

**T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**YARATICI EKONOMİ ODAĞINDA YARATICI
ŞEHİRLER: TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

Doktora Tezi

Ülkühan Bike ESEN

Ankara-2016

**T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**YARATICI EKONOMİ ODAĞINDA YARATICI
ŞEHİRLER: TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

Doktora Tezi

Ülkühan Bike ESEN

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Özlem ATAY

Ankara-2016

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

**YARATICI EKONOMİ ODAĞINDA YARATICI
ŞEHİRLER: TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

Doktora Tezi

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Özlem ATAY

Tez Jürisi Üyeleri

Adı ve Soyadı

.....
.....
.....
.....
.....
.....

İmzası

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Tez Sınavı Tarihi

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu belge ile bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi ayrıca beyan ederim. (...../...../20...)

Ülkühan Bike ESEN

İMZA

TEŞEKKÜR

Çalışmamın her aşamasında bilgi ve deneyimleri ile bana yol gösteren, yardım ve desteğini esirgemeyen, güler yüzlü tez danışmanım sayın hocam Prof. Dr. Özlem ATAY'a; doktora eğitimim süresince ve tez çalışmam boyunca kapılarını rahatlıkla çaldığım, her konudaki değerli önerileriyle bana yol gösteren sayın hocalarım Yrd. Doç. Dr. M. Arcan TUZCU'ya, Yrd. Doç. Dr. H. Ebru Erdost ÇOLAK'a, Doç. Dr. Alper ÖZER'e; yaratıcılık çalışmak istediğimi söylediğimde "makro düşün" diyerek, çalışma konumun belirlenmesinde yardımcı olan, yokluğunu fakültede her zaman hissettiğim değerli hocam rahmetli Doç. Dr. Ali FIKIRKOCA'ya; doktora eğitimime katkıda bulunan ve bana farklı bakış açıları kazandıran, Siyasal Bilgiler Fakültesi'ndeki bütün hocalarıma,

Verilere ulaşmamda yardımcı olan sayın hocam Doç. Dr. Erdem SEÇİLMİŞ'e,

Tez yazma sürecimde beni en iyi anlayan, düzeltme ve yorumlarıyla da tezime katkıda bulunan meslektaşım ve kardeşim Arş. Gör. Şükran SİRKINTIOĞLU YILDIRIM'a,

Ayrıca her türlü kararımda bana destek olan, yolumu aydınlatan, idolüm, canım babam Prof. Dr. Hikmet DOĞAN'a; sevgisini, desteğini, hasretini ömrümce hissedeceğim doyamadığım canım annem rahmetli Nurkan DOĞAN'a; ilk arkadaşım, sırdaşım, canım kardeşim Bahadır Sazak DOĞAN'a, en büyük motivasyon kaynağım, durma noktalarımda maddi manevi destekleriyle bana tekrar ivme kazandıran biricik eşim Fatih Sinan ESEN'e; gülüşüyle bütün stresimi sıfırlayan, şükür ve mutluluk sebebim, "anni"sinin balı Hikmet Burak ESEN'e; oğluma bakıp, gözüm ve aklım arkada kalmadan çalışmamı sağlayarak, tezime en büyük desteği veren sevgili kayınvalidem Nesrin ESEN'e çok teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	iv
TABLOLAR LİSTESİ	v
KISALTMALAR	vii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

YARATICILIK VE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

1.1. Yaratıcılık.....	5
1.1.1. Yaratıcılık Süreci	9
1.1.2. Rekabet Endüstrilerinin Merkezinde Yaratıcılık	10
1.1.2.1. Yaratıcı İşgücü	11
1.1.2.2. Yaratıcı Örgüt	13
1.1.3. Yaratıcılığı Ortaya Çıkaran Kültürler	17
1.2. Yenilik.....	28
1.2.1. Yenilik Süreci.....	31
1.2.2. Yenilik Türleri.....	32
1.3. Girişimcilik	33
1.3.1. Girişimcilik Süreci	35
1.3.2. Girişimcilik Türleri	36
1.4. Bilgi Ekonomisi	37

İKİNCİ BÖLÜM

YARATICI EKONOMİ KAVRAMI, YAKLAŞIMLARI VE YARATICILIK ENDEKSİ

2.1. Yaratıcı Ekonomi Kavramı	41
2.2. Yaratıcı Ekonomideki Yaklaşımlar.....	43
2.2.1. Yaratıcı Endüstri Yaklaşımı.....	44
2.2.1.1. UNCTAD Sınıflandırması	49
2.2.1.2. Howkins Sınıflandırması.....	52

2.2.1.3. Yaratıcı Endüstrilerin Yedi Özelliği	55
2.2.1.3.1. Belirsizlik Prensibi (Nobody Knows Principle).....	55
2.2.1.3.2. Sanat Sanat İçindir (Art for Art's Sake).....	56
2.2.1.3.3. Karışık Tayfa Prensibi (Motley Crew Principle)	56
2.2.1.3.4. Sonsuz Değişkenlik (Infinite Variety)	57
2.2.1.3.5. A Listesi/B Listesi (A List/B List)	57
2.2.1.3.6. Zaman Akar (Time Flies).....	58
2.2.1.3.7.Ars Longa (Sanat Uzunudur)	58
2.2.2. Yaratıcı Sınıf Yaklaşımı.....	59
2.2.3. Yaratıcı Şehir Yaklaşımı	63
2.2.3.1. Yaratıcı Şehirlerin Bileşenleri.....	65
2.2.3.2. Yaratıcı Şehir Tipleri.....	73
2.2.3.2.1. Teknolojik-Yenilikçi Şehirler	73
2.2.3.2.2. Kültürel-Entelektüel Şehirler	74
2.2.3.2.3. Kültürel-Teknolojik Şehirler	74
2.2.3.2.4. Teknolojik-Organizasyonel Şehirler	75
2.3. Yaratıcılık Endeksi.....	76
2.3.1. Yaratıcılık Endeksinin Alt Kategorileri	76
2.3.1.1. Yetenek Endeksi.....	78
2.3.1.2. Teknoloji Endeksi	86
2.3.1.3. Tolerans Endeksi.....	91
2.3.2. Yaratıcılık Endeksi ile İlgili Çalışmalar.....	94
2.3.3. Yaratıcılık Endeksine Eleştiriler	98

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İLLERİN YARATICILIK ENDEKSLERİNİN BELİRLENMESİ

3.1. Çalışmanın Amaç ve Kapsamı	102
3.2. Çalışmanın Yöntemi	103
3.3. Çalışmanın Kısıtları	104
3.4. Yöntemin Uygulanması	105
3.4.1. Teknoloji Endeksinin Oluşturulması.....	105
3.4.2. Yetenek Endeksinin Oluşturulması.....	112

3.4.3. Tolerans Endeksinin Oluşturulması	122
SONUÇ	129
KAYNAKÇA	138
EKLER	159
EK-1. Şehirlerin Yüksek Teknolojili Endüstrilerde Faaliyet Gösteren İşletme Sayıları (2014)	160
EK-2. Şehirlerin Yüksek Teknolojili Endüstrilerdeki Çalışan Sayıları (2014)	161
EK-3. Şehirlerin Yüksek Teknoloji Endeksi Değerleri (2010-2014)	162
EK-4. Şehirlerin Patent Başvuru Sayıları (2010-2014)	164
EK-5. Şehirlerin İnovasyon Endeksi Değerleri (2010-2014)	166
EK-6. TÜBİTAK'tan Şehirlere Aktarılan Ar-Ge Fonları (TL)(2010-2014)	168
EK-7. Şehirlerin Ar-Ge Endeksi Değerleri (2010-2014)	170
EK-8. Şehirlerin Yaratıcı Endüstrilerde Faaliyet Gösteren İşletme Sayıları (2014)	172
EK-9. Şehirlerin Yaratıcı Endüstrilerdeki Çalışan Sayıları (2014)	173
EK-10. Şehirlerin Yaratıcı Sınıf Endeksi Değerleri (2010-2014)	174
EK-11. Şehirlerdeki 25-64 Yaş Lisans ve Lisansüstü Eğitim Düzeyine Sahip Nüfus (2010-2014)	176
EK-12. Şehirlerin Beşeri Sermaye Endeksi Değerleri (2010-2014)	178
EK-13. Şehirlerin Aldıkları Net Göç (2010-2014)	180
EK-14. Şehirlerin Göçmen Endeksi Değerleri (2010-2014)	182
EK-15. Göçmen Endeksine göre ve Göçmen ile Yabancı Doğan Endekslerine Göre Oluşturulan Tolerans Endeksleri (2014)	184
EK-16. Gelişmişlik Düzeyi Endeksinde Kullanılan Kriterler	186
ÖZET	187
ABSTRACT	188

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Günümüz Ekonomisinde Yaratıcılık.....	7
Şekil 1.2. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi.....	8
Şekil 1.3. Birey ve Takım Yaratıcılığının Üç Bileşeni	12
Şekil 1.4. Yenilik ve Yaratıcılık İlişkisi.....	31
Şekil 2.1. Kültürel ve Yaratıcı Endüstrilerin Kapsamı	46
Şekil 2.2. Şehrin Yaratıcı Alanları	71
Şekil 2.3. Tolerans, Yetenek ve Teknoloji İlişkisi.....	78
Şekil 3.1. Yüksek Teknolojili Endüstrilerde Faaliyet Gösteren İşletme Sayısının En Yüksek Olduğu Şehirler (2014).....	105
Şekil 3.2. Yüksek Teknolojili Endüstrilerde Çalışan Sayısının En Yüksek Olduğu Şehirler (2014).....	106
Şekil 3.3. Yaratıcı Endüstrilerde Faaliyet Gösteren İşletme Sayısının En Yüksek Olduğu Şehirler (2014).....	115
Şekil 3.4. Yaratıcı Endüstrilerdeki Çalışan Sayısının En Yüksek Olduğu Şehirler (2014)	115

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. Sanayi ve Bilgi Toplumlarının Metaforik Karşılaştırması	38
Tablo 2.1. Yaratıcı Endüstri Modelleri	50
Tablo 2.2. UNCTAD'ın Yaratıcı Endüstri Sınıflandırması ve Tanımları.....	52
Tablo 2.3. Howkins'ın Yaratıcı Endüstri Sınıflandırması ve Tanımları.....	53
Tablo 2.4. Yaratıcılık Endeksinin Alt Endeksleri	77
Tablo 2.5. Ülkelerin 25-64 Yaş Lisans ve Lisansüstü Eğitim Düzeyine Sahip Nüfus Oranları.....	81
Tablo 2.6. Kültürel ve Yaratıcı Sektörlerin ve Diğer Sektörlerin Avrupa Ekonomisine Katkısı (GSMH Yüzdesi)	83
Tablo 2.7. Türkiye'de İstihdamın Endüstriler Ölçeğinde Gelişimi (2008-2011).....	84
Tablo 2.8. Amerika, Kanada, Birleşik Krallık, AB ve Türkiye'de Yaratıcı Ekonomi İstihdam Oranları	85
Tablo 2.9. Ülkelerin Yüksek Teknoloji İhracatı Gelirleri (2014)	87
Tablo 2.10. Ülkelerin Ar-Ge Harcamaları (% GSMH) (2013)	88
Tablo 2.11. Ülkelerin Patent Başvuru Sayıları (2014).....	90
Tablo 3.1. Yaratıcılık Endeksinin Tezde Kullanılan Alt Endeksleri	102
Tablo 3.2. Endüstrilerin Teknoloji Yoğunluklarına Göre Sınıflandırılması	104
Tablo 3.3. Şehirlerin Yüksek Teknoloji Endeksi Değerleri.....	107
Tablo 3.4. Şehirlerin İnovasyon Endeksi Değerleri	108
Tablo 3.5. Şehirlerin Ar-Ge Endeksi Değerleri	109
Tablo 3.6. Şehirlerin Teknoloji Endeksi Değerleri	110
Tablo 3.7. Yaratıcı Yoğunluklar	112
Tablo 3.8. DCMS Sınıflandırmasına Göre Yaratıcı Endüstriler.....	113

Tablo 3.9. Türkiye’deki Yaratıcı Endüstrilerin Gelişimi (2010-2014).....	114
Tablo 3.10. Amerika, Birleşik Krallık ve Türkiye’nin Yaratıcı İstihdamı En Yüksek Şehirleri (2013)	116
Tablo 3.11. Şehirlerin Yaratıcı Sınıf Endeksi Değerleri	118
Tablo 3.12. Şehirlerin Beşeri Sermaye Endeksi Değerleri	119
Tablo 3.13. Şehirlerin Yetenek Endeksi Değerleri	120
Tablo 3.14. Şehirlerin Göçmen Endeksi Değerleri	122
Tablo 3.15. Şehirlerin Tolerans Endeksi Değerleri.....	123
Tablo 3.16. Şehirlerin Yaratıcılık Düzeyleri.....	124
Tablo 3.17. Yaratıcılık Endeksinin Alt Değişkenleri Arasındaki Korelasyon.....	126
Tablo 3.18. Şehirlerin Gelişmişlik Düzeyleri Sıralaması.....	128
Tablo 3.19. Yaratıcılık ve Gelişmişlik Arasındaki Korelasyon	128

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
DCMS	Department for Culture, Media and Sport Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı
GSMH	Gayri Safi Milli Hâsıla
LGBT	Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Transeksüel
LQ	Location Quotient Konum Katsayısı (Yoğunlaşma Katsayısı)
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
SGK	Sosyal Güvenlik Kurumu
SIC	Standart Industrial Classification Standart Endüstriyel Sınıflandırması
TPE	Türk Patent Enstitüsü
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
YEKON	Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneği

GİRİŞ

Bilgi ekonomisinin yükselişi, "küreselleşme" ile yakından ilişkilidir. Küreselleşme, uluslararasılaşmanın, 1980'li yıllardan itibaren dünya çapında yaygın, yavaş ancak sağlam faaliyetler içeren daha kapsamlı bir formudur. Birleşen Avrupa Birliği, komünizmin çöküşü ve neoliberal ideolojinin dünyaca benimsenmesi, serbest ticaretin ve pazar mekanizmasının avantajlı olduğu savını güçlendirmiştir. Sınırların hızla yok olması; ithalattaki, ihracattaki ve yabancı yatırımlardaki artış; işgücünün ve sermayenin sınırları aşması küreselleşmenin göstergeleridir. Batılı ülkelerin işletmeleri, bu gelişmelerden yeni pazarlara açılarak ve yatırım fırsatlarını yakalayarak faydalanmaktadır. Küreselleşme, yeni oyuncuların da yüksek gelişmişlik düzeyine sahip batı ekonomileriyle rekabet etmelerine imkân tanımaktadır. İşgücü maliyetinin çok düşük olduğu Güneydoğu Asya, Doğu Avrupa ve Latin Amerika gibi bölgelerin popüler olması yalnızca uluslararası rekabeti kızıştırmamış, aynı zamanda rekabetin karakterini de radikal bir biçimde değiştirmiştir. Kanada, Almanya ve İtalya gibi gelişmiş ülkeler için maliyet tabanında rekabet etmek artık yeterli olmamaktadır. Bunun yerine, kendilerine, küreselleşen bilgi-tabanlı bir ekonomi içerisinde nasıl daha zekice rekabet edebileceklerini sormaları, rekabet avantajlarını bilgi-yoğun ve yüksek-kaliteli yenilikler üzerinden devam ettirmeleri gerekmektedir (Hospers, 2003: 144-145). Rekabetin artması, çevrenin hızla değişmesi, bilgi ve teknolojinin hızla yayılması günümüzdeki örgütlerin ve endüstrilerin de başarısını, hatta hayatta kalabilmelerini yaratıcı olabilmelerine, yaratıcı ortamlar yaratabilmelerine ve bunları yeniliklere dönüştürebilmelerine bağlı kılmaktadır. Landry ve Bianchini'nin (1998: 12) de ifade ettiği gibi, ülkeler, şehirler ve işletmeler arasında gelecekte gerçekleşecek

olan rekabet, daha az doğal kaynaklara, konuma veya geçmişteki üne dayanıp, daha fazla cezbedici imgeler ve semboller geliştirme kabiliyetine ve bunları etkili bir şekilde yansıtabilmelerine bağlı olacaktır.

Yaratıcılığın öneminin anlaşılmasıyla, psikolojiden, ekonomiye birçok alanda çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar içerisinde ülke, bölge veya şehir bazında yaratıcılık ve yenilikçilik düzeylerini belirlemeye yönelik olanlar da mevcuttur. Türkiye'nin de yer aldığı, Toronto Üniversitesi'ne bağlı Rotman Yönetim Okulu'nun Küresel Yaratıcılık Endeksi (The Global Creativity Index) ve Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı'nın (UNCTAD) Yaratıcı Ekonomi Raporu (Creative Economy Report) bunlardan sadece ikisidir. UNCTAD'ın Yaratıcı Ekonomi Raporları, tartışmasız olarak, yaratıcı ekonominin potansiyeli ve küresel faaliyet alanı üzerine yazılmış en etkili politika odaklı metinlerdir. Bu raporlarda, yaratıcı ekonomiye daha fazla dikkat çekmek için, birtakım görüşler ve bu görüşleri açıklamak için de istatistiksel veriler yer almaktadır (De Beukelaer, 2014: 232).

UNCTAD'ın 2010 yılındaki yaratıcı ekonomi raporunda, Türkiye'nin 2002-2008 yılları arasındaki yaratıcı ürün ihracatında ilk yirmi ülke arasından on altıncı sırada yer aldığı görülmektedir. Gelişmekte olan ülkeler arasında ise dördüncü sırada yer almaktadır (İlk üç: Çin, Hong Kong ve Hindistan). Yine aynı yıllar arasındaki yaratıcı ürün ve hizmet ihracatında Türkiye, 6.593 milyon dolarlık bir ticaret performansı sergilemiştir. Yaratıcı ürün ihracatında böylesine iyi bir konumda olan Türkiye, Kanada Rotman Yönetim Okulu'nun ülkelerin yaratıcılığını ölçtüğü Küresel Yaratıcılık Endeksi Raporu'nda ise (Global Creativity Index, 2015), 139 ülke arasında 88. sırada yer almıştır. Çünkü yaratıcılık endeksinde sadece yaratıcı endüstriler ve onların çıktıları değil, yüksek teknolojlili endüstriler, Ar-Ge harcamaları, beşeri

sermaye gibi değişkenler de hesaba katılmıştır. Yaratıcılığın sadece mühendislik, üretim, pazarlama, finans, sağlık sektörü, tarım ve hatta hukuk alanlarında yeni ürünlerin, makinelerin, yapıların, metotların ve süreçlerin ortaya çıkmasında değil, bunların uygulanmasında ve/veya ticarileştirilmesinde de büyük bir öneme sahip olduğu (Cropley ve Cropley, 2010: 75) düşünülürse, yaratıcılık endeksinde alt sıralarda yer almak, ülkemiz açısından oldukça kötü bir sonuçtur ve gelişim sürecinin önündeki büyük bir engeldir. Çünkü yaratıcılık endeksinin değişkenleri aynı zamanda ekonomik gelişmişlik göstergesi de olan değişkenlerdir.

Gelişmiş ölkelerde, 90'lı yılların başlarından itibaren, yaratıcı ekonominin ekonomik gelişim üzerindeki öneminin anlaşılması ile bu konuda yapılan araştırma ve çalışmaların sayısı gün geçtikçe artmıştır. Ülkemizde ise, yaratıcı ekonominin önemi yeni yeni anlaşılmaya başlandığı için konu ile ilgili yazında boşluklar vardır. Dolayısıyla, Türkiye'nin yaratıcılığı ölkelerarası çalışmalarda yer almasına rağmen, şehirlerimizin yaratıcılığına ilişkin herhangi bir çalışma yoktur. Oysaki yaratıcı şehirleri, yeni ekonomide veya yüksek teknolojide ve biyo-teknolojide çalışan yaratıcı sınıfı cezbeden ve yerleşmelerini sağlayan şehirler olarak tanımlayan Pratt (2008: 109), her insanın yaşadığı şehrin, yaratıcı şehir olmasını isteyeceğini, en yaratıcı şehirde yaşayanların, hatta politikacıların bile, kendilerini daha iyi hissedeceklerini ifade etmiştir. Çünkü yaratıcı şehirler aynı zamanda da gelişmiş şehirlerdir. Bu nedenle tezde, Türkiye'deki yaratıcı şehirlerin belirlenmesi ve yaratıcılık ile gelişmişlik düzeyleri arasındaki ilişkinin irdelenmesi amaçlanmaktadır. Şehirlerin yaratıcılık sıralamalarının belirlenmesi, yaratıcı ekonomiye katkılarını arttırmak için geliştirmeleri gereken yönlerinin belirlenmesini de sağlayacaktır.

Tez, üç ana bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, tezin konusunu oluşturan yaratıcı ekonomilerin temeli olan, farklı düşünmeyi, orijinal ve yeni fikirler geliştirebilmeyi ifade eden “*yaratıcılık*”; yaratıcılığın bir sonucu olan “*yenilik*”; yeniliklerin başarıyla sonuçlanmasını sağlayan “*girişimcilik*” ve tüm bunların gerçekleşmesine zemin hazırlayan “*yeni ekonomi*” kavramları ele alınmıştır.

İkinci bölümde, ekonominin yeni boyutu yaratıcı ekonomi geniş bir şekilde açıklanmış, yaratıcı ekonomiyi farklı şekillerde ele alan; yaratıcı endüstri, yaratıcı sınıf ve yaratıcı şehir yaklaşımları incelenmiştir. Yaratıcılık endeksinin kapsamlı bir şekilde açıklanması ve alt değişkenlerin ekonomik gelişmişlik düzeyine etkileri de bu bölümde yer almaktadır.

Son bölüm endeks oluşturmaya ayrılmıştır. Her şehrin teknoloji, yetenek ve tolerans endeksleri hesaplanarak, şehirlerin yaratıcılık endeksleri oluşturulmuş ve ilgili değerlendirmeler yapılmıştır.

“Şehirler ve bölgeler, kendi zenginliklerini üretebilecekleri inancını kaybederlerse, zenginliğin sadece dışarıdan bir yerden geleceğine inanmaya başlarlar.” Andy C. Pratt

BİRİNCİ BÖLÜM

YARATICILIK VE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

1.1 Yaratıcılık

Dünyanın herhangi bir yerindeki çoğu ekonomide ve yenilikçi çevrede yaratıcılık, büyük işletmelerdeki veya küçük çaplı sosyal girişimlerdeki çok sayıda verimli faaliyet için başlıca etken haline gelmiştir. Bugünün ekonomisinde yaratıcılık son noktasına ulaşmış ve çoğu işletme yaratıcılığın, yenilik rekabetçiliğinde kazandığı stratejik fonksiyonun farkına varmıştır. Böylece yaratıcılık, gelecek yıllarda gerekli olacak bir “hayatta kalma yeteneği” olarak ifade edilmeye başlanmıştır (Miranda, Aranha ve Zardo, 2009: 524). Destekler nitelikte, Howkins (2013; 30) de, insanların yaratıcı olmayı bıraktıklarında, değişimi bırakacaklarını, öğrenmeyi bırakacaklarını ve yaşamayı bırakacaklarını ifade etmiştir.

Literatürde yaratıcılıkla ilgili birçok tanıma rastlanmaktadır. Bunlardan birkaçı ele alınarak, yaratıcılık şu şekillerde tanımlanabilir:

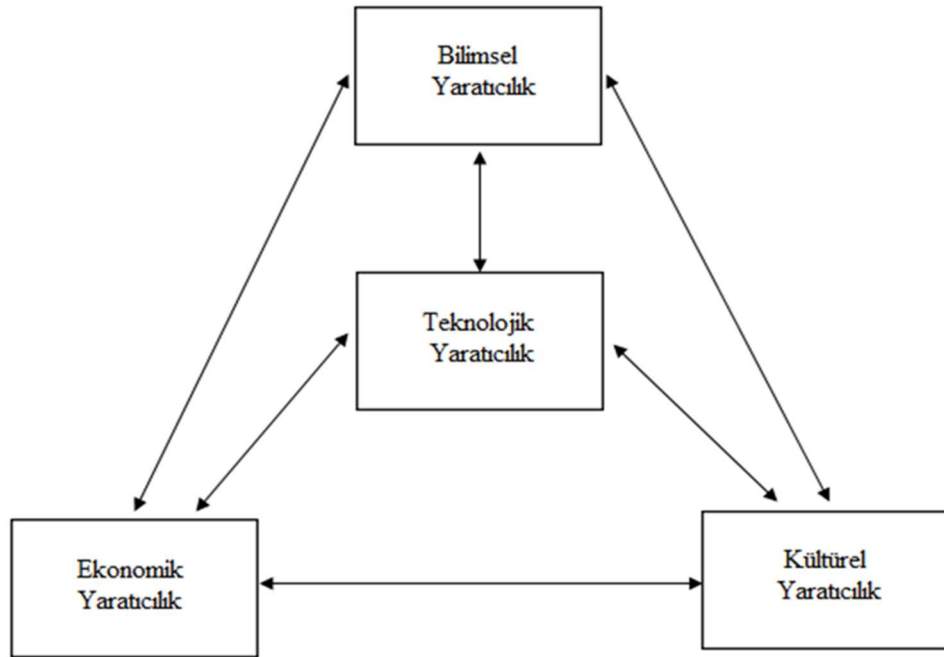
- Yaratıcılık, bireyin bilgi ve deneyim birikimlerini kullanarak, diğerlerinden farklı, özgün, yeni çözümler ve sonuçlar üretebilme yeteneğidir (Gümüştuyu, 2005: 10).
- Yaratıcılık, yaratıcı kişilerin problemlere çözüm bulma amacıyla, yoğun olarak çalıştıkları, fikir ve çözümler geliştirdikleri; bilimde yenilik, güzel sanatlarda değişik yapıtlar, endüstride yeni buluşlarla sonuçlanan bir süreçtir (Haşit, 2003:3; Duran ve Saraçoğlu, 2009: 58-59).

- Yaratıcılık, sosyal ilişkiler ve bilgi arasında yüksek derecede tekrarlanan bağlantılar içeren sosyal bir süreçtir (Spencer, 2012: 247).
- Yaratıcılık, yeni fikirler üretmek için, fikirleri kullanma sürecidir (Howkins, 2013: 4).

Amabile (1988), yaratıcılığın kişinin karakteristik özellikleri, süreç veya ürün üzerinden çeşitli şekillerde tanımlandığını ifade etmiştir. Değerlendirme ve gözlem yapılmasının karmaşıklığı nedeniyle yaratıcılığı tanımlamada süreç ve kişi ölçütlerinin güvenilirliğinin çok düşük olduğunu, bu yüzden kendisinin de yaratıcılığın ürün üzerinden tanımlanmasını uygun bulduğunu belirtmiştir. Yaratıcılığı, “birey veya birlikte çalışan küçük bir grup tarafından, yeni ve yararlı fikirlerin üretimi” olarak tanımlamıştır.

Yaratıcı ürünler, yeni teoriler, hipotezler, formüller ve teknikler olabilecekleri gibi makineler, tasarımlar, malzemeler de olabilirler. Fakat yaratıcı ürünler, orijinal olmalıdırlar, belirli ihtiyaçları tatmin etmelidirler, kullanışlı olmalıdırlar ve kullanılacakları alanda ulaşılan bilgi düzeyi ile ilişkili olmalıdırlar (Ivanovici ve Mândruleanu, 2008: 2048-2049). Yaratıcı olmak, “bilinenin/var olanın dışında” düşünmeyi gerektirmektedir (Yıldırım, 2007: 110). Dolayısıyla yaratıcı bireylerin ortak özellikleri arasında da sorgulayıcı olma, araştırmacı olma, güçlü sezgilere sahip olma, değişik alanlara ilgi duyma, başkalarıyla birlikte öğrenmeye ve fikir geliştirmeye açık olma, sorunlara farklı açılardan yaklaşma, hata yapmaktan korkmama, kendine güveni yüksek olma, yeniliğe ve gelişime açık olma, kararlı olma vb. sayılmaktadır (Gryskiewicz, 2000: 182).

UNCTAD (2010) raporunda farklı alanlardaki yaratıcılık karakteristiklerini Şekil 1.1.'deki gibi sınıflandırmıştır. UNCTAD'ın sınıflandırmasına göre, bilimsel yaratıcılık, merak, yeni şeyler denemeye isteklilik ve problem çözmede yeni bağlantılar kurmayı gerektirirken; ekonomik yaratıcılık, teknoloji, iş uygulamaları, pazarlama vb. konularında yeniliklerin gerçekleşmesini sağlayan dinamik bir süreçtir ve ekonomide rekabetçi avantaj elde edilmesi ile yakından ilişkilidir. Sanatsal yaratıcılık ise, hayal gücü, dünyayı yorumlamada yeni yollar ve orijinal fikirler üretme kapasitesi gerektirir. Bu yaratıcılık karakteristiklerinin hepsi de az veya çok teknolojik yaratıcılık içerir ve hepsi de birbiriyle ilişkilidir.



Şekil 1.1. Günümüz Ekonomisinde Yaratıcılık

Kaynak: Creative Economy Report, 2010, UNCTAD, pp.3.

Maslow'un birey psikolojisi teorisi olan İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi'nde ise, yaratıcılık ve yenilikçiliğin ortaya çıkışı farklı bir açıdan ele alınmıştır. İhtiyaçlar Hiyerarşisi bireyin psikososyal gelişimini açıklamaya çalışan beş katmanlı bir

piramittir. Şekil 1.2.'de de görüldüğü gibi, en alt ve en geniş katmandan en üst kademeye doğru; fizyolojik ihtiyaçlar, güvenlik ihtiyaçları, sosyal ihtiyaçlar, kendini gösterme ihtiyacı ve kendini tamamlama ihtiyacı şeklinde sıralanmaktadır. Maslow, son aşamaya ulaşan kişinin davranışlarının sağlıklı, olgun ve temel ihtiyaçlarla yönlendirilemeyecek nitelikte olduğunu söylemekte ve bu nedenle son seviyeye ulaşan bireylerin daha yenilikçi ve yaratıcı olacaklarını belirtmektedir (Akt. Sargut, 2010: 48-49).



Şekil 1.2. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Piramidi

Kaynak: T. Koçel, (1999), İşletme Yöneticiliği, Beta Basım Yayın Dağıtım, İstanbul, ss.469.

Sonuç olarak, yaratıcılık, herkesin düşündüğünden farklı düşünmeyi, herkesin bulduğu çözümlerden farklı çözümler bulmayı, herkesin ürettiğinden farklı şeyler üretmeyi, kısacası orijinal ve yeni olmayı gerektiren bir süreçtir. Günümüzün hızla değişen ve gelişen rekabetçi çevresel koşulları da, bireysel ve örgütsel karar verme çabalarında orijinal ve yeni fikirler ile alternatifler geliştirmek için yaratıcılığın ne

kadar gerekli olduğunu ortaya koymaktadır. Yaratıcılık, bir topluma diğerlerinden farklı olmasını sağlayacak değerler kazandırır. İhtiyaç duyulması, eksikliklerin fark edilmesi, bu eksikliklere yönelik fikir veya hipotezlerin oluşturulması, çözüme ilişkin tahminlerin yürütülmesi, hipotezlerin test edilmesi, gerekirse değiştirilip yeniden test edilmesi ve sonucun ortaya konulması hem bilimsel hem de sanatsal yaratıcılığı tanımlayacak özelliklerdir (Öncü, 1992: 256).

1.1.1 Yaratıcılık Süreci

Yaratıcı fikir ortaya çıkmadan önce dört aşamadan oluşan bir süreçten geçer (Howkins, 2013: 24-26; İraz, 2005: 19-21; Bentley, 1999: 75-77):

Hazırlık aşaması, problemin belirlendiği aşamadır ve düşüncenin filizlenmesi ile başlar. Düşüncenin üretimi dışsal veya içsel sebeplerle başlayabilir. Elde var olan bilgi ve düşünce ne kadar çoksa yaratıcı bir fikrin ortaya çıkması da o kadar kolay olur. Bu adımda kişi, psikolojik olarak hazırlanır, başarıma dürtüsü güçlenir ve konuya odaklanır.

Kuluçka aşaması, gerekli bilgilerin toplandıktan sonra bir süreliğine aklın bir köşesinde saklandığı aşamadır. Bu bekleme aşaması birkaç dakika da birkaç ay da sürebilir. Bu bekleme genellikle işlerin yoğunluğu veya dikkat dağınıklığı gibi zorunluluklardan kaynaklansa da aslında bilinçli olarak yönetilmesi gereken bir aşamadır. Çünkü bu aşamada hem algılama, benzetme, ilişkilendirme gibi zihinsel çalışmalar aktif hale gelir hem de zaman, para vb. gibi ihtiyaç duyulan kaynaklar temin edilir.

Fikrin doğma aşaması, beklenmedik bir zamanda sorunla ilgili yeni bir çözümün akla gelmesi, şimşek çakması, aydınlanma aşamasıdır. Yaratıcılık anlık düşünce

şeklinde ortaya çıkar, bu düşüncenin en iyi olmasına gerek yoktur. Yeni yeni yaratıcı düşünceler ortaya çıkarak en iyiye ulaşılır.

Uygulama ve yaratıcı sonuçların alınması aşaması, doğrulama aşamasıdır, bireyin aklına gelen bu yeni çözümü mantıklı tartışmalar veya deneylerle açıklamaya çalışmasıdır. Yaratılan her fikrin uygulamaya konacak kadar iyi olmama ihtimali yaratılan fikirlerin uygulamadan önce mutlaka değerlendirilmesini gerektirir. Bu değerlendirmeler birkaç kez tekrarlanabilir. Değerlendirme yapılırken, yaratılan fikrin iyi ve kötü yönleri belirlenir, fikir hemen reddedilmeden derinlemesine incelenir, fikir hakkında karar verilir ve karar ısrarcı şekilde uygulanır.

1.1.2 Rekabet Endüstrilerinin Merkezinde Yaratıcılık

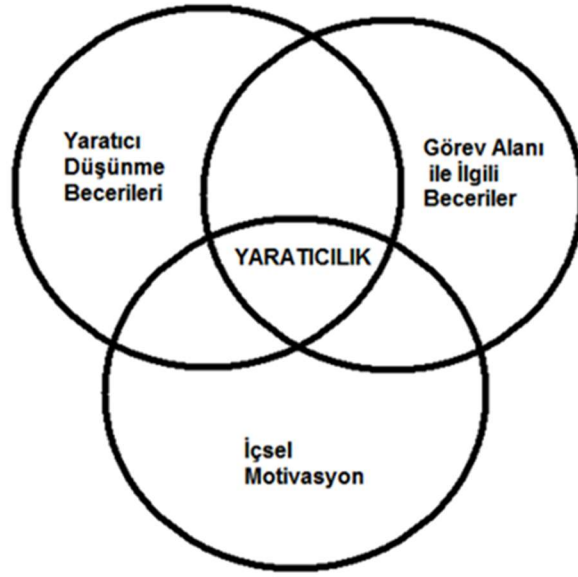
Yaratıcılık, sadece sanat veya medya endüstrileri ile ilişkili değildir, tasarım ve içeriğin, küresel ekonomik pazarlarda rekabet avantajının temelini oluşturduğu tüm sektörlerde temel girdidir ve artan bir öneme sahiptir (Flew, 2002: 2). Geçmişte, sadece AR-GE, pazarlama, reklam ve planlama bölümlerinde ihtiyaç duyulduğu düşünülen yaratıcılık artık örgütün her alanında vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Nasıl üretim aşamasında kullanıldığında, kalite artışlarını, iş iyileştirmelerini ve maliyet düşüşlerini sağlıyorsa; strateji geliştirme, ürün tasarlama, finans ve üretim yöntemleri gibi alanlarda da fırsatlar yaratmak ve sorunları çözmek için yaratıcılıkla mümkün olabilecek yeni fikirlere ihtiyaç vardır (Akın, 2001: 43-44). Fordist dönemde, el işçiliği ve seri üretim bağlamında çalışanların miktar ve verimliliği ön plandayken, günümüzün rekabet ortamında niş ürünlerin, süreçlerin ve hizmetlerin tasarımında ve üretiminde çalışanların zekâları ve yaratıcılıkları ön plandadır. Üretimde geleneksel fiziksel girdiler hala önemli olmasına rağmen bu girdileri en iyi şekilde kullanma ve

uyarlamanın arkasındaki fikirler daha önemli hale gelmiştir (Donald, Gertler ve Tyler, 2013: 4).

1.1.2.1 Yaratıcı İşgücü

Bireysel yaratıcılık, kişinin gelecekte neler yapabileceğinin sinyallerini veren geçmişinin; kişinin sahip olduğu yüksek enerjiyi, bağımsız düşünme becerisini, sezgisini ve kendine olan güvenini gösteren kişilik özelliklerinin; kendini ifade yeteneğini, esnek düşünme becerisini, pratikliğini ve özgün fikirlerini gösteren bilişsel yeteneklerinin; kişinin bir işi başarma güdüsünü gösteren içsel motivasyonunun; sosyal çevrenin ve ortamın etkilerinin bir fonksiyonudur (Gümüştuyu, 2005: 13). İşletmelerin sahip olduğu kendine özgü rekabet gücü de yetenekli çalışanlarından kaynaklanmaktadır ve stratejik insan kaynakları yönetimi örgüt performansını teşvik etmektedir. Çalışanların sahip oldukları beceriler değerlidir ve bu becerilerin elde edilmesi ve yerine konulması zordur. Eğer örgütsel tasarım çalışanların girişimci davranışlarına imkân verirse, daha fazla yeniliğe öncülük edilebilir (Wei, Liu ve Herndon, 2011: 21).

Örgütlerde yaratıcılık, bireyler ve takım çalışanları tarafından gerçekleştirilir. Birey ve takımın yaratıcılığının ortaya çıkarılmasında da üç temel bileşen vardır. Bunlar yaratıcı düşünme becerileri, görev alanı ile ilgili beceriler ve içsel motivasyondur.



Şekil 1.3. Birey ve Takım Yaratıcılığının Üç Bileşeni

Kaynak: E. Eren ve H. Gündüz, İş Çevresinin Yaratıcılık Üzerine Etkileri ve Bir Araştırma Doğu Üniversitesi Dergisi, C.3, S.1, s.66.

Görev alanı ile ilgili beceriler; bireyin işi kavramasını, onu daha etkin ve verimli süreçler ve metotlar geliştirerek hatasız ve ekonomik biçimde yapabilmesini gerektirir. Yaratıcı düşünme becerileri de; bireyin belirli düşünce kalıplarına saplanıp kalmamasını, yeni bakış açıları geliştirebilmesini, bir sorunu, olayı veya durumu analiz ederek, buradaki karmaşıklıklar ve ilişkileri anlayabilmesini, yeni tercih ve seçeneklere açık olmasını sağlayan becerilerine ilişkin özelliklerdir. İçsel görev motivasyonu ise; bireyin işi yapmaktan ve başarmaktan duyduğu haz ve tatmindir (Eren ve Gündüz, 2002: 67-68). Şekil 1.3.'de görüldüğü gibi yaratıcılık, bu üç bileşenin üst üste çakıştığı ölçüde artmakta veya azalmaktadır.

İnsanlar, yaşadıkları sosyal çevrenin gerektirdiği şekilde, daha fazla veya daha az yaratıcı olma eğilimindedir. Bu yüzden de yaratıcı faaliyeti teşvik edecek uygun şartlar oluşturulmalıdır (Spencer, 2012: 249). Bireylere yaratıcılık eğitimi verilerek ve uygun ortam sağlanarak, yaratıcılıklarının belirli bir düzeye kadar artması sağlanabilir

(Haşit, 2003: 2). Örgütlerde yaratıcılığı geliştirmek için, çalışanlar yeni düşünceler üretmeye ve bunları açıkça söylemeye teşvik edilmeli, inisiyatif kullanmalarına izin verilmelidir. Örgütün yaratıcı performansı, onu oluşturan çalışanların performansına ve örgütün yaratıcılığı destekleyen veya sınırlayan özelliklerine bağlıdır. Örgütlerdeki yaratıcılığı ortaya çıkarmak için sadece uygun ortamın hazırlanması da yeterli değildir (Göksel vd., 2003: 26). Çünkü beyin, yaratıcı olacak biçimde tasarlanmamıştır ve yaratıcı olmak için doğal olmayan bazı yöntemler de kullanılmalıdır (Bono, 2000: 15). Bu yöntemler arasında belki de en eski ve en bilineni olan Beyin Fırtınası, Edward De Bono tarafından geliştirilmiş Yanal Düşünme, Gordon Tekniği, beyin fırtınasının daha büyük gruplara uygulandığı Philips 66 Tekniği sayılabilir. Bütün bu değişkenlere rağmen, yaratıcılığın örgütte sürekli hale gelmesi, ancak çalışanların isteği ile gerçekleştirilebilir. Çalışanlardan gelen fikirlere açık olmak ve bunları değerlendirmek, kendi kendini yöneten takımlar gibi yönetim sistemleri kurmak, yeni fikirlerin oluşturulmasına rehberlik edecek yolları araştırmak ve yaratıcılığı ödüllendirmek çalışanlarda bu isteği uyandırmak ve yaratıcılığı etkin olarak yönetmek için yapılabileceklerden bir kaçıdır (Yıldırım, 2007: 116). Öncü (1992: 259)'ye göre, yaratıcı etkinliğe ihtiyacı olduğunu açıkça gösteren bir çevre, bunun karşılığında ödüller de sunabiliyorsa, bireylerde daha yüksek düzeyde yaratıcılık etkinlikleri ortaya çıkacaktır.

1.1.2.2 Yaratıcı Örgüt

Küreselleşme ile dış pazarlarda da fırsatların ortaya çıktığı, rekabetin ve belirsizliğin arttığı iş dünyasında, yaratıcılığı anlayabilen, alt kademesinden üst kademesine kadar her aşamada yaratıcılık yeteneklerinin ortaya çıkarabilmesine imkan veren bir örgüt yapısına sahip olan, yeni değerler üretebilen ve yeni yönetim

yaklaşımları geliştirebilen örgütler rekabette üstünlük sağlayabileceklerdir (Haşit, 2003: 5).

Başarılı örgütler, kültürlerinde ve yönetim süreçlerinde yeniliği benimseme kapasitesine sahiptirler. Örgüt kültürünün temel bileşenleri olan; paylaşılan değerler, inançlar ve çalışanlardan beklenen davranışlar, yaratıcılığı ve yeniliği örgütlerdeki sosyalleşme süreçleri sayesinde etkilemektedir. Örgütteki sosyalleşme süreci ile çalışanlar hangi davranışların kabul edildiğini ve nasıl çalışmaları gerektiğini öğrenmektedirler (Martins ve Terblanche, 2003: 67-68). Değerler arasında, yenilikçi örgütlerin karakteristiği olarak tanımlanan normlar ve varsayımlar şimdiki durumu, değişiklik yapma özgürlüğünü, takım çalışmasını, ortak hedef paylaşımını, çalışanlar arasındaki iş ilişkilerini, açık bilgi paylaşımını, esnekliği ve uyum kabiliyetini, otonomi, risk almayı, sonuç odaklılığı, yaratıcılığı, teşvik etmeyi, rekabeti, geleceğe odaklanmayı, dayanışmayı, aile olma hissini, bağlılığı, hataları kabullenmeyi, dinamizmi ve girişimciliği sınamaktadır (Jaskyte ve Dressler, 2005: 26).

Yenilikçi örgüt kültürü, değişimlere uyum, iletişim kanallarının kullanımı, takım çalışması, âdemi merkeziyetçilik, risk toleransı ve yönetimi, düşük seviyede bürokrasi, girişimin özendirilmesi, yönetimin başarısızlıklara toleransı, yeni fikirlere açıklık, çalışanlar ve bölümler arası işbirliği gibi özellikler taşımaktadır (Jucevicius, 2010: 239). Düşünme ve davranış biçimi olarak, yenilikçi kültür, işletme bünyesinde değer yaratır ve geliştirir. Yenilikçi kültürün işletmede başarı sağlaması için kurumsal yönetimin risk almada gönüllü olması, işletme çalışanlarının katılımcı olmaları ve yaratıcılığın teşvik edilerek sorumlulukların paylaşılması gereklidir (Kenny ve Reedy, 2006: 123). Çünkü yenilik, büyük ölçüde inisiyatif alan, işlerinde yaratıcı olan ve motive olmuş çalışanlara bağlıdır. Çalışanlar, fikirler üretme ve bunları yeni ve daha

iyi ürünler, hizmetler ve iş süreçleri geliştirmek için yapı taşları olarak kullanma kabiliyetleri yoluyla, işletme performansını artırmaya yardımcı olabilirler. Çalışanların davranışlarını güçlü bir şekilde etkileyen birçok faktör vardır ve bunlardan birisi de örgüt kültürüdür. Örgüt kültürü güçlü olmasına rağmen görünmezdir, fakat çalışanların davranışlarını şekillendirir ve bireylerin faaliyetlerini etkiler. Bu yüzden, kültürel değerler ile normlar yaratıcılık ve yeniliği harekete geçiren güçlü araçlardır (Nacinovic, Galetic ve Cavlek, 2009: 344-345).

Örgütsel yenilik, artan rekabetin olduğu, küresel iş ortamında faaliyet gösteren işletmeler için önemlidir (Wei, Liu ve Herndon, 2011: 19). Bugünün hızla değişen toplumunda, değişimi devam ettiremeyen, yeni teknolojileri elde edemeyen ve çevresel değişime göre ayak uyduramayan örgütler muhtemelen birkaç yıl içinde iş dünyasından silinecektir. Teknolojik yenilik, getirdiği ürün ve süreç yeniliği ile örgütlerde ihtiyaçlara cevap verebilme yeteneği kazandırır, yeni ürünler üretir, var olan pazar kalıplarını yıkarak sürdürülebilir gelişmeyi gerçekleştirebilir (Weihong vd., 2008: 13).

Hernandez-Mogollon ve arkadaşlarına (2010) göre kültür; “sadece misyon ve kabul edilmiş değerler gibi örgütün görülebilir yönleriyle değil, insanların davranış biçimleri, birbirlerinden beklentileri ve birbirlerinin davranışlarını nasıl algıladıkları” ile de ilgilidir. Örgüt kültürü, çalışanların davranışlarını etkilediği, çalışanların yeniliği örgütün temel değerlerinden biri olarak kabul etmelerine ve örgüte daha bağlı hale gelmelerine öncülük ettiği için örgüt içinde yenilikçi davranışı en çok teşvik eden faktörlerden biridir (Valencia, Valle ve Jime’nez vd., 2010: 467). İşletmenin sahip olduğu olumlu kültürel karakterler, örgüte yenilik için gerekli girdileri sağlar (Demircan ve Ertürk, 2010: 328). Wang, Guidice, Tansky ve Wang (2010)

yöneticilerin, yeni ürünler, fikirler ve hizmetler yaratmayı amaçladıklarında, örgüt kültürünü, çalışanlarını yaratıcılık ve yenilikçilik için motive etmede kullanmaları gerektiğini vurgulamışlardır.

Giderek artan dinamik rekabetçi çevrede, işletmeler arasında fiziksel kaynak rekabeti arttıkça sürdürülebilir bir rekabet avantajı yaratmak zorlaşmaktadır. İşletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmeleri sahip oldukları örgüt kültürünün açıklığına bağlıdır. Örgüt kültürünün açıklığı, demokratik katılımı ve yenilik faaliyetlerini ifade eder ve örgütlerin yenilikleri kabul etmesini, yeni ihtiyaçlarını daha hızlı ve daha iyi belirlemesini, daha sonra da stratejik ilk hamlesini yapmasını sağlar. Örgütün sahip olduğu kültür yeni fikirlere açıklık, örgütsel öğrenme kabiliyeti ve teknolojik yenilik kabiliyeti üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Weihong, Caitao ve Dan, 2008: 12). Örgütlerin kendilerine özgü birtakım özellikleri, alışkanlıkları, tutumları ve davranışları da yenilik yapmalarına engel olabilmektedir. Bu engeller genel olarak;

- Tepe yönetimin tutumu,
- Farklılıklara karşı hoşgörüsüzlük,
- Kariyer, statü ve yeteneklerin tehdit edildiği düşüncesi,
- Kısa vadeli bakış açısı,
- Risk almaktan kaçınma,
- Aşırı rasyonel düşünce,
- Araç ve kaynaklardaki yetersizlik,

– Aşırı merkeziyetçilik ve bürokratik yapı şeklinde sıralanabilir (Top, 2008: 283-284).

Oysaki örgütsel yaratıcılık geliştirildiğinde, yeni ve geliştirilmiş ürün/hizmet, ürün miktar ve kalitesinde artış, maliyetlerde düşme, işe devamsızlık ve işçi devir oranlarında düşme, müşteri tatmini, kişisel ve örgütsel olarak belirlenen hedeflere uyum, güdülenme ve iş doyumunda artış, kararlılık ve katılımcılığın artması, kişisel gelişim, inisiyatif kullanmada artış, grup etkileşimi ve ekip çalışmasının gelişimi gibi getirileri olacaktır (Gümüüşsuyu, 2005: 19-20).

1.1.3 Yaratıcılığı Ortaya Çıkaran Kùltürler

Türk Dil Kurumu'nun tanımına göre kùltür, “tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünüdür”. Tanımdan hareketle, kùltürün, her toplumda farklı özellikler taşıdığı ifade edilebilir. Kùltür, belirsizliği azaltacak, öngörülebilirliği artıracak ve böylece toplumun üyeleri arasında hayatta kalma ve gelişmeyi destekleyecek davranış biçimleri, performans standartları, kişilerarası ve çevresel ilişkilerle başatme yolları oluşturacaktır (Herbig ve Dunphy, 1998: 13). Ekonomik davranışa, devlet politikalarına, ulusal kurumlara, iş sistemlerine, bireylerin tercihlerine, beklentilerine ve isteklerine tesir eden kùltür, örgütsel davranış, yenilik ve girişimcilik kabiliyetlerini de güçlü bir şekilde etkilemektedir (Taylor ve Wilson, 2010: 235; Rinne, Steel ve Fairweather, 2013: 92). Bir kùltürü diğerinden farklılaştıran, kurumlar, iş davranışları, yönetim/liderlik kavramları ve problemlerle başa çıkma yolları, yaratıcılık ve yenilik eğilimlerini de farklılaştırmaktadır (Williams ve McGuire, 2010: 395). Örneğin, İngilizler, Amerikalılar ve Doğu Avrupalılar

randevularını programlama, başlama ve bitiş saatlerini planlama, işi zamanında bitirme gibi özellikler taşıyan doğrusal zaman yönelimine sahipken, Güney Avrupa ve Akdeniz insanları için bu yönelim geçerli olmayabilmektedir. Batılılar, mevcut durum hakkında, geçmişten bağımsız olarak hızlı bir şekilde karar verilmesini beklerken, Asyalılar için geçmiş şu anda verilecek kararın alt yapısını oluşturmaktadır ve karar vermek uzun bir süreç gerektirmektedir. Amerika ve Batı Avrupa kültürlerinde görev odaklı liderlik yaklaşımı; Asya, Afrika, Arap ve Latin kültürlerinde ise ilişki odaklı liderlik yaklaşımları görülmektedir. Anglo-Amerikan kültürde rekabetçi davranma eğilimi varken; Latin, Afrika, Asya kültürlerinde daha çok işbirlikçi davranış söz konusudur. Afrikalılar, Asyalılar ve Araplar başarı/başarısızlıklarının nedenlerini dış çevre faktörlerinde görürlerken, yani dışsal kontrol merkezi eğilimlilerken; Avrupalılar ve Amerikalılar ise kendilerini geliştirmeye önem verirler ve belirgin bir şekilde içsel kontrol merkezi eğilimlilerdir (Barutçugil, 2011: 35-45). Bu örnekler çoğaltılabilir ama temelde anlatılmak istenen, her kültürün, bireylerinin hayatına yansımada meydana getirdiği farklılıklardır. Hayatın her alanında etkisini gösteren kültür, tabi ki, yaratıcı olma kapasitesi üzerinde de etkilidir. Nasıl katı bir hiyerarşi, toleransa, dinlemeye ve eşitliğe dayanan yaratıcılığın ortaya çıkmasını zorlaştırıyorsa; bir şehrin, bölgenin veya ülkenin kültürü de otokrat veya yozlaşmış ise fikirlerin ortaya çıkmasını ve ihtimallerin serbest akışının icatlara dönüşmesini zorlaştırır (Landry, 2007: 6).

Yenilik, ekonomik gelişmede önemli bir güçtür. Fakat genellikle kültür kavramlarının içine konulan problemler yüzünden engellenir. Çünkü kültür, insanların davranışlarını birleştirirken, aynı zamanda insanlar arasında engeller de yaratabilir. İnsanların inançları ve davranışları, yeni fikirlerin geliştirilmesi ve uygulanması

sürecini engelleyebileceği veya katkıda bulunabileceği için, yenilik, çeşitli sebeplerle kültürün sonuçlarıyla karşılaşmış olur (Kaasa ve Vadi, 2010: 583). Yaratıcılık ve girişimcilik çabalarını destekleyen ve değer veren kültürler, daha fazla sayıda ve daha kaliteli yenilikler gerçekleştirecektir, teknik kabiliyet ve daha yüksek eğitimle ödüllendirilen bu ülkeler yenilikçilik arayışlarında başarılı olacaklardır. Yaratıcılık ve girişimcilik çabalarını destekleyen bu kültürlerin,

- Belirsizliklerle yüzleşmeye ve dengeli risk almaya istekli olması,
- Hızlı bir şekilde, zamanında ve istekli bir şekilde değişimi kabul etmesi,
- Uzun dönemli dinamik uyum karakteristiklerine sahip olması beklenmektedir (Herbig ve Dunphy, 1998: 16).

Daha önce de ifade edildiği gibi, bir toplumun yaratıcı düşünme becerisi ve yenilik yapma kapasitesi, o toplumun birey ve kurumlarına bağlıdır; eğitim sisteminden, devletin yönetim şeklinden veya kültürel değerlerinden etkilenir (Yıldırım, 1998: 240-243). Kültürel kurallar ve toplumsal koşullandırmalar davranışları önemli ölçüde belirlediği için, bireyin kendiliğinden yaptığı davranışların veya gösterdiği tepkilerin önemli bir kısmı da kültür tarafından belirlenir, böylece birey de, içinde yaşadığı kültürden etkilenir (Sargut, 2010: 60). Dolayısıyla, yaratıcılık, kültürel bir süreçtir ve özellikle, farklı alanlarda uzmanlıkları olan bireylerin fikir alışverişinde bulundukları ortamlarda ortaya çıkar; risk almanın ve deney yapmanın kısıtlandığı veya engellendiği değil, onaylandığı ve teşvik edildiği atmosferlere ihtiyaç duyar (Robinson, 2003: 20). Bu yüzden de, kişilerarası ilişkilerin iyi olduğu, kişisel otonomi ve bilgi üretimini cesaretlendiren ortamlar, yaratıcı başarıyı ortaya çıkartırken; güvensizliğin, yetersiz iletişimin, sınırlı bir kişisel otonominin ve belirsizliğin olduğu ortamlarda yaratıcılık engellenmiş olur. Yaratıcı

fikirler, yeni buluşları kolaylaştıran, yeni fikirlerin uygulamaya konmasını cesaretlendiren, kişilerin yaratıcı çabalarını önemseyen ve kabul eden ortamlarda ortaya çıkar (Öncü, 1992: 260).

Kültür ve yaratıcılık konusunu incelerken, Hofstede'in kültürel boyutlarına da değinmek gerekmektedir. Hofstede'in, belirsizlikten kaçınma, bireyci-toplulukçu, güç mesafesi, eril-dişil, uzun dönem odaklılık-kısa dönem normatif odaklılık¹ ve hoşgörülü-baskıcı olmak üzere altı temel kültür boyutu mevcuttur. Bu boyutlar da sahip oldukları özelliklerle kültürün, yaratıcılık ve yenilik üzerindeki etkilerini göstermektedir.

Belirsizlikten Kaçınma: Belirsizlikten kaçınmanın düşük olduğu toplumlarda bireyler risk alma eğilimindedirler, kendilerinininkinden farklı düşünce ve davranışlara daha toleranslıdır, yeni fikirlere ve değişime daha açıktırlar, dolayısıyla da girişimcilik ve yenilik daha yüksektir. Belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu toplumlarda ise, bireyler yenilikleri tehdit olarak algılama eğiliminde oldukları için risk, yenilik ve değişime karşı direnç oluştururlar ve bu da yeniliğin yayılımını ve kabullenilmesini yavaşlatır. Örneğin, belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu ülkelerde, yeniliği kabul etme oranı düşüktür, çünkü müşteriler var olan ürün ve hizmetleri tercih etmektedirler (Efrat, 2014: 14; Herbig ve Dunphy, 1998: 16; Rauch, Frese, Wang, Unger, Lozada, Kupcha, ve Spirina, 2013: 736; Tolba ve Mourad, 2011: 7-9). Oysaki risk alma, yeniliği teşvik etmedeki temel faktördür. Yenilik, risk almayı ve hatta yapıcı başarısızlığı destekleyen kültürlerde daha fazladır (Lin, 2009: 1289).

¹ Literatürde kısa dönem odaklılık boyutu için normatif, tutuculuk/sabitlik (monumentalism); uzun dönem odaklılık boyutu için ise pragmatik, esneklik/alçak gönüllülük (flexumility- flexibility ve humility) terminolojileri de kullanılmaktadır (bkz. Hofstede, 2016).

Dolayısıyla, düşük belirsizlikten kaçınma, daha yüksek yenilikçilik oranı ile sonuçlanmaktadır (Westwood ve Low, 2003: 251; Singh, 2006; Rinne vd., 2013: 130).

Bireycilik-Toplulukçuluk: Bireyci kültürlerde bireyler arasında daha gevşek ilişkilerin olduğu; toplulukçu kültürlerde ise bireylerin grubun faydasını arttıracak şekilde hareket etmeleri sonucu daha sıkı ilişkiler geliştirdikleri ve böylece bireyler arasındaki iletişimin daha yüksek olduğu belirtilmektedir. Bireyci ülkelerdeki örgüt çalışanları, yeni ürünleri geliştirme ve denemede toplulukçu ülkelerdeki örgüt çalışanlarından daha özgürdür. Bu özgürlük de bireylerin düşüncelerini ve yaratıcı şekilde hareket etmelerini sağlar ve yenilik sürecinin bütün aşamalarındaki aktörler yani bilim adamları, girişimciler, yatırımcılar ve hatta tüketiciler için pozitif bir anlam ifade etmektedir (Everdingen ve Waarts, 2003: 221; Taylor ve Wilson, 2010: 237). Yeniliği başlatma çoğu zaman, bireysel bir hareket olarak görülmektedir. Dolayısıyla, bireyci toplumlarda çalışanlar yeni şeyleri denemek için daha fazla fırsata sahiptir (Kaasa ve Vadi, 2010: 586-587). Toplulukçu toplumlar, yukarı doğru iletişimi engelleme, aşırı merkezileştirme, kural ve prosedürlere aşırı güvenme ve genellikle yeniliğe eşlik eden radikal sosyal değişimlere direnme eğilimindedirler (Taylor ve Wilson, 2010: 237).

Toplumun bireyciliği ve yenilikçi potansiyeli arasında pozitif bir ilişki vardır (Herbig ve Dunphy, 1998: 15; Everdingen ve Waarts, 2003: 221; Rinne vd., 2013: 130).

Güç Mesafesi: Güç mesafesinin yüksek olduğu kültürlerde merkezi hiyerarşik yapılar tercih edilirken; güç mesafesinin düşük olduğu kültürlerde, mekanik örgütlerden daha fazla Ar-Ge bütçesine sahip olma eğiliminde olan, âdemi merkeziyetçi yapıdaki organik örgütler ön plana çıkmaktadır. Organik yapılar,

yeniliğe daha fazla imkân vermektedir. Bürokrasinin yaratıcı insanların hiyerarşik örgüt yapısına uygun olarak çalışmasını beklemesi, yaratıcı faaliyeti azalttığı için, yenilikçiliğin daha az bürokratik çevrelerde ortaya çıkma ihtimali daha yüksektir (Herbig ve Dunphy, 1998: 16; Williams ve McGuire, 2010: 398; Lin, 2009: 1289).

Düşük güç mesafesi, bireylerin daha özgür olmalarına, kendi fikirlerini araştırmalarına ve statüko ile mücadele etmelerine imkan verdiği için bireylere yenilikçi bir ortam sunmaktadır. Katı hiyerarşi, merkezileşme, kurallara ve düzenlemelere vurgu, uyum, iletişimin ve fikirlerin özgür/serbest akışını sınırlama anlamına gelen yüksek güç mesafesi ise, yaratıcılık ve yenilik potansiyelini sınırlandırmaktadır (Westwood ve Low, 2003: 249). Dolayısıyla, güç mesafesi ile yenilik arasında negatif yönlü bir ilişki vardır ve yüksek güç mesafesine sahip ülkelerde yenilik oranları daha düşüktür (Rinne vd., 2013: 130; Singh, 2006).

Erillik-Dişilik: Eril değerler; rekabet, hırs, kariyer, başarı gibi özellikler içermektedir. Başarıyı göstermenin sembolik yollarından birisi de, en yeni ürüne sahip olmak, ürünün başarı ve statü getireceğini umut etmek şeklinde kendini gösterebilir. Dişil kültürlerde ise, ilişkiler, alçakgönüllülük ve şefkatin daha önemli değerler olduğu belirtilmektedir. Dişil kültürlerde tanınma ve yükselme daha az etkileyici güdüler olarak öne çıkmaktadır. Eril kültürler, çıktılar ve performans üzerinde dururken; dişil kültürler, ürün yeniliği uzmanlığındaki farklılıkları gösteren süreçleri ve estetiği vurgulamaktadır (Herbig ve Dunphy, 1998: 16).

Eril ve dişil kültürlerin yenilikle ilişkisi üzerine yapılan çalışmalarda farklı sonuçlar elde edilmiştir. Eril kültürlerin başarı, ödüller ve performans üzerine yaptığı vurgunun yeniliği desteklediğini ileri sürenlerin (Everdingen ve Waarts, 2003: 221; Singh, 2006; Efrat, 2014: 14) yanı sıra, dişil kültürlerin sahip olduğu sıcak ve

destekleyici iklimin yeni ürün geliştirme projelerini pozitif bir şekilde etkilediğini iddia edenler (Lin, 2009: 1289) veya erilik/dişilik boyutu ile yenilik arasında bir ilişki olmadığını savunanlar vardır (Rinne vd., 2013: 130).

Kısa-Uzun Dönem Odaklılık: Toplamlar, bugünün ve geleceğin zorlukları ile mücadele ederken, geçmişleriyle de bağlantılarını sürdürmek zorundadırlar ve bunu da farklı şekillerde gerçekleştirirler. Örneğin, kısa dönem odaklı toplamlar eski gelenek ve normları sürdürmeyi tercih edip, toplumsal değişimlere şüphe ile yaklaşırken; uzun dönem odaklı toplamlar, daha faydacı bir yaklaşım sergilerler ve bir geleceğe hazırlanma yolu olarak modern eğitimdeki çabaları desteklerler (bkz. Hofstede, 2016). Ayrıca, uzun dönem odaklılık, tutumluluk ve azim içerir. Azim de yaratıcılık içerir ve yenilikçi bir toplum olabilmek için gerekli kültürel bir karakteristiktir. Geçmiş yönelimli kültürler, problemlerin çözümünde zaten var olan, denenmiş ve test edilmiş rutinleri ve yöntemleri kullandıkları için ve de değişime daha fazla direnç gösterdikleri için daha az yenilikçilerdir (Westwood ve Low, 2003: 252-253).

Hoşgörölü-Baskıcı: Michael Minkov tarafından eklenen bu boyutta, hoşgörölü olma, hayatın tadını çıkartma ve eğlenme ile ilgili temel ve doğal insan arzularının görece olarak özgürce tatmin edildiği bir toplumu ifade ederken; kontrollü olma, sıkı sosyal normlar vasıtasıyla ihtiyaçların tatmininin kontrol edildiği bir toplumu ifade etmektedir (Hofstede, 2011: 15). Hoşgörölü kültürlerde, mutluluğu arama, kontrollü kültürlerle oranla daha değerlidir (Agodzo, 2015: 6).

İçinde bulunulan çevrenin yaratıcılık üzerine etkisi, kültür ve yaratıcılık etkileşimini gözler önüne sermektedir. Çünkü bazı kültürler yaratıcılığı ve yeniliği desteklerken, bazıları baskı altına alan veya yok eden nitelikler taşımaktadır.

Yaratıcılığı ve yenilikçiliği destekler nitelikteki kültürler olarak, bireyciliği, bağımsızlığı ve orijinallliği temel alan Batı kültürleri örnek verilirken; toplulukçuluğa, uysallığa ve herkes gibi olmaya teşvik eden Doğu kültürlerinin yaratıcılık ve yenilikçiliği olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Örneğin, Almanya ve Amerika’da orijinallik ödüllendirilirken; yaratıcılığın temeli olan bağımsız düşünme ve yargılama, Hintli ve Filipinli aileler ile öğretmenler tarafından hoş görülmemektedir (Rudowicz, 2003: 278).

Kharkhurin ve Motalleebi (2008), kültürün yaratıcılık üzerine etkisini araştırdıkları makalelerinde, çevrenin ekonomik, politik, sosyal ve kültürel yönlerinin yaratıcılığın hem düzeyini hem de nasıl değerlendirildiğini etkilediğini belirtmişlerdir, Amerikalı, Rus ve İranlı üniversite öğrencilerinin yaratıcılıkları üzerine bir araştırma yapmışlardır. Amerika ve İran’ı seçme sebepleri: Amerika’nın bireyci bir ülke iken, İran’ın toplulukçu bir ülke olması; politik rejim olarak, Amerika demokratik bir ülke iken, İran’ın otoriter bir ülke olması; Amerika’da aileler ve eğitim çocukların rahat ve bağımsız olarak yetiştirilmesine önem verirken, İran’da daha müdahaleci, bağımlı ve daha uysal çocukların yetişmesidir. Amerika ve İran’ın sosyal, politik ve eğitim açısından oldukça farklı olduğu görülmektedir. Üçüncü ülke olarak Rusya’nın seçilme sebebini ise, her açıdan (kültür, rejim, coğrafya) bu iki ülkenin ortasında yer alması ve çoğu Doğu Avrupa ülkesi ile benzer özellikler taşıırken, giderek azalan düzeyde olmasına rağmen, toplulukçu bir yapıya sahip olması olarak açıklamışlardır. Araştırmalarının sonucunda, Amerika ve Rusya birbirine oldukça yakın yaratıcılık ve yenilikçilik düzeylerine ulaşırken, İran onların oldukça gerisinde yer almıştır. Bunun sebepleri arasında da, İranlıların “Ne yapmalı?” sorusunu kullanmaktan kaçınmaları, eğitim sisteminde tek bir doğru sonucun bulunmasını sağlayan, var olan bilgilerin

kullanılmasına vurgu yapılması, kültürlerinde yer alan belirsizlikten kaçınma, orijinal çözümler yerine daha ortak geleneksel çözümler aramaları gibi nitelikler sayılmıştır. Böylece Batı (Amerika) kültürünün yaratıcılığı destekleyen, Doğu (İran) kültürünün ise, engelleyen bir yapıda olduğunu ileri sürmüşlerdir.

Yaratıcılık ve kültür üzerine yapılan bir başka araştırmada da, Güney Kore'nin Konfüçyüsçü yaklaşımı ile Amerika'nın bireyci yaklaşımını birbiri ile kıyaslanmıştır. Kore'nin aksine, Amerika'daki yaratıcılığın eğitimden ziyade kültürle teşvik edildiği vurgulanmış ve bireysel yaratıcılığı arttırmak için, kültürün, yaratıcı stratejiler ve yeteneklerden daha etkili olduğu belirtilmiştir. Konfüçyüsçü bir ailenin, çocuklarının da düşüncelerini etkilediği dolayısıyla onların yaratıcılığında etkisi olduğu vurgulanmıştır. Korelilerin “yaratıcılığın toplumu nasıl etkilediğini” tanımlamaya çalışırken, Batıların “toplumun yaratıcılığı nasıl etkilediğini” tanımladıklarını, yani Kore’de çevrenin yaratıcılık üzerine etkisinin göz ardı edildiği vurgulanmıştır (Kim, 2010: 131-135).

Afrika- Arap İslami kültürlerinde de orijinal fikirler ve ürünler ahlaki ve dini değerler tarafından onaylandığında kabul edilebilmekte ve yaygınlaşmaktadır. Çin kültüründe ise, yaratıcılığın tamamlayıcı parçaları erdem ve sosyalliktir. Örneklerden de anlaşılacağı gibi, Doğu kültürleri yaratıcılığa sezgisel olarak yaklaşırken, Batı kültürleri mantıksal olarak ele almaktadır (Rudowicz, 2003: 273-290).

Türk kültüründe ise, bireylerin kendiliğinden, doğaçlama olarak davranışta bulunması ve yaratıcılığı hem ailede ebeveynler tarafından, hem okulda öğretmenler tarafından hem de çalışma hayatında amirleri ve çalışma arkadaşları tarafından engellenmektedir. Büyüklere saygı olarak nitelendirilen ancak itaatten başka bir şey olmayan, söz dinlemek, uyumlu olmak, büyüklerin isteklerini yerine getirmek toplum

tarafından takdir edilen davranışlardır. Ayrıca, Türk toplumunun sahip olduğu koruyuculuk, yardımseverlik özellikleri, ebeveynlerin çocuklarına özerklik tanımak, kendilerine güven duymalarını sağlamak yerine, sürekli koruma, kollama ve engelleme içinde olmalarına sebep olmaktadır. Herhangi bir işi kendi kendine yapmak isteyen çocuk engellenmekte, azarlanmakta veya onun yerine yapılmaya çalışılmaktadır (Gültekin ve Voltan-Acar, 2004: 29-31). Bu nedenledir ki, Türk aile yapısının utangaç, sıkılgan, özgür karar verme yeteneğinden yoksun, yenilik ve değişim yapmaktan korkan, yaratıcılığı engelleyen, eleştiriye kapalı, yaşamı ve kendini sevmeyen ve otoriteye boyun eğen bireyler yetiştirdiği ileri sürülmektedir (Gümüüşsuyu, 2005: 10-13).

Türk aile terbiyesinde itaati, uyumu, otoriteye bağlılığı sürekli vurgulayan ve onaylayan davranışların olduğu; yaratıcılığın, bağımsızlığın ve duyguların ifade edilmesinin ise engellendiği ifade edilmektedir (Gültekin ve Voltan-Acar, 2004: 30). Yönetim ve yönetici açısından bakıldığında ise, Türk yönetiminin ve yöneticilerinin özellikleri arasında eleştirilmeyi hiç sevmemeleri, fakat sık sık eleştiri yapmaları, özgüven eksikliklerinin olması, merkeziyetçi ve mevzuatçı olmaları, iletişimi üstten asta doğru tek yönlü olarak algılamaları, işbirliğine çok açık olmamaları, “Nasıl olur?” sorusu yerine “Neden olmaz?” sorusuna yönelmeleri, farklılık ve çeşitliliğe sıcak bakmamaları, inisiyatif kullanamamaları ve risk almaktan korkmaları (Toktamış, 2004: 66-69) sayılmaktadır. Şahin (2005: 182), bu özelliklere bilimsel yönetim ve uygulamalardan uzak olmayı, eş - dost ilişkilerine önem vermeyi, stratejik planlama ve düzenli iş görme alışkanlığının olmamasını, değişikliklere direnme eğiliminin olmasını, yetki devrine sıcak bakmamayı, sorumluluktan kaçmayı, çağdaş denetleme yöntemlerinden yararlanmamayı, şeffaf yönetim anlayışından uzak olmayı, statü

sembollerine önem vermeyi (araba, lojman ve lüks çalışma imkanları), etkili iletişim sistemine sahip olmamayı da eklemektedir. Toplumda da, risk almama ve elindekini kaybetmeme güdüsüyle, bu güdüyü tatmin edecek örgüt, yazılı kurallar, çalışma arkadaşları, iş gibi unsurlara adanma eğilimi vardır ve bu da çalışanların sadece yazılı kuralları izlediklerini, yenilik yaratmaktan ve farklı davranmaktan kaçındıklarını ortaya koymaktadır (Gümüşsuyu, 2005: 10-13). Bütün bu özellikler de yaratıcılığın ortaya çıkarmasına engel olmaktadır.

Zel (1999), Türk ve İngiliz yöneticileri karşılaştırdığı çalışmasında, Türk ve İngiliz kültüründeki yöneticilerin farklı oldukları noktaları belirlemiştir. İngiliz yöneticilerin özellikleri arasında; yönetilmektense yönetmeyi tercih etme, düşük ikna kabiliyeti, ilişkilerde mesafeyi korumaya çalışma, yüksek empati kabiliyetine sahip olma ama bunu bireysel amaçlar için kullanma, pratik olmalarına rağmen verileri etkin şekilde kullanamama, değişim yönelimli olmalarına rağmen yenilikçi kabiliyetlerini bu yönde kullanamama, iyimser olma, diğer insanları eleştirmekten hoşlanmama, idealist olmama ve statüye önem vermeme sayılmaktadır. Türk yöneticilerin özellikleri ise, fazla sosyal olmama fakat insanlarla iyi ilişkiler kurmada başarılı olma, yönetilmektense yönetilmeyi tercih etme, baskın bir kişilik yapısına sahip olmama, yüksek hoşgörü sınırlarına sahip olma, kuvvetli empati yeteneği, kavramsaldan ziyade soyutla ilgilenme, mümkün olduğunca yenilikçi yetenekler sergilerken geleneksel yöntemlere de bağlı kalma, kararlarında sezgisel yaklaşımlar kullanma, detaycı olma, riskten kaçma, sık iş değiştirmeyi sevmeme, duygularını kontrol etmede başarısız olma şeklinde sıralanmaktadır (Zel, 1999, akt. M. Arslan, 2001: 343-344). Marcoulides, Yavas, Bilgin ve Gibson (1998) da, Amerikalı ve Türk yöneticileri kıyasladıkları

alışmalarında, Türk yöneticilerin Amerikalı meslektaşlarına göre daha fazla otokratik ve daha az uzlaşmacı tarzı benimsediklerini vurgulamışlardır.

Genel olarak kültürel farklılıklara bakıldığında, Almanların, denenmiş, başarılı olmuş ve oturmuş süreçlere çok bağlı oldukları belirtilirken; Batı Avrupa lkeleri ile kıyaslandığında, Doğu Avrupa lkelerinin değişime daha az istekli oldukları ileri sürülmektedir. Değişimin ve yenilikçi teknolojinin öncüleri olarak Amerikalılar ilk sırada yer alırken, onları, eşıtlıkiliğin ve çok kültürlülüğün örnek ülkeleri olan Kanada ve Avustralya'nın takip ettiği ifade edilmektedir. İngilizlerin, teorik olarak yenilikçi olsalar da, uygulamada aynı başarıyı gösteremedikleri belirtilmektedir (Barutçugil, 2011: 191). Türklerde ise davranış olarak yaratıcılığın hem ailede hem de eğitim sırasında desteklenmek, teşvik edilmek yerine cezalandırıldığı vurgulanmaktadır (Gültekin ve Voltan-Acar, 2004: 30).

1.2 Yenilik

OECD (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü) ve Eurostat'ın (Avrupa İstatistik Ofisi) birlikte yayınladığı Oslo Kılavuzu'na (2005) göre yenilik, "İşletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet) veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi veya yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesidir". Kısaca, bir ürün, hizmet, üretim süreci veya teknolojide yapılan değişiklikler olarak da tanımlanabilir. Herhangi bir yaratıcı düşünce ticarileşmişse ve yarattığı fayda ile verimliliği arttırmışsa "yenilik" olarak değerlendirilir. Yaratıcılıkla üretilen düşünce ve fikirlerin yaşama geçirilmesi, icat ve yeniliklerin kaynağını oluşturur. Her yeniliğin ve icadın kökeninde yaratıcılıkla elde edilmiş fikirler vardır (Eren ve Gündüz, 2002: 66).

Batı toplumlarında, yenilikler, tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişin başladığı zamandan bu yana bu ülkelerin sanayilerinin gelişmesini sağlamış ve Batı kültürünün temel değeri haline gelmiştir. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişin gerçekleştiği günümüzde de daha fazla önem kazanmıştır. Yusuf ve Nabeshima'nın (2005: 109) da ifade ettiği gibi, orta ve yüksek gelirli ekonomiler için, daha yüksek bir büyüme payına sahip olmada yenilik yapma kabiliyeti kaynak girdilerden daha belirleyici olmaktadır.

Yenilik yapma, bir ihtiyacı veya sorunu giderebilmek amacıyla farklı çözümler geliştirme ve uygulamaya koyma sürecidir. Bu süreç, işi, işi yapan araçları, sistemleri, teknikleri, aşamaları, teknolojileri, maliyetleri ve teknik bilgileri içerir. Yenilik, sadece ürün ve hizmet alanlarında yapılan etkin ve verimli değişimler olarak algılanmamalıdır. Yenilikler, yeni donanım, araç-gereç, iş yeri, örgüt, yönetim ve kültürü de kapsar (Top, 2008). Kısaca, yaratıcılığa, bireysel düzeyde, yeni ve yararlı fikirler üretme; yeniliğe ise, bu fikirlerin ele alındığı, değerlendirildiği, geliştirildiği, değiştirildiği, açıklandığı ve sonunda ticarileştirildiği ve/veya uygulandığı bir süreç denilebilir (McLean, 2005: 240).

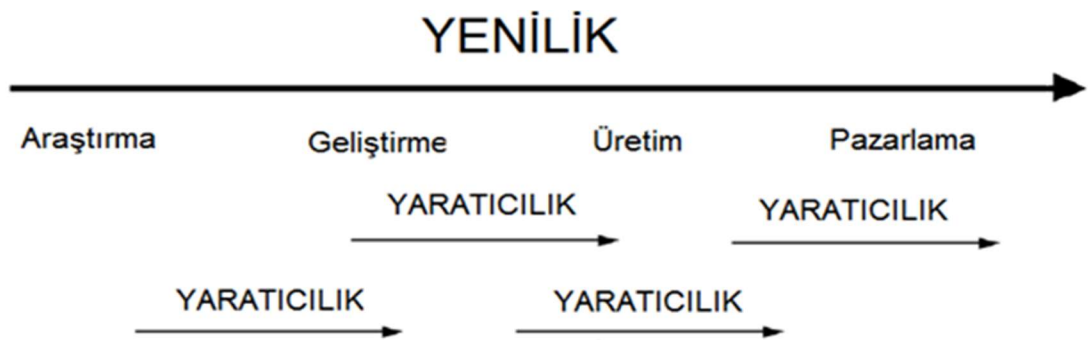
Yenilik ve yaratıcılık kavramları birbirine çok yakındır. Yaratıcılık, fikir üretme olarak tanımlanırsa; yenilik de, fikirlerin yeni ürün ve hizmetlere dönüşmesi anlamına gelmektedir. Yenilik, amaçlanan bir değişim, olmayan bir şeyi hayal etme kapasitesini yansıtan bir davranış veya fikir ile başlayan ve uygulama ile sona eren bir süreçtir. Yenilik, bilginin yaratıcı uygulamasından doğar. Bu yüzden iki önemli girdiye ihtiyacı vardır: Yaratıcılık (artistik, bilimsel veya diğer) ve bilgi birikimi (Yusuf, 2007: 1).

Organizasyonların yapısını değiştiren ve yeteneklerini arttıran yenilik, yeni fikirlerin, ürünlerin ve uygulamaların ticari alana girmesini sağlayan, girişimci faaliyet

ve teknoloji ticareti için gerekli pazar teşviklerini de arttırmaktadır (Yusuf, 2007: 1). Yaratıcılık ve yenilik aracılığıyla örgütlerin rekabetçiliği üzerinde etkisi olan içsel faktörler şu şekilde sıralanmaktadır:

- Örgütsel strateji ve kaynakların ulaşılabilirliği,
- Yeni teknolojiler,
- Ar-Ge faaliyetlerinin yoğunluğu,
- Örgütsel kültür ve iletişim,
- Örgütsel yapı ve
- Çalışanların motivasyonudur.

Yaratıcılık ve yenilik, örgütün yönetiminden, ürünlerin şekline kadar işletmenin her aşamasında mevcuttur. Artan rekabet ile örgütler hızlı değişimlere maruz kalmışlardır ve pazar pozisyonlarını korumak ve devam ettirmek için çaba harcamaktadırlar. Kârlılıkları ve gelecekleri büyük ölçüde yaratıcılık derecelerine bağlıdır (Ivanovici ve Mândruleanu, 2008: 2051-2053).



Şekil 1.4. Yenilik ve Yaratıcılık İlişkisi

Kaynak: V. Manolache ve M. Basu, (2010), Creativity is the Future, Metalurgia International, Vol.XV, No.4, ss.35.

Yaratıcılık kaynaklarının araştırılması ve geliştirilmesi, yenilikçi bir kültürün oluşturulmasını gerektirir (Robinson, 2003: 9). Şekil 1.4.'te de görüldüğü gibi, yaratıcılık, yenilik sürecinin vazgeçilmez bir unsurudur ve yeni geliştirilen fikirlerin yenilik süreciyle bütünleştirilmesi gereklidir. Hatta yaratıcılık, yenilik sürecinin ön şartıdır (Manolache ve Basu, 2010: 35) ve yeniliği benimseme süreci yaş, yaşanan bölge gibi demografik; ücret, sosyal sınıf gibi sosyo-ekonomik; kişilik gibi psikografik ve değerler sistemi, etnik köken gibi kültürel karakteristiklere göre farklılıklar göstermektedir (Daghfous, Petrof ve Pons, 1999: 314).

1.2.1 Yenilik Süreci

Yenilik süreci, araştırma, geliştirme, uygulama ve ticarileştirme aşamalarından oluşur. *Araştırma aşaması*, yeni ürünleri ortaya çıkaracak bilgiyi elde etmede, mevcut ürünleri geliştirmede ve böylece işletmelerin varlıklarını sürdürmede temel fonksiyondur. Bu aşamada, yenilikçiliğe temel olabilecek fikirler araştırılır. Pazardaki fırsat fark edilince, ortaya çıkan yenilik düşüncesi, fikrin işe yarayıp yaramayacağı, işletmenin fikri hayata geçirmek için gerekli teknik bilgiye sahip olup olmadığı, fikrin müşteriler için yararlı olup olmadığı, maliyetinin ne olacağı gibi sorular yanıtlanarak, düşünce değerlendirilir. Bu sorulara olumlu yanıtlar veren düşünceler, geliştirme aşamasına geçer. *Geliştirme aşamasında*, teorik düzeyde bulunan yenilikçi düşünce gerçek bir ürüne/sürece dönüştürülür ve daha sonra geliştirilmesi başarılı olan ürünün/sürecin ilk örneğinin denendiği ve izlendiği *uygulama aşamasına* geçilir. Son olarak, süreç, uygulama aşamasını başarıyla geçen yeni ürünün pazara sunulduğu *ticarileştirme aşaması* ile tamamlanır (Luecke, 2008: 15; İraz, 2005: 117-119).

1.2.2 Yenilik Türleri

Oslo Kılavuzu'nda (2005) dört yenilik türü olduğu belirtilmiştir: Ürün yeniliği, süreç yeniliği, pazarlama yeniliği ve organizasyonel yenilik. *Ürün yeniliği*, yeni bir mal/hizmetin veya teknik özelliklerinde, bileşenlerinde ve malzemelerinde, kullanıcıya kolaylığında ve diğer işlevsel özelliklerinde önemli derecede iyileştirmeler yapılmış bir mal/hizmetin sunulmasıdır. *Süreç yeniliği*, yeni bir sürecin veya teknik, teçhizat ve/veya yazılımları önemli derecede iyileştirilmiş bir üretim veya teslimat yönteminin uygulanmasıdır. *Pazarlama yeniliği* ise, pazarlama karmasında önemli değişiklikleri kapsayan yeni bir pazarlama yöntemidir. *Organizasyonel yenilik* de, firmanın ticari uygulamalarında, iç ve dış ilişkilerinde yeni bir organizasyonel yöntem uygulanmasıdır.

Yenilik ile ilgili birçok sınıflandırma mevcuttur. Var olan teknoloji ve yöntemlerden farklı bir yenilik sunmak *radikal yenilik* iken, var olanı geliştirerek veya yeniden yapılandırarak, radikal yeniliği tamamlayıcı nitelikte gerçekleştirilen yenilik *aşamalı yenilik* olarak adlandırılır (Luecke, 2008: 3-4). Ürün, hizmetler ve üretim sürecini kapsayan *teknik yenilikler* ile örgütsel yapı ve yönetim süreçlerini kapsayan *yönetimsel yenilikler* de diğer yenilik türlerine örneklerdir (Damanpour, 1991: 560).

Chesbrough (2011) da, firmaların, kendi kaynaklarıyla sınırlı kalarak, kendi fikirlerini üretip, geliştirip, ticarileştirdikleri, geliştirdikleri yenilik modelini *kapalı yenilik* olarak adlandırırken, günümüzde firmaların kendi fikirlerinin yanı sıra dışsal fikirleri de kullanmaları ve ticarileştirmeleri gerektiğini belirtmiş, bu yenilik türünü de *açık yenilik* olarak adlandırmıştır.

Sosyal bir ihtiyacı karşılamak amacıyla, genelde, sosyal amaçlar güden örgütler tarafından gerçekleştirilen yenilikçi faaliyetler ve hizmetler *sosyal yenilik* (Mulgan, 2006: 146), pazarın en alt kademesinde ortaya çıkan bir ürün veya hizmetin, daha sonra tüm pazara yayılarak, pazarda var olan rakiplerinin yerini almasını sağlayan türdeki yenilik ise *yıkıcı yenilik* olarak adlandırılmaktadır (Christensen, 1997). Yeniliğin ilk olarak Çin, Hindistan gibi gelişmekte olan ülkelerde ortaya çıkıp, gelişmiş ülkelere transfer edilmesi de *tersine yenilik* olarak ilgili yazında yerini almıştır (Govindarajan ve Trimble, 2012: 5; Sinha, 2013: 71).

1.3 Girişimcilik

Girişimci, emek, sermaye ve doğal kaynaklardan oluşan üretim faktörlerini bir araya getirerek, yeni mal ve hizmetler üreten, bunu yaparken de kâr amacı güden ve riski üzerine alan üretim faktörüdür. Marshall (1948)'a göre, başarılı bir girişimci, tüketici tercihlerini tahmin edebilen, bu tercihleri karşılayacak teknolojilere sahip olan, piyasadaki rakiplerin tercihlerini tahmin edebilen ve bunları yaparken de risk alan kişidir. Marx'a göre de girişimci yaratıcıdır, çünkü girişimcinin temel amacı kârdır ve kârını maksimize etmek için sürekli bir teknolojik arayış içindedir ve bu teknolojik ilerleme de toplumsal değişimin temelini oluşturur. Schumpeter de girişimciyi, “yeni bir ürün üretmek veya mevcut bir ürünü yeni bir metotla üretmek amacıyla firma kuran kişi” olarak tanımlamıştır. Marx da, Schumpeter de yenilikleri, ekonomik gelişmenin motoru olarak görmektedirler ve bu nedenle girişimcilerin korunması, teşvik edilmesi ve cesaretlendirilmesi gerektiğini savunmaktadırlar (Akt. Tiryaki, 2012: 14-16). Dolayısıyla, girişimcilik, yenilik ve ekonomik büyümenin yapıtaşı olarak kabul edilmektedir.

Yenilik, yeni bir fikirle başlayan ve pazara girişle sonuçlanan bir süreçtir ve girişimcilik, örgütlerde yeniliklerin teşvik edilmesini ve yeniliklerden yararlanılmasını sağlayan proaktif bir davranıştır (Wang vd., 2010: 767). Stam (2008) ise, “Girişimcilik ve Yenilik Politikası” adlı makalesinde girişimciliği “yeni ekonomik faaliyetlerin ve örgütlerin oluşturulması (Schumpeteryan girişimcilik), mevcut faaliyetlerin ve örgütlerin dönüşümü (kurumsal girişimcilik)” olarak tanımlamaktadır. Girişimcilik temelde üç boyuttan oluşmaktadır. Birincisi, yeni veya eşsiz ürünler, hizmetler veya süreçler geliştirme yani yenilikçilik; ikincisi, başarısızlıkla sonuçlanabilme ihtimali olan fırsatları yakalama isteği yani risk alma; üçüncüsü ise, yaratıcı görüş tamamen uygulanana kadar, engellerin üstesinden gelmek için sürekliliğe ve yaratıcılığa vurgu yapmak yani proaktifliktir (Morris vd., 1993).

İşletme düzeyinde bakıldığında, doğru bir kültürel çevreye sahip olan işletme çalışanlarının çoğu girişimciliğe ve yeniliğe yatkın olabilmektedir. Yenilik ve girişimcilik kültürü olan örgütlerde, ödüller, başarısızlığa tolerans ve örgüt üyelerinin yeni fikirlere, yaratıcılığa, öğrenmeye, işbirliğine, esnekliğe ve biçimsel olmayan iletişime açıklığı söz konusudur (Wang vd., 2010: 770).

Turró vd., (2014) de, girişimciliği örgütsel, bölgesel ve ulusal performansın temel faktörü ve örgütlerde, yenilik ve rekabetçi kabiliyetlerin eksikliğine önemli bir çözüm olarak açıklamaktadırlar. Ancak, kültürel değerler ve inançlardaki farklılıklardan dolayı girişimcilik faaliyeti ülkeden ülkeye çeşitlilik gösterebilmektedir. Farklı toplumlardaki farklı kültürel değerlerin oluşumu, yeni işletme kurma kararında etkilidir. Bu yüzden, bütün toplumlar, girişimcilik faaliyetini ve yeniliği aynı etkililik düzeyi ile gerçekleştirememektedir (Turró vd., 2014: 363).

1.3.1 Girişimcilik Süreci

Girişimcilik faaliyeti dört aşamadan oluşmaktadır (İraz, 2005: 196-203; Büber, 2012: 95-97):

Fırsatların belirlenmesi, girişimcilik sürecinin ilk aşamasıdır. Yaratıcı ve yenilikçi özelliklere sahip olan girişimciler aslında fırsatlarını kendileri doğururlar. Bu aşamada önemli olan, sadece yeni fikirlere odaklanmaktan ziyade, var olan fikirlere farklı pencereden bakarak da yeni fırsatlar yaratmaktır.

Fizibilite araştırmaları, işin yapılabilirliğini ölçmek amacıyla yapılan ekonomik, finansal, hukuki, teknik ve örgütsel araştırmalardır. Bu araştırmalarla, talep, kapasite, fiyat, kuruluş yeri, yatırım tutarı, işletme gelir ve gideri, işletmenin hukuksal yapısı, işle ilgili mevzuat, teknoloji seçimi, gerekli işgücünün sayı ve nitelik olarak belirlenmesi amaçlanır.

İş planının hazırlanması, işletmenin belirlenen hedeflere ulaşabilmesi, başarılı olması veya en azından varlığını sürdürebilmesi için, girişimcinin neyi, ne zaman yapacağını belirlemesini sağlar ve girişimciye yön verir. Öncelikle, başarıyı yaratan veya engelleyen etkenler belirlenir, daha sonra olumlu veya olumsuz yönde ortaya çıkabilecek çevresel faktörler belirlenir, son olarak da sahip olunan teknik donanım, insangücü ve sermayenin üretim potansiyeli hesaplanır ve somut parasal hedefler belirlenir.

Örgütsel yapının oluşturulması, önceki aşamalar tamamlandıktan sonra, girişimci, işletmenin Ticaret Kanunu'nda yer alan işletme türlerinden hangisi şeklinde kurulacağına karar verir ve işletme için belirlenen hukuksal yapıya göre yapılacak işlemler tamamlanır.

1.3.2 Girişimcilik Türleri

Yazında girişimciliğin çok fazla çeşidi mevcuttur. Bunlardan birkaçı şu şekildedir.

Fırsat girişimciliği, mevcut veya potansiyel fırsatları fark ederek, mevcut mal ve hizmetleri pazara sunmayı ifade eder. *Yenilikçi girişimcilik*, pazara yeni bir fikrin/buluşun sunulması veya mevcut olan bir malın/hizmetin tasarım, kalite vb. yönleri iyileştirilerek pazara sunulmasıdır. *Takipçi girişimcilik*, pazardaki gelişmeleri izleyen, yenilikçi girişimcilerin yolundan gidenlerin girişimcilik türüdür (Tekin, 2009: 3-4; Küçük, 2011: 37-38).

İş sermayesi ve iş hacminin büyüklüğüne bağlı olarak, *yerel girişimcilik*, *bölgesel girişimcilik* ve *uluslararası girişimcilik* (Tekin, 2009: 4); büyük örgütlerde girişimcilik ruhunu kullanma yöntemi olarak *iç girişimcilik* (Pinchot, 1985: 4); çevresel sorunları pazar fırsatı olarak gören ve bunu kullanma eğiliminde olan girişimcilerin gerçekleştirdiği *yeşil girişimcilik* (Berchicci, 2009: 1) ve internet siteleri aracılığıyla pazara mal ve hizmet sunulan *sanal girişimcilik* (Tekin, 2009: 6) de diğer girişimcilik türleridir.

1.4 Bilgi Ekonomisi

İnsanlık tarihi, geçmişten günümüze, üç değişim sürecinden geçmiştir: Toprak ile uğraşan tarım toplumu, sanayi devrimi sonrası ortaya çıkan sanayi toplumu ve son olarak, bilgi ve küreselleşmenin doğurduğu bilgi toplumu. Bilgi toplumu, bilginin ön planda olduğu ve bilgi teknolojilerinin kullanımındaki artış ile ortaya çıkan bir süreçtir. Bilgiye dayalı toplumun yükselişi ile ortaya çıkan bilgi ekonomisi, 1950 ve 60'lı yıllarda bilgisayar kullanımı ile başlayan, 90'lı yıllarda küreselleşme ile hız kazanan,

internetin ortaya çıkışıyla yerini sağlamlaştıran, temelinde bilgi olan, yaratıcılık ve yeniliğin hâkim olduğu ekonomik yapıdır (Kevük, 2006: 320-321). Yaratıcılık, genel olarak, şehirlerdeki ve bölgelerdeki ekonomik büyümeyi canlandırmada merkezi bir rol oynamaktadır ve özellikle, bilimsel ve teknolojik bilginin piyasa değerine dönüşmesini gerektiren, bilgi ekonomilerinde yararlı olmaktadır (Stam, De Jong ve Marlet, 2008: 119).

Endüstriyel ekonomiden bilgi yoğun ekonomiye geçişte gerçekleşen yapısal değişiklikler:

- Bilgi yoğun ve tasarım yoğun sektörlerin gelişimi,
- Maddi olmayan varlıklara yatırımlar (Ar-Ge, bilgi ve iletişim teknolojileri, örgütsel yeniden yapılanma ve örgütsel sistemler, tasarım, marka, beşeri sermaye – Maddi olmayan varlıklara yatırımlar firmaların bilgiyi yaratma, yönetme ve kullanma kapasitesini güçlendirir.)
- Yeteneklerin arttırılması,
- Yüksek teknolojili ürünlerin ihracında artış şeklinde gerçekleşmiştir (Ivanovici ve Mândruleanu, 2008: 2050).

Kutanis ve Alpaslan (2007: 7) tarafından yapılan sanayi ve bilgi toplumlarının metaforik karşılaştırması Tablo 1.1.'de yer almaktadır.

Tablo 1.1. Sanayi ve Bilgi Toplamlarının Metaforik Karşılaştırması

	SANAYİ TOPLUMU	BİLGİ TOPLUMU
GENEL ANLAYIŞ	Ulusal	Küresel
	Genel	Bireysel
	Maksimizasyon	Optimizasyon
	Dayanıklılık	Esneklik
DÜŞÜNCE SEMBOLLERİ	Atom	Bayt
	Kitap	Görüntü
	Ölçek	Hız
	Telgraf Ağları	Bilişim Ağları
	Buhar Makinesi	Uzay Gemisi
	Makine	Bilgisayar
	Sanayi Kenti	Evrensel Köy
	Kıtlık	Sınırsızlık
	Manuel	Dijital
	Paranın Ekonomik Gücü	Bilginin Hegomonik Gücü
	Kol	Beyin
	Devasa	Minyatür
ÖRGÜT SEMBOLLERİ	Sermaye Kaynağı	İnsan Kaynağı
	Erkek Dünyası	Herkesin Dünyası
	Bilgili İşletmeci	Bilgili İşletme
	Fiziksel Emek	Fikri Emek
	Fiziksel Güç	Zihinsel Güç
	Mavi Yakalı	Bilgi İşçisi
	Hammadde	Bilgi
	Mesai	Sanallık

Kaynak: Özen Kutanis, R., Alpaslan S., (2007), “Sanayi Toplumundan Bilgi Toplumuna İşletmecilikteki Dönüşüm”, Türkiye’de İşletmecilikte Yeni Perspektifler, Ed. M., Kurt, S., Bayraktaroğlu, Gazi Kitabevi, Ankara, s.15.

Bilgi ekonomisi analizi, rekabetçi avantajın özellikle bilgi gibi maddi olmayan varlıklara yapılan yatırımlardan kaynaklandığını ileri sürmektedir (Galloway, Dunlop, 2006: 8). Bilgi ekonomisinin ortaya çıkışına, analitik düşünme, muhakeme ve karar verme, sosyal anlayış, başkaları ile etkileşim kapasitesi ve hayal gücünün yanı sıra teknoloji, tıp, iş yönetimi, politika analizi, sanat vb. alanlarda bilgi ve uzmanlığa sahip çalışanların sayısında önemli bir artış eşlik etmiştir (Scott, 2010: 115). Bilgiye dayalı ekonomi terimi, bilgi ve teknolojinin ekonomik büyümedeki rolünün anlaşılması sonucu ortaya çıkmıştır. İnsanı ve teknolojiyi içinde barındıran bilgi, ekonomik

gelişimin merkezinde yer alır. Bilginin öneminin artmasıyla, ekonomiler, bilginin üretimine, dağıtımına ve kullanımına daha da bağımlı hale gelmişlerdir. Çıktı ve uygulama, bilgisayar, elektronik, havacılık ve uzay gibi yüksek teknoloji endüstrilerinde daha hızlı yayılmakta; eğitim, iletişim ve bilişim gibi bilgi yoğun hizmet sektörlerinde de hızlı bir şekilde büyümektedir (OECD, 1996:9).

Powell ve Snellman (2004: 201), bilgi ekonomisini, tekno-mantıksal ve bilimsel ilerlemenin hızlanmasına katkıda bulunmasının yanı sıra aynı hızda değer kaybetmesine de sebep olan bilgi-yoğun faaliyetlere dayalı üretim ve hizmetler olarak tanımlamışlardır. Bilgi ekonomisinin temel bileşenleri, fiziksel girdiler veya doğal kaynaklardan daha ziyade, Ar-Ge laboratuvarından fabrikaya, hatta müşterilere kadar olan üretim sürecinin her aşamasındaki iyileştirmeleri kapsayan entelektüel yetenekleri içerir. Bilgisayar yazılımı, medya ve eğlence içeriği, yeni ilaçlar, e-ticaret ve internet bankacılığı gibi ürünler bilgi ekonomisine aittir. İşlev ve teknolojilerdeki büyük çeşitliliğe rağmen, bu ürünlerin ortak karakteristiği göreceli olarak yüksek entelektüel girdiye ihtiyaç duymaları, emek ve toprağın geleneksel üretim faktörlerine daha az bağımlı olmalarıdır. Gıda, tekstil ve turizm gibi geleneksel ürünlerin üretilmesi ve pazarlanmasında da artan bir bilgi içeriği mevcuttur. Bir üretim faktörü olarak bilgi ve geleneksel üretim faktörleri arasındaki fark, bilginin sosyo-ekonomik elementlerin birleşiminin bir sonucu olan sistematik bir faktör olmasıdır. Bilgi ekonomisinin dört ayağı olan bu sosyo-ekonomik faktörler şunlardır:

- Yerel ve yabancı (iç ve dış) yeniliklerin ticarileşmesi ve gelişmesi için (yani ulusal yenilik sisteminin oluşturulması için) gerekli yenilik politikaları, kurumları ve teşvikleri,

- İnsan kaynakları gelişimi -özellikle, bilgi uzmanları ve teknoloji eğitimi almış işgücü havuzu oluşturan milli eğitim sisteminin gelişimi-,
- Bilişim ve iletişim teknolojileri ve
- Bilgi ekonomisinin gelişimini sağlayacak geçirgen bir iş çevresi (World Bank, 2004: 4).

Bugün bilgi tabanlı bir ekonomide yaşanmakta ve çalışılmaktadır. Ekonomik sistem bilgi, teknoloji ve yenilik tarafından şekillendirilmekte; yalnızca ticari dünyada değil, bölgelerde ve şehirlerde de bilgi, belirleyici bir rekabet faktörü haline gelmektedir. Bilginin gelişimi, aslında ekonomik ilerlemenin motorunu oluşturan yeni ürünlerin, hizmetlerin ve süreçlerin (yenilik) altında yatar. Schumpeter'in tabiriyle: Bilgi-yoğun faaliyetler, mevcut olanı yok edip yeni bir şey meydana getirdiği için "yaratıcı yok etme" sürecidir. Yeni bilgi, enformasyon teknolojisindeki gelişmelerden, hayat bilimlerine, nanoteknolojiden (radikal yenilik), günlük objelerin küçük değişimlerine (artımsal yenilik) kadar geniş çeşitlilikte bir yenilik süreciyle sonuçlanır. Yüzyıllar içerisinde bilgi ve yenilik ekonomik hayatta hep önemli bir rol üstlenmiştir ve yenilikler artık birbirlerini çok daha hızlı bir şekilde izlemektedir. Örneğin, 1966-1990 yılları arasında, 1900-1966 yılları arasındakile aynı miktarda yenilik gerçekleştiği tahmin edilmektedir. Ve 1999'da Amerika Birleşik Devletleri (ABD) gibi bir ülkedeki ekonomik büyümenin yarıdan fazlası on yıllık gelişmelerin ürünüdür. Dolayısıyla, hiçbir işletme, bölge veya şehir kendisini bu "yaratıcı yok etme" sürecinden ve devamından bağımsız düşünemez (Hospers, 2003: 143-144).

İKİNCİ BÖLÜM

YARATICI EKONOMİ KAVRAMI, YAKLAŞIMLARI VE YARATICILIK

ENDEKSİ

2.1 Yaratıcı Ekonomi Kavramı

Güç, insanlık tarihi içinde ilk olarak kas gücüne sahip olmakta, sanayileşme sonrası sermayeye sahip olmakta ve bilgi çağı olan günümüzde ise akıl ve yaratıcılığı kullanmaktadır. Yaratıcı güç, bireyin düşüncelerini amaçlarına göre yönlendirecek, yeteneklerini geliştirecek, bireyi ve çevresini mutlu edebilecek eylemlerdir. Kültür de bir toplumun yaratıcı gücünün ölçüsüdür (Eriç, 1998: 15). Kültürel koşullar, bilimde, teknolojiye, sporda, modada, müzikte, tasarımda vb. her alanda ortaya çıkan yaratıcılığı arttırabilir veya yok edebilir (Robinson, 2003: 19). Çünkü kültürel değerler, toplumsal kurumlar aracılığıyla, bireyin kişiliğine yansımaktadır. Bireylerin içinde yetiştikleri aile, fiziksel koşullar ve toplum da, değerlerinin ve yaratıcılığa yaklaşımlarının farklılaşmasına sebep olmaktadır (Gümüşsuyu, 2005: 10-11). 19. ve 20.yy.ın önde gelen endüstrileri materyallere bağlı iken, 21.yy.ın endüstrileri, artan bir şekilde, yaratıcılık ve yenilik aracılığıyla bilgi birikimine bağlı olacaktır. Bu ticaretle uğraşan araçlar kadar televizyon programı yapımcıları, yazılım programcıları ve hatta tiyatro temsilcileri için de geçerlidir. Bütün bu alanlarda başarılı olmak, yaratıcı, disiplinlerarası, bütüncül düşünme niteliklerini gerektirmektedir (Landry ve Bianchini, 1998: 12). Yaratıcılığın ortaya çıkmasını sağlayan, yeteneklilerin gelişimine katkıda bulunan yaratıcı bir eğitim ile oluşmasına ve değerlendirilmesine yardımcı olan, kültürel ve bilimsel seviyesi yüksek toplumlardır. Batı toplumlarının sürekli olarak gelişmelerinde, yaratıcılığa yönelmiş kişileri desteklemeleri ve onlara her türlü imkânı sunmaları önemli rol oynamaktadır. Toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün

maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere aktarmada kullanılan, bireyin doğal ve toplumsal çevresine egemenliğini gösteren araçların toplamı olan kültürün temelinde yaratıcılık vardır. Birey, yaratıcı düşüncenin hem öznesi hem de nesnesidir. Aileyle başlayan yaratıcı düşünce eğitimi, iş dünyasına veya politikaya taşındığı zaman bir ülke kalkınma sürecine girecek, sanayisi, bilimi, sanatı, ekonomisi ile bütün alanlarda mutlu ve başarılı bir kültürel düzeye erişecektir (Eri, 1998: 13). Yaratıcı düşüncenin iş dünyası ve politikaya yansıması ile de ortaya yaratıcı bireylerin oluşturduğu yaratıcı sınıf, yaratıcı sınıfın içinde faaliyet gösterdiği yaratıcı endüstriler ve sonuç olarak da ilerleme ve gelişmenin öncüsü yaratıcı ekonomiler ortaya çıkacaktır.

Yaratıcı ekonomi, yaratıcılığı ve yeniliği teşvik eden, ekonomik gelişime katkı sağlayan, temelinde bireysel yaratıcılık olan yaratıcı endüstrilerin bulunduğu, önemi gün geçtikçe artan bir alandır. Yaratıcı ekonomi, fiziksel sermayeden ziyade entelektüel sermayeye dayalıdır, bilgi ve iletişim teknolojileri temelinde geliştirilir. Bilginin içeriğini yaratırken, onu kullanan yaratıcı ekonomi, yeni çalışma alanları yaratarak, yeni pazar ihtiyaçlarını düzenleyerek ve aynı zamanda pazar beklentilerine cevap vererek büyümektedir ve sadece gelişmiş değil, gelişmekte olan ekonomilerde de büyüyen bir alandır (Levickaite, 2011: 82; UNCTAD, 2010). İnovasyon diğer ekonomilerde hangi roldeyse, yaratıcılık da yaratıcı ekonomilerde aynı roldedir. Üretim yapan birçok firma nasıl Ar-Ge için harcamalar yapıyorsa, yaratıcı endüstrilerdeki firmalar da yeni fikirlere ve onları gerçekleştirecek yetenekli çalışanlara yatırım yaparlar (Towse, 2002:8). Yaratıcı ekonomi kavramı, ekonomi, kültür, yönetim ve teknoloji ile bağlantılıdır. Bugün bazı yaratıcı endüstriler, dünya

ekonomisinin en hızlı gelişen sektörleri arasındadır (Milicevic, Bojan, Sofronijevic, 2013; 8).

Hükümetler ekonomik sağlamlığın önemli bir göstergesi olarak, yaratıcı ekonominin kapsam ve büyüklüğünü ölçmeye başlamışlardır. Ekonomideki küreselleşme, dijitalleşme, "bilgi" işçilerinin sayısındaki yükseliş, fikri mülkiyette artış, eğlence tüketiminde farklılaşma gibi değişimler, yaratıcı değerleri ekonomik hayatın merkezine doğru itmiştir (Tepper, 2002: 159). Çoğu ülke, kültürel veya yaratıcı ekonomi kavramını, sürdürülebilir gelişim stratejilerinin temel unsuru olarak görmektedir. İngiltere, Amerika ve AB ülkeleri 2000'li yılların başında yaratıcı ekonominin öneminin farkına varmışlar ve yaratıcı ekonomiyi güçlendirmeyi amaçlayan çalışmalar gerçekleştirmişler ve gerçekleştirmektedirler. Bu durum gelişmekte olan ülkeler için de geçerlidir. Arterial Network² 2011 yılından beri her yıl Afrikalı Yaratıcı Ekonomi konferansını düzenlemektedir. Lübnan'ın başkenti Beyrut kentsel alanın her bölümünü canlandırmak için kültürel ekonomiden yararlandığı kendi yaratıcı ekonomi stratejisine sahiptir. Karayip ülkeleri, Avrupa Birliği ile yaptıkları serbest ticaret anlaşmalarının kapsamına kültür endüstrilerini de aldılar. Güneydoğu Asya'da Endonezya, 2011 yılında, Turizm ve Yaratıcı Ekonomi Bakanlığı'nı kurdu. Çin, 2001'den beri kültürel ve yaratıcı endüstrilere odaklanmış durumdadır (De Beukelaer, 2014: 233).

2.2 Yaratıcı Ekonomideki Yaklaşımlar

Yaratıcı ekonomide üç temel yaklaşım mevcuttur. John Howkins'in yaratıcı ekonominin temelini 15 yaratıcı endüstrinin oluşturduğunu ileri sürdüğü "Yaratıcı

² Kültürel sektörler için siyahi Afrikalıları aynı şemsiye altında toplayan bir organizasyon.

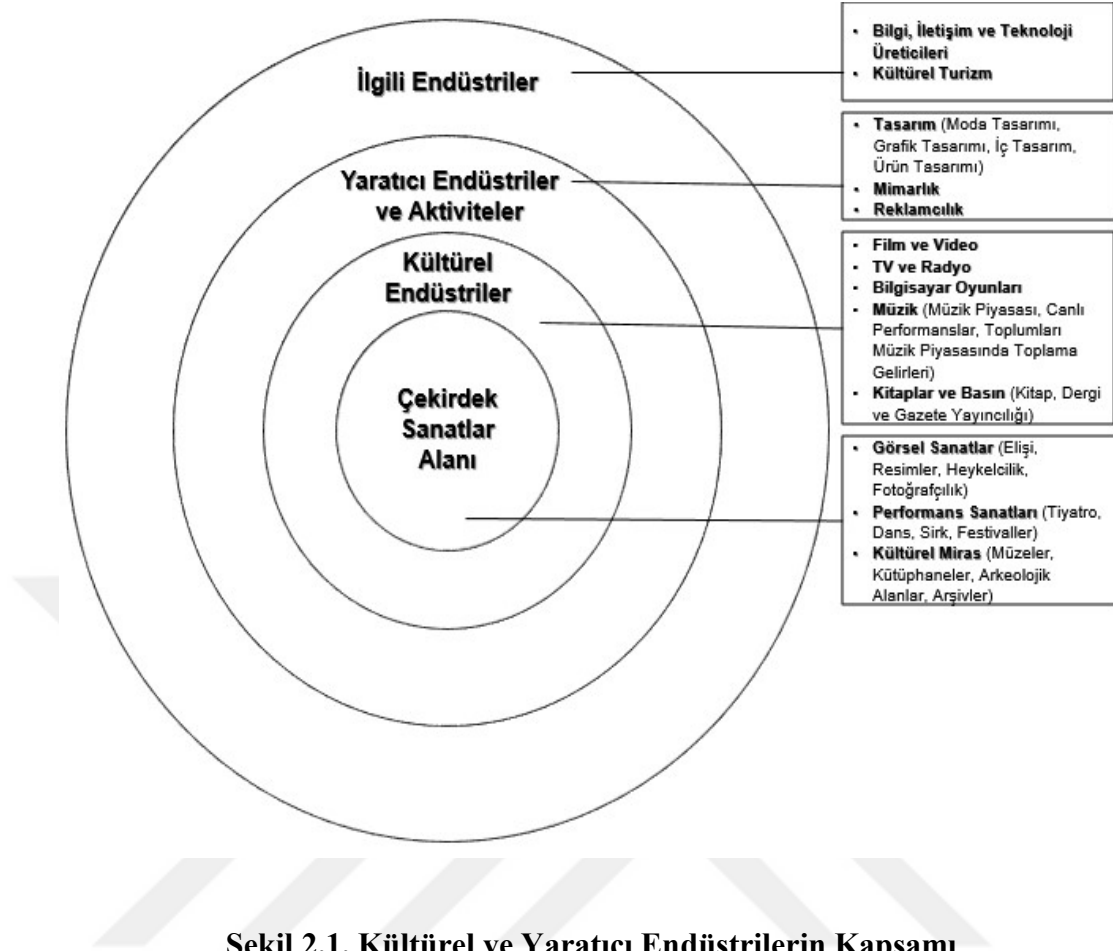
Endüstriler” yaklaşımı, Richard Florida’nın profesyoneller, araştırmacılar ve sanatçılardan oluşan “Yaratıcı Sınıf” yaklaşımı ve Charles Landry’nin “Yaratıcı Şehir” yaklaşımı.

2.2.1 Yaratıcı Endüstri Yaklaşımı

Yaratıcı endüstriler kavramının kökeni, 1997 yılında İngiltere’de Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı (DCMS) tarafından, yaratıcı endüstrilerdeki mevcut faaliyetleri sınıflandırmak için, Yaratıcı Endüstriler Görev Gücü’nün kurulmasına dayanır. İngiltere Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı yaratıcı endüstrileri, temeli bireysel yaratıcılığa dayanan reklam, mimari, sanat ve antika pazarları, el sanatları, tasarım, moda, film ve video, interaktif eğlence yazılımı, müzik, sahne sanatları, radyo ve televizyon, yayıncılık ve yazılım endüstrileri olarak tanımlamıştır (Department for Culture, Media and Sport, 2011: 6). Yaratıcı endüstriler, en az parasal değerler kadar sanatsal objelere odaklanmaları, daha küçük çaplı girişimler olmaları ve genellikle geçici işçilerin çalıştığı projeler etrafında örgütlenmeleri gibi özellikleriyle diğer endüstrilerden ayrılırlar (Kolenda ve Liu, 2012:490). Yaratıcı endüstriler ile kültürel endüstriler, çok iç içe olmaları sebebiyle, genelde birbirine karıştırılan veya birbirinin yerine kullanılan kavramlardır. Bu endüstriler, kültürel olan mal ve hizmetlerin (sanat çalışmaları, el işi, müzik, mimari, televizyon programları, tiyatro yapımları, filmler, oyuncaklar, video oyunları, yayımlanan materyaller, reklamlar, kültürel turizm vb.) gelişimi ve yayılımı ile ilgilidir. Bunlar, toplumun kültürel yenilik dürtüsünü yansıtan yaratıcı ekonominin birer parçasıdır (Murphy, 2012: 179).

Yaratıcı endüstriler bazı ülkelerde "geleneksel" yaratıcı ve performans sanatlar (görsel sanatlar, edebiyat, müzik, dans, opera, drama) ve kültürel endüstriler (film, radyo, televizyon, ses kaydetme, yayıncılık ve multimedya) olarak tanımlanmaktadır.

Çoğu ülkede sanat ve kültürel miras, kültürel politikaya göre değişen eyalet yönetimi, hükümet yardımı veya vergi indirimlerinin dolaylı desteği gibi devlet organlarının bazı aracılık şekilleri ile desteklenir. Kültürel endüstriler de kamu veya özel sektör tarafından işletilebilir, sübvans edilebilir, vergi sisteminde desteklenebilir ve medya/yayıncılık ile ilgili olursa regüle edilebilir. Bu konuda, farklı ülkelerde kayda değer bir çeşitlilik vardır. Moda, reklamcılık ve yazılım gibi tamamen özel sektör yönetimindeki diğer endüstriler yaratıcı girdilere (sanatçı olarak nitelediğimiz insanlar tarafından) şiddetle bağlıdır ve yaratıcı endüstrilerin bir parçası olarak değer görürler. Buna ne isim konulursa konulsun, elle tutulamayan üretimin post-endüstriyel ekonomisinin bir gelişimidir ve bu ekonominin artan önemini yansıtır (Towse, 2002:7). Kültürel endüstriler, belirli yerlerde ve zamanlarda ortaya çıkarlar, şehir temellidirler ve yeni ekonomiye öncülük ederler (Donald et al., 2013: 4). Temel fark, sayılan bütün endüstrileri içine alan yaratıcı endüstriler kavramının, çoğunlukla ilk olarak müzik, film, radyo ve televizyon, edebiyat, yayıncılık endüstrilerini ifade eden kültür endüstrilerini de kapsayan daha geniş bir tanım olmasıdır (Ivanovici ve Mândruleanu, 2009: 127). Kültürel ve yaratıcı endüstrilerin ilişkisi Şekil 2.1.'de gösterilmektedir.



Şekil 2.1. Kültürel ve Yaratıcı Endüstrilerin Kapsamı

Kaynak: European Commission, (2006), ‘The Economy of Culture in Europe’, ss.3.

Kültürel sektörler, *endüstriyel olmayan sektörler* ve *endüstriyel sektörler* olarak ikiye ayrılmaktadır. *Endüstriyel olmayan kültürel sektörler*, tekrar aynı şekilde üretilmeyen, üretildiği anda tüketilen mal ve hizmetler (konser, sanat galerisi, sergi gibi) üretmektedirler. Endüstriyel olmayan sektörler tablo, heykel, el sanatları, fotoğraf gibi görsel sanatları; opera, orkestra, tiyatro, dans, sirk gibi performans sanatlarını ve müzeler, kültürel miras alanları, arkeolojik kazı alanları, kütüphaneler ve arşivler gibi mirasları da kapsayan sanatsal alanlardır. *Endüstriyel kültürel sektörler* ise, kitlesel üretim, kitlesel dağıtım ve ihracat amacıyla (kitap, film veya ses kaydı gibi) kültürel ürünler üretmektedirler. Bu kültürel endüstriler, film, video, video oyunları, radyo, müzik, kitap ve basın yayımı da içermektedir.

Yaratıcı sektörlerde ise kültür, kültürel olmayan malların üretiminde yaratıcı bir girdiye dönüşür. Tasarım (moda tasarımı, iç mimarlık ve ürün tasarımı), mimari ve reklamcılık gibi faaliyetleri içerir (European Commission, 2006: 2).

Kültür ekonomisi kavramı, herhangi bir ürünün veya hizmetin tasarımı veya pazarlanması şeklindeki ekonomik faaliyetin kültürel ürünler ve faaliyetlerle ilişkili olan müzik veya film gibi belirli bir kolunu ifade etmektedir (Pratt, 2009: 410). Kültürel endüstrilerde talep edilen ve sağlanan yenilik akışı ile birlikte yeni ürünler çok önemlidir. Ne var ki, yalnızca ürün yeniliğine odaklanmak yanıltıcıdır, çünkü yaratıcı endüstrilerde de önemli oranda süreç yeniliği vardır. Aslında, kültürel endüstriler teknik gelişmelerin (ses kaydı, film, video, televizyon ve bilgisayar) ürünüdür. İnternet ve dijitalleşmenin, yaratıcı endüstriler üzerinde gözle görülür etkisi bulunmaktadır. Tüm teknolojik devrimlerin de yardımıyla, bu değişimler çalışanlara olan talebi değiştirmiş ve bazı sanatçıların yer aldığı kültürel sektördeki istihdamı azaltırken diğer bazı kültürel sektörler için artırmıştır. İnternet ve dijitalleşme, aynı zamanda endüstrilerin yerleşimleri için de önemli çıkarımlarda bulunabilmektedir (Towse, 2002:8).

Kültürel/yaratıcı ekonomi ile ilişkilendirilen zenginlik ve gücün, bütün dünyada, ekonomik gelişimle ilgilenen kişiler ve kurumlar tarafından anlaşılmasıyla, bu tür endüstrilerin gelişmesi ve yetişmesi için yollar aranmaktadır. Bollywood, Louvre, Silikon Vadisi, Çin Seddi veya BBC'ye sahip olmanın büyük potansiyel ekonomik ve sosyal değer olduğu açıkça ortaya çıkmıştır. Ekonomik kemer sıkma yoluna giden toplumların (Avrupa'nın bir kısmı ve Kuzey Amerika gibi) yaratıcı ekonomiye yeniden canlanma kaynağı olarak bakmaları, hatta ekonomik genişleme gösteren toplumların bile yakaladıkları momentumu korumalarına yardımcı olması amacıyla

kültürel ve yaratıcı endüstrileri geliştirme yollarını aramaları sürpriz değildir (Murphy, 2012: 179-180). Diğer ülkelerin yanı sıra, Avrupa Birliği ülkelerindeki belirli şehirler de, küresel çevrede, yaratıcı endüstrilerin merkezi haline gelmiştir. Yaratıcı endüstri kavramının kabul edilmesiyle, çoğu ülke ve büyük şehirler yaratıcı endüstrilerin öneminin farkına varmıştır. Barselona, Viyana, Amsterdam, Helsinki, Hong Kong yaratıcı endüstrileri planlanmış bir gelişim içindedir. Bugün yaratıcı endüstriler küresel bir etkiye sahiptir (Milicevic, Bojan, Sofronijevic, 2013; 11). Yaratıcı endüstriler, hem üretimde daha fazla esneklik sağlar hem de tüketimi veya tüketicilerin malları kullanarak kişisel kimliklerini oluşturduğu süreci yansıtır. Özelleşmiş tüketim ve esnek üretim, bilgi yoğun üretimi gerektirir. Yaratıcı endüstrilerin ortaya çıkması; kültür endüstrilerinin yükselişi, ekonomik üretim, dağıtım ve tüketimde bilginin yeri ve hizmet sektörünün artan önemi ile ilişkilidir (Flew, 2002: 2).

Yaratıcı endüstriler, bilgi yoğunurlar ve yüksek seviyelerde yetenekli insan girdisine ihtiyaç duyarlar. Bu endüstriler genellikle, kaynaklarını paylaşan ve bir proje temelinde işbirliği yapan birbirleriyle ilişkili firma kümeleri şeklinde örgütlenirler. Esnek, modüler yapılı, girişimci faaliyetlerin hâkim olduğu, genellikle küçük ve mikro ölçekli kuruluşlardır. Yaratıcı endüstriler, yeni fikirlerin ortaya çıkmasını sağlarlar, hayat tarzını ve düşünme şeklini değiştirirler ve doğaları gereği tüketici ihtiyaç ve taleplerine adapte edilebilmeye uygunlardır, ekonomileri çeşitlendirirler ve ülkelere küresel ekonominin dinamik bir sektörüne girme imkânı verirler. İşletmelerin ve küresel pazardaki ekonomilerin artan rekabetçiliğine önemli ölçüde katkıda bulunurlar. (Booyens, 2012: 44-46; Milicevic, Bojan, Sofronijevic, 2013; 12). Yaratıcı ekonomi, ekonomik yapıda etkili bir değişime sebep olur ve yaratıcı ekonomiyi

oluşturan endüstriler ekonomik değişimin temel dinamikleridirler (Donald vd., 2013: 5).

Yaratıcı endüstrilerin yapısal karakteristiklerini anlamak için birçok farklı model ileri sürülmüştür. Bunlardan ikisi: UNCTAD'ın (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı) sınıflandırması ve Howkins'in sınıflandırmasıdır.

2.2.1.1 UNCTAD Sınıflandırması

UNCTAD 2010 yılındaki yaratıcı ekonomi raporunda, yaratıcı endüstrilerin beş temel özelliğini aşağıdaki şekilde tanımlamıştır. Yaratıcı endüstriler:

- Yaratıcılığı ve entelektüel sermayeyi temel girdiler olarak kullanan, mal ve hizmetlerin yaratılması, üretilmesi ve dağıtılması aşamalarını içerirler,
- Sanata odaklanan ama sanatla sınırlı olmayan, potansiyel olarak, fikri mülkiyet hakkı ve ticaretten gelir elde eden, bilgiye dayalı bir dizi faaliyetten oluşurlar,
- Yaratıcı içeriği, ekonomik değeri ve pazar hedefleri olan somut ve soyut entelektüel veya artistik hizmetleri içerirler,
- Sanatkârların, hizmetlerin ve endüstriyel sektörlerin kesişim noktasıdır,
- Dünya ticaretinde yeni dinamik bir sektör oluşturmaktadırlar.

UNCTAD'a ait olan ve her biri yaratıcı ekonomideki farklı merkezi ve çevresel endüstrileri sınıflandıran, Birleşik Krallık Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı Modeli, Sembolik Metinler Modeli, Eş Merkezli Çemberler Modeli ve Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü Telif Hakkı Modeli olarak adlandırılan dört model Tablo 2.1.'de yer almaktadır.

Tablo 2.1. Yaratıcı Endüstri Modelleri

BİRLEŞİK KRALLIK KÜLTÜR, MEDYA VE SPOR BAKANLIĞI MODELİ (UK DCMS MODEL)	SEMBOLİK METİNLER MODELİ (SYMBOLIC TEXTS MODEL)	EŞ MERKEZLİ ÇEMBERLER MODELİ (CONCENTRIC CIRCLES MODEL)	DÜNYA FİKRİ MÜLKİYET ÖRGÜTÜ TELİF HAKKI MODELİ (WIPO COPYRIGHT MODEL)
Reklam Mimarlık Sanat ve antika pazarı El sanatları Tasarım Moda Film ve video Müzik Sahne sanatları Yayıncılık Yazılım Televizyon ve radyo Video ve bilgisayar oyunları	Temel Kültürel Endüstriler Reklam Film İnternet Müzik Yayıncılık Televizyon ve radyo Video ve bilgisayar oyunları Periferik Kültürel Endüstriler Yaratıcı sanatlar Sınırdaki Kültürel Endüstriler Tüketici elektroniği Moda Yazılım Spor	Temel Yaratıcı Sanatlar Edebiyat Müzik Sahne Sanatları Görsel Sanatlar Diğer Temel Kültürel Endüstriler Film Müzeler ve kütüphaneler Daha Geniş Kültürel Endüstriler Miras hizmetleri Yayıncılık Ses kaydetme Televizyon ve radyo Video ve bilgisayar oyunları İlgili Endüstriler Reklam Mimarlık Tasarım Moda	Temel Telif Hakkı Endüstrileri Reklam Meslek birlikleri Film ve video Müzik Performans sanatları Yayıncılık Yazılım Televizyon ve radyo Görsel ve grafik sanatları Birbirine Bağlı Telif Hakkı Endüstrileri Boş kayıt malzemesi Tüketici elektroniği Müzik enstrümanları Kağıt Fotokopi ve fotoğraf ekipmanları Kısmi Telif Hakkı Endüstrileri Mimari Giyim, ayakkabı Tasarım Moda Ev eşyaları Oyuncaklar

Kaynak: UNCTAD, (2010), Creative Economy Report, ss.7.

Birleşik Krallık Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı Modeli: 1990'ların sonlarında küresel olarak rekabetçi bir dünyada, yaratıcılık ve yenilikçilik tarafından yönlendirilen bir ekonomi olarak, İngiliz ekonomisinin yeniden konumlandırılması sonucu Birleşik Krallık'ta ortaya çıkmıştır. "Yaratıcı endüstriler", fikri mülkiyet

haklarından faydalanılarak servet ve iş yaratma potansiyeli olan, yaratıcılık, beceri ve yetenek gerektiren endüstriler olarak tanımlanır. Bu sınıflandırmada on üç endüstri yer almaktadır.

Sembolik Metinler Modeli: Bu model, Avrupa'da ve özellikle Birleşik Krallık'ta var olan kritik-kültürel-çalışmalar geleneğinden kaynaklanan kültürel endüstriler yaklaşımının tipik bir örneğidir. Bu yaklaşım, "yüksek" veya "ciddi" sanatları, sosyal ve siyasi düzenin alanı olarak görür, bu nedenle popüler kültüre odaklanır. Modelde, bir toplumun kültürünü biçimlendiren ve aktaran süreçler, endüstriyel üretim, yayılım ve film, yayın ve basım gibi çeşitli medya araçlarıyla iletilen sembolik metinler veya mesajların tüketimi yoluyla tanımlanır.

Eş Merkezli Çemberler Modeli: Model, kültürel malların ve kültürel değerlerinin yaratıcı endüstrilere en benzersiz özelliklerini kazandırdığı önermesi üzerine kurulmuştur. Bir mal veya hizmetin kültürel içeriği ne kadar belirgin ise, o mal veya hizmetin endüstri üretimine dâhil olma iddiası da o kadar güçlüdür. Modele göre, yaratıcı fikirler ses, yazı ve görüntü formundaki temel yaratıcı sanatlardan kaynaklanır, bu fikirler ve etkiler de bir dizi katman veya "eş merkezli çemberler" aracılığıyla dışarıya doğru yayılır, merkezden dışarıya doğru hareket ettikçe de kültürel özellikler azalır, ticari özellikler artar. Bu model, Avrupa Komisyonu için hazırlanan son çalışmada Avrupa'daki yaratıcı endüstrileri sınıflandırmak için temel olmuştur.

Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü Telif Hakkı Modeli: Bu model, doğrudan veya dolaylı olarak yaratımı, imal etmeyi, üretimi, yayını ve telifli eserlerin dağıtımını içeren endüstrilere dayanmaktadır. Odak noktası yaratıcılığın şekillendiği fikri mülkiyettir. Ayırım, gerçekten fikri mülkiyet üreten ve mal ve hizmetleri tüketiciye

iletmesi gerekli olan endüstriler arasında yapılır. Kısmi telif hakkı endüstrileri grubunun faaliyetlerinin ise sadece küçük bir kısmı fikri mülkiyeti içerir.

Belirtilen bu dört modelin yanı sıra, UNCTAD yaratıcı endüstrileri dört temel gruba ayırmaktadır. Bu dört temel grup Tablo 2.2’de yer almaktadır.

Tablo 2.2. UNCTAD’ın Yaratıcı Endüstri Sınıflandırması ve Tanımları

Kültürel Miras	Sanatın tüm formlarının temeli, kültürel ve yaratıcı endüstrilerin ruhu olarak tanımlanır. Tarihsel, antropolojik, etnik, estetik ve toplumsal bakış açılarının kültürel yönlerini bir arada taşıyan bu miras yaratıcılığı etkiler. Sanat, elişleri, festivaller ve kutlamalar gibi geleneksel kültürel tanımları da, arkeolojik alanlar, müzeler, kütüphaneler vb. gibi kültürel alanları da kapsar.
Sanatlar	Sanat ve kültür temelli endüstrileri içerir. Kültürel mirastan, kişilik değerlerinden ve sembolik anlamlardan ilham alır. Resim, heykel, fotoğrafçılık ve antikacılık gibi görsel sanatları ve canlı müzik, tiyatro, dans, opera, sirk, kuklacılık gibi performans sanatlarını kapsar.
Medya	Büyük seyirci topluluklarıyla iletişimi amaçlayan ve yaratıcı içerik üreten medyayı içerir. Yani, yayıncılık ve basılı medya (kitaplar, basın ve diğer yayınlar) ile görsel işitsel medyayı (TV, radyo ve diğer yayınlar) kapsar.
İşlevsel Yaratımlar	Daha çok işlevsel amaçlarla mal ve hizmet üreten talep güdümlü ve hizmet temelli olan endüstrileri kapsar. Tasarım (iç tasarım, grafik, moda, kuyumculuk ve oyuncakçılık), yeni medya (yazılım, bilgisayar oyunları ve dijital yaratıcı içerik) ve yaratıcı hizmetler (mimarlık, reklamcılık, yaratıcı Ar-Ge, dijital ve diğer ilgili yaratıcı hizmetler) alt gruplarına ayrılır.

Kaynak: UNCTAD, (2010), Creative Economy Report, ss.8.

2.2.1.2 Howkins Sınıflandırması

Howkins (2013: 6), yaratıcı ekonominin çeşitli şekillerde sınıflandırılabilirliğini, kendisinin bu sınıflandırmayı pazarlar üzerinden yaptığını çünkü insanların fikirleri nasıl sattığına ve satın aldığına odaklanmak istediğini, pazarların da bunu en iyi şekilde yansıttığını belirtmiştir. Pazarlar, hem arz ve talebi yansıtacak hem de farklı ülkelerdeki pazarların kıyaslanması imkânını verecektir. İngiltere’de popülerlik kazanan yaratıcı endüstriler sınıflandırmasının her ülkenin kendi başarı hikâyesine göre farklılık gösterebileceğini (Tayland’ın listesinde yiyecek

ve spaların, Amerika'nın listesinde ev mobilyalarının olması gibi) ifade eden Howkins (2013: 7)'in yaptığı sınıflandırma Tablo 2.3.'de yer almaktadır. Howkins'e göre, kitabı basan da, tiyatro sahnelerini kuran da, kitabı yazan ve oyunu sergileyen kadar yaratıcı ekonominin bir parçasıdır.

Tablo 2.3. Howkins'in Yaratıcı Endüstri Sınıflandırması ve Tanımları

Sektör/Alan	Açıklama
Reklamcılık	Reklam, artık sadece telif işi değil, aynı zamanda marka işi olmaya başlamıştır. Ulusal büyüme oranları ekonomik çıktıya göre değişmektedir. Ancak, sanat ve diğer yaratıcı endüstrilerdeki harcamaların değişimi, genellikle geniş ekonomik eğilimleri takip eder.
Mimari	Mimarlık, bir patent veya marka işi değil, telif işidir. Kelimelere bel bağlamadığı ve her ulusa/kültüre bağlı şekilde küresel resmetmeyi başardığı için 15 endüstriden en uluslararası olma ayrıcalığına sahip olanıdır. Bir ülkenin inşaat sektörünün büyüklüğü ulusal ekonomisini yansıtır.
Sanat	Sanat pazarı, benzersiz veya nadir olan orijinal işlerle uğraştığı için alışılmışın dışındadır. Birçok endüstride maksat aynı şeyden çok kere üretip satmakken, sanatçı ürününün benzersizliğini vurgulamaktadır.
Zanaat	Zanaat iki ayrı pazarda gelişir: Sanat pazarında (sanat galerilerinde sergilenmek ve müzayedelerde satılmak suretiyle) ve daha sıklıkla turistik pazarlarda. Sanat pazarında, sanatçılar medyada çalışan diğer kişilerle aynı şekilde ve yaratıcı yeteneklerini kullanarak çalışırlar. Kitlesel pazarda, üretilen eşyalar benzersizlik veya orijinallik kaygısı olmadan satın alınır, kaliteyle birlikte işlevsellik de önemlidir.
Tasarım	Endüstriyel tasarım, üretici ve kullanıcının ortak faydası için, işlevsellik, değer ve görünümü optimize eden, kavram ve özelliklerin yaratılması ve geliştirilmesidir.
Moda	Moda tasarımı küçük fakat yoğun rekabet içeren bir iştir: Sanat, zanaat, tasarım, üretim, perakendecilik ve reklamcılığın değişken bir karmasıdır. Küresel tekstil ve giyim endüstrisinin de en görünen tarafıdır.
Film	Film endüstrisi 4 ana sektörden oluşur: Amerikan yapımı (Hollywood veya bağımsız); diğer ulusların yapımları; Amerika menşeli küresel dağıtım işletmeleri ve sinema, TV kanalı ve DVD satışı yapan binlerce yerel işletme. Bir film telifle korunan nitelikli bir iştir.
Müzik	Müzik, yaratıcı ürünler arasında en soyutudur. Endüstri 4 ana sektörden oluşur: Besteleme, performans, yayınlama/lisanslama ve ses kaydı.
Performans Sanatları	Sahnede icra edilen ve alana özel performansların tamamını içerir. Dünyanın en büyük ve en iyi bilinen anıt yapılarından, en küçük yerel tiyatrolara kadar hepsinin yönetimini de içerir. Yazmak, üretmek, oynamak, yönetmek, sergilemek, tasarım, ışıklandırma, ses, set işleri, pazarlama ve yönetim faaliyetlerini barındırır.
Yayıncılık	Yayıncılık endüstrisi, basit ve evrensel bir doğrudan kopyalama sürecini temel alır. Ancak zaman içinde, çok özel tasarım ihtiyaçlarına ve yerel

	kültürel yatırımlara cevap vermek için birçok farklı biçime ve iş süreçlerine evrilmiştir.
Ar-Ge	Bu bölüm işletmeler, üniversiteler ve araştırma kurumları tarafından yürütülen bilimsel ve teknik Ar-Ge faaliyetlerini tanımlar. Ar-Ge bir patent işidir. Her Ar-Ge patentle sonuçlanmaz, ancak her patent Ar-Ge'den kaynağını alır veya başarılı uygulama için Ar-Ge'nin bir elemanına ihtiyaç duyar.
Yazılım	Bilgisayar programlarını tasarlamak ve yazmak açıkça yaratıcıdır. Parçalarına ayırmak gerekirse, endüstriyel süreçler için program yazıp satmak Ar-Ge iken; bilgisayar destekli tasarım (CAD) tasarım başlığı altında incelenir. Bu işi yapanlar, kodları bedava yayınlasalar bile kesinlikle fikri ürün üretmiş olurlar.
Oyuncaklar ve Oyunlar (Bilgisayar Oyunları Hariç)	Oyuncak ve oyun tasarımı, üretimi ve satışı bilgisayar oyunlarının gelişiminden etkilenmektedir. Bir oyuncak veya oyun, fikri ürün özellikleri gösteren birer objedir. İsimleri birer marka olabilir, ancak tasarım ve sanatsal elemanlar telif ile korunabilir.
TV ve Radyo	Teknik olarak yayınlama, seyirciye ses ve görüntü iletimini içeren basit bir iştir. TV'nin gelişimi, yüksek bir hızla artan üretime, geleneksel yayıncılığa ve internet yayıncılığına uyuma ve tüm iletişim imkânlarına uyum sağlayabilen yeni ürünlere bağlıdır. Bu güncellemeler harcamaya-yoğundur, fakat hızlı finansal getiri sağlarlar.
Bilgisayar Oyunları	Bu endüstri üç sektörü içerir: Yazılımı da olan alet-tabanlı oyunlar, evrensel CD ve DVD oyunları, internet oyunları. Oyun aletlerinin gelişimi ve internet hızının/erişiminin artması ile kişisel bilgisayar oyunları sektörü yara almıştır.

Kaynak: Levickaitė, R., (2011), “Four Approaches to The Creative Economy: General Overview”, Business, Management and Education, Vol.9, No.1, ss.83-85.

Yaratıcı endüstrilerin ekonomik önemi yeni yeni fark edilmektedir. Bu fark ediş iki şekilde olmaktadır: Değerlendirmelerin, sanatın ekonomik etkisi başlığı altında, kültürel sektörün ekonomik büyüklüğü cinsinden yapılması ve telif hakkı korumasının ekonomik etkisinin ölçülmesi (Towse, 2002:7). Howkins (2013), Amerika’nın telif hakkı ihracı ile yiyecek, içecek, araba, bilgisayar ve uçaktan daha fazla değer elde ettiğini, aynı şekilde İngiltere’nin moda endüstrisinin araba veya çelik endüstrisinden daha fazla insan çalıştırdığını ve daha fazla kazanç sağladığını belirtmiştir. Çin’de de yaratıcı sektörlerin büyümeye yüzde 4-5 oranında katkı sağladığını, Pekin ve Şanghay’da bu oranın yüzde 10-11 civarına yükseldiğini ifade etmiştir. Yüzden fazla ülkenin kendi yaratıcı ekonomileri için ulusal planları olduğunu ve neredeyse dünyadaki bütün büyük şehirlerin de yaratıcı olmayı istediğini sözlerine eklemiştir.

Aslında tüm toplumlar kültürel ve yaratıcı endüstrilere sahiptir, ancak toplumlar zenginleştikçe sosyal ve ekonomik hayatta daha merkezî hale gelmektedirler ve böylece bu endüstrileri geliştiren ve yetiştiren bir pozisyona geçmektedirler (Murphy, 2012: 179).

2.2.1.3. Yaratıcı Endüstrilerin Yedi Özelliği

Richard Caves (2000), yaratıcı endüstrileri, kitap ve dergi yayıncılığını, görsel sanatları (resim ve heykel), sahne sanatlarını (tiyatro, opera, konser, dans), ses kayıtlarını, sinema ve televizyon filmlerini, hatta modayı, oyuncakları ve oyunları içeren, kültürel, sanatsal veya sadece eğlence değeri olan mal ve hizmetleri sağlayan endüstriler olarak tanımlar. Caves'e göre yaratıcı ürünler aşağıdaki ortak unsurları içerir (Caves, 2000; Levickaitė, 2011: 85-86; Flew, 2002: 6-8):

2.2.1.3.1. Belirsizlik Prensibi (Nobody Knows Principle)

Yaratıcı ürünler, alıcının tüketimden veya tecrübe edinmeden önce ürün hakkında bilgi eksiği olduğu, tatminin büyük ölçüde sübjektif ve soyut olduğu “deneme mallar” oldukları için, yaratıcı ürüne olan talepte büyük bir belirsizlik vardır. Bir yaratıcı ürüne tüketicinin göstereceği tepkiyi bilmek çok zordur. Ürün çok tutulup, üreticisine maliyetinin çok üstünde bir kazanç sağlayabilir veya sadece birkaç tüketici tarafından ilgi görebilir. Eğer yaratıcı ürünün üretimi çok maliyetliyse (buradaki yaratıcı ürün resimden ziyade bir film olabilir) üretici bu yüksek maliyete katlanmadan önce, tüketicilerin ürün hakkındaki değerlendirmelerini öğrenmeye çalışacaktır. Fakat bütün bu araştırma ve ön testler sonuçsuzdur, çünkü yaratıcı ürünlerin başarısı rastlantısalıdır. Yaratıcı endüstrilerin benzersiz olmaları da (uniqueness) talebi tahmin

etmenin imkânsızlığından kaynaklanmaktadır (Ivanovici ve Mândruleanu, 2008: 2048-2049).

2.2.1.3.2. Sanat Sanat İçindir (Art for Art's Sake)

Ekonomistler, normalde, işe alınan işçilerin ürettikleri ürünün şekli, rengi veya diğer özellikleri ile ilgilenmediklerini, onlar için alacakları ücretin, çalışma şartlarının veya ne kadar çaba harcamaları gerektiğinin önemli olduğunu ileri sürerler. Oysaki yaratıcı faaliyetlerde üreticiler, yaratıcı faaliyetlerinde, orijinallik, teknik ve profesyonel beceriler, uyum ve yaratıcı ürünlerinin anlaşılabilirlikleri ile ilgilenirler. Sanatçılar, sıradan bir işte çalışmaktansa, yaratıcı bir işte daha az kazanmaya razıdırlar. Çünkü yaptıkları işten büyük haz alırlar. İşleri ve yaratıcı faaliyetleri sayesinde tatminin ekonomik olmayan türlerini üretirler ancak bu faaliyetlerin ekonomik olarak geçerli olması muhasebe, ürün pazarlama gibi görece daha sıkıcı faaliyetlerin performansına bağlıdır.

2.2.1.3.3. Karışık Tayfa Prensibi (Motley Crew Principle)

Bazı yaratıcı çıktılar, bir ressam gibi, sadece bir yaratıcı çalışana ihtiyaç duyar. Ama çoğu yaratıcı çıktı, ürünün kalitesi ve görünüşü ile ilgili kişisel zevklere sahip farklılaşmış yetenekler ve uzmanlaşmış çalışanlar gerektirir. Örneğin, bir sinema filmi birçok farklı artistin çabası ile ortaya çıkar. Görece olarak karmaşık olan yaratıcı ürünler, derin becerili girdiler gerektirir. Uygun bir ürün ile sonuçlanması için bütün girdilerin belli bir seviyenin üstünde yeterlilik ve uyum göstermesi gereklidir. Yaratıcı faaliyet, ekonomistlerin ifadesiyle, çarpımsal üretim fonksiyonunu içerir. Bir üretim fonksiyonu, çıktı elde etmek için belirlenmiş girdileri birleştiren bir tariftir. Bir çarpımsal üretim ilişkisinde, ticari olarak değerli bir çıktı için, her girdi görevini en az

yeterlilik düzeyinde yerine getirmelidir. Aksi takdirde, çok basamaklı bir sayının bile sıfır ile çarpımı sıfırdır.

2.2.1.3.4. Sonsuz Değişkenlik (Infinite Variety)

Tüketici bir yaratıcı ürünü değerlendirirken, ürünü benzer yaratıcı ürünlerle kıyaslayarak ona bir değer biçer. Önemli olan bir ürünün diğerleri arasından seçilmesidir. Ürünler iki şekilde birbirlerinden farklılaşırlar: Yatay olarak ve dikey olarak. İkisi de alıcılar tarafından denenmiş olan A ve B ürünlerinden A'nın B'den daha iyi bulunması dikey farklılaşmadır. A ve B'nin aynı fiyattan satılması durumunda kimse B'yi satın almayacaktır. İki şarkı, iki resim, iki aksiyon filmi birbirine çok benzer olabilir ama tıpatıp değildirler. Bu da yatay farklılaşmadır. Bu ürünler aynı fiyattan satıldıklarında bazı insanlar birini, bazı insanlar diğerini tercih edeceklerdir. Yaratıcı ürünler, hem yatay hem de dikey farklılaşmanın bir karmasını sergilerler. Dolayısıyla, neredeyse sonsuz çeşitlilikte yaratıcı ürün mevcuttur. Farklı yaratıcı ürünler kaliteleriyle ve benzersizlikleriyle diğerlerinden ayrılırlar.

2.2.1.3.5. A Listesi/B Listesi (A List/B List)

Sanatçıların becerileri farklıdır ve bu beceri farklılıkları yaratıcı ürüne dönüştüğü zaman görülür. Eğitim ve/veya uygulama ile yetenekler arttırabilir ama eğitilmiş ve olgunlaşmış yaratıcı etmenler, yeterliliğin farklı alanlarında görülmektedirler. Hangi sanatçıların hangi listede olduğu bellidir ve sanatçılar becerilerine, orijinalliklerine ve yaratıcı süreçlerdeki/ürünlerdeki yeterliliklerine göre sıralanırlar. Böylece, becerilerdeki ve yetenekteki ufak farklar, finansal başarıda büyük farklara neden olabilir.

2.2.1.3.6. Zaman Akar (Time Flies)

Derin becerili girdiler gerektiren, karmaşık projeleri koordine ederken, zaman kritik öneme sahiptir. Şüphesiz ki, yarın 200 TL gelir sağlayacak olan 100TL’lik yatırım, 10 yıl sonra 200 TL gelir sağlayacak olandan daha karlıdır. Bu yüzden, çeşitli yaratıcı faaliyetleri görece kısa ve sınırlı bir zaman diliminde koordine etmek gerekir. Yaratıcı faaliyetlerin gelirlerinin anında gerçekleşmesi, zaman akar özelliğini yansıtmaktadır.

Yaratıcı girdinin seçimi sadece onun kalitesine değil ayrıca ne zaman uygun olduğuna da bağlıdır. Örneğin daha az yetenekli ama müsait bir sanatçı, doğru zamanda işi alabilir.

2.2.1.3.7. Ars Longa (Sanat Uzundur)

Hipokrat'ın tabiriyle "Ars longa, vita brevis", yani "sanat uzundur, hayatsa kısa". Çoğu yaratıcı ürün kalıcıdır ama bu kalıcılık ürünün kendisinden değil, telif korumasını gerekli kılan kalıcılık/devamlılık özelliğine sahip olmasından kaynaklanır. Böylece yaratıcılarının telif ücreti almasını sağlarlar.

Caves’e (2000) göre bu özellikler, yaratıcı faaliyetlerin ekonomik sonuçları hakkındaki önemli risk ve belirsizliği ifade etmektedir. Bu belirsizlik ve risk, riski dağıtma ve yaratıcı üreticilere sigorta sağlama ihtiyacı, bazı yaratıcı etkinlikler için kamu finansmanı sağlamanın sebeplerinden biridir.

Flew (2002: 8), Caves’in yaratıcı endüstrinin farklı alanları için ortak araçlar oluşturmaya çalışmasını ve oyunlar, interaktif multimedya gibi yaratıcı endüstrinin

yeni formlarını film, televizyon gibi daha geleneksel kültürel endüstrilerden farklılaştırmada isteksiz olmasını analizin önemli problemleri olarak görmüştür.

2.2.2. Yaratıcı Sınıf Yaklaşımı

Richard Florida'nın (2012) "Yaratıcı Sınıfın Yükselişi" (The Rise of The Creative Class) adlı çalışmasıyla artan bir öneme sahip olan yaratıcı sınıf, süper yaratıcı çekirdek (super-creative core) ve yaratıcı profesyonellerden oluşmaktadır. Süper yaratıcı çekirdekte; bilim adamları, yazarlar, sanatçılar, eğitimciler, mimarlar, mühendisler, sporcular, medya ve eğlence sektörü çalışanları gibi yaratıcılıkları ile bölgelerine değer katan meslek sahipleri yer alır. Yaratıcı profesyoneller ise, yüksek teknoloji, finans, hukuk, sağlık ve iş yönetimi gibi bilgi yoğun endüstrilerdeki meslekleri kapsamaktadır. Yaratıcı sınıfın mesleki sınıflandırması, insanların mezun oldukları okulların sayısından ziyade, mevcut işlerinde neler yaptıklarıyla ve işleriyle ilişkili yeteneklerin gereklilikleriyle ilgilenir (Gabe, Florida ve Mellander, 2013: 39). Yaratıcı sınıf bir bölgenin yaratıcılığı üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Knudsen, Florida, Stolarick ve Gates (2008) de, yaratıcı çalışanların yoğunluğunun bölgesel yeniliği etkileyen kilit bir faktör olduğunu belirtmişlerdir. Ekonomik büyümenin ve yeniliğin temel unsuru yaratıcılıktır. Üretimin maliyeti, uzmanlaşmış beceri ve bilgiye ulaşmadan daha az önemli hale gelmesi sebebiyle, şehirler ekonomik gelişim için, sadece firmaları ve endüstrileri cezbetmeye odaklanmamalı, yazılım programcılarından görsel sanat artistlerine kadar büyük bir meslek yelpazesini içine alan, yüksek eğitilmiş ve mobil yaratıcı sınıfı da cezbetmelidirler (Grodach, 2013: 1749).

Yaratıcı sınıfın üyeleri, 3T'nin (technology, talent, tolerance) olduğu bölgelere yerleşmektedirler. Yaratıcı insanları cezbetmek, yenilikler gerçekleştirmek ve

ekonomik gelişimi teşvik etmek için, bir yer üç T'ye de sahip olmalıdır. Üç T, tolerans (tolerance), yetenek (talent) ve teknolojiyi (technology) ifade etmektedir. Tolerans, bütün etnik kökenleri, ırkları, sosyal sınıfları kapsama ve açık olma; yetenek, üniversite mezuniyeti ve üstü nüfus; teknoloji ise, bir bölgedeki hem yenilik hem de yüksek teknoloji konsantrasyonu olarak tanımlanabilir (Florida, 2005: 37). Yaratıcı sınıf merkezlerinin, diğer şehir ve bölgelere kıyasla ekonomik kazananlar olma ihtimalinin daha yüksek olduğunu belirten Florida (2005: 35), yaratıcılığın yeni coğrafyasının göstergeleri olan bir takım eğilimleri keşfettiğini ileri sürmektedir. Bunlardan bazıları şunlardır:

- Yaratıcı sınıf, geleneksel kolektif toplumlardan, yaratıcı merkezlere doğru hareket etmektedir,
- Yaratıcı merkezlerin, sadece yaratıcı sınıfın yoğunlaştığı değil, yenilikler ve yüksek teknolojili endüstrilerde büyüme şeklindeki yaratıcı ekonomik çıktıların da yoğunlaştığı merkezler olmaları sebebiyle, çağımızın ekonomik kazananları olma eğilimindedirler,
- Yaratıcı merkezler, doğal kaynaklara veya ulaşım rotalarına erişim gibi geleneksel ekonomik sebeplerle veya yerel hükümetlerin teşvikleriyle büyümemektedirler. Yaratıcı merkezlerin başarılı olma sebepleri, yaratıcı insanların o şehirlerde yaşamak istiyor olması, firmaların da insanları takip etmesi veya bir şekilde insanlar tarafından kurulmasıdır. Dolayısıyla, yaratıcı merkezler, yaratıcılığın tüm formlarının yerleşip, yayılabileceği bütünleştirilmiş yaşam alanları veya ekonomik sistemler sağlamaktadırlar,

- ° Yaratıcı insanlar, yaratıcı merkezlere geleneksel sebeplerle yönelmemektedirler. Çoğu şehrin odaklandığı stadyumlar, otobanlar, alışveriş merkezleri gibi binalardan oluşan fiziksel şartlar yaratıcı sınıfı çekmede yetersiz kalmaktadır. Yaratıcı sınıfı çeken, bir toplumdaki yüksek kaliteli tecrübelerin çokluğu, her türlü çeşitliliğe açıklık ve hepsinin ötesinde, “yaratıcı insan” kimliklerini geçerli kılma fırsatıdır.

Dolayısıyla, yaratıcı endüstrilerin konumlanmasında sosyal ağların önemli olduğu söylenebilir. Yaratıcı çalışanların etkileşimleri yaratıcılığı körükler ve bu da ekonomik dinamizmi ateşler (Indergaard, 2013: 44). New York'taki Silikon Patika'da (Silicon Alley) yer alan yeni medya endüstrisinin detaylı analizi, şehirlerdeki yığılmanın geleneksel sebeplerinin (örneğin işlem maliyetlerinin minimize edilmesi) geçerli olmamasına rağmen, biçimsel ve biçimsel olmayan, planlı ve plansız yüz yüze iletişimden ve tesadüfi güzelliklerin doğasından dolayı mekansal yakınlığın endüstri açısından son derece önemli olduğunu göstermiştir (Kolenda ve Liu, 2012:490-491). Yığılma etkilerinin yaratıcı endüstrilerde nasıl işlediği incelendiğinde, yüksek nüfus yoğunluğuyla doğrudan bağlantılı olduğu için, endüstriyel kümelenmelerin önemli olduğu ileri sürülmüştür. Currid ve Williams (2010, akt. Kolenda ve Liu, 2012: 491) kültürel endüstrilerin coğrafi sınırlarına bakmak için posta kodu düzeyinde veri ve GIS (Coğrafi Bilgi Sistemi) haritalaması kullanmışlar ve inceledikleri kültürel endüstrilerin, Manhattan, Beverly Hills ve Santa Monica gibi nispeten nüfus yoğun alanlarda artmaya meyilli olduklarını görmüşlerdir. Bu duruma neden olan iki sebep belirlemişlerdir: Kolay ve hızlı müşteri kapma, yani talebe yoğunlaşma ve her işçinin sanatını üretebileceği kültürel kurumsal altyapı ihtiyacı.

Florida, yaratıcı sınıfı, ekonomik fonksiyonu yeni fikirler, yeni teknoloji ve/veya yeni içerik oluşturmak olan fen ve mühendislik, mimarlık ve tasarım, eğitim, sanat, müzik ve eğlence alanlarındaki insanlar olarak tanımlar. Yaratıcı sınıfın dış halkası, işletme ve finans, hukuk, sağlık hizmetleri ve ilgili alanlardaki yüksek derecede bağımsız karar verme yeteneği ve eğitimi gerektiren karmaşık problem çözme ile uğraşan yaratıcı profesyonelleri içerir. Bu grup ortak ahlaki değerleri paylaşır, bu değerler: Yaratıcılık, bireysellik, farklılık ve erdemdir (Donald et al., 2013: 5).

Florida (2005), en geniş yaratıcı sınıf listesindeki bölgelerden üçünün, yüksek teknolojili ilk beş bölge arasında olduğunu; yine en geniş yaratıcı sınıf listesindeki bölgelerden üçünün, yenilikçi ilk beş bölge arasında olduğunu ifade etmiştir. Böylece yaratıcı sınıfın yoğun bir şekilde bulunduğu şehirlerin özellikle yüksek teknoloji sektörlerinde başarılı bir ekonomik gelişme gösterdiğini kanıtlamıştır. Yaratıcı sınıfı şehirlere çeken tolerans, açıklık ve kültürel çeşitlilik gibi belirli faktörleri araştırmış; sonuç olarak da, bölgesel politik karar vericilere, yaratıcı faaliyetlerin kaynağı olan ve bölgesel gelişim için de büyük önem taşıyan yaratıcı sınıfı çekmek için, yüksek kalitede yaşam ve boş zaman imkânları sağlamalarını önermiştir.

Bölgesel ekonomik gelişmenin öncüsü nedir sorusuna geleneksel olarak meslekler cevabı verilir. Yüksek ücretli iş fırsatları uzun bir süredir bölgelerin, insanları cezbetme ve gelirlerini arttırma yeteneğinin merkezi olarak görülmekteydi (Florida, Mellander, Stolarick, 2010; 278). Ancak, rekabetçi avantaj kazanmak için, bölgelerin, yerel ve bölgesel seviyelerdeki tüm vatandaşlarının bilgi ve fikirlerini kullanacak mekanizmalar yaratmaya ihtiyacı vardır. Bir yerin kalitesi, bölgelerin yaratıcı insanları cezbetmedeki kritik parçalarından biridir. Bu da bazı bölgelerin yetenek savaşını nasıl kazandığının büyük bir göstergesidir. İş, yetenek savaşında

gerekli bir durumdur ama yetersizdir (Florida, 2005: 86). Daha sonraları üretimin küreselleşmesi ve çoğu üretim mesleklerinin daha düşük maliyetli yerlere taşınması ile teknoloji ve girişimcilik bölgesel gelişimin önemli bir kaynağı olarak görülmeye başlanmıştır. Bölgesel ekonomik büyümede beşeri sermayenin rolü de tartışılmış, bölgelerin yüksek eğitilmiş ve yüksek yetenekli kişileri cezbetme ve elde tutma yeteneğinin de büyümede kilit faktör olduğu belirtilmiştir. Son yapılan çalışmalarda da bölgesel gelişimde kentsel kolaylıkların, hayat kalitesinin, çeşitliliğe açıklığın, artistik ve kültürel alanların oynadığı rollere vurgu yapılmaktadır (Florida, Mellander, Stolarick, 2010; 278). Pratt'a (2008: 112) göre de, şehirlerin, üst düzey yöneticileri ve karar vericileri kendine çekmesindeki temel silahı yüksek kültürel imkânlar ve kaliteli bir hayat sunmasıdır.

2.2.3. Yaratıcı Şehir Yaklaşımı

Yaratıcılığın bireyler için anlamı, sınırların dışında düşünebilme, disiplinler, fikirler ve kavramlar arası geçişler yapabilme, bir konunun özünü anlayabilme ve farklı konularla ilişki kurabilme kapasitesidir. Takım veya örgüt içindeki yaratıcılık ise, bireylerin çeşitli yeteneklerini ortaya çıkarabilme, bireyler arasındaki bariyerleri aşabilme, bireylerin katkılarına imkân vermek için engelleri ve prosedürleri azaltma kapasitesidir. Şehirler için ise yaratıcılık, tamamen birbirinden farklı ve amaçları birbiriyle çelişen grupların güç ve ilgilerinin birleştirilmesidir. Şehirlerin yaratıcılıkları, farklı çıkar gruplarını ortak bir şekilde kabul edilmiş gündem etrafında toplayabilme, farklı sektörler arasındaki ortaklıklara dâhil olmayı öğrenme, kamu sektörünün daha girişimci olmayı öğrenmesi ve özel sektörün de sosyal olarak ortak amaçların takibinden sorumlu olması aracılığıyla kentsel yaratıcılık üretmesi gibi belirli nitelikleri içerir (Landry, 2007: 7). Şehirler, insanın yaratıcı enerjisini

hareketlendirme, yoğunlaştırma ve yönlendirme araçları olmuşlardır. Yaratıcı enerjiyi, teknik ve artistik yeniliklere, ticaretin ve yeni endüstrilerin yeni türlerine dönüştürür, toplum ve uygarlaşma modellerini geliştirirler (Florida, 2005: 1).

Charles Landry (2000), modern şehirlerin ve bölgelerin yaratıcılığının gelişmesinde yaratıcı bir çevrenin önemine dikkat çekmektedir. Yaratıcı şehir, insanlara, girişimciliğe ve yeniliğe yatırım yapma avantajının farkında olan; yaşanılacak, çalışılacak ve bir parçası olunacak iyi bir yerdir (Suciu, 2009). Kentsel ve bölgesel ekonomilerde yaratıcı ekonomilerin neden önemli hale geldiğini araştıran Landry, gelecek ekonomilerin gücünün, yaratıcı şehirlerin gelişmesinin altında yattığını söylemiştir. Yaratıcı şehirlerin en önemli özelliklerini de şu şekilde sıralamıştır:

- Sanatçıların, bilim adamlarının, işçilerin ve ustaların yaratıcı çalışmaya sadece kendilerini değil, aynı zamanda tüm vatandaşları bu yaratıcı faaliyetlerine dahil etmeleri gerekmektedir. Bu, yararlı, kültürel değerli mal ve hizmet üretimini teşvik etmek, fabrika ve ofislerin ortamını iyileştirmek için gereklidir.
- Üniversiteler, teknik okullar, araştırma enstitüleri, tiyatrolar, kütüphaneler ile bir şehirdeki bilim ve sanatın yaratıcı faaliyetini destekleyen kültürel kurumlar yaratıcı destek altyapısı olarak faaliyet göstermelidirler.
- Çevre politikası çok önemlidir. Çevre politikaları, tarihsel mirası ve şehrin içinde bulunduğu ortamı korur ve olanaklarını arttırır. Sonuç olarak, vatandaşların yaratıcılıklarını ve duyarlılığını geliştirir.

- Bir şehir, yaratıcı bölgeyi destekleyen ve sürdürülebilir dengeli bir ekonomik temele sahip olmak zorundadır.

Kavram olarak, bir şehir, sadece insanların ve firmaların yoğun bir kümesidir. Şehirlerin bütün yararları, malları, insanları ve fikirleri taşıma/ulaştırma maliyetlerini azaltmasından kaynaklanmaktadır. Günümüzde, insanları ve fikirleri hareket ettirme maliyetleri çok önemli hale gelmiştir (Glaeser, 1998: 140). Yetenekler, ulaşım, altyapı, sermaye, piyasalar ve ekonomik fırsatlar gibi üretim faktörleri şehirlerde yoğunlaşır. Bu gibi faktörlerin yoğunluğu insan etkileşimi için gerekli kritik kümelenmeyi sağlar. Etkileşim ve yakınlık, yaratıcılık ve yeniliğin önemli bileşenleridir. İyi işleyen şehirlerin görece kısa mesafeleri ve yoğun iletişim sistemleri, bireyler, firmalar ve kurumlar arası etkileşimi teşvik ederek, yüz yüze iletişimi destekler. Bu yığın ekonomileri sayesinde, geniş metropolitan alanlar yaratıcı endüstrinin gelişimine daha yatkındır (Booyens, 2012: 46). Literatür yerlerin (places) beşeri sermaye veya yeteneği birbiriyle ilişkili iki mekanizma ile cezbedtiğini ileri sürer. İlki, yerlerin, insanları iş imkanı ve ekonomik fırsat sunarak cezbedtiği; ikincisi ise, yerlerin insanlara çeşitli yaşam tarzı imkanları sunarak cezbedtiğidir. İkincisi genellikle, ekonomik olarak hareketli ve yerleşim yerlerini seçebilecek yüksek eğitimli bireyler için geçerlidir (Florida, 2005: 90).

2.2.3.1.Yaratıcı Şehirlerin Bileşenleri

Şehirler, pazar, ticaret ve üretim merkezi olarak faaliyet gösterebilmek için girişimci, artist, entelektüel, öğrenci ve yönetici nüfusla birlikte yaratıcılığa ihtiyaç duymaktadırlar. Şehirler genellikle ırkların ve kültürlerin birbirine karıştığı ve etkileşim sonucunda yeni fikirlerin, ürünlerin ve kurumların meydana geldiği, insanların fikirlerini, ihtiyaçlarını, ilhamlarını, hayallerini, projelerini, çelişkilerini,

hatıralarını, sevgilerini, takıntılarını ve korkularını açığa vurmalarına imkân tanıyan yerlerdir (Landry ve Bianchini, 1998: 11).

Yaratıcı endüstriler, genellikle kentsel dönüşüm, ekonomik kalkınma ve istihdam yaratma için bir yol olarak görülmektedir. Yaratıcı endüstrilerin büyümesi de şehirlerdeki Post-Fordist ekonomik yeniden yapılandırma ile ilişkilidir. Şehirlerin ekonomik temeli, üretimden, bilgi yoğun ve hizmet bazlı endüstrilere kaymıştır. Bilgi-yoğun ve hizmet tabanlı endüstriler yeni ekonomilerin merkezidir ve hemen hemen tamamen şehir temellidirler (Booyens, 2012: 43-45). Çünkü bilginin, yaratıcılığın ve yeniliğin gelişimi için şehirler mükemmel yerlerdir. Ancak, şehirlerin bilgi ekonomisine rahat geçebilmesi için potansiyel yardımcıları olarak bazı faktörlere ihtiyaç vardır. Genel olarak bu faktörler: Konsantrasyon, çeşitlilik ve istikrarsızlıktır. Yaratıcı şehirlerin bu üç bileşeni şu şekilde açıklanmaktadır (Hospers, 2003: 144-152; Booyens, 2012: 46-48).

- Konsantrasyon

Şehre ait yaratıcılık ilk olarak belli bir konumdaki/yerdeki önemli sayıdaki insanın varlığı tarafından desteklenir. Konsantrasyon, yeterli insan etkileşimi ve iletişimi için gerekli kritik kitleyi doğurur. Konsantrasyon yalnızca insan sayısı değil, daha çok etkileşimin çeşitliliğidir. Belli bir bölgedeki yüksek insan yoğunluğu, bireyler arasındaki sık görülen buluşmalara ve rastlantılara neden olur ve dolayısıyla da yeni fikirlerin ve yeniliklerin ortaya çıkması daha kolay olur.

Glaeser (1998:140) şehir yoğunluğunun insanlar arasındaki etkileşim oranını arttıracığını ve insanlar etkileşimleri yoluyla öğrendikçe, beşeri sermaye birikimini hızlandıracağını ifade etmektedir. Sonuçta yaratıcılık, bilgi ve yenilik insan işidir ve

bir şehir tek başına yenilikçi olamaz, sadece nüfusu olabilir. Eğer şehirlerin yenilik ve büyüme potansiyelleri çeşitli insanlar arasındaki planlanmamış ilişkilere bağlı ise, homojen şehirler çok daha az yenilikçi olacaklardır (Glaeser, 1998: 158). Oysaki Quigley'in (1998: 136) de belirttiği gibi, artan şehir büyüklüğü ve heterojenliği, artan çıktı, üretim ve büyüme ile güçlü bir şekilde ilişkilidir.

○ Çeşitlilik

Şehre ait yaratıcılığı teşvik eden ikinci faktör çeşitliliktir. Buradaki çeşitlilik ile sadece şehir sakinleri arasındaki farklar, bilgileri, becerileri ve faaliyetleri arasındaki değişkenlikler değil, aynı zamanda binalar gibi şehrin yansıttığı imajdaki değişkenlik de kast edilmektedir.

Yaratıcı kişiler, açık, hoşgörülü ve farklı şehirleri tercih ederler. Talep açısından; farklı mesleklere, yetkinliklere ve sosyal geçmişlere sahip kişileri içeren çeşitlenmiş bir nüfus, yüksek ve farklılaşmış tüketici talebini yaratacaktır.

Çeşitlilik içeren nüfusa (aileler, girişimciler, sanatçılar, göç edenler, yaşlılar ve öğrenciler) sahip şehirler, çok değişkenli beceriler ve talepler kümesinden faydalanabilirler. Bu tabiata sahip bir şehirde, kişilerin buluşması, sokakta tanışması, bilgi alışverişinde bulunması, yeni fikirler edinmesi ve yeniliği ortaya çıkarması için her türlü imkân vardır. Gelişmiş çevre burada ekstra yardımcı olur: Çok farklı tipte mekânların (eski ve yeni binalar, ofisler, dükkânlar, ibadethaneler, barlar ve restoranlar) olduğu bir sokakta farklı bir şeyler ortaya çıkması ve farklı birleşimlerin oluşma ihtimali çok yüksektir. Bu yolla, bir şehir girişimcilik, yaratıcılık ve yeniliğin filizlenmesi için ideal bir yere dönüşür. Kısaca, çeşitlilik dinamizme ve şehir hayatının gelişmesine yol açar.

Biyolojik çeşitlilik, doğal çevrenin dayanıklı ve sağlıklı (wellbeing) olduğunun garantisidir. Aynısı (çeşitlilik) şehirler için de geçerlidir. Yaratıcı mekânların, yabancıların (outsider) mekâna kazandıracığı yeni fikirlere, ürünlere ve hizmetlere ihtiyacı vardır. Constantinople'den (İstanbul), Hangchow'a (Hangzhou-Çin), Floransa'ya (İtalya) kadar geçmişteki başarılı şehirlerin temeli kültürleri özümsemelerine ve bir arada taşıyabilmelerine dayanmaktadır. Bu Londra, New York, Sidney ve Toronto gibi günümüzün büyük çok kültürlü şehirleri için de geçerlidir (Landry, 2007: 5).

Spencer (2012: 269), çok çeşitli yerel çevrelerde yaşayan insanların, daha geniş çeşitlilikte bilgi birikimine sahip olma eğilimde olduklarını ve bunun da yeni fikirler üretmek için daha iyi bir pozisyonda olmalarını sağladığını belirtmiştir. Benzer şekilde Glaeser (2011: 5) de, kalabalık metropolitan alanlarda fikirlerin yayılımının, zeki insanların birbirlerinin fikirlerini ödünç alabilecekleri yenilikçi zincirlere imkân verdiğini ifade ederken; Florida da (2005: 39), açık ve çeşitli bir çevrede yaşamamanın yetenekli ve yaratıcı insanları daha yaratıcı yaptığını ifade etmiştir.

Çeşitlilik, yeteneği cezbetmede merkezi ve önemli bir rol oynar. Çeşitlilik, bölgedeki firmaların veya bölgesel endüstriyel yapıların çeşitliliği de ifade edilmektedir ve bölgenin yeteneği cezbetme ve yüksek teknolojiye endüstriler oluşturma kabiliyeti üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Çeşitliliğe açık olan bölgeler kapalı olanlara oranla, milliyet, ırk, etnisite ve cinsel eğilim açısından çok daha geniş yelpazedeki yeteneği cezbeder. Çeşitlilik sadece bir sosyal amaç değildir, aynı zamanda direkt ekonomik faydaya da sahip olabilir (Florida, 2005: 91-109).

Yaratıcılık ve çeşitlilik, girişimcilik için, vergi oranı, beşeri sermaye veya risk sermayesi gibi kritik kaynaklardan daha gereklidir. Yaratıcılığın, yeni ve kullanışlı

işler üretebilme yeteneği olmasından hareketle, girişimciliği yaratıcılığın bir formu olarak ifade edebiliriz. Çeşitliliğin yüksek olduğu bölgelerde, giriş bariyerleri daha düşük olma eğilimindedir ki bu da farklı geçmişlere sahip beşeri sermayenin bölgeye girmesini ve orda kalmasını kolaylaştırır. Daha çeşitli bir bölge de, diğer bölgelere nispeten, yaratıcı beşeri sermayeyi cezbetme ve elinde tutma avantajına sahiptir. Açık, yaratıcı ve beşeri sermayeyi cezbeden bölgelerde de girişimcilik faaliyetleri daha fazla görülür (Lee, Florida ve Acs, 2004: 882).

○ İstikrarsızlık

Belli bir konumdaki/yerdeki insanların çeşitliliği önemlidir, ancak yaratıcı bir şehir için tek başlarına yeterli değildir. Bazı şehirler bu elzem içeriği elinde bulundururlar, ancak bu onların yaratıcı olmalarına yetmez. Geçmişe gidersek, şehirlerin en ileri yaratıcılığı sergiledikleri zamanların kriz, kargaşa ve ihtilaf dönemlerine rastladığı görülebilir. Yaratıcılık, istikrarsızlık, kriz, çatışma, sosyal ve entelektüel çalkantı dönemlerinde ortaya çıkmıştır.

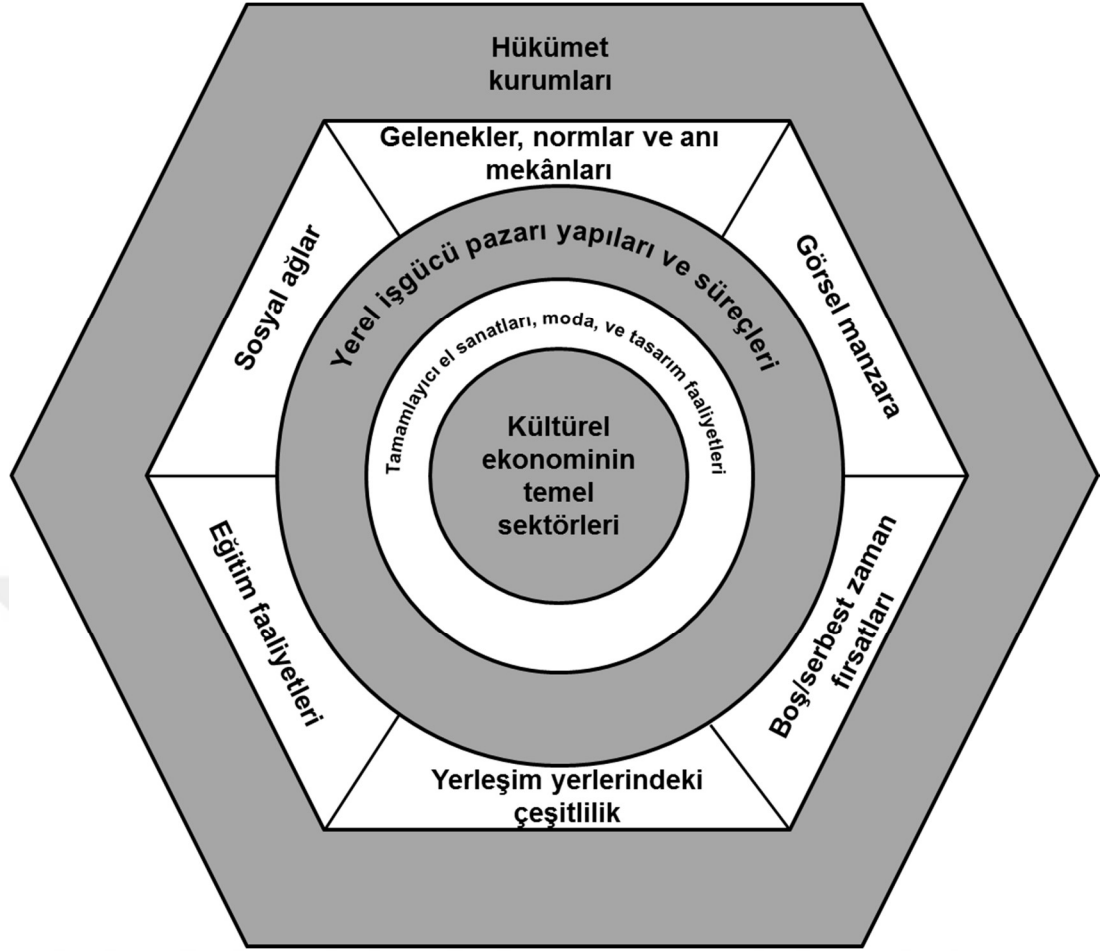
Birkaç yaratıcı ve girişimci insanla tanışmak gibi küçük ve şans eseri olaylar, şehrin kısa zamanda gelişmesine vesile olabilecek önemli vakalar halini alabilir. Kaos veya karmaşa teorisinde, bu olay "kelebek-etkisi" olarak yer almaktadır. Şehirselleştirme yaratıcılığın altında yatan bu faktörün esas, ufak dalgalanmaların büyük değişikliklere yol açabileceğidir.

Profesyonel, bilimsel ve teknik hizmetler; merkezi şehirlerde konumlanan sağlık ve sosyal yardım işleri ve eğitim hizmetleri metropol alanına eşit dağılırken, diğer endüstriler kenar mahallelerde konumlanır. Florida'nın "yer"i (place) düzenleyici bir birim, yaratıcı işgücünü cezbedici veya vazgeçirici bir unsur olarak değerlendirdiğini

belirten Kolenda ve Liu (2012), fikir yoğun endüstrilerin ve bu endüstrilerde çalışan yüksek eğitimli işgücünün arzuladığı konfor elemanlarının (verimli yüksek kalite deneyimler, her tür farklılığa tolerans ve hepsinden öte, kendi kimliklerini yaratıcı insanlar olarak tanımlama fırsatı) metropolün çevresinden ziyade şehir merkezlerinde bulunmasından dolayı, merkez şehirlere yerleşme eğilimde olduklarını vurgulamışlardır. Booyens de (2012: 48) yaşam tarzı ve yaşam kalitesi gibi konum/yer faktörlerinin yaratıcı şehirlerin ve endüstrilerin büyümesi üzerine ilave etkisi olduğunu ifade etmiştir.

Yaratıcı endüstriler şehir içini tercih eder, çünkü şehrin göbeğini avantajlı yapan yığılma etkileri, kalifiye işgücü, benzersiz şehirselleşme yapı ve kuruluşların yoğunluğu ile bunlara ait işgücü tarafından oluşturulan konfor unsurları gibi faktörler vardır. Bu faktörlerin tamamı, merkezî şehirler için rekabetçi sınırın nasıl olması gerektiğini gösterir. Sosyalleşmenin yaratıcı endüstriler açısından önemini belirten dört belirli sebep mevcuttur: Alt gruplar arasındaki etkileşim fırsatı, iş fırsatları için ilişki kurma, kültürel beklilere (örneğin eleştirmenler ve endüstri liderleri) erişim ve destek ağları yaratma (Kolenda ve Liu, 2012:491).

Scott (2010), yaratıcı bir şehri şematik olarak Şekil 2.2.'deki gibi göstermiştir.



Şekil 2.2. Şehrin Yaratıcı Alanları

Kaynak: A. J. Scott, (2010), 'Cultural Economy and the Creative Field of the City', Geografiska Annaler: Series B, Human Geography, 92 (2), pp.125.

Şekil 2.2.'nin merkez çemberi, kültürel ekonominin temel sektörlerini göstermektedir. Bu sektörler, şehrin yaratıcı enerjisinin temelini oluşturmaktadır ve gelir, istihdam ve büyümenin itici gücü olan bu sektörler olmadığında diğer sektörler de gelişmemekte ve başarısız olmaktadır. Merkez çemberi çevreleyen ikinci çember el sanatları, moda ve tasarım faaliyetlerinden (endüstriyel tasarım uzmanları, iç mimarlar, serbest çalışan sanatçılar ve yazılım uzmanları gibi) oluşan tamamlayıcı katmanı göstermektedir. Bu iki katman arasında geçişler olabilmektedir. Üçüncü çember, yaratıcı çeşitliliği barındıran yerel istihdam pazarının yapısını ve süreçlerini

göstermektedir. Bir şehrin yaratıcı ekonomisinin (aynı zamanda kültürel ekonomisinin) bu üç elementi, Şekil 5'te görülen altı bölümü içeren daha geniş bir kentsel çevrenin içerisine yerleştirilmelidir. Bu bölümler şöyledir (Scott, 2010: 125-126):

- 1) Geleneklerin, normların ve anı mekânlarının (müzeler, yerel el sanatları ve becerilerin yer aldığı sergiler gibi) yerel bir sistemi, belirli türdeki yaratıcılık dürtülerinin korunmasını ve aktarılmasını sağlar.
- 2) Görsel bir manzara, farklı imaj ve görüntüler sunarak, şehrin yaratıcı tutkusunu yansıtır ve destekler. Örneğin, yaratıcı bir Rönesans arayan birkaç eski Avrupa şehri, fabrikalarını ve ambarlarını olduğu gibi koruyarak etkili görüntülerle biçimlendirilmiştir.
- 3) Boş/serbest zaman fırsatlar ve imkânlar sistemi, genel olarak, bütün vatandaşlar için, özelde ise yaratıcı çalışanlar için eğlenme, oyalanma ve gelişmenin uygun şekillerini sağlar.
- 4) Yerleşim yerlerindeki çeşitlilik (A mosaic of residential neighbourhoods), şehrin kültür ekonomisindeki çalışanlar için, uygun barınak ve altyapı hizmetleri sunar.
- 5) Eğitim faaliyetleri çerçevesi, yerel üretim sistemi için yetenekli işgücü sağlamada temel rol oynar.
- 6) Sosyal ağlar dizisi, işyerine kişilerarası ilişkileri ekler ve bu sayede yaratıcı çalışanların işle ilgili bilgilerini ve uzmanlıklarını güncel tutmalarını sağlar.

Son çemberde de, hükümet kurumları yer almaktadır ve bütün bunlar yaratıcı bir şehrin varlığını sürdürebilmesi için gereklidir.

Pratt (2010: 18) da, yaratıcı şehirlerin varlıklarını sürdürebilmelerini yaratıcı şehir politikaları üzerinden ele almıştır. Bu politikaların güçlü ve zayıf yönlerini, fırsat ve tehditlerini sıralamıştır. Bu politikaların, güçlü yönleri, yeniliği, yaratıcılığı, hayal gücünü ve problem çözmeyi geliştirecek ve kolaylaştıracak şartlar yaratma imkânına sahip olmaları iken; zayıf yönleri, çoklu ve çelişen hedeflere, altyapı ve sermaye projelerine aşırı odaklanmalarıdır. Fırsatlar arasında, yaratıcılığı ve kültürü sergileme, yatırımı cezbetme, yeniliği canlandırma ve kültürler arası alışveriş sayılırken; diğer şehirlerle rekabet tehditler veya zorluklar olarak ele alınmıştır. Dolayısıyla, yaratıcı şehir politikaları belirlenirken, zayıf yönlerin dikkate alınması, güçlendirilmesi ve tehditlerin de mümkün olduğunca ortadan kaldırılmaya çalışılması gerekmektedir.

2.2.3.2. Yaratıcı Şehir Tipleri

Tarih boyunca, birçok yaratıcı şehir tipinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bunlar: Teknolojik-yenilikçi, kültürel-entellektüel, kültürel-teknolojik ve teknolojik-organizasyonel şehirler (Hospers, 2003: 147-148).

2.2.3.2.1. Teknolojik-Yenilikçi Şehirler

Bu tür şehirler, yeni teknolojik gelişmelerin veya bazen gerçek teknolojik devrimlerin doğduğu yerlerdir. Genellikle yalnızca birkaç yenilikçi girişimci, işbirliği, uzmanlaşma ve yenilik atmosferi yaratarak şehrin öne çıkmasını sağlar. Teknolojik-yenilikçi tip şehirlere klasik bir örnek Detroit'tir. Burası 1900'lerde Henry Ford'un ve onun T-Modeli'nin Amerikan otomobil endüstrisinin temelini oluşturduğu yerdir. 19.yy'daki diğer tarihsel örnekler arasında Birleşik Krallık'ta Manchester (tekstil) ve

Glasgow (tersane), Almanya’da Ruhr Bölgesi şehirleri (kömür ve çelik) ve Berlin (elektrik) bulunmaktadır. Günümüzde teknolojik- yenilikçi şehirler arasında Amerika'daki Silikon Vadisi (San Fransisco ve Palo Alto) ve İngiltere'deki Oxbridge (Oxford ve Cambridge) düşünülebilir.

2.2.3.2.2. Kültürel-Entelektüel Şehirler

Kültürel-entelektüel şehirlerde, bilim, muhafazakârlar ve yenilik odaklı radikal küçük bir insan grubu arasındaki etkileşimle filizlenir. Nesiller arası mesafe, sanatçılar, filozoflar ve entelektüeller aracılığıyla yaratıcı reaksiyonlar üretir. Sırası gelince de bu "yaratıcı devrim", "yetenek mıknatısı" olarak davranır ve o şehirde yaşamayanlar, şehri yeteneklerini rahatça ortaya çıkarabilecekleri bir yer olarak görmeye başlarlar. Örnek olarak, klasik antik Atina'yı (demokrasinin beşiği) ve Rönesans Floransı'nı verebiliriz. Aynı şekilde, 17.yy'da Londra (tiyatro) ve Paris (ressamlık), 20.yy başında Viyana (bilim ve sanat) ve Berlin (tiyatro) kültürel-entelektüel şehirlere belirgin birer örnektir.

2.2.3.2.3. Kültürel-Teknolojik Şehirler

Üçüncü tip yaratıcı şehirler ise, kültürel-teknolojik şehirlerdir. Esasında, bu tip şehirler daha önce açıklanan şehir tiplerinin temel karakterlerinin birleşimidir. Kültürel-teknolojik şehirler aslında teknoloji ve kültürü birleştirmişlerdir. Geçmişte bu durum, "kültürel endüstriler" adını almıştır. Hollywood film endüstrisi (1920), Hintli versiyonu olan Bombay'daki Bollywood, Memphis'teki müzik alanı, Paris ve Milano'daki moda endüstrisi buna örnek olarak verilebilir. 1990'larda bu tür şehirlere örnek olarak Toronto (multimedya), Austin-Teksas (titreşimli canlı müzik sahnesi), Manchester (New Wave müziği) ve Hamburg (eğlence ve yeni medya) verilebilir.

2.2.3.2.4. Teknolojik-Organizasyonel Şehirler

Teknolojik-organizasyonel şehirler, yerel aktörlerin geniş şehrsel yaşantıdan kaynaklanan problemlere orijinal çözümler getirmeleriyle yaratıcı olmuşlardır. Burada, nüfus için gerekli su kaynağı, altyapı ihtiyacı, ulaşım ve barınma düşünülebilir. Böyle "şehir yeniliği" tipi gelişim gösteren şehirler arasında Sezar'ın Roma'sının su kemerleri, 19.yy'ın Londra'sının ve Paris'inin yeraltı tren sistemi, New York'un gökdelenleri, savaş sonrası Stockholm'ün dayanıklı konutları ve 80'ler Londra'sının limanlarının yeniden yapılandırılması örnek verilebilir. Günümüzde ABD ve Avrupa halen teknolojik-organizasyonel yaratıcılık sergileyen şehirlere sahiptirler: Baltimore ve Philadelphia (özel sektör aracılığıyla şehrsel yenilenme), Anvers-Belçika (liman bölgesinin canlandırılması) ve Paris (tramvay, hafif raylı ve otobüsü birleştiren transit sistem) gibi şehirler örnek verilebilir. Teknolojik-organizasyonel şehirlerde devlet, yerel iş çevreleriyle birlikte hareket ederek yaratıcı bir şekilde çalışır.

Şehirler, yeni bilginin toplanması ve hareketliliği aracılığıyla, ekonomik gelişmede önemli, bir rol oynarlar. Bir şehirde yaşayanların çeşitliliği, yeni fikirlerin ortaya çıkacağı etkileşimler yaratır. Şehirlerdeki ekonomik aktörlerin çeşitliliği ve bu aktörlerin yüksek seviyedeki etkileşimi yeni ürünlerin ve yeni teknolojilerin yaratılmasını ve geliştirilmesini arttırır. Yaratıcı insanların yerleşim yeri seçme kararları, yaratıcı ekonomide bölgelerin yeteneği nasıl cezbedeceğini göstermektedir (Florida, 2005: 89).

2.3. Yaratıcılık Endeksi

Yaratıcılık endeksi, ülkelerin, bölgelerin veya şehirlerin yaratıcılıklarının sıralandığı bir endekstir. Endekste en üst sırada yer alan ülke, bölge veya şehir, yaratıcı insanları çekme potansiyeli en yüksek olan yerdir. Bu potansiyel o yerin sahip olduğu, teknoloji, yetenek ve tolerans düzeylerine bağlıdır ve bu düzeyler ayrıntılı şekilde incelenecektir.

2.3.1. Yaratıcılık Endeksinin Alt Kategorileri

Florida (2005), metropoliten alanların etnik ve sosyal çeşitlilikteki insanlara tolerans düzeyi ile yüksek teknoloji endüstrilerde çalışanlar dâhil olmak üzere, yetenekli insanları cezbetme başarısı arasında bir ilişkinin var olduğunu ileri sürmektedir. Florida'ya göre şehirler ve yaratıcılık, ekonomik büyümenin üç T'si olan basit bir formüle odaklanmaktadır: Yetenek (talent), teknoloji ve tolerans. Bu üç T'yi alma sebebini de şöyle açıklamıştır.

Yetenek: Büyüme, beşeri sermayenin bir sonucudur ve şehirlerin rolü beşeri sermayeyi bir araya getirmek ve çoğaltmaktır. Beşeri sermayenin fazla olduğu şehirler, az olanlardan daha hızlı büyümektedir.

Teknoloji: Ekonomik büyümenin temelidir.

Tolerans: Şehirlerin hareketlenmesini, teknoloji ve yeteneğin cezbedilmesini sağlar.

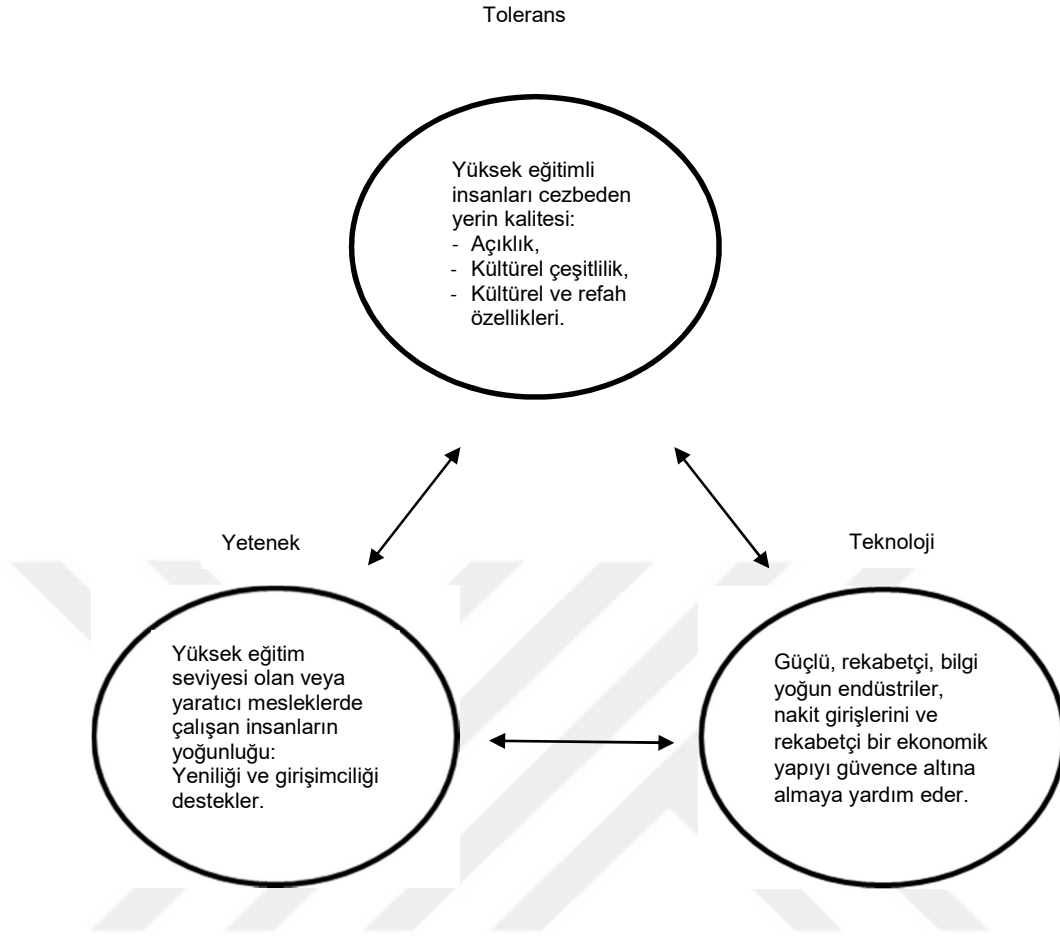
Yaratıcı insanlar bölgesel ekonomik büyümeyi güçlendirmektedir ve bu insanlar da yenilikçi, farklı ve toleranslı yerleri tercih etmektedirler (Florida, 2005: 34).

Yetenek (talent), teknoloji ve tolerans parametrelerinden oluşan 3T'nin alt değişkenleri Tablo 2.4.'te yer almaktadır.

Tablo 2.4. Yaratıcılık Endeksinin Alt Endeksleri

YARATICILIK ENDEKSİ		
YETENEK ENDEKSİ	TEKNOLOJİ ENDEKSİ	TOLERANS ENDEKSİ
Beşeri Sermaye Endeksi	Yüksek Teknoloji Endeksi	Göçmen Endeksi
Yaratıcı Sınıf Endeksi	İnovasyon Endeksi	Mozaik Endeksi
-	Ar-Ge Endeksi	Kendini İfade Endeksi

3T'nin her biri bölgesel gelişme için gereklidir ama hiçbirisi tek başına yeterli değildir. Yüksek seviyede birlikte hareket etmelidirler ve dengeli olmalıdırlar (Florida, 2005). Yaratıcı sınıf yaklaşımında, eğitilmiş, yetenekli insanlar ile yenilik ve yüksek teknoloji ekonomik faaliyetler arasında bir ilişki olduğu üzerinde durulmaktadır ve bu iki temel parametre, yetenek ve teknoloji, bölgesel büyümenin gerçekleşmesini kolaylaştırmaktadır. Üçüncü parametre olan tolerans da şehrin atmosferini değiştirmekte ve düşük giriş bariyerleri sunmaktadır. Çünkü şehirler sadece doğum oranlarıyla büyümektedirler, büyüme için yetenekli ve yaratıcı insanları cezbetme de gereklidir. Tolerans da şehirlere bunu yapabilme imkânı sunmaktadır (Hansen, 2007: 2-3). Bu üç parametre arasındaki ilişki de Şekil 2.3'te görülmektedir.



Kaynak: Hansen, H. K., (2007), Technology, Talent and Tolerance – The Geography of the Creative Class in Sweden, Department of Social and Economic Geography, Lund University, Report 169, pp.4.

Şekil 2.3. Tolerans, Yetenek ve Teknoloji Arasındaki İlişki

Bir bölgenin gelişimi, kültürel sermayenin yeni ürünlere (teknoloji) odaklandığı, kültürel olarak çeşitlilik gösteren ve yeni fikirlere açık (tolerans) yerleri tercih eden yaratıcı insanlarla (yeteneklerle) hızlanmaktadır (Egedy ve Kovács, 2010: 129).

2.3.1.1. Yetenek Endeksi

Yaratıcı insanların yerleşim yeri seçme kararları, yaratıcı ekonomide bölgelerin yeteneği nasıl cezbedeceğini göstermektedir (Florida, 2005: 50). Yetenek, bir bölgedeki bir yere bahsedilemez veya stoklanamaz, yeteneği cezbetmek için belirli bölgesel şartlar gereklidir. Bir başka deyişle, yetenek, bir bölgede kolay bir şekilde

ortaya çıkmaz, yeteneğin veya beşeri sermayenin üretilebilmesini, cezbedilebilmesini ve elde tutulabilmesini sağlayacak bir çevrenin veya yaşam alanının yaratılmasında belirli bölgesel faktörler rol oynar (Florida, 2005: 109).

Yetenek endeksi, beşeri sermaye ve yaratıcı sınıf endekslerinden oluşmaktadır.

Beşeri sermaye endeksi: Beşeri sermaye, işgücünün sahip olduğu bilgi, beceri ve yeteneklerdir ve bireyin sahip olduğu niteliklerin temel kaynağı olduğu için genellikle eğitim göstergesi üzerinden ele alınmaktadır. Dört yıllık üniversite mezuniyeti ve üstünde bir eğitim düzeyine sahip işgücü oranı ile ölçülmektedir.

Yüksek yetenekli ve bilgi yoğun işçiler ve bu işçileri çalıştıran endüstriler yaşam maliyetinin daha yüksek olduğu, yüksek konforlu alanlara yerleşme eğilimindedirler. Bilgi temelli endüstrilerdeki firmalar için yeteneğin ulaşılabilirliği yerleşim kararlarında önemli bir faktör halini almaya başlamıştır. Bu firmalar yerleşim kararlarını verirken, arazi maliyetleri, işçi maliyetleri, vergi oranları veya hükümet teşvikleri gibi geleneksel faktörleri daha az dikkate alırlarken, yeteneği cezbetme ve elde tutma faktörlerine daha fazla odaklanmaktadır. Yeteneği arama ve işe alma maliyetlerini düşürecek geniş yetenek havuzlarının olduğu yerlere yönelmektedirler (Florida, 2005: 103). Çünkü yetenekli ve yüksek eğitilmiş insanlar üretime öncülük eden bilgiyi üretme ve özümseme kabiliyetine daha fazla sahiptir. Yüksek seviyede beşeri sermayenin olduğu bölgelere ve şehirlere yerleşen firmalar daha rekabetçi hale gelmektedir ve daha yetenekli işgücünü de bölgeye çekmektedir (Donegan, Drucker, Goldstein, Lowe ve Malizia, 2008: 182). Bu da daha yüksek eğitim seviyesine sahip kişilerin yaşadığı şehirlerin ve bölgelerin olmayanlara oranla daha hızlı büyümesiyle sonuçlanmaktadır (Barro, 1992: 213; Donegan vd., 2008: 182).

1981 yılındaki “Beşeri Sermaye ve Ekonomik Büyüme” başlıklı çalışmasında Mincer, beşeri sermaye faaliyetlerinin sadece insanların sahip olduğu bilgileri değil yenilik ve teknolojik değişimin kaynağı olan yeni bilgi üretimini de kapsadığını belirtmiştir. Bu sebeple de beşeri sermayenin dünya çapında ekonomik büyümeyi sağladığını ifade etmiştir. 1995 yılındaki çalışmasında da, ekonomik büyüme ve beşeri sermayedeki büyüme arasındaki karşılıklı ilişkinin sürdürülebilir ekonomik büyümedeki en önemli noktalardan biri olduğunu ifade etmiştir. Daha sonra yapılan çalışmalar da Mincer’i destekler niteliktedir. Örneğin, Koç (2013), 27 AB ülkesinde beşeri sermaye ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiş ve iki değişken arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulmuştur.

Bal, Algan, Manga ve Kandır (2014), 1995-2011 yıllarını kapsayan Türkiye ve BRICS ülkelerinde ekonomik büyüme ve beşeri sermaye ilişkisini araştırmışlardır. Beşeri sermaye ve büyüme arasındaki güçlü ilişki sonucunda, beşeri sermayenin ekonomik büyümede önemli bir faktör olduğunu bulmuşlardır.

Türkiye’nin ekonomik büyümesi ve beşeri sermayesi arasındaki ilişkiyi inceleyen diğer çalışmalar da, iki değişken arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulmuştur (Serel ve Masatçı, 2005; Altıntaş ve Çetintaş, 2010; Şimşek ve Kadılar, 2010).

Glaeser de (2011: 10), ekonominin geleceğinin, marjinal olarak daha verimli ürünler üretme yeteneğinden ziyade milletin sahip olduğu yeteneklere bağlı olduğunu vurgulamıştır. Ülkelerin yüksek eğitim düzeyine sahip nüfus oranlarının yer aldığı Tablo 2.5.’te gelişmiş ülkelerin ilk sıralarda yer alması da bu çalışmaların sonuçlarının geçerliliğine bir örnektir. Toplam nüfusu içindeki yüksek eğitim almış nüfusu en

yüksek olan ülke %55'lik bir oranla Kanada'dır, onu Rusya (%54) ve Japonya (%50) izlemektedir. Türkiye (%18) ise Şili'nin (%21) ardından 38. Sırada yer almaktadır.

Tablo 2.5. Ülkelerin 25-64 Yaş Lisans ve Lisansüstü Eğitim Düzeyine Sahip Nüfus Oranları (2015)

Ülke	Yüksek Eğitim Oranı	Ülke	Yüksek Eğitim Oranı
Kanada	55.17	Fransa**	33.54
Rusya*	54.30	Letonya	31.59
Japonya	49.54	Avusturya	30.55
İsrail	48.82	Slovenya	30.17
Kore	45.49	Yunanistan	29.06
Amerika	44.63	Polonya	27.75
Birleşik Krallık	43.50	Almanya	27.64
Avustralya	42.89	Macaristan	24.24
İrlanda	42.81	Kostarika	23.02
Finlandiya	42.74	Portekiz	22.86
Norveç	42.71	Suudi Arabistan**	22.70
İsviçre	41.67	Çek Cumhuriyeti	22.19
Lüksemburg	39.79	Kolombiya	21.56
İsveç	39.79	Slovakya	21.15
İzlanda	38.84	Şili *	21.09
Litvanya	38.72	TÜRKİYE	18.02
Estonya	38.03	İtalya	17.55
Danimarka	37.10	Meksika	16.29
Belçika	36.86	Güney Afrika**	14.59
Hollanda	35.33	Brezilya**	14.32
İspanya	35.08	Endonezya*	8.29
Yeni Zelanda	34.04		

Kaynak: OECD statistics.

Not: *2013 yılı verisi **2014 yılı verisi

Yaratıcı sınıf endeksi: Mesleklere dayalı bir değişkendir. Bölgedeki işgücünün yaratıcı mesleklerdeki payı ile ölçülmektedir. Yaratıcı meslekler, daha önceki bölümlerde de açıklandığı gibi, yönetim, işletme ve finansal faaliyetler, sağlık ve teknik meslekler gibi profesyonel mesleklerin yanı sıra, bilgisayar ve matematikle ilgili meslekleri, mimarlık ve mühendisliği, fiziksel ve sosyal bilimleri, eğitim ve öğretimi, sanat ve tasarım işlerini, eğlence, spor ve medya ile ilgili meslekleri kapsamaktadır (Florida vd., 2010: 286).

Temel yaratıcı sektörler Avrupa, Amerika ve Japonya'nın gayrisafi milli hasılasına (GSMH) %12'nin üzerinde katkıda bulunmaktadır ve büyümelerinde büyük

bir paya sahiptir. Amerika'nın telif hakkı ihracatının yiyecek, içecek, araba, bilgisayar ve uçak ihracatından daha değerlidir. Britanya'nın moda endüstrisi, araba ve çelik endüstrilerinden daha fazla insan istihdam etmekte ve daha fazla para kazandırmaktadır. Çin'de yaratıcı sektörlerin ekonomiye katkısı % 4-5 civarındadır, bu oran Pekin ve Şangay'da %10-11'e kadar yükselmektedir (Howkins, 2013: ix).

Lazzeretti, Capone ve Seçilmiş (2014: 196), Avrupa Birliği'nin (AB), kültürel ve yaratıcı sektörlerin GSMH'ındaki %4,5'luk ve istihdamdaki %4'lük payı ile yaratıcı endüstri ürünlerinin ihracatında dünya lideri olduğunu belirtmişlerdir. Yaratıcı ve kültürel sektörlerin öneminin farkında olan AB, kültür ve yaratıcı sektörlerin rekabet edebilirliğinin güçlendirilmesi amacıyla 1 Ocak 2014-31 Aralık 2020 dönemleri arasında 1.46 milyar Avro bütçeli kültürel ve yaratıcı sektörler programı olan "Yaratıcı Avrupa"yı uygulamaya koymuştur.

Tablo 2.6.'da 2003 yılında, Avrupa Birliği ülkelerinin kültürel ve yaratıcı sektörlerinin, ülkelerin milli ekonomilerine yaptığı katkılar diğer sektörlerle kıyaslanarak verilmiştir. Fransa, %3.4'lük bir oranla ilk sırada yer almaktadır. Finlandiya ve Danimarka (%3.1) ikinciliği paylaşırken, Birleşik Krallık (%3) üçüncü sırada yer almaktadır. Bu oran Almanya için % 2.5; İtalya ve İspanya için ise 2.3'tür.

Tablo 2.6. Kültürel ve Yaratıcı Sektörlerin ve Diğer Sektörlerin Avrupa Ekonomisine Katkısı (GSMH Yüzdesi)

	Yiyecek İçecek Tütün	Tekstil	Kimyasal Ürünler	Kauçuk ve Plastik	Makine ve Ekipmanlar	Gayrimenkul faaliyetleri	Bilgisayar ve İlgili Faaliyetler	Kültürel ve Yaratıcı Sektör
Avusturya	1.7	0.5	1.1	0.7	2.2	2.2	1.1	1.8
Belçika	2.1	0.8	3.5	0.7	0.9	1.0	1.2	2.6
Kıbrıs	2.7	0.4	0.5	0.3	0.2	-	0.6	0.8
Çek Cumh.	2.8	1.0	1.3	1.5	2.3	1.4	1.2	2.3
Danimrk	2.6	0.3	1.7	0.7	1.9	5.1	1.5	3.1
Estonya	2.2	1.9	0.6	0.6	0.6	2.8	0.7	2.4
Finlndya	1.5	0.3	1.1	0.7	2.1	1.8	1.5	3.1
Fransa	1.9	0.4	1.6	0.7	1.0	1.8	1.3	3.4
Almanya	1.6	0.3	1.9	0.9	2.8	2.6	1.4	2.5
Yunnstn	-	-	-	-	-	-	-	1.0
Macrstn	2.9	-	1.9	0.9	1.2	1.8	0.8	1.2
İrlanda	5.3	0.2	11.5	0.3	0.5	1.2	1.7	1.7
İtalya	1.5	1.3	1.2	0.7	2.1	1.0	1.2	2.3
Letonya	3.2	1.2	0.5	0.3	0.5	2.1	0.7	1.8
Litvanya	2.5	1.6	0.4	0.5	0.4	1.1	0.3	1.7
Lüksmb.	1.0	0.9	0.4	2.0	0.6	-	1.2	0.6
Malta	-	-	-	-	-	-	-	0.2
Hollanda	2.2	0.2	1.7	0.4	1.0	2.3	1.4	2.7
Polonya	4.7	0.8	1.4	0.9	1.2	1.3	0.6	1.2
Portekiz	1.9	1.9	0.8	0.5	0.7	0.6	0.5	1.4
Slovakya	1.5	0.7	0.6	0.9	1.5	0.5	0.6	2.0
Slovenya	2.0	1.3	3.4	1.4	2.2	0.4	0.8	2.2
İspanya	2.2	0.7	1.3	0.7	1.0	3.0	1.0	2.3
İsveç	-	-	-	-	-	4.0	2.2	2.4
Birleşik Krallık	1.9	0.4	1.4	0.7	1.0	2.1	2.7	3.0
Bulgrstn	2.2	2.0	1.1	0.4	1.3	0.4	0.3	1.2
Romnya	1.9	2.1	0.8	0.5	1.0	0.5	0.5	1.4
Norveç	1.7	0.1	0.8	0.2	0.8	2.7	1.3	3.2
İzlanda	-	-	-	-	-	-	-	0.7

Kaynak: European Commission, (2006), ‘The Economy of Culture in Europe’, ss.68.

2010 yılında, kültürel ve yaratıcı sektörlerin gayrisafi milli hasıladaki bu oranları, Birleşik Krallık için % 6.2; Fransa için % 4.9; Almanya için % 4.2; İtalya için % 3.8 ve İspanya için % 3.6’dır. İstihdam oranları ise sırasıyla, % 5.4, % 3.7, % 4.1, % 3.6 ve % 3.5 şeklini almıştır (HKU, 2010: 16). İlgili sektörlerin yedi yıllık bu süreçte gösterdiği değişimin, “Yaratıcı Avrupa” gibi kültürel ve yaratıcı sektörler için

hazırlanan destek programları ile gelecek yıllarda daha da artacağı rahatlıkla tahmin edilebilmektedir.

Lazzeretti vd.'nin çalışmasına göre, Türkiye'nin kültürel ve yaratıcı endüstrilerinde de benzer bir artış gözlenmektedir. Bu endüstrilerdeki çalışan sayısı 2008 yılından 2011 yılına kadar olan süre içerisinde % 38'lik bir artış göstermiştir (Lazzeretti vd., 2014: 204). Aynı şekilde SGK verilerine dayanarak oluşturulan Tablo 2.7.'de de görüldüğü üzere, 2010-2014 yılları arasındaki beş yıllık süreçte, yaratıcı ve kültürel sektörlerdeki çalışan sayısındaki artış %66'ya kadar yükselmiştir.

Tablo 2.7. Türkiye’de İstihdamın Endüstriler Ölçeğinde Gelişimi (2010-2014)

İktisadi Faaliyetler	İstihdam 2010	İstihdam 2014	İlgili Dönemdeki Artış	İlgili Dönemdeki Büyüme Yüzdesi
Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık	116.816	151.557	34.741	30
Madencilik ve Taşocakçılığı	128.600	132.318	3.718	3
İmalat	2.726.078	3.408.627	682.549	25
Elektrik, Gaz, Buhar, Su ve Kanalizasyon	183.625	201.464	17.839	10
İnşaat	1.450.291	1.875.929	425.638	29
Toptan ve perakende ticaret	1.460.072	2.029.081	569.009	39
Ulaştırma ve Depolama	724.544	878.537	153.993	21
Konaklama, yiyecek hizmetleri	463.107	777.818	314.711	68
Bilgi ve iletişim	109.845	194.196	84.351	77
Finans ve sigorta faaliyetleri	134.835	168.042	33.207	25
Gayrimenkul faaliyetleri	12.345	86.388	74.043	600
Kamu yönetimi ve savunma	10.198	18.005	7.807	77
Eğitim	449.264	567.716	118.452	26
İnsan Sağlığı ve Sosyal Hizmet Faaliyetleri	255.725	319.208	63.483	25
Kültürel ve Yaratıcı Endüstriler	244.505	405.806	161.301	66
Diğer	1.794.660	2.258.949	464.289	26
Toplam	10.030.810	13.240.122	3.209.131	32

Kaynak: SGK verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Not: Yaratıcı endüstrilerdeki çalışanlar, aynı zamanda farklı endüstrilerdeki çalışan sayılarının içinde de hesaplanmaktadır.

Yaratıcı ekonomide, yaratıcı endüstriler önemli bir paya sahiptir. Bu endüstriler hem çıktı olarak hem de istihdam oranı olarak diğer endüstrilerden daha hızlı büyümektedirler. Sadece yüksek eğitilmiş insanları değil aynı zamanda daha yenilikçi yaratıcı insanları içlerinde barındırmakta olan yaratıcı endüstrilerin genel olarak Türk ekonomisine katkısı düşük kalmaktadır. Bu durum Tablo 2.8.'de açıkça görülmektedir. Amerika, Kanada ve Birleşik Krallık'ın çok gerisinde olan Türkiye'nin yaratıcı ekonomideki istihdam oranı, Avrupa Birliği'nin de yaklaşık olarak yarısı kadardır.

Tablo 2.8. Amerika, Kanada, Birleşik Krallık, AB ve Türkiye'de Yaratıcı Ekonomideki İstihdam Oranları

Ülke \ Yıl	2011	2012	2013
Amerika	% 9,48	% 9,60	% 9,75
Kanada	% 12,90	-	-
Birleşik Krallık	% 8,18	% 8,68	% 8,76
Avrupa Birliği	% 5,10	% 5,23	% 5,31
TÜRKİYE	% 2,67	% 2,75	% 2,87

Kaynak: Nathan, M., Kemeny, T., Pratt, A. and G. Spencer, (2016), "Creative Economy Employment in the US, Canada and the UK A Comparative Analysis", Nesta, pp.5.

Nathan, M., Pratt, A. and A., Rincon-Aznar, (2015),), "Creative Economy Employment in the EU and the UK A Comparative Analysis", Nesta, pp.5.

Not: Türkiye verileri SGK yıllıklarından yararlanarak, hesaplanmıştır.

Küresel Yaratıcılık Endeksi'nde (2015) Lüksemburg'un birinci, Amerika'nın 34., Kore'nin 78. sırada yer aldığı yaratıcı sınıf endeksinde Türkiye 62. sıradadır. Kore, Amerika ve Finlandiya'nın ilk üçte yer aldığı beşeri sermaye endeksinde ise, Türkiye, Uruguay ve Makao'nun (Çin Özel Yönetim Bölgesi) ardından 32. sırada yer almıştır. Bu iki alt endeksle hesaplanan yetenek endeksinde ise Ermenistan ve Trinidad Adaları'nın gerisinde kalan Türkiye, 139 ülke arasında 53. sırada yer almıştır.

2.3.1.2. Teknoloji Endeksi

Teknoloji kültürel, politik, ekonomik çevreler ile iç içedir. Hem yaratıcı ekonomi teknolojileriyle karşılaşmakta hem de teknoloji yaratıcı ekonominin hızlandırıcı etkeni olarak düşünülmektedir. Teknolojinin bu rolü, teknolojinin yanı sıra kültür ürünlerini tüketen tüketim toplumlarında görülmektedir. Çünkü yeni teknolojiler, belirli tüketici ihtiyaçları sonucunda ortaya çıkmaktadır. Yeni teknolojilerin geliştirilmesi, yaratıcılık gerektirmektedir; yaratıcı endüstrilerin herhangi bir kolu da belirli teknolojilere ihtiyaç duymaktadır. Dolayısıyla, teknoloji, yaratıcı faaliyetlerden ayrı ve farklı tutulamamaktadır (Kačerauskas, 2015: 866).

Teknoloji endeksinin alt endeksleri: *Yüksek teknoloji endeksi, Ar-Ge endeksi ve inovasyon endeksidir.*

Yüksek teknoloji endeksi: Bir bölgenin endüstriyel yapısı bölgenin refahı üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Daha yaratıcı bölgelerin düşük teknoloji üretim endüstrisi sayıları, bölgenin geri kalanı ile benzerken, yüksek teknoloji üretim endüstrisi sayıları bölgenin geri kalanından daha fazladır (De-Miguel-Molina, Hervas-Oliver, Boix ve De-Miguel-Molina, 2012). Çünkü üretim için gerekli olan “yeni” bilgilerle ortaya çıkan teknolojik yenilikler, insanın yaratıcı zekâsının bir ürünüdür (Gürak, 2006: 18). Dolayısıyla, ekonomik büyüme üzerinde belirgin bir etkiye sahip olan yüksek teknoloji endüstriler (Simonen, Svento ve Juutinen, 2015), yaratıcılık endeksinde de yer almaktadır ve yüksek teknoloji endüstrilerdeki çalışan sayısı ile hesaplanmaktadır.

Ülkelerin yüksek teknoloji ihracatı gelirleri de küresel boyuttaki yaratıcılık endeksinde kullanılan bir girdidir. Bu açıdan Tablo 2.9.’da yer alan ülkelerin yüksek

teknoloji ihracatı gelirleri, hem yaratıcılık düzeylerinin hem de gelişmişlik derecelerinin göstergesidir. Tablodan da görüldüğü üzere Çin, yüksek teknoloji ihracatındaki 558.6 milyar \$'lık geliriyle en yakın rakibi olan Almanya'yı (199.7 milyar \$) bile neredeyse üçe katlamış durumdadır. Türkiye (2.3 milyar \$) ise, Romanya (3.4 milyar \$), Kazakistan (3.3 milyar \$) ve Güney Afrika'nın (3.4 milyar \$) gerisinde 39. sırada yer almaktadır.

Tablo 2.9. Ülkelerin Yüksek Teknoloji İhracatı Gelirleri (Milyar \$) (2014)

Ülke	Yüksek Teknoloji İhracatı (\$)	Ülke	Yüksek Teknoloji İhracatı (\$)
Çin	558.6	Avusturya	19.3
Almanya	199.7	Hindistan	17.3
Amerika	155.6	İsveç	16.6
Singapur	137.4	İspanya	15.4
Kore	133.4	Polonya	14.5
Fransa	114.7	Macaristan	12.9
Japonya	101	İsrail	10.2
Birleşik Krallık	70.7	Rusya	9.8
Hollanda	70.3	Danimarka	9.7
Malezya	63.4	Brezilya	8.2
İsviçre	56	Slovakya	7.7
Meksika	49.4	Norveç	5.2
Belçika	43.7	Endonezya	5
Tayland	35	Avustralya	4.7
Kanada	31.6	Finlandiya	4
Vietnam	30.9	Romanya	3.4
İtalya	30.8	Kazakistan	3.3
Filipinler	23.8	Güney Afrika	2.5
Çek Cumhuriyeti	23.1	TÜRKİYE	2.3
İrlanda	21.3		

Kaynak: World Bank, High-Technology Exports (current US\$).

Ar-Ge endeksi: Ar-Ge endeksinin hesaplanmasında Ar-Ge harcamaları kullanılmaktadır. Ülkeler, yeniliği ve ekonomik büyümeyi desteklemek amacıyla Ar-Ge politikaları geliştirmektedirler. Ancak asıl mesele, bu politikaların ne kadar yararlı olduğudur. Bilbao-Osorio ve Rodriguez-Pose (2004), bu soruya cevap bulmak için iki alt analiz yapmışlardır. Birincisi, yenilik (patent başvuru sayısı) için yapılan Ar-Ge yatırımlarının etkisini tanımlamak; ikincisi, yeniliğin ve yenilikteki büyümenin ekonomik büyümeye etkisini incelemek. Çalışmalarının sonucunda, Ar-Ge

yatırımlarının yenilikle pozitif olarak ilişkili olduğu, yeniliğin de ekonomik büyümeyi sağladığı sonucuna ulaşmışlardır.

OECD ülkeleri üzerine yapılan Ar-Ge harcamaları ve büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalarda da iki değişken arasında pozitif ilişki bulunmuştur (Gülmez ve Yardımcıoğlu, 2012; Özcan ve Arı, 2014). Bozkurt da (2015), Türkiye’deki Ar-Ge harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 1998-2013 yılları için analiz etmiş ve iki değişken arasında güçlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Khan (2015), yaptığı literatür taraması çalışmasının sonucunda, bütün ülkelerde Ar-Ge ve ekonomik büyüme üzerine yapılan çalışmaların Ar-Ge’nin üretim veya büyüme üzerinde önemli bir rolü olduğunda hemfikir olduklarını ifade etmiştir. Ülkelerin Ar-Ge harcamalarının gösterildiği Tablo 2.10.’un ilk sıralarında İsrail (%4,21), Kore (%4,15), Japonya (%3,47), Finlandiya (%3,31), İsveç (%3,30) gibi gelişmiş ülkelerin yer almasının sebebi de budur.

Tablo 2.10. Ülkelerin Ar-Ge Harcamaları (% GSMH) (2013)

Ülke	Ar-Ge Harcamaları	Ülke	Ar-Ge Harcamaları
İsrail	4,21	Hollanda	1,98
Kore	4,15	Çek Cumhuriyeti	1,91
Japonya	3,47	Estonya	1,74
Finlandiya	3,31	Norveç	1,66
İsveç	3,30	Birleşik Krallık	1,63
Danimarka	3,06	Kanada	1,62
İsviçre**	2,96	İrlanda**	1,58
Almanya	2,85	Macaristan	1,41
Avusturya	2,81	Portekiz	1,37
Amerika**	2,81	İtalya	1,26
Slovenya	2,59	İspanya	1,24
İzlanda*	2,49	Lüksemburg	1,16
Belçika	2,28	Brezilya**	1,15
Avustralya*	2,25	Rusya	1,13
Fransa	2,23	Malezya**	1,13
Çin	2,01	Litvanya	0,95
Singapur**	2,00	TÜRKİYE	0,94

Kaynak: World Bank, Research and Development Expenditure (% of GDP)

Not: *2011 yılı verisi **2012 yılı verisi

İnovasyon endeksi: İnovasyon endeksi, patent başvuru sayısı üzerinden hesaplanmaktadır. Patent sayıları, ekonomik yenilik ve yaratıcılık gücünü ifade etmede kullanılan önemli göstergelerden birisidir (Bulut, 2005: 82, akt. Ağır, 2010: 53). Patent başvuru sayısı da, var olan yaratıcılığın yeniliğe dönüştürülme çabalarının göstergesidir. Kâşiflerine çabalarının sonuçları üzerinde mülkiyet hakkına sahip olmalarını sağlayan patentler, yeniliği teşvik etmede ve yenilik akışını arttırmada etkili olurlar. Mülkiyet hakkı sayesinde kaşif sahip olduğu yeni bilgiyi satma hakkına da sahiptir, böylece patent yeni teknolojilerin transferinde, geliştirilmesinde ve ticarileştirilmesinde de önemli bir rol oynar (Langinier, Moschini, 2002: 2).

Hu ve Png (2013), çalışmalarında ülkelerin sahip oldukları patent haklarının yenilik ve ekonomik büyümeyi destekleyip desteklemediğini araştırmak amacıyla, 1981-2000 yılları arasında 72 ülkeyi incelemişlerdir. Güçlü patent haklarının ilaç endüstrisi gibi patent yoğun endüstrilerde daha hızlı büyümeyle sonuçlandığını ve büyümeye etkisinin yüksek gelir seviyesindeki ülkelerde daha fazla olduğunu bulmuşlardır. Fikri mülkiyet haklarının daha iyi korunduğu ülkelerin daha yüksek ekonomik büyüme oranlarına sahip olduğu da farklı çalışmaların sonuçlarında yer almıştır (Gould ve Gruben, 1996; Thompson ve Rushing, 1999).

Türedi (2016), 1996-2011 yılları arasında 23 OECD ülkesinde, Ar-Ge harcamaları ve patent başvurularının ekonomik büyüme ile ilişkisini araştırdığı çalışmasının sonucunda, teknolojik yenilikler ve artan üretimle sonuçlanan Ar-Ge harcamalarının büyümeye, büyümenin de daha fazla Ar-Ge harcamasına yol açtığını; patent başvurularının da ekonomik büyümeye katkıda bulunduğunu ileri sürmüştür. Aynı şekilde, Crosby de (2000) patent faaliyetlerinin hem üretimin hem de ekonomik büyümenin gerçekleşmesine öncülük ettiğini belirtmiştir.

Tablo 2.11. Ülkelerin Patent Başvuru Sayıları (2014)

Ülke	Patent Başvuru	Ülke	Patent Başvuru
Çin	928.177	Fransa	16.533
Amerika	578.802	Meksika	16.135
Japonya	325.989	İran	13.802
Kore	210.292	Singapur	10.312
Almanya	65.965	Endonezya	8.023
Rusya	40.308	Tayland	7.930
Hindistan	42.854	Yeni Zelanda	7.728
Kanada	35.481	Malezya	7.620
Brezilya	30.342	Güney Afrika	7.552
Avustralya	25.956	İsrail	6.273
Birleşik Krallık	23.040	TÜRKİYE	5.097

Kaynak: WIPO, World Intellectual Property Organization, (2015), IP Facts and Figures, Economics & Statistics Series.

Tablo 2.11.'de yer alan ülkelerin patent başvuru sayılarına bakıldığında, Çin (928.177), Amerika (578.802), Japonya (325.989) ve Kore (210.292) en yenilikçi dört ülke olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye 5.097 patent başvurusu ile 22. sırada yer almaktadır. Patent başvuru sıralamasında dünya üçüncüsü ve dördüncüsü olan Japonya ve Kore, Ar-Ge harcamalarında sırasıyla dünya üçüncüsü ve ikincisi konumundadır.

Blanco, Gu ve Prieger (2013), Ar-Ge yatırımları ile ekonomik büyümenin ilişkili olduğunu, ancak Ar-Ge'nin etkisinin sahip olunan beşeri sermaye düzeyine ve gelişimine bağlı olduğunu ifade etmişlerdir. Göçer (2013), 1996-2012 yılları arasında gelişmekte olan 11 Asya ülkesinde, Ar-Ge harcamalarının yüksek teknoloji ürün ihracatı ve ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini incelemiştir. Ar-Ge harcamalarındaki %1'lik artışın yüksek teknoloji ürün ihracatında %6,5'luk, ekonomik büyümede ise %0,43'lük bir artışa sebep olduğu sonucuna ulaşmıştır. Narayn ve Smyth (2004: 27), teknolojik transferlerin yetenekli işgücünün lehine olduğunu ve beşeri sermaye yatırımlarını da teşvik ettiğini ifade etmişlerdir. Bayarçelik ve Taşel (2012) makalelerinde, Türkiye'de inovasyon ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi ele almışlardır. İnovasyon göstergeleri olarak aldıkları Ar-

Ge departmanlarındaki araştırmacı sayıları, Ar-Ge harcamaları ve patent sayıları ile ekonomik büyüme göstergesi olarak aldıkları GSMH arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Ar-Ge harcamaları, Ar-Ge departmanlarındaki araştırmacı sayıları ve patent sayıları ile ekonomik büyüme arasında pozitif ve önemli bir ilişki bulmuşlardır. Dolayısıyla, yapılan çalışmalara genel olarak bakıldığında, endekslerdeki her bir girdinin birbiriyle ve ekonomik gelişme ile olan yakın ilişkisi görülmektedir.

Küresel Yaratıcılık Endeksi'nde (2015), 139 ülkenin Ar-Ge harcamalarının GSMH'larındaki oranlarıyla ve patent başvuru sayısı ile hesaplanan, Kore, Japonya, İsrail, Amerika ve Finlandiya'nın ilk sıralarda yer aldığı teknoloji endeksinde, Türkiye Litvanya, Şili ve Nikaragua'nın gerisinde kalarak 58. sırada yer almıştır. Türkiye, İsrail, Finlandiya ve Kore'nin ilk üçte, Amerika'nın 8. sırada yer aldığı Ar-Ge endeksinde, Malezya ve Litvanya'nın ardından 32. sırada; Kore, Japonya ve Singapur'un ilk üç, Amerika'nın ise dördüncü sırada yer aldığı inovasyon endeksinde ise, Portekiz ve Paraguay'ın ardından 56. sırada yer almıştır.

2.3.1.3. Tolerans Endeksi

Sosyal, kültürel ve etnik çeşitlilik metropoliten alanların yüksek teknoloji başarısında önemli bir göstergedir. Beşeri sermayenin çeşitliliği, yüksek teknoloji endüstrileri cezbetme ve devamlılıklarını koruma becerisindeki temel bileşendir. Tolerans, yeteneği cezbeder ve yetenek de yüksek teknoloji ile ve dolayısıyla bölgesel büyüme ile ilişkilidir. Dolayısıyla şehirler, daha iyi bir iş çevresi sağlamayı amaçladıklarında çeşitliliklerini ve toleranslarını arttırmayı hedefleyen stratejilerini birleştirmeye başlamalıdır (Florida, 2005: 137-139).

Tolerans endeksinin alt endeksleri: Kendini ifade endeksi, göçmen endeksi ve mozaik endeksidir.

Kendini ifade endeksi: Bu endeks, bir bölgede yaşayan eşcinsel yoğunluğunu göstermektedir (Florida vd., 2010: 287). Eşcinseller genellikle çok büyük bir ayrımcılıkla karşı karşıya kalmaktadırlar. Homoseksüellik, toplumdaki çeşitliliğin sınır noktasıdır ve eşcinselleri hoşgörü ile karşılayan bir toplum bütün insanları hoşgörü ile karşılayabilmektedir. O yüzden ki bir bölgede görece olarak fazla eşcinsel nüfusun varlığı, o bölgenin diğer bütün gruplara da açık olduğunun göstergesidir (Florida, 2005: 94).

Göçmen endeksi: Bir bölgedeki göçmen nüfusun yoğunluğunu ifade etmektedir ve göçmen nüfusun yoğun olması farklılıklara açıklığın göstergesidir. Dolayısıyla, göçmen yoğunluğu yüksek olan yerler, yüksek toleransa sahip olan yerlerdir (Florida, Mellander, Stolarick, 2010; 282).

Sanderson (2013), 122 ülkeyi ele aldığı çalışmasında, ülkeler bazındaki göçün uzun vadede göçü alan ülke için ekonomik büyüme ile sonuçlandığını ifade etmiştir. Dolayısıyla, tündengelimle, göç ve ekonomik büyüme arasındaki pozitif ilişkinin şehirler için de geçerli olabileceği söylenebilir.

Mozaik endeksi: Bu değişken yabancı doğan nüfusun oranını göstermektedir. Yabancı doğan nüfusun yüksek olduğu metropolitan alanlar, teknoloji merkezleri sıralamasında üst sıralarda yer almaktadır. Örneğin; Silikon Vadisi dünyanın lider yüksek teknoloji merkezidir ve nüfusunun dörtte biri yabancı doğandır, Silikon Vadisi'nde çalışan bilim insanları ve mühendislerin yaklaşık üçte biri de aslen yabancı bir ülkedendir. Amerika'nın yabancı doğan nüfusunun en yüksek olduğu ilk on beş

metropolitandan dokuzu, ilk on beş yüksek teknoloji alanının arasında da yer almaktadır. Yabancı doğan ve yüksek teknoloji başarısı arasındaki korelasyon oldukça yüksektir (Florida, 2005: 134-136).

McCann (2011), açıklık ve tutuculuğun yaratıcılık üzerine etkisini araştırmıştır. Yaratıcı insanları, esnek, geleneksel olmayan, kurallara uymayan, bağımsız, yeni tecrübelerle açık, riskten kaçmayan ve geniş ilgi alanları olan bireyler olarak; tutucuları ise, değişimden korkan, eşitsizliğe tolerans gösteren, geleneksel, statükodan taraf olan, kurallara uyan, yenilikten ziyade benzerliğe yönelen ve bağlılığı isyana tercih etme eğiliminde olan bireyler olarak tanımlamıştır. Araştırmasının sonucunda, düşük tutuculuğun ve yüksek açıklığın bölgelerin yaratıcılığını arttırdığını ileri sürmüştür.

Düşük giriş bariyerleri, bilgi yayılımı, kaynak hareketliliği, açıklık ve meritokrasi sinyalleri sayesinde, çeşitliliğe tolerans ve açıklık yerel kaynakları daha üretken ve etkili hale getirmektedir. Bohem³, eşcinsel ve göçmen nüfusun yüksek yoğunluğu düşük giriş bariyerlerini yansıtmaktadır. Bu tür bölgeler, geniş çeşitlilikte yeteneği cezbetme avantajına sahip olmaktadır. Bilgi yayılımı, yeni fikir ve bilgi yayılımında artistik ağların rolünü ifade etmektedir. Geniş bohem ve eşcinsel nüfus, bilgi yayılımının etkinliğini artırır ki bu da ekonomik büyümenin başlıca temel taşlarından. Artistik, eşcinsel ve göçmen nüfus bölgenin açık görüşlü, meritokratik, risk toleranslı ve kendini ifade etme temelli olduğunun göstergesidir. Daha geniş artistik, eşcinsel ve göçmen nüfusun olduğu yerler girişimcilik aktivitesinin verimliliğini arttırmaktadır. Geleneksel ekonomik kurumlar, bu grupları marjinalleştirme eğilimindedir ve bu da onların kaynakları bağımsızca hareket

³ Güzel sanatlarla ilgilenen kişiler.

ettirmesine ve yeni örgütler şekillendirmelerine sebep olmaktadır (Florida, Mellander, Stolarick, 2010; 282-283).

Küresel Yaratıcılık Endeksi'nde tolerans endeksi, etnik/ırksal azınlıklara ve homoseksüellere hoşgörü üzerinden hesaplanmıştır. Tolerans endeksinin hesaplanmasında, her ülkeden yaklaşık bin kişiye “Ülkeniz etnik/ırksal azınlıklar/homoseksüeller için iyi bir yer mi, kötü bir yer mi?” sorusu yöneltilmiş, “iyi bir yer” cevabı verenlerin toplam sayısı kullanılmıştır. Etnik/ırksal azınlıklara karşı hoşgörü de 120. sırada yer alan Türkiye, homoseksüellere hoşgörü de 86. sırada yer almıştır. Kanada, İzlanda ve Yeni Zelanda'nın ilk üçte yer aldığı tolerans endeksinde oldukça düşük bir puan alan Türkiye, Fas ve Suudi Arabistan'ın gerisinde kalarak 123. sırada yer almıştır.

2.3.2. Yaratıcılık Endeksi ile İlgili Çalışmalar

Literatürde teknoloji, tolerans ve yetenek (talent) girdileri kullanılarak, gerçekleştirilen birçok çalışma mevcuttur. Bu çalışmalarda, genellikle, 3T'nin bir şehrin veya bölgenin yaratıcı ekonomi olma yolundaki katkıları veya genel olarak ekonomi üzerindeki etkileri incelenmiştir. Örneğin; Acs ve Megyesi (2009), Baltimore'un geleneksel endüstriyel bölgesinin, yaratıcı bir ekonomiye dönüşüm potansiyelini değerlendirmişlerdir. Bu amaçla, Baltimore'un yetenek, tolerans, teknoloji ve toprak (land) göstergelerindeki performansını incelemişlerdir. Yetenek göstergesinde; 25-34 yaş aralığındaki genç yetişkin nüfusu ve bu nüfusun eğitim düzeylerini, göçmen nüfusu, yaratıcı meslek gruplarında çalışan nüfusu ele almışlardır. Tolerans göstergesinde; eşcinsel ve bohem endekslerini kullanmışlardır. Teknoloji göstergesinde; bir bölgenin yüksek teknoloji endüstriyel çıktısı ile toplam ekonomik çıktı ve bununla ilişkili olarak bütün ABD'nin ekonomik çıktısının

birleştirildiği teknoloji endeksini ve bölgede kişi başına düşen patent sayısını ifade eden yenilik endeksini kullanmışlardır. Toprak göstergesinde de; ücret eşitsizliği endeksini (Wage Inequality Index), satın alma gücü endeksini (Housing Inaffordability Index) ve emlak fiyatlarını temel almışlardır. Çalışmanın sonucunda, çeşitliliğe olan açıklığı, teknoloji temelinin olması, cezbedici karasal/arazi imkânları ve ABD'nin en büyük yaratıcı yetenek havuzu olan Washington'a erişimi gibi nedenlerle Baltimore'un yaratıcı ekonomiden faydalanma fırsatına sahip bir şehir olduğunu söylemişlerdir.

Hansen, Asheim, ve Vang (2009), Florida'nın (2002, 2005) çalışmalarının genellikle ülke düzeyinde yapıldığını ve bölgesel boyutun göz ardı edildiğini ileri sürmüşlerdir. Bunun üzerine, kendileri Avrupa'daki 445 bölgenin (8 ülke, 160 milyon kişi), yaratıcı sınıf, beşeri sermaye, bohem hayat, yabancı doğan nüfus, kamu hizmet sektörü (public provision), kültürel fırsat, ileri teknoloji firmalar, toplam nüfus ve nüfus yoğunluğu değişkenlerini ele almışlardır. Son iki değişkeni alma sebeplerini, yaratıcı sınıf kavramının şehirselleşen bir olay olup olmadığını tespit etmek olarak açıklamışlardır. Eşcinsel nüfusu girdi olarak kullanmama sebebi olarak da, gerekli verilere ulaşmadaki imkânsızlıkları gerekçe göstermişlerdir. Bu değişkenleri, bölgelerin ekonomik dinamikleri üzerinde etkili olduğunu düşündükleri yıllık ortalama nüfus artışı, yıllık ortalama istihdam artış oranı ve işsizlik oranları ile kıyaslamışlardır. Sonuç olarak, yaratıcı sınıfın, tolerans ve cezbedici çevreler ile ilişkili olduğunu, fakat bölgesel gelişim ve bilgi yoğun üretim ile arasındaki ilişkinin ise tatmin edici nitelikte olmadığını ifade etmişlerdir. Girişimci ruh olarak adlandırdıkları teknoloji göstergesinin, yaratıcı sınıfın yerleşiminden ziyade beşeri sermayenin yerleşimine bağlı olduğunu belirtmişlerdir. Florida'nın 3T'sinin (talent,

technology ve tolerance), Avrupa modelinde “talent” (yetenek) ve “tolerance” (tolerans) olarak 2T şeklini alabileceğini iddia etmişlerdir.

Boschma ve Fritsch (2009), yedi Avrupa ülkesinin beş yüzden fazla bölgesini kapsayan, yaratıcı sınıfın bölgesel dağılımını ve ekonomik etkilerini inceleyen bir araştırma yapmışlardır. Araştırmanın sonucunda, bir bölgenin sahip olduğu tolerans ve açıklık ikliminin, bölgenin yaratıcı sınıf payında güçlü ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu; bölgesel iş fırsatlarının da, bölgenin yaratıcı sınıf nüfusu üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğunu bulmuşlardır.

Florida, Mellander ve Stolarick 2010 yılında, Kanada’nın bölgelerinde ekonomik gelişmeyi şekillendiren faktörleri incelemişlerdir. Bu bağlamda; teknolojinin, beşeri sermayenin, yaratıcı sınıfın, çeşitli iş gruplarının, göçmenlere açıklığın, azınlıkların, eşcinsel ve lezbiyen nüfusunun, bölgesel gelire etkilerini analiz etmişlerdir. Bulgular, beşeri sermayenin ve yaratıcı sınıfın bölgesel gelirden doğrudan etkisi olduğunu; açıklık ve toleransın da bölgesel gelişimde önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Eşcinsel ve lezbiyen nüfusa açıklığın ise, beşeri sermayeye ve yaratıcı sınıfa direkt etkisinin olduğu, göçmenlere ve azınlıklara toleransın da doğrudan daha yüksek bölgesel gelir ile ilişkili olduğu belirlenmiştir. İş gruplarına bakıldığında da, sanat ve kültürle ilgili mesleklerin teknoloji üzerinde önemli bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Toleransın gelir üzerine etkisinin, teknolojinin etkisinden daha fazla olduğunu belirtmişlerdir.

Kloudova ve Stehlikova (2010), gelişen ekonomik sektörlerin, ekonomik olarak gelişmiş ülkelerin rekabet edebilirliklerindeki önemini vurguladıkları makalelerinde, yaratıcı endeksin ve onun bileşenlerinin farklı bölgelerdeki benzerliklerini belirlemeye yönelik geliştirdikleri metotları Çek Cumhuriyeti üzerinde uygulamışlardır.

Yaratıcılık endeksleri, üç temel göstergeden oluşmuştur: Yetenek, teknoloji ve tolerans göstergeleri. Yetenek Göstergesi, bölgedeki üniversite eğitimi almış nüfusun o bölgedeki toplam nüfusa oranını gösteren beşeri sermaye endeksi ve bir bölgedeki yaratıcı istihdamın o bölgedeki toplam istihdama oranını gösteren yaratıcı sınıf endeksinden oluşmaktadır. Teknoloji göstergesi, bölgedeki Ar-Ge harcamalarının bölgenin GSYİH'daki payını gösteren Ar-Ge endeksi ve bölgedeki nüfusun patent başvuru sayısını gösteren yenilik endeksinden oluşmaktadır. Tolerans göstergesi de, bölgedeki kayıtlı eşcinsel birlikteliklerinin o bölgedeki toplam nüfusa oranını gösteren eşcinsel endeksi ve bölgedeki yabancı göçmen nüfusunun o bölgedeki toplam nüfusa oranını gösteren göçmen endeksinden meydana gelmektedir. On dört bölgenin yaratıcılık düzeylerini oluşturdıkları analizlerinin sonucunda, başkent Prag hariç diğer bölgelerde, yaratıcılıkta istikrarlı bir gelişim olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Ström ve Nelson (2010), yaratıcı ekonominin artan önemine bağlı olarak, bölgesel ekonomik kalkınma üzerine bir çalışma yapmışlar ve İsveç'teki yirmi bir bölgeyi incelemişlerdir. Çalışmalarında, yetenek, teknoloji ve tolerans girdilerini kullanmışlardır. Yetenek endeksinde, her bir bölgedeki yaratıcı işgücü nüfusu ve yüksek eğitim almış nüfus girdi olarak kullanılmıştır. Teknoloji endeksinde, bölgedeki yüksek teknoloji sektörünün boyutu, çıktı miktarı, bu sektörde çalışanların sayısı ve genel olarak alınan patent sayısı ile ileri teknoloji sektöründe alınan patent sayısı incelenmiştir. Tolerans endeksinde ise, yabancı doğan nüfusu, bohem nüfusu ve eşcinsel nüfusu ele alınmıştır. Böylece, yaratıcı sınıfın yoğunlaştığı alanları ve de İsveç'in yaratıcı ekonomi yapısını oluşturmuşlardır. Elde edilen sonuçları, her bir bölgenin gayrisafi hasılası, ortalama geliri, işsizlik göstergeleri, gayrimenkul fiyatları ve diğer ekonomik göstergeleri ile kıyaslamışlardır. Büyük bölgelerin (belediyelerin),

yaratıcı sınıf endeksinde en üst sıralarda yer aldığını görmüşlerdir. Toleransı yüksek olan bölgelerde kültürel sektörün de güçlü olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Diğer tolerans ölçütleri ile ekonomik performans arasında pozitif korelasyon olsa da, en yüksek korelasyon bohem endeksi ile ekonomik performans ölçüleri arasında çıkmıştır. Yaratıcı sınıf endeksi ile gayrisafi hasıla, kişi başına üretim ve ortalama daire fiyatları arasında da yüksek bir korelasyon ortaya çıkmıştır. Yazarlar yetenek, teknoloji ve tolerans endeksleri birbirleriyle ne kadar ilişkiliyse, ekonomik dinamikler ve çıktılarla da o kadar ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Yaratıcı insanlar bölgesel ekonomik büyümeyi güçlendirmektedir ve bu insanlar yenilikçi, farklı ve hoşgörülü yerleri tercih etmektedirler (Florida, 2005: 34). Geniş bir yaratıcı sınıfın varlığı, azınlıkların yüksek derecede kabulü ile sosyal bir iklime öncülük etmektedir (tolerans), yüksek eğitilmiş kişileri o yerde yaşamaları için cezbetmektedir (yetenek) ve sosyal çeşitlilik, yaratıcılık, yetenek de o yeri firmalar (yüksek teknoloji) için çekici kılmaktadır (teknoloji). Sonuç olarak, 3T de göreceli olarak daha yüksek bir ekonomik büyüme ile sonuçlanmaktadır. Şehirlerin ve bölgelerin, yetenek, tolerans ve teknolojiyi barındırması gelecekteki ekonomik başarı için en önemli göstergedir (Stam, De Jong ve Marlet, 2008: 119).

2.3.3. Yaratıcılık Endeksine Eleştiriler

Kabul gören, uygulanan ve atıf alan bir çalışma olmasına rağmen Florida'nın yaratıcılık endeksi birçok eleştiriye de maruz kalmıştır. Hatta Florida'nın kendisi de, her insanın yaratıcı olduğu teorisine dayandığını, fakat yaratıcı sınıf fikrinin bazıları tarafından seçkin ve dışlayıcı olarak eleştirildiğini belirtmektedir (Florida, 2005: 4). Yaratıcılık endeksine yapılan temel eleştiriler aşağıda yer almaktadır.

Glaeser (2004), çeşitliliğin ve bohemliğin, Florida'nın iddia ettiği gibi, bir bölgenin gelişiminde önemli bir yere sahip olmadığını, önemli olanın beşeri sermayeyi kontrol altında tutmak olduğunu ifade etmiştir.

Peck (2005), yaratıcı sınıfın Florida'nın ileri sürdüğü gibi her zaman mobil olamayacağını ve her zaman birbirleriyle uyum içinde olamayacaklarını belirtmiştir.

Markusen (2006) ve Pratt (2008), Florida'yı yaratıcı sınıf kavramını ve onun değerini meslekler bazına indirgediği için ve belirli bir beceriyi eğitimsel başarının önüne geçirdiği için eleştirmektedirler. Healy (2002) ise, yaratıcı sınıf fikrini eleştirip, aslında böyle bir sınıfın var olup olmadığından şüpheli olduğunu belirtmiştir.

Kratke (2010: 840) de, Florida'nın bölgesel ekonomik gelişimin başarısında sadece yüksek teknolojili endüstrileri ele almasını eleştirmektedir. Kratke, şehirlerin ve bölgelerin ekonomilerinin oldukça farklı sektörel (orta ve düşük teknolojili sektörleri içeren) birleşimlerine dayanarak da başarılı bir ekonomik gelişim gösterebileceklerini ifade etmektedir.

Kratke'ye göre (2010: 850), bilimsel ve teknolojik olarak yaratıcı çalışanların yoğunluğu bölgenin yenilik kapasitesinin gelişiminin göstergesidir ve özellikle araştırma yoğun üretim sektörlerinin gelişimine katkıda bulunur. Ancak, artan bilgi yoğun ve yenilik temelli ekonomi çerçevesinde, bölgesel ekonomik başarı sadece bilimsel ve teknolojik olarak yaratıcı mesleklerin yoğunluğuna bağlı değildir, yaratıcı mesleklerin yanı sıra diğer yetenekli işgücü grubunu da kapsayan, yüksek derecede şebekeleşmiş bölgesel yenilik sistemine de bağlıdır. Florida'nın ifade ettiği gibi bölgelerin sosyo-kültürel özellikleri (canlı kültürel hayat, sosyal ve kültürel çeşitlilik, açıklık ve tolerans) bölgelerin cezbetme gücü ve ekonomik görünümünde önemli bir

faktör olsa da, bir yerin sosyo-kültürel özelliklerindeki bir gelişme bütün bölgesel nüfusla ilişkili olacaktır. Canlı kültürel hayat, çeşitlilik, açıklık ve tolerans, genel olarak, şehirlerin veya bölgelerin hayat kalitesini arttıracaktır. Dolayısıyla, merkez şehirlerin cazibesini arttırmak için sadece bu özelliklerin geliştirilmesi yetersiz kalacaktır ve sürdürülebilir bir ekonomik gelişme için yüksek derecede şebekeleşmiş bölgesel inovasyon sistemine ve ilişkili insan kaynaklarına ihtiyaç duyulacaktır.

Florida, Mellander ve Stolarick (2010: 278) de, beşeri sermayenin bir ölçütü olarak eğitimin bir ülkede meydana gelen bilgi kazanma ile ilgili bütün faaliyetleri kapsamada yetersiz olacağını belirtmişlerdir. Bu ölçütün genişliğinin, ülkelerin ve bölgelerin beşeri sermaye veya yeteneğin özel türlerinin belirlenmesini de engelleyeceğini ifade etmişlerdir. Eğitimin, potansiyel yetenek veya beceriyi ölçerken, ekonomi tarafından yararlanılan ve tüketilen mevcut beceriyi ölçmeyeceğini belirtip, mesleklere dayanan alternatif bir beşeri sermaye ölçütü önermişlerdir. Beşeri sermayenin hareketliliğine yapılan araştırmaların sonuçlarından cevaplar bulmuşlar.

1. Eğitim ve yeteneklerin dağılımı konforun (amenities) (restoran, tiyatro, müze, eğlence vb.) dağılımından etkilenir.

2. Beşeri sermaye yoğunluğu, kendiliğinden yapılır. Başlangıç avantajına sahip olan (üniversitenin bulunması gibi) yerler yapılanmaya daha eğilimlidir.

3. İş imkânlarının varlığı diğer bir beşeri sermaye hareketliliği sebebidir. Rasyonel bireyler, en yüksek ücret olan ve en geniş işçi pazarına sahip en büyük ekonomik fırsatı olan bölgelere yerleşeceklerdir (Florida, Mellander, Stolarick, 2010; 281-282).

Indergaard (2013: 44) da, Florida'nın (2002), “insanların mekânlara körü körüne işlerini takip ederek gelmedikleri, yaşam stillerinin mekânsal tercihlerini büyük ölçüde etkilediği (yaratıcı işçileri çeken işler değil zenginliklerdir)” savının, “yaratıcı işçiler tek bir iş bakmazlar, birçok iş fırsatı ararlar” ifadesi ile çeliştiğini ileri sürmektedir.

Bütün eleştirilere rağmen, yaratıcılık endeksi, halen birçok araştırmaya konu olmakta ve farklı şehirlerin, bölgelerin, ülkelerin yaratıcılıklarının hesaplanmasında ve kıyaslanmasında kullanılmakta ve geçerliliğini korumaktadır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM III

İLLERİN YARATICILIK ENDEKSLERİNİN BELİRLENMESİ

3.1 Çalışmanın Amaç ve Kapsamı

Günümüzde yaratıcılık her bilim dalında öne çıkan bir kavram haline gelmiştir. Bireysel yaratıcılığın önemiyle başlayan araştırmalar, örgütsel yaratıcılığa ve nihayetinde de bölgesel yaratıcılığa kadar genişlemiştir. Yaratıcılığın öneminin bu denli hız kazanmasındaki temel neden, yaratıcılığın her türlü gelişmede odak noktası olmasıdır. Yaratıcılığını kullanan birey, yaratıcılığa değer veren ve destekleyen örgüt, yaratıcılığın ortaya çıkarılmasına, kullanılmasına ve geliştirmesine önem veren politikalar her zaman başarıya ulaşılmasında ön ayak olmuşlardır.

Tezin amacı da; Türkiye’deki şehirlerin yaratıcılık endekslerini oluşturmak, yaratıcılıklarını sıralamak ve yaratıcılık ile ekonomik gelişmişlik arasındaki ilişkiyi incelemektir. Yaratıcılık endeksi yetenek, teknoloji ve tolerans göstergelerinden oluşmaktadır ve bu göstergeler, bir bölgenin başarısı ve ekonomik gelişiminde yaratıcılığın rolünün analiz edilmesinde kullanılan önemli girdilerdir. Böylelikle, tezin kapsamını oluşturan Türkiye’nin 81 şehrinin yaratıcılığını ortaya çıkaran göstergeler ve bu göstergeler arasındaki ilişkiler ortaya konulacak, şehirlerin yaratıcılığını güçlendiren veya engelleyen faktörler irdelenecektir.

Tezin, akademik yazında yaratıcı ekonomi konusunda yapılan çalışmalardan makro düzeydeki farkı, Türkiye’nin şehirleri üzerine yapılması iken; mikro düzeydeki farkı, daha önce Türkiye’de yapılan sınırlı sayıdaki çalışmada yaratıcı ekonominin sadece yaratıcı endüstriler temelinde ele alınması, bu çalışmada ise yaratıcı endüstrilerin, yaratıcı ekonomiyi oluşturan altı alt boyuttan sadece biri olmasıdır.

3.2 Çalışmanın Yöntemi

Şehirlerin yaratıcılık endeksleri çıkarılırken; üç temel gösterge kullanılmaktadır. Bunlar, toplumun hoşgörüsünün ölçüldüğü "tolerans endeksi", bireysel yaratıcılığın ve yaratıcı endüstrinin büyüklüğünün ölçüldüğü "yetenek endeksi" ve teknolojiye yatkınlığın ölçüldüğü "teknoloji endeksi"dir. Bu göstergeler de alt göstergelerden oluşmaktadır. Tolerans veya çeşitlilik, cinsiyet temelli açıklığın, bölgeye yapılan göçün ve bölgedeki yabancı doğan nüfusunun ölçüsüdür. Yetenek veya işgücünün yaratıcı payı, büyük ölçüde demografik, eğitimle ve meslekle ilgili karakteristiklerle ölçülmektedir. Bunlar, 25-64 yaşları arasındaki nüfusun eğitim düzeyi ve yaratıcı mesleklerle ilgili verilerdir. Teknoloji veya yenilik, Ar-Ge harcamalarının, alınan patent sayılarının ve yüksek teknoloji sektörünün çıktı miktarlarının göstergesidir. Yaratıcılık endeksinin hesaplanmasında eşit ağırlıklara sahip olan bu boyutların sayısı, verinin uygunluğu ve ulaşılabilirliğine bağlı olarak, artabilmekte veya azalabilmektedir. Tezde kullanılan boyutlar Tablo 3.1’de gösterilmektedir:

Tablo 3.1. Yaratıcılık Endeksinin Tezde Kullanılan Alt Endeksleri

YARATICILIK ENDEKSİ		
TEKNOLOJİ ENDEKSİ	YETENEK ENDEKSİ	TOLERANS ENDEKSİ
Yüksek Teknoloji Endeksi	Beşeri Sermaye Endeksi	Göçmen Endeksi
İnovasyon Endeksi	Yaratıcı Sınıf Endeksi	-
Ar-Ge Endeksi	-	-

Yaratıcılık endeksinin hesaplanmasında, “Küresel Yaratıcılık Endeksi”nde kullanılan yöntem uygulanmıştır (Global Creativity Index, 2015: 37). Bu yönteme göre, ilk önce her bir değişken (yüksek teknoloji endeksi, inovasyon endeksi, Ar-Ge endeksi; yaratıcı sınıf endeksi, beşeri sermaye endeksi; göçmen endeksi) için şehirlerin

puan sıralaması tek tek oluşturulmuştur. En iyi performans gösteren şehre en yüksek değer verilerek, puanı yüksek olandan düşük olana doğru sıralanmıştır. Türkiye’de 81 şehir olduğu için en yüksek değer 81, en düşük değer 1’dir. Daha sonra her şehir için, sahip olduğu sıralamalar toplanıp, değişken sayısına bölünerek ortalama puan elde edilmiştir. Endeksler için bakıldığında, bu değer, teknoloji endeksi için üç; yetenek endeksi için iki; tolerans endeksi için birdir. Son aşamada da 3T’nin (Tolerance, Technology, Talent) ortalama puanı gözlem sayısına (bu çalışma için şehir sayısı -81) bölünerek yaratıcılık endeksi oluşturulmuştur. Bütün değişkenler için 2010-2014 yıllarını kapsayan 5 yıllık sürecin ortalaması alınmıştır.

Uygulama bölümü için gerekli olan veriler; Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) ve Türk Patent Enstitüsü (TPE) veri tabanlarından elde edilmiştir.

3.3 Çalışmanın Kısıtları

Araştırmanın kısıtları, eşcinsel nüfusa ait verilerin elde edilememesi ve yabancı doğana ait verilerin sadece 2014 yılına ait olmasıdır. Türkiye kayıtlarında eşcinsel nüfusa ait resmi kaynak olmamasının yanı sıra LGBT (Lezbiyen, Gey, Biseksüel, Transeksüel) dayanışma dernekleri üzerinden de herhangi bir veriye ulaşamamıştır. Çalışmanın kapsamı 2010-2014 yıllarını içeren beş yıllık bir süreçten oluştuğu için, mozaik endeksi de kullanılamamıştır. Dolayısıyla, kendini ifade ve mozaik endeksleri kapsam dışında bırakılmıştır. Tolerans endeksinde sadece şehrin aldığı göç oranı üzerinden hesaplanan göçmen endeksi kullanılmıştır.

3.4 Yöntemin Uygulanması

Şehirlerin yaratıcılıklarının sıralanacağı, yaratıcılık endeksinin oluşturulabilmesi için öncelikle teknoloji, yetenek ve tolerans endeksleri oluşturulmuştur. Daha sonra bu endekslerden yararlanılarak, şehirlerin yaratıcılık düzeyleri belirlenmiştir.

3.4.1. Teknoloji Endeksinin Oluşturulması

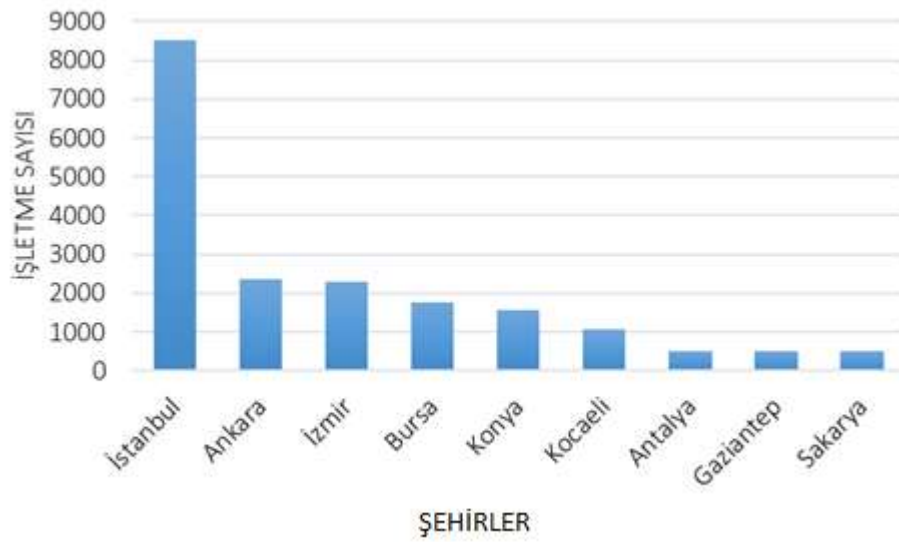
Teknoloji endeksi üç alt endeksten oluşmaktadır: Yüksek teknoloji endüstrilerde çalışan kişi sayısını ifade eden yüksek teknoloji endeksi; patent başvuru sayısını gösteren inovasyon endeksi ve yapılan Ar-Ge harcamalarının göstergesi olan Ar-Ge endeksi. Teknoloji endeksinin ilk parametresi yüksek teknoloji endeksinin hesaplanabilmesi için OECD Revizyon 3'e göre endüstrilerin teknoloji yoğunluklarına göre sınıflandırılması Tablo 3.2'de yer almaktadır.

Tablo 3.2. Endüstrilerin Teknoloji Yoğunluklarına Göre Sınıflandırılması

Yüksek Teknolojili Endüstriler	Orta-Düşük Teknolojili Endüstriler
Hava ve uzay araçları	Gemilerin ve teknelerin tamiri ve inşaatı
İlaçlar	Kauçuk ve plastik ürünler
Büro, muhasebe ve bilgi işlem makineleri	Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıt
Radyo, TV ve haberleşme cihazları	Diğer metalik olmayan mineral ürünler
Tıbbi, hassas ve optik aletler	Temel metaller ve işlenmiş metal ürünleri
Orta-Yüksek Teknolojili Endüstriler	Düşük Teknolojili Endüstriler
Elektrikli makine ve cihazlar	İmalat, geri dönüşüm
Motorlu taşıt, römork ve yarı römorklar	Ahşap, kâğıt hamuru, kâğıt, kâğıt ürünleri, basım ve yayım
İlaç hariç kimyasallar	Gıda ürünleri, içecek ve tütün
Demiryolu ekipmanları ve ulaşım araçları	Tekstil, tekstil ürünleri, deri ve ayakkabı
Makine ve ekipman	

Kaynak: OECD, ISIV Rev.3 Technology Intensity Definition, Directorate for Science, Technology and Industry Economic Analysis and Statistics Division, 2011, pp.1.

Yüksek teknoloji endeksinin oluşturulmasında, SGK yıllıklarından 2010-2014 yılları için, yıl sonu itibariyle işyerlerinin ve sigortalıların faaliyet gruplarına ve şehirlere göre dağılımını gösteren tablolardan, yüksek teknolojili (orta-yüksek teknolojili endüstriler de kapsama alınmıştır⁴) endüstrilerdeki çalışan sayıları hesaplanmıştır. Şekil 3.1. ve 3.2.'de sırasıyla, 2014 yılında bu endüstrilerde faaliyet gösteren işletme sayıları ve çalışan sayıları en yüksek olan şehirler yer almaktadır.



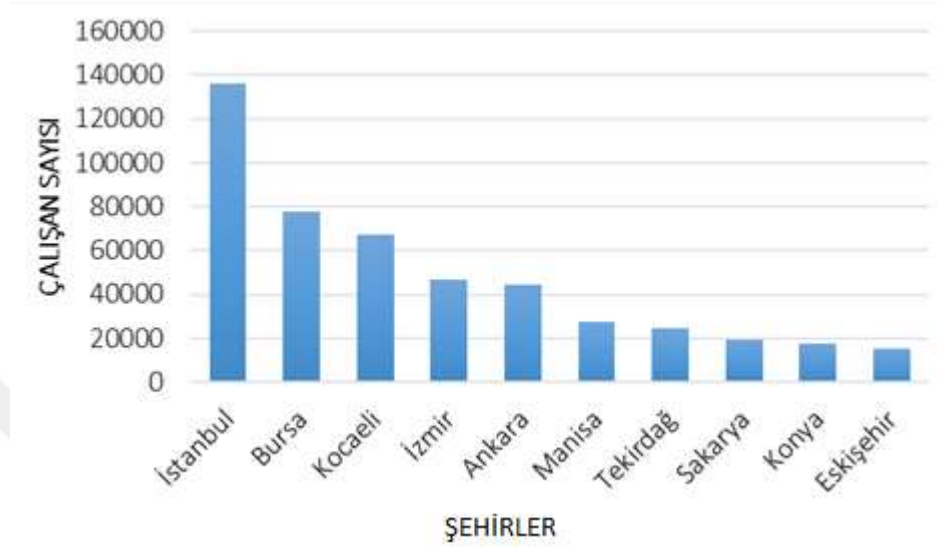
Kaynak: SGK yıllıklarından yararlanılarak oluşturulmuştur.

Şekil 3.1. Yüksek Teknolojili Endüstrilerde Faaliyet Gösteren İşletme Sayısının En Yüksek Olduğu Şehirler (2014)

2014 yılında, İstanbul, yüksek teknolojili endüstrilerde faaliyet gösteren 8.509 işletme ile birinci sırada yer alırken, onu Ankara (2.363 işletme) ve İzmir (2.289 işletme) takip etmektedir. Son sıralarda Ağrı (3 işletme), Tunceli (3 işletme), Gümüşhane (2 işletme), Ardahan (2 işletme), Siirt (1 işletme) yer alırken, yüksek

⁴ Türkiye’de, hava ve uzay araçları; büro, muhasebe ve bilgi işlem makineleri; tıbbi, hassas ve optik aletler; radyo, TV ve haberleşme cihazları gibi yüksek teknolojili endüstrilerdeki çalışan sayısının yok denecek kadar az olması sebebiyle orta yüksek teknolojiler de yüksek teknoloji endeksinin hesaplamasına katılmıştır. Buna rağmen, Türkiye genelinde yüksek ve orta-yüksek teknolojili endüstrilerdeki çalışan sayısı toplam istihdamın %5’ine bile ulaşamamaktadır.

teknolojili endüstrilerde faaliyet gösteren hiçbir işletmesi bulunmayan Bayburt son sırada yer almaktadır (Ek-1).



Kaynak: SGK yıllıklarından yararlanılarak oluşturulmuştur.

Şekil 3.2. Yüksek Teknolojili Endüstrilerde Çalışan Sayısının En Yüksek Olduğu Şehirler (2014)

Yüksek teknoloji endüstrilerde çalışan sayısına bakıldığında ise, 581.134 çalışan ile İstanbul yine birinci sırada yer alırken, ikinciliğe 136.219 çalışan ile Bursa, üçüncülüğe ise 77.871 çalışan ile Kocaeli yerleşmiştir (Ek-2).

Daha doğru bir veri elde edebilmek için, yüksek teknoloji endüstrilerdeki çalışan sayısı şehirdeki toplam çalışan sayısına oranlanmıştır. Bu durumda, yüksek teknoloji endeksinde, Tablo 3.3.'te de görüldüğü gibi, Yalova (0,173) birinci sırada, Kocaeli (0,141) ikinci sırada ve Manisa (0,132) üçüncü sırada yer almıştır. İzmir (0,058) on birinci, Ankara (0,040) on altıncı, İstanbul ise (0,040) on dokuzuncu sıradadır (Ek-3). Dolayısıyla, şehirdeki toplam çalışan sayısına oranla, yüksek teknoloji endüstrilerdeki çalışan sayısı yüksek olan Yalova ilk sıraya yerleşmiştir.

Tablo 3.3. Şehirlerin Yüksek Teknoloji Endeksi Değerleri

Sıra	Şehirler	YTE	Sıra	Şehirler	YTE	Sıra	Şehirler	YTE
1	Yalova	0,173	28	Sinop	0,022	55	Çanakkale	0,007
2	Kocaeli	0,141	29	Mersin	0,021	56	Edirne	0,007
3	Manisa	0,132	30	Kırklareli	0,021	57	Giresun	0,007
4	Bursa	0,131	31	Zonguldak	0,021	58	Kars	0,006
5	Sakarya	0,124	32	Gaziantep	0,019	59	Ordu	0,006
6	Eskişehir	0,097	33	Nevşehir	0,019	60	Van	0,006
7	Tekirdağ	0,09	34	Kırıkkale	0,017	61	Batman	0,006
8	Çankırı	0,088	35	Burdur	0,016	62	Adıyaman	0,005
9	Aksaray	0,08	36	Samsun	0,016	63	Erzurum	0,005
10	Konya	0,064	37	Afyonkarahisar	0,015	64	Mardin	0,005
11	İzmir	0,058	38	Karabük	0,015	65	Rize	0,005
12	Bolu	0,053	39	Isparta	0,014	66	Kilis	0,005
13	Düzce	0,044	40	Kırşehir	0,014	67	Erzincan	0,004
14	Aydın	0,041	41	Malatya	0,014	68	Muş	0,004
15	Kayseri	0,041	42	Karaman	0,014	69	Bartın	0,004
16	Ankara	0,04	43	Antalya	0,013	70	Gümüşhane	0,003
17	İstanbul	0,04	44	Uşak	0,013	71	Tunceli	0,003
18	Kütahya	0,04	45	Niğde	0,012	72	Artvin	0,002
19	Sivas	0,04	46	Elazığ	0,011	73	Hakkâri	0,002
20	Balıkesir	0,037	47	Yozgat	0,011	74	Siirt	0,002
21	Adana	0,034	48	Denizli	0,01	75	Şırnak	0,002
22	Amasya	0,031	49	Diyarbakır	0,01	76	Ağrı	0,001
23	Osmaniye	0,029	50	Kastamonu	0,01	77	Bitlis	0,001
24	Çorum	0,027	51	Tokat	0,01	78	Iğdır	0,001
25	Bilecik	0,026	52	Trabzon	0,01	79	Bingöl	0
26	Hatay	0,024	53	Kahramanmaraş	0,009	80	Bayburt	0
27	Şanlıurfa	0,024	54	Muğla	0,008	81	Ardahan	0

Teknoloji endeksinin ikinci parametresi inovasyon endeksidir. İnovasyon endeksi, şehirdeki kişi başına düşen patent başvuru sayısı ile ölçülmektedir. Şehirlerin inovasyon endeksi değerleri Tablo 3.4.'te görülmektedir. Kişi başına düşen patent başvuru sayısının en yüksek olduğu üç şehir, İstanbul (1,27), Tekirdağ (1,269) ve Bursa'dır (1,259). 5 yıl süresince hiçbir patent başvurusunda bulunulmayan Ağrı ve Iğdır ise sonunculuğu paylaşmaktadır (Ek-5).

Tablo 3.4. Şehirlerin İnovasyon Endeksi Değerleri

Sıra	Şehirler	İE	Sıra	Şehirler	İE	Sıra	Şehirler	İE
1	İstanbul	1,27	28	Elazığ	0,209	55	Erzurum	0,099
2	Tekirdağ	1,269	29	Adana	0,201	56	Zonguldak	0,099
3	Bursa	1,259	30	Sivas	0,201	57	Adıyaman	0,097
4	Kocaeli	1,196	31	Denizli	0,2	58	Hatay	0,088
5	Manisa	1,09	32	Burdur	0,196	59	Bayburt	0,078
6	Ankara	0,991	33	Aydın	0,193	60	Ordu	0,074
7	Sakarya	0,794	34	Balıkesir	0,166	61	Yozgat	0,067
8	Konya	0,741	35	Edirne	0,166	62	Sinop	0,049
9	Eskişehir	0,714	36	Çanakkale	0,165	63	Tunceli	0,047
10	İzmir	0,589	37	Malatya	0,16	64	Bingöl	0,046
11	Gümüşhane	0,555	38	Karaman	0,16	65	Hakkari	0,044
12	Kayseri	0,534	39	Osmaniye	0,16	66	Şanlıurfa	0,038
13	Isparta	0,448	40	Muğla	0,154	67	Batman	0,037
14	Yalova	0,392	41	Trabzon	0,15	68	Erzincan	0,036
15	Gaziantep	0,304	42	Uşak	0,146	69	Artvin	0,035
16	Kütahya	0,302	43	Giresun	0,137	70	Diyarbakır	0,034
17	Antalya	0,293	44	Kırşehir	0,135	71	Bartın	0,032
18	Düzce	0,292	45	Kırıkkale	0,131	72	Bitlis	0,024
19	Rize	0,281	46	Amasya	0,13	73	Mardin	0,023
20	Bolu	0,258	47	Çankırı	0,13	74	Van	0,021
21	Karabük	0,253	48	Tokat	0,128	75	Ardahan	0,02
22	Çorum	0,248	49	Kastamonu	0,126	76	Siirt	0,019
23	Samsun	0,236	50	Mersin	0,118	77	Muş	0,015
24	Kırklareli	0,23	51	Kahramanmaraş	0,112	78	Kars	0,013
25	Bilecik	0,229	52	Kilis	0,112	79	Şırnak	0,013
26	Niğde	0,229	53	Afyonkarahisar	0,111	80	Ağrı	0
27	Nevşehir	0,225	54	Aksaray	0,105	81	Iğdır	0

Teknoloji endeksinin son parametresi olan Ar-Ge endeksi, şehirde kişi başına düşen Ar-Ge desteğini ifade etmektedir. 2010-2014 yılları arasında kişi başına düşen Ar-Ge desteğinde 56 TL’lik bir oranla Kocaeli ilk sırada yer almaktadır. Ankara 47 TL’lik oranıyla ikinci ve Isparta da 13 TL’lik oranıyla üçüncüdür. İzmir (6,378 TL) sekizinci, İstanbul (5,818 TL) onuncu sırada yer almaktadır. Son sırada ise Şırnak (0) bulunmaktadır. Şehirlerin Ar-Ge endeksi sıralamaları Tablo 3.5.’te yer almaktadır (Ek-7).

Tablo 3.5. Şehirlerin Ar-Ge Endeksi Değerleri

Sıra	Şehirler	AGE	Sıra	Şehirler	AGE	Sıra	Şehirler	AGE
1	Kocaeli	54,876	28	Konya	2,635	55	Bayburt	0,837
2	Ankara	47,419	29	Gümüşhane	2,516	56	Sinop	0,818
3	Isparta	13,365	30	Edirne	2,509	57	Manisa	0,736
4	Karabük	8,148	31	Kahramanmaraş	2,505	58	Balıkesir	0,734
5	Çanakkale	7,812	32	Adana	2,379	59	Bilecik	0,693
6	Trabzon	6,637	33	Kırıkkale	2,365	60	Kastamonu	0,629
7	Tunceli	6,528	34	Kırşehir	2,331	61	Ordu	0,575
8	İzmir	6,378	35	Afyonkarahisar	2,003	62	Ardahan	0,547
9	Denizli	5,88	36	Bartın	1,728	63	Osmaniye	0,539
10	İstanbul	5,818	37	Sivas	1,692	64	Erzincan	0,52
11	Erzurum	5,575	38	Tekirdağ	1,65	65	Siirt	0,516
12	Bolu	5,52	39	Muğla	1,589	66	Kırklareli	0,511
13	Elazığ	5,501	40	Hatay	1,486	67	Diyarbakır	0,488
14	Eskişehir	5,443	41	Mersin	1,373	68	Çorum	0,458
15	Çankırı	4,839	42	Kütahya	1,348	69	Iğdır	0,36
16	Karaman	4,757	43	Bursa	1,347	70	Bitlis	0,339
17	Kayseri	4,527	44	Aksaray	1,323	71	Adıyaman	0,293
18	Yalova	4,257	45	Kars	1,252	72	Kilis	0,29
19	Düzce	3,779	46	Zonguldak	1,248	73	Giresun	0,238
20	Burdur	3,549	47	Artvin	1,175	74	Amasya	0,168
21	Niğde	3,462	48	Sakarya	1,173	75	Bingöl	0,148
22	Antalya	3,142	49	Gaziantep	1,15	76	Ağrı	0,108
23	Rize	3,126	50	Nevşehir	1,112	77	Mardin	0,063
24	Malatya	2,992	51	Uşak	0,984	78	Batman	0,027
25	Aydın	2,74	52	Yozgat	0,913	79	Muş	0,023
26	Tokat	2,731	53	Van	0,874	80	Hakkâri	0,022
27	Samsun	2,663	54	Şanlıurfa	0,841	81	Şırnak	0

Elde edilen alt endeks değerleri (yüksek teknoloji, inovasyon ve Ar-Ge) ile hesaplanan teknoloji endeksi değerleri Tablo 3.6.'da yer almaktadır. Teknoloji endeksi sıralamasında ilk beşte sırasıyla Kocaeli (0,984), Ankara (0,914), Eskişehir (0,893), İzmir (0,893) ve İstanbul (0,889) yer almaktadır. Ağrı ve Şırnak (0,049) ise sonunculuğu paylaşmaktadır.

Tablo 3.6. Şehirlerin Teknoloji Endeksi Değerleri

Şehirler	Yüksek Teknoloji Endeksi	İnovasyon Endeksi	Ar-Ge Endeksi	Teknoloji Endeksi
Kocaeli	80	78	81	0,984
Ankara	66	76	80	0,914
Eskişehir	76	73	68	0,893
İzmir	71	72	74	0,893
İstanbul	63	81	72	0,889
Yalova	81	68	64	0,877
Kayseri	68	70	65	0,835
Bolu	70	62	70	0,831
Konya	72	74	54	0,823
Tekirdağ	75	80	44	0,819
Bursa	78	79	39	0,807
Düzce	69	64	63	0,807
Isparta	41	69	79	0,778
Sakarya	77	75	34	0,765
Karabük	44	61	78	0,753
Manisa	79	77	25	0,745
Çankırı	74	35	67	0,724
Aydın	67	49	57	0,712
Kütahya	65	66	40	0,704
Antalya	39	65	60	0,675
Adana	61	52	50	0,671
Sivas	64	53	45	0,667
Samsun	46	59	55	0,658
Burdur	47	50	62	0,654
Elazığ	36	54	69	0,654
Denizli	34	51	73	0,650
Niğde	37	56	61	0,634
Karaman	43	45	66	0,634
Gaziantep	50	67	33	0,617
Çanakkale	25	46	77	0,609
Trabzon	30	41	76	0,605
Malatya	42	44	58	0,593
Rize	17	63	59	0,572
Aksaray	73	28	38	0,572
Bilecik	57	57	23	0,564
Gümüşhane	12	71	53	0,560
Nevşehir	49	55	32	0,560
Balıkesir	62	48	24	0,551
Kırıkkale	48	37	49	0,551
Çorum	58	60	14	0,543
Mersin	53	32	41	0,519
Kırklareli	52	58	16	0,519
Kırşehir	40	38	48	0,519
Edirne	26	47	52	0,514
Tokat	33	34	56	0,506
Hatay	56	24	42	0,502
Afyonkarahisar	45	29	47	0,498
Osmaniye	59	43	19	0,498
Erzurum	20	26	71	0,481
Zonguldak	51	27	36	0,469
Muğla	28	42	43	0,465

Kahramanmaraş	29	31	51	0,457
Uşak	38	40	31	0,449
Tunceli	11	19	75	0,432
Amasya	60	36	8	0,428
Sinop	54	20	26	0,412
Şanlıurfa	55	16	28	0,407
Kastamonu	31	33	22	0,354
Yozgat	35	21	30	0,354
Giresun	27	39	9	0,309
Bartın	14	11	46	0,292
Ordu	23	22	21	0,272
Kars	21	4	37	0,255
Diyarbakır	32	12	15	0,243
Van	22	8	29	0,243
Kilis	16	30	10	0,230
Artvin	7	13	35	0,226
Adıyaman	18	25	11	0,222
Bayburt	1	23	27	0,210
Erzincan	13	14	18	0,185
Batman	24	15	4	0,177
Mardin	19	9	5	0,136
Siirt	9	6	17	0,132
Hakkari	10	17	2	0,119
Ardahan	2	7	20	0,119
Bingöl	3	18	7	0,115
Bitlis	6	10	12	0,115
Muş	15	5	3	0,095
Iğdır	5	1	13	0,078
Ağrı	4	2	6	0,049
Şırnak	8	3	1	0,049

3.4.2. Yetenek Endeksinin Oluşturulması

Yetenek endeksinin iki parametresi vardır. İlki, yaratıcı mesleklere dayanan yaratıcı sınıf; diğeri ise eğitim düzeyine dayanan beşeri sermaye.

Yaratıcı sınıf endeksini hesaplayabilmek için, öncelikle, yaratıcı endüstrilerin tanımlanması gereklidir. Yaratıcı endüstrilerin tanımlanmasında, Tablo 3.7.'de yer alan yaratıcı yoğunluklar dikkate alınmaktadır. Tablodan da görüldüğü üzere, artistik yaratıcılık, tercüme ve çeviri faaliyetleri ile görsel sanatlar en yüksek yaratıcılık yoğunluğuna sahip ilk üç alanken; kütüphane, arşiv ve müze faaliyetleri yaratıcılık yoğunluğu en düşük alanlardır.

Tablo 3.7. Yaratıcı Yoğunluklar

SIC	Tanım	Yaratıcı Yoğunluk (%)
90.03	Artistik Yaratıcılık	91.5
74.30	Tercüme ve Çeviri Faaliyetleri	82.2
90.01	Görsel Sanatlar	78.8
74.20	Fotoğrafçılık Faaliyetleri	77.8
60.10	Radio Yayıncılığı	62.7
74.10	Uzmanlaşmış Tasarım Faaliyetleri	62.1
71.11	Mimari Faaliyetler	61.5
70.21	Halkla İlişkiler ve İletişim Faaliyetleri	59.3
58.14	Dergi ve Süreli Yayınların Yayımlanması	58.3
90.02	Görsel Sanatları Destekleme Faaliyetleri	56.8
59.1	Hareketli Resim, Video ve Televizyon Programı Faaliyetleri	56.4
32.12	Takı ve Benzer Eşyaların Üretimi	56.2
62.01	Bilgisayar Programlama Faaliyetleri	55.8
59.20	Ses Kaydı ve Müzik Yayıncılığı Faaliyetleri	54.1
60.20	Televizyon Programcılığı ve Yayıncılığı Faaliyetleri	53.5
73.11	Reklamcılık Ajansları	50.5
58.11	Kitap Yayımları	49.9
58.13	Gazetelerin Yayımları	48.8
73.12	Medya Temsilciliği	48.3
58.21	Bilgisayar Oyunlarının Yayımları	43.1
58.29	Diğer Yazılım programlarının Yayımları	40.8
90.04	Sanatsal Tesislerin İşletilmesi	38.4
58.19	Diğer Yayıncılık Faaliyetleri	37.8
62.02	Bilgisayar Danışmanlık Faaliyetleri	32.8
58.12	Rehberlerin ve Posta Adres Listelerinin Yayımlanması	31.0
91.01	Kütüphane ve Arşiv Faaliyetleri	23.8
91.02	Müze Faaliyetleri	22.5

Kaynak: DCMS, (2015), “Creative Industries Economic Estimates”, s.34.

Yaratıcı endüstriler, daha önce de ifade edildiği gibi, reklamcılık ve pazarlama, mimari, el sanatları, tasarım: ürün, grafik ve moda tasarımı, fotoğrafçılık, film, video, TV ve radyo, bilişim teknolojisi ve bilgisayar hizmetleri, yayıncılık, müzeler, galeriler ve kütüphaneler, müzik, performans sanatları ve görsel sanatlardır. DCMS’nin yaratıcı endüstriler sınıflandırması ve bu endüstrilerin sınıflandırılmasında kullandığı dört rakamlı Standart Endüstriyel Sınıflandırması (Standart Industrial Classification- SIC) kodları Tablo 3.8.’de yer almaktadır.

Tablo 3.8. DCMS Sınıflandırmasına Göre Yaratıcı Endüstriler

Yaratıcı Endüstri Grubu	SIC	Tanım
Reklamcılık ve Pazarlama	73.11	Reklamcılık Ajansları
	73.12	Medya Temsilciliği
Mimari	71.11	Mimari Faaliyetler
El Sanatları	32.12	Takı ve Benzer Eşyaların Üretimi
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda tasarımı, Fotoğrafçılık	74.10	Uzmanlaşmış Tasarım Faaliyetleri
	74.20	Fotoğrafçılık Faaliyetleri
Film, video, TV ve Radyo	59.1	Hareketli Resim, Video ve Televizyon Programı Faaliyetleri
	60.10	Radyo Yayıncılığı
	60.20	Televizyon Programcılığı ve Yayıncılığı Faaliyetleri
Bilişim Teknolojisi ve Bilgisayar Hizmetleri	58.21	Bilgisayar Oyunlarının Yayımları
	58.29	Diğer Yazılım programlarının Yayımları
	62.01	Bilgisayar Programlama Faaliyetleri
	62.02	Bilgisayar Danışmanlık Faaliyetleri
Yayıncılık	58.11	Kitap Yayımları
	58.12	Rehberlerin ve Posta Adres Listelerinin Yayımlanması
	58.13	Gazetelerin Yayımları
	58.14	Dergi ve Süreli Yayınların Yayımlanması
	58.19	Diğer Yayıncılık Faaliyetleri
	74.30	Tercüme ve Çeviri Faaliyetleri
Müzeler, Galeriler ve Kütüphaneler	91.01	Kütüphane ve Arşiv Faaliyetleri
	91.02	Müze Faaliyetleri
Müzik, Performans Sanatları ve Görsel Sanatlar	59.20	Ses Kaydı ve Müzik Yayıncılığı Faaliyetleri
	90.01	Görsel Sanatlar
	90.02	Görsel Sanatları Destekleme Faaliyetleri
	90.03	Artistik Yaratıcılık
	90.04	Sanatsal Tesislerin İşletilmesi

Kaynak: DCMS, (2015), “Creative Industries Economic Estimates”den türetilmiştir.

Tablo 3.9.’da da yaratıcı endüstrilerin 2010-2014 yıllarında Türkiye’deki gelişimi gösterilmektedir. Görüldüğü gibi, bu beş yıllık süreçte, yaratıcı endüstrilerde yüksek oranlarda büyümeler gerçekleşmiştir. En yüksek büyüme oranını %141 ile Film, Video, TV ve Radyo sektöründe gerçekleştirmiştir, onu %119 ile Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda tasarımı, Fotoğrafçılık sektörü takip etmiştir. En düşük büyüme oranına ise %22 ile Yayıncılık sektörü sahiptir.

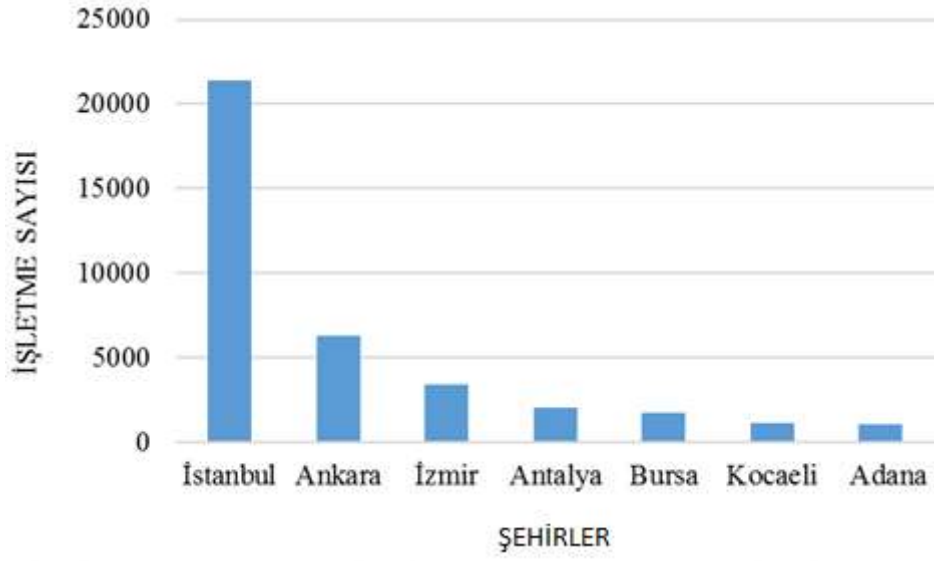
Tablo 3.9. Türkiye’deki Yaratıcı Endüstrilerin Gelişimi (2010-2014)

Yaratıcı Endüstri	İstihdam 2010	İstihdam 2014	İlgili Dönemdeki Artış	İlgili Dönemdeki Büyüme Yüzdesi
Reklamcılık ve Pazarlama	42.450	60.273	17.823	42
Mimari	86.688	135.421	48.733	56
El Sanatları	30.564	52.923	22.359	73
Tasarım: Ürün, Grafik ve Moda tasarımı, Fotoğrafçılık	15.523	34.013	18.490	119
Film, Video, TV ve Radyo	12.135	29.241	17.106	141
Bilişim Teknolojisi ve Bilgisayar Hizmetleri	31.245	60.035	28.790	92
Yayıncılık	15.156	18.424	3.268	22
Müzeler, Galeriler ve Kütüphaneler	1.524	2.680	1.156	76
Müzik, Performans Sanatları ve Görsel Sanatlar	9.220	12.796	3.576	39
Toplam	244.505	405.806	161.301	66

Kaynak: SGK yıllıklarından yararlanılarak oluşturulmuştur.

Not: Dört basamaklı SIC sınıflandırmasına ulaşamadığı için, veriler iki basamaklı sınıflandırma üzerinden hesaplanmıştır.

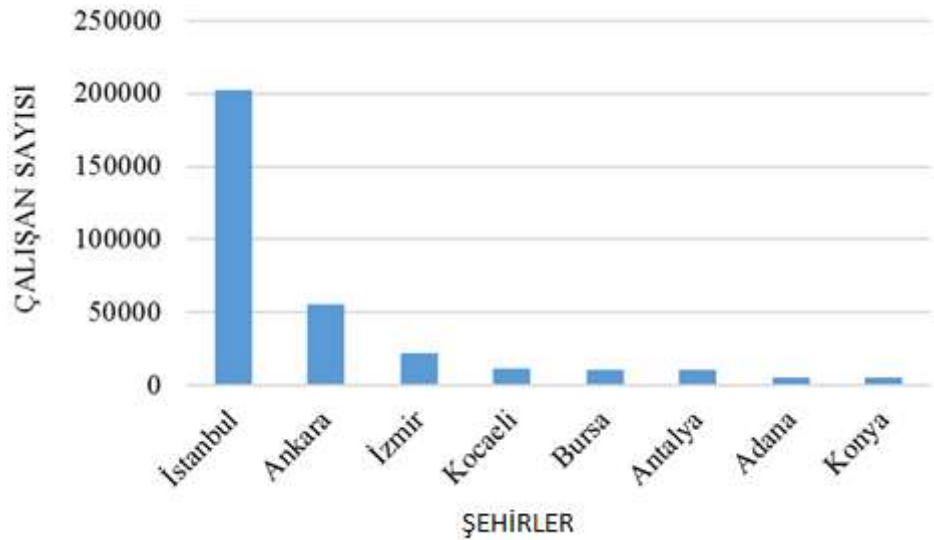
İlgili dönemdeki yaratıcı endüstrilerin genel büyüme oranı ise %66’dır. Bu oran sadece yaratıcı endüstrilerin beş yıllık bir süreçte yüksek bir oranda büyüdüğünün değil, önemlerinin gün geçtikçe arttığının da göstergesidir. Cooke ve De Propriis (2011: 366-367)’in de ifade ettiği gibi, bu endüstriler sadece yaratıcı mal ve hizmetler üreterek ve satarak değil, yaratıcı mal ve hizmetleriyle diğer sektörleri de besleyip, süreç ve ürün yeniliklerinin ortaya çıkmasını sağlayarak da ekonomi üzerinde etkili olurlar. Dolayısıyla, yaratıcı endüstrilerin büyümesi demek, diğer endüstrilerin de büyümesi ve genel olarak ekonominin gelişmesi demektir.



Şekil 3.3. Yaratıcı Endüstrilerde Faaliyet Gösteren İşletme Sayısının En Yüksek Olduğu Şehirler (2014)

Kaynak: SGK verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Yaratıcı endüstrilerde faaliyet gösteren işletme sayısının en yüksek olduğu ilk üç şehir, Şekil 3.3.'te de görüldüğü gibi, İstanbul (21.392), Ankara (6.268) ve İzmir (3.412)'dir (Ek-8).



Şekil 3.4. Yaratıcı Endüstrilerdeki Çalışan Sayısının En Yüksek Olduğu Şehirler (2014)

Kaynak: SGK verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Üç büyük şehir, yaratıcı endüstrilerdeki çalışan sayısının gösterildiği Şekil 3.4.'te de ilk sıraları paylaşmaktadırlar: İstanbul (202.160), Ankara (55.546) ve İzmir (21.968) (Ek-9).

Tablo 3.10. Amerika, Birleşik Krallık ve Türkiye'nin Yaratıcı İstihdamı En Yüksek Şehirleri (2013)

Amerika	Yaratıcı İstihdam Yüzdesi	Birleşik Krallık	Yaratıcı İstihdam Yüzdesi	Türkiye	Yaratıcı İstihdam Yüzdesi
San Jose - Sunnyvale-Santa Clara, CA	% 15,78	İç Londra	% 14,39	Ankara	% 4,8
Washington, Arlington-Alexandria, DC-VA-MD-WV	% 14,99	Dış Londra	% 9,48	İstanbul	% 4,7
San Francisco, -Oakland-Hayward, CA	% 13,80	Berkshire, Buckinghamshire, and Oxfordshire	% 8,74	Kars	% 2,8 ⁵
Seattle-Tacoma-Bellevue, WA	% 12,20	Surrey East and West Sussex	% 8,20	İzmir	% 2,5
Austin-Round Rock, TX	% 11,80	Bedfordshire and Hertfordshire	% 7,35	Kocaeli	% 2,5

Kaynak: Nathan, M., Kemeny, T., Pratt, A. and G. Spencer, (2016), "Creative Economy Employment in the US, Canada and the UK A Comparative Analysis", Nesta, pp. 37-38.

Tablo 3.10'da, 2013 yılında, Amerika, Birleşik Krallık ve Türkiye'nin yaratıcı sektörlerdeki istihdam oranları en yüksek olan ilk beş şehri yer almaktadır. Tablodan da görüldüğü gibi, Türkiye'nin yaratıcı istihdam düzeyi Amerika ve Birleşik Krallık'ın çok gerisindedir. Oysaki yaratıcı çalışanlar, şehirlerin ve bölgelerin varlığını sürdürmesi ve ülkenin ekonomisi için çok önemlidir (Healy, 2002: 91).

⁵ Kars'ın yaratıcı istihdam oranı en yüksek ilk beş şehir arasına girebilmesinin sebebi şehirdeki toplam çalışan sayısının düşük olması (19.437) ve çalışanlar içerisinde yaratıcı çalışan sayısının nispeten yüksek (538) olmasıdır. Yaratıcı çalışan yoğunluğunu, bilgisayar programlama (233) ile mimarlık ve mühendislik (258) faaliyetlerindeki çalışan sayıları oluşturmaktadır.

Bir bölgedeki yaratıcı çalışan yoğunluğu da konum katsayısı (Location Quotient - LQ), Lazzeretti vd. (2014:203)'nin ifadesiyle yoğunlaşma katsayısı ile hesaplanmaktadır. LQ, Lazzeretti, Boix ve Capone (2008) tarafından İtalya ve İspanya'daki; Bassett, Griffiths ve Smith (2002) tarafından Birleşik Krallık'taki; Boix, Capone, De Propriis, Lazzeretti ve Sanchez (2014) tarafından Fransa, İtalya, Birleşik Krallık ve İspanya'daki; Seçilmiş (2015) tarafından da Türkiye'deki yaratıcı sektörlerin haritalanmasında kullanılmıştır. LQ, bir bölgedeki yaratıcı endüstrilerdeki istihdamın, o bölgedeki toplam istihdama oranını ifade etmektedir ve aşağıdaki formül ile hesaplanmaktadır.

$$LQ_{ij} = \frac{L_{ij}}{L_j} \bigg/ \frac{L_i}{L}$$

L_{ij} , j bölgesindeki yaratıcı çalışan sayısı; L_j , j bölgesindeki çalışan sayısı toplamı; L_i , yaratıcı endüstrilerde ülke genelindeki çalışan sayısı; L , tüm ülkedeki çalışan sayısı toplamıdır. LQ değerinin 1'den büyük olması, o bölgede yaratıcı endüstrilerdeki çalışan sayısının, ülke ortalamasının üzerinde olduğunun göstergesidir. Paris (1.53), Londra (2.19), Amsterdam (1.56), Berlin (1.53), Stockholm (2.16) gibi başkentler için LQ değeri birden büyüktür (Power ve Nielsen, 2010: 5). Aynı şekilde, Tablo 3.11.'de görüldüğü gibi, LQ değeri, Ankara için de 1,653'tür. Yaratıcı çalışan yoğunluğunun ülke ortalamasından yüksek olduğu bir diğer şehir ise İstanbul'dur (1.621) (Ek-10).

Tablo 3.11. Şehirlerin Yaratıcı Sınıf Endeksi Değerleri

Sıra	Şehirler	YSE	Sıra	Şehirler	YSE	Sıra	Şehirler	YSE
1	Ankara	1,675	28	Kayseri	0,572	55	Sakarya	0,458
2	İstanbul	1,607	29	Burdur	0,558	56	Giresun	0,441
3	İzmir	0,927	30	Bursa	0,547	57	Ağrı	0,440
4	Kars	0,926	31	Tekirdağ	0,542	58	Çanakkale	0,440
5	Antalya	0,850	32	Nevşehir	0,542	59	Erzincan	0,437
6	Kocaeli	0,834	33	Amasya	0,527	60	Afyonkarahisar	0,434
7	Van	0,809	34	Bingöl	0,526	61	Çankırı	0,426
8	Trabzon	0,796	35	Şanlıurfa	0,526	62	Balıkesir	0,422
9	Diyarbakır	0,736	36	Edirne	0,521	63	Artvin	0,418
10	Konya	0,716	37	Kırıkkale	0,521	64	Batman	0,411
11	Samsun	0,689	38	Tokat	0,512	65	Aksaray	0,400
12	Siirt	0,688	39	Aydın	0,512	66	Karabük	0,385
13	Erzurum	0,678	40	Kırklareli	0,510	67	Manisa	0,381
14	Mardin	0,670	41	Kastamonu	0,506	68	Kütahya	0,379
15	Adana	0,662	42	Kilis	0,504	69	Uşak	0,374
16	Isparta	0,653	43	Hakkari	0,503	70	Şırnak	0,371
17	Tunceli	0,651	44	Denizli	0,502	71	Niğde	0,350
18	Muş	0,646	45	Iğdır	0,498	72	Bitlis	0,349
19	Yozgat	0,634	46	Yalova	0,496	73	Düzce	0,344
20	Kahramanmaraş	0,630	47	Ordu	0,495	74	Bayburt	0,344
21	Mersin	0,623	48	Elazığ	0,495	75	Osmaniye	0,330
22	Sivas	0,610	49	Rize	0,490	76	Bolu	0,305
23	Muğla	0,602	50	Sinop	0,487	77	Bartın	0,297
24	Malatya	0,600	51	Adıyaman	0,487	78	Ardahan	0,295
25	Çorum	0,599	52	Hatay	0,486	79	Gümüşhane	0,290
26	Eskişehir	0,591	53	Kırşehir	0,469	80	Bilecik	0,279
27	Zonguldak	0,576	54	Gaziantep	0,464	81	Karaman	0,238

Yetenek endeksinin ikinci parametresi ise 25-64 yaş lisans ve üzeri eğitim düzeyine sahip nüfusun, şehrin toplam nüfusuna oranlanmasıyla elde edilen beşeri sermaye endeksidir. Beşeri sermaye endeksi değerleri Tablo 3.12.'de yer almaktadır. Beşeri sermaye endeksinde Ankara (0,139), Eskişehir (0,107) ve İzmir (0,105) ilk üçe yerleşmiştir (Ek-12).

Tablo 3.12. Şehirlerin Beşeri Sermaye Endeksi Değerleri

Sıra	Şehirler	BSE	Sıra	Şehirler	BSE	Sıra	Şehirler	BSE
1	Ankara	0,139	28	Erzincan	0,071	55	Çorum	0,056
2	Eskişehir*	0,107	29	Bilecik	0,070	56	Niğde	0,055
3	İzmir	0,105	30	Kırıkkale	0,070	57	Bartın	0,055
4	İstanbul*	0,099	31	Amasya	0,070	58	Ordu	0,055
5	Muğla	0,090	32	Elazığ	0,069	59	Hatay	0,055
6	Antalya	0,088	33	Samsun	0,069	60	Afyonkarahisar	0,053
7	Isparta	0,085	34	Artvin	0,069	61	Kahramanmaraş	0,049
8	Tunceli	0,084	35	Rize	0,067	62	Aksaray	0,047
9	Trabzon	0,084	36	Konya	0,065	63	Adıyaman	0,046
10	Yalova	0,083	37	Sakarya	0,065	64	Kilis	0,046
11	Kocaeli	0,082	38	Uşak	0,065	65	Gaziantep	0,045
12	Çanakkale	0,081	39	Sivas	0,064	66	Yozgat	0,044
13	Edirne	0,080	40	Giresun	0,063	67	Ardahan	0,044
14	Bursa	0,079	41	Zonguldak	0,062	68	Diyarbakır	0,044
15	Balıkesir	0,078	42	Sinop	0,061	69	Bingöl	0,044
16	Bolu	0,077	43	Kütahya	0,061	70	Kars	0,043
17	Aydın	0,077	44	Erzurum*	0,061	71	Iğdır	0,043
18	Karabük	0,077	45	Manisa	0,060	72	Batman	0,040
19	Malatya	0,075	46	Karaman	0,059	73	Bitlis	0,037
20	Kırklareli	0,075	47	Çankırı	0,059	74	Siirt	0,037
21	Kayseri	0,075	48	Gümüşhane	0,058	75	Hakkari	0,036
22	Denizli	0,075	49	Nevşehir	0,058	76	Mardin	0,034
23	Mersin	0,074	50	Osmaniye	0,058	77	Van	0,032
24	Tekirdağ	0,072	51	Düzce	0,058	78	Şırnak	0,028
25	Adana	0,072	52	Kastamonu	0,057	79	Şanlıurfa	0,028
26	Burdur	0,071	53	Tokat	0,057	80	Muş	0,027
27	Kırşehir	0,071	54	Bayburt	0,056	81	Ağrı	0,025

* Açık öğretim fakültelerinin mezun sayıları hesaplama dâhil edilmemiştir.

LQ ve beşeri sermaye endeksleri ile hesaplanan yetenek endeksi değerleri Tablo 3.13.'te yer almaktadır. Beş yıllık verilere dayanarak oluşturulan yetenek endeksinde, hem LQ hem de beşeri sermaye endekslerinde birinci sırada olan Ankara 1 tam puan ile ilk sırada yerini alırken, ikinciliği 0,975 puan ile İstanbul ve İzmir paylaşmaktadır. 0,932 puan ile Antalya da üçüncü sıradadır.

Tablo 3.13. Şehirlerin Yetenek Endeksi Değerleri

Şehirler	YSE	BSE	Yetenek Endeksi
Ankara	81	81	1,000
İstanbul	80	78	0,975
İzmir	79	79	0,975
Antalya	75	76	0,932
Trabzon	77	73	0,926
Kocaeli	76	71	0,907
Eskişehir	63	80	0,883
Isparta	67	75	0,877
Tunceli	64	74	0,852
Muğla	59	77	0,840
Mersin	70	59	0,796
Adana	69	57	0,778
Edirne	55	69	0,765
Konya	71	46	0,722
Malatya	54	63	0,722
Yalova	45	72	0,722
Aydın	51	65	0,716
Bursa	47	68	0,710
Samsun	66	49	0,710
Kayseri	52	61	0,698
Erzurum	73	38	0,685
Burdur	53	56	0,673
Tekirdağ	50	58	0,667
Zonguldak	62	41	0,636
Çanakkale	31	70	0,623
Denizli	41	60	0,623
Kırklareli	39	62	0,623
Sivas	57	43	0,617
Kırıkkale	48	52	0,617
Amasya	46	51	0,599
Kars	78	12	0,556
Çorum	60	27	0,537
Diyarbakır	72	14	0,531
Elazığ	36	50	0,531
Balıkesir	18	67	0,525
Kırşehir	27	55	0,506
Van	74	5	0,488
Erzincan	24	54	0,481
Kahramanmaraş	56	21	0,475
Nevşehir	44	33	0,475
Karabük	13	64	0,475
Bolu	10	66	0,469
Rize	29	47	0,469
Siirt	68	8	0,469
Sakarya	30	45	0,463
Yozgat	58	16	0,457
Sinop	32	40	0,444
Tokat	43	29	0,444

Mardin	65	6	0,438
Artvin	19	48	0,414
Kilis	49	18	0,414
Giresun	22	42	0,395
Kastamonu	34	30	0,395
Muş	61	2	0,389
Ordu	37	24	0,377
Çankırı	23	35	0,358
Uşak	14	44	0,358
Adıyaman	38	19	0,352
Bilecik	2	53	0,340
Bingöl	42	13	0,340
Manisa	15	37	0,321
Hatay	28	23	0,315
Kütahya	12	39	0,315
Iğdır	35	11	0,284
Afyonkarahisar	21	22	0,265
Gaziantep	26	17	0,265
Şanlıurfa	40	3	0,265
Hakkari	33	7	0,247
Düzce	8	31	0,241
Gümüşhane	3	34	0,228
Aksaray	17	20	0,228
Karaman	1	36	0,228
Osmaniye	5	32	0,228
Bayburt	7	28	0,216
Niğde	6	26	0,198
Batman	20	10	0,185
Bartın	4	25	0,179
Ağrı	25	1	0,160
Ardahan	9	15	0,148
Bitlis	11	9	0,123
Şırnak	16	4	0,123

Glaeser (1994: 19)'e göre, yüksek yetenekli bireyler, fikirler üreterek ve yenilikleri arttırarak şehirleri daha iyi hale getirirler. Ankara, İstanbul, İzmir ve Antalya bu konuda en şanslı şehirlerdir.

3.4.3. Tolerans Endeksinin Oluşturulması

Tolerans endeksinin tek parametresi olan göçmen endeksi, şehirlerin aldıkları göçün toplam nüfuslarına oranlanmasıyla elde edilmiştir. 2010-2014 yılları arasındaki

her yıl için ayrı ayrı hesaplanıp, ortalamaları alınarak, Tablo 3.14.'teki göçmen endeksi değerleri oluşturulmuştur. (-) değerler şehrin göç verdiğini göstermektedir.

Tablo 3.14. Şehirlerin Göçmen Endeksi Değerleri

Sıra	Şehirler	GE	Sıra	Şehirler	GE	Sıra	Şehirler	GE
1	Tekirdağ	0,018	28	Kastamonu	0,001	55	Amasya	-0,007
2	Gümüşhane	0,015	29	Düzce	0,001	56	Ordu	-0,007
3	Antalya	0,012	30	Artvin	-0,001	57	Trabzon	-0,007
4	Çanakkale	0,01	31	Edirne	-0,001	58	Bingöl	-0,008
5	Kocaeli	0,01	32	Konya	-0,001	59	Çankırı	-0,008
6	Yalova	0,01	33	Sinop	-0,001	60	Diyarbakır	-0,008
7	Muğla	0,009	34	Uşak	-0,001	61	Nevşehir	-0,008
8	Ankara	0,008	35	Isparta	-0,002	62	Mardin	-0,009
9	Eskişehir	0,008	36	Mersin	-0,002	63	Kilis	-0,009
10	Tunceli	0,007	37	Manisa	-0,002	64	Hakkari	-0,01
11	Karabük	0,006	38	Rize	-0,002	65	Niğde	-0,01
12	Bursa	0,005	39	Osmaniye	-0,002	66	Sivas	-0,01
13	İstanbul	0,005	40	Kütahya	-0,003	67	Iğdır	-0,011
14	Aydın	0,004	41	Malatya	-0,004	68	Zonguldak	-0,013
15	Bilecik	0,004	42	Karaman	-0,004	69	Adıyaman	-0,014
16	Bolu	0,004	43	Batman	-0,004	70	Çorum	-0,014
17	Kayseri	0,004	44	Şırnak	-0,004	71	Siirt	-0,014
18	Sakarya	0,004	45	Bartın	-0,004	72	Tokat	-0,014
19	Bayburt	0,004	46	Adana	-0,005	73	Van	-0,015
20	Balıkesir	0,003	47	Elazığ	-0,005	74	Kırıkkale	-0,015
21	İzmir	0,003	48	Hatay	-0,005	75	Bitlis	-0,016
22	Erzincan	0,002	49	Samsun	-0,005	76	Erzurum	-0,016
23	Gaziantep	0,002	50	Afyonkarahisar	-0,006	77	Ardahan	-0,02
24	Kırklareli	0,002	51	Kırşehir	-0,006	78	Muş	-0,021
25	Burdur	0,001	52	Kahramanmaraş	-0,006	79	Ağrı	-0,023
26	Denizli	0,001	53	Şanlıurfa	-0,006	80	Kars	-0,024
27	Giresun	0,001	54	Aksaray	-0,006	81	Yozgat	-0,025

Tekirdağ (0,018), nüfusuna oranla en yüksek göç alan ildir. Onu, Gümüşhane (0,015) ve Antalya (0,012) takip etmektedir (Ek-14).

Tablo 3.15. Şehirlerin Tolerans Endeksi Değerleri

Sıra	Şehirler	TE	Sıra	Şehirler	TE	Sıra	Şehirler	TE
1	Tekirdağ	1	28	Kastamonu	0,667	55	Amasya	0,333
2	Gümüşhane	0,988	29	Giresun	0,654	56	Ordu	0,321
3	Antalya	0,975	30	Artvin	0,642	57	Trabzon	0,309
4	Çanakkale	0,963	31	Sinop	0,63	58	Diyarbakır	0,296
5	Kocaeli	0,951	32	Edirne	0,617	59	Nevşehir	0,284
6	Yalova	0,938	33	Uşak	0,605	60	Bingöl	0,272
7	Muğla	0,926	34	Konya	0,593	61	Çankırı	0,259
8	Eskişehir	0,914	35	Manisa	0,58	62	Kilis	0,247
9	Ankara	0,901	36	Isparta	0,568	63	Mardin	0,235
10	Tunceli	0,889	37	Mersin	0,556	64	Sivas	0,222
11	Karabük	0,877	38	Rize	0,543	65	Niğde	0,21
12	Bursa	0,864	39	Osmaniye	0,531	66	Hakkari	0,198
13	İstanbul	0,852	40	Kütahya	0,519	67	Iğdır	0,185
14	Sakarya	0,84	41	Batman	0,506	68	Zonguldak	0,173
15	Bolu	0,827	42	Bartın	0,494	69	Adıyaman	0,16
16	Bayburt	0,815	43	Karaman	0,481	70	Çorum	0,148
17	Aydın	0,802	44	Malatya	0,469	71	Siirt	0,136
18	Kayseri	0,79	45	Şırnak	0,457	72	Tokat	0,123
19	Bilecik	0,778	46	Elazığ	0,444	73	Van	0,111
20	İzmir	0,765	47	Hatay	0,432	74	Kırıkkale	0,099
21	Bahçeşehir	0,753	48	Adana	0,42	75	Bitlis	0,086
22	Kırklareli	0,741	49	Samsun	0,407	76	Erzurum	0,074
23	Erzincan	0,728	50	Şanlıurfa	0,395	77	Ardahan	0,062
24	Gaziantep	0,716	51	Afyonkarahisar	0,383	78	Muş	0,049
25	Denizli	0,704	52	Kırşehir	0,37	79	Ağrı	0,037
26	Burdur	0,691	53	Aksaray	0,358	80	Kars	0,025
27	Düzce	0,679	54	Kahramanmaraş	0,346	81	Yozgat	0,012

Tolerans endeksinde, Tekirdağ (1,000), Gümüşhane (0,988) ve Antalya (0,975) ilk üç sırada yer almaktadır. Bu şehirler aynı zamanda 2010-2014 yılları arasında nüfuslarına oranla en yüksek göçü alan ilk üç şehirdir (Ek-14).

Tolerans endeksinin hesaplanmasında yabancı doğan parametresi de kullanılmaktadır, ancak yabancı doğan verilerine sadece 2014 yılı için ulaşılabildiğinden dolayı, bu çalışmada değişken olarak kullanılmamıştır. Yine de büyük bir fark olup olmadığını görmek için, mozaik ve göçmen endeksleriyle tek yıl üzerinden hesaplanan tolerans endeksi Ek-15’de yer almaktadır.

3.4.4. Yaratıcılık Endeksinin Oluşturulması

Tablo 3.16.'da şehirlerin teknoloji, yetenek ve tolerans endeksleriyle hesaplanan yaratıcılık düzeyleri yer almaktadır.

Tablo 3.16. Şehirlerin Yaratıcılık Düzeyleri

ŞEHİRLER	TEKNOLOJİ	YETENEK	TOLERANS	YARATICILIK
Ankara	80	81	73	0,963
Kocaeli	81	76	77	0,963
Eskişehir	79	75	74	0,938
İstanbul	77	79	69	0,926
İzmir	78	80	62	0,905
Yalova	76	68	76	0,905
Antalya	62	78	79	0,901
Tekirdağ	72	59	81	0,872
Bursa	71	64	70	0,844
Kayseri	75	62	64	0,827
Aydın	64	65	65	0,798
Isparta	69	74	46	0,778
Çanakkale	52	57	78	0,770
Konya	73	66	48	0,770
Bolu	74	40	67	0,745
Karabük	67	43	71	0,745
Muğla	31	72	75	0,733
Burdur	58	60	56	0,716
Sakarya	68	37	68	0,712
Tunceli	28	73	72	0,712
Denizli	56	55	57	0,691
Adana	61	70	34	0,679
Edirne	38	69	50	0,646
Kırklareli	41	56	60	0,646
Mersin	39	71	45	0,638
Malatya	50	67	38	0,638
Samsun	59	63	33	0,638
Trabzon	51	77	25	0,630
Balıkesir	44	47	61	0,626
Elazığ	57	49	36	0,584
Düzce	70	13	55	0,568
Gümüşhane	46	11	80	0,564
Manisa	66	21	47	0,551
Bilecik	47	23	63	0,547
Rize	48	39	44	0,539
Sivas	60	53	18	0,539
Gaziantep	53	16	58	0,523
Kütahya	63	20	42	0,514
Kırşehir	40	46	30	0,477
Erzincan	12	44	59	0,473
Sinop	26	35	51	0,461
Çankırı	65	25	21	0,457
Nevşehir	45	42	23	0,453
Kastamonu	24	29	54	0,440
Amasya	27	52	27	0,436

Karaman	55	12	39	0,436
Giresun	22	30	53	0,432
Kırıkkale	43	54	8	0,432
Çorum	42	50	12	0,428
Uşak	29	26	49	0,428
Zonguldak	32	58	14	0,428
Erzurum	33	61	6	0,412
Artvin	15	32	52	0,407
Kahramanmaraş	30	41	28	0,407
Diyarbakır	18	48	24	0,370
Hatay	36	19	35	0,370
Aksaray	49	9	29	0,358
Bayburt	13	8	66	0,358
Osmaniye	34	10	43	0,358
Afyonkarahisar	35	17	31	0,342
Tokat	37	34	10	0,333
Niğde	54	7	17	0,321
Ordu	20	27	26	0,300
Kars	19	51	2	0,296
Şanlıurfa	25	15	32	0,296
Van	17	45	9	0,292
Kilis	16	31	20	0,276
Bartın	21	5	40	0,272
Mardin	10	33	19	0,255
Yozgat	23	36	1	0,247
Siirt	9	38	11	0,239
Batman	11	6	41	0,239
Adıyaman	14	24	13	0,210
Bingöl	6	22	22	0,206
Şırnak	1	1	37	0,160
Hakkari	7	14	16	0,152
Muş	4	28	4	0,148
Iğdır	3	18	15	0,148
Ardahan	8	3	5	0,066
Bitlis	5	2	7	0,058
Ağrı	2	4	3	0,037

Şehirlerinin yaratıcılık sıralamasında Ankara ve Kocaeli (0,963) birinciliği paylaşmaktadır. İkinci sırada Eskişehir (0,938), üçüncü sırada ise İstanbul (0,926) yer almaktadır. İzmir 0,905 puan ile dördüncü olmuştur. Dolayısıyla, üç büyük şehir, ilk beş sırada yer almıştır.

Tablo 3.17.'de alt değişkenler arasındaki korelasyonlar verilmiştir. Tabloya göre, en yüksek ilişki, yüksek teknoloji ve patent değişkenleri arasında (0,732) çıkmıştır. Bu sonuç, yüksek teknoloji endüstri oranının yüksek olduğu şehirde inovasyon oranının da yüksek olduğunu ifade etmektedir. İnovasyon endeksinin

yüksek olduğu ilk 15 şehir arasında, yüksek teknoloji endüstrilerin yoğun olduğu ilk 11 şehrin yer alması da bunun göstergesidir.

Tablo 3.17. Yaratıcılık Endeksinin Alt Değişkenleri Arasındaki Korelasyon

	<i>Ar-Ge</i>	<i>Patent</i>	<i>Yüksek Teknoloji</i>	<i>Yaratıcı Sınıf</i>	<i>Beşeri Sermaye</i>	<i>Göç</i>
<i>Ar-Ge</i>	1					
<i>Patent</i>	0,590	1				
<i>Yüksek Teknoloji</i>	0,404	0,732	1			
<i>Yaratıcı Sınıf</i>	0,252	0,104	0,131	1		
<i>Beşeri Sermaye</i>	0,698	0,695	0,498	0,289	1	
<i>Göç</i>	0,450	0,649	0,414	-0,073	0,717	1

Aynı şekilde göç ve beşeri sermaye arasında da (0,717) güçlü ve pozitif doğrusal bir ilişki mevcuttur. Bu sonuç da, Glaeser'in (1994: 20) iyi eğitilmiş insanların, diğer iyi eğitilmiş insanların yerleşik olduğu yerlere hareket ettikleri tezini doğrular niteliktedir. Tolerans endeksi yüksek olan ilk 15 şehir arasında, eğitim seviyesi yüksek ilk 11 şehrin yer alması da bu güçlü ilişkinin bir sonucudur.

Beşeri sermaye ve Ar-Ge arasında 0,698'lik; beşeri sermaye ve inovasyon arasında da 0,695'lik bir korelasyon mevcuttur. Dolayısıyla, belli bir eğitim seviyesine sahip olma ile Ar-Ge desteği alma ve patent başvurusu yapma arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Göç oranı yüksek olan şehirler ile yapılan patent başvurusu arasında (0,649); Ar-Ge ile patent arasında da (0,590) pozitif doğrusal bir ilişki bulunmaktadır.

Yaratıcılık endeksi sadece şehirlerin yaratıcı potansiyellerini ifade eden bir ölçüt değildir. Aynı zamanda gelişmişlik göstergesidir. Yaratıcılık endeksinin ilk sıralarında yer alan İstanbul, Ankara, İzmir ve Kocaeli'nin, ekonomik ve sosyal gelişmişlik ölçütleri (bkz.Ek-16) ile oluşturulan Tablo 3.18'deki şehirlerin gelişmişlik endeksi

sıralamasında da (Gül, Çevik, 2015: 10), Türkiye'nin en gelişmiş ilk altı, Eskişehir'in ise en gelişmiş ilk on ili arasında yer alması da bunun ispatıdır.

Tablo 3.18. Şehirlerin Gelişmişlik Düzeyi Sıralaması

Şehirler	GD	Şehirler	GD	Şehirler	GD
İstanbul	36,61	Bolu	-0,49	Giresun	-1,51
Ankara	12,41	Kütahya	-0,64	Erzincan	-1,53
İzmir	8,09	Kırklareli	-0,73	Artvin	-1,57
Antalya	7	Malatya	-0,8	Osmaniye	-1,57
Bursa	4,31	Elazığ	-0,82	Mardin	-1,6
Kocaeli	3,8	Karabük	-0,94	Tokat	-1,61
Muğla	2,69	Nevşehir	-1,01	Çankırı	-1,79
Konya	2,16	Sivas	-1,03	Sinop	-1,81
Adana	2,04	Karaman	-1,03	Niğde	-1,83
Eskişehir	1,69	K.maraş	-1,04	Tunceli	-1,89
Gaziantep	1,65	Diyarbakır	-1,09	Batman	-2,09
Denizli	1,26	Uşak	-1,11	Gümüşhane	-2,11
Kayseri	1,21	Düzce	-1,12	Bayburt	-2,12
Tekirdağ	1,09	Kırıkkale	-1,12	Yozgat	-2,17
Mersin	1,09	Afyonkarahr	-1,14	Adıyaman	-2,17
Trabzon	0,65	Burdur	-1,15	Kilis	-2,27
Balıkesir	0,62	Rize	-1,15	Van	-2,32
Aydın	0,49	Erzurum	-1,17	Bingöl	-2,35
Samsun	0,44	Şanlıurfa	-1,17	Kars	-2,44
Sakarya	0,42	Bilecik	-1,21	Iğdır	-2,64
Manisa	0,31	Amasya	-1,21	Şırnak	-2,69
Hatay	0,31	Bartın	-1,23	Ağrı	-2,93
Çanakkale	0,19	Çorum	-1,3	Ardahan	-2,94
Yalova	-0,12	Kastamonu	-1,37	Siirt	-2,99
Isparta	-0,14	Kırşehir	-1,39	Bitlis	-3,05
Edirne	-0,31	Ordu	-1,41	Muş	-3,07
Zonguldak	-0,33	Aksaray	-1,48	Hakkari	-3,21

Kaynak: Gül, E., Çevik, B., (2015), "2013 Verileriyle Türkiye'de Şehirlerin Gelişmişlik Düzeyi Araştırması", İktisadi Araştırmalar Bölümü, Türkiye İş Bankası A.Ş., s.10.

Yüksek teknoloji, Ar-Ge, patent, beşeri sermaye gibi alt değişkenlerin ekonomik gelişmişlik düzeyi ile pozitif yönlü güçlü ilişkisi, birçok çalışmanın sonucunda da yaratıcılık ve gelişmişlik arasındaki güçlü ilişki (Florida, 2005; Stam vd.,2008; Acs ve Megyesi, 2009; Florida vd. 2010; Ström ve Nelson,2010) olarak ortaya çıkmaktadır.

Tablo 3.19. Yaratıcılık ve Gelişmişlik Arasındaki Korelasyon

	<i>Gelişmişlik</i>	<i>Yaratıcılık</i>
<i>Gelişmişlik</i>	1	
<i>Yaratıcılık</i>	0,863	1

Bu güçlü ilişki, Tablo 3.19.'de görüldüğü gibi, yaratıcılık ve gelişmişlik düzeyleri arasındaki 0,863'lük korelasyon ile Türkiye şehirleri örneğinde de ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla, şehirlerin yaratıcılık potansiyelleri arttığında, gelişmişlik düzeyleri artacak, şehirlerin gelişimi de Türkiye'nin kalkınmasına temel olacaktır.



SONUÇ

Günümüz ekonomisinde, insan, klasik yönetim kuramındaki, makinenin dışlisi konumundaki işçi anlayışından çok daha ileridedir. Neo-klasik ve modern kuramlarla sosyal varlık statüsüne evrilen insan, post modern yaklaşımla yaratıcılığın ve yenilikçiliğin temel unsuru konumuna yükselmiştir. Çünkü yaratıcılık bireyde başlamaktadır ve yaratıcı bireyler, yaratıcı ve yenilikçi örgütleri; bu örgütler de, yaratıcı ekonomileri doğurmaktadır. Yaratıcı ekonomilere sahip toplumlar, gelişmişlik düzeyini yakalama ve toplumsal refaha erme noktasına ulaşma imkânını elde etmişlerdir.

Yaratıcı ekonomi, ekonomik büyüme ve kalkınmayı üreten yaratıcı varlıklara dayalı olarak gelişen bir kavramdır. Sosyalliği, kültürel çeşitliliği ve insani gelişmeyi teşvik ederken aynı zamanda gelir üretimini, iş alanlarının açılmasını ve ihracat kazançlarını da destekler. Teknoloji, fikri mülkiyet ve turizm hedefleriyle etkileşime girmesi sebebiyle ekonomik, kültürel ve sosyal yönleri de kapsar. Yani yaratıcı ekonomi, gelişme boyutu olan ve tüm ekonomiyle makro ve mikro düzeyde kesişen bağlantıları olan, bilgiye dayalı ekonomik faaliyetlerin bütünüdür. Yaratıcı ekonomi, gerçekleştirilebilir bir gelişim seçeneğidir ve temelinde yaratıcı endüstriler bulunmaktadır (UNCTAD, 2010: 10).

Yaratıcı ekonomi kavramını popüler hale getiren Richard Florida (2005: 173), küresel rekabetin temel unsurunun artık mal ve hizmetlerin ticaretinin veya sermaye akışlarının değil, bir ülkenin nüfusunun yaratıcı enerjisini kullanabilme ve dünyanın dört bir yanındaki yaratıcı insanları cezbedebilme kabiliyetinin olduğunu ifade etmiştir. Çünkü toplumların gelişmesi ve yükselmesi, onu oluşturan bireylerin,

örgütlerin, endüstrilerin ve bölgelerin sahip olduğu yaratıcılık kapasitesiyle doğru orantılıdır. Yaratıcılık, bir şehrin gelişmesindeki temel girdilerden de biridir. Dolayısıyla şehirler, iyi eğitilmiş, yetenekli, yaratıcı çalışanları kendine çekmeye odaklanmalıdırlar. Bir şehrin yaratıcı insanları cezbetme kabiliyeti, o şehrin 3T'sine (technology, talent, tolerance) bağlıdır. Yenilikçilik potansiyeli yüksek, araştırma ve geliştirmeyi destekleyen, yüksek teknolojiye üretim kapasitesine sahip; yüksek eğitilmiş, bireysel yaratıcılıklarını üretim sürecine katabilecek yaratıcı nüfusun yoğun olduğu; yeni fikirlere, farklı tercihlere ve çeşitli etnik kökenlere hoşgörüli bölgeler insanları cezbetmede üst sıralarda yer alacaklardır.

Bu çalışmada da şehirlerin yaratıcı insanları cezbetme derecelerini belirleyebilmek amacıyla, Türkiye'deki şehirlerin yaratıcılık düzeyleri oluşturulmuştur. Yaratıcılık endeksini oluşturmak için öncelikle teknoloji, yetenek ve tolerans endeksleri hesaplanmıştır. Endekslerin oluşturulmasında, Küresel Yaratıcılık Endeksi'nde kullanılan ve değişkenlerin sıralamasına dayanan endeks oluşturma yöntemi kullanılmıştır. 2010-2014 yıllarını kapsayan beş yıllık dönem içerisindeki gerekli veriler SGK, TÜİK, TÜBİTAK ve TPE veri tabanlarından elde edilmiştir.

Yaratıcılık endeksinin ilk alt endeksi olarak, öncelikle teknoloji endeksi oluşturulmuştur. Teknoloji endeksi oluşturulurken; yüksek teknoloji, inovasyon ve Ar-Ge girdileri kullanılmıştır. Türkiye'nin yüksek teknolojiye endüstrilerdeki çalışan sayısı en yüksek olan ilk üç şehri İstanbul, Bursa ve Kocaeli'dir. Ancak yüksek teknoloji endeksine baktığımızda bu sıralama - yüksek teknolojiye endüstrilerdeki çalışan sayısı, şehir genelindeki çalışan sayısına oranlandığında- Yalova, Kocaeli ve Manisa şeklinde değişmektedir (Ek-2, Ek-3).

İnovasyon endeksi de şehirde kişi başına düşen patent sayısı ile oluşturulmuştur. 2010-2014 yılları arasındaki en yüksek patent başvurusuna sahip olan şehir, açık ara İstanbul'dur. Onu, Ankara ve Bursa takip etmiştir. Patent başvuruları nüfusa oranlandığında İstanbul yine birinci sırada yer alırken, Tekirdağ ikinci, Bursa üçüncü sırada yer almıştır. Ankara ise altıncı sıraya gerilemiştir (Ek-4, Ek-5).

Ar-Ge endeksi de, şehirde kişi başına düşen Ar-Ge desteği ile hesaplanmıştır. Hesaplanan yıllar arasındaki en yüksek Ar-Ge desteğini alan üç şehir Ankara, Kocaeli ve İstanbul'dur. Ar-Ge endeksinde ise sıralama Kocaeli, Ankara ve Isparta şeklinde değişmiştir (Ek-6, Ek-7).

Teknoloji endeksine bakıldığında, yüksek teknoloji endüstrilerde Türkiye'nin genel olarak çok geride olduğu görülmektedir. Oysaki bir ülkenin rekabetçiliği, o ülkenin işletmelerinin, endüstrilerinin, şehirlerinin ve bölgelerinin gücüne bağlıdır. İşletmeler ve endüstriler başarılı olduğunda, yer aldıkları şehirlerin, bölgelerin ekonomik refahına da önemli katkılarda bulunurlar (Gilbert, 2012: 734). Türkiye'de yüksek teknoloji Ar-Ge yatırımlarının artması, hem yeni mal ve hizmetlerin ortaya çıkmasına yani inovasyonun artmasına hem de yeni teknolojiler geliştirilerek daha yüksek teknolojilerin kullanılmasına katkı sağlayacaktır. Çünkü finansal kaynakların yetersizliği, yeni ürünlerin ve teknolojilerin geliştirilmesinin önündeki büyük engellerden birisidir. TÜBİTAK ve KOSGEB'in patent destek, Ar-Ge ve inovasyon vb. programları bu engeli aşmaya hizmet etmektedir. Ancak, patent ve yatırım desteklerinin artırılması bir yana, bu desteklerin iyi şekilde duyurulması, geniş kitlelere ulaşılması ve destek alındıktan sonra amaca yönelik olarak kullanılıp kullanılmadığını denetlemek de büyük önem taşımaktadır. Devletin,

- Ar-Ge harcamalarını arttırması, Ar-Ge çalışmalarını ve inovasyonu teşvik etmesi,
- Üniversite-sanayi işbirliklerine daha fazla önem vermesi,
- Özel sektör Ar-Ge yatırımlarının artmasına yönelik teşvikler sağlaması,
- Bilim ve yüksek teknoloji alanında öncü olan ülkeler ile bilim ve teknoloji transferinde işbirliği içinde olması, ancak yüksek teknolojinin sadece transferine değil, bu teknolojilerin Türkiye’de geliştirilmesine ve yaygınlaştırılmasına da yoğunlaşması,
- Sektörel ve bölgesel inovasyon politikaları oluşturması bu konuda atılacak adımların başında gelmelidir.

Uygun alt yapının kurulması, Ar-Ge departmanlarında ve ileri teknoloji alanlarında çalışan personel sayısını ve niteliğini arttırmaya yönelik eğitimler verilmesi de büyük önem taşımaktadır. Yüksek teknoloji, Ar-Ge harcamaları ve patent başvuru sayılarının ekonomik gelişmişlikle yakın ilişkisi yapılacak faaliyetlerin, gerçekleştirilecek düzenlemelerin ve uygulanacak politikaların önemini daha da arttırmaktadır.

Yaratıcılık endeksinin ikinci endeksi olan yetenek endeksi ise, yaratıcı sınıf ve beşeri sermaye girdilerinden oluşmaktadır. Yaratıcı sınıf endeksi, şehirlerdeki yaratıcı sınıfın yoğunlaşma katsayıları (LQ) ile oluşturulmuştur. LQ, şehirlerin yaratıcı mesleklerdeki çalışan sayılarının toplam çalışan sayılarına oranının, Türkiye’de yaratıcı mesleklerdeki çalışan sayısının Türkiye’nin toplam çalışan sayısına oranlanması ile elde edilmiştir. Ankara, İstanbul ve İzmir yaratıcı sınıfın en yoğun olduğu ilk üç şehirdir. Ancak sadece Ankara ve İstanbul, 1’in üzerinde bir LQ değerine sahiptir (Ek-9, Ek-10). Bunun anlamı, sadece iki şehirde yaratıcı endüstrilerdeki

alışan sayısının, ülke ortalamasının üzerinde olduğudur. Farklı yıllarda, farklı şehirler de birin üzerinde bir değer kaydetseler de, uygulamaya alınan yıllar boyunca devamlılıklarını sürdüremedikleri için ortalamada 1'den düşük değerler almışlardır. Bu sonuç, Türkiye genelinde, yaratıcı endüstri oranının ne kadar düşük olduğunun bir göstergesidir.

Beşeri sermaye endeksi sahip olunan eğitim düzeyi üzerinden hesaplanmaktadır. Booyens'in (2012: 48) de ifade ettiği gibi, insanlar, yeteneklerinin farkına varacakları veya yeteneklerini geliştirebilecekleri eğitimden yoksun oldukları sürece yaratıcı ekonomide kendilerine yer bulmaları pek mümkün değildir. Bireyin yaratıcı düşünme yeteneğinin temeli okul öncesinde atılır ve devam eden okul yıllarında artar. Katı kuralların olduğu, tek bir doğrunun kabul edildiği, bütün düşüncelerin aynı kalıba sokulmaya çalışıldığı, ezbere dayalı olan mevcut eğitim sistemi, varolan bilgilerle değişik cevapların üretilmesini engellemektedir. Oysa ki eğitimin en önemli amaçları arasında bireye yaratıcı, araştırmacı, sorgulayıcı nitelikler kazandırarak, kendisindeki potansiyelin farkına varmasını ve daha yaratıcı olmasını sağlamak yer almaktadır. Bu da ancak fikirlerin rahatça ifade edilebildiği, hataya ve farklılıklara hoşgrl, yeniliğe ve öğrenmeye destek veren yaratıcı kültürün varolduğu ortamlarda gerçekleştirilir.

Yaratıcı endstirileri desteklemek için uygun bilgi ve beceri tabanının gelişimi, o bölge halkının bu endstirilerden faydalanabilmelerini sağlamak için önemlidir. Bu nedenle, beşeri sermaye endeksinde, şehirlerin 25-64 yaş grubundaki lisans ve üzeri düzeyde eğitim almış nüfusu, şehrin toplam nüfusuna oranlanmıştır. Eğitimli nüfusu en yüksek olan şehir İstanbül olsa da nüfusa oranlandığında dördüncü sıraya düşmektedir. Beşeri sermaye endeksinin ilk nde Ankara, Eskişehir ve İzmr yer almaktadır (Ek-11, Ek-12).

Hanushek (2013), gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümeyi güçlendiren beşeri sermayeye odaklandıklarını bunun için de gelişmiş ülkelerle aralarında olan eēitim düzeyi farkını kapatmak için çaba sarf ettiklerini ancak bunda başarısız olduklarını, okul kalitelerini arttırmadan uzun dönemde ekonomik performanslarını arttırmalarının da zor olduēunu ifade etmiştir. Bu nedenle Türkiye ilk önce eēitim sisteminde köklü deēiřimler gerçekleştirmeli, ilköēretimden yksekēretime kadar eēitimin her aşamasında kaliteye ve yaratıcı düşünceye verilen önemi arttırmalıdır.

Yaratıcı sınıf perspektifinden bakıldığında ise, Türkiye’de yaratıcı ekonomi üzerine makro nitelikte bir çalışmanın bulunmadığı görülmektedir. Sadece İstanbul, Ankara ve İzmir (Aksoy ve Enlil, 2011; Güran ve Seçilmiş, 2013; İzmir Kalkınma Ajansı, 2013) bazında gerçekleştirilen kültür ekonomisi envanterleri mevcuttur. Yaratıcı Endüstriler Konseyi Derneēi (YEKON) tarafından da, yaratıcı endüstrilerin ulusal ekonomiye saēladığı katma deēere ilişkin bilinirliēin yaratılmasına katkıda bulunmak amacıyla “Yekon Yaratıcı İstanbul Atölyeleri” projeleri yürütülmektedir. Ancak Türkiye’nin belirli bölgelerinde yaratıcı endüstriler dikkat çekmeye başlasa da yaratıcı endüstrileri ulusal yenilikçilik stratejilerine eklemleyen İngiltere, Kanada, Avustralya, Yeni Zelanda, Tayvan, Güney Kore, Singapur ve Çin gibi ülkelerin aksine Türkiye’de yaratıcı endüstriler kavramı üzerine genel bir resmi politika veya kapsamlı bir destek sistemi henüz geliştirilmemiştir (Demir, 2014: 93). Yaratıcı endüstriler, yaratıcı ekonominin en önemli unsurudur ve bu durumda, yaratıcı ekonomisini canlandırmak isteyen Türkiye’nin öncelikle, yaratıcı endüstrilere eēilmesi ve her şehrin sahip olduēu yaratıcı deēerleri ne çıkartacak atılımlar gerçekleştirmesi gerekmektedir. Pratt (2009: 413), kültürün, şehirleri (farklı modern sanat galerileri vb. yaratarak) geliştirmek için kullanıldığını ve bu kültürel farklılaşmaların, mekn temelli

benzersizliği/eşsizliği oluşturmanın bir yolu olduğunu belirtmiştir. Çok kùltùrlùlùk, Tùrkiye için şehirlerin gelişiminde kullanabileceği en iyi araçlardan birisidir. Yaratıcı ekonomiyi geliştirmek için, i içe olduğu kùltùr ekonomisini dikkate almak önemli bir basamak olacaktır. Gaziantep'in gastronomi alanında Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kùltùr Örgùtù'nùn (UNESCO) yaratıcı şehirler ağında yer alması diğer şehirlere de òrnek olacak niteliktedir. Ayrıca, gelişmişlik düzeyi ve yaratıcı sınıf yoğunluğu arasında 0,742'lik doğrusal güçlü bir ilişki söz konusudur. Bu da Tùrkiye'de yaratıcı sınıfın yerleşim yeri seçiminde şehirlerin gelişmişlik düzeylerinin etkisini gözler önüne sermektedir. Bu sonuç ise Florida'nın (2012) yerleşim yerlerinin sahip olduğu konforun/imkanların (amenity) yaratıcı sınıfın yerleşim yeri tercihlerinde etkili olduğu savını doğrular niteliktedir.

Florida (2005), toleransın yaratıcılık endeksinde çok önemli bir yere sahip olduğunu ifade etmektedir. Çünkü yeni fikirlere açık, giriş bariyerleri düşük, hoşgörü seviyelerinin yüksek olduğu yerler, orijinal ve yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasındaki en büyük destektir.

Bu çalışmada tolerans endeksinin hesaplanmasında sadece göç endeksi kullanılmıştır. Çünkü Tùrkiye'de eşcinsel sayılarıyla ilgili herhangi bir veriye ulaşılamamıştır. Göç endeksi, şehirlerin aldığı göçün şehrin nüfusuna oranlanması ile oluşturulmuştur. 2010-2014 yılları arasında en çok göç alan şehirler İstanbul, Ankara ve Antalya iken, aldıkları göç nüfuslarına oranlandığında ilk üçü Tekirdağ, Gümüşhane ve Antalya paylaşmıştır (Ek-13, Ek-14). Göç endeksine ek olarak kullanılabilecek bir endeks olan mozaik endeksinde kullanılan yabancı doğan nüfusa ait veri sadece 2014 yılı için mevcuttur. 2014 yılı için, yani tek bir yıl, tolerans endeksi göç ve yabancı doğan verileri ile hesaplanmıştır ve ilk altı şehrin sıralamasında hiçbir

değişiklik olmamıştır. Sıralamanın geri kalanında ise çok ufak yer değiştirmeler meydana gelmiştir (Ek-15).

Teknoloji, yetenek ve tolerans endeksleriyle hesaplanan Yaratıcılık Endeksinde Ankara ve Kocaeli birinciliği paylaşmaktadır ve onları Eskişehir, İstanbul ve İzmir takip etmektedir. Açıkçası, yaratıcı çalışan yoğunluğu ve yüksek eğitim düzeyine sahip nüfusları ile Ankara, İstanbul ve İzmir'in yaratıcılık endeksinde ilk sıralarda yer alması şaşırtıcı bir sonuç değildir. Sanayi şehri olan Kocaeli ve öğrenci şehri olan Eskişehir de yaratıcı şehir olarak üç büyük şehrin arasında yer almıştır. Kocaeli'yi yaratıcılık endeksinde birinci sıraya yüksek teknoloji, inovasyon, Ar-Ge ve göç arasındaki yüksek ilişki taşıırken; Eskişehir'in ikinci sırada yer almasında, eğitim, göç ve inovasyon arasındaki güçlü ilişki etkili olmuştur. Yaratıcılık endeksinin ilk sıralarında yer alan şehirler, gelişmişlik düzeyinde de ilk sıralarda yer almaktadır. Bu sonuç, literatürde yer alan yaratıcılık ve gelişmişlik arasındaki güçlü ilişkinin Türkiye'nin şehirlerinde de geçerli olduğunu göstermiş, yaratıcılığın ekonomik kalkınmadaki önemini bir kez daha ispatlamıştır.

Gelecek çalışmalarda, bu tezde yaratıcılık endeksinin hesaplanmasında eşit ağırlıklandırılan değişkenlerin, farklı derecede ağırlıklandırılarak yaratıcılık endeksinin oluşturulmasının, bir şehrin yaratıcılığının komşu şehir/şehirler üzerindeki etkisinin ve/veya yaratıcılığın bölgesel değişimlerinin incelenmesinin yaratıcı ekonomi yazınına büyük katkılar sunacağı öngörülmektedir.

“Çok az yer kapsamlı bir şekilde yaratıcıdır ama her şehir olduğundan daha yaratıcı olabilir.”

Charles Landry

KAYNAKÇA

- Acs, Z. J., Megyesi M. I., (2009), “Creativity and industrial cities: A case study of Baltimore”, **Entrepreneurship & Regional Development**, Vol.21, No.4, pp.421–439.
- Ağır, H., (2010), “Türkiye ile Güney Kore’de Bilim ve Teknoloji Politikalarının Karşılaştırılması”, **The Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management**, Vol. V, pp.43-55.
- Agodzo, D., (2015), “Six Approaches to Understanding National Cultures: Hofstede’s Cultural Dimensions”, **ResearchGate**, pp.1-12.
- Aksoy, A. ve Z., Enlil, (2011), “Kültür Ekonomisi Envanteri İstanbul 2010”, **Bilgi Üniversitesi Yayınları**, İstanbul.
- Altıntaş, H., Çetintaş, H., (2010), “Türkiye’de Ekonomik Büyüme, Beşeri Sermaye Ve İhracat Arasındaki İlişkilerin Ekonometrik Analizi: 1970–2007”, **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, S.36, s. 33-56.
- Amabile, T. M., (1988), “A Model of Creativity and Innovation in Organizations”, **Resarch in Organizational Behavior**, Vol.10, pp.123-167.
- Arslan, M., (2001), “A Cross-Cultural Comparison of Achievement and Power Orientation as Leadership Dimensions in Three European Countries: Britain, Ireland And Turkey”, **Business Ethics: A European Review**, Vol.10, No.4, pp.340-345.
- Bal H., Algan, N., Manga, M. Ve E. Kandır, (2014), “Beşeri Sermaye ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: BRICS Ülkeleri ve Türkiye Örneği”, **International Conference on Eurasian Economies**, s.1-9.

- Barro, R., J., (1992), “Human Capital and Economic Growth”, Federal Reserve Bank of Kansas City, **Citeseer**, pp.199-216.
- Barutçugil, İ., (2011), **Kültürler Arası Yönetim**, Kariyer Yayıncılık, İstanbul.
- Bassett, K., Griffiths, R., Smith, I., (2002), “Cultural Industries, Cultural Clusters and the City: The Example of Natural History Film-Making in Bristol”, **Geoforum**, Vol. 33, pp.165-177.
- Bayarçelik, E. B., Taşel, F., (2012), “Research and Development: Source of Economic Growth”, **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 58, pp.744 – 753.
- Bentley, T., (1998), **Yaratıcılık**, Hayat Yayıncılık, İstanbul.
- Berchicci, L., (2009), **Innovating for Sustainability: Green Entrepreneurship in Personal Mobility**, Routledge, New York.
- Bilbao-Osorio, B., Rodriguez-Pose, A., (2004), “From R&D to Innovation and Economic Growth in the EU”, **Growth and Change**, Vol.35, No.4, pp. 434-455.
- Bilton, C., Ruth, L., (2002), “What Can Managers Do For Creativity? Brokering Creativity in The Creative Industries”, **International Journal of Cultural Policy**, Vol.8, No.1, pp.49 – 64.
- Blanco, L., Prieger, J. and J., Gu, (2013), “The Impact of Research and Development on Economic Growth and Productivity in the US States”, Pepperdine University, **School of Public Policy Working Papers**, Paper 48, pp.1-52.
- Boix, R., Capone, F., De Propriis, L., Lazzeretti, L. Ve D., Sanchez, (2014), “Comparing Creative Industries in Europe”, **European Urban and Regional Studies**, pp.1-6.
- Bono, E. D., (2000), **Rekabet Üstü**, Remzi Kitabevi, İstanbul.

- Booyens, I., (2012), “Creative Industries, Inequality and Social Development: Developments, Impacts and Challenges in Cape Town”, **Urban Forum**, 23, pp.43–60.
- Boschma, R. A., Fritsch, M., (2009), “Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries”, **Economic Geography**, 85(49), pp.391-423.
- Bozkurt, C., (2015), “R&D Expenditures and Economic Growth Relationship in Turkey”, **International Journal of Economics and Financial Issues**, Vol. 5, No. 1, 2015, pp.188-198.
- Büber H., (2012), “Girişim Kurma Süreci”, **Girişimcilik ve KOBİ’ler**, (Ed. Z. Erdoğan), Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- Caves, R. E., (2000), **Creative Industries**, Harvard University Press, England.
- Chapain, C., Comunian R., (2010), “Enabling and Inhibiting the Creative Economy: The Role of the Local and Regional Dimensions in England”, **Regional Studies**, Vol.44.6, pp.717–734.
- Christensen, C., (1997), **The Innovator’s Dilemma : When New Technologies Cause Great Firms to Fail**, Harvard Business School Press, Boston, Massachusetts.
- Cooke, P., De Propriis, L., (2011), “A Policy Agenda for EU Smart Growth: The Role of Creative And Cultural Industries”, **Policy Studies**, Vol. 32, No. 4, pp.365-375.
- Cropley, D., Cropley, A., (2010), “Understanding the Innovation-Friendly Institutional Environment: A Psychological Framework”, **Baltic Journal of Psychology**, Vol.11, No.1- 2, pp.73-87.

- Crosby, M., (2000), "Patents, Innovation and Growth", **The Economic Record**, Vol.76, No.234, pp. 255-262.
- Daghfous N., Petrof J. V. and Frank Pons, (1999), "Values and Adoption of Innovations: A Cross-Cultural Study", **Journal of Consumer Marketing**, Vol.16, No.4, pp.314-331.
- Damanpour, F., (1991), "Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators", **Academy of Management Journal**, Vol.34, No.3, 555-590.
- DCMS, Department for Culture, Media & Sport (2015), **Creative Industries Economic Estimates**, Full Statistical Release.
- De Beukelaer, C., (2014), "Creative Industries in Developing Countries: Questioning Country Classifications in The UNCTAD Creative Economy Reports", **Cultural Trends**, Vol. 23, No. 4, pp.232–251.
- De-Miguel-Molina, B., Hervás-Oliver, J.L., Boix, R. and M. De-Miguel-Molina, (2012), "The Importance of Creative Industry Agglomerations in Explaining the Wealth of European Regions", **European Planning Studies**, Vol.20, No.8, pp. 1263-1280.
- Demir, E. M., (2014), "Yaratıcı Endüstriler", **İLEF Dergisi**, 1(2), s. 87-107.
- Demircan Çakar, N. and A., Ertürk, (2010), "Comparing Innovation Capability of Small and Medium-Sized Enterprises: Examining the Effects of Organizational Culture and Empowerment", **Journal of Small Business Management**, Vol.48, Iss:3, pp.325-359.
- Donald, B., Gertler M. S. and P. Tyler, (2013), "Creatives After the Crash", **Cambridge Journal of Regions, Economy and Society**, 6, pp.3–21.

- Donegan, M., Drucker, J., Goldstein, H., Lowe, N and E. Malizia, (2008), “Which Indicators Explain Metropolitan Economic Performance Best? Traditional or Creative Class”, **Journal of the American Planning Association**, Vol. 74, No. 2, pp.180-195.
- Duran, C., Saraçoğlu, M., (2009), “Yeniliğin Yaratıcılıkla Olan İlişkisi ve Yeniliği Geliştirme Süreci”, **Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, C.16, S.1, s.57-71.
- Efrat, K., (2014), “The Direct and Indirect Impact of Culture on Innovation”, **Technovation**, Vol.34, Iss:1, pp.12–20.
- Egedy, T., Kovács, Z., (2010), “Budapest: A great place for creative industrydevelopment?”, **Urbani izziv**, Vol.21, No. 2, pp.127-138.
- Eren, E., Gündüz, H., (2002), “İş Çevresinin Yaratıcılık Üzerindeki Etkileri ve Bir Araştırma”, **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, C.3, No.1, s.65-84.
- Eriç, M., (1998), **Kültür ve Yaratıcılık**, Kazancı Kitap, İstanbul.
- Everdingen, Y. M. and Waarts, E., (2003), “The Effect of National Culture on the Adoption of Innovations”, **Marketing Letters**, Vol.14, Iss:3, pp.217-232.
- European Commission, (2006), “The Economy of Culture in Europe”, Eorupan Affairs.
- Flew, T., (2002), “Beyond ad hocery: Defining Creative Industries”, **The Second International Conference on Cultural Policy Research**, New Zealand.
- Florida, R., (2005), **Cities and the Creative Class**, Routledge, New York.
- Florida, R., (2012), **The Rise of the Creative Class**, Basic Books, New York.
- Florida, R., Mellander, C. and K., King, **The Global Creativity Index 2015**, Martin Prosperity Institute, Rotman School of Management, Toronto University, Canada.

- Florida, R., Mellander, C.P.A. and K. M., Stolarick, (2010), "Talent, Technology and Tolerance in Canadian Regional Development", **The Canadian Geographer**, Vol.54, No. 3, pp.277–304.
- Gabe, T., Florida, R. and C. Mellander, (2013), "The Creative Class and The Crisis", **Cambridge Journal of Regions, Economy and Society**, 6, pp.37-53.
- Galloway, S., Dunlop, S., (2007), "A Critique of Definitions of The Cultural And Creative Industries in Public Policy", **International Journal of Cultural Policy**, Vol.13, No.1, pp.17-31.
- Galloway, S., Dunlop, S. (2006) "Deconstructing the Concept of Creative Industries". **Cultural Industries: The British Experience in International Perspective**, 33-52.
- Gilbert, B. A., (2012), "Creative Destruction: Identifying Its Geographic Origins", **Research Policy**, Vol.41, pp.734–742.
- Glaeser, E. L. (1994) "Cities, Information, and Economic Growth", **Cityscape**, Vol.1, No.1, pp. 9-47.
- Glaeser, E. L. (1998) "Are Cities Dying?", **Journal of Economic Perspectives**, Vol.12, No.2, , pp.139-160.
- Glaeser, E. L. (2004) "Review of Richard Florida's The Rise of the Creative Class", **Regional Science and Urban Economics**, 35, pp.593–596.
- Glaeser, E., (2011), "Which Places Are Growing? Seven Notable Trends from Newly Released Census Data", **Policy Briefs**, pp.1-12.
- Gould, D. M., Gruben, W. C., (1996), "The Role of Intellectual Property Rights in Economic Growth", **Journal of Development Economics**, Vol. 48, pp.323-350.
- Govindarajan, V., Trimble, C., (2012), "Reverse innovation: A Global Growth Strategy That Could Pre-empt Disruption at Home", **Strategy & Leadership**, Vol.40, Iss.5, pp.5 – 11.

- Göçer, İ., (2013), “Ar-Ge Harcamalarının Yüksek Teknolojili Ürün İhracatı, Dış Ticaret Dengesi ve Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri”, *Maliye Dergisi*, S.165, s. 215-240.
- Göksel, A. ve diğ., Editör: B. Bumin, (2003), **Çağdaş İşletme Teknikleri**, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Grodach, C., (2013), “Cultural Economy Planning in Creative Cities: Discourse and Practice”, **International Journal of Urban and Regional Research**, Volume 37.5, pp.1747–1765.
- Gryskiewicz, S., (2000), **Pozitif Dalga**, Rota Yayınları, İstanbul.
- Gül, E., Çevik, B., (2015), “2013 Verileriyle Türkiye’de Şehirlerin Gelişmişlik Düzeyi Araştırması”, İktisadi Araştırmalar Bölümü, Türkiye İş Bankası A.Ş.
- Gülmez, A., Yardımcıoğlu, F., (2012), “OECD Ülkelerinde Ar-Ge Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Panel Eşbütünleşme ve Panel Nedensellik Analizi (1990-2010)”, **Maliye Dergisi**, S.163, s.335-353.
- Gültekin, F. ve N. Voltan-Acar, (2004), “Transaksiyonel Analizin Türk kültürüne Uygulanabilirliği: Kültür Açısından Eleştirel Bakış”, **Eğitim ve Bilim**, 29(133), ss.28-38.
- Gümüüşsuyu, Ç., (2005), **Yaratıcı Örgüt Kültürü**, TODAİE Yayıncılık, Ankara.
- Gürak, H., (2006), **Ekonomik Büyüme ve Küresel Ekonomi**, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Güran, M. C. ve İ. E. Seçilmiş, (2013), “Ankara Kültür Ekonomisi Sektörel Büyüklüklerin Değerlendirilmesi”, T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.
- Hansen, H. K., (2007), Technology, Talent and Tolerance – The Geography of the Creative Class in Sweden, Department of Social and Economic Geography, Lund University, Report 169.

- Hansen, H. K., Asheim, B., and Vang, J., (Edit.) L., Kong, J., O'Connor, (2009), "The European Creative Class and Regional Development: How Relevant Is Florida's Theory for Europe?", **Creative Economies, Creative Cities: Asian-European Perspectives**, Springer, GeoJournal Library Series, Vol. 98.
- Hanushek, E. A., (2013), "Economic Growth in Developing Countries: The Role of Human Capital", **Economics of Education Review**, 37, pp.204–212.
- Haşit, G., (2003), "İşletme Başarısında Yönetmel Yaraticılığın Rolü", **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Yıl:5, S.8.
- Healy, K., (2002), "What's New for Culture in the New Economy?", **The Journal of Arts Management, Law, and Society**, Vol. 32, No. 2, pp.86-103.
- Herbig, P. and S., Dunphy, (1998), " Culture and Innovation", **Cross Cultural Management: An International Journal**, Vol.5, Iss:4, pp.13 – 21.
- Hernandez-Mogollon, R., Cepeda-Carrio'n, G., Cegarra-Navarro, J. G. and A. Leal-Milla'n, (2010), "The role of cultural barriers in the relationship between open-mindedness and organizational innovation", **Journal of Organizational Change Management**, Vol.23 Iss:4, pp.360 – 376.
- HKU, (2010), "The Entrepreneurial Dimension of the Cultural and Creative Industries", Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, Hollanda.
- Hofstede, G., (2011), "Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context", **Online Readings in Psychology and Culture**, 2(1), pp.1-26.
- Hofstede, G., "Cultural Dimensions-National Culture", www.geert-hofstede.com (Erişim Tarihi: 28.07.2016)
- Hospers, G.-J., (2003), "Creative Cities: Breeding Places in the Knowledge Economy", **Knowledge, Technology, & Policy**, Vol.16, No.3, pp. 143-162.

- Howkins, J., (2013), **The Creative Economy: How People Make Money From Ideas**, Penguin Books, London.
- Indergaard, M., (2013), “Beyond the Bubbles: Creative New York in Boom, Bust and the Long Run”, **Cities**, 33, pp.43–50.
- Ivanovici, M., Mândruleanu A., (2009), “Creative Economy’s Gauges. Romania’s Case”, **Management & Marketing**, Vol. 4, No. 2, pp.125-150.
- Ivanovici, M., Mândruleanu, A., (2008), Creativity and Innovation in the Knowledge-Based Society, **Annals of the University of Craiova, Economic Sciences Series**, Vol. 4 Iss. 36, pp.2048-2056.
- İraz, R., (2005), **Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ’ler**, Çizgi Kitabevi Yayınları, Konya.
- İzmir Kalkınma Ajansı, (2013), “İzmir 2012 Kültür Ekonomisi, Kültür Altyapısı Envanteri Ve İzmir Kültür Ekonomisi Gelişme Stratejisi”, İzmir.
- Jaskyte, K. and W. W. Dressler, (2005), “Organizational Culture and Innovation in Nonprofit Human Service Organizations”, **Administration in Social Work**, Vol.29, Iss:2, pp.23-41.
- Jucevicius, G., (2010), “Culture vs Cultures of Innovation: Conceptual Framework and Parameters for Assetment”, **7th International Conference on Intellectual Capital, Knowledge Management and Organisational Learning**, China, pp.236-244.
- Kaasa, A., Vadi, M., (2010), “How does culture contribute to innovation? Evidence from European countries”, **Economics of Innovation and New Technology**, Vol.19, Iss:7, pp. 583-604.

- Kačerauskas, T., (2012), “Creative Economy and Technologies: Social, Legal and Communicative Issues”, **Journal of Business Economics and Management**, Vol.13, No.1, pp.71–80.
- Kačerauskas, T., (2015), “Technologies in Creative Economy and Creative Society”, **Technological and Economic Development of Economy**, 21:6, pp.855-868.
- Kenny, B. and E., Reedy, (2006), “The Impact of Organisational Culture Factors on Innovation Levels in SMEs: An Empirical Investigation”, **Irish Journal of Management**, Vol.27 Iss:2, pp.119-142.
- Kevük, S., (2006), “Bilgi Ekonomisi”, **Journal of Yaşar University**, Vol.1, Iss:4, pp.319-350.
- Khan, J., (2015), “The Role of Research and Development in Economic Growth: A Review”, **Journal of Economics Bibliography**, Vol.2, Iss.3, pp. 128-133.
- Kharkhurin, A.V., Motalleebi, S. N. S., (2008), The Impact of Culture on the Creative Potential of American, Russian, and Iranian College Students, **Creativity Research Journal**, Vol.20, No.4, pp.404–411.
- Kim, K. H., (2010), “Measurements, Causes and Effects of Creativity”, **Psychology of Aesthetics, Creativity and the Arts**, Vol.4, No.3, pp. 131-135.
- Kloudova, J., Stehlikova, B., (2010), “Creativity Index For The Czech Republic in Terms of Regional Similarities and Geographic Location”, **Economics and Management**, Vol.15, pp. 100-109.
- Knudsen, B., Florida, R., Stolarick, K., Gates, G., (2008), “Density and Creativity in U.S. Regions”, **Annals of the Association of American Geographers**, Vol.98, No.2, pp. 461–478.
- Koç, A., (2013), “Beşeri Sermaye ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Yatay Kesit Analizi ile AB Ülkeleri Üzerine Bir Değerlendirme”, **Maliye Dergisi**, S. 165, s.241-258.

- Koçel, T., (1999), **İşletme Yöneticiliği**, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Kolenda, R., Liu, C. Y., (2012), “Are Central Cities More Creative? The Intrametropolitan Geography of Creative Industries”, **Journal of Urban Affairs**, Vol. 34, No. 5, pp. 487–511.
- Kong, L., (2012), “Ambitions of a Global City: Arts, Culture and Creative Economy in ‘Post-Crisis’ Singapore”, **International Journal of Cultural Policy**, Vol.18, No.3, pp.279–294.
- Krätke, S., (2010), “Creative Cities and the Rise of the Dealer Class: A Critique of Richard Florida’s Approach to Urban Theory”, **International Journal of Urban and Regional Research**, Vol.34(4), pp.835-853.
- Küçük, O., (2011), **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**, Seçkin Yayıncılık, Ankara.,
- Lan, L., Kaufman, J. C., (2013), “American and Chinese Similarities and Differences in Defining and Valuing Creative Products”, **The Journal of Creative Behavior**, Vol.46, No.4, p.285–306.
- Landry C., (2007), Creativity and The City, **The Urban Reinventors Paper Series**, Iss.1.
- Landry, Charles, (2007), **The Creative City**, Earthscan, London.
- Landry, C. Bianchini, F., (1998), “The Creative City”, **Demos**, UK.
- Langinier, C., Moschini, G. C., (2002), “The Economics of Patents: An Overview”, **Working Paper 02-WP 293**, Center for Agricultural and Rural Development Iowa State University, pp.1-26.
- Lazzeretti L., R. Boix ve F., Capone, (2008). “Do Creative Industries Cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain”. **Industry and Innovation**, Vol. 15, No.5, pp.549-567.

- Lazzeretti, L., Capone, F. ve İ. E., Seçilmiş, (2014), “Türkiye’de Yaratıcı ve Kültürel Sektörlerin Yapısı”, **Maliye Dergisi**, No.166, s.195-220.
- Lee, S. Y., Florida, R. and Z. J., Acs, (2004), “Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New Firm Formation”, **Regional Studies**, Vol. 38.8, pp. 879–891.
- Levickaitė, R., (2011), “Four Approaches to The Creative Economy: General Overview”, **Business, Management and Education**, Vol.9, No.1, pp.81-92.
- Lin, L.H., (2009), “Effects of National Culture on Process Management and Technological Innovation”, **Total Quality Management**, Vol.20, No.12, pp.1287-1301.
- Luecke, R., (2008), **İş Dünyasında Yenilik ve Yaratıcılık**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- Manolache, V., Basu, M., (2010), “Creativity is the Future”, **Metalurgia International**, Vol. XV, No.4, pp.35-39.
- Marcoulides, G. A., Yavas, B. F., Bilgin, Z. ve C. B. Gibson, (1998), “Reconciling Culturalist and Rationalist Approaches: Leadership in the United States and Turkey”, **Thunderbird International Business Review**, Vol. 40(6), p.563-583.
- Markusen, A. (2006) Urban Development and the Politics of a Creative Class: Evidence From a Study of Artists, **Environment and Planning A**, 38: 1921.
- Martins, E.C. and F., Terblanche, (2003), “Building Organizational Culture that Stimulates Creativity and Innovation”, **European Journal of Innovation Management**, Vol.6, Iss:1, pp.64 – 74.
- McCann, S. J. H., (2011), “Florida Creativity Index Scores, Conservatism, and Openness in 268 U.S. Regions”, **Psychological Reports**, 108, 1, 104-108.

- McLean, L. D., (2005), “Organizational Culture’s Influence on Creativity and Innovation: A Review of the Literature and Implications for Human Resource Development”, **Developing Human Resources**, Vol.7, No.2, pp. 226-246.
- Milicevic, V., Bojan I. and A. Sofronijevic, (2013), “Business Aspects of Creative Industries from a Global Perspective”, **Management Journal for Theory and Practice Management**, 66, pp.5-14.
- Mincer, J., (1981), “Human Capital and Economic Growth”, **NBER Working Paper Series**, Working Paper No, 803, pp.1-30
- Mincer, J., (1995), Economic Development, Growth of Human Capital, and the Dynamics of the Wage Structure”, **1994-95 Discussion Paper Series**, No, 744, pp.1-38.
- Miranda, P. C., José Alberto S Aranha and Julia Zardo, (2009), “Creativity: People, Environment and Culture, The Key Elements in Its Understanding and Interpretation”, **Science And Public Policy**, Vol.36, No.7, pp.523-535.
- Morris, M. H., Avila, R. A. and J. Allen, (1993), “Individualism and the Modern Corporation: Implications for Innovation and Entrepreneurship”, **Journal of Management**, Vol.19, No.3, pp.595-612.
- Mulgan, G., (2006), “The Process of Social Innovation”, **Innovations**, Vol.1, No.2, pp.145-162.
- Murphy, A. B., (2012), “China’s Cultural and Creative Economy: An Introduction”, **Eurasian Geography and Economics**, Vol.53, No.2, pp. 179–181.
- Nacinovic, I., Galetic, L. and N., Cavlek, (2009), “Corporate Culture and Innovation: Implications for Reward Systems”, **World Academy of Science, Engineering and Technology**, Vol:3, pp.344-349.

- Narayan, K., P., Smyth, R., (2004), “Temporal Causality and the Dynamics of Exports, Human Capital and Real Income in China”, **International Journal of Applied Economics**, 1(1),pp. 24–45.
- Nathan, M., Pratt, A. and A., Rincon–Aznar, (2015),), “**Creative Economy Employment in the EU and the UK A Comparative Analysis**”, Nesta.
- Nathan, M., Kemeny, T., Pratt, A. and G. Spencer, (2016), “**Creative Economy Employment in the US, Canada and the UK a Comparative Analysis**”, Nesta.
- OSLO Kılavuzu, (2005), Yenilik Verilerinin Toplanması İçin İlkeler, OECD ve Eurostat Ortak Yayımı, 3. Baskı, TÜBİTAK.
- OECD statistics, <https://data.oecd.org/eduatt/adult-education-level.htm> (Erişim Tarihi: 25.09.2016)
- OECD, (1996), The Knowledge-Based Economy, General Distribution, Paris.
- OECD, (2011), ISIV Rev.3 Technology Intensity Definition, Directorate for Science, Technology and Industry Economic Analysis and Statistics Division, www.oecd.org/sti/ind/48350231.pdf (Erişim Tarihi: 05.04.2015)
- Öncü, T., (1992), “Yaratıcılığın Betimlenmesi ve Yaratıcılık Üzerine Çevresel Etkiler”, **A.Ü. Dil Tarih Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü Dergisi**, C.14, s.255-264.
- Özcan, B., Arı, A., (2014), “Araştırma-Geliştirme Harcamaları ve Ekonomik Büyüme ilişkisi: Panel Veri Analizi”, **Maliye Dergisi**, S.166, s.39-56.
- Özen Kutanis, R., Alpaslan S., (2007), “Sanayi Toplumundan Bilgi Toplumuna İşletmecilikteki Dönüşüm”, **Türkiye’de İşletmecilikte Yeni Perspektifler**, Ed. M., Kurt, S., Bayraktaroğlu, Gazi Kitabevi, Ankara.

- Peck, J., (2005), “Struggling with the Creative Class”, **International Journal of Urban and Regional Research**, 29: 740–770.
- Pinchot, G., (1985), **Intrapreneuring**, Harper and Row, New York.
- Powell, W. W. and K. Snellman, (2004), “The Knowledge Economy”, **Annu. Rev. Sociol.**, Vol.30, pp.199–220.
- Power, D., Nielsén, T., (2010), **Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries**, European Commission, Enterprise and Industry, deliverable D9-1.
- Pratt, A. C., (2008), “Creative Cities: The Cultural Industries And The Creative Class”, **Geografiska Annaler: Series B, Human Geography** 90 (2), pp.107–117.
- Pratt, A. C., (2009), “Cultural economy”, **International Encyclopedia of Human Geography**, Vol. 2, R. Kitchen and N. Thrift, Oxford, Elsevier: pp.407-420.
- Pratt, A. C., (2010), “Creative Cities: Tensions Within and Between Social, Cultural and Economic Development A critical Reading of the UK Experience”, **City, Culture and Society**, 1, pp.13–20.
- Quigley, J. M., (1998), “Urban Diversity and Economic Growth”, **Journal of Economic Perspectives**, Vol.12, No.2, pp. 127–138.
- Rauch, A., Frese, M., Wang, Z. M., Unger, J., Lozada, M., Kupcha, V. and T., Spirina, (2013), “National Culture and Cultural Orientations of Owners Affecting The Innovation–Growth Relationship in Five Countries”, **Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal**, Vol.25, Iss:9-10, 732-755.
- Rinne, T., Steel, G. D., and J., Fairweather, (2013), “The Role of Hofstede’s Individualism in National-Level Creativity”, **Creativity Research Journal**, Vol.25, Iss:1, pp.129-136.
- Robinson, K., (2003), **Yaratıcılık Aklın Sınırlarını Aşmak**, Kitap Yayınevi, İstanbul.

- Rudowicz, E., (2003), “Creativity and Culture: A Two Way Interaction”, **Scandinavian Journal of Educational Research**, Vol.47, No.3, pp.273-290.
- Sanderson S. R., (2013), “Does Immigration Promote Long-Term Economic Development? A Global and Regional Cross-National Analysis, 1965-2005”, **Journal of Ethnic and Migration Studies**, Vol. 39, pp. 1-30.
- Sargut, S., (2010), **Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim**, İmge Kitabevi, Ankara.
- Scott, A. J., (2010), ‘Cultural Economy and the Creative Field of the City’, **Geografiska Annaler: Series B, Human Geography**, 92 (2), pp.115–130.
- Seçilmiş, İ., E., (2015), “Türkiye’de Yaratıcı Endüstrilerin Kümelenmesi”, **Ege Akademik Bakış**, C.15, S.1, ss.9-18.
- Serel, H., Masatçı, K., (2005), “Türkiye’de Beşeri Sermaye Ve İktisadi Büyüme İlişkisi: Ko-Entegrasyon Analizi”, **İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, C.19, S.2, s.49-58.
- SGK, Sosyal Güvenlik Kurumu Yıllıkları,
http://www.sgk.gov.tr/wps/portal/sgk/tr/kurumsal/istatistik/sgk_istatistik_yilliklari (Erişim Tarihi: 07.06.2016)
- Simonen, J., Svento, R., Juutinen, A., (2015), “Specialization and diversity as drivers of economic growth:Evidence from High-Tech industries”, **Papers in Regional Science**, Vol.94, No.2, pp.229-247.
- Singh, S., (2006), “Cultural Differences in, and Influences on, Consumers' Propensity to Adopt Innovations”, **International Marketing Review**, Vol.23, Iss:2, pp.173–191.
- Sinha, R., (2013), “Reverse Innovation: A Gift from Developing Economy to Developed Economy”, **Business Perspectives & Research**, Vol.2, No.1, pp.69-78.

- Spencer, G. M., (2012), “Creative Economies of Scale: An Agent-Based Model of Creativity And Agglomeration”, **Journal of Economic Geography**, Vol.12, pp.247–271.
- Stam, E., (2008), “Entrepreneurship and Innovation Policy”, **Jena Economic Research Papers # 2008 – 006**, Max Planck Institute of Economics: Jena.
- Stam, E., De Jong, J.P.J. and Marlet, G., (2008), “Creative Industries in the Netherlands: Structure, Development, Innovativeness and Effects on Urban Growth’, *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90 (2), pp.119–132.
- Suciu, M. C., (2009), “Creative Economy and Creative Cities”, **Romanian Journal of Regional Science**, Vol.3, No.1, pp.82-91.
- Suciu, M. C., Magdalena, I. P., Ivanovici, M., (2009), “Creative Economy. Determinants and Stakes of Creativity and Innovation Management. Regional Ingressions”, **The Journal of the Faculty of Economics – Economic**, Vol.2, No.1, pp.208-212.
- Ström, P., Nelson, R., (2010), “Dynamic regional competitiveness in the creative economy: Can peripheral communities have a place?”, **The Service Industries Journal**, Vol.30, No.4, pp.497–511.
- Şahin, A., (2005), “Kültürel Niteliklerimizin Türk Yönetmelik Değerlerine Etkisi ve Japon Z Teorisiyle Karşılaştırılması”, *Gazi İİBF Dergisi*, C.7, S.1, s. 177-198.
- Şimşek, M., Kadılar, C., (2010), ”Türkiye’de Beşeri Sermaye, İhracat ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Nedensellik Analizi”, **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, C.11, S.1, s.115-140.

- Taylor, M. Z. and S., Wilson, (2010), “Does culture still matter?: The effects of individualism on national innovation rates”, **Journal of Business Venturing**, Vol.27, Iss:2, pp. 234–247.
- Tekin, M., (2009), **Girişimcilik**, Günay Ofset Matbaacılık Ltd. şti., Konya.
- Tepper, S. J., (2002), “Creative Assets and the Changing Economy”, **The Journal of Arts Management, Law, and Society**, Vol. 32, No. 2, pp.159-168.
- The World Bank, (2004), “Turkey: Knowledge Economy Assessment Study Private and Financial Sector Unit Europe and Central Asia Region”, Washington.
http://akgul.bilkent.edu.tr/BT-BE/WB_KEASTurkey (Erişim Tarihi:06.06.2014)
- Thompson, M. A., Rushing, F. W., (1999), “An Empirical Analysis of the Impact of Patent Protection on Economic Growth: An Extension”, **Journal of Economic Development**, Vol.24, No.1, pp. 67-76.
- Tiryaki, A., (2012), “İktisat Teorisinde Girişimcilik”, **Girişimcilik ve KOBİ’ler**, (Ed. Z. Erdoğan), Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- Toktamış, M., (2004), **Kot Pantolonlu Yönetici**, MediaCat Kitapları, İstanbul.
- Tolba, A. H. and M., Mourad, (2011), “Individual and cultural factors affecting diffusion of innovation”, **Journal of International Business & Cultural Studies**, Vol.5, pp.1-16.
- Top, S., (2008), **İşletmelerde Yenilik ve Yaratıcılık Yönetimi**, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.
- Towse, R., (2002), “Copyright and Cultural Policy for the Creative Industries”, **Economics, Law and Intellectual Property**, ed. O., Granstrand, Kluwer Academic Publishers.

TPE, Türk Patent Enstitüsü,

<http://www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/statistics> (Erişim tarihi: 04.04.2016)

Turró, A., Urbano, D., and M., Peris-Ortiz, (2014), “Culture and Innovation: The Moderating Effect of Cultural Values on Corporate Entrepreneurship”, **Technological Forecasting and Social Change**, Vol.88, pp.360–369.

TÜBİTAK, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu, <http://www.tubitak.gov.tr/tr/destekler/akademik/ulusal-destek-programlari/icerik-akademik-destek-istatistikleri> (Erişim Tarihi: 04.04.2016)

TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu, <http://biruni.tuik.gov.tr/medas> (Erişim Tarihi: 05.04.2016)

Türedi, S., (2016), "The Relationship between R&D Expenditures, Patent Applications and Growth: A Dynamic Panel Causality Analysis for OECD Countries", **Anadolu Üniversitesi SBE Dergisi**, Vol.16, pp.39-48.

UNCTAD, (2010), “Creative Economy: A Feasible Development Option”. http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf (Erişim Tarihi: 20.08.2013)

Valencia, J. C. N., Valle R. S., and D. J., Jime'nez, (2010), “Organizational culture as determinant of product innovation”, **European Journal of Innovation Management**, Vol. 13, Iss:4, pp.466 – 480.

Vanolo, A., (2013), “Alternative Capitalism and Creative Economy: The Case of Christiania”, **International Journal of Urban and Regional Research**, Vol.37, pp.1785–98.

Wang, S., Guidice, R. M., Tansky, J. W. and Z. M., Wang, (2010), “When R&D Spending is not Enough: The Critical Role of Culture When You Really Want To Innovate”, **Human Resource Management**, Vol.49, Iss:4, pp.767–792.

- Wei L. Q., Liu, J. and N. C., Herndon, (2011), “SHRM and product innovation: testing the moderating effects of organizational culture and structure in Chinese firms”, **The International Journal of Human Resource Management**, Vol.22, Iss:1, pp.19-33.
- Weihong, X., Caitao, S.ve Y., Dan, (2008), “A Study on The Relationships Between Organizational Culture, Organizational Learning, Technological İnnovation and Sustainable Competitive Advantage”, **International Conference on Computer Science and Software Engineering**, Vol.5, pp.9-13.
- Westwood, R. and D. R. Low, (2003), “The Multicultural Muse: Culture, Creativity No.2, pp.235-259.
- WIPO, World Intellectual Property Organization, (2015), IP Facts and Figures, Economics & Statistics Series.
- Williams, L. K. and S. J., McGuire, (2010), “Economic Creativity and Innovation Implementation: The Entrepreneurial Drivers of Growth? Evidence from 63 Countries”, **Small Business Economics**, 34, pp.391-412.
- World Bank, High-Technology Exports (US\$),
<http://data.worldbank.org/indicator/TX.VAL.TECH.CD>, (Erişim Tarihi: 25.09.2016)
- World Bank, Research and Development Expenditure (% of GDP)
<http://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS> (Erişim Tarihi: 25.09.2016)
- Yıldırım, E., (2007), “Bilgi Çağında Yaratıcılığın ve Yaratıcılığı Yönetmenin Önemi”, **Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi**, S.12.
- Yıldırım, R., (1998), **Yaratıcılık ve Yenilik**, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Yusuf, S., (2007), “From Creativity to Innovation”, **World Bank Policy Research Working Paper**, 4262, pp.1-20.

Yusuf, S., Nabeshima, K., (2005), “Creative Industries in East Asia”, **Cities**, Vol.22, No.2, pp.109-122.

Zu, A. G. Z., Png, I. P. L., (2013), “Patent Rights and Economic Growth: Evidence From Cross-Country Panels of Manufacturing Industries”, **Oxford Economic Papers**, 65 (3), pp.675-698.





EKLER

EK-1. Şehirlerin Yüksek Teknolojili Endüstrilerde Faaliyet Gösteren İşletme Sayıları (2014)

Şehirler	YT İşletme Sayısı	Şehirler	YT İşletme Sayısı	Şehirler	YT İşletme Sayısı
İstanbul	8509	Afyonkarahisar	98	Kırklareli	30
Ankara	2363	Sivas	96	Sinop	30
İzmir	2289	Kahramanmaraş	94	Karabük	29
Bursa	1752	Isparta	91	Kastamonu	27
Konya	1572	Kütahya	91	Kırşehir	26
Kocaeli	1058	Şanlıurfa	91	Bilecik	25
Adana	569	Malatya	88	Çankırı	25
Antalya	521	Burdur	74	Bartın	23
Gaziantep	520	Çanakkale	71	Mardin	21
Sakarya	513	Uşak	69	Batman	20
Tekirdağ	411	Aksaray	64	Erzincan	19
Manisa	365	Nevşehir	57	Rize	19
Kayseri	361	Bolu	56	Muş	12
Mersin	299	Karaman	56	Kars	11
Balıkesir	296	Osmaniye	53	Artvin	8
Aydın	253	Elazığ	51	Kilis	8
Muğla	233	Edirne	48	Bingöl	6
Eskişehir	232	Ordu	44	Bitlis	6
Samsun	226	Kırıkkale	44	Iğdır	6
Denizli	201	Amasya	43	Hakkari	5
Hatay	195	Giresun	43	Şırnak	5
Çorum	147	Erzurum	41	Ağrı	3
Yalova	119	Tokat	37	Tunceli	3
Düzce	115	Yozgat	37	Gümüşhane	2
Zonguldak	106	Van	33	Ardahan	2
Diyarbakır	101	Niğde	32	Siirt	1
Trabzon	99	Adıyaman	31	Bayburt	0

Kaynak: SGK, Sosyal Güvenlik Kurumu Yıllıkları'ndan yararlanılarak oluşturulmuştur.

EK-2. Şehirlerin Yüksek Teknolojili Endüstrilerdeki Çalışan Sayıları (2014)

İl	YT Çalışan Sayısı	İl	YT Çalışan Sayısı	İl	YT Çalışan Sayısı
İstanbul	136219	Çankırı	1930	Giresun	287
Bursa	77871	Osmaniye	1476	Kırşehir	282
Kocaeli	67233	Çorum	1467	Niğde	278
İzmir	46931	Zonguldak	1273	Van	253
Ankara	44422	Afyonkarahisar	1188	Adıyaman	234
Manisa	27648	Bilecik	1169	Ordu	196
Tekirdağ	24794	Amasya	1161	Batman	193
Sakarya	19136	Malatya	1157	Karabük	118
Konya	17831	Diyarbakır	1074	Mardin	117
Eskişehir	15500	Kırklareli	997	Erzincan	105
Yalova	9854	Muğla	976	Rize	103
Adana	8995	Trabzon	954	Bartın	97
Kayseri	7373	Kahramanmaraş	890	Kars	75
Balıkesir	6222	Uşak	625	Kilis	67
Aydın	6018	Nevşehir	588	Muş	54
Antalya	5638	Isparta	576	Şırnak	48
Gaziantep	5081	Burdur	559	Iğdır	23
Kütahya	3960	Karaman	552	Hakkari	21
Mersin	3814	Elazığ	456	Tunceli	20
Hatay	3552	Tokat	451	Artvin	19
Bolu	2931	Çanakkale	440	Bitlis	15
Düzce	2903	Kırıkkale	439	Bingöl	11
Aksaray	2891	Edirne	390	Ağrı	7
Samsun	2787	Kastamonu	360	Gümüşhane	6
Sivas	2511	Yozgat	350	Siirt	2
Şanlıurfa	2117	Sinop	337	Ardahan	2
Denizli	2106	Erzurum	328	Bayburt	0

Kaynak: SGK, Sosyal Güvenlik Kurumu Yıllıkları'ndan yararlanılarak oluşturulmuştur.

EK-3. Şehirlerin Yüksek Teknoloji Endeksi Değerleri (2010-2014)

(YT Çalışanları / Tüm Çalışanlar) Oranı						
Şehirler	2010	2011	2012	2013	2014	5 Yıl Ort.
Yalova	0,138	0,174	0,164	0,186	0,203	0,173
Kocaeli	0,139	0,138	0,132	0,146	0,149	0,141
Manisa	0,132	0,134	0,135	0,131	0,128	0,132
Bursa	0,134	0,132	0,134	0,128	0,124	0,131
Sakarya	0,128	0,128	0,121	0,125	0,119	0,124
Eskişehir	0,106	0,098	0,094	0,095	0,093	0,097
Tekirdağ	0,083	0,085	0,087	0,091	0,104	0,09
Çankırı	0,097	0,091	0,085	0,087	0,082	0,088
Aksaray	0,089	0,089	0,072	0,081	0,07	0,08
Konya	0,065	0,063	0,061	0,065	0,064	0,064
İzmir	0,057	0,055	0,059	0,06	0,057	0,058
Bolu	0,055	0,053	0,052	0,055	0,052	0,053
Düzce	0,042	0,044	0,045	0,048	0,042	0,044
Aydın	0,04	0,039	0,039	0,043	0,044	0,041
Kayseri	0,041	0,049	0,038	0,042	0,034	0,041
Ankara	0,041	0,04	0,039	0,042	0,039	0,04
İstanbul	0,042	0,042	0,041	0,04	0,034	0,04
Kütahya	0,033	0,034	0,041	0,043	0,05	0,04
Sivas	0,045	0,044	0,038	0,037	0,037	0,04
Balıkesir	0,035	0,036	0,035	0,039	0,04	0,037
Adana	0,037	0,034	0,033	0,034	0,031	0,034
Amasya	0,035	0,034	0,027	0,031	0,03	0,031
Osmaniye	0,032	0,03	0,028	0,027	0,03	0,029
Çorum	0,026	0,028	0,027	0,028	0,027	0,027
Bilecik	0,026	0,026	0,024	0,025	0,028	0,026
Hatay	0,026	0,026	0,023	0,023	0,024	0,024
Şanlıurfa	0,029	0,027	0,023	0,022	0,018	0,024
Sinop	0,031	0,03	0,027	0,007	0,015	0,022
Mersin	0,024	0,025	0,021	0,02	0,017	0,021
Kırklareli	0,022	0,022	0,022	0,024	0,016	0,021
Zonguldak	0,027	0,024	0,019	0,02	0,015	0,021
Gaziantep	0,02	0,02	0,019	0,019	0,019	0,019
Nevşehir	0,02	0,02	0,021	0,018	0,016	0,019
Kırıkkale	0,019	0,019	0,018	0,015	0,013	0,017
Burdur	0,017	0,018	0,016	0,016	0,016	0,016
Samsun	0,015	0,013	0,015	0,018	0,018	0,016
Afyonkarahisar	0,014	0,016	0,014	0,015	0,014	0,015
Karabük	0,014	0,017	0,023	0,015	0,003	0,015
Isparta	0,016	0,017	0,013	0,013	0,011	0,014
Kırşehir	0,012	0,016	0,015	0,014	0,012	0,014
Malatya	0,013	0,015	0,015	0,015	0,013	0,014
Karaman	0,011	0,018	0,012	0,015	0,014	0,014
Antalya	0,013	0,013	0,013	0,014	0,012	0,013
Uşak	0,012	0,014	0,012	0,013	0,011	0,013
Niğde	0,012	0,016	0,015	0,01	0,008	0,012
Elazığ	0,013	0,012	0,01	0,012	0,008	0,011

Yozgat	0,011	0,011	0,011	0,011	0,01	0,011
Denizli	0,01	0,01	0,011	0,01	0,011	0,01
Diyarbakır	0,011	0,013	0,01	0,009	0,009	0,01
Kastamonu	0,009	0,012	0,011	0,01	0,008	0,01
Tokat	0,012	0,012	0,009	0,009	0,009	0,01
Trabzon	0,01	0,011	0,009	0,011	0,008	0,01
Kahramanmaraş	0,011	0,009	0,01	0,009	0,007	0,009
Muğla	0,011	0,008	0,008	0,007	0,006	0,008
Çanakkale	0,008	0,007	0,007	0,007	0,006	0,007
Edirne	0,006	0,008	0,007	0,008	0,007	0,007
Giresun	0,008	0,008	0,007	0,008	0,006	0,007
Kars	0,007	0,008	0,005	0,006	0,004	0,006
Ordu	0,008	0,008	0,006	0,006	0,003	0,006
Van	0,008	0,006	0,007	0,005	0,004	0,006
Batman	0,01	0,007	0,006	0,005	0,004	0,006
Adıyaman	0,004	0,005	0,006	0,006	0,005	0,005
Erzurum	0,005	0,006	0,005	0,006	0,005	0,005
Mardin	0,008	0,008	0,005	0,004	0,002	0,005
Rize	0,007	0,005	0,006	0,006	0,002	0,005
Kilis	0,005	0,005	0,004	0,004	0,006	0,005
Erzincan	0,003	0,003	0,004	0,004	0,004	0,004
Muş	0,004	0,005	0,006	0,004	0,003	0,004
Bartın	0,005	0,005	0,004	0,004	0,004	0,004
Gümüşhane	0,004	0,003	0,003	0,003	0	0,003
Tunceli	0,002	0,003	0,003	0,003	0,003	0,003
Artvin	0,003	0,002	0,001	0,001	0,001	0,002
Hakkari	0,001	0,004	0,003	0,001	0,002	0,002
Siirt	0,005	0,002	0,002	0,001	0	0,002
Şırnak	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002
Ağrı	0,001	0,001	0,001	0	0	0,001
Bitlis	0	0,001	0,002	0	0,001	0,001
Iğdır	0	0	0,002	0,001	0,002	0,001
Bingöl	0	0,001	0,001	0,001	0,001	0
Bayburt	0	0	0	0	0	0
Ardahan	0	0	0	0	0	0

EK-4. Şehirlerin Patent Başvuru Sayıları (2010-2014)

Şehirler	2010	2011	2012	2013	2014	5 Yıl Ort.
İstanbul	1370	1582	1939	1830	2104	1765
Ankara	328	417	569	562	596	494,4
Bursa	244	530	288	316	316	338,8
İzmir	158	223	264	265	275	237
Kocaeli	120	195	225	275	168	196,6
Konya	133	135	144	153	199	152,8
Manisa	246	246	106	77	65	148
Tekirdağ	89	113	143	102	93	108
Sakarya	29	60	57	79	137	72,4
Kayseri	73	55	70	55	88	68,2
Antalya	50	54	74	67	63	61,6
Eskişehir	27	44	57	68	88	56,8
Gaziantep	26	33	51	73	94	55,4
Adana	30	36	50	51	47	42,8
Samsun	15	19	67	17	30	29,6
Mersin	15	12	23	35	15	20
Aydın	10	18	26	19	25	19,6
Balıkesir	16	12	11	33	25	19,4
Denizli	20	22	20	21	12	19
Isparta	13	23	20	19	19	18,8
Kütahya	22	13	17	18	17	17,4
Çorum	12	11	13	15	15	13,2
Hatay	9	12	6	19	20	13,2
Muğla	10	15	8	16	17	13,2
Sivas	7	6	15	21	14	12,6
Malatya	6	11	14	15	15	12,2
Kahramanmaraş	7	9	11	16	17	12
Elazığ	7	11	8	19	14	11,8
Trabzon	5	15	10	12	15	11,4
Düzce	4	3	16	15	13	10,2
Rize	4	1	5	13	23	9,2
Yalova	6	8	7	17	4	8,4
Çanakkale	4	4	16	9	8	8,2
Afyon	8	9	12	5	5	7,8
Kırklareli	12	6	8	5	8	7,8
Niğde	5	8	15	6	5	7,8
Tokat	5	5	14	6	9	7,8
Osmaniye	4	23	7	2	3	7,8
Erzurum	11	3	10	7	7	7,6
Gümüşhane	9	7	6	7	9	7,6
Bolu	7	6	8	8	7	7,2
Edirne	4	3	11	8	7	6,6
Şanlıurfa	1	11	11	7	3	6,6
Nevşehir	6	6	4	13	3	6,4
Zonguldak	5	7	3	10	5	6
Adıyaman	2	2	4	10	11	5,8
Giresun	3	5	1	14	6	5,8
Karabük	4	1	5	6	13	5,8
Diyarbakır	4	1	4	6	12	5,4
Ordu	6	3	7	3	8	5,4
Burdur	2	3	8	9	3	5
Uşak	5	4	4	7	5	5
Bilecik	2	4	2	3	13	4,8

Kastamonu	4	2	7	3	7	4,6
Amasya	1	1	2	7	10	4,2
Aksaray	6	3	3	7	1	4
Karaman	2	2	4	7	4	3,8
Kırıkkale	1	2	4	7	4	3,6
Kırşehir	3	2	5	4	1	3
Yozgat	3	0	2	3	7	3
Çankırı	1	1	4	4	2	2,4
Van	3	0	0	4	4	2,2
Batman	0	2	1	4	3	2
Mardin	0	3	5	0	1	1,8
Kilis	1	0	4	1	1	1,4
Bingöl	0	1	4	1	0	1,2
Hakkari	1	0	1	1	3	1,2
Sinop	2	1	0	0	2	1
Bitlis	0	0	1	2	1	0,8
Erzincan	0	1	0	1	2	0,8
Artvin	0	0	0	1	2	0,6
Muş	2	0	0	0	1	0,6
Siirt	0	0	0	0	3	0,6
Bayburt	0	0	1	1	1	0,6
Şırnak	0	1	0	0	2	0,6
Bartın	0	0	1	2	0	0,6
Kars	0	0	0	1	1	0,4
Tunceli	0	0	0	2	0	0,4
Ardahan	0	0	0	0	1	0,2
Ağrı	0	0	0	0	0	0
Iğdır	0	0	0	0	0	0

Kaynak: TPE, Türk Patent Enstitüsü, Yıllık İstatistikler.

EK-5. Şehirlerin İnovasyon Endeksi Değerleri (2010-2014)

(Patent / Nüfus) * 10.000 Oranı						
Şehirler	2010	2011	2012	2013	2014	5 Yıl Ort.
İstanbul	1,034	1,161	1,4	1,292	1,463	1,27
Tekirdağ	1,115	1,362	1,678	1,166	1,026	1,269
Bursa	0,936	1,998	1,071	1,153	1,134	1,259
Kocaeli	0,769	1,217	1,376	1,641	0,975	1,196
Manisa	1,783	1,836	0,787	0,566	0,475	1,09
Ankara	0,687	0,853	1,146	1,114	1,157	0,991
Sakarya	0,332	0,675	0,632	0,861	1,469	0,794
Konya	0,66	0,662	0,702	0,736	0,944	0,741
Eskişehir	0,353	0,563	0,722	0,85	1,083	0,714
İzmir	0,4	0,562	0,659	0,653	0,669	0,589
Gümüşhane	0,694	0,529	0,444	0,495	0,615	0,555
Kayseri	0,591	0,438	0,549	0,425	0,665	0,534
Isparta	0,29	0,559	0,48	0,455	0,454	0,448
Yalova	0,294	0,387	0,331	0,772	0,177	0,392
Gaziantep	0,153	0,188	0,283	0,396	0,497	0,304
Kütahya	0,373	0,23	0,296	0,315	0,297	0,302
Antalya	0,253	0,264	0,354	0,31	0,283	0,293
Düzce	0,118	0,088	0,462	0,427	0,366	0,292
Rize	0,125	0,031	0,154	0,396	0,697	0,281
Bolu	0,258	0,217	0,285	0,282	0,246	0,258
Karabük	0,176	0,046	0,222	0,261	0,562	0,253
Çorum	0,224	0,206	0,245	0,282	0,285	0,248
Samsun	0,12	0,152	0,535	0,135	0,236	0,236
Kırklareli	0,361	0,176	0,234	0,147	0,233	0,23
Bilecik	0,089	0,196	0,098	0,144	0,619	0,229
Niğde	0,148	0,237	0,441	0,175	0,145	0,229
Nevşehir	0,213	0,212	0,14	0,455	0,105	0,225
Elazığ	0,127	0,197	0,142	0,334	0,246	0,209
Adana	0,144	0,171	0,235	0,237	0,217	0,201
Sivas	0,109	0,096	0,241	0,337	0,225	0,201
Denizli	0,215	0,233	0,21	0,218	0,123	0,2
Burdur	0,077	0,12	0,315	0,35	0,117	0,196
Aydın	0,101	0,18	0,258	0,186	0,24	0,193
Balıkesir	0,139	0,104	0,095	0,284	0,21	0,166
Edirne	0,102	0,075	0,275	0,201	0,175	0,166
Çanakkale	0,082	0,082	0,324	0,179	0,156	0,165
Malatya	0,081	0,145	0,184	0,197	0,195	0,16
Karaman	0,086	0,085	0,17	0,294	0,166	0,16
Osmaniye	0,083	0,474	0,142	0,04	0,059	0,16
Muğla	0,122	0,179	0,094	0,185	0,19	0,154
Trabzon	0,065	0,198	0,132	0,158	0,196	0,15
Uşak	0,148	0,118	0,117	0,202	0,143	0,146
Giresun	0,072	0,119	0,024	0,329	0,14	0,137
Kırşehir	0,135	0,09	0,226	0,179	0,045	0,135
Kırıkkale	0,036	0,073	0,146	0,255	0,148	0,131
Amasya	0,03	0,031	0,062	0,217	0,311	0,13
Çankırı	0,056	0,056	0,217	0,21	0,109	0,13

Tokat	0,081	0,082	0,228	0,1	0,151	0,128
Kastamonu	0,111	0,056	0,195	0,082	0,19	0,126
Mersin	0,091	0,072	0,137	0,205	0,087	0,118
Kahramanmaraş	0,067	0,085	0,103	0,149	0,156	0,112
Kilis	0,081	0	0,322	0,078	0,078	0,112
Afyonkarahisar	0,115	0,129	0,17	0,071	0,071	0,111
Aksaray	0,159	0,079	0,079	0,183	0,026	0,105
Erzurum	0,143	0,038	0,129	0,091	0,092	0,099
Zonguldak	0,081	0,114	0,049	0,166	0,084	0,099
Adıyaman	0,034	0,034	0,067	0,167	0,184	0,097
Hatay	0,061	0,081	0,04	0,126	0,132	0,088
Bayburt	0	0	0,132	0,132	0,124	0,078
Ordu	0,083	0,042	0,094	0,041	0,11	0,074
Yozgat	0,063	0	0,044	0,068	0,162	0,067
Sinop	0,099	0,049	0	0	0,098	0,049
Tunceli	0	0	0	0,234	0	0,047
Bingöl	0	0,038	0,152	0,038	0	0,046
Hakkari	0,04	0	0,036	0,037	0,109	0,044
Şanlıurfa	0,006	0,064	0,062	0,039	0,016	0,038
Batman	0	0,038	0,019	0,073	0,054	0,037
Erzincan	0	0,046	0	0,045	0,089	0,036
Artvin	0	0	0	0,059	0,118	0,035
Diyarbakır	0,026	0,006	0,025	0,037	0,073	0,034
Bartın	0	0	0,053	0,106	0	0,032
Bitlis	0	0	0,03	0,059	0,03	0,024
Mardin	0	0,039	0,065	0	0,013	0,023
Van	0,029	0	0	0,037	0,037	0,021
Ardahan	0	0	0	0	0,099	0,02
Siirt	0	0	0	0	0,094	0,019
Muş	0,049	0	0	0	0,024	0,015
Kars	0	0	0	0,033	0,034	0,013
Şırnak	0	0,022	0	0	0,041	0,013
Ağrı	0	0	0	0	0	0
Iğdır	0	0	0	0	0	0

EK-6. TÜBİTAK'tan Şehirlere Aktarılan Ar-Ge Fonları (TL)(2010-2014)

Ar-Ge						
Şehirler	2010	2011	2012	2013	2014	5 Yıl Ort.
Ankara	116832849,7	57914978	144059237	170159475,6	710854988	239964305,7
Kocaeli	35841790,17	28784263	28807844	108429680	260359611	92444637,63
İstanbul	49082620,04	53166354	47939639	87673130,96	170144254	81601199,6
İzmir	18694315,69	19661202	19158167	33066272	38139511	25743893,54
Antalya	3804496,949	6010947	5388383	8626352	9503119	6666659,59
Kayseri	3454669,187	3184968	3594239	7704727,5	11285032	5844727,137
Denizli	1128673	1772098	1260085	1355244	23072777	5717775,4
İsparta	3241414	5027708	3864324	7129596	8807260	5614060,4
Konya	5758446,284	4030285	3967785	5139392	8291150	5437411,657
Adana	3295848	3070525	3249384	8091498	7723770	5086205
Trabzon	3222190	4880434	2466694	5123686	9593421	5057285
Eskişehir	2573517,958	6040868	3293303	5390568	4228924	4305436,192
Erzurum	2533871	1998752	2327758	7923397	6636371	4284029,8
Çanakkale	3587814,624	2907915	4171982	3468560	5328098	3892873,925
Bursa	1698881	4332879	1850186	4679151	5727894	3657798,2
Samsun	1985650,378	4206236	1996850	3385443	5195664	3353968,676
Elazığ	6669067	1931720	1316546	3344064	2135604	3079400,2
Aydın	2986748	1887826	2352375	2510329	4162937	2780043
K.maraş	3519122,473	1514134	1711690	3428390	3183464	2671360,095
Mersin	2227207,078	1484895	616017	4666462	2625821	2324080,416
Malatya	623390	1602058	786250	3493560	4918392	2284730
Hatay	1423989	1447875	1931570	3730157	2591080	2224934,2
Gaziantep	321031,1909	966271	1872402	3679331	3736192	2115045,438
Karabük	283061	198415	225820	8076838	581615	1873149,8
Tokat	447992	945069	1679750	2284782	2884185	1648355,6
Bolu	992274	1294527	1451153	1916187	2089454	1548719
Şanlıurfa	899655	2152496	1227423	1820459	1300921	1480190,8
Tekirdağ	1229676	1101312	1696240	1307868	1717290	1410477,2
Afyon	1361147	678316	1053704	2847360	1108344	1409774,2
Muğla	1564559	1090116	502188	1055506	2615952	1365664,2
Düzce	167000	985746	999755	1589545	2884765	1325362,2
Niğde	428343	938553	820599	1386494	2344603	1183718,4
Karaman	381041	1050147	1095252	1430232	1682074	1127749,2
Sivas	1587836	291100	969959	850251	1622656	1064360,4
Sakarya	1382893	1654596	280760	544421	1413161	1055166,2
Rize	233240	584494	303623	2380212	1617141	1023742
Edirne	677043	477100	1283429	1079931	1479342	999369
Manisa	104879	1106515	934287	906904	1937037	997924,4
Van	422950	148150	356389	1014965	2743809	937252,6
Burdur	258311	128461	211883	2365472	1595003	911826
Yalova	2230354,036	25000	189872	581774	1512050	907810,0072
Çankırı	430900	408610	590291	2613476	476204	903896,2
Balıkesir	633952	801840	373291	1546631	918575	854857,8
Kütahya	506582	473608	262583	1311143	1309926	772768,4
Diyarbakır	1071616,331	1140807	378525	766612	488366	769185,2662
Zonguldak	49974	605134	1252976	750157	1113849	754418
Kırıkkale	550070	698038	335180	700140	957368	648159,2
Tunceli	257080	0	808887	286031	1433220	557043,6
Kırşehir	468510	807611	116704	308925	886747	517699,4
Aksaray	490630	777748	503523	247560	495910	503074,2
Ordu	256142	73637	483757	198420	1080281	418447,4

Yozgat	550846	0	209975	864371	431066	411251,6
Kars	630251	50000	490520	30000	681621	376478,4
Gümüşhne	176775	164557	29185	719928	682702	354629,4
Uşak	324365	190984	150360	337804	693623	339427,2
Bartın	50260	220205	0	1176375	185500	326468
Nevşehir	567709	0	808815	0	204542	316213,2
Osmaniye	134974	313284	251057	253339	380730	266676,8
Çorum	200650	249785	0	120390	643417	242848,4
Kastamonu	393820	23500	0	30000	703381	230140,2
Artvin	0	0	0	403300	592989	199257,8
Kırklareli	0	0	23500	247401	604813	175142,8
Adıyaman	43020	0	150686	681409	0	175023
Sinop	262650	19050	25150	58149	468863	166772,4
Siirt	0	0	653272	0	152751	161204,6
Bilecik	0	437257	0	64848	211601	142741,2
Erzincan	0	0	205827	210429	156557	114562,6
Bitlis	0	188400	105485	206010	71390	114257
Giresun	24500	0	103580	30000	350021	101620,2
Iğdır	0	310500	0	0	30000	68100
Bayburt	0	0	0	0	337513	67502,6
Ağrı	0	0	241586	28025	27808	59483,8
Ardahan	0	0	18482	59337	199911	55546
Amasya	0	0	0	189625	80485	54022
Mardin	0	0	0	0	250049	50009,8
Bingöl	115750	0	0	0	76758	38501,6
Kilis	0	0	25000	0	160814	37162,8
Batman	24216	25000	0	21426	0	14128,4
Muş	21250	25000	0	0	0	9250
Hakkari	0	0	0	0	30000	6000
Şırnak	0	0	0	0	0	0

Kaynak: TÜBİTAK, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu, Sayılarla TÜBİTAK.

EK-7. Şehirlerin Ar-Ge Endeksi Değerleri (2010-2014)

(Ar-Ge Destekleri (TL) / Nüfus) Oranı						
Şehirler	2010	2011	2012	2013	2014	5 Yıl Ort.
Kocaeli	22,973	17,971	17,623	64,688	151,126	54,876
Ankara	24,484	11,841	29,012	33,728	138,028	47,419
Isparta	7,23	12,226	9,274	17,066	21,031	13,365
Karabük	1,244	0,903	1,003	35,078	2,514	8,148
Çanakkale	7,316	5,978	8,451	6,905	10,411	7,812
Trabzon	4,219	6,444	3,255	6,757	12,511	6,637
Tunceli	3,352	0	9,376	3,348	16,564	6,528
İzmir	4,734	4,958	4,783	8,142	9,273	6,378
Denizli	1,211	1,881	1,326	1,407	23,575	5,88
İstanbul	3,703	3,902	3,46	6,191	11,834	5,818
Erzurum	3,295	2,56	2,991	10,334	8,694	5,575
Bolu	3,659	4,682	5,163	6,759	7,337	5,52
Elazığ	12,068	3,458	2,34	5,885	3,755	5,501
Eskişehir	3,366	7,732	4,17	6,741	5,206	5,443
Çankırı	2,406	2,306	3,201	13,69	2,594	4,839
Karaman	1,638	4,488	4,652	6,011	6,998	4,757
Kayseri	2,798	2,537	2,819	5,948	8,534	4,527
Yalova	10,947	0,121	0,896	2,643	6,675	4,257
Düzce	0,494	2,881	2,885	4,522	8,114	3,779
Burdur	0,998	0,513	0,833	9,195	6,209	3,549
Niğde	1,268	2,78	2,412	4,035	6,818	3,462
Antalya	1,923	2,942	2,575	3,997	4,276	3,142
Rize	0,73	1,81	0,937	7,252	4,904	3,126
Malatya	0,842	2,114	1,031	4,581	6,391	2,992
Aydın	3,017	1,889	2,337	2,459	3,995	2,74
Tokat	0,725	1,554	2,736	3,816	4,824	2,731
Samsun	1,585	3,36	1,595	2,683	4,091	2,663
Konya	2,859	1,977	1,933	2,472	3,932	2,635
Gümüşhane	1,364	1,243	0,216	5,091	4,665	2,516
Edirne	1,734	1,195	3,211	2,709	3,696	2,509
Kahramanmaraş	3,368	1,436	1,61	3,187	2,923	2,505
Adana	1,581	1,456	1,529	3,765	3,567	2,379
Kırıkkale	1,988	2,538	1,22	2,549	3,532	2,365
Kırşehir	2,112	3,654	0,528	1,382	3,982	2,331
Afyonkarahisar	1,951	0,971	1,497	4,027	1,569	2,003
Bartın	0,268	1,176	0	6,22	0,979	1,728
Sivas	2,472	0,464	1,556	1,363	2,604	1,692
Tekirdağ	1,541	1,327	1,99	1,496	1,894	1,65
Muğla	1,914	1,3	0,59	1,218	2,924	1,589
Hatay	0,962	0,982	1,302	2,482	1,705	1,486
Mersin	1,352	0,89	0,366	2,736	1,52	1,373
Kütahya	0,858	0,839	0,458	2,292	2,292	1,348
Bursa	0,652	1,634	0,688	1,707	2,055	1,347
Aksaray	1,3	2,053	1,325	0,647	1,291	1,323
Kars	2,089	0,164	1,609	0,1	2,299	1,252
Zonguldak	0,081	0,988	2,066	1,247	1,86	1,248

Artvin	0	0	0	2,382	3,495	1,175
Sakarya	1,584	1,862	0,311	0,593	1,515	1,173
Gaziantep	0,189	0,551	1,04	1,995	1,977	1,15
Nevşehir	2,011	0	2,836	0	0,715	1,112
Uşak	0,96	0,562	0,439	0,975	1,985	0,984
Yozgat	1,157	0	0,463	1,946	0,997	0,913
Van	0,408	0,145	0,339	0,948	2,528	0,874
Şanlıurfa	0,541	1,254	0,697	1,01	0,705	0,841
Bayburt	0	0	0	0	4,187	0,837
Sinop	1,296	0,094	0,125	0,284	2,292	0,818
Manisa	0,076	0,826	0,694	0,667	1,416	0,736
Balıkesir	0,55	0,695	0,322	1,33	0,773	0,734
Bilecik	0	2,145	0	0,31	1,008	0,693
Kastamonu	1,09	0,065	0	0,082	1,907	0,629
Ordu	0,356	0,103	0,653	0,271	1,492	0,575
Ardahan	0	0	0,173	0,577	1,983	0,547
Osmaniye	0,282	0,645	0,51	0,508	0,751	0,539
Erzincan	0	0	0,945	0,957	0,7	0,52
Siirt	0	0	2,101	0	0,48	0,516
Kırklareli	0	0	0,069	0,726	1,76	0,511
Diyarbakır	0,701	0,726	0,238	0,477	0,299	0,488
Çorum	0,375	0,467	0	0,226	1,22	0,458
Iğdır	0	1,644	0	0	0,156	0,36
Bitlis	0	0,56	0,313	0,611	0,211	0,339
Adıyaman	0,073	0	0,253	1,141	0	0,293
Kilis	0	0	0,201	0	1,249	0,29
Giresun	0,058	0	0,247	0,071	0,814	0,238
Amasya	0	0	0	0,589	0,25	0,168
Bingöl	0,454	0	0	0	0,289	0,148
Ağrı	0	0	0,437	0,051	0,051	0,108
Mardin	0	0	0	0	0,317	0,063
Batman	0,047	0,048	0	0,039	0	0,027
Muş	0,052	0,06	0	0	0	0,023
Hakkari	0	0	0	0	0,109	0,022
Şırnak	0	0	0	0	0	0

Kaynak: TÜBİTAK, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu, Sayılarla TÜBİTAK.

**EK-8. Şehirlerin Yaratıcı Endüstrilerde Faaliyet Gösteren İşletme Sayıları
(2014)**

Şehirler	İşletme Sayısı	Şehirler	İşletme Sayısı	Şehirler	İşletme Sayısı
İstanbul	21392	Malatya	240	Rize	109
Ankara	6268	Kütahya	233	Burdur	101
İzmir	3412	Afyonkarahisar	213	Niğde	97
Antalya	2009	Ordu	196	Kırıkkale	91
Bursa	1771	Edirne	195	Bilecik	90
Kocaeli	1146	Sivas	192	Batman	88
Adana	1024	Zonguldak	189	Kırşehir	75
Konya	917	Isparta	184	Karaman	74
Muğla	762	Çorum	160	Sinop	66
Mersin	736	Van	158	Erzincan	65
Kayseri	706	Elazığ	157	Muş	65
Gaziantep	697	Uşak	153	Bartın	62
Denizli	558	Düzce	150	Kars	58
Samsun	532	Tokat	149	Artvin	56
Eskişehir	525	Giresun	137	Siirt	40
Sakarya	490	Aksaray	137	Ağrı	39
Tekirdağ	489	Kırklareli	135	Bingöl	39
Aydın	481	Osmaniye	126	Çankırı	39
Balıkesir	443	Bolu	125	Bitlis	38
Hatay	439	Yalova	122	Şırnak	34
Manisa	426	Mardin	121	Iğdır	34
Trabzon	405	Amasya	119	Kilis	34
Kahramanmaraş	394	Yozgat	117	Hakkari	32
Diyarbakır	340	Nevşehir	116	Gümüşhane	31
Erzurum	256	Kastamonu	115	Tunceli	31
Şanlıurfa	255	Karabük	114	Bayburt	22
Çanakkale	245	Adıyaman	111	Ardahan	22

Kaynak: SGK, Sosyal Güvenlik Kurumu Yıllıkları'ndan yararlanılarak oluşturulmuştur.

EK-9. Şehirlerin Yaratıcı Endüstrilerdeki Çalışan Sayıları (2014)

Şehirler	YÇ Sayısı	Şehirler	YÇ Sayısı	Şehirler	YÇ Sayısı
İstanbul	202160	Malatya	1335	Giresun	497
Ankara	55546	Van	1109	Batman	492
İzmir	21968	Kırklareli	1089	Burdur	477
Kocaeli	11560	Zonguldak	1081	Adıyaman	464
Bursa	11219	Isparta	1065	Bilecik	427
Antalya	11159	Elazığ	1058	Muş	417
Adana	5950	Kütahya	1034	Karabük	381
Konya	5613	Çorum	991	Kırşehir	365
Kayseri	4456	Çanakkale	912	Kırıkkale	363
Mersin	4148	Afyonkarahisar	909	Karaman	341
Tekirdağ	4076	Mardin	897	Kilis	316
Samsun	3967	Ordu	873	Sinop	259
Gaziantep	3676	Edirne	815	Bingöl	248
Eskişehir	2958	Amasya	808	Erzincan	242
Denizli	2727	Tokat	668	Siirt	224
Kahramanmaraş	2716	Yalova	641	Bartın	217
Trabzon	2628	Düzce	641	Artvin	200
Muğla	2428	Aksaray	624	Çankırı	197
Diyarbakır	2364	Yozgat	620	Ağrı	179
Sakarya	2326	Uşak	613	Şırnak	177
Manisa	2223	Kastamonu	605	Bitlis	175
Aydın	2177	Nevşehir	600	Gümüşhane	170
Balıkesir	1993	Rize	600	Hakkari	170
Hatay	1982	Osmaniye	550	Iğdır	130
Şanlıurfa	1882	Niğde	544	Tunceli	102
Erzurum	1408	Kars	538	Bayburt	100
Sivas	1361	Bolu	520	Ardahan	65

Kaynak: SGK, Sosyal Güvenlik Kurumu Yıllıkları'ndan yararlanılarak oluşturulmuştur.

EK-10. Şehirlerin Yaratıcı Sınıf Endeksi Değerleri (2010-2014)

YSE						
Şehirler	2010	2011	2012	2013	2014	5 Yıl Ort.
Ankara	1,759	1,652	1,661	1,692	1,611	1,675
İstanbul	1,571	1,517	1,639	1,647	1,661	1,607
İzmir	0,957	0,944	0,994	0,876	0,865	0,927
Kars	0,838	1,047	0,866	0,978	0,903	0,926
Antalya	0,801	0,915	0,753	0,758	0,785	0,850
Kocaeli	0,747	0,83	0,868	0,894	0,833	0,834
Van	0,945	0,856	0,872	0,792	0,597	0,809
Trabzon	0,394	1,57	0,699	0,786	0,753	0,796
Diyarbakır	0,733	0,66	0,624	0,728	0,649	0,736
Konya	0,799	0,718	0,697	0,816	0,656	0,716
Samsun	0,712	0,902	0,627	0,683	0,841	0,689
Siirt	0,722	0,662	0,569	0,541	0,387	0,688
Erzurum	0,682	0,715	0,598	0,637	0,645	0,678
Mardin	0,977	0,973	0,689	0,416	0,525	0,670
Adana	0,724	0,694	0,592	0,616	0,677	0,662
Isparta	0,574	0,582	0,76	0,69	0,640	0,653
Tunceli	0,829	0,754	0,639	0,601	0,563	0,651
Muş	0,834	1,192	0,367	0,301	0,739	0,646
Yozgat	0,58	0,596	0,586	0,612	0,571	0,634
Kahramanmaraş	0,651	1,007	0,438	0,365	0,690	0,630
Mersin	0,471	0,724	0,557	0,737	0,620	0,623
Sivas	0,6	0,566	0,615	0,622	0,646	0,610
Muğla	0,698	0,723	0,559	0,529	0,500	0,602
Malatya	0,813	0,62	0,568	0,595	0,484	0,600
Çorum	0,572	0,573	0,653	0,603	0,595	0,599
Eskişehir	0,559	0,677	0,677	0,544	0,581	0,591
Zonguldak	0,601	0,521	0,54	0,476	0,417	0,576
Kayseri	0,657	0,792	0,496	0,568	0,679	0,572
Burdur	0,577	1,128	0,318	0,322	0,445	0,558
Bursa	0,496	0,53	0,54	0,613	0,584	0,547
Tekirdağ	0,541	0,62	0,461	0,423	0,556	0,542
Nevşehir	0,406	0,716	0,514	0,519	0,519	0,542
Amasya	0,189	0,21	0,643	0,595	0,683	0,527
Bingöl	0,584	0,569	0,561	0,531	0,406	0,526
Şanlıurfa	0,389	0,331	0,469	0,761	0,532	0,526
Edirne	0,56	0,517	0,533	0,542	0,468	0,521
Kırıkkale	0,469	0,524	0,704	0,491	0,359	0,521
Tokat	0,468	0,593	0,548	0,439	0,429	0,512
Aydın	0,553	0,544	0,567	0,466	0,513	0,512
Kırklareli	0,944	0,471	0,377	0,433	0,588	0,510
Kastamonu	0,567	0,556	0,45	0,455	0,463	0,506
Kilis	0,478	0,478	0,486	0,654	0,883	0,504
Hakkari	0,617	0,613	0,461	0,398	0,530	0,503
Denizli	0,376	0,541	0,396	0,65	0,481	0,502
Iğdır	0,488	0,707	0,495	0,396	0,319	0,498
Yalova	0,3	0,449	0,53	0,604	0,430	0,496

Ordu	0,646	0,714	0,327	0,484	0,390	0,495
Elazığ	0,58	0,492	0,538	0,457	0,592	0,495
Rize	0,862	0,431	0,258	0,432	0,437	0,490
Sinop	0,431	0,438	0,485	0,434	0,382	0,487
Adıyaman	0,605	0,606	0,451	0,391	0,345	0,487
Hatay	0,432	0,463	0,476	0,447	0,434	0,486
Kırşehir	0,435	0,528	0,569	0,479	0,488	0,469
Gaziantep	0,452	0,531	0,519	0,494	0,445	0,464
Sakarya	0,492	0,526	0,357	0,48	0,472	0,458
Giresun	0,393	0,559	0,506	0,418	0,356	0,441
Ağrı	0,713	0,411	0,436	0,335	0,304	0,440
Çanakkale	0,446	0,569	0,382	0,47	0,410	0,440
Erzincan	0,486	0,468	0,395	0,51	0,316	0,437
Afyonkarahisar	0,395	0,771	0,313	0,367	0,358	0,434
Çankırı	0,608	0,518	0,354	0,333	0,272	0,426
Balıkesir	0,482	0,472	0,413	0,34	0,421	0,422
Artvin	0,507	0,468	0,314	0,513	0,290	0,418
Batman	0,481	0,467	0,391	0,353	0,347	0,411
Aksaray	0,329	0,361	0,404	0,41	0,496	0,400
Karabük	0,567	0,464	0,309	0,304	0,342	0,385
Manisa	0,354	0,463	0,356	0,397	0,336	0,381
Kütahya	0,35	0,439	0,366	0,369	0,427	0,379
Uşak	0,413	0,49	0,38	0,299	0,346	0,374
Şırnak	0,395	0,317	0,387	0,372	0,208	0,371
Niğde	0,327	0,586	0,266	0,268	0,501	0,350
Bitlis	0,256	0,334	0,296	0,339	0,298	0,349
Düzce	0,306	0,299	0,264	0,31	0,302	0,344
Bayburt	0,317	0,289	0,192	0,44	0,481	0,344
Osmaniye	0,321	0,397	0,367	0,334	0,361	0,330
Bolu	0,278	0,285	0,346	0,338	0,300	0,305
Bartın	0,302	0,306	0,34	0,343	0,267	0,297
Ardahan	0,33	0,369	0,266	0,251	0,297	0,295
Gümüşhane	0,195	0,228	0,296	0,284	0,447	0,290
Bilecik	0,263	0,307	0,175	0,315	0,337	0,279
Karaman	0,186	0,24	0,26	0,231	0,273	0,238

EK-11. Şehirlerdeki Lisans ve Lisansüstü Düzeyde Eğitim Almış Nüfus (2010-2014)

Eğitim						
Şehirler	2010	2011	2012	2013	2014	5 Yıl Ort.
İstanbul	1035216	1187035	1275182	1464571	1909882	1374377,2
Ankara	556719	619899	651712	723995	911266	692718,2
İzmir	333241	376910	395981	437157	568651	422388
Bursa	162474	186039	198933	224349	293994	213157,8
Antalya	141530	162764	175047	197319	257951	186922,2
Adana	119085	134777	143117	159851	206159	152597,8
Kocaeli	98248	114923	125164	144415	191597	134869,4
Konya	102805	116525	124849	140640	187028	134369,4
Mersin	95695	109114	116170	129658	171270	124381,4
Kayseri	72551	83177	89530	101849	132504	95922,2
Balıkesir	69446	78944	83514	93394	130604	91180,4
Samsun	65428	74092	79638	91494	123494	86829,2
Eskişehir	64344	73690	78275	88813	117787	84581,8
Hatay	61418	70084	74950	86973	115258	81736,6
Gaziantep	56853	67680	75066	87650	119431	81336
Manisa	62285	69343	74378	83903	114419	80865,6
Aydın	59254	67755	72064	80300	109542	77783
Muğla	57934	66762	71080	79553	111054	77276,6
Denizli	54973	62708	66902	74680	98041	71460,8
Diyarbakır	44944	57451	64305	76828	104499	69605,4
Trabzon	50430	56341	59696	66228	87927	64124,4
Tekirdağ	45152	52935	57185	66291	88863	62085,2
Sakarya	42824	50118	54257	62945	84695	58967,8
Malatya	41722	49240	53248	61655	81087	57390,4
Kahramanmaraş	38593	44388	47680	54880	75030	52114,2
Şanlıurfa	30364	40658	45591	53663	75184	49092
Erzurum	34737	41030	44204	49406	65310	46937,4
Çanakkale	31792	36733	39515	45339	47699	40215,6
Sivas	31190	34929	37577	43126	53741	40112,6
Ordu	29915	33595	36649	41926	58323	40081,6
Elazığ	29663	34221	37263	42884	51650	39136,2
Zonguldak	31435	35213	36717	40952	44974	37858,2
Afyonkarahisar	29545	33610	35578	40014	46849	37119,2
Isparta	29677	31964	34052	38086	45669	35889,6
Kütahya	27596	30064	32200	37588	47547	34999
Tokat	27048	30631	32628	36831	44502	34328
Van	22278	27317	29942	36587	51867	33598,2
Edirne	25007	28847	30282	34301	41311	31949,6
Çorum	22759	26029	27932	31896	38966	29516,4
Osmaniye	21530	24674	26951	31363	39147	28733
Adıyaman	18983	22731	25977	31203	37634	27305,6
Giresun	20428	23169	25017	28764	35084	26492,4
Mardin	16209	21679	24393	29131	40956	26473,6
Kırklareli	19895	23167	24670	28083	32451	25653,2
Amasya	18065	20012	21380	24360	29206	22604,6
Uşak	17723	19997	21234	23975	28829	22351,6
Rize	16794	19713	21441	24529	26493	21794
Bolu	16845	19550	20904	23757	27461	21703,4
Batman	13442	17615	20416	24836	31823	21626,4

Kastamonu	16044	18106	19336	24080	26443	20801,8
Düzce	15564	18064	19583	22541	24634	20077,2
Yozgat	15414	17853	19069	21637	26212	20037
Kırıkkale	14924	16831	17857	20339	26068	19203,8
Niğde	15311	17069	17988	20300	23562	18846
Burdur	14564	16215	17321	19466	23512	18215,6
Aksaray	13930	15953	17112	19461	23574	18006
Yalova	13746	15908	17490	20119	21353	17723,2
Karabük	13428	15101	16655	18998	22775	17391,4
Nevşehir	12945	14824	15938	18413	20669	16557,8
Kırşehir	12165	13892	14804	16823	20850	15706,8
Erzincan	11837	13476	14695	17754	20050	15562,4
Bilecik	11429	13095	13890	15484	19793	14738,2
Karaman	10614	12227	13308	15322	18859	14066
Ağrı	8508	12324	13220	15465	20280	13959,4
Şırnak	7353	11423	12611	15448	19055	13178
Kars	9165	11882	12733	14525	17139	13088,8
Bitlis	8123	11001	11983	13753	17730	12518
Sinop	9887	11353	11858	13571	15726	12479
Siirt	7239	9783	10675	13131	17007	11567
Artvin	8541	10226	11329	13369	14185	11530
Bingöl	7122	9574	10782	13315	16502	11459
Muş	6978	10080	11216	13344	14339	11191,4
Çankırı	8122	9175	10071	11953	14518	10767,8
Bartın	8247	9558	10183	11817	12213	10403,6
Hakkari	5492	8738	9612	11944	13878	9932,8
Iğdır	5459	7161	7911	9367	10753	8130,2
Gümüşhane	5321	6674	7413	9042	11908	8071,6
Tunceli	4500	6120	6559	8125	10345	7129,8
Kilis	4095	4949	5405	6363	8128	5788
Ardahan	3040	4195	4627	5093	5795	4550
Bayburt	2974	3668	3986	4818	6063	4301,8

Kaynak: TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu, Eğitim İstatistikleri, <https://biruni.tuik.gov.tr>

EK-12. Şehirlerin Beşeri Sermaye Endeksi Değerleri (2010-2014)

(Lisans ve Üzeri Eğitim Görenler / 25-64 Yaş Nüfus) Oranı						
Şehirler	2010	2011	2012	2013	2014	5 Yıl Ort.
Ankara	0,117	0,127	0,131	0,144	0,177	0,139
Eskişehir*	0,084	0,094	0,099	0,111	0,145	0,107
İzmir	0,084	0,095	0,099	0,108	0,138	0,105
İstanbul*	0,078	0,087	0,092	0,103	0,133	0,099
Muğla	0,071	0,080	0,084	0,092	0,124	0,090
Antalya	0,072	0,080	0,084	0,091	0,116	0,088
Isparta	0,066	0,078	0,082	0,091	0,109	0,085
Tunceli	0,059	0,072	0,076	0,095	0,120	0,084
Trabzon	0,066	0,074	0,079	0,087	0,115	0,084
Yalova	0,067	0,077	0,083	0,091	0,094	0,083
Kocaeli	0,063	0,072	0,077	0,086	0,111	0,082
Çanakkale	0,065	0,076	0,080	0,090	0,093	0,081
Edirne	0,064	0,072	0,076	0,086	0,103	0,080
Bursa	0,062	0,070	0,074	0,082	0,105	0,079
Balıkesir	0,060	0,068	0,072	0,080	0,110	0,078
Bolu	0,062	0,071	0,074	0,084	0,096	0,077
Aydın	0,060	0,068	0,072	0,079	0,105	0,077
Karabük	0,059	0,069	0,074	0,083	0,098	0,077
Malatya	0,056	0,065	0,070	0,081	0,105	0,075
Kırklareli	0,060	0,068	0,072	0,082	0,094	0,075
Kayseri	0,059	0,066	0,070	0,079	0,100	0,075
Denizli	0,059	0,067	0,070	0,078	0,100	0,075
Mersin	0,058	0,065	0,069	0,076	0,099	0,074
Tekirdağ	0,057	0,064	0,067	0,076	0,098	0,072
Adana	0,057	0,064	0,067	0,074	0,095	0,072
Burdur	0,056	0,065	0,068	0,076	0,092	0,071
Kırşehir	0,055	0,063	0,067	0,075	0,094	0,071
Erzincan	0,053	0,063	0,067	0,081	0,090	0,071
Bilecik	0,051	0,064	0,068	0,074	0,094	0,070
Kırıkkale	0,054	0,061	0,065	0,074	0,096	0,070
Amasya	0,054	0,062	0,066	0,076	0,091	0,070
Elazığ	0,054	0,061	0,066	0,075	0,091	0,069
Samsun	0,052	0,059	0,064	0,073	0,097	0,069
Artvin	0,052	0,061	0,068	0,079	0,084	0,069
Rize	0,053	0,061	0,066	0,075	0,080	0,067
Konya	0,051	0,057	0,061	0,068	0,089	0,065
Sakarya	0,049	0,056	0,060	0,069	0,091	0,065
Uşak	0,052	0,059	0,062	0,069	0,082	0,065
Sivas	0,049	0,056	0,060	0,069	0,086	0,064
Giresun	0,049	0,055	0,060	0,068	0,082	0,063
Zonguldak	0,051	0,057	0,061	0,068	0,075	0,062
Sinop	0,049	0,056	0,059	0,066	0,077	0,061
Kütahya	0,047	0,053	0,056	0,066	0,083	0,061
Erzurum*	0,045	0,053	0,057	0,064	0,086	0,061
Manisa	0,045	0,052	0,055	0,062	0,084	0,060
Karaman	0,046	0,052	0,057	0,064	0,078	0,059

Çankırı	0,045	0,052	0,055	0,063	0,079	0,059
Gümüşhane	0,041	0,050	0,055	0,064	0,081	0,058
Nevşehir	0,046	0,052	0,056	0,065	0,072	0,058
Osmaniye	0,045	0,051	0,055	0,063	0,077	0,058
Düzce	0,046	0,053	0,057	0,064	0,069	0,058
Kastamonu	0,044	0,050	0,054	0,065	0,072	0,057
Tokat	0,044	0,050	0,053	0,062	0,074	0,057
Bayburt	0,040	0,048	0,053	0,064	0,075	0,056
Çorum	0,043	0,049	0,053	0,060	0,074	0,056
Niğde	0,045	0,051	0,053	0,059	0,069	0,055
Bartın	0,044	0,051	0,054	0,062	0,064	0,055
Ordu	0,042	0,047	0,049	0,057	0,081	0,055
Hatay	0,041	0,048	0,051	0,058	0,076	0,055
Afyonkarahisar	0,042	0,048	0,051	0,057	0,066	0,053
Kahramanmaraş	0,037	0,042	0,045	0,051	0,069	0,049
Aksaray	0,037	0,042	0,045	0,051	0,061	0,047
Adıyaman	0,032	0,038	0,044	0,052	0,063	0,046
Kilis	0,033	0,040	0,043	0,049	0,063	0,046
Gaziantep	0,033	0,039	0,042	0,048	0,063	0,045
Yozgat	0,032	0,038	0,042	0,049	0,061	0,044
Ardahan	0,029	0,039	0,043	0,050	0,057	0,044
Diyarbakır	0,029	0,037	0,040	0,048	0,064	0,044
Bingöl	0,028	0,037	0,041	0,050	0,062	0,044
Kars	0,030	0,039	0,042	0,048	0,058	0,043
Iğdır	0,030	0,038	0,042	0,049	0,056	0,043
Batman	0,026	0,034	0,038	0,045	0,057	0,040
Bitlis	0,025	0,033	0,036	0,041	0,052	0,037
Siirt	0,024	0,032	0,034	0,042	0,053	0,037
Hakkari	0,022	0,032	0,034	0,044	0,050	0,036
Mardin	0,022	0,028	0,032	0,037	0,052	0,034
Van	0,022	0,027	0,028	0,034	0,048	0,032
Şırnak	0,017	0,025	0,027	0,033	0,039	0,028
Şanlıurfa	0,018	0,024	0,026	0,030	0,041	0,028
Muş	0,017	0,024	0,027	0,032	0,035	0,027
Ağrı	0,016	0,022	0,024	0,028	0,037	0,025

* Açıköğretim fakültelerinde öğrenim gören öğrenci sayıları hesaplamaya katılmamıştır.

EK-13. Şehirlerin Aldıkları Net Göç (2010-2014)

Net Göç						
Şehirler	2010	2011	2012	2013	2014	5 Yıl Ort.
İstanbul	102 583	121 782	30461	66.321	14.336	67 097
Ankara	49 405	54 479	22401	32.851	40.009	39 829
Antalya	25 245	26 856	20703	24.530	28.426	25 152
Kocaeli	15 124	13 244	11405	16.417	24.637	16 165
Tekirdağ	11 874	13 645	14113	13.632	21.728	14 998
İzmir	11 480	8 944	9850	13.992	22.992	13 452
Bursa	15 420	15 985	6216	13.774	15.690	13 417
Muğla	6 279	5 805	4912	4.559	18.548	8 021
Eskişehir	4 882	7 137	7064	5.564	7.950	6 519
Çanakkale	1 158	1 655	8878	6.528	6.889	5 022
Kayseri	7 462	2 600	3774	2.791	7.583	4 842
Aydın	48	1 021	2789	2.350	13.446	3 931
Balıkesir	1 622	505	-393	-978	17.633	3 678
Sakarya	1 621	3 904	4670	3.600	4.390	3 637
Gaziantep	4 053	7 357	2262	-313	2.023	3 076
Yalova	- 529	485	2154	4.862	3.616	2 118
Gümüşhane	- 1 280	1 438	2165	5.515	2.740	2 116
Denizli	- 1 605	- 399	2454	3.049	3.508	1 401
Karabük	130	- 827	5066	1.976	243	1 318
Bolu	- 52	1 159	3459	737	199	1 100
Kırklareli	756	150	1316	823	875	784
Bilecik	186	336	2269	1.029	-24	759
Tunceli	142	- 232	-233	2.846	476	600
Erzincan	1 833	- 2 695	1543	-222	1.809	454
Düzce	927	574	-147	1.061	-269	429
Kastamonu	- 1 611	- 459	407	4.253	-624	393
Burdur	535	- 839	2976	1.155	-2.036	358
Bayburt	- 796	- 573	-421	110	3.329	330
Giresun	- 3 040	- 2 288	166	3.283	3.237	272
Artvin	- 873	0	-326	1.409	-636	- 85
Sinop	1 060	- 580	-2094	2.216	-1.167	- 113
Edirne	- 811	- 94	1138	-745	-677	- 238
Uşak	- 564	- 1 485	916	162	-705	- 335
Rize	- 1 749	- 2	-1541	983	-621	- 586
Bartın	- 957	- 1 059	-185	-247	-1.109	- 711
Isparta	- 3 238	- 2 944	5401	-1.077	-1.964	- 764
Karaman	- 1 449	- 1 772	125	-698	-1.115	- 982
Osmaniye	- 60	- 2 745	-1997	-267	-334	- 1 081
Kilis	- 759	- 1 728	-1760	405	-1.692	- 1 107
Kırşehir	- 2 751	- 2 272	-165	-87	-1.551	- 1 365
Çankırı	- 6 422	- 3 740	6441	5.299	-8.561	- 1 397
Batman	722	- 1 473	-4833	-1.393	-2.972	- 1 990
Şırnak	- 1 821	- 554	-3542	-722	-3.393	- 2 006
Kütahya	- 4 612	- 3 108	3848	-3.040	-3.126	- 2 008
Ardahan	- 2 271	- 1 765	-1063	-2.379	-2.710	- 2 038
Bingöl	- 1 995	- 1 490	-3576	28	-3.452	- 2 097
Iğdır	- 1 686	- 1 664	-2203	-2.897	-2.046	- 2 099
Amasya	- 1 997	- 2 718	-1900	-2.279	-1.847	- 2 148
Nevşehir	- 3 135	- 2 379	-645	-1.825	-3.001	- 2 197
Konya	- 8 828	- 2 399	3668	-3.926	345	- 2 228
Manisa	- 3 403	- 2 709	-1843	-732	-2.862	- 2 310

Aksaray	- 3 066	- 2 364	-1707	-2.235	-2.641	- 2 403
Elazığ	- 3 887	- 3 192	-1236	130	-4.438	- 2 525
Hakkari	- 3 212	- 358	-4515	-2.286	-3.710	- 2 816
Mersin	- 1 309	- 3 302	-6802	-4.014	755	- 2 934
Malatya	- 5 611	3 410	-4275	-7.318	-2.191	- 3 197
Niğde	- 5 064	- 5 254	-1155	-762	-4.161	- 3 279
Kırıkkale	- 6 741	- 5 292	-136	-2.729	-5.438	- 4 067
Siirt	- 5 062	- 3 954	-5805	-2.473	-3.815	- 4 222
Afyonkarahisar	- 6 668	- 6 844	2429	-4.599	-5.686	- 4 274
Ordu	- 8 345	- 10 509	21645	-15.540	-11.382	- 4 826
Bitlis	- 4 547	- 5 191	-5888	-4.860	-6.023	- 5 302
Trabzon	- 7 416	- 13 588	-3614	-4.873	2.106	- 5 477
Sivas	- 7 895	- 7 247	-5949	-3.890	-5.129	- 6 022
Kahramanmaraş	- 7 410	- 9 289	-9559	-4.762	-3.284	- 6 861
Samsun	- 9 407	- 8 305	-9312	-3.860	-3.462	- 6 869
Mardin	- 5 017	- 5 855	-8623	-6.929	-8.589	- 7 003
Kars	- 6 751	- 5 722	-6479	-7.026	-9.740	- 7 144
Çorum	- 8 398	- 7 267	-7321	-4.387	-8.777	- 7 230
Hatay	- 3 978	- 7 655	-7879	-10.248	-6.503	- 7 253
Zonguldak	- 7 555	- 7 836	-8408	-8.565	-6.668	- 7 806
Adıyaman	- 5 985	- 10 066	-8268	-8.362	-7.752	- 8 087
Muş	- 6 059	- 5 768	-10732	-9.123	-10.611	- 8 459
Tokat	- 15 565	- 6 766	2913	-20.084	-2.846	- 8 470
Şanlıurfa	- 5 000	- 5 682	-12988	-14.046	-13.360	- 10 215
Adana	- 4 306	- 11 879	-13367	-12.335	-11.619	- 10 701
Yozgat	- 13 437	- 11 670	-9879	-9.884	-11.522	- 11 278
Diyarbakır	- 10 048	- 10 212	-16786	-12.483	-11.099	- 12 126
Erzurum	- 12 417	- 5 880	-10683	-16.599	-17.215	- 12 559
Ağrı	- 8 016	- 9 674	-15128	-13.752	-16.515	- 12 617
Van	- 8 081	- 48 858	3364	-6.389	-16.848	- 15 362

Kaynak: TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu, Göç İstatistikleri, <https://biruni.tuik.gov.tr>

EK-14. Şehirlerin Göçmen Endeksi Değerleri (2010-2014)

(Net Göç / Nüfus) Oranı						
Şehirler	2010	2011	2012	2013	2014	5 Yıl Ort.
Tekirdağ	0,015	0,016	0,017	0,016	0,024	0,018
Gümüşhane	-0,01	0,011	0,016	0,039	0,019	0,015
Antalya	0,013	0,013	0,01	0,011	0,013	0,012
Çanakkale	0,002	0,003	0,018	0,013	0,014	0,01
Kocaeli	0,01	0,008	0,007	0,01	0,014	0,01
Yalova	-0,003	0,002	0,01	0,022	0,016	0,01
Muğla	0,008	0,007	0,006	0,005	0,021	0,009
Ankara	0,01	0,011	0,005	0,007	0,008	0,008
Eskişehir	0,006	0,009	0,009	0,007	0,01	0,008
Tunceli	0,002	-0,003	-0,003	0,033	0,006	0,007
Karabük	0,001	-0,004	0,023	0,009	0,001	0,006
Bursa	0,006	0,006	0,002	0,005	0,006	0,005
İstanbul	0,008	0,009	0,002	0,005	0,001	0,005
Aydın	0	0,001	0,003	0,002	0,013	0,004
Bilecik	0,001	0,002	0,011	0,005	0	0,004
Bolu	0	0,004	0,012	0,003	0,001	0,004
Kayseri	0,006	0,002	0,003	0,002	0,006	0,004
Sakarya	0,002	0,004	0,005	0,004	0,005	0,004
Bayburt	-0,011	-0,007	-0,006	0,001	0,041	0,004
Bahkesir	0,001	0	0	-0,001	0,015	0,003
İzmir	0,003	0,002	0,002	0,003	0,006	0,003
Erzincan	0,008	-0,013	0,007	-0,001	0,008	0,002
Gaziantep	0,002	0,004	0,001	0	0,001	0,002
Kırklareli	0,002	0	0,004	0,002	0,003	0,002
Burdur	0,002	-0,003	0,012	0,004	-0,008	0,001
Denizli	-0,002	0	0,003	0,003	0,004	0,001
Giresun	-0,007	-0,005	0	0,008	0,008	0,001
Kastamonu	-0,004	-0,001	0,001	0,012	-0,002	0,001
Düzce	0,003	0,002	0	0,003	-0,001	0,001
Artvin	-0,005	0	-0,002	0,008	-0,004	-0,001
Edirne	-0,002	0	0,003	-0,002	-0,002	-0,001
Konya	-0,004	-0,001	0,002	-0,002	0	-0,001
Sinop	0,005	-0,003	-0,01	0,011	-0,006	-0,001
Uşak	-0,002	-0,004	0,003	0	-0,002	-0,001
Isparta	-0,007	-0,007	0,013	-0,003	-0,005	-0,002
Mersin	-0,001	-0,002	-0,004	-0,002	0	-0,002
Manisa	-0,002	-0,002	-0,001	-0,001	-0,002	-0,002
Rize	-0,005	0	-0,005	0,003	-0,002	-0,002
Osmaniye	0	-0,006	-0,004	-0,001	-0,001	-0,002
Kütahya	-0,008	-0,006	0,007	-0,005	-0,006	-0,003
Malatya	-0,008	0,004	-0,006	-0,01	-0,003	-0,004
Karaman	-0,006	-0,008	0,001	-0,003	-0,005	-0,004
Batman	0,001	-0,003	-0,009	-0,003	-0,005	-0,004
Şırnak	-0,004	-0,001	-0,008	-0,002	-0,007	-0,004
Bartın	-0,005	-0,006	-0,001	-0,001	-0,006	-0,004
Adana	-0,002	-0,006	-0,006	-0,006	-0,005	-0,005

Elazığ	-0,007	-0,006	-0,002	0	-0,008	-0,005
Hatay	-0,003	-0,005	-0,005	-0,007	-0,004	-0,005
Samsun	-0,008	-0,007	-0,007	-0,003	-0,003	-0,005
Afyonkarahisar	-0,01	-0,01	0,003	-0,007	-0,008	-0,006
Kırşehir	-0,012	-0,01	-0,001	0	-0,007	-0,006
Kahramanmaraş	-0,007	-0,009	-0,009	-0,004	-0,003	-0,006
Şanlıurfa	-0,003	-0,003	-0,007	-0,008	-0,007	-0,006
Aksaray	-0,008	-0,006	-0,004	-0,006	-0,007	-0,006
Amasya	-0,006	-0,008	-0,006	-0,007	-0,006	-0,007
Ordu	-0,012	-0,015	0,029	-0,021	-0,016	-0,007
Trabzon	-0,01	-0,018	-0,005	-0,006	0,003	-0,007
Bingöl	-0,008	-0,006	-0,014	0	-0,013	-0,008
Çankırı	-0,036	-0,021	0,035	0,028	-0,047	-0,008
Diyarbakır	-0,007	-0,007	-0,011	-0,008	-0,007	-0,008
Nevşehir	-0,011	-0,008	-0,002	-0,006	-0,011	-0,008
Mardin	-0,007	-0,008	-0,011	-0,009	-0,011	-0,009
Kilis	-0,006	-0,014	-0,014	0,003	-0,013	-0,009
Hakkari	-0,013	-0,001	-0,016	-0,008	-0,013	-0,01
Niğde	-0,015	-0,016	-0,003	-0,002	-0,012	-0,01
Sivas	-0,012	-0,012	-0,01	-0,006	-0,008	-0,01
Iğdır	-0,009	-0,009	-0,012	-0,015	-0,011	-0,011
Zonguldak	-0,012	-0,013	-0,014	-0,014	-0,011	-0,013
Adıyaman	-0,01	-0,017	-0,014	-0,014	-0,013	-0,014
Çorum	-0,016	-0,014	-0,014	-0,008	-0,017	-0,014
Siirt	-0,017	-0,013	-0,019	-0,008	-0,012	-0,014
Tokat	-0,025	-0,011	0,005	-0,034	-0,005	-0,014
Van	-0,008	-0,048	0,003	-0,006	-0,016	-0,015
Kırıkkale	-0,024	-0,019	0	-0,01	-0,02	-0,015
Bitlis	-0,014	-0,015	-0,017	-0,014	-0,018	-0,016
Erzurum	-0,016	-0,008	-0,014	-0,022	-0,023	-0,016
Ardahan	-0,022	-0,016	-0,01	-0,023	-0,027	-0,02
Muş	-0,015	-0,014	-0,026	-0,022	-0,026	-0,021
Ağrı	-0,015	-0,017	-0,027	-0,025	-0,03	-0,023
Kars	-0,022	-0,019	-0,021	-0,023	-0,033	-0,024
Yozgat	-0,028	-0,025	-0,022	-0,022	-0,027	-0,025

EK-15. Göçmen Endeksine göre ve Göçmen ile Yabancı Doğan Endekslerine göre Oluşturulan Tolerans Endeksleri (2014)

Şehirler	Göç	Şehirler	Göç+YD
Tekirdağ	1,000	Tekirdağ	1,000
Gümüşhane	0,988	Gümüşhane	0,981
Antalya	0,975	Antalya	0,981
Çanakkale	0,963	Çanakkale	0,957
Kocaeli	0,951	Kocaeli	0,957
Yalova	0,938	Yalova	0,926
Muğla	0,926	Eskişehir	0,926
Eskişehir	0,914	Muğla	0,907
Ankara	0,901	Tunceli	0,907
Tunceli	0,889	Ankara	0,901
Karabük	0,877	Karabük	0,870
Bursa	0,864	Sakarya	0,858
İstanbul	0,852	İstanbul	0,852
Sakarya	0,840	Bursa	0,846
Bolu	0,827	Bolu	0,833
Bayburt	0,815	Bayburt	0,802
Aydın	0,802	Aydın	0,802
Kayseri	0,790	Bilecik	0,796
Bilecik	0,778	Kayseri	0,784
İzmir	0,765	Balıkesir	0,759
Balıkesir	0,753	Kırklareli	0,741
Kırklareli	0,741	İzmir	0,728
Erzincan	0,728	Burdur	0,698
Gaziantep	0,716	Düzce	0,698
Denizli	0,704	Kastamonu	0,698
Burdur	0,691	Erzincan	0,691
Düzce	0,679	Denizli	0,660
Kastamonu	0,667	Isparta	0,660
Giresun	0,654	Artvin	0,654
Artvin	0,642	Gaziantep	0,648
Sinop	0,630	Giresun	0,630
Edirne	0,617	Edirne	0,623
Uşak	0,605	Sinop	0,611
Konya	0,593	Osmaniye	0,605
Manisa	0,580	Rize	0,593
Isparta	0,568	Konya	0,568
Mersin	0,556	Mersin	0,562
Rize	0,543	Manisa	0,556
Osmaniye	0,531	Uşak	0,549
Kütahya	0,519	Kütahya	0,537
Batman	0,506	Batman	0,481
Bartın	0,494	Karaman	0,481
Karaman	0,481	Elazığ	0,481
Malatya	0,469	Bartın	0,463
Şırnak	0,457	Samsun	0,457
Elazığ	0,444	Şırnak	0,451

Hatay	0,432	Malatya	0,438
Adana	0,420	Afyonkarahisar	0,426
Samsun	0,407	Adana	0,407
Şanlıurfa	0,395	Şanlıurfa	0,407
Afyonkarahisar	0,383	Hatay	0,401
Kırşehir	0,370	Kahramanmaraş	0,364
Aksaray	0,358	Aksaray	0,358
Kahramanmaraş	0,346	Kırşehir	0,352
Amasya	0,333	Amasya	0,302
Ordu	0,321	Ordu	0,302
Trabzon	0,309	Trabzon	0,302
Diyarbakır	0,296	Nevşehir	0,296
Nevşehir	0,284	Bingöl	0,296
Bingöl	0,272	Kilis	0,296
Çankırı	0,259	Diyarbakır	0,265
Kilis	0,247	Çankırı	0,259
Mardin	0,235	Sivas	0,210
Sivas	0,222	Zonguldak	0,210
Niğde	0,210	Mardin	0,204
Hakkari	0,198	Hakkari	0,204
Iğdır	0,185	Iğdır	0,204
Zonguldak	0,173	Niğde	0,198
Adıyaman	0,160	Adıyaman	0,160
Çorum	0,148	Tokat	0,136
Siirt	0,136	Çorum	0,123
Tokat	0,123	Siirt	0,111
Van	0,111	Bitlis	0,111
Kırıkkale	0,099	Kırıkkale	0,105
Bitlis	0,086	Erzurum	0,099
Erzurum	0,074	Van	0,068
Ardahan	0,062	Muş	0,062
Muş	0,049	Kars	0,043
Ağrı	0,037	Ardahan	0,037
Kars	0,025	Ağrı	0,037
Yozgat	0,012	Yozgat	0,031

EK-16. Gelişmişlik Düzeyi Endeksinde Kullanılan Kriterler

Ekonomik Gelişmişlik Kriterleri	Sosyal Gelişmişlik Kriterleri
Nüfus	Hava Kirliliği
Net Göç	Konut Sahipliği Oranı
Tahsil Edilen Vergi Gelirleri	Doktor Sayısı
Yatırım Teşvikleri	Hastane Sayısı
İSO 1000'deki İşletme Sayısı	Yatak Sayısı
İhracat 1000'deki İşletme Sayısı	Bebek Ölümleri
Elektrik Tüketimi	Sinema Seyircisi Sayısı
Kamyon Sayısı	Konut Satışları
Traktör Sayısı	Toplam Uçak İniş Kalkış Sayısı
İhracat	Havayolu Yolcu Sayısı
İthalat	Havayoluyla Taşınan Yük
Toplam Açılan İşletme Sayısı	Yenilikçilik
Tasarruf Mevcuatı	Lisans ve Ön Lisans Öğrenci Sayısı
Banka Şube Sayısı	Öğretim Üyesi Sayısı
Nakdi Krediler	ADSL Abone Sayısı
Takipteki Alacaklar Oranı	Sabit Hat Sayısı
Gayrinakdi Krediler	Mobil Telefon Sayısı
ATM Sayısı	
POS Sayısı	
Üye İş Yeri Sayısı	
İnteraktif Bankacılık Müşteri Sayısı	
Bitkisel Üretim	
Hayvansal Üretim	
Turizm	
Nüfus Yoğunluğu	
Nüfus Gelişimi	
15 Yaş Altı Nüfus Oranı	
Otomobil Sayısı	
İşgücüne Katılım Oranı	
İşsizlik Oranı	
Kamu Yatırımları	
Girişim Sayısı	

Kaynak: Gül, E., Çevik, B., (2015), “2013 Verileriyle Türkiye’de Şehirlerin Gelişmişlik Düzeyi Araştırması”, İktisadi Araştırmalar Bölümü, Türkiye İş Bankası A.Ş., s.7.

ÖZET

Yaratıcı şehirler, yaratıcı mesleklerde çalışan yaratıcı sınıfı kendisine çeken, eğitim düzeyi yüksek insanların yoğun olduğu, yüksek teknolojiye sahip, farklılıklara hoşgörülü şehirlerdir. Bu çalışmanın amacı da Türkiye'nin yaratıcı şehirlerinin belirlenmesi ve sıralanmasıdır. Yaratıcılık düzeylerinin belirlenmesinde Florida'nın gelişmişliğin de göstergesi olduğunu ileri sürdüğü teknoloji, yetenek (talent) ve tolerans endeksleri yani 3T kullanılmıştır. Teknoloji endeksinin girdileri yüksek teknolojiye sahip endüstriler, patent başvuru sayısı ve Ar-Ge yatırımları; yetenek endeksinin girdileri yaratıcı sınıf ve beşeri sermaye; tolerans endeksinin girdisi ise göçtür. Bu veriler ışığında, küresel yaratıcılık endeksinde kullanılan, endeks oluşturma yöntemi ile şehirlerin yaratıcılık düzeyleri hesaplanmıştır. Türkiye'nin yaratıcılık endeksinde birinci sırayı Ankara ve Kocaeli paylaşırken, Eskişehir ikinci, İstanbul üçüncü sırada yer almıştır. Ankara ve Kocaeli yaratıcı insanları cezbetme kapasitesi en yüksek iki il olarak karşımıza çıkmıştır. Sonuç olarak, şehirlerin yaratıcılık sıralamaları ve gelişmişlik düzeyleri arasındaki güçlü ilişki de yaratıcılığın neden günümüzün en önemli konularından biri haline geldiğini gözler önüne sermiştir.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcılık, Yaratıcı Ekonomi, Yaratıcı Şehir, Yaratıcılık Endeksi.

ABSTRACT

Creative cities are those which attract creative class working in creative jobs, densely contains high-educated people, have high-tech industries and tolerant to diversities. The aim of this study is the identification of the creative cities of Turkey and indexing them. Florida's 3T (technology, talent and tolerance), which were told as the indicators of development by him, was used for the identification of cities' levels of creativity. The inputs for technology index are high-tech industries, amount of patent applications and R&D investments, whereas they are creative class and human capital for talent index and immigration for tolerance. In the light of this data, cities' levels of creativity were calculated by using indexing method in Global Creativity Index. Winners are Ankara and Kocaeli, where Eskişehir is runner-up and İstanbul gets the third place in Turkey's creativity index. Ankara and Kocaeli comes forward as two cities which has the greatest capacity of attracting creative people. As a conclusion, the strong relationship between cities' creativity rankings and development levels reveals why the creativity, nowadays, becomes one of the most important subject.

Key Words: Creativity, Creative Economy, Creative City, Creativity Index.