Bölgesi'ndeki Üniversitelerin URAP Puan Aralığı ve Sıralama Sonuçları</i>	35
<i>Tablo 22: TRC1 Bölgesi'ndeki Üniversitelerin Akademisyen ve Öğrenci Sayısı</i>	35
<i>Tablo 23: Akıllı Uzmanlaşma Modeli Bilgi Sektörü Değerlendirme Soruları</i>	36
<i>Tablo 24: TRC1 Bölgesi'ndeki Üniversitelerde Faaliyet Gösteren Araştırma ve Uygulama Merkezleri</i>	37
<i>Tablo 25: Akıllı Uzmanlaşma Modeli Kamu Sektörü Değerlendirme Soruları</i>	38
<i>Tablo 26: Türkiye Geneli, TRC1 Bölgesi ve Bölge İlleri Marka Tescil, Patent, Faydalı Model Başvuru Sayıları</i>	49
<i>Tablo 27: Türkiye Geneli, TRC1 Bölgesi ve Bölge İlleri Marka Tescil, Patent, Faydalı Model Tescil Sayıları</i>	50
<i>Tablo 28: Türkiye Geneli, TRC1 Bölgesi ve Bölge İlleri Marka Tescil, Patent, Faydalı Model Başvuru ve Tescil Sayıları</i>	51
<i>Tablo 29: Bölgesel Yenilik Strateji Belgesi Plan Vizyonu, Öncelikleri ve Stratejik Amaçlar</i>	55
<i>Tablo 30: Öncelik Eksen 1: Stratejik Amaç 1 - Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler</i>	56
<i>Tablo 31: Öncelik Eksen 1: Stratejik Amaç 2 - Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler</i>	57
<i>Tablo 32: Öncelik Eksen 1: Stratejik Amaç 3 - Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler</i>	59
<i>Tablo 33: Öncelik Eksen 2: Stratejik Amaç 1 - Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler</i>	60
<i>Tablo 34: Öncelik Eksen 2: Stratejik Amaç 2 - Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler</i>	61
<i>Tablo 35: Öncelik Eksen 2: Stratejik Amaç 3 - Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler</i>	62
<i>Tablo 36: Öncelik Eksen 3: Stratejik Amaç 1 - Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler</i>	64
<i>Tablo 37: Öncelik Eksen 3: Stratejik Amaç 2 - Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler</i>	65
<i>Tablo 38: Mali Destek Programları (YKGP)</i>	66
<i>Tablo 39: Doğrudan Faaliyet Destek Programları (YKGP)</i>	67
<i>Tablo 40: Teknik Destek Programları (YKGP)</i>	67
<i>Tablo 41: Mali Destek Programları (YEP)</i>	68
<i>Tablo 42: Doğrudan Faaliyet Destek Programları (YEP)</i>	69
<i>Tablo 43: Teknik Destek Programları (YEP)</i>	70
<i>Tablo 44: GÜdümlü Proje Programları (YEP)</i>	70
<i>Tablo 45: Mali Destek Programları (YİGP)</i>	71
<i>Tablo 46: Doğrudan Faaliyet Destek Programları (YİGP)</i>	71
<i>Tablo 47: Teknik Destek Programları (YİGP)</i>	72

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1: Çalışma Aşamaları	17
Şekil 2: Bölgesel Yenilik Ekosistemi Unsurları	18
Şekil 3: İhracat Yapılıp Yapılmadığı	39
Şekil 4: İhracatın Toplam Cirodaki Payı	39
Şekil 5: Firmanın Faaliyet Gösterdiği En Önemli Alan	40
Şekil 6: Firmanın Faaliyet Gösterdiği Bölgeler	40
Şekil 7: Ar-Ge Birimi Olup Olmadığı	40
Şekil 8: Ar-Ge Biriminin Kaç Yıldır Faaliyette Olduğu	40
Şekil 9: Ar-Ge Biriminde Görevli Personel Sayısı	41
Şekil 10: Ar-Ge Biriminde Çalışan Personelin Eğitim Durumu	41
Şekil 11: Ar-Ge Biriminin Mevcut Olmama Sebebi	41
Şekil 12: Ar-Ge Birimi Yok ise; Yenilik Faaliyetlerinin Hangi Birim Tarafından Yönetildiği	41
Şekil 13: Firmanın Ar-Ge veya Yenilik Harcamalarının Önümüzdeki Dönem Nasıl Olacağı	42
Şekil 14: Firmanın Son Üç Yılda Yenilik Çalışması Gerçekleştirip Gerçekleştirmedeği	42
Şekil 15: Firma Yenilik Çalışması Gerçekleştiriyor ise; Yenilik Çalışmasının Yapıldığı Alanlar	42
Şekil 16: Yeniliğe Teşvik Edici Faktörler	43
Şekil 17: Yapılan Yeniliklerin Faydalı Olup Olmadığı	43
Şekil 18: Yapılan Yenilikler Faydalı ise; Firmalar Yapılan Yeniliğin Faydası	43
Şekil 19: Ar-Ge veya Yenilik Faaliyetleri İçin Kullanılan Bilgi Kaynakları	44
Şekil 20: Firmanın Yenilik Faaliyetleri Sırasında İş Birliği veya Bilgi Alışverişinde Bulunduğu Ortaklar Olup Olmadığı	44
Şekil 21: Firma, İş Birliği veya Bilgi Alışverişinde Bulunuyor ise; Ne Olduğu	44
Şekil 22: Firmanın Yenilik Faaliyetleri İçin Herhangi Bir Üniversite veya Yükseköğretim Kurumuyla İş Birliği veya Bilgi Alışverişinde Bulunup Bulunmadığı	45
Şekil 23: Firmanın İş Birliği veya Bilgi Alışverişinde Bulunduğu Üniversitelerden Neden Bilgi Almadığı	45
Şekil 24: Bölgenin Yenilik Faaliyetlerini Olumsuz Etkileyen Durumlar	45
Şekil 25: Yenilik Faaliyetlerinin Finansmanının Nasıl Karşılındığı	46
Şekil 26: Yenilik Çalışmasını Neden Gerçekleştirmedeği	46
Şekil 27: Firmaların TÜBİTAK Desteği Hakkında Bilgi Sahibi Olup Olmadığı	46
Şekil 28: Firmaların KOSGEB Desteği Hakkında Bilgi Sahibi Olup Olmadığı	46
Şekil 29: Firmaların Teknoloji Geliştirme Vakfı Desteği Hakkında Bilgi Sahibi Olup Olmadığı	47
Şekil 30: Firmaların KOSGEB Desteklerinden Yararlanıp Yararlanmadığı	47
Şekil 31: Firmaların İpekyolu Kalkınma Ajansı Desteklerinden Yararlanıp Yararlanmadığı	47

KISALTMALAR

- AB: Avrupa Birliği*
BYS: Bölgesel Yenilik Stratejisi
GAİB: Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri
İKA: İpekyolu Kalkınma Ajansı
INSEAD: European Institute for Business
İŞKUR: Türkiye İş Kurumu
KOBİ: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
KSS: Küçük Sanayi Sitesi
OECD: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
OSB: Organize Sanayi Bölgesi
TUBİTAK: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TTO: Teknoloji Transfer Ofisi
TTGV: Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı
TPE: Türk Patent Enstitüsü
URAP: University Ranking by Academic Performance

YENİLİK KAVRAMI VE KALKINMA İÇİN ÖNEMİ

1. YENİLİK KAVRAMI VE KALKINMA İÇİN ÖNEMİ

Yenilik (inovasyon) kavramı değişen üretim teknolojileri ve tüketim alışkanlıkları ile birlikte günümüzde ekonomik gelişmenin en temel unsurlarının başında gelmektedir. Ekonomik rekabetin küreselleşme ve serbestleşme ile birlikte zirve yaptığı günümüzde tüm ülkeler geleneksel ürün ve üretim tekniklerinden ziyade, yenilikçi yaklaşımlar ile katma değeri yüksek ürünlerin üretimi ve ticaretini baz alan bir ekonomik yapıya geçiş yapmaya çalışmaktadır. Bu geçiş arayışı yenilik kavramını endüstriler için olmazsa olmaz hale getirmiştir.

Avrupa Komisyonu tarafından 2005'te yayınlanan Oslo Kılavuzu'nda yenilik kavramı, işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet) veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin uygulamaya geçirilmesi olarak tanımlanmıştır.

Bu açıdan bakıldığında yenilik sadece yeni bir ürün bulmak/icat etmek ya da Ar-Ge yoluyla yeni ürün üretmek tanımıyla sınırlı görülmemekte, mevcut ürünlerin üretim süreçlerinden başlayarak pazarlama

süreçlerinin sonuna kadar geçen her bir aşamada ya da işletmenin tüm idari süreçlerinde katma değer yaratan yeni fikirlerin geliştirilmesi ve uygulamaya geçirilmesi olarak tanımlanmaktadır. İşletmelerde katma değeri arttıracak bu tip yenilik fikirlerinin geliştirilmesi, uygulamaya geçirilmesi ise işletme içi ve işletme dışı birçok farklı unsurun bir araya gelmesi ile mümkün olmaktadır. Bu unsurlar arasında bilgi, yenilik için gerekli en önemli girdi olarak öne çıkmakta, üretilen ya da temin edilen bilginin ticarileştirilebilir olması da yeniliğin önünü açan temel faktör olarak görülmektedir.

Yenilik kavramının üretim ve ticarete her geçen gün öneminin ve getirisinin artması ile bölgesel, ulusal ve uluslararası ölçekte politika yapıcılar, işletmelerin yenilikçilik kapasitelerinin artırılmasına yönelik politikaların geliştirilmesi ve uygulanmasına öncelik vermeye başlamıştır. Bu öncelikler ışığında ekonomi, bilim ve teknoloji ve eğitim politikalarının belirlenmesinde işletmeler için gerekli yenilikçi ortamın yaratılması ana hedeflerden biri haline gelmiştir. Türkiye'de de son yıllarda başta bakanlıklar olmak üzere, kalkınma ajansları, üniversiteler, yerel idareler, sanayi ve ticaret odaları, iş insanı dernekleri gibi kurumların ülke genelinde yenilikçiliği kolaylaştıracak altyapının oluşturulması adına çalışmalarını yoğunlaştırdıkları görülmektedir.

YENİLİK TANIMINA NELER GİRER?

- Sunulan mal ve hizmetin kendisinde tamamıyla yenileme ya da önemli ölçüde iyileştirme yapılması. Bu yeni ya da farklılaşmış ürünler, işletmenin daha önce ürettiği ya da piyasaya sunduğu ürünlerden daha farklı özelliklere ya da kullanım alanlarına sahiptir.
- Sunulan mal ve hizmetin üretim ve teslim yöntemlerinin yapısının tamamıyla yenilenmesi ya da önemli ölçüde iyileştirilmesi. Bu tanıma yeni üretim teknikleri, ekipmanlar, yazılımlar vs. kullanımı girer.
- İşletmenin idari yapısında ya da yönetiminde yenileme veya iyileştirilmiş süreçlere geçiş yapma. Bu tanıma performansın artmasına yönelik strateji değişiklikleri, hiyerarşik değişiklikler vs. girer.
- İşletmenin pazarlama faaliyetlerinde yenileme veya iyileştirilmiş süreçlere geçiş yapma. Bu tanıma performansın tasarımı, paketleme, yeni pazarlara giriş için satış yönetimini değiştirme vs. gibi değişiklikler girer.



TRC1 BÖLGESEL YENİLİK STRATEJİSİ AMAÇ VE GEREKÇELERİ

2. TRC1 BÖLGESEL YENİLİK STRATEJİSİ AMAÇ VE GEREKÇELERİ

Türkiye ekonomisinde 2001 krizinden sonraki süreçte uygulanan politikalar ile yakalanan güçlü ekonomik büyüme performansı kişi başına düşen milli gelirden önemli artışları beraberinde getirmiştir. 2000 yılında yaklaşık 4.129 dolar olan kişi başına düşen gelir, 2015 yılında 9.257 dolara yükselmiştir. Ulaşılan bu kişi başı gelir seviyesi ile Türkiye Dünya Bankası kriterlerine göre üst orta gelirli ülkeler grubunda yer almaktadır. Son on yıllık süreçte iki kattan fazla kişi başı milli gelir artışının yakalanmasında Türkiye ekonomisinin mevcut potansiyelinin etkin bir şekilde değerlendirilmesi, dış ticarete hızlı büyümenin sağlanması ve altyapı yatırımlarının ülke ekonomisinin ihtiyaçlarına uygun planlanması önemli bir rol oynamıştır.

2023 yılında Türkiye’de kişi başı milli gelirin 25 bin dolara ulaşması hedeflenmektedir. Söz konusu hedefe ulaşabilmesi için Türkiye ekonomisinin rekabet gücünün artmasına katkı sağlayacak şekilde yapısal bir dönüşüm ihtiyacı bulunmaktadır. Bu dönüşümde mevcut ürün ve hizmetlerdeki katma değer ve rekabet gücünün artırılmasına odaklanılması ve böylelikle dünya pazarlarından Türkiye’deki işletmelerin daha fazla pay alması en önemli strateji olarak ulusal planlarda ifade edilmektedir. Bu amaçların gerçekleştirilmesi ise Türkiye ekonomisinde endüstriyel yapıda yenilik temelli dönüşümün sağlanması ve katma değeri yüksek ürünler üretilebilmesi ile mümkün olabilecektir. Bu noktada ulusal kalkınma planları başta olmak üzere tüm merkezi politika belgelerinde gerekli stratejiler yer almakta ve bu gelişmelerin bölgesel ölçekte de hızla uygulamaya geçirilmesi için çaba sarf edilmektedir.

Gaziantep, Adıyaman ve Kilis şehirlerinin içinde bulunduğu TRC1 Bölgesi de sahip olduğu potansiyel ile Türkiye’nin son on yıllık büyüme performansında önemli rol oynamıştır. Türkiye’nin önemli sanayi

kentlerinden biri olan Gaziantep, özellikle 2004 yılında uygulanmaya başlayan teşvikler ile tekstil ve hazır giyim üretiminin merkezlerinden biri haline gelen Adıyaman ve son yıllara kadar sınır ticareti ve artan Orta Doğu dış ticaretinin ana geçiş kapılarından olan Kilis şehirleri, küresel ekonomik riskler ve bölgesel siyasi risklerin ortadan kalkması ile Türkiye ekonomisinin büyümesine önümüzdeki dönemde de önemli katkılar sağlayabilecek bir potansiyele sahiptir.

Bölgenin insan kaynağı potansiyeli, yaratıcı ve girişimci yapısı ve kurumsal işbirliği mekanizmalarının doğru ve koordine bir eylem planı dahilinde yenilikçiliğe yönlendirilebilmesi bu potansiyelin etkin bir şekilde değerlendirilmesi için hayati öneme sahiptir. Bu noktadan hareketle bölgenin yenilik ekosisteminin unsurlarının tespit edilmesi ve bölgedeki tüm ilgili aktörlerin yeniliği destekleyecek şekilde işbirliği yapabilmesine yönelik altyapının oluşturulması için 2014-2023 Bölge Planı doğrultusunda bir alt strateji belgesi olarak İpekyolu Kalkınma Ajansı TRC1 Bölgesi Yenilik Stratejisi (2017-2020) hazırlanmıştır.

BYS’nin ana amacı TRC1 Bölgesi’nde faaliyet gösteren işletmelerin yenilikçilik kapasitelerinin güçlendirilmesi ile uzun vadede bölgenin rekabet gücünün artırılması için gerekli stratejik çerçevenin belirlenmesi ve politika uygulamalarının tanımlanmasıdır. BYS, sonraki bölümlerde detayları anlatılan yöntem ve modeller ışığında bir yandan bölgede yenilikçiliği güçlendiren hususların daha etkin bir şekilde kullanımının sağlanmasını öne çıkarırken öte yandan da bölgede yenilikçi süreçlerin önündeki temel sorunları tespit edip bu sorunların çözümü için uygulanabilecek stratejileri belirlemeye odaklanmıştır.



STRATEJİ DOKÜMANININ HAZIRLANMASINDA KULLANILAN YÖNTEM VE MODELLER

3. STRATEJİ DOKÜMANININ HAZIRLANMASINDA KULLANILAN YÖNTEM VE MODELLER

TRC1 Bölgesel Yenilik Stratejisi hazırlık çalışmaları on aylık bir dönemde tamamlanmıştır. Planın hazırlıklarının başladığı andan itibaren çalışmalar belirlenen temel prensipler çerçevesinde yürütülmüş, bölgedeki kurumların katılımı ön planda tutulmuştur. Bu süreçte bölgede yenilik ekosisteminin bileşenleri tanımlanmak suretiyle bölgede yapılacak analiz için ilgili tüm kurumların daha önce yaptığı çalışmalar incelenmiştir.

Strateji dokümanının hazırlık sürecinde her bir ilde ilgili paydaşların katılımıyla çalıştay ve sorun analizi toplantıları gerçekleştirilmiş, ardından elde edilen bulgular bölgede yenilik ekosisteminin ana aktörlerinin başında gelen işletmelerle de birebir görüşmelerde tartışılmıştır. Buradan elde edilen geri bildirimler, çalışmada takip edilen metodolojiyle birlikte soru formlarına dönüştürülerek daha geniş bir paydaş grubundan görüş alınmaya çalışılmıştır. Öte yandan strateji dokümanının anlaşılabilir, basit ve uygulanabilir olması temel prensipler olmuştur.

TRC1 Bölge Planı başta olmak üzere daha önce derlenmiş göstergeler ve güncel veriler kullanarak toplanan tüm bilgiler strateji dokümanını hazırlayan uzman ekip tarafından, akıllı uzmanlaşma temelli bölgesel yenilik modeli ve sürükleyiciler-kolaylaştırıcılar analiz modelleri kullanılarak incelenmiştir. Bu noktada BYS çalışması süreç şeması yandaki şekilde gösterilmektedir.

3.1. AKILLI UZMANLAŞMA TEMELLİ BÖLGESEL YENİLİK MODELİ

Akıllı uzmanlaşma son yıllarda başta Avrupa Birliği (AB) ülkeleri olmak üzere tüm dünyada bölgesel yenilik planlaması sürecinde en fazla öne çıkan modellerin başında gelmektedir. Akıllı uzmanlaşma, bilim ve teknolojiye dayalı ilerlemelerden bir bölgenin rekabetçilik bağlamında nasıl yararlanabileceğinin belirlenmesi olarak ifade edilmektedir.

Şekil 1 – Çalışma Aşamaları



Avrupa Komisyonu akıllı uzmanlaşma stratejilerinin uygulanmasının kaynakların bölgesel karşılaştırmalı üstünlüklere sahip alanlarda (kümeler, kreatif sektörler, yüksek katma değerli ürünler vs.) yoğunlaştırılmasıyla mümkün olabileceğini ifade etmiştir. Böylelikle kaynaklar mümkün olan en etkin bir biçimde, ortak bir bölgesel gelişme vizyonu için kullanılmış olacaktır. Bu amaçla Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanan rehberde, bölgesel düzeyde politika yapıcı kurumların öncelikle bir öz değerlendirme yapmaları gerektiği ifade edilmiş, bu değerlendirmeye göre akıllı uzmanlaşma stratejilerinin geliştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Bahsi geçen öz değerlendirme sürecinde aşağıdaki adımların takip edilmesi gerektiği ifade edilmiştir.

- Bölgenin mevcut güçlü yanlarının tanımlanması ve ileriki dönemler için gelişme potansiyellerinin tespit edilmesi,
- Bölgesel yenilik sistemindeki eksikliklerin ve darboğazların tanımlanması,
- Ekosistemde yer alan aktörlerin ve ilgili kurumların planlama sürecinde harekete geçirilmesi,
- Akıllı uzmanlaşma stratejilerinin tanımlanması için gerekli başlangıç noktaları ve kilometre taşlarının tanımlanması.

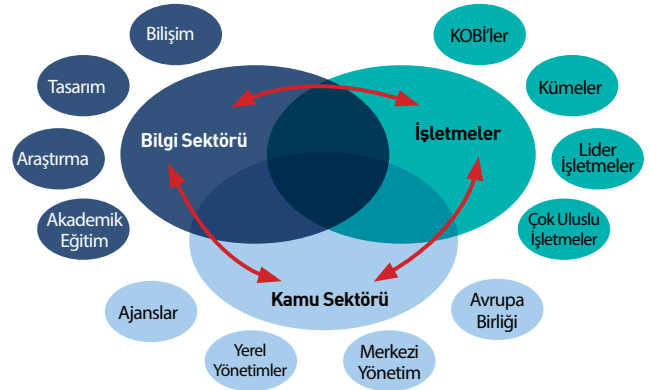
Bütün bu aşamalarda üç grup planlama sürecinde ana aktörler olarak ele alınmaktadır. Birinci grup bölgede öne çıkan sektörler ve girişimcilerdir. Bu grup, sahip oldukları yenilik yapma becerisi ve bölgedeki diğer işletmeler için yaratabilecekleri örnek yenilik yaklaşımları ile bölge açısından önem taşımaktadır. İkinci grup paydaşlar bölgenin bilgi üretimi, paylaşımı, beceri geliştirme gibi yenilik için altyapıyı üretme misyonuna sahip olan başta üniversiteler olmak üzere bölgedeki bilgi endüstrisidir. Üçüncü ana grup ise bölge düzeyindeki politika yapıcılar ve uygulayıcılarıdır. İşletmeler ve bilgi sektörü arasındaki bağlantının etkin bir şekilde kurulması, koordinasyonun sağlanması ve yenilik için uygun bir ortamın yaratılması misyonuna sahip olan kamu sektörü, bölgedeki yerel yönetimler, kalkınma ajansları gibi kamusal yapılardan oluşmaktadır.

Çalışma kapsamında bütün paydaşların yenilik durum değerlendirmesi yapılmış, bu durum değerlendirmesine göre de eksikliklerin giderilmesi baz alınarak stratejiler tanımlanmıştır.

Durum değerlendirmesi çalışmaları iki model çerçevesinde yürütülmüştür. "Akıllı Uzmanlaşma" modeli ile bölgedeki yenilik aktörleri tanımlanmış ve gruplandırılmış, saha araştırması sonuçları ve bölgede derlenen ikincil veriler ışığında TRC1 Bölgesi'nin yenilik kapasitesinin gelişmesine yönelik durum değerlendirmesi yapılmıştır.

Böylelikle plan çalışmasında kullanılan ikinci model olan "Sürükleyiciler-Kolaylaştırıcılar" analizi için gerekli

Şekil 2 – Bölgesel Yenilik Ekosistemi Unsurları (TERCÜME)



altlık sağlanmış ve bölgedeki işletmelerin ve yenilik paydaşlarının karşı karşıya kaldığı sorunlar tespit edilmeye çalışılmış, bütün bu analizlerin sonucunda da bölge için yenilik stratejileri belirlenmiştir.

3.2. SÜRÜKLEYİCİLER – KOLAYLAŞTIRICILAR ANALİZİ

Yenilik, birçok farklı paydaş ve unsurun bir araya gelmesi ile ortaya çıkabilecek bir sonuç olarak görülmektedir. İşletmelerin iç dinamiklerinin yenilik açısından uygun olması ve yenilik arayışına giren işletmelere diğer paydaşlar tarafından uygun şartların ve işbirliği ortamının sunulabiliyor olması bu sonucun ortaya çıkması için hayati öneme sahiptir.

Öte yandan her ne kadar kamu otoritesi, uzun vadeli bir yaklaşım ile yenilikçiliği teşvik etse de ana motivasyonu kar etmek ve mevcut karlılık düzenini korumak olan işletmeler zaman zaman başta Ar-Ge yatırımları olmak üzere yeniliğe ilişkin yatırımları riskli görebilmekte ve bu konuda çekimser davranabilmektedir. Yine benzer bir şekilde işletmeler yenilikçi bir yaklaşıma sahip olsa ve yenilik temelli ürün ve hizmet arzına yönelse de pazar koşulları amaçlanan yenilik faaliyetleri için uygun bir zemin sunma konusunda yetersiz kalabilmektedir.

Bu bağlamda göz önünde bulundurulması gereken bir başka konu ise yenilik için gerekli dışsal unsurlara erişim kolaylığıdır. Özellikle ülkemizdeki finansman koşullarının konjonktürel dalgalanmalardan fazla etkilenmesi, üniversite-sanayi işbirliğindeki performans düşüklüğü ve işletmelerin ticarileştirilebilir bilgiye erişimi gibi güçlükler bölgesel düzeyde yenilik performansını sınırlandıran dışsal unsurlar olarak görülmektedir.

Yukarıda bahsedilen işletme içi ve dışsal şartların değerlendirilmesi ve tespit edilen sorunların çözümüne ilişkin stratejilerin geliştirilmesi için akıllı uzmanlaşma modelinde ele alınan paydaş temelli analize ek olarak, bölgedeki genel duruma ilişkin Sürükleyiciler-Kolaylaştırıcılar (Drivers-Enablers) analiz modeli de kullanılmıştır. Böylelikle çalışmanın tüm aktör ve süreçleri kapsayan bütüncül bir çerçeveye sahip olması sağlanmıştır.

Sürükleyiciler-Kolaylaştırıcılar modelinde analiz aşağıda verilen başlıklar çerçevesinde yapılmıştır.

- **Yenilik Sürükleyicileri:** Yenilik Sürükleyicileri bir sektör ya da işletmenin yeni bilgi arayışına yatkınlığı ve bu yeni bilgiyi faaliyetlerine, süreçlerine ya da ürünlerine uygulama konusundaki açıklığını ifade etmektedir. Yenilik Baskısı ve Yenilik Arzusu olarak iki ana başlıkta ele alınmaktadır.

- Yenilik Baskısı: Yenilik faaliyetleri konusunda firmada uyurucu etki yaratacak unsurların analizini içermektedir.

- Yenilik Arzusu: İşletmelerin yeni yaklaşımlar ve fikirleri araştırmaya ne kadar açık olduğuna ilişkin unsurların analizini içermektedir.

- **Kolaylaştırıcılar:** Yenilik süreçlerinin hayata geçirilmesi sürecinde bir sektör ya da işletmenin, dışsal kaynaklara erişebilme ve bu kaynaklardan uygulamaya yönelik yararlanabilmesine ilişkin ortamın uygunluğunu ifade etmektedir. Bilgiye Erişim ve Yenilik Uygulama Araçları olarak iki ana başlıkta ele alınmaktadır.

- Bilgiye Erişim: Yeni fikirlere ve bilgiye erişebilme becerisi, işletme ya da sektör ölçeğinde yenilik için öncü bir kolaylaştırıcıdır. Bu başlık, bilginin üretilmesi kadar bilginin işletme ya da endüstriye geçişini ve bölgesel, ulusal, uluslararası kaynaklardan bilgi edinebilmeye ilişkin ortamın analizini içermektedir.

- Yenilik Uygulama Araçları: Bu bileşen bir işletmenin ya da sektörün yenilik faaliyetlerini uygulamaya geçirebilmesi için gerekli olan kolaylaştırıcıların analizini içermektedir.

Bu başlıklar doğrultusunda bölgedeki yenilik ekosistemi yapılan saha araştırması ile sürükleyicilerin ve kolaylaştırıcıların etkinliği ile ilgili olarak analiz edilmiş ve BYS için bölgedeki yenilik ortamının değerlendirilmesi yapılmıştır.

3.3. ÜST ÖLÇEKLİ PLANLAR VE TRC1 BÖLGESEL YENİLİK PLANI

Bölgesel kalkınma stratejilerinin başyana ulaşması için bölgesel planlar ile üst ölçekli planların birbiriyle uyumlu bir şekilde hazırlanması büyük bir önem taşımaktadır. Bu noktada TRC1 Bölgesel Yenilik Stratejisi de bölgesel, ulusal ve uluslararası ölçekteki planlarda yer alan hedef ve uygulamalarla uyumlu bir şekilde hazırlanmıştır.

3.3.1. TRC1 Bölgesi 2014-2023 Bölge Planı

İpekyolu Kalkınma Ajansı'nın (İKA) bölgede faaliyet gösteren paydaşların katkı ve katılımıyla hazırladığı 2014-2023 yıllarını kapsayan Bölge Planı'nda bölgenin vizyonu "yaşam kalitesi yüksek, beşeri sermayesi güçlü, rekabetçi ve yenilikçi, Orta Doğu'nun çekim merkezi İpekyolu" olarak ifade edilmiştir. Bölgenin uzun vadede

Tablo 1: Alt Başlıklar Sürükleyiciler - Kolaylaştırıcılar Modeli

	Yenilik Baskısı	Yenilik Arzusu
SÜRÜKLEYİCİLER	Değişen müşteri tercihleri	İşletme kültürü
	Sektörde yurt içi rekabet	Girişimci özellikleri
	Çevresel kısıtlar	Esneklik
	Demografik yapı	Liderlik
	Yasal düzenlemeler ve standartlar	
	Bilgiye Erişim	Uygulama Araçları
KOLAYLAŞTIRICILAR	İşletme içi bilgi üretme becerisi	Profesyonel ve teknik işletme destek hizmetlerinin erişilebilirliği
	Bilgi ağlarının yaygınlığı	Finansman kaynaklarının erişilebilirliği
	Tedarikçi ve müşteri etkileşimi, geri bildirim ağı	Bilgi ve iletişim teknolojileri altyapısı
	Sektör dışı bilgi kaynaklarına erişim	Lojistik altyapı
	Bölge dışı bilgi kaynaklarına erişim	Kamu desteği
	Bölgedeki araştırma kuruluşları	

erişmeyi istediği durumun ifadesinde dahi "yenilikçilik" kavramı öne çıkmaktadır.

Bu vizyona ulaşmak için belirlenen dört gelişme ekseninin ikisi de doğrudan bölgedeki yenilikçilik kapasitesinin geliştirilmesi ile ilişkili olarak belirlenmiştir. Bölge Planı'nda ifade edilen "beşeri sermayenin geliştirilmesi" öncelik eksenini ve "rekabetçilik ve yenilikçilik kapasitesinin artırılması" öncelik eksenini bağlamında bölgede kısa, orta ve uzun vadede gerçekleştirilecek uygulamaların bölgesel yenilik stratejisi bağlamında ele alınması büyük önem taşımaktadır.

Bölge Planı'nın hazırlanması sürecinde yapılan mevcut durum analizinde de yenilik ile ilgili ayrı bir başlık açılmış ve bölgenin yenilikçilik açısından genel bir değerlendirmesi yapılmıştır. Yapılan değerlendirmede birçok alanda olduğu gibi yenilik kapasitesi açısından da bölge içinde önemli farklar olduğu ifade edilmiştir. Analizde yenilik çıktıları açısından (patent, faydalı model) Kilis ve Adıyaman illerinin Türkiye ortalamasının çok gerisinde kaldığı, Gaziantep'in ise Adıyaman ve Kilis'in aksine yenilik çıktıları açısından çok daha başarılı bir performansa sahip olduğu vurgulanmıştır.

Tablo 2: TRC1 2014-2023 Bölge Planı'nda Yenilik

Gelişme Eksenleri	Öncelikli Gelişme Hedefi	Stratejiler
Beşeri ve Sosyal Sermayenin Gelişmesi	Eğitim Altyapısının İyileştirilmesi	<ul style="list-style-type: none"> • İl ve ilçe merkezindeki okulların tamamında bilgi teknolojileri sınıfları oluşturulacaktır. • Seçilen sektörlerde kalifiye eleman yetiştirilmesine yönelik eğitim programlarının fakülte ve yüksekokullarda yaygınlaştırılması ve bölgede istihdam edilmelerine yönelik işbirliği ağları geliştirilecektir.
	Nitelikli İstihdamın Artırılması	<ul style="list-style-type: none"> • Bölgedeki sektörlerde istihdam kapasitesinin artırılması için mesleki eğitim programları gerçekleştirilecektir.
Rekabetçilik ve Yenilikçilik Altyapısının Güçlendirilmesi	Sanayi Sektöründe Üretim ve Katma Değerin Artırılması	<ul style="list-style-type: none"> • Ar-Ge, inovasyon ve bilgi iletişim teknolojileri altyapısı geliştirilecektir. • Tasarım, inovasyon ve markalaşma faaliyetleri yürütülecek ve bölgede markalaşmış ürün sayısı artırılabilecektir.
	Girişimcilik Kültürünün Yaygınlaştırılması	<ul style="list-style-type: none"> • Tasarım ve inovasyon alanlarında istihdama yönelik eğitim faaliyetleri düzenlenecektir.



T.C. Kalkınma Bakanlığı koordinasyonunda hazırlanan 10. Kalkınma Planı, yenilikçilik kavramını ana hedeflerinden biri olarak belirlemiştir. Planda özellikle araştırma ve geliştirme kapasitesinin geliştirilmesi, Ar-Ge ve yenilikçiliğe yönelik kamusal desteklerin miktarının ve etkinliğinin artırılması, yine Ar-Ge'ye yönelik beşeri sermayenin güçlendirilmesi, yenilik temelli girişimcilik faaliyetlerinin desteklenmesi, kamuda satın alma ve ihale süreçlerinde yenilikçi şirketlere öncelik verilmesi gibi yenilik ile ilgili başlıklar öne çıkmıştır. TRC1 Bölgesel Yenilik Stratejisi, bölgenin kendine has dinamiklerini de göz önünde bulundurarak planlama sürecinde 10. Kalkınma Planı'nda öne çıkan unsurlara da atıfta bulunmaktadır.

Bu analizler temel alınarak Bölge Planı'nda bölge içindeki yenilikçilik uçurumunun ortadan kaldırılmasına yönelik olarak öncelik eksenleri çerçevesinde çeşitli adımlar atılması planlanmıştır. Bölge Planı içerisinde yenilikçilik ile ilgili belirlenen stratejiler yukarıdaki tabloda yer almaktadır.

TRC1 Bölgesel Yenilik Stratejisi tabloda verilen öncelik ve hedefler dikkate alınarak bölgedeki yenilikçiliğin geliştirilmesine yönelik eksiklerin analizinin yapılması ve söz konusu sorunların çözümüne ilişkin stratejilerin geliştirilmesini temel alan bir yaklaşımla hazırlanmıştır.

3.3.2. Ulusal Planlar

TRC1 Bölgesel Yenilik Stratejisi dokümanının hazırlanma sürecinde Türkiye genelinde uygulanan üst ölçekli ulusal planlar da dikkate alınmıştır. Bu kapsamda Türkiye'de kalkınma politikalarının 2014-2018 yılları için ana ögesi olan 10. Kalkınma Planı, Türkiye çapında yenilikçilik ve ekonomik dönüşüm için geliştirilen Ulusal Bilim, Teknoloji ve Yenilik Stratejisi (2011-2016) ve 2015-2018 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı bu çalışmada incelenen ana ulusal planlardır.

Planlama sürecinde dikkate alınan bir diğer temel ulusal ölçekli plan 2011-2016 Ulusal Bilim, Teknoloji ve Yenilik Stratejisi'dir. Bilginin üretimi ve teknolojinin etkin kullanımı yoluyla ticarileştirilmesinin kolaylaştırılmasına odaklanan strateji belgesinde hedef odaklı, ihtiyaç odaklı ve tabandan yukarı bir yaklaşımla süreç ele alınmış, 10. Kalkınma Planı'nda olduğu gibi araştırma geliştirme altyapısının güçlendirilmesi ve gerekli insan kaynağının yetiştirilmesi için önlemlere odaklanılmıştır.

Söz konusu Ulusal Bilim, Teknoloji ve Yenilik Stratejisi belgesinde ayrıca KOBİ'lerin yenilikçilik kapasitesinin geliştirilmesinin Türkiye ekonomisinin rekabet gücünün artırılması açısından önemli bir unsur olduğunun altı çizilmiştir. Bu noktadan hareketle TRC1 Bölgesi'ndeki işletmelerin büyük bir kısmının KOBİ ölçeğinde olması ve KOBİ'lerin yenilik ekosistemindeki rolünün tüm dünyada daha fazla öne çıkıyor olması nedeniyle Bölgesel Yenilik Stratejisi'nin temelini oluşturan ulusal ölçekli planlardan biri de 2015-2018 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı olmuştur. 2015-2018 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı'nda yenilikçilik ile ilgili

olarak aşağıdaki hedefler belirlenmiştir.

- KOBİ'lerde bilgiye dayalı üretim yapısının teşvik edilerek, patent ve ticarileştirme konularında ilerleme sağlanması
- Ürün, hizmet ve iş modeli açılarından yenilikçi KOBİ'lerin öncelikli olarak desteklenmesi
- KOBİ'ler ile büyük ölçekli yurt içi / yurt dışı işletmeler ve üniversiteler arasındaki işbirliklerinin artırılması

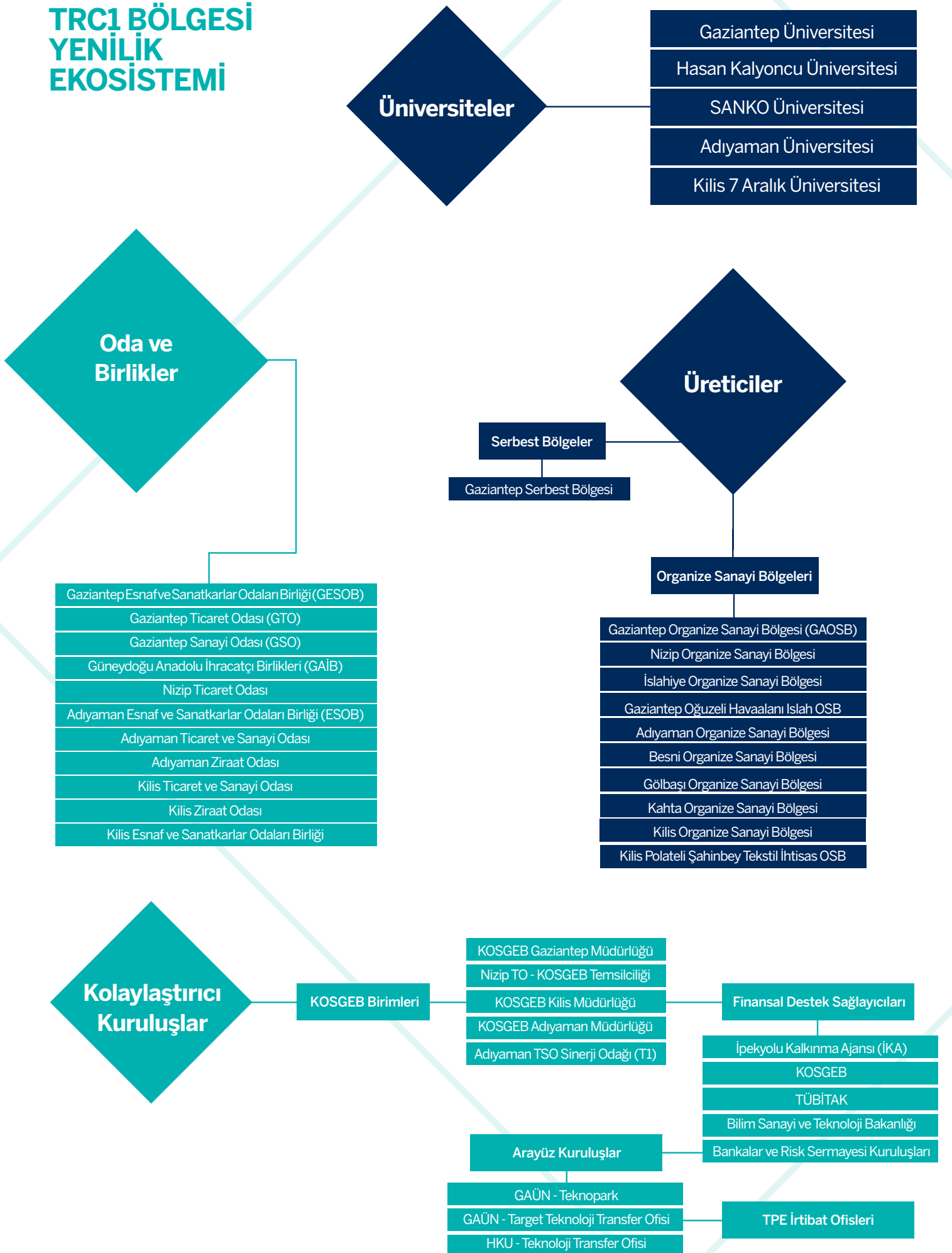
3.3.3. Uluslararası Planlar

Günümüzde ülkelerin, bölgelerin ve tüm ekonomik ve sosyal alanların şekillenmesi sürecinde etkin olan mega trendlerin başında küreselleşme gelmektedir. Dış ticaretin serbestleşmesi, küresel finansal hareketler başta olmak üzere küreselleşmenin yarattığı sonuçların olumlu ya da olumsuz etkilerinin en net hissedildiği alanların başında rekabet edebilirlik gelmektedir. Ülkemiz de bu mega trendin yarattığı sonuçlardan

etkilenmekte ve özellikle üyelik müzakereleri devam eden AB süreci ile birlikte AB'nin yenilik ve rekabet ile ilgili geliştirdiği plan ve stratejilere uyumlu hareket etmeye çalışmaktadır.

Bu noktadan hareketle ulusal planların hazırlanma sürecinde olduğu gibi TRC1 Bölgesel Yenilik Stratejisi'nin hazırlık süreçlerinde özellikle AB Lizbon Stratejisi ve bu strateji çerçevesinde hazırlanan dokümanlarla uyumlu bir çalışma yürütülmesine özen gösterilmiştir. AB'nin yaklaşık 80 milyar Avro'luk Ufuk 2020 programı ile desteklediği Lizbon Stratejisi'nin temel amacı AB'nin dünyadaki en yenilikçi ekonomik alanı oluşturması ve rekabet gücünün artırılması olarak belirlenmiştir. Belirlenen ana stratejilerde KOBİ'lerin yenilikçiliği, özel sektör-üniversite işbirliği ile ortak Ar-Ge yatırımlarının gerçekleştirilmesi, yeni bilim alanlarına destek sağlanması ve üretilen bilginin ticarileştirilmesi gibi alanlarda adımlar atılması amaçlanmaktadır.

TRC1 BÖLGESİ YENİLİK EKOSİSTEMİ



Araştırma Birimleri

Yenilik Üretim Alanları

KOSGEB Gaziantep İşletme Geliştirme Merkezi

Ar-Ge Merkezi Olan İşletmeler

Kartal Halı Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.

MST İş ve Tarım Makinaları Sanayi ve Ticaret A.Ş.

SANKO Tekstil İşletmeleri A.Ş. Makine Şubesi

Süper Film Ambalaj Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Şölen Çikolata Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Gıda Tekstil Cihaz Dış Ticaret LTD. Şti.

Kamu Araştırmaları Merkezi

Gaziantep Gıda Kontrol Laboratuvar Müdürlüğü

Antep Fıstığı Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü

Üniversitelerdeki Merkezler ve Ar-Ge Birimleri

Ar-Ge Birimleri

GAÜN - Teknopark

GAÜN - Target Teknoloji Transfer Ofisi

GAÜN - Bilimsel Araştırma Projeleri Yönetim Birimi

HKU - Teknoloji Transfer Ofisi

ADYÜ - Proje Üretim, Yönetim ve Koordinasyon Merkezi

KİYÜ - Bilimsel Araştırma ve Projeler Birimi

ADYÜ - Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi

Merkezciler

GAÜN - Bilgisayar Araştırma ve Uygulama Merkezi

GAÜN - Yabancı Diller Araştırma ve Uygulama Merkezi

GAÜN - Çevre Araştırma Merkezi

GAÜN - Gaziantep El Sanatlarını Koruma ve Geliştirme Merkezi

GAÜN - Sürekli Eğitim Merkezi

GAÜN - AB Araştırmaları Merkezi

GAÜN - Güneydoğu Anadolu Bölgesi Projesi Araştırma ve Uygulama Merkezi

GAÜN - Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi

GAÜN - Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi

GAÜN - Toplumsal ve Ekonomik Araştırmalar Merkezi

GAÜN - Toplumsal Duyarlılık Projeleri Merkezi

GAÜN - Türkçe Öğretimi Araştırma ve Uygulama Merkezi

GAÜN - Din, Tarih ve Medeniyetler Araştırma ve Uygulama Merkezi

GAÜN - Mimarlık ve Şehircilik Araştırma ve Uygulama Merkezi

HKU - Sürekli Eğitim Merkezi

HKU - Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Merkezi

HKU - Zeugma Kültürlerarası Diyalog Uygulama ve Araştırma Merkezi

HKU - Göç, Nüfus Eğitim ve İstihdam Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi

HKU - Çevre ve Şehircilik Uygulama ve Araştırma Merkezi

HKU - Üstün Yetenekliler Uygulama ve Araştırma Merkezi

HKU - Kalyoncu Ortadoğu Araştırma Merkezi

HKU - Kadın ve Aile Uygulama ve Araştırma Merkezi

HKU - Mezunlarla İletişim ve Kariyer Merkezi

SANKO - Uygulama ve Araştırma Merkezi

SANKO - Mesleksel Beceriler Laboratuvarı

SANKO - Beslenme ve Antropometrik Ölçüm Laboratuvarı

SANKO - Fizyoterapi ve Rehabilitasyon Laboratuvarı

SANKO - 3G Similasyon Laboratuvarı

ADYÜ - Çevre Yönetimi Uygulama ve Araştırma Merkezi

ADYÜ - İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimi Uygulama ve Araştırma Merkezi

ADYÜ - Sağlık Uygulama ve Araştırma Merkezi

ADYÜ - Diş Hekimliği Uygulama ve Araştırma Merkezi

ADYÜ - Merkezi Araştırma Laboratuvarı

ADYÜ - Sosyal Araştırmalar Uygulama ve Araştırma Merkezi

ADYÜ - Tarımsal Uygulama ve Arazi Yönetimi Uygulama ve Araştırma Merkezi

ADYÜ - Dış İlişkiler Birimi

KİYÜ - Tarımsal Uygulama ve Araştırma Merkezi

KİYÜ - Ortadoğu Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi

KİYÜ - Bilgisayar Bilimleri Uygulama ve Araştırma Merkezi

KİYÜ - Dil Öğretimi Uygulama ve Araştırma Merkezi

KİYÜ - İleri Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi



BÖLGENİN YENİLİK EKOSİSTEMİ VE ÇIKTILARI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

4. BÖLGENİN YENİLİK EKOSİSTEMİ VE ÇIKTILARI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Planlama çalışması kapsamında TRC1 Bölgesi için metodoloji bölümünde bahsedilen anket çalışmaları, ikincil veriler, çalıştay ve görüşme sonuçları kullanılmış ve bölgenin akıllı uzmanlaşma ve sürükleyiciler-kolaylaştırıcılar modeli çerçevesinde durum değerlendirmesi yapılmıştır. Durum değerlendirmesi ve veri analizleri ile bölgede yenilik kültürünün gelişmesi için gerekli adımlar tespit edilmiş ve izlenmesi gereken stratejiler belirlenmiştir.

Öncelikle değerlendirme akıllı uzmanlaşma stratejileri modeli bağlamında gerçekleştirilmiştir. Bu analizle bölgede öne çıkan sektörlerin yığılaşmaları dikkate alınarak, bu sektörlerde yenilik faaliyetlerinin durum değerlendirmesi yapılmıştır. Ardından Sürükleyiciler-Kolaylaştırıcılar modeli ile yenilik süreçleri açısından bir değerlendirme yapılmıştır.

4.1. AKILLI UZMANLAŞMA TEMELLİ ANALİZ

Akıllı uzmanlaşma, bölgesel yenilik ekosistemi içerisindeki ana grupların doğru bir şekilde tespit edilmesi, bu grupların sürdürülebilir ve etkin bir yenilik ortamı için üstlenmesi gereken roller ve bu rollere ilişkin durum değerlendirmesinin yapılması, bu süreçte yaşanan eksikliklerin ortadan kaldırılmasına yönelik stratejilerin uygulanmasını esas almaktadır.

Gaziantep, Adıyaman ve Kilis illerinin içinde bulunduğu TRC1 Bölgesi daha önceden de ifade edildiği gibi yenilik çıktıları ve endüstriyel yapı itibarıyla birbirinden oldukça farklı özellikler içeren şehirlerin içinde yer aldığı bir bölge olarak görülmektedir. Gaziantep sadece bölge içerisinde değil, Türkiye genelinde de endüstriyel gelişme açısından ortalamanın üzerinde bir profile sahip iken Adıyaman ve Kilis illeri ile arasında derin bir ekonomik gelişme farklılığı görülmektedir.

TRC1 Bölge Planı'nda da ifade edildiği gibi Gaziantep,

üretim miktarı, ihracat miktarı, yatırım sayısı ve miktarı, ihracat yapan firma sayısı gibi göstergeler açısından Türkiye'de ilk on şehir arasında yer almaktadır. Öte yandan bölgenin diğer iki şehri Kilis ve Adıyaman ise rakamlara bakıldığında üretim, ihracat ve de yatırım açısından ülke ortalamalarının altında kalmaktadır. Ekonominin ana göstergelerinde bölge şehirleri arasındaki bu farklılıklar yenilik dengeleri açısından da benzer bir yapıya işaret etmektedir. Bölgesel Yenilik Stratejisi çalışması bu farklılıklar dikkate alınarak yürütülmüştür.

Akıllı uzmanlaşma, bölgelerin sahip oldukları kaynakların sektörel ve teknolojik uzmanlaşma çerçevesinde etkin kullanımını ve böylelikle ekonomik gelişmenin yenilik temelli sağlanmasını esas alan bir yaklaşım olarak öne çıkmaktadır. Bu açıdan bakıldığında akıllı uzmanlaşma temelli bir yaklaşımın ilk iki aşaması stratejilerin geliştirileceği bölgedeki ana sektörlerin tespit edilmesi ve bu sektörlerin daha yenilikçi bir yapıya kavuşması için gerekli temel girdi olan bilimsel ve teknolojik altyapının güçlü ve zayıf yanlarının tespit edilmesini esas almaktadır. Son aşamada ise kamu otoritesinin sektörel, bilimsel ve teknolojik boyutlarda harekete geçmesi gereken noktaların tespit edilmesini temel almaktadır.

Bu çalışma kapsamında TRC1 Bölge Planı'nda öne çıkan sektörler, bölgedeki bilimsel ve teknolojik altyapı ve kamusal otoritenin sürece sağladığı katkı incelenmiştir. Değerlendirme sürecinde bölgeye ve bölgedeki şehirlere ilişkin ikincil verilerden, birebir görüşme sonuçlarından ve saha araştırması sonuçlarından yararlanılmıştır.

4.1.1. Sektörel Değerlendirme

Akıllı uzmanlaşma kapsamında ilk adımda bölgede öne çıkan kreatif sektörler tespit edilmiş ve bu tespitler çerçevesinde ilgili sektörlerin akıllı uzmanlaşma açısından durum değerlendirmesi yapılmıştır. Değerlendirme sürecinde İpekyolu Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan TRC1 Bölge Planı, Mevcut Durum

Analizi ve Mevcut Durum Tespiti dokümanları ile Avusturya Federal Bilim ve Araştırma Bakanlığı'nın AB Komisyonu tarafından yayınlanan rehberine göre hazırladığı analiz formu kullanılmıştır. Bu analiz formunda kreatif sektörlerin tespiti, bu sektörlerle ilişkin durum değerlendirmesi, bu sektörlerin ve sektörlerdeki işletmelerin uluslararası ekonomiye entegrasyonu ve sektörlerle ilişkin iş ve yenilik ortamının değerlendirilmesinin yapılması istenmektedir.

Akıllı uzmanlaşma stratejisi bağlamında bölgede rekabet gücü yüksek olduğu tespit edilen, küme yapısı gösteren ya da kümelenme potansiyeli yüksek sektörler akıllı uzmanlaşma için öne çıkan sektörler olarak tanımlanmaktadır.

Sektörel rekabet analizleri sonuçları açısından bakıldığında Gaziantep ve bölgedeki diğer iki şehir arasında ciddi bir ölçek ve nitelik farklılığı olduğu görülmektedir. Gaziantep'in son yirmi beş yıllık süreçte tekstil, makine halısı ve makine imalatı gibi endüstrilerde yakalamış olduğu üretim ve ihracat potansiyeli bu sektörlerin şehirde gelişmesine neden olmuştur. Endüstriyel yapıya bakıldığında Gaziantep'teki işletmeler, Türkiye'deki toplam üretimin tekstil sektöründe %15,7'sini, sebze-meyve ve diğer gıda üretiminde %11,3'ünü, plastik sektöründe %9,2'sini, hububat üretiminde %7'sini ve bitkisel yağ, yağlı tohum ve meyveler sektöründe ise %5,2'sini üretmektedir. Tesis sayıları açısından da Gaziantep'in Türkiye ekonomisi adına önemi ortaya çıkmaktadır. Türkiye'nin genel dış ticaretinde en fazla ihracat yaptığı ikinci sektör olan tekstil

Tablo 3: Rekabetçilik Analizi Sonuçları

Gaziantep	Adıyaman	Kilis
Bitkisel ve Hayvansal Sıvı ve Katı Yağlar	Taş ve Mermerin Kesilmesi, Şekil Verilmesi ve Bitirilmesi	Mobilya
Hazır Hayvan Yemleri	Çimento, Kireç ve Alçı	Mücevherat, Bijuteri Eşyaları ve İlgili Ürünler
Tekstil Elyafının Hazırlanması ve Bükülmesi	Eczacıya İlişkin İlaçlar	Çimento, Kireç ve Alçı
Diğer Tekstil Ürünleri	Kum, Kil ve Taş Ocakçılığı	Bitkisel ve Hayvansal Sıvı ve Katı Yağlar
Fırın ve Unlu Mamuller	Öğütülmüş Tahıl Ürünleri, Nişasta ve Nişastalı Ürünler	Tekstil Elyafının Hazırlanması ve Bükülmesi

Kaynak: TRC1 Düzey 2 Bölgesi (Gaziantep, Adıyaman, Kilis) TRC1 Mevcut Durum Analizi

ve hazır giyim sektörlerindeki tesislerin %15,1'i Gaziantep'te faaliyet göstermektedir. Yine son yıllarda özellikle halı ve dokuma ile makine sektörlerinde şehirde önemli yatırımlar yapılmış, söz konusu sektörlerde üretim kapasitesi açısından önemli gelişme kat edilmiştir.

Bölge Planı'nda Gaziantep'te bulunan potansiyel kümelerle ilişkin çalışma da bu sektörlerin şehir için önemini doğrulamaktadır. Plan'da Gaziantep'te kümelenme potansiyeline sahip on beş sektörden bahsedilmiştir. Bu çerçevede özellikle bu sektörlerle ilişkin kümelenme ve rekabetçilik analizlerinin yapılması, bu analizler çerçevesinde yenilik potansiyelinin ve akıllı uzmanlaşmayı baz alan yenilik yaklaşımına ilişkin durum değerlendirmesinin yapılması büyük önem taşımaktadır.

Tablo 4: Gaziantep Sektörel Kümeler ve Türkiye Üretiminden Aldığı Pay

Sektörler	Türkiye'deki Üretiminden Aldığı Pay (%)
Tekstil	15,7
Plastik	9,2
Hububat	7,0
Sebze-Meyve	5,9
Diğer Gıda	5,4

Kaynak: TRC1 Düzey 2 Bölgesi (Gaziantep, Adıyaman, Kilis) Mevcut Durum Analizi

2004 yılında çıkan 5449 Sayılı Teşvik Yasası Adıyaman'da önemli bir tekstil ve hazır giyim yatırımının yapılmasını sağlamış, şehirde bu sektörlerde üretim gelişmiştir. Ancak söz konusu sektörlerdeki fason imalat yapısı, bu bölgedeki işletmelerin yurt içi ya da yurt dışından gelen sipariş temelli bir üretim modeli izlemesini beraberinde getirmiştir. Fason imalattan markalaşmaya geçiş sürecinin büyük hacimli yatırımlar gerektiriyor olması ve bölgedeki işletmelerin genelinde bu tip yatırımları finanse edebilecek kaynak yapısının olmaması tespit edilen tüm nedenlerden ötürü işletmeler, yenilik süreçlerinin ve katma değerini ana üreticide kaldığı fason üretime bir anlamda mecbur kalmaktadır. Bu durum Adıyaman'da endüstri alanında yenilikçilik açısından en önemli güçlük olarak ortaya çıkmakta, tekstil ve hazır giyim sektörlerinde öncelikli olarak yenilik temelli yapısal dönüşüm için gerekli ortamın sağlanması gereksinimini ortaya koymaktadır.

Adıyaman'da yerleşik işletmelerin Türkiye üretimindeki payı ve tesis sayılarının oranı da Adıyaman'da önceliğin işletmelerin yapısal çerçevede gelişimine odaklanılması gerektiği tespitini doğrulamaktadır. İldeki üretimin %83,38'ini gerçekleştiren tekstil sektörü işletmelerinin tüm Türkiye üretiminde aldığı pay sadece %1,5 seviyesindedir. Türkiye üretiminde aldığı pay sadece %0,1 düzeyine ulaşabilen diğer sektör ise hayvan yemi üretimidir. Ancak söz konusu üretim şehrin kendi ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

Bölge Planı'nda Adıyaman'da bulunan potansiyel kümelerle ilişkin çalışmada beş sektörden bahsedilmiştir. Bu sektörler hazır giyim, petrol ve türev imalatı kümesi, mermer ürünleri imalatı kümesi, turizm kümesi ve organik tarım kümesi olarak belirlenmiştir. Adıyaman açısından sektörel kompozisyon bölgesel yenilik planlaması adına bir yandan zayıf olarak görülebilirken öte

Tablo 5: Gaziantep Potansiyel Kümeler Listesi

Gaziantep Potansiyel Kümeler Listesi
Tekstil Ürünleri İmalatı Kümesi
Nonwoven Kümesi
Ayakkabı-Deri Kümesi
Halıcılık Kümesi
Bulgur Kümesi
Gıda Ürünleri İmalatı Kümesi
Şekerleme/Şekerli Ürünler Kümesi
Turizm Kümesi
Bakır İşletmeciliği Kümesi
Lojistik Kümesi
Kimya-Plastik Kümesi
Metal-Makine Kümesi
Mobilya Ürünleri İmalatı Kümesi
Kağıt-Kağıt Ürünleri İmalatı Kümesi
Organik Tarım Kümesi

Kaynak: TRC1 Düzey 2 Bölgesi (Gaziantep, Adıyaman, Kilis) Mevcut Durum Analizi

yandan önemli bir fırsatı da beraberinde getirmektedir. Şehirdeki kümelerin, üretim ve yatırım potansiyeli ve rekabetçilik analizlerinin detaylı bir şekilde yapılması ve eş zamanlı olarak ekonomik gelişme ve sektörel yenilik kapsamının birlikte tanımlanması şehirde yenilik temelli bir ekonomik yapının oluşturulmasına katkı sağlayacaktır.

Tablo 6: Adıyaman Sektörel Kümeler ve Türkiye Üretiminden Aldığı Pay

Sektörler	Türkiye'deki Üretiminden Aldığı Pay (%)
Tekstil	1,5
Tıp ve Eczacılık Ürünleri	0,7
Hububat	0,6
Kimyasallar	0,5
Hazır Giyim	0,4
Hayvan Yemi	0,1

Kaynak: TRC1 Düzey 2 Bölgesi (Gaziantep, Adıyaman, Kilis) Mevcut Durum Analizi

Tablo 7: Adıyaman Potansiyel Sektörel Kümeler Listesi

Adıyaman Potansiyel Kümeler Listesi
Hazır Giyim Kümesi
Petrol ve Türevleri İmalatı Kümesi
Mermer Ürünleri İmalatı Kümesi
Turizm Kümesi
Organik Tarım Kümesi

Kaynak: TRC1 Düzey 2 Bölgesi (Gaziantep, Adıyaman, Kilis) Mevcut Durum Analizi

Kilis ise endüstriyel yapı açısından her iki şehre göre farklı bir duruma sahiptir. 2000'li yılların başından itibaren Türkiye ekonomisindeki güçlü büyüme performansı ve dış ticaretteki alternatif pazar geliştirme yaklaşımının da desteğiyle Orta Doğu ve Kuzey Afrika pazarları açısından Kilis önemli bir sınır şehri haline gelmiştir. Bu süre içerisinde kurulan Organize Sanayi Bölgesi (OSB) ve yeni OSB planları Arap Baharı ve son dönemde Suriye'de yaşanan iç savaştan önemli ölçüde olumsuz etkilenmiş ve sanayileşme süreci istenen performansa sahip olamamıştır. Ancak yukarıda bahsi geçen tespitler ışığında şehirde tarımsal üretim ve tarıma dayalı sanayi kollarında önemli bir potansiyel olduğu görülmektedir. Kilis'teki sektörel kompozisyon da Adıyaman'dakine benzer bir yapıdadır ve üretim ihracattan ziyade bölgedeki işletme ya da tüketicilere yönelik olarak yapılmaktadır. Bu da bir başka stratejik olanak olarak öne çıkmaktadır.

Tablo 8: Kilis Sektörel Kümeler ve Türkiye Üretiminden Aldığı Pay

Sektörler	Türkiye'deki Üretiminden Aldığı Pay (%)
Maden ve Mineraller	0,1
Mobilya	0,1

Kaynak: TRC1 Düzey 2 Bölgesi (Gaziantep, Adıyaman, Kilis) Mevcut Durum Analizi

Geçmiş yıllarda yapılan gıda ve tarıma dayalı sanayi yatırımları, önümüzdeki dönemde bölgede oluşacak siyasi istikrar ve canlanacak ticaret ile birlikte önemli fırsatlar yaratabilecektir. Kilis'te zeytinyağı kümesi, içecek imalatı kümesi ve organik tarım kümesi olmak üzere Bölge Planı'nda üç potansiyel sektör olduğu ifade edilmiştir.

Tablo 9: Kilis Potansiyel Sektörel Kümeler Listesi

Kilis Potansiyel Kümeler Listesi
Zeytinyağı Kümesi
İçecek İmalatı Kümesi
Organik Tarım Kümesi

Kaynak: TRC1 Düzey 2 Bölgesi (Gaziantep, Adıyaman, Kilis) Mevcut Durum Analizi

Adıyaman ve Kilis şehirlerindeki planlama süreçlerinde, bölgenin ekonomik ve sosyal açıdan lokomotif konumunda bulunan ve önemli bir üretim ölçeğine sahip Gaziantep ile ekonomik ilişkilerin geliştirilmesi konusunun bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılması için özellikle ele alınması gerekmektedir.

Akıllı uzmanlaşma odaklı yenilik stratejilerinin belirlenmesi kapsamında sektörel analizde öne çıkan bir diğer başlık ise işletmelerin uluslararasılaşmasıdır. Bölgedeki işletmelerin dış ticaret kapasitesi ve bölgedeki uluslararası sermaye miktarı bu noktada değerlendirmeye alınan iki ana göstergedir. Türkiye İhracatçılar Meclisi rakamlarına göre TRC1 Bölgesi'nden 2016 yılında 6,87 milyar dolarlık ihracat yapılmıştır. Bu rakam Türkiye'nin 142,5 milyar dolarlık 2016 yılı ihracatının %4,82'sini oluşturmaktadır. Öte yandan bölgeden yapılan 6,87 milyar dolarlık ihracatın %93,5'i Gaziantep'ten, %5'i Adıyaman'dan ve %1,5'i Kilis'ten gerçekleştirilmiştir. Diğer tüm alanlarda da belirtildiği gibi Gaziantep ihracat açısından da bölgede baskın bir durumdadır.

Rakamlara bakıldığında en dikkat çekici konu, Adıyaman'ın ihracat hacmi ve bölge ihracatındaki payındaki hızlı artıştır. 2011 yılında bölge ihracatındaki payı 61,2 milyon dolar ile payı %1,26 olan Adıyaman'ın ihracatı 2016 yılına geldiğinde 338,65 milyon dolara ulaşmış ve bölge ihracatındaki payı %4,92'ye çıkmıştır. Kilis'in de ihracat miktarı son beş yıl içerisinde artış göstermiştir. 2011 yılında 30,54 milyon dolar olan ihracat miktarı 2016 yılında 103,74 milyon dolara çıkmıştır. Bölge ihracatından aldığı pay ise %0,63'ten %1,5'e yükselmiştir.



Tablo 10: Türkiye Geneli, TRC1 Bölgesi ve Bölge İlleri İhracat Verileri (1 Milyon ABD Doları)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Türkiye	134.906,86	152.461,73	151.802,63	157.610,15	143.838,87	142.544,45
TRC1	4.851,72	5.696,37	6.638,75	7.036,30	6.955,30	6.874,93
Gaziantep	4.759,95	5.579,87	6.515,19	6.658,80	6.330,32	6.432,54
Adıyaman	61,22	104,82	97,59	332,43	542,81	338,65
Kilis	30,54	11,67	25,97	45,07	82,16	103,74

Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)

Söz konusu ihracatın sektörel dağılımı da kreatif sektörlerin tespiti için önem taşımaktadır. 2016 yılında Gaziantep'te hububat, bakliyat, yağlı tohumlar ve mamulleri sektörü 1,6 milyar dolar ve %25,67'lik pay ile en fazla ihracat yapan sektör olarak öne çıkmaktadır. Bu sektörü 1,3 milyar dolarlık ihracat ile halı, 1,29 milyar dolar ile tekstil ve hammaddeleri sektörleri takip etmektedir. 2015 ve 2016 yılları arasında özellikle halı sektöründeki ihracat düşüşü dikkat çekicidir. Bu düşüşte ana neden sektörün temel pazarı olan Orta Doğu ve yakın ülkelerde ortaya çıkan siyasi sorunlar olarak

görülmektedir. Yapılan sektör görüşmelerinde dünya halı ticaretinde Gaziantep'teki işletmelerin %50'nin üzerinde bir paya sahip olduğu sektör temsilcileri tarafından ifade edilmekte, daha önceki yıllarda Belçika ile kıyasıya bir rekabet halinde olan sektörün ciddi bir kapasite yarattığı anlaşılmaktadır. Yaratıcı beceriler, tasarım gibi önemli yenilik unsurlarına rekabet için ihtiyaç duyan sektördeki gelişmelerin yakından takip edilmesi gerekmektedir.

Tablo 11: Sektörlere Göre Gaziantep İhracatı ve Türkiye İhracatından Aldığı Pay

Gaziantep Sektörler (Bin ABD Doları)	2014	2015	2016	2016 Yüzdelik Pay
Gaziantep Toplam	6.637.496,71	6.270.202,57	6.258.347,33	%100
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	1.454.009,60	1.578.367,06	1.606.743,77	%25,67
Halı	1.605.190,93	1.378.116,93	1.304.601,73	%20,85
Tekstil ve Hammaddeleri	1.376.866,85	1.323.880,72	1.294.997,31	%20,69
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	767.986,33	714.094,61	666.733,93	%10,65
Çelik	276.895,12	206.825,42	182.702,71	%2,92

Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)

Her ne kadar Gaziantep'e göre Adıyaman ve Kilis'in ihracat hacimleri düşük olsa da özellikle son beş yılda ihracat miktarı Adıyaman'da önemli bir artış sergilemiştir. Şehrin ihracatının %83,38'lik kısmını gerçekleştiren hazır giyim ve konfeksiyon sektörü, uluslararasılaşma bağlamında da en önemli sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Şehirde kendi markası için üretim yapan çok az sayıda hazır giyim firması bulunmakta, ancak işletmelerin daha ziyade ulusal ve uluslararası markalar için fason üretimde yoğunlaştığı yapılan birebir görüşmelerde ortaya çıkmıştır.

Kilis'te de son birkaç yıldır ihracat hacmi artma eğilimindedir. Hazır giyim ve konfeksiyon sektörü şehrin öncü ihracatçı sektörü olarak öne çıkarken çimento, cam, seramik ürünleri ihracatı ile mobilya, kâğıt ve orman ürünleri bu sektörü takip etmektedir. Özellikle 2015 yılına göre 2016 yılında hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri ihracatındaki artış dikkat çekicidir.

Tablo 12: Sektörlere Göre Adıyaman İhracatı ve Türkiye İhracatından Aldığı Pay

Adıyaman Sektörler (Bin ABD Doları)	2014	2015	2016	2016 Yüzdelik Pay
Adıyaman Toplam	249.397,36	332.988,66	305.091,54	%100
Hazır Giyim ve Konfeksiyon	180.200,84	282.113,84	254.386,55	%83,38
Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri	45.025,30	25.629,49	17.662,26	%5,79
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	5.694,20	7.893,91	5.428,49	%1,78
Tekstil ve Hammaddeleri	5.513,09	7.696,80	9.818,89	%3,22
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	4.091,89	3.379,81	4.203,98	%1,38

Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)

Tablo 13: Sektörlere Göre Kilis İhracatı ve Türkiye İhracatından Aldığı Pay

Kilis Sektörler (Bin ABD Doları)	2014	2015	2016	2016 Yüzdelik Pay
Toplam	45.025,24	89.119,17	132.865,57	%100
Hazır Giyim ve Konfeksiyon	7.282,56	21.766,10	40.246,71	%30,29
Çimento Cam Seramik ve Toprak Ürünleri	18.992,92	17.882,70	8.614,81	%6,48
Mobilya, Kağıt ve Orman Ürünleri	1.911,58	15.281,10	23.122,40	%17,40
Kimyevi Maddeler ve Mamulleri	4.277,82	9.976,59	12.670,99	%9,54
Demir ve Demir Dışı Metaller	1.813,77	4.902,34	17.305,67	%13,02

Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)

Bölgede uluslararasılaşma bağlamında incelenmesi gereken bir diğer husus ise ihracat yapan sektörler kadar ihracat yapılan pazarlardır. AB, ABD gibi gelişmiş ülkelere yönelik yapılan ihracatın yoğunluğu özellikle pazar talebindeki yenilikçilik arayışı açısından firmaları yeniliğe iten önemli unsurlardan biri olurken, daha

az gelişmiş ülkelerde müşterilerin yenilik arayışının kısıtlı oluşu işletmelerdeki yenilik motivasyonunun görece düşük kalmasına neden olmaktadır. Tablo 14'te şehirlere göre en fazla ihracat yapılan beş ülke ve ihracat miktarları verilmiştir.

Tablo 14: İhracat Yapılan Ülkelere Göre TRC1 Bölgesi İlleri İhracatı (1000 ABD Doları)

	Ülke	2014	2015
Gaziantep	Irak	2.198.832,28	1.886.279,35
	Suriye	370.533,55	405.800,17
	Suudi Arabistan	349.146,80	366.873,73
	Birleşik Devletler	269.090,97	302.556,94
	İran (İslam Cum.)	173.075,33	229.606,16
Adıyaman	Romanya	81.083,27	68.939,87
	Slovakya	14.433,10	52.199,53
	Ukrayna	20.388,41	48.887,11
	Polonya	14.505,83	39.504,28
	Almanya	32.337,40	34.313,92
Kilis	Suriye	26.827,41	31.601,60
	Irak	4.585,78	16.902,80
	Polonya	0	9.066,41
	Makedonya	2.708,92	7.857,09
	Kırgızistan	327,57	3.877,16

Kaynak: Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)

Bölge ihracatında en çok öne çıkan ülkeler, bölgeye oldukça yakın konumda bulunan Irak ve Suriye'dir. Yine Suudi Arabistan'a ve İran'a yapılan ihracat da bölge ihracatında önemli bir yer tutmaktadır. Gaziantep ve Kilis'in ihracat yaptığı ülkelerin profili birbirine benzer bir yapı gösterirken, Gaziantep'te son yıllarda halı ihracatı ile Amerika Birleşik Devletleri pazarına yönelik çalışmaların sonuç verdiği de görülmektedir. ABD ve Avrupa ülkelerine olan ihracattaki artışın yenilik temelli dönüşüm açısından iyi uygulama örnekleri arasında yer aldığı görülmektedir.

Ekonomik açıdan bölgedeki işletmelerin ve endüstrilerin uluslararasılaşma boyutunu gösteren bir diğer önemli gösterge ise bölgedeki yabancı sermayeli yatırımların yoğunluğudur. Bu

Tablo 15: 2001-2016 Tarihleri Arasında Düzenlenen Yatırım Teşvik Belgeleri (Seçilmiş İller)

	Belge Adedi	Sabit Yatırım (Milyon TL)
Gaziantep	13	114
Adıyaman	2	18
Kilis	3	8
Kayseri	32	1.373
Kocaeli	365	13.056
Konya	31	787

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı

yatırımlara ilişkin olarak bölgede 2001 yılından bu yana gerçekleştirilen teşvik belgeli yatırımlar incelenmiştir. Hem teşvik belgesi verilen yatırım sayısı hem de bu yatırımların miktarı açısından bakıldığında bölgedeki yabancı yatırımların sayısının düşük olduğu görülmektedir.

Ancak Gaziantep'in ülkenin üretim ve yatırım konusunda öncü illerinden birisi olduğu düşünüldüğünde hem yabancı yatırım sayısı hem de yapılan yatırımların tutarları göz önünde bulundurulduğunda diğer sanayi illeri olan Kayseri, Kocaeli ve Konya gibi benzer sanayi şehirlerinin gerisinde kaldığı görülmektedir.

Tüm bu göstergeler ışığında bölgedeki işletmelerin ve endüstrilerin uluslararasılaşma açısından Gaziantep liderliğinde ilerleme kaydettiği, ancak bu sürecin daha da geliştirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır. Ancak ihracatta ve ihracata konu olan üretimde yeniliğin daha az talep edildiği bölgelerin payının görece fazla olması, işletmelerin ve endüstrilerin yenilik konusunda daha yavaş hareket etmesine neden olmaktadır.

BYS çalışması kapsamında yapılan birebir görüşmeler ve illerde gerçekleştirilen çalıştaylarda veri analizleri ile ulaşılan sonuçlar, benzer ifadelerle bölgedeki paydaşlar tarafından da doğrulanmıştır. Yapılan toplantılarda bölgede endüstrinin uluslararasılaşmasına ilişkin en temel tespit

bölgedeki firmaların Afrika ve Orta Doğu pazarları ile kendilerini kısıtlamaları olmuştur. Bu pazarlarda rekabetin Avrupa ve ABD pazarlarına göre daha az olması ve dolayısıyla firmaların yenilikçi bir rekabet baskısı ile karşılaşmaması bölgedeki işletmelerin de yenilik arayışına girmesi açısından bir baskı hissetmemesi sonucunu ortaya çıkarmıştır. Ancak özellikle 2000'li yılların başından itibaren bu pazarlarda yaşanan ekonomik ve siyasi istikrarsızlık ortamı, firmaları daha rekabetçi pazarlara itmiş, rekabetin yoğun olarak görüldüğü pazarlardaki işletme faaliyetlerinin artması bölgedeki işletmelerde yenilik arayışını arttırmıştır.

Sektörel değerlendirme başlığında üçüncü başlık bölgedeki işletme ve girişimcilere sağlanan iş ortamı, bilgi ve yenilik için işbirliği ortamı ve girişimcilik kapasitesidir. İş ortamı değerlendirmesi, girişimcilik süreçleri ve iş gücü piyasası ile işbirliği ortamı dikkate alınarak yapılmıştır.

Bölgede kreatif sektörler için işgücü erişilebilirliği ve işgücünün uzmanlık potansiyeli, akıllı uzmanlaşma ve işletme ve endüstrilerin yenilik temelli gelişimi için kritik bir öneme sahiptir. Bu çerçevede gerek İpekyolu Kalkınma Ajansı Bölge Planı mevcut durum analiz çalışmalarında gerekse de BYS çalışması kapsamında yapılan çalıştay ve birebir görüşmelerde bölgedeki insan kaynağına ilişkin iş dünyasından elde edilen geri bildirim, bölgede genç nüfusun bol ve erişilebilir olmasına rağmen, endüstriyel ölçekte gerekli olan nitelikli işgücüne erişimde ciddi sorunlar bulunduğu yönündedir. Gaziantep'te tasarım ve mühendislik başta olmak üzere işletmelerin yenilik faaliyetlerinin büyük çoğunluğunun nitelikli işgücü erişiminin güçlüğünden ötürü başta İstanbul olmak üzere başka şehirlerde yapıldığı görüşmelerde vurgulanan hususların başında gelmektedir. Adıyaman ve Kilis'te ise durum, endüstrinin iş gücü ihtiyacının yapısındaki farklılıklardan ötürü daha farklı bir yapıdadır. Bu şehirlerde özellikle fason odaklı üretim yapısı işletmelerin nitelikli eleman ihtiyacını daha az hissetmesine neden olmakta, işletmeleri görece ucuz ve niteliksiz bir iş gücü arayışına itmektedir.

Söz konusu emek yapısı girişimcilik yapısını da etkilemektedir. Bölgedeki üniversitelerden mezun olan gençlerin öncelikli olarak kamu ve özel sektörde iş arayışına başlaması ile girişimci özellikleri geri planda kalmaktadır. Gaziantep'te yerleşik olan girişimcilik kültürü aile temelli olarak gelişmektedir. Şehirdeki işletmelerin büyük bir kısmının KOBİ ve aile işletmesi olarak faaliyetlerine devam etmesi de bunun en önemli göstergelerinden biridir.

Sermaye birikimi ve yeni iş fikirlerine yatırım açısından görece daha geniş olanaklara sahip olan Gaziantep'te bölgedeki üniversitelerden mezun gençlerin küçük ölçekli, teknoloji temelli iş fikirleri geliştirmesine ve bu iş fikirlerini hayata geçirmesine yönelik altyapı bulunmakta ancak şehrin sermaye sahipleri ile gençlerin birlikte hareket edebilecekleri ortam ve kültür eksikliği ilerlemeyi sınırlandırmaktadır.

Bölgede iş ve işbirliği ortamı açısından Organize Sanayi Bölgeleri (OSB) özel bir yere sahiptir. OSB'lerde bulunan firmalar yeni üretim teknikleri, pazar koşulları, teknolojik gelişmeler ve benzeri konularda karşılıklı bilgilendirme ve etkileşim içindedirler. Ortak altyapı hizmetlerinden, arıtma tesislerinden, personel eğitim merkezlerinden, banka, kantin ve benzeri hizmetlere kadar pek çok hizmet ve olanağa ulaşmak mümkün olmaktadır.

TRC1 Bölgesi'nde ilk OSB 1969 yılında kurulmuş olup, bu bağlamda OSB kültürü Gaziantep ve bölgede görece eskiye dayanmaktadır.

Gaziantep ilindeki OSB'ler içerisinde toplamda 800 adet küçük ve orta ölçekli işletme bulunmaktadır. İşletmelerin genel olarak yoğunlaştıkları sektörlerde ise %44,63 oranla tekstil sektörü ve %23,75 ile gıda sektörü öne çıkmaktadır.

Tablo 16: Gaziantep OSB'lerindeki Firmaların Sektörel Dağılımı

Sektör	Sayı	Oran
Tekstil	357	44,63
Gıda	190	23,75
Plastik	70	8,75
Kimya	56	7,00
Diğer	127	15,88
Toplam	800	100

Kaynak: İpekyolu Kalkınma Ajansı (İKA)

Tablo 17: Adıyaman OSB'lerindeki Firmaların Sektörel Dağılımı

Sektör	Sayı	Oran
Tekstil	32	35,56
Gıda	21	23,33
Taş ve Toprağa Dayalı Ürünler	11	12,22
Mobilya	9	10
Lastik ve Plastik Ürünler	6	6,67
Elektrikli Makineler	3	3,33
Ana Metal (Demir Çelik ve Demir Dışı Metaller)	3	3,33
Kağıt ve Kağıt Ürünleri	3	3,33
Petrol Ürünler	1	1,11
Kimyasal Ürünler (Kimya-Gübre)	2	1,11
Toplam	90	100

Kaynak: İpekyolu Kalkınma Ajansı (İKA)

Adıyaman Organize Sanayi Bölgeleri içerisinde toplam 90 adet işletme yer almaktadır. Bu işletmelerin %35,56'sı tekstil sektöründe faaliyet göstermekte olup %23,33'ü ise gıda sektöründe bulunmaktadır. OSB'de tekstil sektörünün en çok temsilciye sahip olması Adıyaman'da bu sektörün lider konumda olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 18: Kilis OSB'lerindeki Firmaların Sektörel Dağılımı

Sektör	Sayı	Oran
Gıda Sanayi	9	34,62
Dokuma ve Giyim Sanayi (Tekstil)	8	30,77
Plastik Sanayi	3	11,54
Dekorasyon Sanayi	2	7,69
Bahçe Mobilyaları	1	3,85
Diğer	3	11,54
Toplam	26	100

Kaynak: İpekyolu Kalkınma Ajansı (İKA)

Kilis'te toplam 26 işletme OSB bünyesinde faaliyet göstermektedir. OSB bünyesinde en fazla faaliyet gösteren işletmelerin gıda sanayi (%34,62) sektöründe olmaları ilin bu alanda neden gelişmiş olduğuna cevap niteliğindedir. Diğer yandan gıda sanayi sektörünü %30,77'lik oranla dokuma ve giyim sanayi (tekstil) sektörü takip etmektedir.

Bölgede iş ortamı açısından incelenen yukarıdaki veriler ve bu veriler ışığındaki tespitler dışında, Gaziantep, Adıyaman ve Kilis illerinde gerçekleştirilen çalıştaylarda ve birebir görüşmelerde de benzer başlıklar katılımcılar tarafından vurgulanmıştır.

İş ortamına ilişkin toplantı ve görüşme sonuçları da illerdeki sanayinin gelişimine paralel olarak birbirinden farklılık göstermiştir. Gaziantep'te gerçekleştirilen toplantı ve görüşmelerde firmaların yenilik uygulamaları açısından daha başlangıç seviyesinde oldukları hususu öne çıkan konuların başında gelmiştir. Firmaların genellikle aile işletmeleri olması ve başta yenilik olmak üzere yönetim süreçleri açısından kurumsallaşma altyapılarının zayıf olmasının işletmelerin istenen performansa erişememesinin en temel nedenlerinden biri olduğu vurgulanmıştır. Bölgedeki insan kaynakları profilinin istenen nitelikleri karşılayamaması, yeniliğin maliyete odaklı olması, geleneksel sektörlerde işletmelerin ısrar etmesi gibi başlıklar da diğer öne çıkan sorunlar olarak ifade edilmiştir.

Adıyaman'da gerçekleştirilen çalıştay ve birebir görüşmelerde yenilik altyapısının gelişmemesinin önündeki temel engellerin ildeki sanayinin yapısı ile ilişkili olduğu vurgusu öne çıkmıştır. Başta tekstil ve hazır giyim gibi sektörler olmak üzere bölgedeki fason üretimin yaygın olması, fason üretimde ise müşterinin ürünlerdeki belirleyici gücü işletmelerin yenilik arayışına girmemelerinin temel nedeni olarak ifade edilmiştir. Bu ana sorunun dışında şehirde işletmeler arasında işbirliğinin zayıf olması bir başka çarpıcı tespit olmuştur.

Kilis'te ise toplantı ve görüşmelerde en fazla altı çizilen unsur bölgedeki işletmelerin yenilik ihtiyacını hissetmemeleri ve bu konudaki bilgi eksikliği olmuştur. Yine kurumsallaşma ve profesyonel yönetim anlayışının yerleşmemesi de Kilis'te yenilik altyapısı açısından öne çıkan sorunlar olmuştur.

Öte yandan her üç ilde de iş ortamı açısından nitelikli insan kaynağına erişim ve kümeleme gibi sektörel işbirliği ortamının eksikliği iki ortak sorun olarak öne çıkmış ve yapılan görüşmelerde katılımcılar tarafından sık sık vurgulandığı görülmüştür. Sektörel açıdan uzmanlaşma, bu sektörlerde kümelenme ve kurumsal kapasite eksikliği ile illerde işletmelerin etkin yenilik faaliyetlerini gerçekleştirilmesi için gerekli olan nitelikli insan kaynağına erişememesi, nitelikli insan kaynağının bölgede kalma konusundaki isteksizliği her üç ilde de ortak sorunlar olarak tespit edilmiştir.

Tablo 19: Sektörel Değerlendirme Soruları

Sektörel Değerlendirme Sorular
• Bu sektörler/işletmeler yenilik ve kalkınma planlarına katılım göstermekte midir?
• Bu sektörlerin/işletmelerin gelişiminde öne çıkan unsurlar nelerdir?
• Bu sektörler/işletmeler uluslararası ölçekte rekabetçi midir?
• Bölgeniz için küresel ölçekte hangi ürün ve hizmetler gelecek on yılda umut vaat etmektedir?
• Bölgenizdeki anahtar sektörler ve lider işletmeler gelecek on yılda hangi risklerle karşı karşıyadır?
• Bölgenizdeki sektörlerin rekabet gücünde teknoloji ve Ar-Ge yatırımları ne ölçüde etkilidir?
• Bölgenizin ekonomik yapısı ne kadar uluslararasılaşmıştır? Hangi sektörler yurt dışına daha açıktır? Hangi ülkelere daha fazla ihracat yapılmaktadır?
• Yerel üniversiteler yeterli düzeyde ve nitelikte iş gücü sağlayabilmekte mi yoksa bölgenizdeki işverenler nitelikli işgücü istihdamı için bölge dışına mı yönelmektedir?
• Bölgenizdeki girişimcilik iklimi kolaylaştırıcı hangi unsurlara sahiptir? Girişimcilik teşvik edilebilmekte midir?
• Bölgenizin araştırma ve yenilik öncelikleri ve bölgede sağlanan destekler ihtiyaçları karşılayabilmekte midir?

KAYNAK: Getting started with the RIS3 KEY S3 - Smart Specialisation Strategies – Federal Ministry of Science and Research, Austria

4.1.2. Bilgi Sektörü Değerlendirmesi

Bilginin üretilmesi ve işlenmesi konusunda büyük bir öneme sahip olan üniversiteler, aynı zamanda farklı disiplinlerde yetiştirdiği öğrenciler sayesinde bölgedeki endüstrilerin rekabet gücünün gelişimini güçlendirecek insan kaynağı sağlamları açısından da ön plana çıkmaktadırlar. Üniversite rektörlüklerine bağlı olarak faaliyet gösteren 'Araştırma Merkezleri' ise bölge üzerine yapılabilecek potansiyel akademik araştırmalar için kolektif bir platform yaratmaktadır. Bu açıdan bilgi sektörünün ana ögesi konumunda olan üniversitelerin akademik gelişimi, eğitim ve öğretim kalitesi ve iş dünyası ile işbirliği kültürü bölgede yenilik faaliyetlerinin gelişmesi için hayati bir öneme sahiptir.

TRC1 Bölgesi'nde Gaziantep'te üç, Adıyaman ve Kilis illerinde ise birer adet üniversite bulunmaktadır. Gaziantep'te toplam 22 adet araştırma merkezi bulunurken, bu sayı Adıyaman için 11, Kilis için ise 7'dir.

URAP tarafından hazırlanan ve üniversitelerin başarı düzeylerini ölçmekte kullanılan analizler çerçevesinde Türkiye'deki 95 devlet üniversitesi de incelenmektedir. Yapılan çalışma kapsamında bölgenin en başarılı üniversitesi olan Gaziantep Üniversitesi 2014 yılında 25. sıradayken 2015 yılında üç sıra gerileyerek 28. sıraya gelmiştir. Gaziantep Üniversitesi'ni takip eden Adıyaman Üniversitesi 57. sıradan 60. sıraya gerilemiştir. Bölgede en düşük performansı gösteren Kilis 7 Aralık Üniversitesi ise aynı yıllar içerisinde 92. sıradan 87. sıraya yükselmiştir.

Tablo 20: URAP Değerlendirme Göstergeleri

URAP Değerlendirme Göstergeleri
Makale Sayısı
Öğretim Üyesi Başına Düşen Makale Sayısı
Atıf Sayısı
Öğretim Üyesi Başına Düşen Atıf Sayısı
Toplam Bilimsel Doküman Sayısı
Öğretim Üyesi Başına Düşen Toplam Bilimsel Doküman Sayısı
2014-2015 Yılı Doktora Mezun Sayısı
Doktora Öğrenci Oranı
Öğretim Üyesi Başına Düşen Öğrenci Sayısı
• Bölgenizin araştırma ve yenilik öncelikleri ve bölgede sağlanan destekler ihtiyaçları karşılayabilmekte midir?

Kaynak: University Ranking by Academic Performance (URAP)

Üniversitelerin bilgi üretme performansında mevcut akademisyen ve öğrenci sayıları da etkili olmaktadır. Öğretim elemanlarının performansı ise sorumlu oldukları öğrenci miktarıyla ters orantılı olarak ele alınmaktadır.

Türkiye genelinde akademisyen başına düşen öğrenci sayısı 19,87 iken, TRC1 Bölgesi için bu oran 20,30 olarak seyretmektedir. Bir diğer deyişle, Gaziantep, Adıyaman ve Kilis illerinde bulunan üniversitelerde yaklaşık üç bin öğretim görevlisi bulunurken, toplam öğrenci sayısı altmış bir bin dolaylarındadır.

Bölge üniversiteleri ele alındığında Gaziantep Üniversitesi gerek bünyesinde barındırdığı 16 fakülte, gerekse akademik başarı açısından öncü kurum pozisyonundadır. Toplam 22 adet araştırma merkezine sahip olan Gaziantep Üniversitesi bu anlamda bölgede araştırma kapasitesi en gelişmiş

Tablo 21: TRC1 Bölgesi'ndeki Üniversitelerin URAP Puan Aralığı ve Sıralama Sonuçları

Üniversite	2014		2015		2016		İlerleme
	Sıralama	Puan Aralığı	Sıralama	Puan Aralığı	Sıralama	Puan Aralığı	
Gaziantep Üniversitesi	25	500 - 549	28	500 - 549	33	500 - 549	-5
Adıyaman Üniversitesi	57	350 - 399	60	300 - 349	71	350 - 399	-11
Kilis 7 Aralık Üniversitesi	92	150 - 199	87	200 - 249	124	200 - 249	-37

Kaynak: University Ranking by Academic Performance (URAP)

üniversite olarak görülmektedir. Bunların yanı sıra Gaziantep Üniversitesi'nde akademisyen başına düşen öğrenci sayısı verisi hem Türkiye hem de TRC1 Bölge ortalamasının üzerinde bir sıralamada

bulunmaktadır. URAP 2015 alan sıralamasına göre, Gaziantep Üniversitesi mühendislik alanında yapılan akademik çalışmalar anlamında Türkiye üniversiteleri arasında 40. sırada yer almaktadır.

Tablo 22: TRC1 Bölgesi'ndeki Üniversitelerin Akademisyen ve Öğrenci Sayısı

Üniversite	Akademisyen Sayısı	Öğrenci Sayısı	Oran %
Gaziantep Üniversitesi	1.538	43.818	27,71
Hasan Kalyoncu Üniversitesi	208	5.804	27,90
Kilis 7 Aralık Üniversitesi	314	8.548	27,22
Adıyaman Üniversitesi	817	19.467	23,82
Sanko Üniversitesi	67	489	7,29
Bölge Toplamı	2.987	78.126	26,15
Türkiye Toplamı	146.124	3.536.787	24,20

Kaynak: Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) 2016

Adıyaman Üniversitesi bölgedeki ikinci en yüksek öğrenci sayısına sahip olmasına karşın sahip olduğu öğretim görevlileri sayesinde akademisyen başına düşen öğrenci oranında hem bölge hem de Türkiye ortalamasının üzerinde bir performans sergilemektedir.

Kilis 7 Aralık Üniversitesi'nde ise akademisyen başına düşen öğrenci sayısı göstergesinde hem bölge, hem de Türkiye ortalamasına kıyasla başarılı bir performans sergilemektedir. Buna karşın 7 Aralık Üniversitesi'nin performansı bölgedeki diğer devlet üniversitelerine kıyasla yapılan akademik çalışmalar açısından zayıf kalmaktadır. Bölgede Kilis'in tarım sektöründe ön plana çıkmasına karşın Kilis 7 Aralık Üniversitesi'nin bu sektörü destekler nitelikteki akademik çalışmalarının sayısının artması büyük önem taşımaktadır.

Bu noktada İpekyolu Kalkınma Ajansı tarafından 2011 yılında uygulanan Üniversite-Sanayi-Toplum İşbirliği Mali Destek Programı bilgi sektörü ile iş dünyası arasındaki iletişimin güçlendirilmesi adına önemli bir adım olarak ortaya çıkmaktadır. İpekyolu Kalkınma Ajansı tarafından desteklenen 32 projeye 6,2 milyon TL kaynak aktarılmış, bu projeler

aracılığı ile üniversiteler ile iş insanı kurumlarının yakınlaşması için zemin oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu verilere ek olarak, bölgede gerçekleştirilen çalıştay ve birebir görüşmelerde de bilgi sektörü ile ilgili çeşitli sorunlar ve tespitler dile getirilmiştir. Özellikle özel sektör ve üniversiteler arasında istenen düzeyde bilgi alışverişinin olmaması, hem işletmelerin hem de üniversitelerin karşılıklı işbirliği konusunda daha fazla çaba sarf etmesi gerekliliği hem akademisyenler hem de iş insanları tarafından en fazla altı çizilen konuların başında gelmiştir. Yine öne çıkan bir başka husus ise bölgedeki üniversitelerin, öne çıkan sektörleri dikkate alarak uzmanlaşmaya odaklanması talebi olmuştur.

Bütün bu analizler ışığında TRC1 Bölgesi'nde bilgi sektörünün gelişim sürecinin özellikle işletmelerin yenilik ve Ar-Ge kapasitesini arttıracak şekilde desteklenmesi, bilimsel kalite ve işbirliği zemininin iyileştirilmesine yönelik çabaların arttırılması büyük önem taşımaktadır. Gaziantep Üniversitesi Teknoloji Transfer Ofisi, Hasan Kalyoncu Üniversitesi Teknoloji Transfer Ofisi gibi üniversitelerde işbirliği zeminini geliştirmek için oluşturulan yapıların işletmelere erişimini kolaylaştıracak mekanizmaların oluşturulması ve bu mekanizmaların desteklenmesi,

yenilik tarafları arasındaki mesafenin de kısalmasına katkı sağlayacaktır.

Öte yandan bölgede işletmeler kadar bilgi sektörünün de uluslararasılaşması ve uluslararası

rekabet gücünün arttırılmasına yönelik adımların atılması, iş dünyası ve üniversite arasında Ar-Ge ve yenilik personeli işbirliğinin güçlendirilmesine yönelik destek programları geliştirilmesi bölgedeki bilgi değiş tokuşuna önemli katkılar sunacaktır.

Tablo 23: Akıllı Uzmanlaşma Modeli Bilgi Sektörü Değerlendirme Soruları

BİLGİ SEKTÖRÜ DEĞERLENDİRME SORULARI
• Bölgenizdeki bilgi sektörü aktörleri kimlerdir? Üniversiteler dışında hangi aktörler bölgenizde aktiftir?
• Bölgenizdeki bilgi sektörü yenilik ve kalkınma planlarına katkı/katılım göstermekte midir?
• Bölgenizdeki bilgi sektörünün özel uzmanlık alanları nelerdir? Bu alanlarda uluslararası düzeyde bir rekabet gücüne sahip midir?
• Bölgenizde yeni gelişen bilimsel ve teknolojik alanlar nelerdir? Bu gelişimde etkin olan unsurlar nelerdir?
• Bölgenizdeki bilgi sektörü aktörleri, bölge dışındaki paydaşlarla güçlü ve sürdürülebilir ilişki ağlarına sahip midir? Bölgede uluslararası araştırmacılar bulunmakta mıdır?
• Bölgedeki bilgi sektörü ürünleri ve hizmetleri bölgenin ihtiyaçları ile örtüşmekte midir?
• Bölgede bilgi sektörü çalışanları ile sektör profesyonelleri arasında hareketlilik ne ölçüdedir?

Kaynak: Getting started with the RIS3 KEY S3 - Smart Specialisation Strategies – Federal Ministry of Science and Research, Austria



Tablo 24: TRC1 Bölgesi'ndeki Üniversitelerde Faaliyet Gösteren Araştırma ve Uygulama Merkezleri

Üniversiteler	GAZİANTEP			ADIYAMAN	KILIS
	Gaziantep Üniversitesi	Hasan Kalyoncu Üniversitesi	Sanko Üniversitesi	Adıyaman Üniversitesi	Kilis 7 Aralık Üniversitesi
Araştırma Merkezleri	Bilgisayar Araştırma ve Uygulama Merkezi	Çevre Yönetimi Uygulama ve Araştırma Merkezi	Bilimsel Araştırma ve Projeler Birimi	Sosyal Araştırmalar Uygulama ve Araştırma Merkezi	Türkçe Öğretimi Uygulama ve Araştırma Merkezi
	Sürekli Eğitim Merkezi	Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon Merkezi	Tarımsal Uygulama ve Araştırma Merkezi	Sürekli Eğitim Merkezi	İleri Teknoloji Uygulama ve Araştırma Merkezi
	Uygulama ve Araştırma Merkezi	Dış Hekimliği Uygulama ve Araştırma Merkezi	Orta Doğu Araştırmaları ve Uygulama ve Araştırma Merkezi	Tarımsal Uygulama ve Arazi Yönetimi Uygulama ve Araştırma Merkezi	
	Yabancı Diller Araştırma ve Uygulama Merkezi	Zeugma Kültürlerarası Diyalog Uygulama ve Araştırma Merkezi	Sürekli Eğitim Merkezi	Türkçe ve Yabancı Dil Öğretimi Uygulama ve Araştırma Merkezi	
	Çevre Araştırma Merkezi	İş Sağlığı ve Güvenliği Eğitimi Uygulama ve Araştırma Merkezi	Bilgisayar Bilimleri Uygulama ve Araştırma Merkezi	Uzaktan Algılama ve Coğrafi Bilgi Sistemleri Uygulama ve Araştırma Merkezi	
	Gaziantep El Sanatlarını Koruma ve Geliştirme Merkezi	Göç, Nüfus, Eğitim ve İstihdam Sorunları Uygulama ve Araştırma Merkezi		Uzaktan Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi	
	Sürekli Eğitim Merkezi	Merkezi Araştırma Laboratuvarı Uygulama ve Araştırma Merkezi			
	Avrupa Birliği Araştırmaları Merkezi	Çevre ve Şehircilik Uygulama ve Araştırma Merkezi			
	Güneydoğu Anadolu Projesi Araştırma ve Uygulama Merkezi	Sağlık Uygulama ve Araştırma Merkezi			
	Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi	Üstün Yetenekliler Uygulama ve Araştırma Merkezi			
	Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi	Kalyoncu Ortadoğu Araştırma Merkezi			
	Toplumsal ve Ekonomik Araştırmalar Merkezi	Kadın ve Aile Uygulama ve Araştırma Merkezi			
	Türkiye Suriye İlişkileri Etüd Merkezi	Mezunlarla İletişim ve Kariyer Merkezi			
	Toplumsal Duyarlılık Projeleri Merkezi				
	Türkçe Öğretimi Uygulama ve Araştırma Merkezi				
	Din, Tarih ve Medeniyetler Uygulama ve Araştırma Merkezi				
	Mimarlık ve Şehircilik Uygulama ve Araştırma Merkezi				
	Sanayi Teknoloji Araştırma Merkezi				
	Türk Dili Öğretim Merkezi				
	Göç ve Siyaset Uygulama ve Araştırma Merkezi				
	Kariyer Planlama ve Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi				
Arkeolojik ve Kültürel Değerleri Uygulama ve Araştırma Merkezi					
Dış Hekimliği Uygulama ve Araştırma Merkezi					
Yurtdışındaki Türkler ve Akraba Toplulukları Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi					

Kaynak: Yazarlar tarafından üniversitelerin internet siteleri incelenerek hazırlanmıştır.

4.1.3. Kamu Sektörü Değerlendirmesi

Bir bölgede yenilik ve yenilik kültürünün gelişmesi açısından işletmeler ve bilgi sektörü gibi anahtar paydaşların başında kamu otoritesi gelmektedir.

Bölgede yenilik için gerekli olan kamu politikalarının geliştirilmesi, bu politikaların ilgili diğer kurumlarla koordinasyonunun sağlanarak uygulanması ve yenilik uygulamalarına yönelik olarak destek mekanizmalarının geliştirilmesi süreçlerinde kamu otoritesine önemli roller düşmektedir.

Türkiye’de özellikle son yıllarda merkezi hükümetin işletmelerde yenilik kapasitesinin gelişimi için uygulamaları ve destekleri bulunmaktadır. Sürekli mevzuat iyileştirmeleri, mali ve teknik destek mekanizmaları geliştirilmesi ve kamu politikalarının yerelleştirilmesine yönelik adımlar atılmaktadır. Bu bağlamda merkezi ölçekte yürütülen yenilik politika ve stratejilerinin yerel boyutta uyarlanması, uygulanması ve izlenmesi için de Kalkınma Ajansları kritik bir konumda yer almaktadır. TRC1 Bölgesi’nde yenilik stratejilerinin geliştirilmesi, ilgili diğer kurumlarla koordine bir şekilde uygulanması ve uygulama sonuçlarının izlenmesi rolü İpekyolu Kalkınma Ajansı tarafından yerine getirilmektedir.

İpekyolu Kalkınma Ajansı, temel faaliyetleri kapsamında bölgede kalkınma ile ilgili aktörlerin katılımıyla kapsamlı bir bölge planı hazırlamış olup ve bu bölge planında belirlenen stratejiler çerçevesinde bölgenin ekonomik ve sosyal gelişimine yönelik faaliyetlerini sürdürmektedir. Bu uzun vadeli vizyonun ve stratejik yaklaşımın önemli bir parçası da bölge düzeyinde ulusal programlarla uyumlu alt planların geliştirilmesidir. Bu alt planlardan biri de Bölgesel Yenilik Stratejisi’dir. Bu yapı içerisinde ilgili kurumlar ve İpekyolu Kalkınma Ajansı birlikte hareket edecek ve strateji belgesi kapsamındaki eylemlerin hayata geçirilmesi ve düzenli olarak takip edilmesi sağlanmış olacaktır.

Bu kapsamda işletmelerin eylem planı uygulama sürecine de etkin bir şekilde dahil edilmesi büyük önem taşımaktadır. Merkezi ölçekte TÜBİTAK, TTGV gibi kurumlar ve bölgesel ölçekte İpekyolu Kalkınma Ajansı gibi kurumların bölgedeki işletmelere yönelik uyguladığı mali destek programlarında yenilikçilik altyapısının geliştirilmesi için kamu-üniversite-özel sektör işbirliği ve yenilik uygulamaları özendirilmektedir.

Bu destekler işletmelere yenilik uygulamaları için önemli bir fırsat sunmakta ancak özellikle başvuru yapılan projelerde işletmelerin talebinin daha çok üretim kapasitesinin geliştirilmesine ve modernizasyonuna odaklandığı görülmektedir. Bu

açıdan başta İpekyolu Kalkınma Ajansı olmak üzere kamu desteği sağlayan tüm kurumların mali destek programlarında yenilikçiliği öne çıkaran programlara öncelik vermesi yenilik kapasitesinin ve kültürünün geliştirilmesi açısından önemli bir teşvik unsuru olacaktır.

Kamu sektörü yenilik açısından merkezi ve bölgesel düzeyde bahsi geçen uygulamaları hayata geçirse de işletmelerin yürütülen faaliyetlere yönelik bakış açısı ve katılımı bu programların etkinliği için büyük önem taşımaktadır. Bu noktadan hareketle bölgede yapılan toplantı ve birebir görüşmelerde işletmelerin kamu politikaları ve destekleri ile ilgili fikirleri de alınmıştır. Bu görüşmelerde işletmelerin en fazla öne çıkardığı hususlar, yenilik odaklı destek programlarında bürokratik süreçlerin işletmelerin cesaretini kırması, kurumlar arası koordinasyonun zaman zaman sekteye uğraması ve firmalara değişen iş altyapısına uyum sağlayabilmeleri için gerekli altyapı sağlanamaması olmuştur.

Kamunun sadece politika düzeyinde yeniliğin gelişmesine yönelik politika geliştirmekle sınırlı kalmaması, özellikle kamu alımları başta olmak üzere kendi faaliyet alanlarında da yenilik odaklı bir yaklaşım sergilemesi akıllı uzmanlaşma için önem taşımaktadır. Bu açıdan yenilik kültürünün geliştirilmesine yönelik uygulamalar sadece işletmeler, endüstriler ve bilgi sektörü ile sınırlandırılmamalı, özellikle kamudaki satın alma yöneticilerine yönelik de yenilik ile ilgili bilgilendirme çalışmaları gerçekleştirilmelidir.

Tablo 25: Akıllı Uzmanlaşma Modeli Kamu Sektörü Değerlendirme Soruları

KAMU SEKTÖRÜ DEĞERLENDİRME SORULARI
• Bölgenizde ekonomik kalkınma ve yenilik politikaları geliştirecek, uygulayacak kamusal bir sahiplik bulunmakta mıdır?
• Yenilik politikaları uygulamalarının başarısını düzenli olarak izleyecek mekanizmalar bulunmakta mıdır?
• Yenilik politikası ile bölgede uygulanan diğer politikalar arasında eş güdümlük sağlanmakta mıdır?
• Bölgede yenilik politikaları için kamu kaynakları yeterli ölçü ve kalitede kullanılmakta mıdır?
• Bölgedeki yenilik politikaları, diğer bölgelerle sinerji yaratacak şekilde mi uygulanmaktadır?
• Bölgede kamu sektörü yeniliği politika uygulamaları ve destek mekanizmaları dışında nasıl teşvik etmektedir?
• Bölgede bilgi sektörü çalışanları ile sektör profesyonelleri arasında hareketlilik ne ölçüdedir?

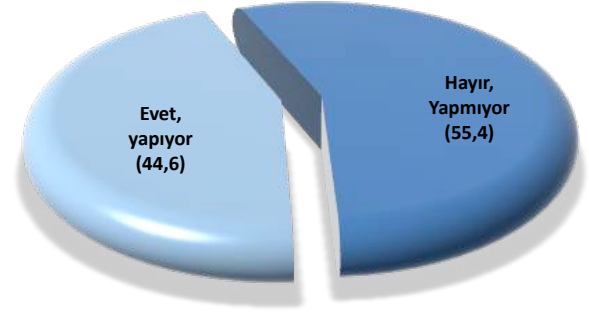
Kaynak: Getting started with the RIS3 KEY S3 - Smart Specialisation Strategies - Federal Ministry of Science and Research, Austria

4.2. SÜRÜKLEYİCİLER-KOLAYLAŞTIRICILAR MODELİ BAĞLAMINDA SAHA ARAŞTIRMASI SONUÇLARI

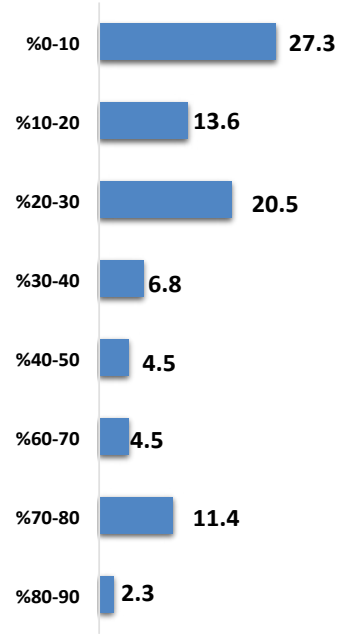
TRC1 Bölgesel Yenilik Stratejisi çalışmasının ana amacı, bölgenin ana ekonomik aktörleri olan işletmelerin yenilik kapasitelerinin geliştirilmesine katkı sağlamaktır. Bu noktada bölge ile ilgili yapılan analizlerin ikincil veri analizi ile sınırlı kalması, bu tip çalışmalarda işletmelerin katkısını sınırlandırmaktadır. Bu nedenle BYS çalışması için Sürükleyiciler-Kolaylaştırıcılar modeli bağlamında bir araştırma formu hazırlanmış ve bölgedeki işletmelere bu formdaki sorular yöneltilerek katkıları alınmıştır. Araştırmaya TRC1 Bölgesi'nden toplam 101 işletme katılmıştır.

Araştırmaya katılan işletmelerin %44,6'sı ihracat yaptığını ifade ederken, %55,4'lük kısmı ise ihracat yapmadığını belirtmiştir. İhracat yaptığını ifade eden işletmeler arasında ihracat hacminin toplam ciro içindeki payının %50'nin üzerinde olduğunu belirtenlerin oranı %27,3 olmuştur. İşletmelerin %48,5'i bölgesel ölçekte, %27,7'si ulusal ölçekte faaliyet gösterdiğini ifade ederken, uluslararası faaliyet gösterdiğini belirten işletmelerin oranı %23,8 olmuştur. (Şekil-3, Şekil-4)

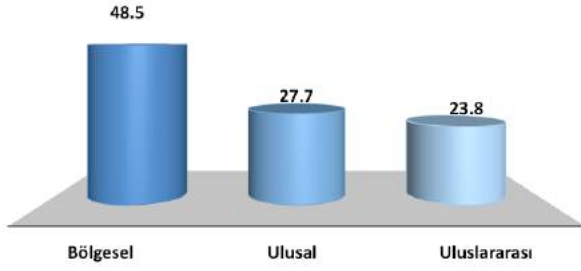
Şekil-3 İhracat yapılıp yapılmadığı (%)



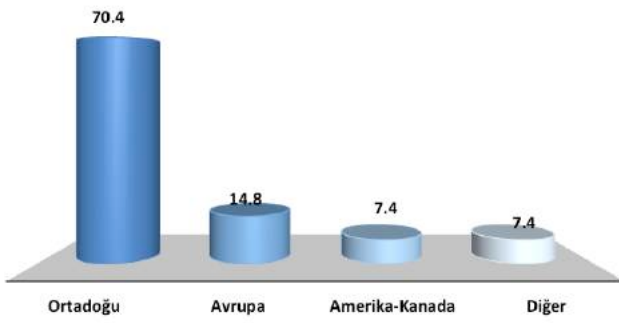
Şekil-4 Evet diyenler; ihracatın toplam cirodaki payı



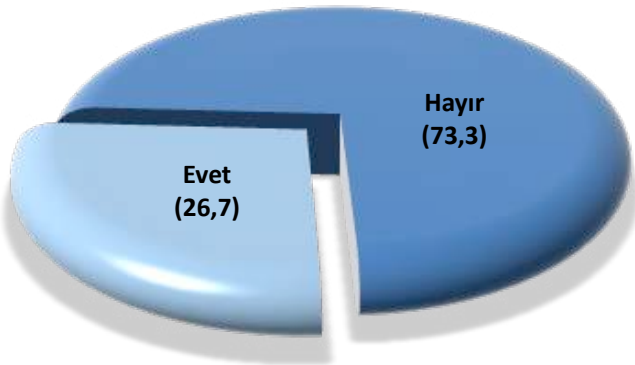
Şekil-5 Firmanın faaliyet gösterdiği en önemli alan (%)



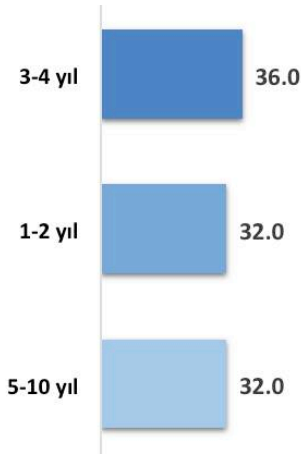
Şekil-6 Firmanın faaliyet gösterdiği bölgeler (%)



Şekil-7 Ar-Ge birimi olup olmadığı (%)



Şekil-8 Ar-Ge biriminin kaç yıldır faaliyette olduğu (%)



Araştırma kapsamında işletmelere Ar-Ge faaliyetlerini yürüten özel bir birime sahip olup olmadıkları sorulmuştur. Bu soruya işletmelerin sadece %26,7'si evet yanıtı verirken, %73,3'ük kısmı ise Ar-Ge için özel bir birim kurmadıklarını ifade etmiştir. Ar-Ge birimine sahip olduğunu ifade eden firmalarda ne kadar süredir Ar-Ge birimi olduğuna ilişkin soruda ise yanıtların %68'i 4 yıl ve altı olarak gelmiştir. Bu yanıtlar, Ar-Ge açısından işletme içi yatırımların henüz istenen düzeyde olmadığını, ancak son yıllarda konuyla ilgili bir gelişme yaşandığını göstermektedir. (Şekil-7, Şekil-8)

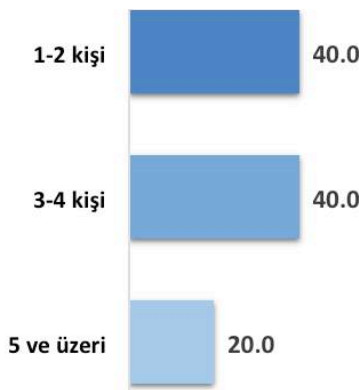
İşletme içerisinde Ar-Ge birimi olduğunu ifade eden firmalara bir dizi başka soru sorulmuştur. Bu sorulardan ilki mevcut Ar-Ge biriminde kaç kişinin istihdam edildiğidir. İşletmelerin %40'ı 1-2 kişi, %40'ı 3-4 kişi ve %20'si ise 5 kişi üzerinde olduğunu belirtmiştir. Bu birimlerde çalışan kişilerin eğitimine ilişkin sorulan soruda ise işletmelerin %45,5'i üniversite mezunlarını istihdam ettiğini, %33,3'ü lise mezunlarını görevlendirdiğini ve %12,1'i yüksekokul mezunlarının görev aldığını ifade etmiştir. İşletmeler içerisinde Ar-Ge birimlerinde lisansüstü eğitim almış personel çalıştıran işletmelerin oranı ise sadece %3'te kalmıştır. (Şekil-9, Şekil-10)

Ar-Ge faaliyetlerinde nitelikli insan kaynağının taşıdığı önem dikkate alındığında bölgedeki işletmelerdeki personel profili ile yürütülen Ar-Ge faaliyetlerinin küresel Ar-Ge anlayışı açısından henüz istenen rekabetçiliği sunacak durumda olmadığı görülmektedir. Personel profili değerlendirildiğinde ortaya çıkan bir başka önemli sonuç da işletmelerin mevcut faaliyetlerine ilişkin uzmanlık ve sorunların çözülmesine dayalı pratik çaba ve yatırımlara yönelmiş olduklarıdır. Bu bağlamda bölgede Ar-Ge, yenilik ve işletmeye yararlarına ilişkin daha kapsamlı bir bilgilendirme faaliyeti ihtiyacı olduğu görülmektedir.

İşletmelere Ar-Ge biriminin neden var olmadığı sorulduğunda, %40'lık dilim böyle bir birime ihtiyaç duyulmadığını belirtmiştir. Firmaların %32'si ise finansman yetersizliğine değinirken %26,7'si bölge içerisinde yeterli sayıda kalifiye personel olmadığını vurgulamıştır. Bu soruyu takiben Ar-Ge birimi olmayan işletmelere Ar-Ge faaliyetlerinin hangi birim tarafından yürütüldüğü sorulmuştur. %65'i firma sahibi ve yöneticilerinin, %22'lik kısmı imalat biriminin, %13'lük kısmı ise pazarlama biriminin Ar-Ge faaliyetlerini yürüttüğünü belirtmiştir.

Ar-Ge birimi olmayan işletmelerin %65'inde Ar-Ge çalışmalarının işletme sahipleri veya yöneticiler tarafından yürütüldüğü görülmektedir. Bu sonuç, işletme sahiplerinin girişimci ve rekabetçi anlayışa sahip oldukları ve yeniliklere açık oldukları konusunda önemli bir işaret olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerinin işletme yapısının diğer alanlarında da olduğu gibi kurumsallaşma zaafı yaşandığı görülmektedir. Öte yandan finansman yetersizliği ve Ar-Ge ile ilgili teknik bilgi sahibi personelin bölge içerisindeki varlığının sınırlı olması, işletmelerin yönetim kademesindeki Ar-Ge ve yenilik yapma isteğinin gerçekleşmesinin önüne geçmektedir. Bu bağlamda işletmelere sunulabilecek mali destekler ve bölgede bilgi sektöründeki kalitenin artırılmasına yönelik atılacak adımlar bölgedeki işletmelerin yenilikçiliği için hayati öneme sahip görülmektedir. (Şekil-11, Şekil-12)

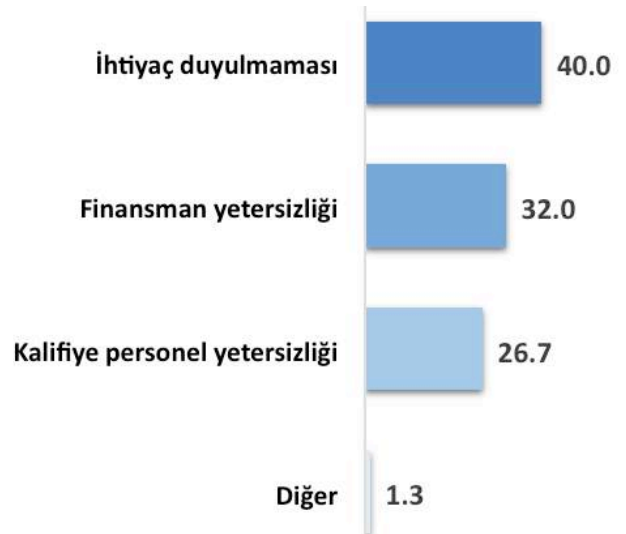
Şekil-9 Ar-Ge biriminde görevli personel sayısı (%)



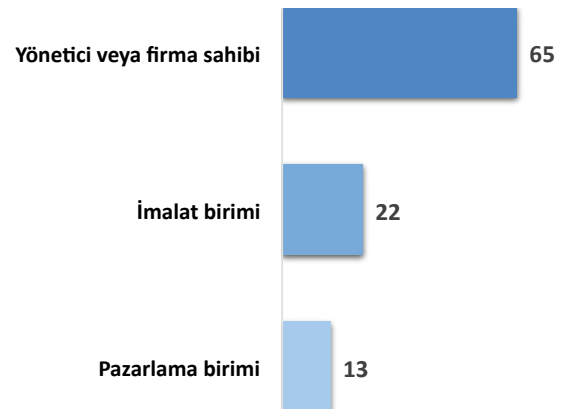
Şekil-10 Ar-Ge biriminde çalışan personelin eğitim durumu (%)



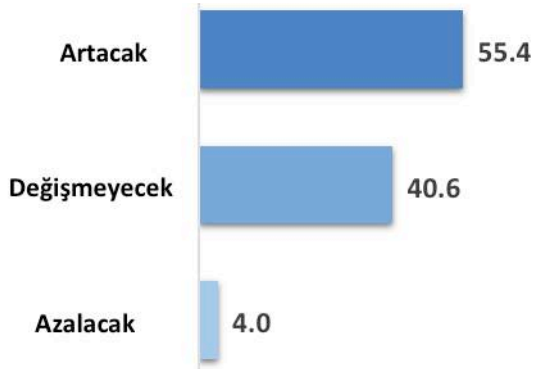
Şekil-11 Ar-Ge biriminin neden mevcut değil (%)



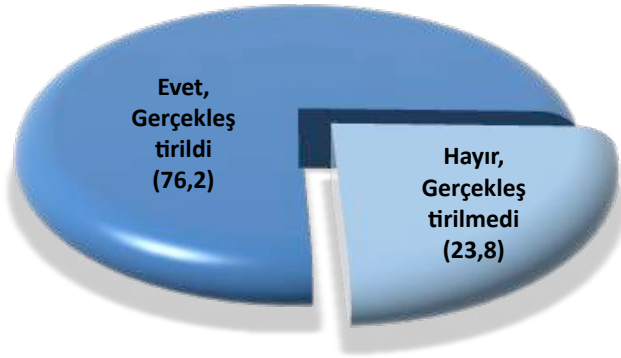
Şekil-12 Ar-Ge birimi yok ise, yenilik faaliyetlerinin hangi birim tarafından yönetildiği (%)



Şekil-13 Firmanın Ar-Ge veya yenilik harcamalarının önümüzdeki dönem nasıl olacağı (%)



Şekil-14 Firmanın son üç yılda yenilik çalışması gerçekleştirip gerçekleştirmediği (%)



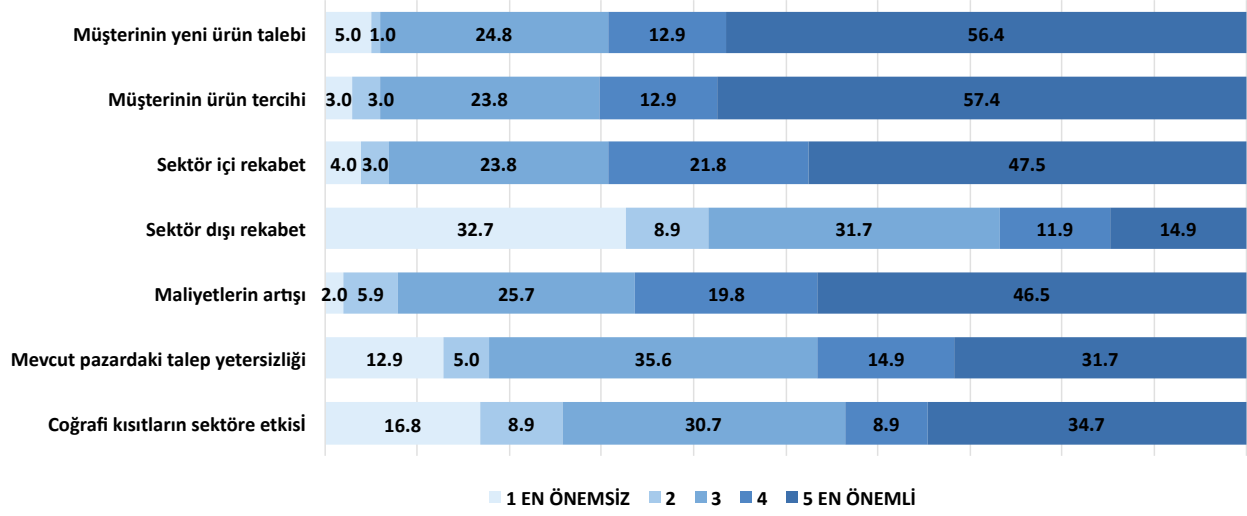
Şekil-15 Evet ise, yenilik çalışmasının yapıldığı alanlar (%)



İşletmelere sorulan bir diğer soru, önümüzdeki dönemde Ar-Ge ve yenilik harcamalarının ne yönde değişeceği olmuştur. Bölgede Ar-Ge ile ilgili en önemli sorunun finansman olduğunun daha önceki sorularda işletmeler tarafından ifade edilmesine rağmen, işletmelerin %55,4'ü Ar-Ge ve yenilik harcamalarını arttırmayı planladıklarını ifade etmiştir. İşletmelerin %40,6'sı önümüzdeki dönemde yatırımlarının sabit kalacağını belirtmiş, %4,0'ı ise azalacağını söylemiştir. Yeniliğin öneminin işletmeler açısından her geçen gün arttığı dikkate alındığında Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerinde harcamalarını arttırmayı planlayan firmaların oranının yüksek olması bölgedeki Ar-Ge ve yenilik kültürünün gelişimine ilişkin önemli bir işarettir. (Şekil-13)

İşletmelere son yıllarda herhangi bir yenilik çalışması gerçekleştirip gerçekleştirmediği sorulduğunda %76,2 evet, %23,8 ise hayır yanıtı alınmıştır. Devamında işletmelerin yapmış oldukları yeniliklerin hangi alanlarda gerçekleştirildiğini tespit edebilmek için yöneltilen diğer bir soruya ise, katılan işletmelerin %41,2'si yeni ürün/hizmet geliştirdiğini, %20'si ise mevcut ürünü geliştirmeye yönelik yenilik çalışması yürüttüğünü ifade etmiştir. Bu noktada yenilik faaliyetlerinin daha çok ürün yeniliği olarak yapıldığı görülmektedir. İşletmelerden gelen bu cevaplar bölgedeki işletmelerin aslında rekabetçilik açısından yeniliğe açık olduğunu ve bu alanda faaliyetler içerisinde bulunduğunu göstermektedir. Ancak çalışmalarda ağırlığın ürün odaklı olduğu göz önünde bulundurulduğunda işletmelerin yenilik bakışının geliştirilmesi ve ürün yeniliği kadar kurumsallaşma başta olmak üzere birçok alanda süreç, pazarlama ve yönetim yeniliğine de daha fazla önem vermelerine yönelik adımlar atılması gerektiği ortaya çıkmaktadır. (Şekil-14, Şekil-15)

Şekil-16 YENİLİĞE İTİCİ FAKTÖRLER (%)



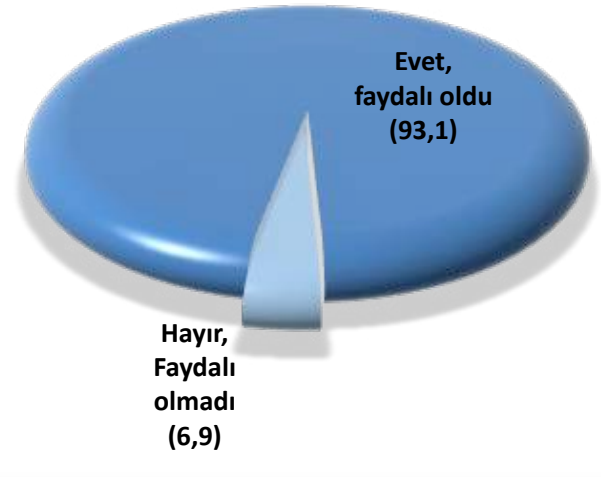
İşletmelere bölgedeki yenilik yapmaya yönelik mevcut zorlayıcı faktörler de sorulmuştur. Elde edilen cevaplar firmaları yeniliğe zorlayan en önemli etkenin müşterinin yeni ürün talebi (%56,4) ve ürün tercihi (%57,4) olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda sektörde yaşanan rekabet (%47,5) işletmeleri yenilik yapmaya zorlayan diğer bir etken olarak görülmektedir.

Bu durum göz önünde bulundurulduğunda bölgedeki işletmelerin müşteri profiline yenilik talebinin yüksek olduğu, bu durumun işletmeler üzerinde baskı yarattığı, işletmelerin de tüketici tercihlerini göz ardı etmedikleri görülmektedir. Dahası sektörlerde yaşanan rekabetten dolayı işletmelerin daimi olarak yenilikleri takip ettiği ve yenilik arayışı içerisinde olduğu ve bu iki faktörün işletmelerin yenilik yapma isteğini canlı tuttuğu görülmektedir. (Şekil-16)

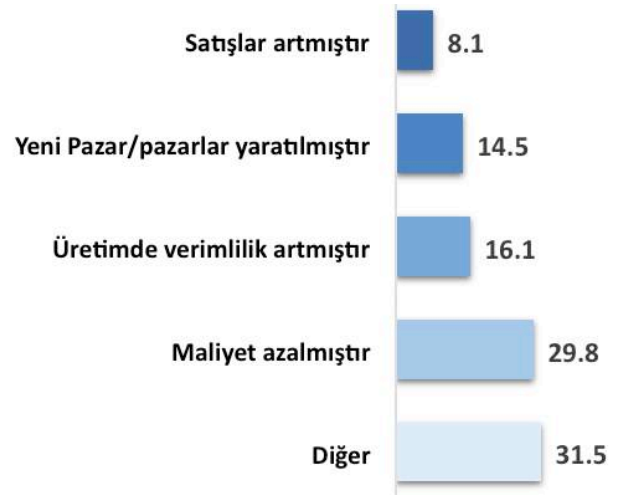
Araştırmada yenilik yaptığını ifade eden işletmelerin %93,1'i yaptıkları yenilik faaliyetlerinden fayda gördüklerini ifade etmiştir. Diğer soruda ise işletmelerin %8,1'i yapılan yeniliklerin işletmenin satışlarına katkısı olduğunu, %14,5'i ise işletmenin mevcut pazarlarını geliştirmeye ve yeni pazarlar yaratmasına yardımcı olduğunu belirtmiştir. Sorulan soruya %16,1'lik dilim üretimde verimliliğin arttığını, %29,8'i ise maliyetlerin azaldığı şeklinde cevap vermiştir.

İşletmelerin yenilik çalışmalarından aldıkları pozitif geri bildirim çerçevesinde bölgede iyi uygulamalar açısından önemli örneklerin ortaya çıktığı sonucuna ulaşılmaktadır. Özellikle yeni pazarlara erişilmesi ve firma satışlarının artması işletmeleri yenilik yapma konusunda motive eden en çarpıcı etkenler arasında görülmektedir. (Şekil-17, Şekil-18)

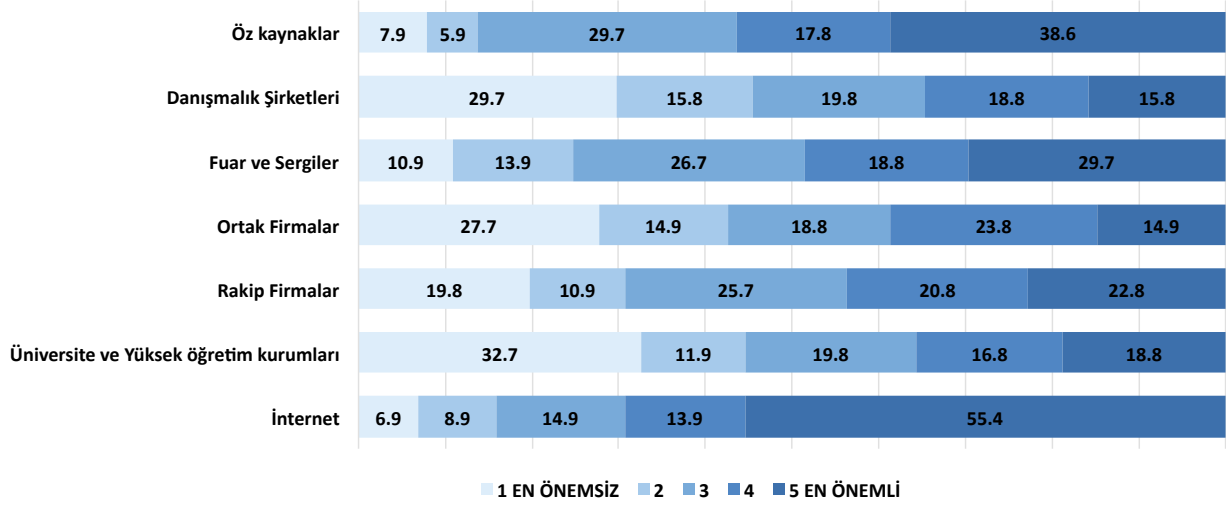
Şekil-17 Yapılan yeniliklerin faydalı olup olmadığı (%)



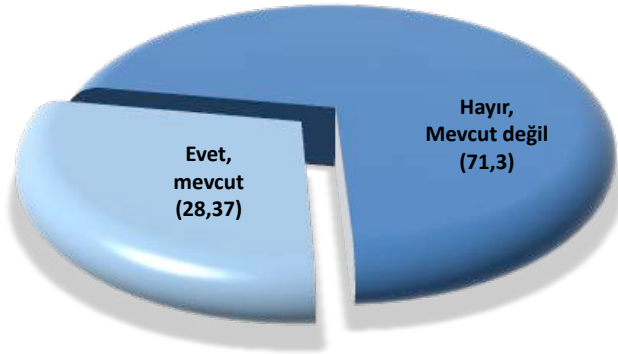
Şekil-18 Evet ise; firmalar için yapılan yeniliğin faydası (%)



Şekil-19 Ar-Ge veya yenilik faaliyetleri için kullandığı bilgi kaynakları (%)

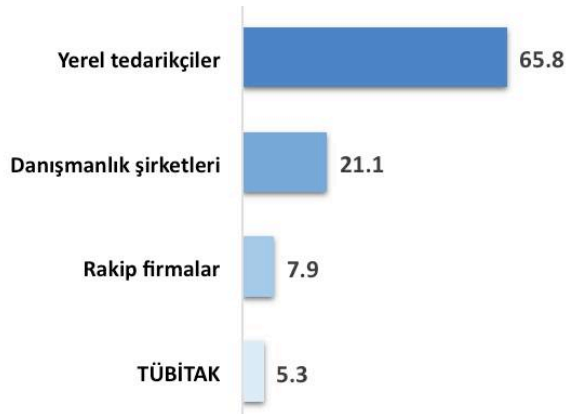


Şekil-20 Firmanın yenilik faaliyetleri sırasında işbirliği veya bilgi alışverişinde bulunduğu ortaklar olup olmadığı (%)



Ar-Ge ve yenilikçilik faaliyetleri ilgili işletmelerin bilgi kaynakları arasında en çok öne çıkanlar internet (%55,4), kendi öz bilgi kaynakları (%38,6) ve katıldıkları fuar ve sergiler (%29,7) olarak ifade edilmiştir. Bu kaynakların dışında genel olarak bilgi alışverişinde ön plana çıkan kaynaklar üniversiteler (%18,8), araştırma şirketleri (%15,8) ve ortak firmalar (%14,9) olarak ifade edilmiştir. Kurumların Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerinde özgün bilgiden ziyade yaygın bilgiyi kullandıkları görülmektedir. Bu ise yenilik faaliyetlerinin sonuçlarının uluslararası rekabet gücünden çok ulusal ve bölgesel ölçekte yararlı olduğuna işaret etmektedir.

Şekil-21 Evet ise; ne olduğu (%)



Bu istatistikler göz önünde bulundurulduğunda işletmelerin bilgi edinme portföylerini geliştirmeleri gerekmektedir. Aynı zamanda bölgede önemli bir bilgi kaynağı olarak görülen üniversitelerle işletmeler arasında Ar-Ge ve yenilik odaklı karşılıklı işbirliği modelleri geliştirilmesi gereksinimini ortaya koymaktadır. (Şekil-19)

İşletmelere yürütülen yenilik çalışmalarında işbirliği içerisinde olduğu veya bilgi alışverişinde bulunduğu herhangi bir kurum veya işletme ile ortaklıkta bulunup bulunmadığı sorulmuştur. İşletmelerin %71,3'ü hayır, mevcut değildir şeklinde cevap verirken, %28,7'si ise çalışmada ortak olarak çalıştığı bir firma olduğunu söylemiştir. Bu sorunun devamında sorulan hangi firmalar ile ortaklık gerçekleştirildiği sorusuna verilen yanıtlar ise yerel tedarikçilerin (%65,8) en temel ortaklar olduğunu göstermiştir. Bu ortaklıkta yerel tedarikçinin öne çıkması işletmelerde ürün yeniliği odaklı faaliyetlerin daha ön planda olduğunu doğrulayan bir başka göstergedir. (Şekil-20, Şekil-21)

Ar-Ge ve yenilik çalışmalarında firmaların bilgiye erişiminde üniversiteler büyük rol oynamaktadır. Bu kapsamda bölge işletmelerine yürütülmüş veya yürütülen çalışmalarda üniversiteler veya yükseköğretim kurumlarıyla işbirliği veya bilgi alışverişi içerisinde bulunup bulunmadığı sorulmuştur. İşletmelerin %93,1'i üniversiteler veya yükseköğretim kurumları ile bilgi alışverişinde veya işbirliği içerisinde olmadıklarını belirtmiştir. (Şekil-22)

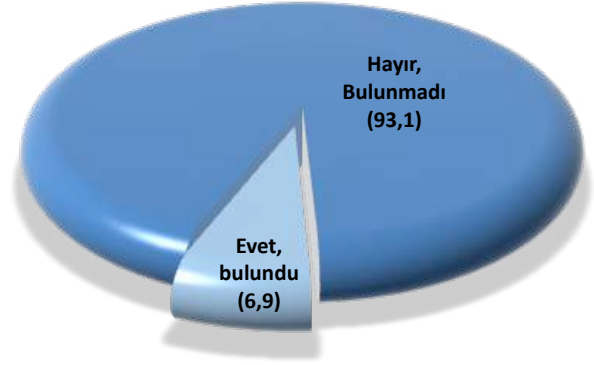
İşletmelere üniversitelerle işbirliğinin neden zayıf olduğu sorusu sorulduğunda araştırmaya katılan işletmelerin %45,5'i üniversitelerin işletmelerle işbirliği yaptığına dair bilgi sahibi olmadığını belirtmiştir. %40,9'u ise üniversiteleri işbirliği yapılacak kadar yeterli görmemekte olup, %13,6'sı üniversitelerin işbirliğine açık olmadığını söylemiştir. İşletmelerin bölge üniversitelerinin faaliyetleri ile ilgili fikir sahibi olmamaları bilgiye erişimde başka kaynaklara yönelmelerinin en önemli sebeplerinden biri olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bilgilerden yola çıkarak bölgede işletmeler ile üniversiteler arasında ciddi bir iletişim ve işbirliği eksikliği olduğu gözlemlenmektedir. Yenilik stratejisi kapsamında yeniliği gerçekleştiren firmalar ve temel, özgün bilgi kaynaklarının başında gelen üniversiteler arasında iletişimsizliğin nedenlerine ilişkin kapsamlı bir analiz çalışması yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. (Şekil-23)

İşletmelere bölgede yenilik faaliyetlerini olumsuz etkileyen durumlar sorulduğunda bölgede istihdam edilecek kadar yeterli nitelikte personelin olmadığı (%35,1) vurgulanmıştır. Bu cevabı takiben bölgede yenilik çalışmalarını etkileyen diğer olumsuzluklar, bölge firmalarının sistematik bir şekilde yenilik çalışmalarını yürütebilecek bilgiye sahip olmamaları (%32,8) ve bölgenin ekonomik anlamda yeterince gelişmemiş olmasıdır (%19,4).

Araştırmaya katılan işletmelerin verdiği yanıtlara bakıldığında genel olarak yenilik çalışmalarını yürütecek isteğe sahip oldukları görülmektedir. Bölge işletmelerinin yeterli kapasiteye sahip olmalarına karşın nitelikli personel sorunu ve yenilik kavramının kurumsallaşmamış olması, gerçekleştirilmiş veya gerçekleştirilecek yenilik faaliyetlerinde yöntem eksikliğine işaret etmektedir. Aynı zamanda işletmelerin finansal kapasitenin yetersizliğine değinmeleri, devlet ve kamu kuruluşları destekleri hakkında bilgi sahibi olmadıklarını veya desteklerin yeterli düzeyde olmadığını göstermektedir. (Şekil-24)

Şekil-22

Firmanın yenilik faaliyetleri için herhangi bir üniversite veya yükseköğretim kurumuyla işbirliği veya bilgi alışverişinde bulunup bulunmadığı (%)



Şekil-23

Firmanın işbirliği veya bilgi alışverişi konusunda üniversitelerden neden bilgi almadığı (%)

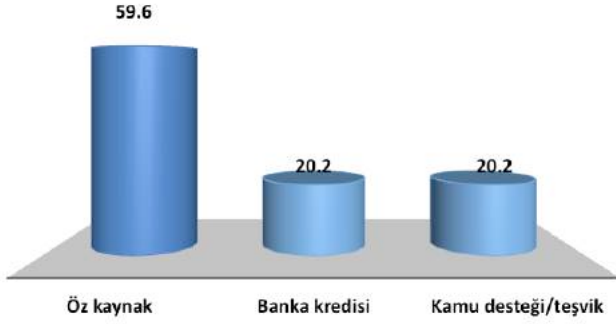


Şekil-24

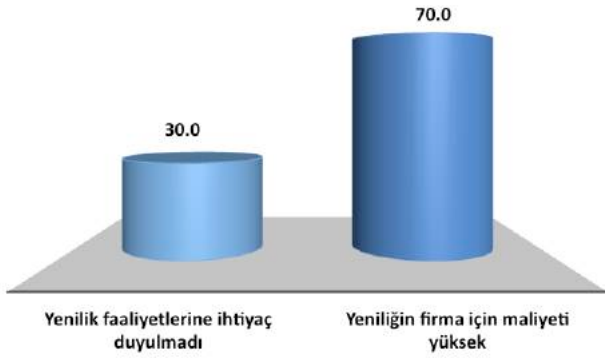
Bölgenin yenilik faaliyetlerini olumsuz etkileyen durumlar (%)



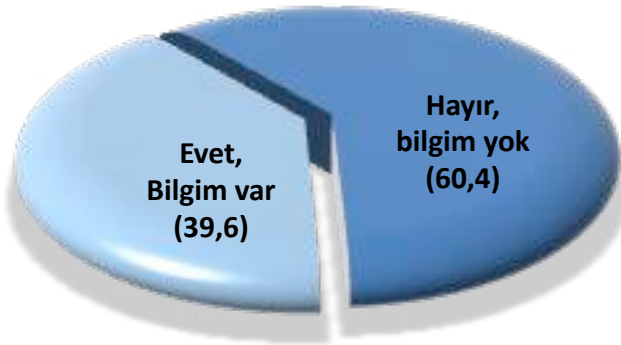
Şekil-25
Yenilik faaliyetlerinin finansmanının nasıl karşılandığı (%)



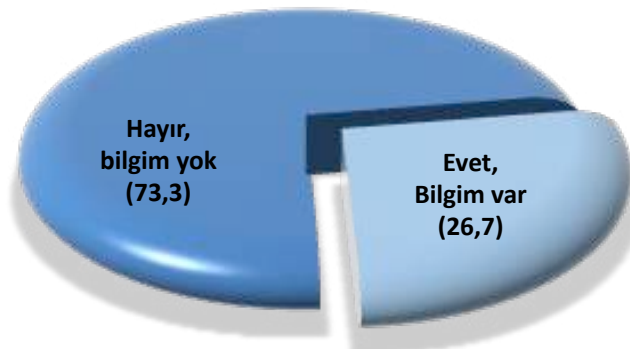
Şekil-26
Yenilik çalışmasını neden gerçekleştiremediği (%)



Şekil-27 TÜBİTAK (%)



Şekil-28 KOSGEB (%)



Öte yandan herhangi bir yenilik çalışmasında bulunmayan işletmeler, bu durumun temel nedeninin maliyetin yüksek olmasından (%70) kaynaklandığını ifade etmiştir. Yenilik çalışması yapan işletmelerin %59,6'sının öz kaynaklarıyla faaliyetlerini yürüttüğü düşünüldüğünde bu durumun işletme bütçesini bir hayli zorladığı dikkate alınmalıdır. Diğer taraftan işletmelerin %20,2'si yenilik faaliyetleri için banka kredilerini kullanırken, %20,2'lik diğer kısım ise kamu desteklerinden faydalanmıştır.

İşletmeler çoğunlukla yenilik çalışmalarını kendi öz kaynaklarını kullanarak gerçekleştirmektedir. Ancak bu çalışmaların bir hayli masraflı olduğu göz önünde bulundurulduğunda işletmelerin tek başına finanse edebilecekleri bir faaliyetten ziyade kamu destekleri yardımıyla çalışmalarını daha faydalı olacaktır. Bu kapsamda işletmelerin Ar-Ge ve yeniliğe yönelik kamu destekleri hakkında bilgi ve başvuru kapasitelerinin artırılması önem taşımaktadır. (Şekil-25, Şekil-26)

Bölgede sağlanan kamu destekleri ile ilgili işletmelerin sahip oldukları bilgiyi ölçmek ve herhangi bir destek talebinde bulunup bulunmadıklarını öğrenmek için çeşitli sorular yöneltilmiştir. Bu bağlamda sorulan ilk soruda, bölge işletmeleri %60,4'ü TÜBİTAK destekleri, %83,2'si Teknoloji Geliştirme Vakfı destekleri, %74,3'ü Avrupa Birliği destekleri ile ilgili herhangi bir bilgiye sahip olmadıklarını söylemişlerdir.

Bölgede en çok KOSGEB (%73,3) ve İpekyolu Kalkınma Ajansı (%59,4) desteklerinden haberdar olduğu görülmektedir. Bu da özellikle destek mekanizmalarında yerel kurumların daha etkili sonuçlar elde ettiğini göstermektedir. (Şekil-27, Şekil-28, Şekil-29)

Yöneltilen diğer bir soru ise kamu desteklerinden haberdar olan işletmelerin desteklerden yararlanıp yararlanmadığıyla ilgilidir. Bu soruya cevap olarak firmaların %94,1'i TÜBİTAK desteklerinden, %58,4'ü KOSGEB desteklerinden, %97'si Teknoloji Geliştirme Vakfı desteklerinden, %95'i Avrupa Birliği desteklerinden ve %66,3'ü de İpekyolu Kalkınma Ajansı desteklerinden yararlanmadıklarını belirtmişlerdir. Özellikle işletmelerin TÜBİTAK ve İpekyolu Kalkınma Ajansı destekleri ile ilgili bilgi sahibi olmalarına karşın bu yönde talebin düşük olması dikkat çekmektedir. (Şekil-30, Şekil-31)

Diğer yandan işletmeler başvuru yapmamalarının temel sebebini bürokrasinin uzun olması (%31,1) ve destekler hakkında detaylı bilgiye sahip olmadıkları (%30,2) şeklinde dile getirmişlerdir. Devlet ve kamu destekleri bölge işletmeleri için çok önemli finansman kaynağı temin etmektedir. Ancak desteklerle ilgili yeterli düzeyde bilgiye sahip olunmaması ve yaşanan bürokratik güçlükler, kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasını engelleyen temel faktörler olarak öne çıkmaktadır. Bu iki durum göz önünde bulundurulduğunda öncelikli olarak firmaların desteklerle ilgili detaylı bir şekilde bilgilendirilmeleri önem taşımaktadır.

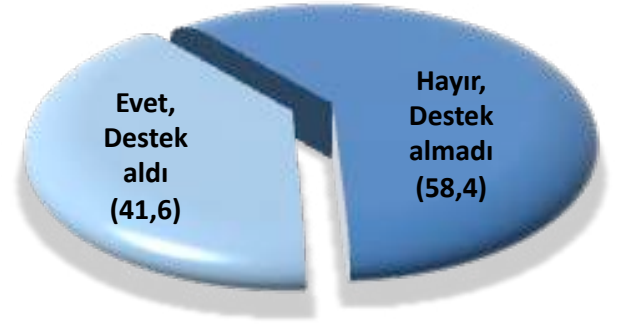
Diğer taraftan bürokratik süreçlerin işletmeler için kolaylaştırılması veya bu süreçler ile ilgili bilgi desteği verilmesi önemli katkı sunacaktır. Ar-Ge ve yenilik temelli projelerde işletmelerin yaşadıkları sürece ilişkin sorunların çözümünde bölgedeki üniversiteler ve akademisyenlerin daha etkin rol almasının sağlanması önemli bir adım olabilecektir.

Araştırmadan elde edilen veriler incelendiğinde işletmelerin genel olarak kamu sektörü tarafından sağlanan finansman imkânlarından memnun olduğu görülmektedir. Aynı zamanda bu desteklerden yeteri kadar yararlanılmamasının nedeni olarak da bilgi eksikliğinin ve ağır bürokrasinin rolü önemlidir. Bu konuda sağlanabilecek kolaylıklar hem işletmelerin finansman sorununu çözmesine hem de bölgenin daha yenilikçi faaliyetlerde bulunmasına katkı sağlayacaktır.

Şekil-29 Teknoloji Geliştirme Vakfı (%)



Şekil-30 KOSGEB (%)



Şekil-31 İpekyolu Kalkınma Ajansı (%)



4.3. YENİLİK ÇIKTILARI AÇISINDAN TRC1 BÖLGESİ'NİN DURUM DEĞERLENDİRMESİ

Önceki bölümlerde TRC1 Bölgesi'nde yenilik açısından öne çıkan unsurlar strateji dokümanının hazırlanmasında kullanılan yenilik modelleri çerçevesinde analiz edilmiş, Gaziantep, Adıyaman ve Kilis özelinde de bu göstergeler açısından durum değerlendirmesi yapılmıştır.

Bu bölümde ise bölge, yenilik çıktıları üretebilme becerisi açısından değerlendirilmiştir. INSEAD tarafından hazırlanan Küresel İnovasyon Endeksi ve OECD tarafından hazırlanan yenilik politikaları izleme raporları başta olmak üzere birçok referans kaynaktan yenilik çıktıları değerlendirmesi iki temel unsur üzerinden yapılmaktadır. Bu unsurlar bölgedeki marka, patent, faydalı model, endüstriyel tasarım başvuruları ve Ar-Ge harcamaları miktarıdır.

Marka, patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım başvurusu sayıları bölgedeki yenilik faaliyetlerinin ne kadar sonuca ulaştığının en önemli göstergeleridir. Bu göstergelerden yola çıkarak özellikle Gaziantep ilinin başvuru sayıları açısından bölge içinde sadece yenilik süreçleri ve ekonomik gelişme açısından değil, yenilik çıktıları açısından da çok daha önde olduğu görülmektedir. Adıyaman ve Kilis şehirleri göstermiş

oldukları performanslardan ötürü Gaziantep'in bu alanda da oldukça gerisinde kalmakta olup Türkiye ve bölge ortalamalarının altında bir performans sergilemektedir. Ayrıca Gaziantep ise Türkiye'de benzer gelişmişlik ölçeğine sahip diğer sanayi illeri olarak görülen Kayseri, Kocaeli ve Konya şehirleriyle benzer bir düzeyde performansa sahiptir. Örneğin; 2016 yılında Gaziantep (184) patent başvuru sayısında Konya (130) ve Kayseri'yi (88) geride bırakırken, Kocaeli'nin (233) ise hemen arkasında yer almıştır.

Başvurular açısından durum böyle iken başvuruların uygunluğu ve koruma tescilleri incelendiğinde bölgenin endüstriyel tasarım tescil sayısı dışında diğer başvurularda olumlu bir göstergeye sahip olmadığı görülmektedir. Bunun dışında göstergeler il bazında incelendiğinde ise bölgenin öne çıkan ili olan Gaziantep'in başvuru sayısı bakımından olumlu değerlere sahip olmasına karşın başvuru tescillerinde aynı istikrarı sergileyememesi dikkat çekmektedir. Gaziantep'in dışında Kilis ve Adıyaman illerinin başvuru sayılarına nispeten tescil sayıları kıyaslandığında faydalı model ve endüstriyel tasarımda olumlu göstergeler elde ettikleri dikkat çekmektedir.



Tablo 26: Türkiye Geneli, TRC1 Bölgesi ve Bölge İlleri Marka Tescil, Patent, Faydalı Model Başvuru Sayıları, Endüstriyel Tasarım Başvuru Sayıları

	Yıllar	Gaziantep	Adıyaman	Kilis	TRC1 Toplam	Türkiye Ortalama	Türkiye Toplam
Marka Tescil Başvurusu	2010	2.126	87	38	2.251	903	73.142
	2011	2.560	94	30	2.684	1.281	103.747
	2012	2.897	77	36	3.010	1.201	97.311
	2013	2.971	92	42	3.105	1.152	93.305
	2014	2.954	105	44	3.103	1.199	97.142
	2015	2.804	133	49	2.986	1.185	95.962
	2016	3.439	140	63	3.642	1.168	94.575
Patent Başvurusu	2010	26	2	1	29	39	3.120
	2011	33	2	0	35	49	3.962
	2012	51	4	4	59	54	4.360
	2013	73	10	1	84	54	4.345
	2014	94	11	1	106	57	4.654
	2015	184	5	1	190	65	5.302
	2016	184	6	3	193	80	6.445
Faydalı Model Başvurusu	2010	27	0	2	29	37	2.994
	2011	41	0	2	43	39	3.175
	2012	55	2	0	57	46	3.725
	2013	28	0	0	28	43	3.454
	2014	33	4	0	37	43	3.474
	2015	74	2	2	78	43	3.451
	2016	42	4	0	46	43	3.457
Endüstriyel Tasarım Başvurusu	2010	197	1	2	200	81	6.567
	2011	221	1	1	223	93	7.525
	2012	268	2	1	271	97	7.864
	2013	328	5	2	335	101	8.216
	2014	335	2	0	337	104	8.395
	2015	351	0	2	353	102	8.291
	2016	374	5	3	382	103	8.371

Kaynak: Türk Patent Enstitüsü (TPE)

Tablo 27: Türkiye Geneli, TRC1 Bölgesi ve Bölge İlleri Patent, Faydalı Model, Endüstriyel Tasarım Tescil Sayıları

	Yıllar	Gaziantep	Adıyaman	Kilis	TRC1 Toplam	Türkiye Ortalama	Türkiye Toplam
Marka Tescil Sayısı	2010	819	21	12	852	400	32.397
	2011	938	41	18	997	443	35.858
	2012	1290	28	16	1334	647	52.386
	2013	1710	46	24	1780	844	68.391
	2014	2236	60	31	2327	893	72.326
	2015	1984	79	26	2089	866	70.111
	2016	2512	116	51	2679	1033	83.665
Patent Tescil Sayısı	2010	9	0	0	9	8	642
	2011	6	0	0	6	10	847
	2012	7	1	0	8	13	1.025
	2013	10	0	0	10	15	1.244
	2014	6	0	0	6	15	1.251
	2015	13	1	0	14	21	1.730
	2016	20	1	1	22	22	1.794
Faydalı Model Tescil Sayısı	2010	24	0	1	25	25	2.022
	2011	16	1	0	17	24	1.948
	2012	23	1	2	26	28	2.245
	2013	26	0	0	26	25	1.997
	2014	18	0	0	18	31	2.471
	2015	39	3	0	42	33	2.681
	2016	30	1	0	31	29	2.347
Endüstriyel Tasarım Tescil Sayısı	2010	184	4	2	190	79	6.360
	2011	204	0	1	205	85	6.915
	2012	231	2	1	234	90	7.274
	2013	323	5	1	329	96	7.816
	2014	310	2	1	313	94	7.614
	2015	341	0	2	343	106	8.574
	2016	396	4	2	402	109	8.801

Kaynak: Türk Patent Enstitüsü (TPE)

Yukarıdaki göstergeler sonucunda patent, faydalı model ve endüstriyel tasarım başvurularında hem bölgenin hem de bölgede yer alan şehirlerin görece daha olumlu sonuçlar elde ettiği görülmektedir. Ancak bölge illerinin tescil sayıları düşünüldüğünde aynı performansın elde edilemediği gözden

kaçırılmamalıdır. Başvuru sayılarının yüksek olması bölgede yenilik eğiliminin ve arayışının görece iyi durumda olduğunu gösterirken, tescil sayılarının durumlarına bakıldığında ortaya konulan yenilik fikirlerinin niteliklerinin ve tescil sürecinde daha fazla desteklenmesinin gerekli olduğu görülmektedir.

Tablo 28: Türkiye Geneli, TRC1 Bölgesi ve Bölge İlleri Marka Tescil, Patent, Faydalı Model Başvuru ve Tescil Sayıları

	Yıllar	Gaziantep	Adıyaman	Kilis
Marka	2016	2.512 (3.439)	116 (140)	51 (63)
	2015	1.984 (2.804)	79 (133)	26 (49)
	2014	2.236 (2.954)	60 (105)	31 (44)
	2013	1.710 (2.971)	46 (92)	24 (42)
Patent	2016	20 (184)	1 (6)	1 (3)
	2015	6 (184)	52 (5)	72 (1)
	2014	8 (94)	35 (11)	68 (1)
	2013	10 (73)	35 (10)	67 (1)
Faydalı Model	2016	30 (42)	1 (4)	0 (0)
	2015	9 (74)	50 (2)	50 (2)
	2014	12 (33)	44 (4)	81 (0)
	2013	15 (27)	81 (0)	81 (0)
Endüstriyel Tasarım	2016	396 (374)	4 (5)	2 (3)
	2015	2 (4.534)	81 (0)	59 (4)
	2014	7 (335)	55 (2)	81 (0)
	2013	2 (5.079)	58 (8)	63 (3)

Kaynak: Türk Patent Enstitüsü (TPE) Parantez içinde başvuru sayıları, parantez dışındaysa tescil sayıları verilmiştir.

TRC1 BÖLGESİ YENİLİK STRATEJİSİ

5. TRC1 BÖLGESİ YENİLİK STRATEJİSİ

5.1. BYS PLAN SORUN ANALİZİ

BYS kapsamında akıllı uzmanlaşma ve sürükleyiciler-kolaylaştırıcılar modelleri kullanılarak bölgedeki işletmelerin yenilik ile ilgili durum analizi çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Çalışmalar esnasında yapılan veri analizleri, anket sonuçları analizleri, bölgedeki paydaşlarla yapılan değerlendirmeler ve yüz yüze görüşmeler ile birlikte bölgede yenilikçiliğin gelişmesini sınırlandıran genel ve özel sorunlar tespit edilmeye çalışılmıştır. Her iki model kapsamında da bölgedeki sorunlar üç ana başlıkta toplanmaktadır. Ancak bu başlıklara geçmeden önce dikkat çekilmesi gereken bazı kısıtlar bulunmaktadır.

TRC1 Bölgesi içerisinde Türkiye'nin en gelişmiş sanayi kentlerinden biri olan Gaziantep ile birlikte bu şehre göre daha az gelişmiş bir ekonomik yapıya sahip Adıyaman ve Kilis kentlerinin birlikte ele alınması bir anlamda çalışma içerisindeki en önemli kısıt olarak öne çıkmaktadır. Yapılan analizler arasında her ne kadar bölgedeki tüm şehirlerin ortak sorunları tespit edilmiş olsa da iller bazında değerlendirme yapıldığında her üç şehirdeki sektörlerin ve işletmelerin yenilikçilik temelinde karşılaştığı sorunlar birbirinden oldukça farklıdır.

İller arasındaki söz konusu farklılık planlama açısından ana kısıtı oluştursa da bir yandan da önemli bir fırsatı beraberinde getirmektedir. Gaziantep'in yakalamış olduğu gelişmişlik düzeyi ve bu düzeyin bölge bazında yaratabileceği fırsatlar da plan çalışmasında dikkatli bir şekilde ele alınmış ve özellikle iller arasındaki işbirliği ve iletişimin artırılmasının yaratabileceği sinerjinin altı çizilmiştir. Yine bölge içerisindeki iller arasındaki farklılıklar dikkate alınarak mümkün olduğunca adem-i merkeziyetçi bir yaklaşım ile stratejik eylem planları belirlenmeye çalışılmıştır.

Analiz sonuçları ve yenilik kavramının genel çerçevesi dikkate alındığında konunun her ne kadar kamu sektörü,

bilgi sektörü gibi ana paydaşların da içinde yer aldığı uygulamalarla gelişimi mümkün olsa da, yenilik için ana paydaşın işletmeler olduğu dikkate alınarak hareket edilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu noktadan hareketle plan vizyonu, öncelikler ve stratejik eylem planları hazırlanırken tüm adımların merkezinde işletmeler ve sektörlerin bulunması için ayrıca çaba sarf edilmiştir.

Bütün bu hususlar dikkate alınarak yapılan sınıflandırmada bölgede yenilikçiliğin gelişmesini sınırlandıran üç ana sorundan bahsetmek mümkündür. Detayları plan çalışmasının analiz bölümlerinde verilen bu ana sorunlar;

- Yenilik bilincinin, kapasitesinin ve isteğinin gelişmemiş olması,
- Bölge içinde kurumlar arası işbirliği kültürünün gelişmemiş olması,
- Yenilik araçlarının erişilebilirliğinin sınırlı olması şeklinde tanımlanmıştır.

Bu ana problemler bölgede yenilik faaliyetlerine yönelik hiçbir girişimi olmayan firmalardan bu konuda organize çalışmalar yürüten işletmelere kadar bölgedeki farklı düzeylerdeki işletmelerin her birini kapsayacak ve bu işletmelerin yenilik kapasitelerini geliştirecek bir çerçeve geliştirilerek planın ana öncelik eksenlerini oluşturmuştur. Bölgedeki tüm illerde analiz sonuçlarında ve gerçekleştirilen toplantılarda altı çizilen konulardan biri işletmelerin yenilik kavramı hakkında bilgi sahibi dahi olmaması olarak ifade edilmiştir. Öte yandan bölgede yenilik ve Ar-Ge yatırımlarını yapmış ancak bilgiye erişimde güçlük çeken oldukça başarılı uygulamalara sahip firmalar da bulunmaktadır.

Bu bağlamda BYS bu üç ana problemin çözümünde farklı paydaşların (işletmeler, bilgi sektörü ve kamu sektörü) kısa, orta ve uzun vadeli eylemler ile bölgesel yenilik kapasitesinin gelişimine katkı sağlaması için, bu paydaşlar özelinde ve bu paydaşlar işbirliğinde gerçekleştirilebilecek eylemlere odaklanmıştır.

5.2. PLAN VİZYONU VE STRATEJİK ÖNCELİKLER

“Gelenekten Geleceğe Yeniliğin Merkezi: İpekyolu”

Bölgede yapılan analiz çalışmaları, birebir görüşmeler ve yenilik ekosistemi paydaşları ile yapılan toplantılarda TRC1 Bölgesi illerinde özellikle belirli sektörlerde akıllı uzmanlaşma için gerekli zeminin bulunduğu ancak belli başlı bazı işletmeler dışında yenilik çalışmalarının organize bir şekilde yürütülmediği görülmektedir. Günümüzde işletme ve sektör düzeyinde rekabetçiliğin önemli bir unsuru haline gelen yenilik faaliyetlerinin bölgede etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi bölgenin son 10 yılda yakaladığı ekonomik gelişme performansının sürdürülebilir bir tempoda devam etmesi için de hayati bir role sahip olacaktır.

Sektörel açıdan bakıldığında bölgenin gelişmiş tasarım ve Ar-Ge faaliyetlerini temel alan halıcılık, tekstil, hazır giyim ve gıda gibi sektörlerde önemli fırsatlara sahip olduğu, bu sektörlerin bölgede gelişme potansiyeli yüksek olan başta turizm olmak üzere hizmet sektörleri ile birlikte yaratılacak sinerji ile bölge ekonomisine çok daha fazla katkı sağlayabileceği görülmektedir. Öte yandan bölgenin

ekonomik gelişme tarihindeki rolü ile bir anlamda gelenekselleşmiş endüstri kollarında sahip olunan deneyiminin yenilikçilik ve yaratıcılık ile desteklenmesi de bu sektörlerin değişen rekabet koşullarına uyum yeteneğini güçlendirecek ve gelecekte de bölgeye olan katkısını arttıracaktır.

Bu bakış açısı ile bölgenin yenilik vizyonu “Gelenekten Geleceğe Yeniliğin Merkezi: İpekyolu” olarak ifade edilmiş ve bölgedeki sanayi geleneğinin yenilik ile desteklenerek gelecekte de bölgenin gelişiminin temel dinamiğini oluşturmasına yönelik bir plan yaklaşımı benimsenmiştir.

Bu çerçevede bölgede yenilik temelli rekabet gücünün artırılması üç ana öncelik çerçevesinde ele alınmıştır. 2017-2020 döneminde uygulanması planlanan BYS çalışması, bölgede yaratıcılığı esas alan sektörlerde uzmanlaşma ve işletmelerde yenilik isteğinin artırılması, işletmeler ve diğer kurumlar arasındaki işbirliğinin geliştirilmesi ve bölgedeki şehirler ve kurumlar arası iletişimin artırılmasına odaklanmaktadır. Plan kapsamında belirlenen bu üç öncelik ekseninde sekiz stratejik amaç ile bölgede yenilik ekosisteminin etkinliğinin artırılması amaçlanmaktadır.



Tablo 29: Bölgesel Yenilik Strateji Belgesi Plan Vizyonu, Öncelikler ve Stratejik Amaçlar Tablosu

"GELENEKTEN GELECEĞE YENİLİK MERKEZİ: İPEKYOLU"		
KAPASİTE	ERİŞİLEBİLİRLİK	İŞBİRLİĞİ
Yenilik bilincinin, kapasitesinin ve isteğinin geliştirilmesi	Yenilik destek unsurlarına erişilebilirliğin artırılması	Yenilik Ekosistemi Üyeleri Arasında İşbirliğinin Artırılması
Uzmanlaşma	Bilgiye Erişim	İller Arası ve Kurumlar Arası Sektörel İşbirliği
Uluslararasılaşma	Finansmana Erişim	Üniversite - Özel Sektör İşbirliği
Girişimcilik Kültürü ve Kurumsallaşma	Nitelikli İnsan Kaynağına Erişim	

ÖNCELİK EKSENİ 1: YENİLİK BİLİNCİNİN, KAPASİTESİNİN VE İSTEĞİNİN GELİŞTİRİLMESİ

TRC1 Bölgesi'ndeki işletmelerin yenilik motivasyonunun artırılması, bu artış için gerekli şartların oluşturulmasının bölgede daha rekabetçi bir ekonomik yapı oluşturulması için önemli bir aşama olacağına ilişkin tespitler analiz çalışmaları sonuçlarını içeren daha önceki bölümlerde ifade edilmiştir.

Gaziantep'te işletmelerin yeniliğe yönelmemesinin nedenleri arasında altyapı ve motivasyon eksikliği öne çıkarken Adıyaman ve Kilis'te ise yenilik kavramının rekabet koşulları açısından önemi hususunda işletmelerin bilgi ve bilinç eksikliği ön plana çıkmıştır. Bu tespit stratejik amaçlar ve eylem planları için de aşamalı bir yaklaşım ile hareket edilmesi gerektiğini ortaya çıkarmıştır.

Bu öncelik eksenindeki eylemlerin harekete geçirilmesi ve stratejik amaçların başarılması bölgedeki işletmelerin faaliyetlerinde yenilikçi yaklaşımlara daha fazla önem vermeleri için gerekli işletme içi dinamiklerin etkin bir şekilde yenilik için kullanılmasını sağlayacaktır. Bu öncelik eksenini kapsamında bölgedeki işletmelerin mevcut yaklaşımları dikkate alınarak üç stratejik amaca ulaştırılması planlanmaktadır.

Stratejik Amaç 1.1: Bölgeye Özgü Kreatif Endüstrilerde Akıllı Uzmanlaşmanın Sağlanması

Günümüzde ekonomik kalkınma açısından katma değeri yüksek ürün üretebilen endüstrilerde uzmanlaşmanın sağlanması ve böylelikle rekabet gücünün artırılması bölgeler açısından daha hızlı ve sürdürülebilir bir gelişmenin anahtarı olarak görülmektedir. Son yıllarda katma değeri yüksek ürün üreten endüstriler arasında ise bilişim, yazılım gibi teknoloji temelli sektörler ve kreatif endüstriler adı verilen beşeri sermayenin hayal gücü ve yaratıcılığını baz alan sektörler öne çıkmaktadır.

Bu açıdan bakıldığında TRC1 Bölgesi tarihin en önemli ticaret yollarından biri olan İpek Yolu'nun üzerinde bulunması sayesinde sahip olduğu kültürel ve tarihi arka plan ve son yıllarda hızla gelişen imalat sanayi kolları arasında

kurulabilecek bir iş akışı ile yeni ekonominin katma değeri yüksek yaratıcı sektörleriyle önemli bir gelişme potansiyeli sağlayacaktır. Gelişmiş gastronomi kültürü ile UNESCO tarafından kreatif şehirler arasında tescillenen Gaziantep gıda sektöründe tüm dünya pazarında önemli bir iş hacmi yaratabilecek potansiyele sahiptir. Kültür ve sanayinin, beşeri sermayenin yaratıcılığını baz alarak birlikte ekonomiyi desteklediği bu tip sektörler bölgede gıda sektörü ile sınırlı değildir.

Makine halısı imalatında yine Gaziantep'in bir tasarım merkezi haline gelmesi, bu alanda beşeri sermayenin yeteneklerini baz alan bir gelişme eksenine sektörün konumlandırılması da bölgede sürdürülebilir gelişme potansiyeli olan bir başka sektörü işaret etmektedir.

Adıyaman ve Kilis'in de turizm sektörü açısından sahip olduğu potansiyelin, bu illerde son yıllarda gelişen tekstil, hazır giyim, gıda sektörleriyle birlikte değerlendirilmesi bölgede kreatif endüstrilerde uzmanlaşma için gerekli zemini sağlamaktadır. Bölgede faal olan ve yukarıda bahsedilen özelliklere sahip sektörlerde, bölgenin potansiyelinin kapsamlı analizlerle belirlenmesi ve uzun vadeli sektörel uzmanlaşma ve gelişme planlarının yapılması bölgede akıllı uzmanlaşmanın sağlanabilmesi için temel adımlar olarak görülmektedir.

Bütün bu gerekçelerle birinci öncelik eksenini kapsamında birinci stratejik amaç ile elde edilmek istenen temel sonuç uzun vadede bölgede yüksek katma değer yaratabilen, rekabet gücü ve potansiyeli yüksek kreatif endüstrilerde bölgesel ölçekte gelişimin sağlanabilmesidir. Bu amaca yönelik olarak belirlenen kısa (2017-2018), orta (2019) ve uzun vadeli (2020) eylemler tabloda sunulmaktadır.

Tablo 30: Öncelik 1 - Stratejik Amaç 1: Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler Tablosu

	Stratejik Eylem	Uygulama Birimi	Uygulama Ortakları
2017-2018	1.1.1. Bölgede kreatif mal/hizmet sınıfına giren ürünlerin ve üreticilerin envanterinin hazırlanması	İpekyolu Kalkınma Ajansı, Ticaret ve Sanayi Odaları	Bölge Üniversiteleri
	1.1.2. Bölgede öne çıkan kreatif endüstrilerin tespit edilmesi ve bu sektörlerde ön gelişme çalışmalarının hazırlanması	İpekyolu Kalkınma Ajansı	Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri, OSB Müdürlükleri
	1.1.3. Kreatif sektörlerde ihtiyaç duyulan insan kaynağı için gerekli niteliklerin tespit edilmesi ve bu tespite göre ilgili eğitim kurumları tarafından sağlanan mevcut eğitim programlarının envanterinin yapılması	Ticaret ve Sanayi Odaları, İpekyolu Kalkınma Ajansı	Bölge Üniversiteleri
2019	1.1.4. Kreatif sektörlerde sektörel gelişme analiz ve planlarının hazırlanması	İpekyolu Kalkınma Ajansı, Ticaret ve Sanayi Odaları	Bölge Üniversiteleri
	1.1.5. Kreatif sektörlerde ulusal ve uluslararası pazar analizlerinin yapılması ve ortak pazarlama mekanizmalarının tasarlanması	Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri, Ticaret ve Sanayi Odaları	İpekyolu Kalkınma Ajansı, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	1.1.6. Eğitim kurumlarında kreatif sektörlerle ilgili alanlardaki eğitim müfredatlarının iyileştirilmesi çalışmalarının yapılması.	Bölge Üniversiteleri	OSB Müdürlükleri, Ticaret ve Sanayi Odaları
2020	1.1.7. Kreatif sektörlerde yenilik uygulamalarının geliştirilmesine yönelik mali destek programı uygulaması	İpekyolu Kalkınma Ajansı	
	1.1.8. Üniversitelerde kreatif sektörlerle ilgili alanlardaki eğitim müfredatlarının iyileştirilmesi çalışmalarının uygulamaya geçirilmesi	Bölge Üniversiteleri	OSB Müdürlükleri, Ticaret ve Sanayi Odaları

Stratejik Amaç 1.2: İşletmelerin ve Sektörlerin Uluslararası İşbirliği ve Rekabet Ortamına Entegrasyonunun Desteklenmesi

Akıllı uzmanlaşma temelli yenilik modeli geliştirilmesi çalışmalarında işletmelerin ve sektörlerin uluslararası rekabet ve işbirliği ortamı içerisinde yer almaları, uluslararası ticaret faaliyetleri içerisinde başka işletmelerle rekabet edecek unsurları belirleyebilmeleri yenilik kapasitesi için öne çıkan unsurlardan biri olarak ifade edilmiştir. Öte yandan bölgesel ölçekte doğrudan yabancı sermayeli yatırım miktarının ve sayısının artması, yabancı sermayeli firmaların bölgeye getirecekleri bilgi ve know-how'ın yayılması da işletmelerin daha yenilikçi bir yapıya kavuşmalarına katkı sağlayabilecek unsurların başında sayılmaktadır.

Gaziantep'teki işletmelerin sahip oldukları dış ticaret hacimleri, ildeki yabancı sermayeli yatırımların bölgedeki diğer illere göre daha yüksek bir hacme sahip olması gibi değerlendirme kriterleri açısından Adıyaman ve Kilis'teki işletmelere göre uluslararası iş ağları ile daha fazla etkileşim içerisinde olduğu görülmektedir. Gaziantep'te işletmelerin ve sektörlerin bu ağlar içerisindeki işbirliği ve bilgi transferi mekanizmalarının geliştirilmesi,

Adıyaman ve Kilis'teki işletme ve sektörlerin de uluslararası işbirliği ve rekabet ortamını daha yakından tanıyabilecekleri, etkileşimlerini geliştirebilecekleri bir ortamın yaratılması eylem planının önemli uygulama aşamalarından biri olarak tanımlanmıştır.

Yapılan analiz çalışmalarında işletmelerin ihracatta daha çok Orta Doğu ülkeleri ve Afrika ülkeleri ile ticaret yaptığı görülmüştür. Bu bölgelerdeki ekonomik şartlar ve beklentiler nedeniyle firmalar mevcut ürün ve süreçleri bağlamında yakaladıkları ticaret ile yenilikçilik arayışına girme konusunda daha temkinli davranmaktadır. Öte yandan rekabetin fiyat kadar, ürün ve süreçler açısından da şekillendiği Avrupa, ABD gibi pazarlara yönelen firmaların yenilik faaliyetlerine daha fazla yöneldiği, bu pazarlarda farklılaşma ve kalite temelli adımların ticaret üzerindeki olumlu etkisinin işletmelerin yenilik motivasyonunu da güçlendirdiği görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında bölgede ihracatın gelişmesi kadar ihrac pazarlarının da çeşitlenmesi, rekabet yoğun alanlardaki ticaretin arttırılmasına yönelik adımlar atılması bölgesel yenilik bağlamında önemli bir adım olacaktır.

Bu amaç kapsamında ulaşılmaması istenen ana sonuçlar, bölgede işletmelerin daha fazla uluslararası

ağlar içerisinde yer alabilmesinin sağlanması, halihazırda dış ticaret faaliyetlerinde bulunan firmaların daha yüksek gelir elde edebilecekleri ve aynı zamanda yenilik kapasitelerini geliştirme konusunda çabalarını arttıracak pazarlarda da faaliyetlerini arttırması ve bölgede düşük hacimde ya da hiç dış ticaret yapmayan işletmelerin ise dış ticarete yönelmelerinin desteklenmesidir. Yine bu amaç kapsamında bölgedeki işletmelerin uluslararasılaşmasının yanı sıra bölgeye bilgi

ve teknoloji know-how'ı transferi yapabilecek uluslararası yatırımcıların da bölgeye çekilmesi için çeşitli eylemler planlanmıştır.

Bu stratejik amaç ile, bölgede akıllı uzmanlaşma temelli olarak seçilen kreatif endüstriler ve bölgedeki ihracatçı kreatif sektörlerin uluslararası iş birliği ve rekabet ortamına entegrasyonunun desteklenmesine yönelik eylemler tabloda sunulmaktadır.

Tablo 31: Öncelik 1 - Stratejik Amaç 2: Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler Tablosu

	Stratejik Eylem	Uygulama Birimi	Uygulama Ortakları
2017-2018	1.2.1. Firmaların uluslararası ticarete daha fazla yönelmeleri için gerekli eğitim ve bilgilendirme faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi	İpekyolu Kalkınma Ajansı, Ticaret ve Sanayi Odaları, Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri	OSB Müdürlükleri, Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlükleri
	1.2.2. Dış ticaret yapmamış ancak potansiyeli olan sektör ve firmaların tespit edilmesi	İpekyolu Kalkınma Ajansı, Ticaret ve Sanayi Odaları	Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	1.2.3. Uluslararası firmaların katıldığı işbirliği etkinlikleri (fuarlar, çalıştaylar vs.) gerçekleştirilmesi	Ticaret ve Sanayi Odaları, Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri	İpekyolu Kalkınma Ajansı, Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri, İlgili İş İnsanı Örgütleri
2019	1.2.4. İşletmelere yenilik temelli dış ticaret faaliyetlerine ilişkin danışmanlık hizmetleri sunan ortak hizmet yapılarının desteklenmesi	Ticaret ve Sanayi Odaları	Türkiye İhracatçılar Meclisi
	1.2.5. Bölgedeki kreatif sektörler baz alınarak sektörel alım heyetlerinin davet edilmesi, bu etkinliklerin düzenli olarak gerçekleştirilmesi	Ticaret ve Sanayi Odaları	İpekyolu Kalkınma Ajansı, İlgili İş İnsanı Örgütleri, Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri
2020	1.2.6. Bölgedeki firmaların AB ve ABD pazarlarına olan ihracatının arttırılması	Ticaret ve Sanayi Odaları	OSB Müdürlükleri, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	1.2.7. Dış ticarete yenilik temelli başarı öykülerinin tespit edilmesi ve diğer işletmeler ile paylaşılması	Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birlikleri	İpekyolu Kalkınma Ajansı, Ticaret ve Sanayi Odaları

Stratejik Amaç 1.3: Yenilik Mekanizmalarının İşletmelerde Kurumsallaşmasının Desteklenmesi

Yapılan analiz çalışmaları kapsamında işletmelerin son dönemde Ar-Ge ve yenilik çalışmaları yapma konusunda daha fazla çaba sarf ettiği görülmektedir. Bu noktada saha araştırmasında artan Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerinde işletme içi dinamiklerin tespit edilmesine yönelik olarak sorulara verilen yanıtlarda iki husus öne çıkmıştır. Bunlardan ilki işletmelerin çoğunluğunda yenilik faaliyetlerinin işletme sahiplerinin bireysel çabası ile yürütülüyor olmasıdır. Bu durum her ne kadar işletme içi yenilik motivasyonunun yüksek olmasına katkı sağlasa da öte yandan birçoğu küçük ve orta ölçekli olan işletmelerde yenilik geliştirme ve uygulama faaliyetlerinin sistemli ve kurumsal bir yapıya kavuşmaması sonucunu da beraberinde getirmektedir.

İkinci bulgu ise işletmelerde yenilik faaliyetlerinin çoğunlukla mevcut ürünün özelliklerinde iyileştirmeye odaklı olarak sürdürülüyor olmasıdır. Yenilik faaliyeti yürüten işletmeler bu anlamda yenilik faaliyetlerinde ürün yeniliğine odaklanmakta, ancak

işletmeye rekabet gücü sağlayabilecek yönetim, süreç ve pazarlama yeniliğine yeterince kaynak ayırmamaktadır.

Bölgesel ölçekte özellikle süreç, yönetim ve pazarlama yeniliği için kaynaklara erişimin arttırılması, bölgede daha fazla faaliyet gerçekleştirilmesi firmaların ürünün yapısı dışında da rekabet gücünü arttıracak adımlar atmasını sağlayacaktır. Bu noktadan hareketle özellikle yenilik konusunda faaliyet gösteren işletmelerde yenilik faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi, kurumsallaştırılması ve ticarileştirilmesine yönelik olarak gerçekleştirilecek faaliyetler işletmelerin içindeki yenilik dinamiklerinin güçlendirilmesi için önemli olacaktır. Bölgede ortaya çıkan iyi uygulama örneklerine ilişkin bilgilerin derlenmesi ve yaygınlaştırılması diğer işletmeler için de model oluşturacaktır.

Yapılan saha araştırmasının sonuçlarına göre yenilik faaliyetleri gerçekleştiren firmalarda firma sahipleri önemli bir rol üstlenmekte ve firmalarda yenilik faaliyetlerinin başlaması ve devam ettirilmesi konusunda

gösterdikleri tavır, işletmelerde yenilikçiliğin gelişmesi için en önemli unsurlardan biri olarak görülmektedir.

Aile işletmelerinin yaygın olduğu bölgede, işletme sahibi ailelerin ikinci-üçüncü nesil fertleri işletme yönetiminde daha fazla söz sahibi olmaya başlamıştır. Bu noktada küresel rekabet şartlarını daha iyi tanıyan, yeniliğe daha açık olarak tanımlanan ikinci ve üçüncü nesil aile fertlerinin işletmelerdeki etkinliğinin artması yenilik açısından da önemli bir fırsatı beraberinde getirmektedir. Bu anlamda özellikle genç yöneticilerin, girişimcilik ve

yenilikçilik konusunda bilgi, beceri ve kaynak erişiminin artırılması, orta ve uzun vadede işletmelerin yenilik kapasitesini arttıracak bir alan olarak görülmektedir.

Bu bağlamda işletmelerde yenilik mekanizmalarının kurumsallaşmasının ve çeşitlendirilmesinin desteklenmesi BYS kapsamındaki stratejik amaçlardan biri olarak tanımlanmıştır. Bu amaca yönelik olarak belirlenen kısa (2017-2018), orta (2019) ve uzun vadeli (2020) eylemler tabloda sunulmaktadır.



Tablo 32: Öncelik 1 - Stratejik Amaç 3: Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler Tablosu

	Stratejik Eylem	Uygulama Birimi	Uygulama Ortakları
2017-2018	1.3.1. İşletmelere yönelik olarak "Yenilik Yönetimi Rehberi" hazırlanması ve işletmelere yönlendirme yapılması	TTO'lar	Ticaret ve Sanayi Odaları, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	1.3.2. İşletmelerde Ar-Ge birimlerinin kurulmasına yönelik destek sağlanması	Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge üniversiteleri, İpekyolu Kalkınma Ajansı, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	1.3.3. Aile şirketlerinde kurumsallaşma ve yönetim ile ilgili ortak eğitim programları geliştirilmesi	Ticaret ve Sanayi Odaları	Bölge üniversiteleri, İpekyolu Kalkınma Ajansı, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	1.3.4. Süreç yeniliği, pazarlama yeniliği, yönetim yeniliği gibi alanlara özel bilgilendirme programları düzenlenmesi	Ticaret ve Sanayi Odaları, TTO'lar	Bölge üniversiteleri, İpekyolu Kalkınma Ajansı, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	1.3.5. Proje portalı hazırlanarak başarılı Ar-Ge ve İnovasyon projeleri uygulamalarının yaygınlaştırılması	İpekyolu Kalkınma Ajansı	Bölge Üniversiteleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, İlgili İş İnsanı Örgütleri
2019	1.3.6. İşletmelerde Yenilik Yönetimi kapasite geliştirme programlarının uygulanması	Ticaret ve Sanayi Odaları	Bölge üniversiteleri, İpekyolu Kalkınma Ajansı, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	1.3.7. Aile işletmelerinde yeni nesil yöneticiler için ileri düzey yönetim eğitim programları geliştirilmesi (executive programlar)	Ticaret ve Sanayi Odaları, İlgili İş İnsanı Örgütleri	Bölge üniversiteleri, İpekyolu Kalkınma Ajansı
2020	1.3.8. Ar-Ge birimi olan işletmelere yönelik olarak ticarileştirme destekleri sunulması	KOSGEB İl Müdürlükleri, TÜBİTAK	Ticaret ve Sanayi Odaları, Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlükleri
	1.3.9. Yenilik İçin Kurumsal Kapasite Gelişimi mali destek programı planlama ve uygulaması	İpekyolu Kalkınma Ajansı	

ÖNCELİK EKSENİ 2: YENİLİK DESTEK UNSURLARINA ERİŞİLEBİLİRLİĞİN ARTTIRILMASI

Yenilik kavramı firmalar için daha rekabetçi ürünler ve süreçler anlamına gelmekle birlikte yeniliğin planlanması, yeniliğin hayata geçirilmesi ve sonuçlarının ticarileştirilebilir hale getirilmesi birçok farklı gereksinim ve riski de beraberinde getirmektedir. Yenilik birçok açıdan işletmelerde personel istihdamı, hizmet alımı, ekipman yatırımı ve malzeme alımı gibi maliyetleri beraberinde getirmekte ancak alınan bu riskler her zaman işletmelere ticarileştirilebilir yenilik olarak geri dönmemektedir. İşletmelerin bu gereksinimleri karşılayabileceği teknik destek hizmetlerine hızlı, kolay ve kaliteli erişimi ve bahsi geçen riskleri alma sürecinde ucuz finansman kaynaklarına erişimi en kritik konuların başında gelmektedir.

Finansman kadar fikrin ortaya çıkması, uygulanabilir ve ticarileştirilebilir hale getirilebilmesi oldukça kapsamlı ve bilgiyi temel alan süreçlerden oluşmaktadır. Bu noktada bölgedeki başta üniversiteler ve danışmanlık şirketleri olmak üzere bilgi sektörü unsurları ve kamu sektörüne önemli roller düşmektedir. Hem kamu hem de üniversiteler başta olmak üzere bilgi sektörünün yenilik sürecinde daha etkin rol üstlenmesi, işletmelerin yenilik için gerekli profesyonel destek ve danışmanlık

hizmetlerine erişiminin kolaylaştırılmasına yönelik adımlar BYS'nin öncelik eksenlerinden biri olarak belirlenmiştir.

Nihai olarak yenilik sürecinin en önemli girdisi beşeri sermaye tarafından işlenen bilgi olarak görülmektedir. Hem yenilik fikirlerinin oluşturulması, hem de uygulanması açısından yetişmiş insan kaynağı ihtiyacının giderilmesi BYS'nin ele aldığı öncelikli konulardan biri olarak öne çıkmaktadır.

Bu öncelik kapsamında yenilik ekosistemi unsurlarının mevcut durumları ve kaynakları dikkate alınarak üç stratejik amaca ulaşılması planlanmaktadır.

Stratejik Amaç 2.1: İşletmelere Yönelik Danışmanlık Hizmetlerinin Erişilebilirliğinin ve Hizmet Kalitesinin Arttırılması

Yeniliğin en önemli girdisi bilgi olarak görülmektedir. İşletmeler yenilik faaliyetleri açısından ihtiyaç duydukları bilgiyi iç kaynaklarından (personel, tedarikçiler, müşteriler vs.) elde edebilecekleri gibi işletme dışı kaynaklardan (üniversiteler, danışmanlık şirketleri, araştırma merkezleri vs.) da yararlanmaları mümkündür. Bu noktada firmaların ürün, yönetim, pazarlama ve süreç yeniliği yapabilmeleri açısından hızlandırıcı görevi görecektir bilgi üreten yapılarla erişiminin kolaylaştırılması büyük önem taşımaktadır.

Yapılan saha araştırmasında işletmelerin bahsi geçen kurumlarla çalışma konusunda oldukça isteksiz oldukları sonucuna ulaşılmıştır. İletişim eksikliği ve üniversitelerin daha teorik bir yaklaşıma sahip olmalarına ilişkin işletme algısı, işletmeler ve üniversiteler arasında etkili bir işbirliği ortamının yaratılmasını engellemektedir.

İşletmeler ile çalışma hazırlık sürecinde üniversitelerle de yapılan görüşmelerde işletmelerin yenilik ve rekabet için en önemli girdi olan bilgiye gereken önemi vermemelerinin akademisyenlerin

ve üniversitelerin de işletmelere daha mesafeli yaklaşmasına neden olduğu ifade edilmiştir.

Bu tespitler ışığında işletmelerin yenilik için gerekli alanlarda üniversiteler ve diğer bilgi sektörü kurumları tarafından sunulan danışmanlık hizmetlerine hızlı bir şekilde erişiminin sağlanması ve bu hizmetlerde kalitenin artırılması BYS'nin stratejik amaçlarından biri olarak tanımlanmıştır. Bu amaca yönelik olarak belirlenen kısa (2017), orta (2018) ve uzun vadeli (2019-2020) eylemler tabloda sunulmaktadır.

Tablo 33: Öncelik 2 – Stratejik Amaç 1 Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler Tablosu

	Stratejik Eylem	Uygulama Birimi	Uygulama Ortakları
2017-2018	2.1.1. Bölgede Ar-Ge, marka, teknoloji, uzmanlaşmış hukuk, süreç ve yönetim danışmanlığı alanlarında hizmet sunan firmaların envanterinin yapılması	Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlükleri	Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge üniversiteleri
	2.1.2. Patent, marka tescil ve faydalı model konusunda işletmelerin bilgi düzeyinin artırılması	Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlükleri	Ticaret ve Sanayi Odaları, TPE
2019	2.1.3. Ulusal ve uluslararası ölçekte fikri mülkiyet haklarının korunmasına yönelik uzmanlaşmış danışmanlık hizmetlerine erişimin artırılması	Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlükleri	Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	2.1.4. Pazarlama, reklam ve tanıtım gibi alanlara yönelik danışmanlık hizmetlerine erişimin artırılması	Ticaret ve Sanayi Odaları	İpekyolu Kalkınma Ajansı, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	2.1.5. Ar-Ge başta olmak üzere teknik ve teknolojik alanlarda uluslararası danışmanlık hizmetlerine erişimin artırılması	TTO'lar	Bölge Üniversiteleri, İpekyolu Kalkınma Ajansı, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	2.1.6. Tasarım ve yenilik konusunda ulusal ve uluslararası trendlere yönelik danışmanlık hizmetlerine erişimin artırılması	Ticaret ve Sanayi Odaları	İpekyolu Kalkınma Ajansı, İlgili İş İnsanı Örgütleri
2020	2.1.7. Uluslararası trendler ve teknolojik gelişmeler hakkında Türkiye ve dünya çapında danışmanlık hizmetlerine erişimin sağlanması	TTO'lar	İpekyolu Kalkınma Ajansı, Ticaret ve Sanayi Odaları, İlgili İş İnsanı Örgütleri, Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlükleri

Stratejik Amaç 2.2: Finansman Kaynaklarının Erişilebilirliğinin Arttırılması

Başta TÜBİTAK, KOSGEB ve Kalkınma Ajansları gibi kamu kurumları olmak üzere birçok kurum işletmelerin yenilik faaliyetlerine finansal destek sağlamaktadır. Söz konusu destekler, bu kurumlar tarafından uygulanan destek programına göre belirlenmekle birlikte hibe, kredi ya da risk sermayesi şeklinde işletmelere sunulabilmektedir. Öte yandan bankalar uygun faizle bu tip yatırımların gerçekleştirilmesine yönelik kredi uygulamaları gerçekleştirmektedir.

Yapılan saha çalışmalarında işletmelerin söz konusu finansman olanaklarına erişim konusunda çeşitli sorunlarla karşı karşıya kaldıkları görülmüştür.

Ticarileşme açısından çeşitli riskler barındıran yenilik faaliyetlerinin finansmanı konusunda sıkıntı yaşayan işletmeler çoğu kez bu yatırımları yapmaktan vazgeçmektedir. Finansman sağlayan kurumların hibe ya da kredi fark etmeksizin işletmelerden talep ettikleri şartlar ve teminatlar, firmalar için bu kaynakları kullanma konusunda caydırıcı olmaktadır. Öte yandan başvuru ve uygulama süreçlerinin karmaşıklığı da özellikle kamu desteklerine işletmelerin kuşku ile yaklaşmalarına neden olmaktadır.

Bütün bu tespitler çerçevesinde firmaların finansman kaynaklarına erişimi ile ilgili geliştirilen stratejik eylemler kısa (2017-2018), orta (2019) ve uzun vadeli (2020) bir perspektifle tabloda sunulmaktadır.

Tablo 34: Öncelik 2 – Stratejik Amaç 2 Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler Tablosu

	Stratejik Eylem	Uygulama Birimi	Uygulama Ortakları
2017-2018	2.2.1. Mikro girişim destekleri (KOSGEB, TÜBİTAK vs.) yönelik bilgilendirme ve eğitim seminerleri organize edilmesi	İpekyolu Kalkınma Ajansı, KOSGEB İl Müdürlükleri, TÜBİTAK	Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlükleri
	2.2.2. TÜBİTAK programlarına başvuru konusunda teknik destek sağlanması	TTO'lar	TÜBİTAK
	2.2.3. Bankalarla Yenilik ve Ar-Ge odaklı uygun faizli kredi programı görüşmelerinin yapılması	İpekyolu Kalkınma Ajansı	İlgili İş İnsanı Örgütleri
2019	2.2.4. Başarılı yeni girişimlerin bölge düzeyinde iş dünyası arasında bilinirliğinin arttırılmasına ve teşvikine yönelik etkinlikler düzenlenmesi	İpekyolu Kalkınma Ajansı	Bölge üniversiteleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	2.2.5. Ulusal ve uluslararası melek yatırım ağlarından temsilcilerinin katıldığı girişimci etkinliklerinin organize edilmesi	İpekyolu Kalkınma Ajansı	Melek Yatırımcı Ağları, Bölge Üniversiteleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	2.2.6. H2020 eğitimlerinin TÜBİTAK desteği ile gerçekleştirilmesi	TTO'lar, Teknoparklar	Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge üniversiteleri, İpekyolu Kalkınma Ajansı
	2.2.7. TÜBİTAK programlarına başvurunun arttırılması için düzenli Ar-Ge ve Yenilik Projeleri Eğitimlerinin düzenlenmesi	TTO'lar, Teknoparklar	Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge üniversiteleri, İpekyolu Kalkınma Ajansı
	2.2.8. Finansman konusunda danışmanlık yapan firmalara yönelik olarak kapasite geliştirme eğitimleri düzenlenmesi	Ticaret ve Sanayi Odaları	Bölge üniversiteleri
2020	2.2.9. Bölgesel ölçekte risk sermayesi fonu oluşturulması	İpekyolu Kalkınma Ajansı, Ticaret ve Sanayi Odaları	Bölge üniversiteleri, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	2.2.10 Bölgesel ölçekte girişim sermayesi fonu oluşturulması	İpekyolu Kalkınma Ajansı, Ticaret ve Sanayi Odaları	Melek Yatırımcı Ağları, Bölge üniversiteleri, İlgili İş İnsanı Örgütleri

Stratejik Amaç 2.3: İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi

Bölgede işletmelerle yapılan görüşmeler ve saha araştırmalarında en çok üzerinde durulan konuların başında nitelikli elemana erişim konusunda yaşanan zorluklar gelmektedir. Fakülteler ve meslek yüksekokullarından mezun olan gençlerin sektörler bazında uygulama becerilerinin istenen düzeyde olmaması bu anlamda eğitim ile ilgili temel şikayetlerin başında gelmektedir. Ancak buna rağmen son yıllarda Gaziantep Üniversitesi tarafından iş dünyası katılımıyla başlatılan intörlük uygulaması ise bir iyi uygulama örneği olarak öne çıkmaktadır.

Yeniliğin en önemli girdisinin bilgi ve beşeri sermayenin yenilikçi ve yaratıcı becerileri ile olan yakın ilişkisi dikkate alındığında bölgede insan kaynaklarının niteliğinin yenilik odaklı artırılması büyük önem taşımaktadır. Bu süreçte öğrencilerin üniversite hatta daha önceki eğitim

dönemlerinden itibaren yenilik kavramı ile tanışması yenilik ekosisteminin nitelikli insan kaynakları ile beslenebilmesi ve gelişimi için hayati bir öneme sahiptir.

İş dünyası ve farklı sektörlerin beklentileri ile uyumlu bir eğitim programı revizyonu önemli bir adım olacaktır. Diğer yandan günümüzde başta gelişmiş ülkeler olmak üzere tüm dünyada hızla büyüyen teknoloji temelli mikro girişimler için de bölgedeki yenilikçi, nitelikli gençlerin doğru finansal araçlar ile desteklenmesi bölgede yenilikçiliğin gelişimine önemli katkı sağlayacaktır. Başta melek yatırım ağları olmak üzere girişim sermayesi programları, girişimcilik destekleri gibi kaynaklarla gençlerin buluşturulması bölgede yenilikçilik temelinde sektörel dönüşüme katkı sağlayacaktır.

2017-2020 döneminde bölgede insan kaynaklarının niteliğinin ve erişilebilirliğinin artırılması eylem planı içerisinde bir stratejik amaç olarak yer almıştır.

Tablo 35: Öncelik 2 - Stratejik Amaç 3: Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler Tablosu

	Stratejik Eylem	Uygulama Birimi	Uygulama Ortakları
2017-2018	2.3.1. Girişimcilik, yenilikçilik konularında ilk ve orta düzeydeki okullarda etkinlikler gerçekleştirilmesi	İl Millî Eğitim Müdürlükleri	Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri, İpekyolu Kalkınma Ajansı, KOSGEB İl Müdürlükleri, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	2.3.2. Girişimcilik, yenilikçilik konularında üniversitelerde etkinlikler gerçekleştirilmesi, gençlerin başarı öyküleri ile bu anlamda istek ve motivasyonlarının artırılması.	Bölge Üniversiteleri	TTO'lar, Teknoparklar, Ticaret ve Sanayi Odaları, İpekyolu Kalkınma Ajansı, KOSGEB İl Müdürlükleri, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	2.3.3. İşletmelere sağlanan nitelikli eleman desteği programlarına ilişkin bilgilendirme etkinlikleri düzenlenmesi	KOSGEB İl Müdürlükleri, İŞKUR İl Müdürlükleri	OSB İl Müdürlükleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, İlgili İş İnsanı Örgütleri
2019	2.3.4. Gaziantep Üniversitesi tarafından uygulanan "intörn" programının bölgedeki diğer illerde ve daha geniş bir sektörel yelpazede uygulanmasına yönelik ara yüz geliştirilmesi ve destek etkinlikleri yapılması	Bölge Üniversiteleri	Ticaret ve Sanayi Odaları, İpekyolu Kalkınma Ajansı, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	2.3.5. Öne çıkan sektörlerde mesleki yeterlilik ve becerilerin tanımlanmasına yönelik çalışmaların başlatılması	İŞKUR İl Müdürlükleri	İpekyolu Kalkınma Ajansı, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	2.3.6. Bölgedeki istihdam bürolarının ortak kullanabileceği bir özgeçmiş ve iş platformu yaratılması	İŞKUR İl Müdürlükleri	Özel İstihdam Büroları, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri, İlgili İş İnsanı Örgütleri
2020	2.3.7. Bölgede istihdam trendlerinin ve eğitim trendlerinin izlenmesine yönelik bir takip mekanizmasının oluşturulması	İŞKUR İl Müdürlükleri	Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri, İlgili İş İnsanı Örgütleri
	2.3.8. Müfredat iyileştirme çalışmalarının üniversite, özel sektör işbirliği ile mesleki yeterlilik ve becerilere uygun olarak yürütülmesi	Ticaret ve Sanayi Odaları, İl Millî Eğitim Müdürlükleri, Bölge Üniversiteleri	
	2.3.9. Bölgede nitelikli işgücünü tutabilecek sosyal olanakların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin desteklenmesi	Belediyeler, Valilikler	Ticaret ve Sanayi Odaları

ÖNCELİK EKSENİ 3: YENİLİK EKOSİSTEMİ ÜYELERİ ARASINDA İŞBİRLİĞİNİN ARTTIRILMASI

TRC1 Bölgesi illeri arasında Gaziantep sahip olduğu ekonomik gelişme düzeyi ile diğer illerle kıyaslandığında ciddi farklara sahiptir. Birçok noktada bu farklılıklar dezavantajlı bir yapıya işaret ederken özellikle Adıyaman ve Kilis için ekonomik olarak önemli fırsatları da beraberinde getirmektedir. Bölgedeki endüstriyel yapı dikkate alındığında Gaziantep'teki görece daha büyük üretim ölçeğine sahip firmaların, tedarikçi olarak Adıyaman ve Kilis'teki işletmelerle işbirliği yapması, bölgedeki sektörler arası know-how transferi olanaklarının artırılması bölgede ortak kaynak kullanımını ve etkinliğini arttıracaktır. Bu sürecin etkin bir şekilde yürütülmesi ise işletmelerin büyüme süreçlerine ve uluslararası rekabet gücüne de olumlu etki yapacaktır.

Gaziantep'teki firmaların yenilik açısından bölgedeki diğer illerde faaliyet gösteren firmalarla paylaşabileceği önemli bir deneyim bulunmaktadır. Hem akıllı uzmanlaşma temelli analizde hem de sürükleyiciler-kolaylaştırıcılar analizlerinde özellikle işletmelerle bölgedeki diğer yenilik paydaşları arasında karşılıklı etkileşimin boyutu en önemli analiz başlıklarından biri olarak görülmüştür. Bu anlamda etkin bir yenilik stratejisi bölge ölçeğinde güçlü bir iletişim ve işbirliği ortamı ile ancak mümkün olacaktır.

Stratejik Amaç 3.1: İller Arası ve Kurumlar Arası İşbirliğinin Geliştirilmesi

Bölgede tüm illerin sektörel dokusu birlikte ele alındığında tedarik ilişkilerinin bölge içinde

kurulabilmesi, bölge içindeki işletmelerin birbirine bilgi transferi gibi önemli fırsatlar bulunmaktadır. Gaziantep'teki işletmelerin yakaladığı büyüme ve uluslararasılaşma becerileri Adıyaman ve Kilis illerindeki işletmeler için karşılıklı etkileşimin artırılması halinde yenilikçilik açısından da model olabilecek ve gelişimlerine katkı sağlayacaktır. Öte yandan bu işbirliği ortamı Gaziantep'teki işletmeler için de daha rekabetçi bir tedarik ortamı yaratabilecek, işletmelerin büyüme tempolarına da olumlu katkı yapacaktır.

Bu noktada bölgede işletmeler arasında sektörel ilişkiler dikkate alınarak birbirinin tedarik zinciri içerisinde yer alan firmalar arasında çapraz işbirliği ortamının yaratılması bölgede yenilik kapasitesinin gelişimi için belirlenen stratejik amaçlardan biri olarak ele alınmıştır.

Öte yandan bölgesel düzeyde yenilik ekosisteminin etkin bir şekilde çalışması, işletmeler ve diğer kurumlar arasında bölge ölçeğinde işbirliğinin ve iletişim olanaklarının artırılması ile ancak mümkün olacaktır. Ancak böyle bir ortamda kurumlar birlikte kaynak verimliliğini sağlayacak ve birlikte hareket etme olanağına sahip olacaktır. Bu noktada kamu kurumları, işletmeleri temsil eden sektörel ve tematik dernekler, ticaret ve sanayi odaları ve OSB'ler yenilik ekosistemi açısından işletmeler ve üniversiteler kadar önemli bir role sahiptir. Söz konusu kurumların yenilik faaliyetlerinde daha etkin bir rol oynamasının sağlanması bu çerçevede BYS'nin en önemli adımlarından biri olarak tanımlanmıştır. Bu bağlamda yenilik ekosistemi üyeleri arasında etkin iletişim mekanizmalarının geliştirilmesine yönelik eylemler tabloda sunulmuştur.



Tablo 36: Öncelik 3 - Stratejik Amaç 1: Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler Tablosu

	Stratejik Eylem	Uygulama Birimi	Uygulama Ortakları
2017-2018	3.1.1. Gaziantep'teki büyük işletmelerin tedarik zinciri içerisinde yer alabilecek Adıyaman ve Kilis'teki KOBİ'lerin tespit edilmesi ve karşılıklı işbirliğini geliştirecek etkinlikler düzenlenmesi	Ticaret ve Sanayi Odaları, İpekyolu Kalkınma Ajansı	OSB İl Müdürlükleri, İlgili Meslek Kuruluşları
	3.1.2. Tüm bölgeden temsilcilerin yer aldığı sektörel sorun analizi toplantılarının gerçekleştirilmesi	Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri	İpekyolu Kalkınma Ajansı, OSB İl Müdürlükleri, İlgili Meslek Kuruluşları
2019	3.1.3. Bölgede faaliyet gösteren iş insanı örgütleri, ticaret ve sanayi odalarına yönelik olarak hizmet kapasitesini geliştirmeyi amaçlayan eğitim programları gerçekleştirilmesi	İpekyolu Kalkınma Ajansı	Bölge Üniversiteleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, İlgili Meslek Kuruluşları
	3.1.4. İl ve Bölge bazında yenilik mekanizmalarının gelişimini takip edecek Danışma Kurulları ve Sektör Komitelerinin oluşturulması	Ticaret ve Sanayi Odaları	İpekyolu Kalkınma Ajansı, Bölge Üniversiteleri, Belediyeler, Valilikler, İlgili Meslek Kuruluşları
	3.1.5. Bölgede sektörel ortak tedarik, üretim, satış ve pazarlama ağlarının oluşturulması	Ticaret ve Sanayi Odaları	İpekyolu Kalkınma Ajansı, OSB İl Müdürlükleri, İlgili Meslek Kuruluşları
	3.1.6. Ülke genelinde yenilik konusunda iyi uygulama örneklerinin tüm bölge genelinde anlatılmasının sağlanması	Ticaret ve Sanayi Odaları, İpekyolu Kalkınma Ajansı	Bölge Üniversiteleri, İlgili Meslek Kuruluşları
	3.1.7. Bölge içi tedarik zincirinin etkin bir şekilde sağlanmasına yönelik elektronik bilgilendirme ağının kurulması ve çalıştırılması	Ticaret ve Sanayi Odaları	İpekyolu Kalkınma Ajansı, OSB İl Müdürlükleri, Bölge Üniversiteleri, İlgili Meslek Kuruluşları
2020	3.1.8. Bölgede iller arasındaki işbirliğinin kurumsal ölçekte geliştirilmesine yönelik sektörel eşleştirme programları uygulanması	Ticaret ve Sanayi Odaları	OSB İl Müdürlükleri, İpekyolu Kalkınma Ajansı, Bölge Üniversiteleri, İlgili Meslek Kuruluşları
	3.1.9. Bölge üniversiteleri arasında misafir öğretim üyesi programlarının yaygınlaştırılması ve ortak araştırma merkezlerinin oluşturulması	Bölge Üniversiteleri	
	3.1.10 Ticaret ve Sanayi Odaları alt komitelerine üniversitelerden öğretim üyeleri ve öğrencilerin düzenli üye olarak katılımının sağlanması	Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri	

Stratejik Amaç 3.2: Üniversitelerden Özel Sektöre Bilgi Transferinin Güçlendirilmesi

İller arasında gözlemlenen işbirliği eksikliği aynı il içerisindeki kurumlar arasında da yaşanmaktadır. Nitekim üniversiteler, işletmelerle ilgili iletişim sorunları yaşadığını ifade ederken, işletmeler de benzer şekilde üniversiteler ile etkin bir iletişim kuramadıklarını belirtmektedir. Çeşitli kamu kurumları işletmelere yönelik olarak faaliyetler gerçekleştirmekte ancak ortak iletişim mekanizmalarının kurulamaması faaliyetlerin daha yaygın bir etki yaratmasını engellemekte, zaman

zaman da benzer etkinliklerin tekrarlanması nedeniyle kaynak israfına yol açmaktadır.

Özellikle üniversite – özel sektör işbirliği eksikliği gerçekleştirilen toplantılarda katılımcılar tarafından sık sık dile getirilmiştir. Üniversiteler ve bilgi sektörünün arasında yaratılabilecek işbirliği ortamı karşılıklı öğrenme süreçlerini güçlendirecek ve bölgede yenilik için gerekli diğer unsurların gelişmesine katkı sağlayacaktır. Bu çerçevede akademi ve özel sektör işbirliğinin gelişimi BYS içerisinde öncelikli stratejik amaçlardan biri olarak belirlemiştir.

Tablo 37: Öncelik 3 - Stratejik Amaç 2: Kısa, Orta ve Uzun Vade Stratejik Eylemler Tablosu

	Stratejik Eylem	Uygulama Birimi	Uygulama Ortakları
2017-2018	3.2.1. Akademisyen ve sektör temsilcilerinin bir araya geldiği ortak analiz toplantılarının gerçekleştirilmesi	Ticaret ve Sanayi Odaları, Üniversiteler, İpekyolu Kalkınma Ajansı	
	3.2.2. Teknopark/TTO/Teknokent faaliyetlerinin iş dünyası arasında yaygınlaştırılması	Teknoparklar, TTO'lar, Ticaret ve Sanayi Odaları	İpekyolu Kalkınma Ajansı, OSB İl Müdürlükleri, İlgili Meslek Kuruluşları
	3.2.3. Yenilik ve Ar-Ge konusunda işletmelerin ihtiyaç duydukları uzmanlara hızlı bir şekilde erişimine yönelik üniversite uzmanları envanterinin çıkarılması	Bölge Üniversiteleri	Ticaret ve Sanayi Odaları, İpekyolu Kalkınma Ajansı
2019	3.2.4. Yurtdışı ve yurtiçi heyetlere üniversitelerden akademisyenlerin dahil edilmesi	Bölge Üniversiteleri, Ticaret ve Sanayi Odaları	İpekyolu Kalkınma Ajansı, İlgili Meslek Kuruluşları
	3.2.5. Teknopark/TTO/Teknokent işbirliği ile yürütülecek projelerin teşvik edilmesi	Teknoparklar, TTO'lar	Ticaret ve Sanayi Odaları, İpekyolu Kalkınma Ajansı, Bölge Üniversiteleri
	3.2.6. SANTEZ programı başvurularına yönelik teknik destek sağlanması	Bölge Üniversiteleri	Ticaret ve Sanayi Odaları, İpekyolu Kalkınma Ajansı
2020	3.2.7. Üniversitelerin Bilimsel Araştırma Programları kapsamında desteklenen projelerde özel sektör işbirliğinin teşvik edilmesi	Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri	Teknoparklar, TTO'lar, OSB İl Müdürlükleri, İlgili Meslek Kuruluşları
	3.2.8. Yurtdışından nitelikli akademisyenlerin bölgede iş dünyası ile birlikte çalışmak üzere misafir öğretim üyesi olarak davet edilmesi	Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri	İpekyolu Kalkınma Ajansı, İlgili Meslek Kuruluşları



5.3. AJANS DESTEK PROGRAMLARI İLE UYUMLU FAALİYETLER

BYS, 2017-2020 dönemi dikkate alınarak TRC1 Bölgesi'ndeki işletmelerin ve yenilik ekosistemindeki diğer kurumların birlikte bölgenin yenilik temelli rekabet gücünün artırılması için hazırlanmıştır. BYS'nin hayata geçirilmesi sürecinde bölgesel ölçekte ilgili tüm kurumlarla kurmuş olduğu iş birliği ve iletişim ortamı ve finansman kaynakları dikkate alındığında

İpekyolu Kalkınma Ajansı'na kritik bir rol düşmektedir. Bu çerçevede İKA'nın 2017-2020 döneminde bölgede yenilikçiliğin artırılması ve sürdürülebilir yenilik ortamının sağlanması için odaklanması gereken hedef ve öncelikler daha önceki bölümlerde ifade edilmiştir. Bu bölümde bu amaçların ve hedeflerin gerçekleştirilmesi için Ajans araçlarına göre uygulama adımları gösterilmektedir.

5.3.1. Yenilik Kapasite Geliştirme Programları (YKGP)

Tablo 38: Mali Destek Programları İle Uyumlu Faaliyetler (YKGP)

Mali Destek Programları Kapsamında Uygulanabilecek Faaliyetler	
Programın Genel Amacı	TRC1 Bölgesi'nde yenilik bilincinin, kapasitesinin ve isteğinin geliştirilmesi
Programın Öncelikleri	Stratejik Amaç 1.1- Bölgeye özgü kreatif endüstrilerde akıllı uzmanlaşmanın sağlanması Stratejik Amaç 1.2- İşletmelerin ve sektörlerin uluslararası iş birliği ve rekabet ortamına entegrasyonunun desteklenmesi Stratejik Amaç 1.3- Yenilik mekanizmalarının işletmelerde kurumsallaşmasının desteklenmesi
Program Kapsamında Uygun Faaliyetler	1.1.3. Kreatif sektörlerde ihtiyaç duyulan insan kaynağı için gerekli niteliklerin tespit edilmesi ve bu tespite göre ilgili eğitim kurumları tarafından sağlanan mevcut eğitim programlarının envanterinin yapılması 1.1.5. Kreatif sektörlerde ulusal ve uluslararası pazar analizlerinin yapılması ve ortak pazarlama mekanizmalarının tasarlanması 1.1.6. Eğitim kurumlarında kreatif sektörlerle ilgili alanlardaki eğitim müfredatlarının iyileştirilmesi çalışmalarının yapılması. 1.2.4. İşletmelere yenilik temelli dış ticaret faaliyetlerine ilişkin danışmanlık hizmetleri sunan ortak hizmet yapılarının desteklenmesi 1.2.6. Bölgedeki firmaların AB ve ABD pazarlarına olan ihracatının artırılması 1.3.2. İşletmelerde AR-GE birimlerinin kurulmasına yönelik destek sağlanması 1.3.5. Proje portalı hazırlanarak başarılı AR-GE ve İnovasyon projeleri uygulamaları yaygınlaştırılması 1.3.6. İşletmelerde Yenilik Yönetimi kapasite geliştirme programlarının uygulanması
Program Paydaşları	1.1.3. İşadamları Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 1.1.5. İhracatçı Birlikleri, İşadamları Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 1.1.6. Bölge Üniversiteleri, OSB Müdürlükleri, İşadamları Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları 1.2.4. Ticaret ve Sanayi Odaları, İhracatçı Birlikleri 1.2.6. Ticaret ve Sanayi Odaları, İhracatçı Birlikleri 1.3.2. KOBİ'ler, İşadamları Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları 1.3.5. İşadamları Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 1.3.6. İşadamları Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri
Programın Özgü Öneriler	1.1.3., 1.1.5. ve 1.1.6. faaliyetlerinin Gaziantep'te uygulanması programın başarısını destekleyici bir faktör olacaktır. 1.2.4. ve 1.2.6. faaliyetlerinin uygulanmasında Kilis ve Adıyaman illerine pozitif ayrımcılık yapılması, bu illerde yenilik kapasitesi gelişimi için katkı sağlayacaktır. 1.3.2., 1.3.5. ve 1.3.6. faaliyetlerinin uygulanmasında akıllı uzmanlaşma çalışmaları sonucu ortaya çıkacak sektörler öncelik verilmesi programın verimliliğini arttıracaktır.

Tablo 39: Doğrudan Faaliyet Desteği Programları İle Uyumlu Faaliyetler (YKGP)

Doğrudan Faaliyet Desteği Programları Kapsamında Uygulanabilecek Faaliyetler	
Programın Genel Amacı	TRC1 Bölgesi'nde yenilik bilincinin, kapasitesinin ve isteğinin geliştirilmesi
Programın Öncelikleri	Stratejik Amaç 1.1- Bölgeye özgü kreatif endüstrilerde akıllı uzmanlaşmanın sağlanması Stratejik Amaç 1.2- İşletmelerin ve sektörlerin uluslararası iş birliği ve rekabet ortamına entegrasyonunun desteklenmesi
Program Kapsamında Uygun Faaliyetler	1.1.1. Bölgede kreatif mal/hizmet sınıfına giren ürünlerin ve üreticilerin envanterinin hazırlanması 1.1.2. Bölgede öne çıkan kreatif endüstrilerin tespit edilmesi ve bu sektörlerde ön gelişme çalışmalarının hazırlanması 1.1.4. Kreatif sektörlerde sektörel gelişme analiz ve planlarının hazırlanması 1.2.2. Dış ticaret yapmamış ancak potansiyeli olan sektör ve firmaların tespit edilmesi 1.2.5. Bölgedeki kreatif sektörler baz alınarak sektörel alım heyetlerinin davet edilmesi, bu etkinliklerin düzenli olarak gerçekleştirilmesi
Programın Paydaşları	1.1.1. İşadamları Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 1.1.2. Bölge Üniversiteleri, OSB Müdürlükleri, İşadamları Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları 1.1.4. Bölge Üniversiteleri, OSB Müdürlükleri, İşadamları Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları 1.2.2. İhracatçı Birlikleri, İşadamları Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları 1.2.5. İhracatçı Birlikleri, İşadamları Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları
Programa Özgü Öneriler	1.2.2. faaliyetlerinin uygulanmasında Adıyaman ve Kilis illerine öncelik verilmesi bölge içi dengesizlikler açısından önem taşımaktadır.

Tablo 40: Teknik Desteği Programları İle Uyumlu Faaliyetler (YKGP)

Teknik Desteği Faaliyetleri Kapsamında Uygulanabilecek Faaliyetler	
Programın Genel Amacı	TRC1 Bölgesi'nde yenilik bilincinin, kapasitesinin ve isteğinin geliştirilmesi
Programın Öncelikleri	Stratejik Amaç 1.2- İşletmelerin ve sektörlerin uluslararası iş birliği ve rekabet ortamına entegrasyonunun desteklenmesi Stratejik Amaç 1.3- Yenilik mekanizmalarının işletmelerde kurumsallaşmasının desteklenmesi
Program Kapsamında Uygun Faaliyetler	1.2.1. Firmaların uluslararası ticarete daha fazla yönelmeleri için gerekli eğitim ve bilgilendirme faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi 1.2.3. Uluslararası firmaların katıldığı iş birliği etkinlikleri (fuarlar, çalıştaylar vs.) gerçekleştirilmesi 1.2.7. Dış ticarete yenilik temelli başarı öykülerinin tespit edilmesi ve diğer işletmeler ile paylaşılması
Programın Paydaşları	1.2.1. Bölge Üniversiteleri, OSB Müdürlükleri, İşadamları Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bilim, Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlükleri 1.2.3. İhracatçı Birlikleri, İşadamları Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları 1.2.7. İhracatçı Birlikleri, İşadamları Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları
Programa Özgü Öneriler	1.2.1. Söz konusu faaliyetlerin Kilis ve Adıyaman'da gerçekleştirilmesi bu illerdeki faaliyetlerin görece az olduğu dikkate alındığında daha etkin sonuç verecektir. 1.2.3. Söz konusu faaliyetlerin Kilis ve Adıyaman'da gerçekleştirilmesi bu illerdeki faaliyetlerin görece az olduğu dikkate alındığında daha etkin sonuç verecektir.

5.3.2. Yenilik Erişilebilirliği Programları (YEP)

Tablo 41: Mali Destek Programları İle Uyumlu Faaliyetler (YEP)

Mali Destek Programları Kapsamında Uygulanabilecek Faaliyetler	
Programın Genel Amacı	TRC1 Bölgesi'nde yenilik destek unsurlarına erişilebilirliğin artırılması ve yenilik temelli faaliyetlerin artırılması
Programın Öncelikleri	Stratejik Amaç 2.1- İşletmelere yönelik danışmanlık hizmetlerinin erişilebilirliğinin ve hizmet kalitesinin artırılması Stratejik Amaç 2.2- Finansman kaynaklarının erişilebilirliğinin artırılması Stratejik Amaç 2.3- İnsan kaynaklarının geliştirilmesi
Program Kapsamında Uygun Faaliyetler	2.1.6. AR-GE başta olmak üzere teknik ve teknolojik alanlarda uluslararası danışmanlık hizmetlerine erişimin artırılması 2.2.5. Ulusal ve uluslararası melek yatırım ağlarından temsilcilerinin katıldığı girişimci etkinliklerinin organize edilmesi 2.3.4. Gaziantep Üniversitesi tarafından uygulanan "intörn" programının bölgedeki diğer illerde ve daha geniş bir sektörel yelpazede uygulanmasına yönelik ara yüz geliştirilmesi ve destek etkinlikleri yapılması 2.3.5. Öne çıkan sektörlerde mesleki yeterlilik ve becerilerin tanımlanmasına yönelik çalışmaların başlatılması 2.3.9. Bölgede nitelikli işgücünü tutabilecek sosyal olanakların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin desteklenmesi
Programın Paydaşları	2.1.6. İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 2.2.5. İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 2.3.4. İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 2.3.5. İŞKUR, İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 2.3.9. Belediyeler, Valilikler, Ticaret ve Sanayi Odaları
Programa Özgü Öneriler	2.1.6. Adıyaman ve Kilis'e öncelik verilmesi önerilmektedir. 2.2.5. Adıyaman ve Kilis'e öncelik verilmesi önerilmektedir. 2.3.4. Adıyaman ve Kilis'e öncelik verilmesi önerilmektedir. Gaziantep Üniversitesi'nin uyguladığı programa ilişkin etkinliği arttıracak faaliyetler desteklenmelidir. 2.3.5. Adıyaman ve Kilis'e öncelik verilmesi önerilmektedir. 2.3.9. Altyapı programları ile birlikte desteklenmesi önemli görülmektedir.

Tablo 42: Doğrudan Faaliyet Desteği Programları İle Uyumlu Faaliyetler (YEP)

Doğrudan Faaliyet Desteği Programları Kapsamında Uygulanabilecek Faaliyetler	
Programın Genel Amacı	TRC1 Bölgesi'nde yenilik destek unsurlarına erişilebilirliğin artırılması ve yenilik temelli faaliyetlerin artırılması
Programın Öncelikleri	Stratejik Amaç 2.1- İşletmelere yönelik danışmanlık hizmetlerinin erişilebilirliğinin ve hizmet kalitesinin artırılması Stratejik Amaç 2.2- Finansman kaynaklarının erişilebilirliğinin artırılması Stratejik Amaç 2.3- İnsan kaynaklarının geliştirilmesi
Program Kapsamında Uygun Faaliyetler	2.1.6. Tasarım ve yenilik konusunda ulusal ve uluslararası trendlere yönelik danışmanlık hizmetlerine erişimin artırılması 2.1.7. Uluslararası trendler ve teknolojik gelişmeler hakkında Türkiye ve dünya çapında danışmanlık hizmetlerine erişimin sağlanması 2.2.4. Başarılı yeni girişimlerin bölge düzeyinde iş dünyası arasında bilinirliğinin artırılmasına ve teşvikine yönelik etkinlikler düzenlenmesi 2.3.6. Bölgedeki istihdam bürolarının ortak kullanabileceği bir özgeçmiş ve iş platformu yaratılması 2.3.7. Bölgede istihdam trendlerinin ve eğitim trendlerinin izlenmesine yönelik bir takip mekanizmasının oluşturulması 2.3.8. Müfredat iyileştirme çalışmalarının üniversite, özel sektör işbirliği ile mesleki yeterlilik ve becerilere uygun olarak yürütülmesi 2.3.9. Bölgede nitelikli işgücünü tutabilecek sosyal olanakların geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin desteklenmesi
Programın Paydaşları	2.1.6. Bölge Üniversiteleri, Teknoparklar, Teknoloji Transfer Ofisleri, İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 2.1.7. Bölge Üniversiteleri, Teknoparklar, Teknoloji Transfer Ofisleri, İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 2.2.4. İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 2.3.6. İŞKUR, İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 2.3.7. İŞKUR, İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 2.3.8. Ticaret ve Sanayi Odaları, İl/İlçe Milli Eğitim Müdürlükleri, İlk ve Orta Dereceli Okul Müdürlükleri, Bölge Üniversiteleri 2.3.9. Belediyeler, Valilikler, Ticaret ve Sanayi Odaları
Programa Özgü Öneriler	2.1.6. Farklı kurumların işbirliği özendirilerek hayata geçirilmelidir. 2.1.7. Farklı kurumların işbirliği özendirilerek hayata geçirilmelidir. 2.2.4. Adıyaman ve Kilis'e yönelik yerel başarı öyküleri ile hareket edilmelidir. Uluslararası ölçekte örnekler için bölgesel etkinliklerin düzenlenmesi desteklenmelidir. 2.3.6. Uygulama sürecinde İŞKUR tarafından desteklenebilecek ön hazırlık ve araştırma çalışmaları yapılmalıdır. 2.3.7. Uygulama sürecinde İŞKUR tarafından desteklenebilecek ön hazırlık ve araştırma çalışmaları yapılmalıdır. 2.3.8. İlk ve orta dereceli okullar ile iş dünyası ve üniversiteler işbirliğinde hayata geçirilmelidir. 2.3.9. Altyapılara yönelik fizibilite hazırlama çalışmaları öne çıkarılmalıdır.

Tablo 43: Teknik Destek Programları İle Uyumlu Faaliyetler (YEP)

Teknik Destek Faaliyetleri Kapsamında Uygulanabilecek Faaliyetler	
Programın Genel Amacı	TRC1 Bölgesi'nde yenilik destek unsurlarına erişilebilirliğin artırılması ve yenilik temelli faaliyetlerin artırılması
Programın Öncelikleri	Stratejik Amaç 2.1- İşletmelere yönelik danışmanlık hizmetlerinin erişilebilirliğinin ve hizmet kalitesinin artırılması Stratejik Amaç 2.2- Finansman kaynaklarının erişilebilirliğinin artırılması Stratejik Amaç 2.3- İnsan kaynaklarının geliştirilmesi
Program Kapsamında Uygun Faaliyetler	2.1.1. Bölgede AR-GE, marka, teknoloji, uzmanlaşmış hukuk, süreç ve yönetim danışmanlığı alanlarında hizmet sunan firmaların envanterinin yapılması 2.1.2. Patent, marka tescil ve faydalı model konusunda işletmelerin bilgi düzeyinin artırılması 2.1.3. Ulusal ve uluslararası ölçekte fikri mülkiyet haklarının korunmasına yönelik uzmanlaşmış danışmanlık hizmetlerine erişimin artırılması 2.1.4. Pazarlama, reklam ve tanıtım gibi alanlara yönelik danışmanlık hizmetlerine erişimin artırılması 2.2.1. Mikro girişim destekleri (KOSGEB, TÜBİTAK vs.) yönelik bilgilendirme ve eğitim seminerleri organize edilmesi 2.2.2. TÜBİTAK programlarına başvuru konusunda teknik destek sağlanması 2.2.6. H2020 eğitimlerinin TÜBİTAK desteği ile gerçekleştirilmesi 2.2.7. TÜBİTAK programlarına başvurunun artırılması için düzenli AR-GE ve Yenilik Projeleri Eğitimlerinin düzenlenmesi 2.2.8. Finansman konusunda danışmanlık yapan firmalara yönelik olarak kapasite geliştirme eğitimleri düzenlenmesi 2.3.1. Girişimcilik, yenilikçilik konularında ilk ve orta düzeydeki okullarda etkinlikler gerçekleştirilmesi 2.3.2. Girişimcilik, yenilikçilik konularında üniversitelerde etkinlikler gerçekleştirilmesi, gençlerin başarı öyküleri ile bu anlamda istek ve motivasyonlarının artırılması. 2.3.3. İşletmelere sağlanan nitelikli eleman desteği programlarına ilişkin bilgilendirme etkinlikleri düzenlenmesi
Programın Paydaşları	Bölge Üniversiteleri, Teknoparklar, Teknoloji Transfer Ofisleri, İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri
Programa Özgü Öneriler	Öncelik Adıyaman ve Kilis'e verilmelidir.

Tablo 44: Yenilik Erişilebilirliği Programı - GÜDÜMLÜ Proje Programları (YEP)

Güdümlü Proje Desteği Kapsamında Uygulanabilecek Faaliyetler	
Programın Genel Amacı	TRC1 Bölgesi'nde yenilik destek unsurlarına erişilebilirliğin artırılması ve yenilik temelli faaliyetlerin artırılması
Programın Öncelikleri	TRC1 Bölgesi'nde yenilik destek unsurlarına erişilebilirliğin artırılması ve yenilik temelli faaliyetlerin artırılması
Program Kapsamında Uygun Faaliyetler	2.2.9. Bölgesel ölçekte risk sermayesi fonu oluşturulması 2.2.10 Bölgesel ölçekte girişim sermayesi fonu oluşturulması
Programın Paydaşları	Bölge Üniversiteleri, Sanayi ve Ticaret Odaları, Finans Kuruluşları, KOSGEB, TÜBİTAK, TOBB
Programa Özgü Öneriler	Program kapsamında etkin bir izleme ve değerlendirme mekanizması kurulmalı ve çekirdek girişimlerin etkin bir şekilde ilerlemesine yönelik bölge üniversiteleri ile işbirliği yapılmalıdır.

5.3.3. Yenilik için İş Birliği Geliştirme Programları (YİGP)

Tablo 45: Mali Destek Programları İle Uyumlu Faaliyetler (YİGP)

Mali Destek Programları Kapsamında Uygulanabilecek Faaliyetler	
Programın Genel Amacı	Bölgede Yenilik Ekosistemi Üyeleri Arasında İş Birliğinin Arttırılması
Programın Öncelikleri	Stratejik Amaç 3.1- İller arası ve kurumlar arası iş birliğinin geliştirilmesi Stratejik Amaç 3.2- Üniversitelerden özel sektöre bilgi transferinin güçlendirilmesi
Program Kapsamında Uygun Faaliyetler	3.1.4. İl ve Bölge bazında yenilik mekanizmalarının gelişimini takip edecek Danışma Kurulları ve Sektör Komiteleri oluşturulması 3.1.5. Bölgede sektörel ortak tedarik, üretim, satış ve pazarlama ağlarının oluşturulması 3.1.7. Bölge içi tedarik zincirinin etkin bir şekilde sağlanmasına yönelik elektronik bilgilendirme ağının kurulması ve çalıştırılması 3.1.8. Bölgede iller arasındaki iş birliğinin kurumsal ölçekte geliştirilmesine yönelik sektörel eşleştirme programları uygulanması 3.1.9. Bölge üniversiteleri arasında misafir öğretim üyesi programlarının yaygınlaştırılması ve ortak araştırma merkezlerinin oluşturulması 3.2.5. Teknopark/TTO/Teknokent işbirliği ile yürütülecek projelerin teşvik edilmesi 3.2.7. Üniversitelerin Bilimsel Araştırma Programları kapsamında desteklenen projelerde özel sektör işbirliğinin teşvik edilmesi
Programın Paydaşları	3.1.4. Belediyeler, Valilikler, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri, İşadamı Dernekleri, Sanayi ve Ticaret Odaları, KOSGEB 3.1.5. Ticaret ve Sanayi Odaları, OSB Müdürlükleri, İşadamı Dernekleri 3.1.7. Ticaret ve Sanayi Odaları, OSB Müdürlükleri, İşadamı Dernekleri 3.1.8. Ticaret ve Sanayi Odaları, OSB Müdürlükleri, İşadamı Dernekleri 3.1.9. Bölge Üniversiteleri 3.2.5. Bölge Üniversiteleri, Teknoparklar, Teknoloji Transfer Ofisleri, İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 3.2.7. Bölge Üniversiteleri, Teknoparklar, Teknoloji Transfer Ofisleri, İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları
Programa Özgü Öneriler	Farklı illerden kuruluşların işbirliğini geliştirecek program mekanizmaları uygulanmalıdır.

Tablo 46: Doğrudan Faaliyet Destek Programları İle Uyumlu Faaliyetler (YİGP)

Doğrudan Faaliyet Desteği Programları Kapsamında Uygulanabilecek Faaliyetler	
Programın Genel Amacı	Bölgede Yenilik Ekosistemi Üyeleri Arasında İş Birliğinin Arttırılması
Programın Öncelikleri	Stratejik Amaç 3.1- İller arası ve kurumlar arası iş birliğinin geliştirilmesi Stratejik Amaç 3.2- Üniversitelerden özel sektöre bilgi transferinin güçlendirilmesi
Program Kapsamında Uygun Faaliyetler	3.1.1. Gaziantep'teki büyük işletmelerin tedarik zinciri içerisinde yer alabilecek Adıyaman ve Kilis'teki KOBİ'lerin tespit edilmesi ve karşılıklı işbirliğini geliştirecek etkinliklerin düzenlenmesi 3.1.2. Tüm bölgeden sektör temsilcilerinin yer aldığı sektörel sorun analizi toplantılarının gerçekleştirilmesi 3.1.7. Bölge içi tedarik zincirinin etkin bir şekilde sağlanmasına yönelik elektronik bilgilendirme ağının kurulması ve çalıştırılması 3.2.1. Akademisyen ve özel sektör temsilcilerinin bir araya geldiği ortak analiz toplantılarının gerçekleştirilmesi 3.2.2. Teknopark/TTO/Teknokent faaliyetlerinin iş dünyası arasında yaygınlaştırılması 3.2.3. Yenilik ve AR-GE konusunda işletmelerin ihtiyaç duydukları uzmanlara hızlı bir şekilde erişimi için üniversite uzmanları envanterinin çıkarılması
Programın Paydaşları	3.1.1. Ticaret ve Sanayi Odaları, OSB Müdürlükleri, İşadamı Dernekleri 3.1.2. Ticaret ve Sanayi Odaları, OSB Müdürlükleri, İşadamı Dernekleri 3.1.7. Ticaret ve Sanayi Odaları, OSB Müdürlükleri, İşadamı Dernekleri, Bölge Üniversiteleri 3.2.1. Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 3.2.2. Bölge Üniversiteleri, Teknoparklar, Teknoloji Transfer Ofisleri, İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları 3.2.3. Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri
Programa Özgü Öneriler	Bölge içi çapraz iletişim ve ilişki ağlarının geliştirilmesi ön plana alınmalıdır.

Tablo 47: Teknik Destek Programları İle Uyumlu Faaliyetler (YİGP)

	Teknik Destek Faaliyetleri Kapsamında Uygulanabilecek Faaliyetler
Programın Genel Amacı	Bölgede Yenilik Ekosistemi Üyeleri Arasında İş Birliğinin Arttırılması
Programın Öncelikleri	Stratejik Amaç 3.1- İller arası ve kurumlar arası iş birliğinin geliştirilmesi Stratejik Amaç 3.2- Üniversitelerden özel sektöre bilgi transferinin güçlendirilmesi
Program Kapsamında Uygun Faaliyetler	3.1.3. Bölgede faaliyet gösteren iş insanı örgütleri, ticaret ve sanayi odalarına yönelik olarak hizmet kapasitesini geliştirmeyi amaçlayan eğitim programları gerçekleştirilmesi 3.1.6. Ülke genelinde yenilik konusunda iyi uygulama örneklerinin tüm bölge genelinde anlatılmasının sağlanması 3.2.2. Teknopark/TTO/Teknokent faaliyetlerinin iş dünyası arasında yaygınlaştırılması 3.2.3. Yenilik ve AR-GE konusunda işletmelerin ihtiyaç duydukları uzmanlara hızlı bir şekilde erişimine yönelik üniversite uzmanları envanterinin çıkarılması 3.2.4. Yurtdışı ve yurtiçi heyetlere üniversitelerden akademisyenlerin dahil edilmesi 3.2.6. SANTEZ programı başvurularına yönelik teknik destek sağlanması
Programın Paydaşları	3.1.3. Bölge Üniversiteleri, İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları 3.1.6. Bölge Üniversiteleri, İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları 3.2.2. Bölge Üniversiteleri, Teknoparklar, Teknoloji Transfer Ofisleri, İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları 3.2.3. Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri 3.2.4. Bölge Üniversiteleri, İşadamı Örgütleri, Ticaret ve Sanayi Odaları 3.2.6. Ticaret ve Sanayi Odaları, Bölge Üniversiteleri
Programa Özgü Öneriler	Farklı illerden kuruluşların işbirliğini geliştirecek program mekanizmaları uygulanmalıdır.

GENEL DEĞERLENDİRME

6. GENEL DEĞERLENDİRME

Bölgesel Yenilik Stratejisi çalışması, İpekyolu Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan 2014-2023 Bölge Planı'nın "yaşam kalitesi yüksek, beşeri sermayesi güçlü, rekabetçi ve yenilikçi, Orta Doğu'nun çekim merkezi İpekyolu" şeklinde ifade edilen vizyonuna uygun olarak bölgedeki işletmelerin yenilikçilik ve rekabetçilik kapasitesinin artırılması amacıyla hazırlanmıştır. Söz konusu çalışma kapsamında bölge illerinde konuyla ilgili paydaşların katıldığı toplantılar düzenlenmiş, öne çıkan sektörlerde faaliyet gösteren işletmelere ziyaretler gerçekleştirilmiş, 300'e yakın firmanın katılımıyla saha araştırması yapılmış ve tüm bu çalışmalardan elde edilen bilgiler, masa başı araştırma sonuçları ile birlikte değerlendirilerek bölgenin daha yenilikçi bir yapıya sahip olması için gerekli öncelikler ve hedefler belirlenmiştir. Yine çalışma kapsamında bu hedeflere ulaşılması için gerekli mali destek program önerileri, İpekyolu Kalkınma Ajansı'nın tabi olduğu mevzuat ve sahip olduğu araçlar dikkate alınarak tasarlanmıştır.

Yapılan çalışmalar sonucunda bölgede üç ana yaklaşıma dayalı olarak bölgede yenilikçilik ve rekabetçiliğin güçlendirilmesinin mümkün olabileceği tespit edilmiştir. Bu başlıklar özellikle kapasite geliştirme, kaynak erişiminin artırılması ve işbirliğinin artırılması olarak ifade edilmiştir.

Kapasite geliştirme bölümü, çalışma esnasında yapılan analizler çerçevesinde Adıyaman ve Kilis illerinde faaliyet gösteren işletmeler için girişimcilik bilgi ve bilincinin geliştirilmesine odaklı hedef ve uygulamalar içerirken Gaziantep'te faaliyet gösteren işletmeler için hem sahip olduğu ekonomik gelişmişlik düzeyi hem de görece daha yüksek kapasiteye sahip olması nedeniyle daha çok yeniliğin yaygınlaştırılması ve yeniliğin desteklenmesine odaklı faaliyetler ve uygulamalarla detaylandırılmıştır. Bu başlık yenilik için gerekli isteğin ve baskının oluşmasını amaçlamakta ve firmalarda yenilik motivasyonunu arttırmayı amaçlamaktadır.

Erişilebilirlik başlığı altında ise yenilik için gerekli beşeri, finansal ve kurumsal kaynakların geliştirilmesi, bu kaynaklara işletmelerin erişiminin kolaylaştırılmasını esas almaktadır. Bölgede yapılan analizlerde işletmelerin birçok konuda kısıtlı destek ile yol aldıkları görülmüş, yeniliğin kurumsallaşması ve gelişimi için gerekli destek unsurlarına erişimin artırılmasının bu başlıkta yapılacak çalışmalara sağlanması amaçlanmıştır.

İşbirliği başlığı altında ise yeniliğin en önemli boyutu olarak tanımlayabileceğimiz bilgi ve ortak çalışma kültürünün bölgede gelişimi temel alınmıştır. Bu noktada özellikle İBBS 2 sınıflandırması çerçevesinde bölge içindeki illerde faaliyet gösteren kurumların sadece il içinde değil, bölge içinde de karşılıklı etkileşiminin geliştirilmesi ve daha geniş bir işbirliği altyapısı geliştirilmesine odaklanılmıştır.

Tüm bu başlıklar çerçevesinde atılacak adımlar, Bölge Planı içerisinde yer alan diğer eylemlerle birlikte bölgenin sürdürülebilir, rekabetçi bir iş ortamı için önem taşımakta ve uygulama sürecinde konuyla ilgili tüm aktörlere roller düşmektedir. İpekyolu Kalkınma Ajansı, sahip olduğu insan kaynakları, finansal kaynaklar ve işbirliği becerisi ile bu aktörlerin daha aktif bir şekilde bölgenin gelişimine katkı sağlayabileceği olanakları yaratabilecektir. Sistematik bir şekilde, bölgenin gerçekleri ve sahadan gelen bilgi ve veriler dikkate alınarak hazırlanan bu çalışma bu anlamda önemli bir yol haritası sunmaktadır.

