



**İNOVASYONUN KORUNMASI KAPSAMINDA İŞLETMELERİN  
PATENT VE MARKALAŞMA KAPASİTELERİNİN ARTTIRILMASI:  
MANİSA İÇİN MODEL ÖNERİSİ**

**MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI  
YAYIN NO :0027**

**MANİSA**

**2017**

Bu Proje (TR33/16/DFD/0010) T.C. Zafer Kalkınma Ajansı tarafından finanse edilmiştir.

**ISBN:978-975-8628-52-0**

*“İnovasyonun Korunması Kapsamında İşletmelerin Patent ve Markalaşma Kapasitelerinin Artırılması: Manisa İçin Model Önerisi”* başlıklı **TR33/16/DFD/0010** referans numaralı Proje, T.C. Zafer Kalkınma Ajansı'nın katkıları ile hazırlanmıştır. Projenin içeriğinden sadece T.C. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sürekli Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi ile Manisa Ticaret ve Sanayi Odası sorumludur ve bu içeriğin herhangi bir şekilde T.C. Zafer Kalkınma Ajansı'nın görüş ve tutumunu yansıttığı ileri sürülemez.

**PROJE SAHİBİ**  
MANİSA TİCARET VE SANAYİ ODASI

**PROJE KOORDİNATÖRÜ**  
H. Fatih ÖZSÜMER

**ARAŞTIRMA EKİBİ**  
Doç. Dr. Rabia AKTAŞ (Proje Yürütücüsü)  
Doç. Dr. Mahmut KARĞIN  
Doç. Dr. Koray KAYALIDERE  
Doç. Dr. Sibel KARĞIN  
Doç. Dr. Gül KAYALIDERE  
Yrd. Doç. Dr. Hakan ARACI  
Yrd. Doç. Dr. Serkan CURA  
Yrd. Doç. Dr. Burak ÖZDOĞAN

**DANIŞMA KURULU**  
Prof. Dr. Ahmet Kemal ÇELEBİ  
Prof. Dr. Mustafa MIYNAT  
Prof. Dr. Hüseyin AKTAŞ  
Doç. Dr. A. Ali ÇİPİLOĞLU  
Öğr. Gör. Zeki DİRİL



## YÖNETİCİ ÖZETİ

Manisa’da patent ve markalaşma kapasitesinin arttırılmasını amaçlayan bu proje, eğitimler, durum tespiti, analizler ve model önerisini içermektedir.

Proje kapsamında kamu ve özel sektörden seçilen 50 katılımcıya patent ve markalaşma süreci ile ilgili örgün eğitimler düzenlenmiştir. Projenin eğitim kısmının yaygınlaştırılması ve etkisinin arttırılması amacıyla örgün eğitimler uzaktan eğitim modülüne dönüştürülerek, Manisa Ticaret ve Sanayi Odası üyesi 500 işletme / katılımcının kullanımına sunulmuştur.

Projenin durum tespiti için yapılan araştırma ve analizler kısmında büyük ölçüde ikincil kaynaklardan elde edilen veriler kullanılmıştır. Manisa ilinin patent alma ve markalaşma kapasitesinin mevcut durumunun belirlenmesinde, çeşitli kamu kurumlarının (Türk Patent ve Marka Kurumu, TÜBİTAK, Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, YÖK, MCBÜ, KOSGEB vb.) veri tabanlarından, bilgi kaynaklarından ve Zafer Kalkınma Ajansı tarafından önceki yıllarda hazırlanan raporlardan faydalanılmıştır.

İlk olarak mevcut durum analizi kapsamında aşağıdaki çalışmalar yapılmıştır:

- *Manisa ili inovasyon sisteminin üç vazgeçilmez aktörü – kamu kesimi, işletmeler ve üniversite – açısından mevcut durumu değerlendirilmiştir.* Bu değerlendirme sonucunda, kamu desteklerinden Manisa ilinin yeterince faydalandığı söylenemez. İşletmelerin inovasyon yapmaları önündeki en önemli engellerden birinin finansal yetersizlik olduğu düşünülürse, kamusal destek mekanizmalarının kullanımı önemli bir fırsattır. Proje kapsamında yapılan anketin sonuçlarına göre katılımcıların yarısı kamu destek programları ile ilgili bilgiye sahip olmadıklarını belirtmektedir. Bu nedenle, işletmelerin destek programları hakkında bilgilendirilmesi ve işletmelere profesyonel danışmanlık hizmeti sunulması ilin inovasyon kapasitesinin arttırılması açısından faydalı olacaktır. İnovasyon faaliyetlerinin gerçekleştiği en önemli yer, işletmelerdir. Manisa’daki işletmelerin inovasyon faaliyetlerine ilişkin ulaşılabilir bir veri tabanı ihtiyacı bulunmaktadır. İlin tek üniversitesi durumunda olan Manisa Celal Bayar Üniversitesinde, sanayi ile işbirliği mekanizmalarının oluşturulduğu görülmektedir. Üniversitenin sanayi ile daha güçlü işbirliği çabaları ve

işletmelerimizin oluşturulan mekanizmalara talip olması, ilin inovasyon kapasitesini yüksek seviyelere taşıyacaktır.

- *Manisa ilinin inovasyon sisteminin çıktılarının – patent, marka, faydalı model ve tasarım – 1995-2016 yılları arasındaki değişimi incelenmiştir.* Manisa ilinin patent, marka ve tasarım tescil performansı 1995 yılından sonra önemli ölçüde iyileşmiş, ancak özellikle 2010-2013 aralığında belirgin şekilde düşmüştür.
- *Manisa inovasyon göstergeleri TR33 Bölgesindeki diğer illerle karşılaştırılmıştır.* Patent, marka ve faydalı model verileri TR33 Bölgesindeki diğer illere göre daha iyi bir noktadadır. Ancak, karşılaştırıldığı illerin sayısı arttığında aynı değerlendirmeyi yapmak mümkün görünmemektedir.
- *Manisa inovasyon göstergeleri SEGE-2011 üçüncü kademe gelişmiş illerle karşılaştırılmıştır.* 2015 yılına kadar üçüncü kademe gelişmiş iller arasında yüz bin kişiye düşen tescilli patent sayısı açısından lider durumundayken, 2016 yılında liderliği kaybetmiştir. Marka tescili açısından da durum farklı değildir. Gruptaki 12 il arasında zaman zaman 10. sıraya kadar gerilediği görülmüştür. Manisa, tasarım tescillerinde bir ara 2.'liğe kadar yükseldiği grupta, 2016 yılı itibarıyla 6. sıraya kadar gerilemiştir. Faydalı model Manisa'nın göreceli olarak iyi olduğu bir alandır. Manisa sayı bazında bu iller arasında en yüksek tescilli faydalı modele sahip il konumundadır.
- *Manisa inovasyon göstergeleri SEGE-2011 ikinci kademe gelişmiş illerle karşılaştırılmıştır.* Bu grupta patent tescili sayısında 2014 yılına kadar lider konumunda olan Manisa, 2015 yılından itibaren hızla gerilemiştir. İlin marka tescil performansı patente göre çok daha zayıftır. Faydalı model ve tasarım açısından da durum Manisa'nın marka tescili alanındaki performansı ile benzerlik göstermektedir.
- *İller arası rekabetçilik endekslerinde (URAK, EDAM ve EGEV) Manisa ilinin durumu inovasyon alt endeksleri açısından belirlenmiştir.* Genellikle patent, marka, faydalı model ve tasarım tescillerinin değişken olarak kullanıldığı bu endekslerde Manisa'nın durumunun yıllar itibarıyla gerilediği görülmektedir. Manisa URAK'ın yenilikçilik alt endeksinde 4. sıradan 10. sıraya gerilemiştir. EDAM'ın yaratıcı sermaye endeksindeki düşüşü daha belirgindir. 2008'de 18. sırada iken 2014 yılında 38. sıraya düşmüştür. EGEV'in Ar-Ge alt endeksinde ise 10 il arasında 5. sırada yer almaktadır. Patent, marka, faydalı model ve tasarım alanında başvuru/tescil sayılarındaki azalma, rekabetçilik endekslerinde ve bu endekslerin inovasyonla ilişkili alt endekslerinde, ilin önemli ölçüde gerilemesine yol açmıştır.

*Mevcut durum değerlendirmesinin ardından VZA ile ilin inovasyon faaliyetlerinin etkinliği ölçülmüştür. Analiz kapsamında oluşturulan birçok modelde Manisa etkinlik sınırının altında kalmıştır. Referans alması gereken illerle karşılaştırıldığında, eldeki mevcut girdi bileşimiyle daha fazla çıktı (patent, faydalı model ve tasarım) elde edebileceken, daha azını elde etmiştir. Analiz sonucu iki il – Kırklareli ve Bursa – Manisa ilinin etkin olabilmesi için örnek alabileceği iller olarak tespit edilmiştir.*

*Markalaşma sürecinin incelenmesi açısından Köfteci Ramiz iyi uygulama örneği olarak ele alınmıştır. Ulusal markalaşma sürecini başarıyla yöneten Köfteci Ramiz gibi işletmelerin Manisa’da bulunması ve sayılarının artması, diğer işletmelerin ilham almasına imkân verecektir.*

*Manisa ilinin patent ve markalaşma kapasitesinin arttırılmasında farkındalık yaratmak için verilen eğitimlere katılan işletme temsilcilerine çalıştıkları işletmelerin inovasyon faaliyetlerinin ve karşılaştıkları sorunların belirlenmesine ilişkin anket uygulanmıştır. Anket sonucunda elde edilen bulguları Manisa için genellemek mümkün değildir. Ancak, ildeki işletmelerin inovasyon faaliyetleri ile ilgili fikir verebilir. Anket sonuçlarına göre, son üç yılda işletmelerin %54’ü ürün inovasyonu, %23’ü süreç inovasyonu, %21 organizasyonel inovasyon, %26’sı pazarlama inovasyonu yapmıştır. İşletmelerin %21’inin tescilli patenti, %15’inin tescilli faydalı modeli, %21’inin tescilli markası ve %10’unun tescilli tasarımı bulunmaktadır. İşletmelerin %16’sı Ar-Ge faaliyetinde bulunmamakta ve %40’ı Ar-Ge harcaması yapmamaktadır. İşletmelerin sadece %12’sinin üniversite ile ortak çalışma yaptığı görülmektedir. Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerinin finans kaynaklarına bakıldığında sırasıyla en fazla özkaynaklar, kamu destekleri ve banka kredilerinin kullanıldığı anlaşılmaktadır. İşletmelerin yarısı Ar-Ge ve inovasyon destek programları ile ilgili bilgiye sahip olmadıklarını ya da nasıl başvurulacağını bilmediklerini belirtmiştir. İşletmelerin inovasyon faaliyetleri ile ilgili karşılaştıkları sorunlarda ilk üç sırayı ekonomik riskler, maliyetler ve finansal sorunlar almaktadır.*

*Anket uygulamasıyla elde edilen sonuçlar, Manisa ilinin inovasyona ilişkin GZFT analizine yansımıştır. Manisa ilinin inovasyona ilişkin zayıf yanlarında ilk dört sırada markalaşma ve patentleşme ile ilgili eğitimlerin yeterli seviyede olmayışı, fikri haklara ilişkin eğitim programlarının yeteri kadar düzenlenmemesi, Üniversite – Sanayi İşbirliğinde yetersizlik ve işletmelerde Ar-Ge ve inovasyon faaliyetlerine düşük kaynak ayrılması yer almıştır. Altyapısı güçlü Organize Sanayi Bölgesinin varlığı, güçlü bir sanayi yapısının*

varlığı, MCBÜ’de Teknoloji Transfer Ofisinin kurulması ve Manisa Celal Bayar Üniversitesi’nin varlığı, ilin güçlü yanları olarak ilk dört sırada yer almıştır. Dış çevre kaynaklı en önemli tehditler ilk yatırım maliyetlerin çok yüksek olması, markalaşma konusunda il bazında ortak vizyon oluşturma platformunun (koordinasyon merkezi) bulunmayışı ve ekonomik dalgalanmaların etkilerinin oluşturduğu olumsuzluklar olarak belirlenmiştir. Uluslararası pazarlara ulaşmayı sağlayabilecek liman ve havaalanına yakınlık (İzmir Limanı, Çandarlı Liman Projesi), önemli bir tarım bölgesi olması (kuru üzüm, zeytin gibi ürünlerde ülkede söz sahibi olması) nedeniyle markalaşma ve patent potansiyelinin yüksek olması ve ulusal düzeyde Ar-Ge ve inovasyona verilen önemin artması ise en önemli fırsatlar olarak tespit edilmiştir.

*Mevcut durum değerlendirmesi ve analizler Manisa ilinin inovasyon kapasitesinin önündeki engelleri ortaya koymuş, bu engellerin ortadan kaldırılması için de öneriler geliştirilmiştir. Öneriler “Manisa İnovasyon Mavi Okyanusu Modeli” çerçevesinde yapılmıştır.*

Manisa’nın patent ve markalaşma kapasitesini artırması için Mavi Okyanusunu yaratması gerekmektedir. Kim & Mauborgne (2005)’na göre işletmeler geleneksel üretim ve kızgın rekabet biçiminin olduğu alanlar (Kızıl Okyanus) yerine, inovasyon sayesinde rakiplerin ulaşamadığı ve rekabeti gereksiz kıldıkları, kendine ait sakin alanlarda faaliyet gösterme şansına sahip olabilirler (Mavi Okyanuslar).

Modelde inovasyon kapasitesinin artırılması için dört alan belirlenmiştir: *Yok Edilmesi Gerekenler, Azaltılması Gerekenler, Arttırılması Gerekenler ve Baştan Yaratılması Gerekenler*. Bu faktörler değerlendirme ve analiz sonuçlarına göre oluşturulmuştur.

*Yok Edilmesi Gerekenler:* İlimizin bu alanda başarılı sonuçlar elde edebilmesi için aşağıdaki unsurların yok edilmesi gerekmektedir. Bu unsurların başında ülke genelinde sorun olan *Hedefine Ulaşamayan Kamu Destekleri, Desteklerin Çeşitliliği ve Karmaşıklığı*, Manisa özelinde ise kurumlar arası *Dayanışmayı Engelleyen Faktörler* gelmektedir.

*Azaltılması Gerekenler:* Bu faktörler ise *Patent ve Markalaşma Sürecinin Kısaltılması, Kamu Desteklerindeki Bürokrasi, Yan Sanayi Fikri* olarak sıralanmıştır. Bu faktörlerin tamamen ortadan kaldırılması mümkün olmadığından minimize edilmesi olanağı bulunmaktadır.



*Yükseltilmesi Gerekenler:* İlin patent ve markalaşma kapasitesini arttırmak için geliştirilmesi ve ön plana çıkarılması gereken unsurlardır. Yapılan değerlendirmede aşağıdaki unsurların düzeyinin yükseltilmesi gerekmektedir: *Küçük İşletmeleri Büyütmek, Ar-Ge ve Tasarım Merkezlerini Arttırmak, Modern İşletmeciliği Yaygınlaştırmak, Fikri ve Sınai Haklar Farkındalık Düzeyi, Entelektüel Sermaye ve Ücret Politikası, Üniversite – Sanayi İşbirliği Düzeyi, Endüstri 4.0 İçerikli Üretimin Desteklenmesi.*

*Baştan Yaratılması Gerekenler:* Bu unsurlar diğer unsurlarda olduğu gibi ulusal ve yerel düzeyde olmaktadır. *İnovasyon Koordinasyon Merkezi, Fikri ve Sınai Haklar Merkezi, İnovasyon Çemberleri, Üniversite – Sanayi İşbirliği Merkezleri, Üniversitelerde İnovasyon, Patent ve Markalaşma Programları, Tek Destek Programı.*

Söz konusu modelin uygulamaya konulması ile inovatif faaliyetlerin hızlanması, ticarileşmesi ve korunması daha hızlı bir şekilde gerçekleşecektir.



**İNOVASYONUN KORUNMASI KAPSAMINDA İŞLETMELERİN PATENT VE  
MARKALAŞMA KAPASİTELERİNİN ARTTIRILMASI:  
MANİSA İÇİN MODEL ÖNERİSİ**

<b>YÖNETİCİ ÖZETİ</b> .....	<b>v</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>xi</b>
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>xvi</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ</b> .....	<b>xviii</b>
<b>GRAFİKLER LİSTESİ</b> .....	<b>xix</b>
<b>RESİMLER LİSTESİ</b> .....	<b>xix</b>

**İÇİNDEKİLER**

<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
--------------------	----------

**BİRİNCİ BÖLÜM**

<b>1. İNOVASYON KAVRAMI VE STRATEJİK İNOVASYON YÖNETİMİ</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1. İnovasyon Kavramı</b> .....	<b>7</b>
<b>1.2. İşletmelerde İnovasyon Türleri</b> .....	<b>8</b>
<b>1.2.1. Ürün İnovasyonu</b> .....	<b>8</b>
<b>1.2.2. Üretim Süreci İnovasyonu</b> .....	<b>8</b>
<b>1.2.3. Pazarlama İnovasyonu</b> .....	<b>8</b>
<b>1.2.4. Organizasyon İnovasyonu</b> .....	<b>9</b>
<b>1.3. Stratejik İnovasyon Süreci</b> .....	<b>9</b>
<b>1.4. İnovasyon İlkeleri</b> .....	<b>12</b>
<b>1.5. Sürdürülebilir İnovasyon Yönetimi</b> .....	<b>14</b>
<b>1.6. Sürdürülebilir İnovasyonun İşletmeler için Önemi</b> .....	<b>15</b>
<b>1.7. Bölgesel Kalkınmada Sürdürülebilir İnovasyonun Önemi</b> .....	<b>16</b>
<b>1.8. İnovasyonun Korunması Kapsamında Fikri ve Sınai Haklar</b> .....	<b>18</b>

**İKİNCİ BÖLÜM**

<b>2. PATENT KAVRAMI VE PATENTLEŞME SÜRECİ</b> .....	<b>21</b>
<b>2.1. Buluş ve Patent Kavramı</b> .....	<b>21</b>
<b>2.1.1. Patent Türleri</b> .....	<b>24</b>
<b>2.1.2. Dünyada Patent Aktivitesi ve Türkiye'nin Konumu</b> .....	<b>27</b>
<b>2.1.2.1. Dünyada Patent Aktivitesi</b> .....	<b>28</b>
<b>2.1.2.2. Türkiye'nin Patent Aktivitesi</b> .....	<b>31</b>
<b>2.1.3. Patentleşmede İller Arası Rekabet ve Manisa'nın Konumu</b> .....	<b>33</b>
<b>2.1.4. Ulusal ve Uluslararası Boyutuyla Patent Alma Süreci</b> .....	<b>35</b>

<b>2.2. Patente Alternatif Yöntem Olarak Faydalı Model .....</b>	<b>39</b>
2.2.1. Faydalı Model Kavramı .....	39
2.2.2. Dünyada Faydalı Model Aktivitesi ve Türkiye'nin Konumu .....	40
2.2.2.1. Dünyada Faydalı Model Aktivitesi .....	41
2.2.2.2. Türkiye'nin Faydalı Model Aktivitesi .....	41
2.2.3. Faydalı Model Başvurularında İller Arası Rekabet ve Manisa'nın Konumu .....	43
<b>2.3. Endüstriyel Tasarım .....</b>	<b>45</b>
2.3.1. Endüstriyel Tasarım Kavramı .....	45
2.3.2. Dünyada Endüstriyel Tasarım Aktivitesi ve Türkiye'nin Konumu .....	48
2.3.2.1. Dünyada Endüstriyel Tasarım Aktivitesi .....	49
2.3.2.2. Türkiye'nin Endüstriyel Tasarım Aktivitesi .....	49
2.3.3. Endüstriyel Tasarımda İller Arası Rekabet ve Manisa'nın Konumu...	51
<b>2.4. Patent – Faydalı Model – Tasarım Mevzuatında Yapılan Son Düzenlemeler.</b>	<b>53</b>
<b>2.5. İşletmeler Açısından Patentleşmenin Önemi .....</b>	<b>56</b>
<b>2.6. Bölgesel Kalkınma Açısından Patentleşmenin Önemi .....</b>	<b>58</b>

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

<b>3. MARKA KAVRAMI VE MARKALAŞMA SÜRECİ .....</b>	<b>61</b>
<b>3.1. Marka Kavramı .....</b>	<b>61</b>
3.1.1. Marka ile İlgili Kavramlar .....	61
3.1.1.1. Marka Farkındalığı .....	61
3.1.1.2. Marka Çağrışımları .....	62
3.1.1.3. Markaya Yönelik Tutum .....	62
3.1.1.4. Marka Sadakati .....	63
3.1.1.5. Marka İmajı .....	63
3.1.1.6. Marka Kişiliği .....	64
<b>3.2. Türkiye'de ve Dünya'da Marka .....</b>	<b>65</b>
<b>3.3. Marka Türleri .....</b>	<b>68</b>
<b>3.4. İşletmeler Açısından Markanın Değerlendirilmesi .....</b>	<b>69</b>
3.4.1. Marka Değeri .....	69
3.4.2. Marka Değerinin Hesaplanması Yöntemleri .....	70
3.4.2.1. Finansal Temelli Marka Değeri Belirleme Yaklaşımları .....	70
3.4.2.1.1. Maliyete Dayalı Marka Değerleme .....	70
3.4.2.1.2. Piyasa Değerine Dayalı Marka Değerleme .....	70
3.4.2.1.3. Gelire Dayalı Marka Değerleme .....	71
3.4.2.2. Tüketici Temelli Marka Değeri Belirleme Yaklaşımları .....	71
<b>3.5. Markalaşma Süreci .....</b>	<b>72</b>
3.5.1. Markalaşmanın İşletmeler İçin Önemi .....	73
3.5.2. Markalaşmanın Tüketiciler İçin Önemi .....	73
3.5.3. Markalaşmanın Bölgesel Kalkınma Açısından Önemi .....	74
3.5.4. Markalaşmada Yasal Süreçler .....	75
3.5.4.1. Türkiye'de Marka Tescil Süreci .....	77

3.5.4.2. Markanın Uluslararası Tescil Süreci .....	78
3.5.4.3. Turquality Destek Programı .....	79
3.6. Stratejik Marka Yönetimi .....	80
3.6.1. Stratejik Marka Konumlandırması .....	80
3.6.2. Marka Planlaması ve Entegre Marka İletişimi .....	81
3.6.2.1. Marka İletişim Kanalının Planlanması .....	81
3.6.2.1.1. Hedef Kitlenin Belirlenmesi .....	82
3.6.2.1.2. Mesajın Oluşturulması .....	82
3.6.2.1.3. İletişim Aracının Seçimi .....	82
3.6.2.1.4. Mesajın Kaynağı – Marka Elçisi Seçimi .....	83
3.6.2.1.5. Geribildirim .....	83
3.6.2.2. Marka Bütçeleme Yöntemleri .....	84
3.6.2.2.1. Ayrabildiği Kadar Bütçe Yöntemi .....	84
3.6.2.2.2. Satışların Yüzdesi Yöntemi .....	84
3.6.2.2.3. Rekabetçi Eşitlik Yöntemi .....	84
3.6.2.2.4. Keyfi Bütçeleme Yöntemi .....	85
3.7. Markalaşma ve İnovasyon .....	85

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

<b>4. MANİSA İLİNİN İNOVASYON SİSTEMİNİN MEVCUT DURUMU VE İNOVASYON KAPASİTESİNİN ARTTIRIMASINA YÖNELİK BİR MODEL ÖNERİSİ .....</b>	<b>87</b>
<b>4.1. Manisa İlinin İnovasyon Sisteminin Mevcut Durumu – İnovasyon Sisteminin Girdileri .....</b>	<b>87</b>
<b>4.1.1. Ar-Ge ve İnovasyon Desteklerinden Faydalanma Durumu .....</b>	<b>87</b>
<b>4.1.1.1. TÜBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu) Destekleri .....</b>	<b>88</b>
<b>4.1.1.2. KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Dairesi Başkanlığı) Destekleri .....</b>	<b>91</b>
<b>4.1.1.3. Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Destekleri .....</b>	<b>92</b>
<b>4.1.1.4. Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı Destekleri .....</b>	<b>96</b>
<b>4.1.2. Manisa İlinin Endüstri Yapısı .....</b>	<b>97</b>
<b>4.1.3. Manisa Celal Bayar Üniversitesi .....</b>	<b>99</b>
<b>4.2. Manisa İlinin İnovasyon Göstergelerinin Mevcut Durumu – İnovasyon Sisteminin Çıktıları.....</b>	<b>104</b>
<b>4.2.1. Manisa İlinin İnovasyon Göstergelerinin 1995 – 2016 Yılları Arasındaki Gelişimi .....</b>	<b>104</b>
<b>4.2.2. Manisa İlinin İnovasyon Göstergelerinin TR33 Bölgesindeki Diğer İller ile Karşılaştırılması .....</b>	<b>111</b>
<b>4.2.3. Manisa İlinin İnovasyon Göstergelerinin SEGE-2011 Üçüncü Kademe Gelişmiş İller ile Karşılaştırılması (1995 – 2016) .....</b>	<b>115</b>
<b>4.2.4. Manisa İlinin İnovasyon Göstergelerinin SEGE-2011 İkinci Kademe Gelişmiş İller ile Karşılaştırılması .....</b>	<b>123</b>
<b>4.2.5. Manisa İlinin İnovasyon Göstergeleri Açısından İller Arası Rekabetçilik Endekslerindeki Yeri .....</b>	<b>129</b>

4.2.5.1. Manisa İlinin URAK İller Arası Rekabetçilik Endekslerindeki Yeri .....	129
4.2.5.2. Manisa İlinin EDAM – Türkiye İçin Rekabet Endeksindeki Yeri .....	132
4.2.5.3. Manisa İlinin EGEV – İller Arası Rekabet Endeksindeki Yeri ..	135
4.3. Manisa İlinin İnovasyon Faaliyetlerinin Etkinliğinin Veri Zarflama Analizi ile Ölçümü .....	137
4.3.1. Araştırmanın Amacı .....	137
4.3.2. Araştırmanın Yöntemi .....	137
4.3.2.1. Teknik Etkinlik .....	138
4.3.2.2. Girdiye ve Çıktıya Yönelik Etkinlik Ölçümü .....	139
4.3.2.3. Veri Zarflama Analizi .....	140
4.3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Kullanılan Veriler .....	142
4.3.4. Araştırmanın Modelleri .....	145
4.3.4.1. Birinci Grup VZA Modelleri .....	145
4.3.4.2. İkinci ve Üçüncü Grup VZA Modelleri .....	146
4.3.4.3. Dördüncü Grup VZA Modelleri .....	149
4.3.5. Veri Zarflama Analizi Sonuçları .....	151
4.3.5.1. Ar-Ge Merkezi Olan İllerin İnovasyon Faaliyetleri Açısından Etkinliğinin Ölçümü .....	151
4.3.5.2. Üç Çıktı Değişkeninden (Patent, Faydalı Model ve Endüstriyel Tasarım) En Az Birine İlişkin Verisi Bulunan İllerin İnovasyon Faaliyetleri Açısından Etkinliğinin Ölçümü .....	152
4.3.5.3. SEGE-2011'e Göre Birinci, İkinci ve Üçüncü Kademe Gelişmiş İllerin İnovasyon Faaliyetleri Açısından Etkinliğinin Ölçümü .....	154
4.3.5.4. SEGE-2011'e Göre Birinci, İkinci ve Üçüncü Kademe Gelişmiş İller ve TGB'si Bulunan İllerin İnovasyon Faaliyetleri Açısından Etkinliğinin Ölçümü .....	155
4.3.5.5. SEGE-2011 Birinci ve İkinci Kademe İller ile Manisa İlinin İnovasyon Faaliyetlerinin Etkinliğinin Ölçümü .....	158
4.4. Ulusal Marka Oluşturmada İyi Örnek Uygulaması: Köfteci Ramiz Vak'a Analizi .....	159
4.4.1. Köfteci Ramiz'in Tarihi .....	159
4.4.2. Marka Farkındalığı ve Çağrışımları Bakımından Köfteci Ramiz .....	160
4.4.3. Marka İmajı, Kişiliği ve Konumlandırma Stratejileri Bakımından Köfteci Ramiz .....	161
4.4.4. Yasal Markalaşma Süreci ve Altyapı Hazırlıkları Bakımından Köfteci Ramiz .....	161
4.4.5. Markalaşmanın Büyüme Sürecine Katkısı Bakımından Köfteci Ramiz .....	163
4.4.6. Marka İletişim Stratejileri Bakımından Köfteci Ramiz .....	164
4.4.7. Bölgesel Kalkınma Açısından Markalaşmanın Katkısı ve Köfteci Ramiz .....	165
4.5. Manisa İlinin Patent Alma ve Markalaşma Kapasitesinin Arttırılmasına Yönelik Verilen Eğitimler ve Katılımcılara Yönelik Bir Anket Uygulaması .....	167
4.5.1. Manisa İlinin Patent Alma ve Markalaşma Kapasitesinin Arttırılmasına Yönelik Verilen Eğitimler .....	167

4.5.2. Manisa İlinin Patent Alma ve Markalaşma Kapasitesinin Arttırılmasına Yönelik Olarak Düzenlenen Eğitimlere Katılanlara Uygulanan Anket .....	168
4.6. Manisa İlinin İnovasyon Kapasitesine İlişkin Güçlü Yönler-Zayıf Yönler-Fırsatlar-Tehditler (GZFT) Analizi .....	183
4.7. Manisa İlinin İnovasyon Kapasitesinin Arttırılmasına Yönelik Bir Model Önerisi .....	187
4.7.1. Mavi Okyanus Modeli .....	187
4.7.2. Manisa İnovasyon Mavi Okyanus Modeli .....	189
<b>SONUÇ</b> .....	<b>195</b>
<b>KAYNAKÇA</b> .....	<b>207</b>

## TABLolar LİSTESİ

Tablo 2.1.	Dünyada Patent Başvuruları (2014) .....	29
Tablo 2.2.	Avrupa Birliği Ülkelerinin (EU-28) Patent Başvuru Sayılarının Gelişimi (2015) .....	30
Tablo 2.3.	Patent Başvurularının Yıllara Göre Gelişimi (1995 – 2016) .....	32
Tablo 2.4.	Patent Tescillerinin Yıllara Göre Dağılımı (1995 – 2016) .....	33
Tablo 2.5.	Patent Başvurusunda Bulunan İllerin Başvuru Sayılarına Göre Sıralaması (İlk 20 İl) .....	34
Tablo 2.6.	Manisa İlinin Patent Başvuru ve Tescillerinde İller Arası Konumu (2006 – 2016) .....	35
Tablo 2.7.	Patent ve Faydalı Model Arasındaki Farklar .....	40
Tablo 2.8.	Faydalı Model Başvurularında Dünyadaki Gelişim (2015) .....	41
Tablo 2.9.	Türkiye’de Faydalı Model Başvuru Sayılarındaki Gelişim (1995 – 2016) .....	42
Tablo 2.10.	Türkiye’de Faydalı Model Tescil Sayılarındaki Gelişim (1995 – 2016) .....	43
Tablo 2.11.	Faydalı Model Başvurusunda Bulunan İllerin Başvuru Sayılarına Göre Sıralaması (İlk 20 İl) .....	44
Tablo 2.12.	Manisa İlinin Faydalı Model Başvuru ve Tescillerinde İller Arası Konumu (2006 – 2016) .....	45
Tablo 2.13.	Endüstriyel Tasarım Başvurularında Dünyadaki Gelişim (2015) ....	49
Tablo 2.14.	Tasarım Başvuru Sayılarındaki Gelişim (1995 – 2016) .....	50
Tablo 2.15.	Tasarım Tescil Sayılarındaki Gelişim (1995 – 2016) .....	51
Tablo 2.16.	Tasarım Başvurusunda Bulunan İllerin Başvuru Sayılarına Göre Sıralaması (İlk 20 İl) .....	52
Tablo 2.17.	Manisa İlinin Tasarım Başvuru ve Tescillerinde İller Arası Konumu (2006 – 2016) .....	53
Tablo 2.18.	Bölgesel ve Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler .....	60
Tablo 3.1.	Türkiye’nin En Değerli 10 Markası .....	65
Tablo 3.2.	Dünya’nın En Değerli 10 Markası .....	65
Tablo 3.3.	En Çok Marka Başvurusu Yapan İlk 10 Ülke (2016) .....	66
Tablo 3.4.	Başvuran Türüne Göre Türkiye’de Marka Başvuru Sayıları .....	67
Tablo 3.5.	Başvuran Türüne Göre Türkiye’de Marka Tescil Sayıları .....	68
Tablo 3.6.	Turquality Destek Programı Kapsamında Sağlanan Destekler .....	79
Tablo 4.1.	İller Bazında Genel (ARDEB) Akademik Destek İstatistikleri (2006 – 2015 Toplam Değerler) .....	89
Tablo 4.2.	TEYDEB Proje Başvurularının İllere Göre Dağılımı (1995 – 2012 Toplam) .....	90
Tablo 4.3.	TEYDEB Kapsamında Firmalara Verilen Hibe Destek Tutarlarının İllere Göre Dağılımı (1995 – 2012 Toplam) .....	91
Tablo 4.4.	Ar-Ge Merkezi Bulunan İller Sıralaması (İlk On İl) .....	95
Tablo 4.5.	Manisa İlindeki Ar-Ge Merkezleri .....	95
Tablo 4.6.	Manisa İlinin Dış Ticaret Verileri (2011 – 2015) .....	98
Tablo 4.7.	MOSB Firmalarının Sektörel Dağılımı .....	99



<b>Tablo 4.8.</b>	<b>MCBÜ DEFAM Laboratuvarları .....</b>	<b>101</b>
<b>Tablo 4.9.</b>	<b>MCBÜ Uygulama ve Araştırma Merkezleri .....</b>	<b>102</b>
<b>Tablo 4.10.</b>	<b>Manisa İlinin Patent, Marka, Faydalı Model ve Endüstriyel Tasarım Sayıları (1995 – 2016) .....</b>	<b>104</b>
<b>Tablo 4.11.</b>	<b>Manisa İlinin Patent Başvuru ve Tescillerinde İller Arasındaki Konumu (2006 – 2016) .....</b>	<b>106</b>
<b>Tablo 4.12.</b>	<b>Manisa İlinin Marka Başvuru ve Tescillerinde İller Arası Konumu (2006 – 2016) .....</b>	<b>107</b>
<b>Tablo 4.13.</b>	<b>Manisa İlinin Faydalı Model Başvuru ve Tescillerinde İller Arası Konumu (2006 – 2016) .....</b>	<b>109</b>
<b>Tablo 4.14.</b>	<b>Manisa İlinin Tasarım Başvuru ve Tescillerinde İller Arası Konumu (2006 – 2016) .....</b>	<b>110</b>
<b>Tablo 4.15.</b>	<b>SEGE-2011 Rekabetçi ve Yenilikçi Kapasite Göstergeleri .....</b>	<b>114</b>
<b>Tablo 4.16.</b>	<b>Üçüncü Kademe Gelişmiş İller .....</b>	<b>115</b>
<b>Tablo 4.17.</b>	<b>SEGE-2011 Gelişmişlik Sıralaması .....</b>	<b>116</b>
<b>Tablo 4.18.</b>	<b>SEGE İlk Üç Kademedeki İllerin Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (2013) Değerleri .....</b>	<b>125</b>
<b>Tablo 4.19.</b>	<b>URAK Rekabet Endeksinde Manisa .....</b>	<b>129</b>
<b>Tablo 4.20.</b>	<b>Yıllar İtibariyle URAK Rekabet Endeksi Sıralaması (2009 – 2014 SEGE İlk Üç Kademe İlleri İçin) .....</b>	<b>130</b>
<b>Tablo 4.21.</b>	<b>EDAM Rekabet Endeksi .....</b>	<b>132</b>
<b>Tablo 4.22.</b>	<b>EDAM Rekabetçilik Endeksinin Alt Bileşenleri Açısından Manisa İli Gelişimi .....</b>	<b>133</b>
<b>Tablo 4.23.</b>	<b>Alt Endeksler ve Etki Puanları .....</b>	<b>134</b>
<b>Tablo 4.24.</b>	<b>İller Bazında EGEV ve Ar-Ge Alt Endeksi Verileri .....</b>	<b>135</b>
<b>Tablo 4.25.</b>	<b>VZA Modellerinde Kullanılan Değişkenler .....</b>	<b>144</b>
<b>Tablo 4.26.</b>	<b>Birinci Grup VZA Modellerinde Kullanılan Veri Seti .....</b>	<b>145</b>
<b>Tablo 4.27.</b>	<b>İkinci ve Üçüncü Grup VZA Modellerinde Kullanılan Veri Seti .....</b>	<b>146</b>
<b>Tablo 4.28.</b>	<b>Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Performans Endeksi (2015) .....</b>	<b>147</b>
<b>Tablo 4.29.</b>	<b>Analize Dahil Edilen İllerdeki TGB'lerin Performans Puanları .....</b>	<b>148</b>
<b>Tablo 4.30.</b>	<b>Dördüncü Grup VZA Modellerinde Kullanılan Veri Seti .....</b>	<b>149</b>
<b>Tablo 4.31.</b>	<b>Birinci Grup VZA Modellerinin Bulguları .....</b>	<b>151</b>
<b>Tablo 4.32.</b>	<b>İkinci Grup VZA Modellerinin Bulguları .....</b>	<b>152</b>
<b>Tablo 4.33.</b>	<b>Üçüncü Grup VZA Modellerinin Bulguları .....</b>	<b>153</b>
<b>Tablo 4.34.</b>	<b>Dördüncü Grup VZA Modellerinin Bulguları .....</b>	<b>155</b>
<b>Tablo 4.35.</b>	<b>Beşinci Grup VZA Modellerinin Bulguları .....</b>	<b>157</b>
<b>Tablo 4.36.</b>	<b>Manisa İlinin İnovasyona İlişkin GZFT Analizi .....</b>	<b>184</b>
<b>Tablo 4.37.</b>	<b>Patent ve Markalaşma Kapasitesinin Arttırılması için “Manisa İnovasyon Mavi Okyanus Modeli”: Yok Et – Azalt – Yükselt – Yarat Tablosu .....</b>	<b>189</b>

## GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 4.1.	Manisa İlinin Patent Başvuru ve Tescil Sayıları (1995 – 2016).....	105
Grafik 4.2.	Manisa İlinin Marka Başvuru ve Tescil Sayıları (1995 – 2016) .....	106
Grafik 4.3.	Manisa İlinin Faydalı Model Başvuru ve Tescil Sayıları (1995 – 2016) .....	108
Grafik 4.4.	Manisa İlinin Endüstriyel Tasarım Başvuru ve Tescil Sayıları (1995 – 2016) .....	109
Grafik 4.5.	TR33 Bölgesindeki İllerin Patent Tescil Sayıları (1995 – 2016) .....	110
Grafik 4.6.	TR33 Bölgesindeki İllerin Marka Tescil Sayıları (1995 – 2016) .....	111
Grafik 4.7.	TR33 Bölgesindeki İllerin Faydalı Model Tescil Sayıları (1995 – 2016) .....	112
Grafik 4.8.	TR33 Bölgesindeki İllerin Endüstriyel Tasarım Sayıları (1995 – 2016) .....	113
Grafik 4.9.	SEGE-2011 Üçüncü Kademe Gelişmiş İllerin (Yüz Bin Kişiyeye Düşen) Patent Sayıları (2007 – 2016) .....	117
Grafik 4.10.	SEGE-2011 Üçüncü Kademe Gelişmiş İllerin (Yüz Bin Kişiyeye Düşen) Marka Sayıları (2007 – 2016) .....	118
Grafik 4.11.	SEGE-2011 Üçüncü Kademe Gelişmiş İllerin (Yüz Bin Kişiyeye Düşen) Faydalı Model Sayıları (2007 – 2016) .....	120
Grafik 4.12.	SEGE-2011 Üçüncü Kademe Gelişmiş İllerin (Yüz Bin Kişiyeye Düşen) Endüstriyel Tasarım Sayısı (2007 – 2016) .....	121
Grafik 4.13.	SEGE-2011 İkinci Kademe Gelişmiş İller ile Manisa'nın Patent Tescil Sayıları (2007 – 2016) .....	123
Grafik 4.14.	SEGE-2011 İkinci Kademe Gelişmiş İller ile Manisa'nın Marka Tescil Sayıları (2007 – 2016) .....	124
Grafik 4.15.	SEGE-2011 İkinci Kademe Gelişmiş İller ile Manisa'nın Faydalı Model Tescil Sayıları (2007 – 2016) .....	126
Grafik 4.16.	SEGE-2011 İkinci Kademe Gelişmiş İller ile Manisa'nın Endüstriyel Tasarım Tescil Sayıları (2007 – 2016) .....	127
Grafik 4.17.	EGEV Rekabet Endeksi ve Ar-Ge Alt Endeksi İller Sıralaması .....	135
Grafik 4.18.	Teknik ve Tahsis Etkinliği .....	137
Grafik 4.19.	Anketi Cevaplayanların İşletme İçindeki Pozisyonu .....	168
Grafik 4.20.	İşletmelerin Faaliyet Alanı .....	168
Grafik 4.21.	Üretim İşletmelerinin Faaliyette Bulunduğu Sektörler .....	169
Grafik 4.22.	İşletmelerin Hukuki Yapısı .....	169
Grafik 4.23.	İşletmelerin Yaşı .....	170
Grafik 4.24.	Çalışan Sayısı .....	170
Grafik 4.25.	İşletmelerin Pazarları .....	171
Grafik 4.26.	Ürün İnovasyonu Yapan – Yapmayan İşletmeler .....	171
Grafik 4.27.	Süreç İnovasyonu Yapan – Yapmayan İşletmeler .....	172
Grafik 4.28.	Organizasyonel İnovasyon Yapan – Yapmayan İşletmeler .....	172
Grafik 4.29.	Pazarlama İnovasyonu Yapan – Yapmayan İşletmeler .....	173
Grafik 4.30.	Patent Başvurusu Yapan – Yapmayan İşletmeler .....	173
Grafik 4.31.	Tescilli Patentli Olan – Olmayan İşletmeler .....	174
Grafik 4.32.	Faydalı Model Başvurusu Yapan – Yapmayan İşletmeler .....	174

<b>Grafik 4.33.</b>	<b>Tescilli Faydalı Modeli Olan – Olmayan İşletmeler .....</b>	<b>175</b>
<b>Grafik 4.34.</b>	<b>Marka Başvurusu Yapan – Yapmayan İşletmeler .....</b>	<b>175</b>
<b>Grafik 4.35.</b>	<b>Tescilli Markası Olan – Olmayan İşletmeler .....</b>	<b>176</b>
<b>Grafik 4.36.</b>	<b>Tasarım Başvurusu Yapan – Yapmayan İşletmeler .....</b>	<b>176</b>
<b>Grafik 4.37.</b>	<b>Tescilli Tasarımı Olan – Olmayan İşletmeler .....</b>	<b>177</b>
<b>Grafik 4.38.</b>	<b>Tescilli Uluslararası Patenti Olan – Olmayan İşletmeler .....</b>	<b>177</b>
<b>Grafik 4.39.</b>	<b>İşletmelerdeki Ar-Ge Faaliyetleri .....</b>	<b>178</b>
<b>Grafik 4.40.</b>	<b>İşletmelerin Ar-Ge ve İnovasyon Harcamaları .....</b>	<b>178</b>
<b>Grafik 4.41.</b>	<b>Ar-Ge ve İnovasyon Faaliyetlerinde Üniversite ile Faaliyetlerin Durumu .....</b>	<b>179</b>
<b>Grafik 4.42.</b>	<b>İşletmelerin Sektördeki Yenilik ve Gelişmeleri Takip Etme Şekilleri</b>	<b>179</b>
<b>Grafik 4.43.</b>	<b>İşletmelerdeki Ar-Ge ve İnovasyonun Finans Kaynakları .....</b>	<b>180</b>
<b>Grafik 4.44.</b>	<b>İşletmelerin Ar-Ge ve İnovasyon Desteklerinden Faydalanma Durumu .....</b>	<b>181</b>
<b>Grafik 4.45.</b>	<b>İşletmelerin İnovasyon Faaliyetleri ile İlgili Karşılaştıkları Sorunlar.</b>	<b>181</b>

## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 2.1.</b>	<b>Patentin Ortaya Çıkış Süreci .....</b>	<b>22</b>
<b>Şekil 2.2.</b>	<b>Ulusal Patent Belgesi Alma Aşamaları .....</b>	<b>36</b>
<b>Şekil 2.3.</b>	<b>Uluslararası Patent Belgesi Alma Süreci (PCT) .....</b>	<b>38</b>
<b>Şekil 2.4.</b>	<b>Ar-Ge ve İnovasyonun Ulusal Kalkınmadaki Önemi .....</b>	<b>59</b>
<b>Şekil 3.1.</b>	<b>Marka Kişiliği Çerçevesi .....</b>	<b>64</b>
<b>Şekil 3.2.</b>	<b>Keller Marka Değer Modeli .....</b>	<b>72</b>
<b>Şekil 3.3.</b>	<b>Marka Tescil Süreci .....</b>	<b>78</b>
<b>Şekil 4.1.</b>	<b>GZFT Analizi Genel Yapısı .....</b>	<b>182</b>

## RESİMLER LİSTESİ

<b>Resim 4.1.</b>	<b>Köfteci Ramiz'in Kuruluş Yılları .....</b>	<b>158</b>
<b>Resim 4.2.</b>	<b>Ramiz Markasının Çeşitli Tescilleri .....</b>	<b>162</b>
<b>Resim 4.3.</b>	<b>Kavak Yelleri Dizisi Köfteci Ramiz Temalı Restoran .....</b>	<b>164</b>
<b>Resim 4.4.</b>	<b>Köfteci Ramiz – Akhisar Vurgulu Logo .....</b>	<b>165</b>
<b>Resim 4.5.</b>	<b>Proje Kapsamında Verilen Patent ve Markalaşma Eğitimi .....</b>	<b>166</b>