

# Re-Think

Dijital Oyun e-Çalıştayı  
Sonuç Raporu

2021



**Düzenleyen Kurum:** Bilişim Vadisi  
**Genel Müdür:** Ahmet Serdar İBRAHİMCİOĞLU  
**Moderasyon:** Prof. Dr. Halit KESKİN

**Raportörler:**

Tuba Öztepe, Ali Şenlikçi, Emre Yusuf Polat, Selin Uzuner Güneş, Kaan Haşimoğlu, Sümeyye Çiftçi, Rabia Ergin, Gizem Nazlı, Muhammet Mollamehmetoğlu, Ahmet Atar, Asude Reyhan Özdemir, Muhammet Tarık Çöpoğlu, Yakup Hasan Küçük

**Katılımcılar:** Bu çalıştay çevrim içi platform üzerinden yapılmış ve tüm katılımcılar fiziken buluşmadan gerçekleştirilmiştir.

**Ulaş Karademir**-Unity Technologies  
**İsa Doğmuş**-Netco Prodüksiyon Animasyon  
**Arzu Kupsar**-Argemon Project&Consultancy-Eğitmen  
**Servet Yazıcı**-Bursa Bilişim ve Yönetişim Derneği  
**İbrahim Ergül**-ODTÜ Teknokent- ATOM  
**Şeyhmus Ölker**-Aggrandize  
**Alen Taşçıoğlu**-Getronagan High School – IT Specialist  
**Büşra Bektaş**-Trifles Games  
**Anıl Kırıl**-Coconut Game  
**Kübra Gündoğan**-Crescive Games  
**İbrahim Coşkuner**-Düşyeri  
**Ozan Can Şişman**-Adjust  
**Kaan Kırkoyun**- Üretken Akademi  
**Emre Çelik**- Crescive Games  
**Enes Tayfur**- TDizayn  
**Serdar Baştuğ**- Araştırmacı  
**Veysi İşler**- Hasan Kalyoncu Üniversitesi Öğretim Üyesi  
**Meriç Eryürek**- Vardiya Ajansı Başkanı  
**Ahmet Celalettin Topraklı**- Wabi Yazılım Oyun Geliştiricisi  
**Baran Menteş**- Zindhu Operasyon Yönetici Ortağı ve Pazarlama Direktörü  
**Temel Kırıcı**- Kariyer Games Kurucusu  
**Zeynep Adıman**- İstanbul Kültür Ünivesitesi E- Ticaret ve Pazarlama Bölümü Öğrencisi  
**Mehmet Kaya**- METT Medya Kurucusu  
**Nalan Obuz**- Öğretmen  
**Gizem Coşkuner**- Dijitalmedya- GSB

**Sertaç Ozan Yedekçi**- Wabi Yazılım Kurucusu  
**İnci Bayramoğlu**- Funika Games – İş Geliştirme  
**Sinan Akkol**- Fiber Games  
**Süleyman Dağlı**- MEB  
**Yasin Nuri Çakır**- 17 Eylül Üniversitesi  
**Mehmet Kerem Ceylan**- Borh Games  
**Talha Karataş**- Digiage Direktörü  
**Ercan Altuğ Yılmaz**- GAMEFED  
**Rıdvan Durgut**- Kumbara Bilgi Teknolojileri  
**Sunal Orhon**- Banba Games  
**Tansu Kendirli**- OYUNDER  
**Vahit Fatih Küçükiba**- Türk Telekom  
**Atakan Cankorur**- Arvis Games  
**Can Kaşıkçı**- Longhorn Games  
**Okan Özbay**- Dijital Medya Prodüksiyon  
**Osman Cihan Ateş**- Emc Test ve Kontrol Hizmetleri A.Ş  
**Serhat Koç**- Koç & Koç Hukuk Bürosu  
**Ahmet Çetinli**- Tiplay Studio  
**Volkan Özen**- Cratoonz Oyun Yazılım ve Pazarlama  
**Murat Doğan**- Kolektif Kariyer Merkezi  
**Adnan Sondaş**- Kocaeli Üniversitesi Öğr. Üyesi  
**Aras Aydoğan**- Kocaeli Üniversitesi Öğr. Üyesi  
**Nihal Coşkun**- Yeditepe Üniversitesi  
**Arif Akça**- Double Negative  
**Sercan Muhlacı**- ÜNOG  
**Burak Tokgöz**- Bilge Adam  
**Birce Yılmaz Karasu**-Noho Games  
**Emre Çelik**- Crescive Games Oyun Yazılım ve Pazarlama A.Ş  
**Semih Çağatay**- TRT  
**Abdullah Taha Müslümanoğlu**- Bağımsız Dijital Pazarlamacı  
**Zehra Büşra Tozkoparan**- Dijital Medya  
**Sabrina Günay**- Aile Bakanlığı  
**Devrim Hatırnaz**- Hatırnaz Yazılım  
**Yusuf Bilal Uğur**- Kolektif Kariyer Merkezi  
**Güven Çatak**- Bahçeşehir Üniversitesi Öğretim Görevlisi  
**Can Oral**- Culltic Games  
**Çetin Solhan**- Happy Crab  
**Seyfettin Deveci**- Happy Crab  
**Cankat Tigin Öztemiz**- Gamegine  
**Zeynep Açıkbaş Kılıç**- Vacuum Games  
**Burak Yılmaz**-WePlay Ventures  
**Volkan Sevinç**- Panteon  
**Anıl Güleroğlu**- Bilge Adam  
**Türker Karahan**- Udo Games  
**Şule Türkmen**- Boğaziçi Ventures  
**Furkan Emre Çengel**- Customer Sales Representative



## İçindekiler:

- e- Çalıştay Hakkında
- Giriş
- Birinci Oturum
- İkinci Oturum
- Üçüncü Oturum
- Sonuç ve Değerlendirmeler



## E- ÇALIŞTAY HAKKINDA...

Dijital teknolojilerdeki hızlı gelişmelerle birlikte Türk Oyun Sektörü de inanılmaz bir ivme kazanarak büyümeye devam etmektedir. Yatırımlar ve sektöre her geçen gün dahil olan girişimciler güçlenerek uluslararası piyasalarda payımızı artırma çabasıdadır.

Bilişim Vadisi olarak biz de tüm paydaşlarla bu çabaya gereken desteği vermek amacıyla Dijital Oyun sektörünün temsilcileriyle üç ayrı oturumda; İnsan Kaynağı, Yatırım Süreçleri ve Ticarileşme ve Pazarlama olmak üzere üç odak noktasına yoğunlaşarak kapsamlı bir e-Çalıştay gerçekleştirdik.

Yetenekli ve yetkin insan kaynağımızı artırarak, yatırım ve oyunların ticarileştirilmesine gereken destekleri sağlayarak ve güçlü bir pazarlama ağı oluşturarak sektörde gereken katalizör etkiyi yaratabilmek hedefiyle, Çalıştay sonuçlarının sektöre yol gösterici ve destekleyici olmasını dileriz.

**Ahmet Serdar İBRAHİMCİOĞLU**  
Genel Müdür

## Giriş

### Amaç ve Kapsam

Dijital Oyun sektöründe, 2020'de tüm dünyayı sarsan pandemi süreciyle birlikte benzeri görülmemiş bir büyüme yaşanmıştır; 2021'de de bu trend artarak devam etmektedir. Pandemi nedeniyle evde kalma süresi uzadıkça, insanların oyun oynama süreleri de artmış ve anlık kullanıcı sayısı birçok oyun platformunda tüm zamanların rekoru kırılmıştır.

2020 yılının ilk üç çeyreğinde oyun alanında Peak Games ve Rollic Games'in Amerikalı Zynga tarafından 1.8 milyar dolar ve 168 milyon dolar ile satın alınması ve Peak Games'in Türkiye'nin ilk "unicorn"u olmasının ardından sektörde yatırımlar hızla artmıştır. Türkiye Oyun Sektörü Raporu'na göre; 2020'nin ilk çeyreğinde start-up'lar toplam 19 milyon dolarlık yatırım alırken bu miktar üçüncü çeyrekte 45.8 milyon dolara yükselmiştir; oyun sektöründeki hisse satış işlemlerinin hacmi 2 milyar dolar düzeylerine çıkarak oyun en fazla yatırım

alan sektör olarak birinci sırada konumlanmıştır.

## **Türkiye Oyun Sektörü Raporu'na göre; 2020'nin ilk çeyreğinde start-up'lar toplam 19 milyon dolarlık yatırım alırken bu miktar üçüncü çeyreğinde 45.8 milyon dolara yükselmiştir**

Türkiye'de nüfusun 83.4 milyon düzeyinde olduğu, 36 milyonu aşkın mobil oyuncu bulunduğu ve yaklaşık 880 milyon dolar oyuncu hasılatı gerçekleştiği dikkate alındığında; Türkiye pazarı ve kişi başına oyun harcamalarının önümüzdeki 5 yıllık süreçte hızla büyümeye devam edeceği düşünülmektedir. 2020 yılı itibarıyla dünyada 2.7 milyar olan mobil oyuncu sayısının 2023'de 3 milyar olması beklendiği de göz önünde bulunduruldu-

ğunda; Türk oyun sektörüne ihtiyaç duyulan desteğin verilmesi gerekmektedir.

Bu çerçevede, Bilişim Vadisi, giderek devleşen Dijital Oyun Sektöründe durum tespiti yaparak sektörde yaşanan sorunların çözümü için devlet, özel sektör ve üniversiteler düzeyinde alınması gereken aksiyonların net bir şekilde ortaya konulması amacıyla oldukça geniş katılımlı ilk Dijital Oyun e-Çalıştayı'nı gerçekleştirmiştir.

### Yöntem

Çalıştay pandemi süreci nedeniyle çevrimiçi e-çalıştay olarak düzenlenmiştir. Bilişim Vadisi Genel Müdürü Ahmet Serdar İbrahimcioğlu tarafından yapılan açılış konuşmasının ardından çalıştayın Moderatörlüğünü üstlenen Yıldız Teknik Üniversitesi İİBF Dekanı Prof. Dr. Halit Keskin tarafından oluşturulan 8 masada 80 katılımcı üç ana odakta gerçekleştirilen üç ayrı oturumda konular değerlendirilmiştir.

Global bazda video oyun endüstrisinin 2023 yılına kadar 200 Milyar \$ değerinde olacağı tahmin ediliyor...



**ODAK >>> İnsan Kaynağı, Yatırım Süreçleri ve Ticarileşme, Pazarlama**

# OTURUMLAR

## BİRİNCİ OTURUM (İnsan Kaynağı)

- Oyun sektöründe yetiştirilen insan kaynağı ile sektörün ihtiyacı örtüşüyor mu? Süreci iyileştirmek için neler yapılmasını önerirsiniz? (Eğitim-Sektör ilişkisi)
- Devletin oyun sektörü ile ilgili politikaları incelendiğinde insan kaynağı yetiştirme, projelerde çalışan personelin vergiler açısından desteklenmesi gibi konulardaki desteklerini yeterli görüyor musunuz? Önerileriniz nelerdir?

## İKİNCİ OTURUM

### (Yatırım Süreçleri ve Ticarileşme)

- Oyun firmaları kurulum aşamasında ne gibi zorluklar ile karşılaşılıyor, bu kapsamda ihtiyaçları nelerdir?
- Oyun firmaları (casual/mid-core) üretim sürecinde ne gibi zorluklar ile karşılaşılıyor, ne gibi ihtiyaçları oluyor? Nasıl güvenli bir ekonomik döngü oluşturulabilir? (Hyper-casual stüdyolarının Yayıncı firmalar tarafından çeşitli şekillerde "güvence" altına alınması gibi)
- Devletin oyun firmaları için verdiği vergisel destekler incelendiğinde, söz konusu destekler yeterli midir? Vergilendirme usulüne ilişkin beklentiler nelerdir?

## ÜÇÜNCÜ OTURUM

### (Pazarlama)

- Dijital oyun pazarında segmentasyon nasıl yapılmaktadır? Bu segmentlere göre ürün geliştirme ve çeşitlendirme nasıl yapılmalıdır?
- Dijital oyun sektöründe değer zincirindeki aktörler (paydaşlar) kimlerdir? Paydaşlar kendi aralarındaki dengeyi nasıl kurmalıdır? (Geliştirici – Yayıncı – Yatırımcı)
- Dijital oyun geliştiren sektör paydaşları (devlet, özel ve kamu şirketleri, üniversiteler vb.) sürdürülebilir ekonomik bir gelişim ve üretkenlik için nasıl katkıda bulunmalıdır? • DIGIAGE' in bu kapsamda gerçekleştirmesi gereken faaliyetleri neler olmalıdır?





## BİRİNCİ OTURUM (İnsan Kaynağı)

- Oyun sektöründe yetiştirilen insan kaynağı ile sektörün ihtiyacı örtüşüyor mu? Süreci iyileştirmek için neler yapılmasını önerirsiniz? (Eğitim-Sektör ilişkisi)
  - Devletin oyun sektörü ile ilgili politikaları incelendiğinde insan kaynağı yetiştirme, projelerde çalışan personelin vergiler açısından desteklenmesi gibi konulardaki desteklerini yeterli görüyor musunuz? Önerileriniz nelerdir?
- Tespit Edilen Sorunlar ve Çözüm Önerileri...

### Tespit Edilen Sorunlar...

#### (1) İnsan kaynağı yetkinlikleri:

İnsan kaynağı sektörde en önemli parametrelerden biridir. Farklı disiplinlerden oluşan bir ekip istihdam etmek gerekmektedir. Yetişmiş insan kaynağı ile sektörün ihtiyacı tam olarak örtüşmemektedir; gelişen bir sektör olduğu için yakın gelecekte sorun yaşamamak için şimdiden gereken aksiyonların alınması gerekmektedir. Genel görüş oyun dünyasına ait her türlü görsel-işitsel medyayı üreten görsel tasarımcı konusunda sıkıntılar yaşandığı yönündedir. Yazılım alanında da tecrübeli oyun spesifik yetişmiş insan gücüne ihtiyaç duyulmaktadır.

### Oyun Sektöründe İstihdam Yapısı

- Oyun Yapımcısı

- Oyun Yazılımcısı
- Oyun Tasarımcısı
- Kalite Kontrol/Playtester
- 2D & 3D Oyun Sanatçıları
- Animatör ve Rigger
- Konsept Tasarımcı
- Ürün Yöneticisi
- Görsel Efekt Uzmanı
- Müzik & Ses Efekt Uzmanı
- Pazarlama/Veri Uzmanı
- PR Uzmanı
- Back-End Geliştirici
- Web Geliştirici
- Oyun Motoru Geliştiricisi

**Genel görüş oyun dünyasına ait her türlü görsel-işitsel medyayı üreten görsel tasarımcı konusunda sıkıntılar yaşandığı yönündedir.**

### Çözüm Önerileri

Sektörün İnsan Kaynağı ihtiyacı: Oyun sektörü ihtiyaçlarını net olarak belirlemeli, yazılımcı ve tasarımcı gibi hangi alanlarda yetişmiş insan kaynağına ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymalıdır. Devlet (MEB) ilkokuldan başlayarak çocukların hayal gücü ve yaratıcılıklarını açığa çıkaracak müfredatı kodlama, tasarım ve animasyon dersleriyle desteklemelidir.

### OYUN SEKTÖRÜ NE yapmalı?

- Özel sektörde oyun üre-

timi yapan şirketlerin ve sektörde yer alan paydaşların insan kaynağı eğitim süreçlerine katkı sağlanması gerekmektedir.

- Özel sektör ihtiyaçlarını net olarak belirlemeli; geliştirici ve tasarımcı gibi hangi alanlarda yetişmiş insan kaynağına ihtiyaç duyulduğu ortaya konulmalıdır. İnsan kaynağı stratejisi bu ihtiyaç analizinden sonra şekillendirilmelidir.

### DEVLET NE yapmalı?

• İlgiyi artırmak için sosyal sorumluluk projelerinin artırılması gerektiği; özellikle, iş-kur destekli projelerin ve iş-kur onaylı programların artması oyun alanında nitelikli çalışanların yetiştirilmesine katkı sağlayacaktır.

- Oyun sektöründe mentörlük ve faaliyet gösterecek kurum-kuruluşların sayısının artırılması gereklidir. Hem eğitimin ve hem de eğitimi veren kurumların kalitesinin artırılması ve bu kurumların desteklenmesi gerekmektedir. Başarı hikayeleri genelde şirketlerin kendi çabalarıyla bir noktaya gelmektedir. Devlet, başarıyı artırmak için oyun sektörünü farklı enstrümanlarla desteklemelidir.

### DEVLET NE yapmalı?

- Oyun sektörüne insan kaynağı yetiştirebilmek için MEB ya da MEB destekli kurumlar tarafından; üniversite öncesindeki eğitim

sürecinde çocukların yaratıcı yönleri beslenmelidir.

- Potansiyeli olan çocukları ortaya çıkarıp, gelecek için amatör seviyeden profesyonel seviyeye yol alabilmeleri ve sektöre kazandırılmaları için spesifik eğitim programları geliştirilmesi gerekmektedir.
- İlkokuldan başlayarak öğretmenlerin yardımıyla bilinç oluşturulmalı; Devlet (MEB), ilkokuldan başlayarak çocukların hayal gücü ve yaratıcılıklarını açığa çıkaracak müfredatı; kodlama, tasarım ve animasyon dersleriyle desteklemelidir.
- Meslek Liseleri ve Meslek Yüksek Okullarıyla süreç devam ettirilmelidir. Ayrıca, oyun atölyeleri kurularak örgün eğitime destek verilmelidir.

#### ÜNİVERSİTELER NE yapmalı?

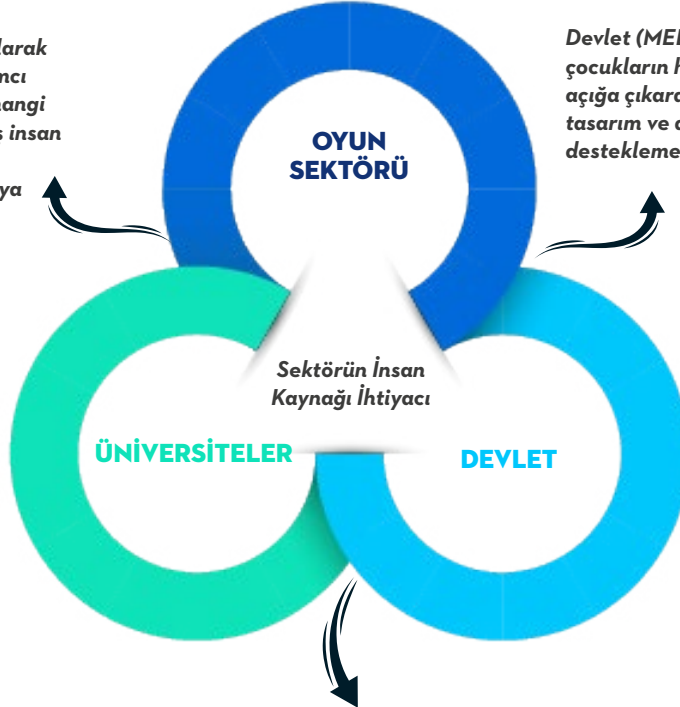
- Devlet-Özel Sektör-Üniversite bir ara-

ya gelerek oyun için en doğru eğitim müfredatı oluşturması gereklidir. Oyun sektörü içinde birçok farklı disiplini barındırdığı için ilgili tüm ana dalların katılımcı olması zorunluluk arz etmektedir.

- Türkiye’de, Mimarlık Fakültelerinin Tasarım Bölümleri, Güzel Sanatlar Grafik Tasarım ve az sayıdaki “Dijital Oyun Tasarımı” ana dalının ve oyunla ilişkili tüm ana dalların farklı üniversitelerde lisans ve yüksek lisans düzeyinde sayısının artırılması gereklidir.

**Oyun sektörü içinde birçok farklı disiplini barındırdığı için ilgili tüm ana dalların katılımcı olması zorunluluk arz etmektedir.**

*Oyun sektörü ihtiyaçlarını net olarak belirlemeli; yazılımcı ve tasarımcı gibi hangi alanlarda yetişmiş insan kaynağına ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymalıdır.*



*Devlet (MEB), ilkokuldan başlayarak çocukların hayal gücü ve yaratıcılıklarını açığa çıkaracak müfredatı kodlama, tasarım ve animasyon dersleriyle desteklemeli.*

*Üniversiteler doğru müfredat oluşturmalı, dijital oyun bölümleri lisans ve ön lisans düzeyinde ve sayıları artırılmalıdır.*



## Oyun Sektörü-Özel Üniversiteler-Devlet Üniversiteleri

Okullarda alınan teorik eğitim (coop ve benzeri iş birlikleriyle) özel sektör şirketlerinde uygulamayla (uzun soluklu stajlarla) birleştirilmeli ve böylece; yeteneklerin yetkinliğe dönüştürülmesi sağlanmalıdır.

• Eğitimlerde, Türkçe kaynakların yetersiz olması ve öğrencilerin/sektör çalışanlarının İngilizce bilgisinin yetersiz olmasından dolayı yaşanan sıkıntıların giderilmesi için hızlı ve profesyonel düzeyde Türkçe kaynak üretilmesi gereklidir.

• Çalışanların İngilizce eksikliğinin okullarda kapatılması sağlanmalıdır; İngilizce bilen çalışan sayısının artırılması sektör için çok temel gerekliliklerden biridir. Çok hızlı gelişen yeniliklerin ve sektör dinamiklerinin, yabancı platformların takibi için İngilizce eğitim veren bölümlerin açılması önemlidir.

• Ayrıca, üniversitelerin, yüksek okul ve meslek okulları ile birlikte projeler yürütülmesi ve iş birliği yapılması ve Oyun Merkezleri kurulması öncelikli konular arasındadır.



Türkiye’de oyun geliştirmek için hayal gücü ve yaratıcılık konusunda genel tabloyu iyileştirmeye ihtiyaç vardır. Bu nedenle:

farkındalık yaratılmasına, hayal gücünü ve yaratıcılığını artırmaya yönelik metodolojik çalışmalar yürütülmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Oyunlaştırma ile oyunun yakınlaşması gerekliliği, simülasyonların ve eğitsel oyun alanının da kapsama girmesi gerekmekte, üniversite seviyesinde masaüstü oyun geliştirme konusunda farkındalık yaratılması sağlanmalıdır.

### Tespit Edilen Sorunlar...

### (2) Destekler:

Destekler sektördeki diğer önemli parametredir. Oyun ekiplerinin oluşturulmasından şirketleşmeye ve sonrasında kurumsallaşma- büyüme stratejileri ve global bazda faaliyet gösterilmesine kadar uzanan yolda oyun sektörünün hem özel hem de devlet teşvik ve destek mekanizmalarına ihtiyacı bulunmaktadır.

### Oyun Sektörüne verilen destekler

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, uzun süredir oyun geliştirme sektörüne destek sağlamaktadır.

TÜBİTAK Teknoloji ve Yenilik Destek Programları Başkanlığı ile KOSGEB destekleri, sektörün gelişiminde kullanılmaktadır.

Bakanlık, bağlı ve ilgili kuruluşlarla oyun sektöründeki start-up'lara yönelik son 10 yılda 426,7 milyon lira destekte bulunmuştur.

Bu kapsamda, Ar-Ge desteği olarak 92 start-up'a 292 milyon lira vergi ve SGK desteği sağlanırken, TÜBİTAK kanalıyla 77 start-up'a 76 milyon lira, 8 üniversiteye 3,5 milyon lira katkı verilmiştir.

Kalkınma ajansları 5 proje için 17 milyon lira, KOSGEB de 67 KOBİ'ye 1,2 milyon lira destekte bulunmuştur. Rekabetçi Sektörler Programı kapsamında ise bir projeye 37 milyon lira katkı sağlanmıştır.

### Oyun Sektörüne verilen destekler

<https://ticaret.gov.tr/hizmet-ticareti/doviz-kazandirici-hizmet-ticareti/destek-mevzuati-icerik/genel-destek-mevzuati/uee-genelgesi-dys/bilgisayar-oyunu-mobil-uygulama-gelistirme-destegi>

<https://kolaydestek.gov.tr/Destekler/25/89>

Devlet desteklerinin Teknokentlerle sınırlı olduğu, ancak hem pandemi hem de oyun geliştirme işinde mekân bağımsız çalışma imkanının sağlanması tüm Türkiye çapındaki genç ve yaratıcı beyinlerin istihdamı için çok olumlu bir etki yaratacağı önemle vurgulanmıştır. Vergi desteklerinin kullanılabilmesi için şirket çalışanlarının

### Çözüm

#### Önerileri...

• Çalıştay Katılımcıları tarafından, devletin oyun endüstrisine sağladığı desteklerin, pek çok ülkeye kıyasla iyi seviyede olduğu belirtilmiştir. Bununla birlikte süreçte uygulanan yoğun bürokrasiyi yönetmenin işleri zorlaştırıp karmaşık hale getirebildiği de eklenmiştir.

**“Rekabetçi Sektörler Programı kapsamında ise bir projeye 37 milyon lira katkı sağlanmıştır.”**

belirli bir mesaiyi doldurma zorunluluğunun olması yalnızca aynı şehirdeki insan kaynağından zorunluluğu getirdiği; bu açıdan teşvik kapsamı ve şeklinin değiştirilmesinin gereklilik arz ettiği belirtilmiştir. Ayrıca, serbest (freelance) çalışan kişiler için de uluslararası ödeme platformlarının açılması gerekliliği vurgulanmıştır.

• Devletin, Sinema ve Film Sektörlerini desteklemek için kurmuş olduğu özel müdürlükler gibi birimlerin Dijital Oyun Sektörü için de kurulmasının faydalı olacağı belirtilmiştir.

• Vergi avantajlarından dolayı yabancı yayıncılarla çalışan şirketler dikkate alındığında; yabancı yayıncılar ile çalışanlara tanınan hakların yerli yayıncılara da tanınması gerektiği ifade edilmiştir. Makine-teçhizat noktasında

Oyunun çok dinamik bir sektör olduğu; hızın öncelikli bir konu olduğu ve altı aylık bir süreçte ürünün ortaya çıkarılıp satış noktasına ulaştırılabildiği belirtilmiştir. Bu nedenle destek sürecinin hızlandırılması gerektiği vurgulanmıştır. Teşviklerin çok çeşitli olduğu fakat mekanizmaların kısa ve anlaşılabilir, sonuç odaklı ve net olması talep edilmektedir. Bu durumun, özellikle start-up'ların özel ve yabancı destek mekanizmalarına kaymalarına sebep olabildiği ifade edilmiştir. Almanya, Kanada ve Estonya'da uygulanan modellerin örnek olarak incelenmesi önerilmiştir.

desteklerin yeterli olmadığı; dijital varlıkların alınması ve dijital ürünlerin vergilendirilmesi ve faturalandırılması konularında sorunlar ve uyumsuzlukların ortaya çıkabildiği belirtilmiştir.

Bazı katılımcılar, devletin oyun geliştiricilere yapacağı doğrudan destek yerine desteği Bilişim Vadisi Digiage gibi Merkezlere vermesi ve her ilde bir oyun kulüvçası kurulmasının teşviklerin etkinliğini artırması açısından önemli bulunmuştur. Ancak, genç girişimcileri ve küçük yatırımcıları destekleyen modellerin de oluşturulması genç enerjinin sektörde sağlayacağı katkıyı göz ardı etmemek adına desteklenmesi ve sürece dahil edilmesi önemi de vurgulanmıştır. Küçük oyun stüdyolarına büyütme ve maddi döngü

yaratmak isteniyorsa işin başlangıcında hibeler verebilmelidir; bu stüdyolar ön kuluçka merkezi girişimcisi olarak düşünülerek (Ar-ge merkezi ve tasarım merkezi olmayan) vergi avantajlarından yararlanmaları gerektiği ifade edilmiştir. İşin doğası gereği, oyun geliştiricilerin fiziki bir alana ihtiyacı bulunmamaktadır. Teknokent ve Ar-ge merkezleri haricinde de vergi avantajları (gelir vergisi, makine- teçhizat ve personel destekleri) sağlanmasının sektörün geneli için önemli bir motivasyon ve performans artışı getireceği vurgulanmıştır.

Özetle, vergi muafiyetleri ve destekler konusunda merkezleşmiş yapıların mevcut olduğu; dağıtık hale getirilmesinin faydalı olabileceği belirtilmiştir. Üniversite ve teknoparkların merkezi olması ilgili regülasyonların yönetsel açıdan gerekli olabileceği ancak lojistik konular özelinde değerlendirildiğinde zorlayıcı olduğu belirtilmiştir. Oyun dikeyinde çalışan firmaların Teknoparkların dışında çoğu yerde dışarıda kalabildiği; bunun yerinde Ar-ge Merkezi Modeli ile Kalkınma Ajansları tarafından sürecin desteklenebileceği ve denetlenebileceği belirtilmiştir. Ayrıca, katılımcıların bir kısmı oyun sektörünün Ar-ge kapsamına alınması yerine oyun özelinde farklı bir kapsam oluşturması ve destek kategorisinin ayrıştırılmasının önem arz ettiğini belirtmişlerdir.

• Oyun üreticisi genç ekiplerin oyun konusunda devlet teşvikleri gibi konu-

lar özelinde bilgilendirilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Oyun girişimcilerinin desteklenmesi konusunda sadece kamuya bağlı kalınmaması; melek yatırımcılar, yatırım fonlarının girişimcilerin desteklenmesi konusunda kamu yükünü azaltabileceği ve Melek Yatırımcı Kanununun oyun dikeyinde genişletilebileceği vurgulanmıştır.

• Oyun Geliştirici Destek Merkezi (Game Developer Support Center) gibi bir altyapı kurulması önerilmiştir. Kamunun, oyun firmalarının oyunlaştırma çalışmalarını destekleyerek toplumsal sorunları çözmeye yönelik çalışmalar yapılabileceği belirtilmiştir.

• Oyun sektörünü destekleyecek kurumların (KOSGEB, TÜBİTAK gibi) da oyun sektörü hakkında kapsamlı ve detaylı bir şekilde bilgilendirilmesi gerektiği ifade edilmiştir.

Oyun sektörü için tüm desteklerin bir arada

sunulduğu bir merkez oluşturulmasının pratik bir çözüm olduğu dile getirilmiştir.

#### **Ayrıca;**

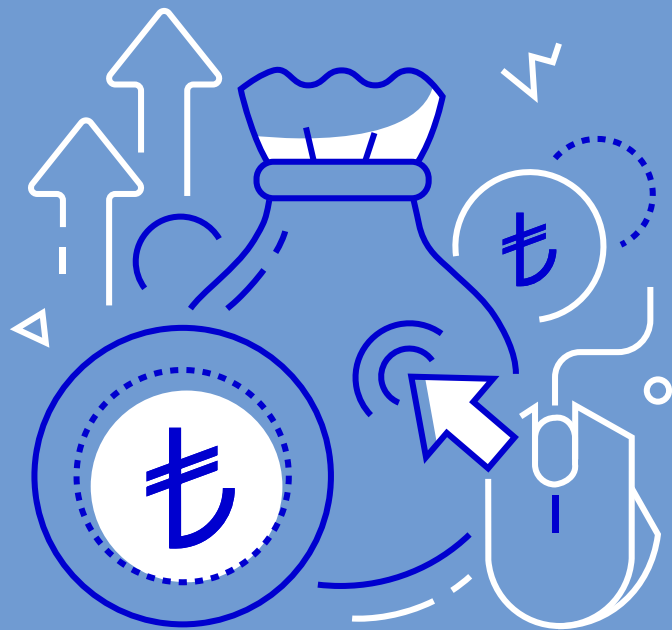
-Lisanslar konusunda zorunlu yazılımların alımında devletin destek olması; ayrıca, Unity ve Unreal programlarını lisanslama konularının üniversiteler tarafından yürütülmesi,

-Oyun sektöründe kullanılacak ürünlerin (test cihazlarının alımı gibi) vergilerinde vergi indirimleri sağlanması,

-Ürün denemesi süreçlerinde altyapı desteği (test center, test kitleri vb. sağlanması gibi),

-Oyun sektörünü bilen ve ulusal destekler konusunda uzman kişilerin sayısının artması, sektörün bu noktada bilinçlendirilmesinin sağlanması,

- Sektörün uzmanlarının katılım sağladığı büyük çaplı (katılım ve maliyet bakımından) fuar gibi organizasyonların yapılması (networking) gerektiği belirtilmiştir.



## İKİNCİ OTURUM (Yatırım Süreçleri ve Ticarileşme)

Oyun firmaları kurulum aşamasında ne gibi zorluklar ile karşılaşılıyor, bu kapsamda ihtiyaçları nelerdir?

- Oyun firmaları (casual/mid-core) üretim sürecinde ne gibi zorluklar ile karşılaşılıyor, ne gibi ihtiyaçları oluyor? Nasıl güvenli bir ekonomik döngü oluşturulabilir? (Hyper-casual stüdyolarının Yayıncı firmalar tarafından çeşitli şekillerde “güvence” altına alınması gibi)
- Devletin oyun firmaları için uyguladığı vergi destekleri incelendiğinde, söz konusu destekler yeterli midir? Vergilendirme usulüne ilişkin beklentiler nelerdir?

### Tespit Edilen Sorunlar...

Oyun firmaları kurulum aşamasında birçok sorunla karşılaşmaktadır.

Oyun şirketi nasıl kurulur?

Yatırım nasıl alınır?

Fikri var ama devamına hâkim değil...

### Çözüm Önerileri...

- Yönetim ve strateji tecrübesizliği ve en önemlisi bilgi eksikliğinin giderilmesi için Bilişim Vadisi'nin yaptığı gibi diğer Teknoparkların bilgi, farkındalık ve mentörlük yapması gerektiği belirtilmiştir.
- “Oyun Direktörleri” aracılığıyla girişimcilerin net hedefleri, odak alanlarının tespiti ve iş planlarının uygunluğu ve sürdürülebilirlik için gereklilik arz etmektedir. Oyun şirketlerinin yerleşim/mekânsal problemlerini giderebilmek için girişimcileri hızlandıran Teknokent programları sağlanmalıdır...

Bilişim Vadisi ve Teknoparklar tarafından, dijital oyun yol haritası konusunda destek oluşturabilecek platformlar kurulmalıdır.

Çalıştay Katılımcıları Türkiye’de, hypercasual oyunlara daha fazla destek verildiği; Pc oyun alanında da yatırımların arttığı belirtilmiştir.

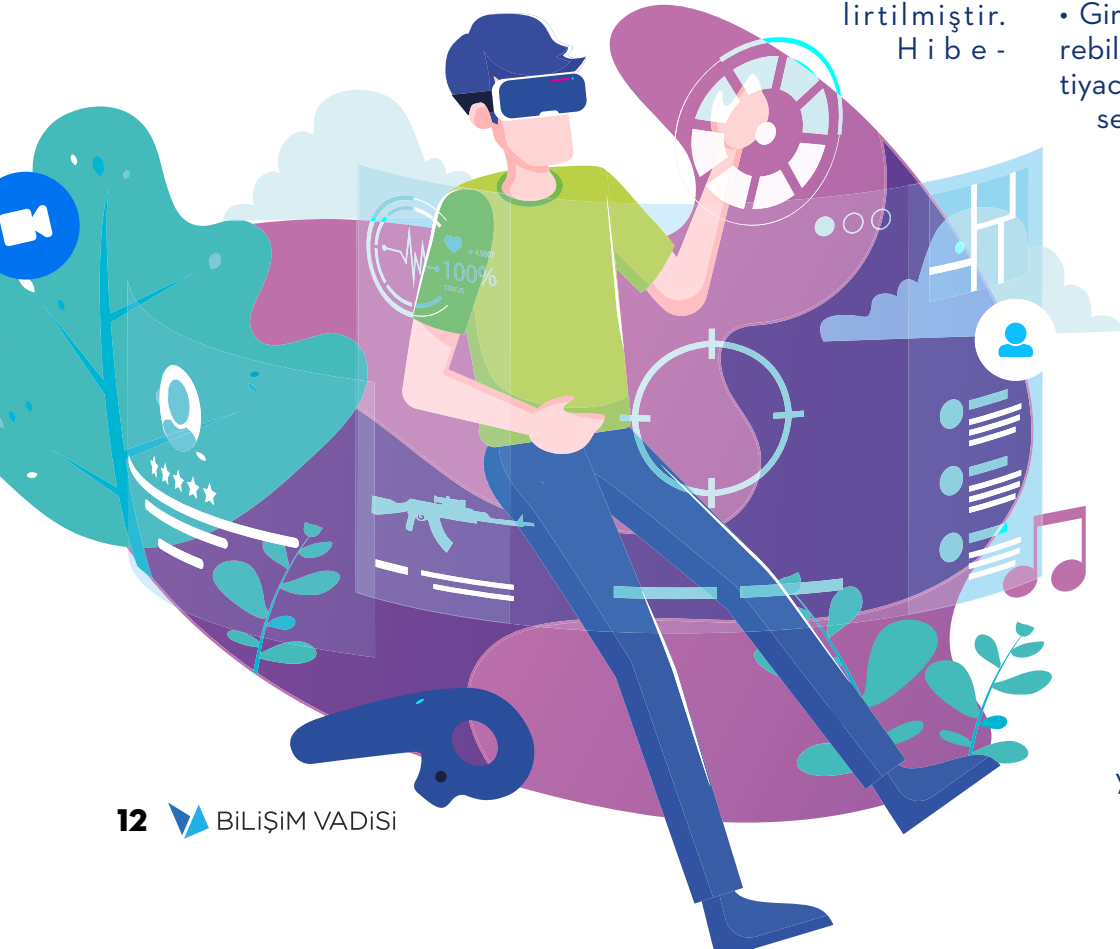
H i b e -

lerin ve desteklerin kurulum aşamasında verilmesinin önemi vurgulanarak; öz kaynak problemi yaşayan sektöre giriş yapmak isteyen genç yetenekli global bazda başarı sağlayabilecek kişiler için çok farklı mekanizmalarla destek sağlanması gerektiği ifade edilmiştir.

## Bilişim Vadisi ve Teknoparklar tarafından, dijital oyun yol haritası konusunda destek oluşturabilecek platformlar kurulmalıdır.

- Oyun girişimcileri ile yatırımcının bir araya gelmesi hususunda özellikle sözleşme süreçlerinde aracı bir kurumun olmasının öneme vurgu yapılmıştır.
- Girişimciyi doğru yönlendirebilecek bir aracı kurum ihtiyacı... Devletin, dijital oyun sektörünü “stratejik” bir sektör olarak belirlemesi, globalde önemli bir konum yakalamış olan ülkemizin birçok başarılı girişimcisine yol açmasını sağlayacağı belirtilmiştir.

• Bu durum, daha fazla oyun start-up'ının kurulmasıyla küçük şirketlerin kuruluş ve ticarileşme aşamasındaki ihtiyaçlarını yatırımcı aracılığıyla çözebilmesini ve ilk kurulum aşamasında ihtiyaç olan donanımlara yapılacak devlet desteği



ile güçlü bir yapı kurulabileceği düşünülmektedir.

### Aşılması gereken zorluklar...

Yetkin insan kaynağı bulma, çalışan ücret/maaş skalalarındaki belirsizlik ve personel giderlerinin (vergi ve sigorta) yüksekliği,

- Yatırım ağlarına erişim zorluğu,
- İthal edilen yazılım geliştirme kitlerinin gümrük vergi oranlarının yüksekliği ve gümrük prosedürlerinde yaşanan problemlerin çözülmesi.
- Oyun motorlarının gider olarak kaydedilebilmesi,
- Özellikle, girişim sermayesi,



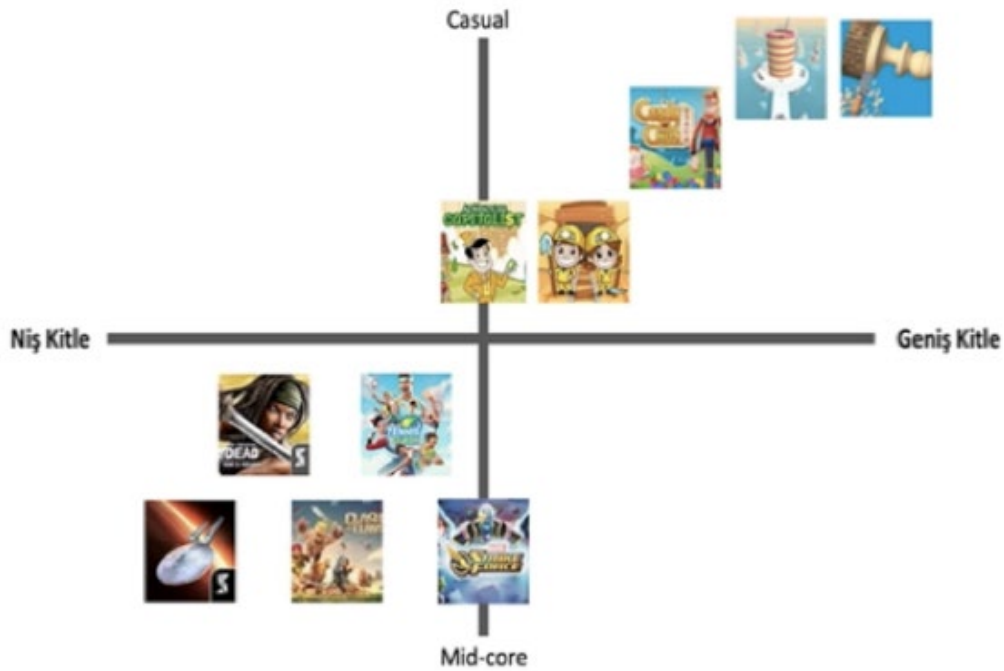
yatırım fonları ile yapılacak sözleşmelerde hukuki danışmanlık desteği

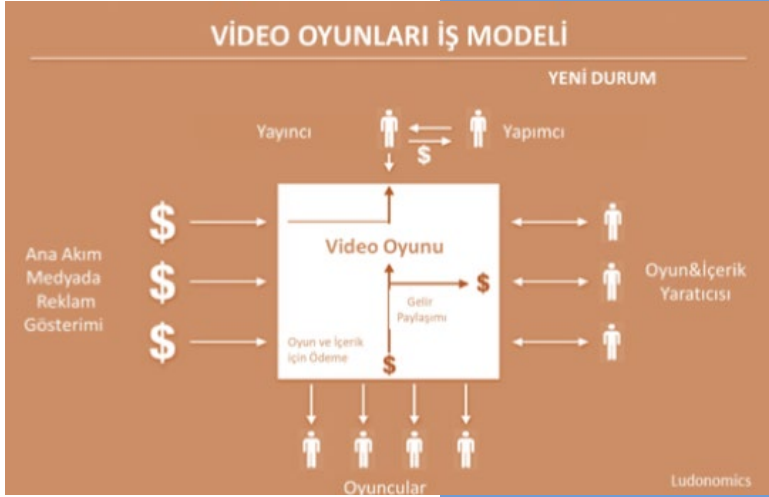
- Girişimcilerin eksikliğini hissettiği konularda eğitim verilmesi,
- Ayrıca, oyun sektörü için tüm bu prosedürlerin farklı bir başlıkta toplanarak kısaltılması ve kolaylaştırılması.

Sektörün yaş ortalamasının

çok genç olduğu dikkate alındığında şirket kurulum aşamasından başlamak üzere birçok danışmanlık hizmeti; yönetim danışmanlığı, hukuk danışmanlığı ve mali müşavirlik ihtiyacı bulunmaktadır.

### Hyper-casual? Mid-core? Nasıl güvenli bir ekonomik döngü oluşturulabilir?





“Dijital oyun stüdyolarında nasıl bir ekonomik döngü oluşturulur?” Sorusu kritik öneme sahip bir konudur. “Hangi noktada ürün ticarileştirilmeli, ne zaman yatırım alınmalı?” gibi bu soruların cevabı kritiktir; ayrıca, yatırımcılar açısından da oyuna nasıl yatırım yapılacağına bilinmesi de bir o kadar kritiktir. Katılımcılar, Teknoparkların bu noktada oyun sektörünün paydaşlarını bilinçlendirme ile ilgili faaliyetler yürütmesi gerektiği belirtilmiştir.

- Dijital oyun sektörü genel olarak hyper-casual üzerinden ilerlemektedir. Hyper-casual oyunların şirketler için riski düşük bir eğitim süreci olabileceği, sonrasında ise; casual ve bunun gibi alanlarda üretime geçişlerle şirketlerin kendilerine bir yaşam döngüsü sağlanmasının iyi yol haritası olduğu ifade edilmiştir.

- Platformdaki oyunların birbirine benzerliği arttığı zaman çözüm olarak sadece içerik geliştirme, ve animasyon kullanılmaktadır. Ülkemizde mühendislik/yazılım alanı gelişmiş olmasına karşın tasarım kısmında eksikler mevcut olduğu; özellikle hikâye ve karakter yaratma süreçlerine yoğunlaşılması gerektiği bildirilmiştir.

- Devlet desteklerinin güncel halinin hype-casual stüdyolara daha uygun olduğu; casual/mid-core oyun stüdyolarına

göre desteklerin revize edilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Yayıncılarla yapılacak anlaşmaların önemli olduğu; çünkü, fikri mülkiyet hakları alanında yapılan anlaşmaların farklılık gösterdiği belirtilerek bu konularda girişimcilere destek verilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Casual/mid-core’da prototip için yayıncıların yatırım yapmadığı da eklenmiştir.

- Yurt dışındaki yatırımcıların Türkiye’deki hyper-casual stüdyolara çok çabuk ulaştığı ve yaptıkları sözleşmelerle stüdyoları sınırlandırdıkları belirtilerek; Digiage gibi kurumların stüdyoları güvence altına alabileceği ifade edilmiştir. Hyper-casual oyunlarında prototip başına 2 bin dolar ile 6 bin dolar arasında ödemeler yapıldığı, casual/mid-core alanlarında da prototip başına ön destek alınabileceği vurgulanmıştır. Yatırımcılar bu konuda yönlendirilmesinin önemini altı çizilmiştir. Hyper-casual’un oyun alanında hızlı bir para akışı olması nedeniyle trend bir iş modeli olduğu, yatırım alan firmalar değerlendirildiğinde hyper-casual alanında kültür oluşturmuş firmaların önceliklendirilmiş olduğu görülmektedir.

- İnsan kaynağı, öz kaynak ve yatırım alanındaki yetersizliğinden kaynaklanan problemlerden dolayı gelir elde etmek için farklı

**Dijital oyun stüdyolarında nasıl bir ekonomik döngü oluşturulur? Sorusu kritik öneme sahip bir konudur.**



projelerin ele alınmasının şart olduğu; bu konunun, pc/mid-core alanında güvenli bir alan oluşturulmasına sebep olduğu belirtilmiştir. Mid-core oyunlar özelinde bir firma kültürü oluşturulması ve maliyetleri baz alındığında; büyük riskler barındırması oyun stüdyolarının mid-core oyun alanından yönünü çevirmesine neden olduğu ifade edilmiştir. Mid-core oyun özelinde; nitelikli iş gücünün ekip içerisinde yer alması gerektiği; oyun kurgusu, yönetimi, senaryosu gibi birçok farklı alanda yetkinliğe ihtiyaç duyulduğu vurgulanmıştır.

Mid-core oyun geliştirmek bir yıllık bir periyoda ihtiyaç duyabildiği ve bu nedenle, süreçte gelir elde edememek şirketler ve girişimciler için ciddi finansal sorunlara yol açabilmektedir. Yatırımcıların, dernekler ya da ilgili kuruluşlar tarafından mid-core girişimlere yönlendirilmesi gerekmektedir. Mevcut durumda yabancı yayıncılar sistemi örnek alınmaktadır. Yatırımcı buluşmalarının desteklenmesi, Kültür ve Turizm Bakanlığının da oyun ekosistemine dahil

olması gerektiği belirtilmiştir.

• Şirketlerin, mid-core yapmak istediklerinde mobilde yayıncı bulamadıkları; reklam yapılmadığı sürece mobil mecrada yapılan oyunun öne çıkmasının imkânsız olduğu belirtilerek; reklam maliyetlerinin de talep arttıkça arttığı vurgulanmıştır. Bu döngünün kırılabilmesi için yayıncı alanında çalışmalar yapılması gerektiği bildirilmiştir.

• Hyper-casual oyunlarda maliyetler düşük olduğu için başarısızlık durumunda katlanılan maliyetler düşüktür. Bu nedenle, hyper-casual dışındaki alanlara oyun stüdyolarının girişi çok zordur. Reklam maliyetlerinin taleplere bağlı olarak artması ve hyper-casual dışındaki oyunlara yayıncı bulunamaması bu tarz oyunları yapmayı güçleştirmekte ve yapılan oyunların yaşama şansı düşük olmaktadır. Mid-core oyun yapmak isteyen geliştiriciler öncelikle casual oyunlar geliştirerek kendilerine fon yaratmaktadır. Bu nedenle de mid-core oyunlar için sabırlı yatırımcı ve motivasyonu yüksek bir ekip gerektiği belirtilmiştir.

## Destekler Yeterli mi?

### Vergiler...

#### Katılımcıların yorumları:

- Dijital ekonomik dünyanın içerisinde dijital oyun sektörünün farklı konumlandırılması ve buna göre mevzuatların oluşturulması gerekmektedir. Milli Teknoloji Hamlesi özelinde bu alana odaklanılmış bir yönelim olmalıdır. Farklı ülkelerin uygulama örnekleri incelendiğinde; örneğin, İngiltere'de yatırımcıların oyun sektörüne yaptıkları yatırım ve sponsorluk vergilerinden düşürülmektedir.
- Hollanda oyun sektöründe özel vergilendirme sistemi uygulamaktadır. Hollanda ve Kanada gibi ülkelerin vergi muafiyetleri incelenmeli ve Türkiye de yürürlüğe konulmalıdır. Fiziki ortamdan bağımsız destekler verilmelidir.
- Oyun sektörünü geliştirecek yurt dışı kaynaklı araçların (profesyonel tasarım araçları) iş geliştirme amaçlı alımlarında vergilerin düşürülmesi gereklidir.

• Nintendo PS XBOX gibi oyun konsolları alımında oyun şirketleri için vergiler düzenlenebilir. Bu oyunların Developer kitleri oldukça maliyetlidir.

• Olası çifte vergilendirmeler konusunda oyun sektörünün bundan muaf tutulması gerekmektedir. Oyun sektörüne özel stopaj indirimi uygulanmalıdır.

• İhracat yapan oyun firmalarının yararlandığı vergi desteklerinden, yurt içinde satış yapan oyun firmalarının da aynı vergi desteklerinden faydalandırılması gerekmektedir.

Oyundan oluşan reklam geliri konusunda özel bir teşvik yapısı oluşturulabilir.

- Türkiye’de yapıyı kurup, fikri hakların Türkiye’de tutulması şirketin satışında değer düşmesine neden olmaktadır. Fikri haklar yurt dışında tutulmaktadır.
- Çalışanlara hisse verme süreçlerinde sorunlar yaşanmaktadır. Bu süreçlerin günçellenmesi gerekmektedir. Teknoparklar girişimcilere vergi süreçlerinde de destek olmalıdır. Uzaktan çalışma konusunda daha çözümcü olunmalıdır.
- Dijital oyun konusunda; yaratıcı ekip, geliştirici ekip ve iş ekibinin olması globalleşme için olmazsa olmaz üç kriterdir. Ülkemizde oyun yazma, proje yönetme konusundaki eksiklikler bariyer oluşturmaktadır. Yurt dışından, alanında başarılı kıdemli geliştiriciler ya da tasarımcıları ülkemize davet edip; oyun sektörüne yeni giriş yapan gençlere tecrübe ve bilgi aktarımı yapmaları sağlanmalıdır.
- Oyun sektörü özelinde yeni teknoparklar oluşturulup teşvikler oluşturulabilir. Vergi muafiyetleri oyun özelinde oluşturulabilir. Oyun firmalarının birbiri ile etkileşim kurabilmesini sağlamak adına yerinde oyun tasarım merkezleri ya da oyun özel teknoparklar çok değerli olabilir. Bu alanda bütünleşik yapı kontrol edilebilir olabilir. KOSGEB’in oyun geliştirmeyi daha çok desteklemesi gerekebilir.

#### **Katılımcıların yorumları:**

- Vergilendirmedeki bürokrasinin azaltılması önemlidir. Devletin verebileceği en büyük destekler: Hukuk, mali müşavirlik danışmanlıkları, pazarlama-reklam maliyetleri, mentörlük olarak sıralanabilir. Reklam hizmeti yine yurt dışı kaynaklı bir hizmetten satın alınıyor, yerli bir sosyal medya olmaması ve yerli reklam ağı olmaması sebebiyle reklamlar yurt dışı tabanlı yapılmaktadır. Vergi nedeniyle küçük firmalar zorlanıyor ve büyük firmalar yurt dışında faaliyet göstermeyi tercih ediyor ve orada vergi vererek çalışmalarını devam ettiriyor. Hyper-casual dikeyinde dünyanın en iyisi olduğumuz için ekipleri bu alanda destekleyecek adımlar atılmalıdır. Sabırlı bir yatırımcı, işini bilen ve maddi gücü yeterli yayıncı ve motive bir ekip gereklidir.

metten satın alınıyor, yerli bir sosyal medya olmaması ve yerli reklam ağı olmaması sebebiyle reklamlar yurt dışı tabanlı yapılmaktadır. Vergi nedeniyle küçük firmalar zorlanıyor ve büyük firmalar yurt dışında faaliyet göstermeyi tercih ediyor ve orada vergi vererek çalışmalarını devam ettiriyor. Hyper-casual dikeyinde dünyanın en iyisi olduğumuz için ekipleri bu alanda destekleyecek adımlar atılmalıdır. Sabırlı bir yatırımcı, işini bilen ve maddi gücü yeterli yayıncı ve motive bir ekip gereklidir.

• Oyun sektörü için serbest bölgeler oluşturulabilir. Devlet teşvikleri ve vergi avantajları konusunda oyun diğer sektörlerle geride kalmaktadır. Oyun sektörünün en azından diğer alanların seviyesine getirilmesi önemlidir. İhracatı teşvik kapsamında bürokratik engellerin ortadan kaldırılması gereklidir. Oyun şirketleri yazılım ihracat teşviklerinden yararlanmaktadır. Doğrudan oyun sektörüne ilişkin vergi teşvikleri yoktur. Uygulanan teşvikler teknopark ve Ar-ge destekleri kanunları çerçevesinde yürütülmektedir. Buradaki en önemli nokta teknoparkların sayılarının artırılması ve oyun üzerine uluslararası fikri mülki sınai hakların korunduğu, ihtisaslaşmış bölgeler oluşturulmasıdır.

- Türkiye’de, know-how geliştirme noktasında şirketlere devletin ve üniversitelerin destek olması gerekmektedir. Ayrıca, Türk yayıncı ile yapılan anlaşmalarda yabancı yayıncı ile yapılan anlaşmalar gibi destek ve teşviklerin sağlanması gerekmektedir.
- Devletin oyun sektörünü etkileyebilecek kararları alırken oyun alanındaki dernekleri de sürece dahil etmesi faydalı olacaktır.

### **ÜÇÜNCÜ OTURUM (Pazarlama)**

- Dijital oyun pazarında segmentasyon nasıl yapılmaktadır? Bu segmentlere göre ürün geliştirme ve çeşitlendirme nasıl yapılmalıdır?
- Dijital oyun sektöründe değer zincirindeki aktörler (paydaşlar) kimlerdir? Paydaşlar kendi aralarındaki dengeyi nasıl kurmalıdır?

dir? (Geliştirici-Yayıncı- Yatırımcı)

- Dijital oyun geliştiren sektör paydaşları (devlet, özel ve kamu şirketleri, üniversiteler vb.) sürdürülebilir ekonomik bir gelişim ve üretkenlik için nasıl katkıda bulunmalıdır?
- DIGIAGE’ in bu kapsamda gerçekleştirmesi gereken faaliyetleri neler olmalıdır?

## Segmentasyon Nasıl Yapılır?

Tüm dünyada ebeveynler güvenli oyun platformları aramaktadır. Oyunların yayıncılarının lansman yaparken oyunun güvenli ve çocukları kötü etkilemeyen, dolandırıcılığa mahal vermeyen bir oyun platformu önemli bir ihtiyaçtır.

• Türkiye'de <https://www.guvenlioyuna.org.tr/> platformu oluşturulmuştur ve PEGI'ye (Avrupa Oyun Bilgi Sistemi) üyedir. Oyunlar global segmentasyona uymalı ve buna yönelik bir bilinçlendirme olmalıdır. Bu sayede farklı segmentlerde farklı hedef kitlelerine ulaşılabilir.

• Türkiye'de Oyun Sektörü mobil merkezlidir. Oyunların segmentasyonu oyuncu kitlesi ve oyunun kullanıcı verilerini dikkate alınarak oluşturulmaktadır. Geliştirme aşamasında oyun ekibinin kendi kaynaklarına göre hareket etmesi ve doğru segmentte ürün geliştirmesi önemlidir.

**Segmentasyon;** Mobil için: Hyper-casual/casual/mid-core olarak sınıflanabilir. Pc ve konsol oyunları için farklı segmentlerden bahsedilebilir.

• Hyper-casual dışındaki segmentlerdeki üretim eksikliğini gidermek için yazılım geliştiricilerin dışında çalışanların yetişmesi gereklidir. Bazı oyunlar doğrudan tüketici odaklı olabildikleri gibi B2B şeklinde de olabilmektedir. Pazarlama ve segmentasyon konusundaki en önemli sorun veridir; strateji geliştirebilmek için veri gereklidir.

• Ancak, veriye ulaşamaması ve yerli analitik araçların olmaması nedeniyle stratejilerin deneme yanılma yolu ile geliştirilmesine ve böylece segmentasyon yapılamamasına neden olmaktadır. Türk oyun sektörü özellikle batı ülkelerinde büyük bir başarı sağlamış ve piyasaya girmiştir. Ancak, doğuda Çin, Kore, Hindistan ve genel olarak Asya'da piyasa hakimiyeti

bulunmamaktadır. Bu piyasalara açılma noktasında etkinlikler düzenlenebilirse segmentasyona da etkisi olacağı düşünülmektedir.

• Ayrıca, ürünü pazarlama noktasında oyun yapımcıları halihazırda var olan markalar üzerinden oyunlaştırma modeline gidebilirler. Türkiye'deki oyun firmalarının diğer animasyon firmaları ile iş birliği yapması faydalı bir etkileşim olacaktır. Var olan örneklerin ciddi getirileri olması bunun bir kanıtıdır. Animasyon sektörü ve oyun sektöründeki ortak çalışmalar insan kaynağı ve sektörler arası sirkülasyon sağlayabilir.

## Paydaşlar ?

### Geliştirici- Yayıncı-Yatırımcı İlişkisi

**Paydaşlar:** STK'lar, Topluluklar, Hızlandırıcılar, Kuluçka Programlar, Akademi, Geliştirici, Yayıncı, Servis Sağlayıcılar (veri, ödeme, backend vs.), Oyuncu, Aile, Platformlar, Kamu (Maliye, Ticaret, Kültür Bakanlıkları), Yatırımcılar, Fonlar, Küratörler, Alt Servis Sunucular, Tester'lar, Influencer'lar Streamer'lar, e-Spor'lar, Telefon Operatörleri, Medya (TV) şeklinde sıralanabilir.

**Paydaşlar;** üretici ekip proje ve ürün yönetimi, pazarlama yönetimi, yayıncılık aşaması ve yatırımcı olarak belirlendiğinde; birden çok rol üstlenmek gerektiği için çoğunlukla üretici ekipte ciddi iş yükü oluşturmakta ve bu verimi çok düşürmektedir. Hâlâ genel yetkinlikler üzerinden ilerlenmektedir; uzmanlaşma aşamasına henüz gelinmediği düşünülmektedir. Süreçlere vakıf olunmadığı için yatırımcılar üretici ekibe gerçeküstü talep ve koşullarla gelmektedir. Bunlara ek olarak e- spor da yeni bir oyuncu olarak karşımıza çıkmakta ve pek çok ciddi fırsatlar barındırmaktadır.

**Geliştirme aşamasında oyun ekibin kendi kaynaklarına göre hareket etmesi ve doğru segmentte ürün geliştirmesi önemlidir.**

•Geliştirici stüdyonun oyunun asıl sahibi olduğunun bilincinde ve dikkatinde olması gerekmektedir. Geliştiricilerin oyun projesinin yalnızca geliştirme değil diğer yönlerine de dikkat ederse değerli markalara dönüşme ihtimali daha yüksektir.

Yayıncı - yatırımcı - geliştirici zinciri çok karmaşık bir süreç olsa da sonucunda çok stabil ve faydalı ilişkiler kurulmuş olmaktadır. Yayıncılarla olan ilişkilerindeki zincirleri doğru kullanan firmalar yayıncılarla ve yatırımcılarla olan ilişkide özellikle yurt dışına açılma noktasında yatırımcı desteği çok önemli bir rol oynamaktadır. Dünya devlerinin üretim maliyetlerinden dolayı Türkiye oyun sektöründe merkez noktası haline getirilmiştir. Yayıncıların kattıkları değer Türkiye’de kalması sorgulanabilir fakat geliştirici stüdyoların katkıları Türkiye’de kalmaktadır. Bu değerlerin ülkemizde kalması oyun sektörü için yapılacak olan devlet düzenlemeleri ile desteklenebilir.

• Simülasyon projeleri için TÜİTAK ve KOSGEB’den destek alınmaktadır. Yapılan projelerden patent ve önemli çıktılar elde edildiği için yatırımcılara bu hususlar doğru bir şekilde aktarılabilirdiğinde yatırım alma imkanı doğmaktadır. Oyunlar geliştirilmeden önce oculus ve konsol firmalarına prototip gönderilmektedir ve gelen yanıtı göre oyunlar geliştirilip yayınlanabilmektedir. VR

oyunu yayınlama noktasında oculus geliştiricilere büyük desteklerde bulunmaktadır; birçok projeye oculus kendisi bile yatırım yapabilmektedir. Oyun geliştirme nin yatırım süreci diğer sektörlerden farklı olduğu için yatırımcıların bunu bilerek sektöre giriş yapmaları gerekmektedir.

### **Sektör paydaşlarının katkıları?**

Paydaşlarla iletişimin doğru yapılması gerekmektedir. KOSGEB, TÜBİTAK, Bilişim Vadisi gibi kurumların alanları ile ilgili faaliyetlerini hızlandırmaları gerekmektedir. Her kamu iştirakinin oyun ve oyunlaştırmayı inceleme sinde yarar vardır. Global oyun pazarındaki fırsatlara dahil olup kârlılık paylarını arttırmak için bu gereklidir.

• TV’de oyun ile ilgili reklam kampanyaları, mevcuttaki olumsuz algının aksine, oyun sektörünün farklı araçlarını yansıtacak bir tanıtım politikası oluşturulabilir.

• Kamu veya özel sektörde sorumluluk alacak kişilerin dijital ve oyun sektörü okur yazarlığının bulunmasının şart haline getirilmesi. Yetkinliklerin tespit edilmesi, yetkin kişilerin süreçleri yönetmesi. Destek verecek kurumların içinde oyun ekonomisini bilen yönlendirme yapabilecek değer katabilecek kişiler bulunmalıdır.

• Üniversitelerde oyun geliştirme konusunda teknik ve tasarım konularının dışında sektörde nasıl sürdürülebilirlik yakalanabilir, oyun eko-

nomisi gibi derslerle farklı alanlarda da eğitim verilmelidir.

• Açık platform kurulabilir ve üniversiteler buralarda bulunabilir. Animasyon laboratuvarları her şehirde olmalıdır. STK ve vakıflar da bu çalışmalara katılmalıdır.

Reklam gelirleri oyunların başlıca geliri olduğu için oyun pazarlamasında reklam veren firmalarla uygun sözleşmeler yapılmalıdır.

• Oyun trendlerindeki hızlı değişim dikkate alınarak; hyper-casual oyunlar trendi ortadan kalktığına stüdyoların sürdürülebilirliğinin sağlanması için oyun şirketlerinin kendi geliştiricilerinin kariyer gelişimlerine katkıda bulunmaları için şirketlere oyun sektörünün diğer alanları tanıtılmalıdır.

• Geliştirici firmaların düşük risk ve düşük gelir modeli ile TRT gibi güvenilir kurumlara yaptıkları çalışmanın hakları bu kurumlara ait olacak şekilde bir model kurulabilir.

• Kümülatif gelişim için açık kaynak ve bilgi paylaşımı önemli. Bu şekilde sürdürülebilirlik sağlanabilir. Paydaşlar içerisindeki kişilerle ortak çalışmalar yapılması gerekmektedir.

• Geliştiricilerin devlet tarafından (Yetenek Kapısı gibi) sağlanan desteklerden haberdar olabilmesi için daha yaygın bir ağ kullanılmalıdır.

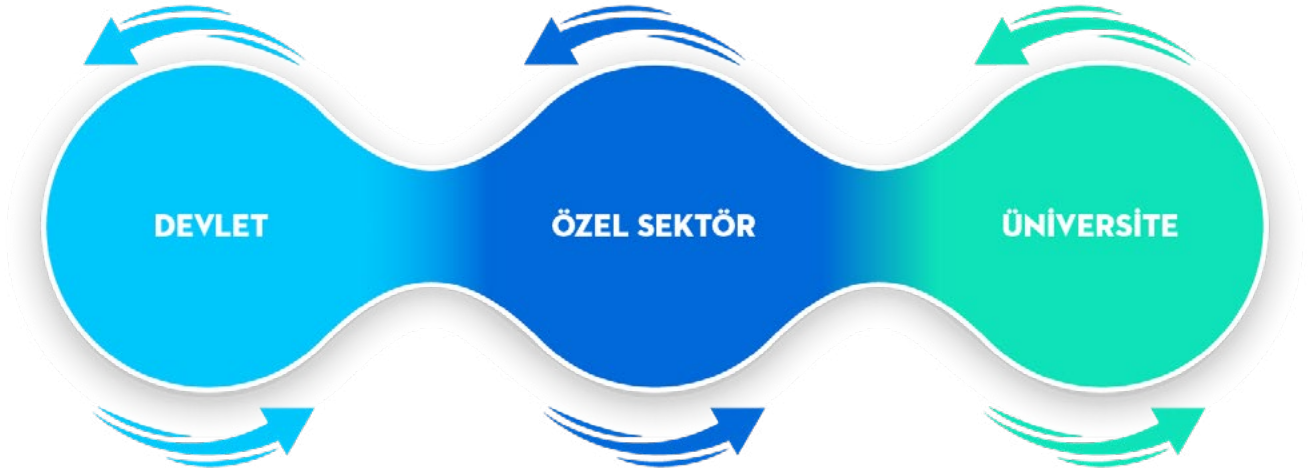
• Oyun geliştiricilerin devlet nezdinde dış ticaret yapıyor statüsünde değerlendirilmesi gerekmektedir.

• Devlet; yasal süreçleri ko-

laylaştırmalı, devlet ve özel sektör; finansman desteği vermeli, üniversiteler; insan kaynağı yetiştirmeli.

Özetle, her paydaş üzerine düşen sorumluluğu yapabilirse geliştiricilerin önünde birçok engel ortadan

kalkacak ve yalnızca üretime odaklanacaklardır.



### DIGIAGE'in Faaliyetleri Neler Olmalıdır?

Türkiye'nin en ilk ve en büyük tematik teknoparkı olan Bilişim Vadisi, Türkiye'nin ilk ve en büyük Dijital Animasyon ve Oyun Merkezi'ni kuruyor. Bilişim Vadisi, yaklaşık 9.000m<sup>2</sup>'lik alana kurulacak olan Merkez'de oyun ve animasyon alanında fikri olan tüm girişimcilerimiz ile birlikte oyun sektörüne yön vermeyi hedefliyor. Son teknoloji araçlar ile donatılmış sınıflar, Sanal Gerçeklik Merkezi ve Oyun Akademisi ile girişimcilere projelerini gerçekleştirebilecekleri doğru ve etkin ortamı sunuyor.

DIGIAGE adının ve faaliyetlerinin sektöre daha çok duyurulması ve bilinirliğinin artırılması gerekmektedir. Oyun sektöründe tecrübeli, uzman ya da yetkin kişilerin bu faaliyeti kesinlikle yürütmesi gerekmektedir. İş arayanlar ve işverenler arasındaki köprüyü oluşturmalıdır. Kişilere yetkinlik kazandır-

ması açısından sektörden uzman kişilerle hazırlanan eğitimlerin verilmelidir. Çalıştaylar düzenlenmelidir. Tayvan ve Kore gibi yurt dışı modelleri incelenip çalıştayları Türkiye'ye uyarlamalıdır. Tüm doğru bilginin verilmesi için bir platform oluşturmalıdır. Dijital bilgi platformu oluşturmalıdır. Küçük bir

çalışma grubu oluşturup kaynağa erişmek için lobi faaliyetleri yapmalıdır.

- Hızlandırma programları sonucunda verilen ödüllerin oyun stüdyoları için cazip hale getirilmesi gereklidir. Network'ü devam ettirecek etkinlikler planlanmalıdır. Sivil toplum örgütleri ve üniversiteler arasındaki bağı sağlamalıdır.

- Yeni yetişecek firmalar için iş akış eğitimleri verebilir. Eğitimler konusunda destek sağlanmalıdır. Bilişim Vadisi bünyesinde olmayan girişimcilerin eğitimden yararlanmaları gerekmektedir. Bilişim Vadisi'nin imkanlarından da uzaktan faydalanılabilir olması gerekmektedir.

Bilişim Vadisi'nin uzaktan çalışma imkanını DIDIAGE ile pilot olarak uygulayabilir. Uzaktan çalışma metodu (kart basma, parmak izi, vb.) ile hayata geçirilebilir. Bilişim Vadisi oyun geliştirme ile ilgili faaliyetler yürütmelidir. Bu faaliyetler kapsamında yetenekli girişimcilere tespit edilip sektöre kazandırılabilir. Dijitalleşen dünyada sektörlerin değişmesi istihdamı olumsuz etkiliyor, oyun sektörü bu konuda istihdamı arttırıcı bir kaldıraç olabilir. DIGIAGE, devlet ve şirketler arasında köprü vazifesi görmelidir. Gerçekleştirilen farklı çalışmaların sonuçlarının Cumhurbaşkanlığı, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı gibi üst düzey devlet kademelerine raporlanması sağlayabilir.

Kümelenmeler ekiplere yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Mentorluk verilerek gençlere destek sağlanmalı, çok sayıda etkinlikler düzenlenmelidir. Hukuki konularda ve proje yönetimi gibi destekler de olmalıdır. Sektör

paydaşlarının uhdelerinde olan know-how'ın paylaşımı konusunda daha çok destek vermelidir.

DIGIAGE daha kurumsal bir yapı altında hızlandırıcı bir program başlatılarak gençler şirketlerle buluşturulabilir. Ortak paydada buluşacak olan eğitim konularında beraber girişim yaparak oyun sektörüne katkıda bulunulabilir. Bu çalışmalar geniş katımlı organizasyonlarla sağlanabilir.

- İnsanların bir araya gelebileceği noktalara yatırım yapılmalı. Know-how, mentorluk, tecrübe paylaşımı ve aktarımı önemlidir. Bilişim Vadisi, Silikon Vadisi vizyonuyla bir kültür oluşumuna katkı sağlamalıdır. DIGIAGE, Bilişim Vadisi'nde böyle bir ekosistem kültürü oluşturma konusunda öncülük yapabilir.

- DIGIAGE uluslararası oyun fuarlarına katılarak bu fuarlardan network kazanmak, birikim sağlamak ve bunların mevcut ekosisteme katılmasında faydalı bir döngü oluşturabilir.

- Hırvatistan gibi Avrupa ülkelerinde gamescom benzeri etkinlikler yapılmaktadır. Türkiye'de de global oyun pazarını hedefleyen uluslararası marka değeri taşıyan dev organizasyonlar ve etkinlik düzenlenebilir; DIGIAGE sektördeki paydaşlarla böyle bir etkinliğe önderlik yapabilir.





## Bilişim Vadisi Dijital Oyun e-Çalıştayı Sonuçları

Dijital oyun sektörü, dinamik ve yaratıcı gençlerin katkılarıyla büyük bir hızla büyüyen sektörlerin başında gelmektedir. Uluslararası piyasalarda önemli bir pay alabilmek için yetişmiş/yetkin insan gücüne olan ihtiyacın temin edilebilmesi için ilkökul seviyesinden başlayarak her kademede çocuklarımızın ve gençlerimizin iyi bir eğitim alması ve her türlü teknik /teknolojik desteğin verilmesi gerekmektedir. Türkiye'nin genç nüfus potansiyeli dikkate alındığında bu konuda yetkinlik geliştirmek için çok ayrıcalıklı bir konumda olduğumuzu bilerek hızlı adımlar atmamız gerekmektedir. Farklı ve fark yaratan bir "Oyun Ekosistemi" oluşturulabilmesi için tüm paydaşların birlik içinde hareket etmesi ve çevik olması gereklidir.

Yetenekli ve yetkin insan kaynağı (İngilizce bilen) ihtiyacı bulunmaktadır. Özellikle tasarım alanında hayal gücü ve yaratıcılığı benzersiz insan kaynağı oldukça büyük bir ihtiyaçtır.

- Üniversitelerde sanat, tasarım ve dijital oyun bölümlerinin artması ve eğitimlerin sektör ihtiyacını karşılayacak müfredata sahip olması gerekmektedir.
- Üniversite öğrencilerinin teorik eğitimlerini oyun şirketlerinde uzun süreli stajlar sağlanarak pratikle birleştirmesi önem arz etmektedir.
- Sektörde çalışanların tüm trendleri ve teknolojik gelişmeleri takip edebi-

leceği kaliteli eğitimler alması gerekmektedir.

- Mekân bağımsız, her düzeyde (kurulum öncesi-sırası-sonrası) oyun sektörü-spesifik teşvikleri/destekleri tek elden kolay anlaşılır, uygulanabilir ve erişilebilir olmalıdır. Farklı ülkelerdeki iyi uygulama örnekleri teşvik mekanizması olarak değerlendirilmelidir.

Sektöre yeni giriş yapan, gelecek vaad eden girişimcilerin doğru yatırımcılara erişiminin sağlanması gerekmektedir. Yatırımcıların da (sektörü bilmeyen) doğru girişimcilere yatırım yapılmasının sağlanması gerekmektedir. Her iki taraf için de «doğru yönlendirecek» aracı bir kurum ihtiyacı bulunmaktadır.

- Oyun piyasasını domine eden hyper-casual gibi basit ve risksiz oyunlardan kompleks oyunlara evrilecek bir sektörel stratejinin altyapısı oluşturulmalıdır.
- Bilişim Vadisi ve Digiage tarafından, dijital oyun yol haritası konusunda destek oluşturabilecek platformlar kurmalıdır.
- Sektörde tüm süreçler için yönetim danışmanlığı ihtiyacı karşılanmalıdır.
- Yatırımlar ve yatırımcılar, fikri ve mülki haklar ve diğer işlemler için hukuki danışmanlık ihtiyacı karşılanmalıdır.
- Mali Müşavirlik ve Gümrük Müşavirliği ihtiyacı karşılanmalıdır

**Özellikle tasarım alanında hayal gücü ve yaratıcılığı benzersiz insan kaynağı oldukça büyük bir ihtiyaçtır.**