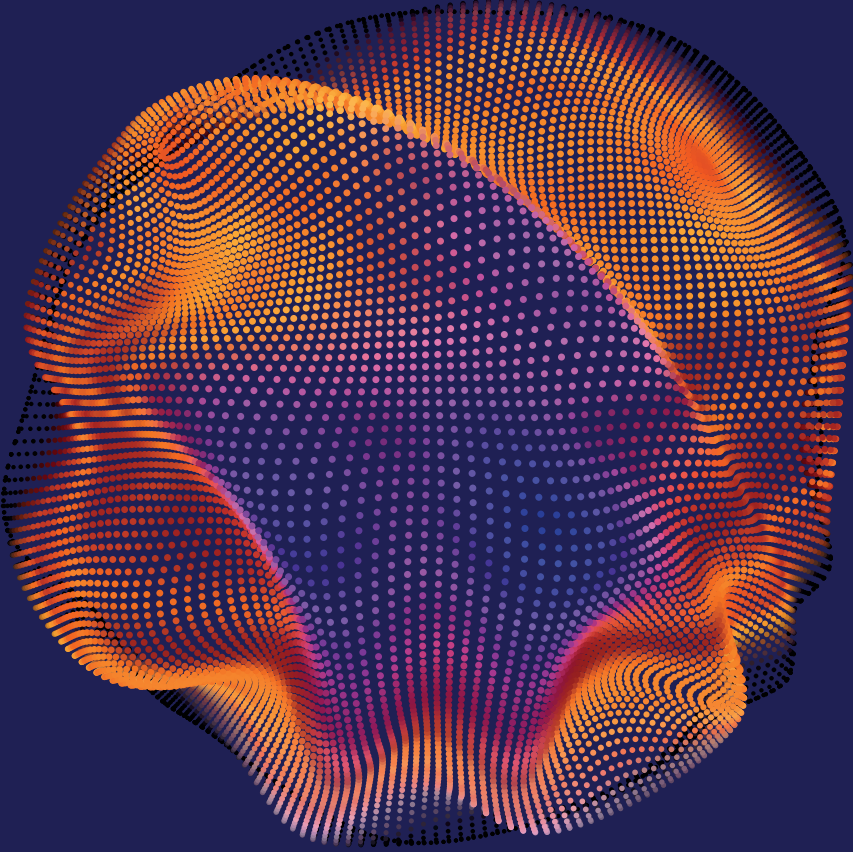


TÜRKİYE’NİN YENİLİKÇİ SINIFI

YARATICI SINIFIN KÜLTÜREL, BEŞERÎ VE SOSYAL SERMAYESİ,
YENİLİKÇİLİK VE GİRİŞİMCİLİK KAPASİTESİ İLE
TOLERANS VE MEKÂN TERCİHLERİ



PROF. DR. MEHMET CANSIZ

PROF. DR. NURİ YAVAN



Ankara Sanayi Odası

ISBN: 978-625-390-048-9

Türkiye'nin Yenilikçi Sınıfı: Yaratıcı Sınıfın Kültürel,
Beşerî ve Sosyal Sermayesi, Yenilikçilik ve Girişimcilik
Kapasitesi ile Tolerans ve Mekân Tercihleri

Sayı: 82

Eylül 2026

Mizanpaj ve Kapak Tasarımı

Yaşar Anıl ALBAYRAK

Nida Nisan GENÇ

Baskı

Emsal Matbaa Tanıtım Hizmetleri San. ve
Tic. Ltd. Şti.



*Bu yayının basımı Avrupa Birliği'nin mali desteği ile gerçekleştirilmiştir.
İçeriğin sorumluluğu yazarlara aittir.*

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER.....	VIII
TABLolar.....	X
ÖNSÖZ.....	XVI
1. GİRİŞ.....	01
1.1 Bağlam ve Önem.....	01
1.2 Problem/Sorun.....	12
1.3 Amaç ve Kapsam.....	16
1.4 Araştırma Tasarımı.....	19
1.5 Veri ve Yöntem.....	20
1.5.1 Örneklem.....	21
1.5.2 Analiz.....	25
2. KURAMSAL ÇERÇEVE.....	31
2.1 Sanayi Toplumundan Bilgi ve Dijital Topluma Geçiş.....	31
2.2 Yaratıcı Ekonomi, Yaratıcı Endüstriler.....	32
2.3 Kentsel ve Bölgesel Büyüme ile Yeniliğin Kaynakları.....	34
2.4 İktisadi Yaklaşım: Büyüme Modelleri ve Beşerî Sermaye Teorisi	35
2.5 Coğrafi Yaklaşım 1: Yığılma ve Kümelenme Teorisi	37
2.6 Sosyolojik Yaklaşım: Bourdieu'nun Sermaye Kuramı	40
2.6.1 Bourdieu'nun Eylem Teorisi: Habitus, Sermaye ve Alan.....	40
2.6.2 Putnam'ın Sosyal Sermaye Teorisi.....	46
2.7 Coğrafi Yaklaşım 2: Florida'nın Yaratıcı Sınıf Teorisi.....	48
2.7.1 Yaratıcı Sınıfın Tanımı ve Özellikleri.....	48
2.7.2 Yaratıcı Sınıf Teorisinin 3T'si: Teknoloji, Tolerans ve Yetenek.....	52
2.7.3 Yaratıcı Sınıf Teorisinin "Mekân"ı.....	55
2.7.4 Yaratıcı Sınıfın Ölçümü ve 3T Modeli Üzerine Ampirik Çalışmalar.....	56
2.8 Yaratıcı Sınıfın Kısa Muhasebesi ve "Yaratıcı Kentler" Politikası.....	62

3. YENİLİKÇİ SINIFIN ÇALIŞTIĞI FİRMALARIN ÖZELLİKLERİ.....	67
3.1 Firmaların Demografik Özellikleri.....	67
3.2 Firmaların Uluslararasılaşma ve Ar-Ge Kapasitesi.....	71
3.3 Nitel Katılımcıların Çalıştıkları Firmaların Özellikleri.....	72
3.4 Sanayi ve Teknoloji Bölgelerine Göre Firmaların ve Ar-Ge Çalışanlarının Özellikleri	75
4. KÜLTÜREL SERMAYE.....	83
4.1 Demografik Özellikler.....	83
4.2 Ar-Ge Çalışanlarının Ailelerinin Özellikleri.....	85
4.3 Köken ve Yaşanılan Yerler.....	89
4.4 Sosyal ve Kültürel Faaliyetler.....	94
4.5 Bölüm Sonu Değerlendirmesi.....	98
5. BEŞERİ SERMAYE.....	101
5.1 Eğitim.....	101
5.2 Tecrübe.....	105
5.3 Bölüm Sonu Değerlendirmesi.....	111
6. SOSYAL SERMAYE.....	113
6.1 Güven.....	114
6.2 Network ve Etkili Çevre.....	120
6.3 Bölüm Sonu Değerlendirmesi.....	127
7. EKONOMİK SERMAYE.....	131
7.1 Birikim.....	131
7.2 Ücret/Gelir.....	132
7.3 Bölüm Sonu Değerlendirmesi.....	135
8. TEKNOLOJİ.....	137
8.1 Ar-Ge Çalışanlarının Yenilikçilik Eğilimleri: Nicel Analiz.....	137
8.2 Ar-Ge Çalışanlarının Teknoloji ve Yenilikçilik Özellikleri: Nitel Perspektif.....	149

8.3 Teknolojik Özellikler: Yenilikçi İnsanların Özellikleri.....	150
8.3.1 Yenilik Anlayışı.....	152
8.3.2 Yenilikçi Davranış Biçimleri.....	153
8.3.3 Sahip Oldukları Sermaye.....	154
8.4 Teknoloji Üretim Davranışı: Öz Değerlendirme Yenilikçi mi?.....	154
8.4.1 Yenilikçi Davranış Biçimleri.....	156
8.4.2 Yenilikçi Tipler.....	156
8.4.3 Sahip Oldukları Sermayeler.....	157
8.4.4 Firma Koşulları.....	158
8.4.5 Ekosistemin Koşulları.....	159
8.5 Teknolojik Gelişmenin Sürdürülebilirliği: Yenilikçiliği Etkileyen Şartlar	159
8.5.1 Bireysel Kapasite.....	160
8.5.2 Firmanın İmkânları.....	161
8.5.3 Ekosistemin İmkânları.....	163
8.6 Teknolojinin Takibi: Yenilikleri İzleme Süreçleri.....	165
8.7 Bölüm Sonu Değerlendirmesi.....	168
9. YETENEK.....	173
9.1 Kültürel Sermayenin Etkileri.....	176
9.1.1 Aile Yapısı.....	177
9.1.2 Yaşanılan Yerler.....	178
9.2 Eğitimin Etkileri.....	178
9.3 Sosyal Sermayenin Etkileri.....	179
9.3.1 Sosyal Çevre ve İş Çevresi.....	180
9.3.2 Siyasi Çevre ve Bürokratik Çevre.....	180
9.4 İş Yerinin Etkileri.....	181
9.4.1 Çalışma Ortamı.....	181

9.4.2 Yenilik Kapasitesi.....	182
9.5 İş Yeri Bölgesinin Etkileri.....	184
9.5.1 Mekânsal İmkânlar.....	184
9.5.2 Kümelenme Avantajları: İş Birliği, Bilgi ve Tecrübe Paylaşımı.....	186
9.6 Kentin Etkileri.....	189
9.6.1 Sosyal ve Kültürel Koşullar.....	189
9.6.2 Ekonomik (Büyüklik/Çeşitlilik) Altyapı ve İmkânlar.....	191
9.6.3 Girişimcilik ve Yenilik Kapasitesi.....	193
9.7 Bölüm Sonu Değerlendirmesi.....	194
10. TOLERANS.....	199
10.1 Ar-Ge Çalışanlarının Tolerans Düzeyi.....	199
10.2 Kültürel Sermayenin Etkileri.....	202
10.2.1 Yaşanılan Yerler.....	203
10.3 Eğitimin Etkileri.....	204
10.4 Sosyal Sermayenin Etkileri.....	205
10.5 İş Yerinin Etkileri.....	207
10.6 İş Yeri Bölgesinin Etkileri.....	209
10.7 Kentin Etkileri.....	212
10.8 Bölüm Sonu Değerlendirmesi.....	214
11. GİRİŞİMCİLİK.....	219
11.1 Ar-Ge Çalışanlarının Girişimcilik Özellikleri: Nicel Analiz.....	220
11.2 Ar-Ge Çalışanlarının Girişimcilik Eğilimleri: Nitel Perspektif.....	223
11.3 Girişimcilik Algısı.....	225
11.4 Kendini Girişimci Olarak Görme.....	227
11.5 İş Yerinin Etkileri.....	230
11.6 İş Yeri Bölgesinin Etkileri.....	231

11.7 Kentin Etkileri.....	233
11.8 Bölüm Sonu Değerlendirmesi.....	236
12. GÖÇ.....	241
12.1 İç Göç: Yurtiçi Hareketlilik Eğilimi.....	242
12.2 İç Göç: Nicel Analiz.....	242
12.3 İç Göç: Nitel Perspektif.....	248
12.3.1 Kentin Etkileri.....	250
12.3.2 İş Yerin Etkileri.....	253
12.3.3 İş Yeri Bölgesinin Etkileri.....	253
12.3.4 Bireysel Etkenler.....	254
12.3.5 Yüksek Ücret Verilmesi Durumunda İç Göç.....	255
12.4 Dış Göç: Yurtdışında Yaşama ve Çalışma.....	257
12.5 Dış Göç: Nicel Analiz.....	258
12.6 Dış Göç: Nitel Perspektif.....	266
12.7 Bölüm Sonu Değerlendirmesi.....	269
13. TOPLUMSAL CİNSİYET.....	275
13.1 Ar-Ge Çalışanlarının Toplumsal Cinsiyet Yaklaşımları: Nicel Analiz.....	276
13.2 Ar-Ge Çalışanlarının İş Hayatında Toplumsal Cinsiyet: Nitel Perspektif.....	282
13.3 Çalışma Hayatına İlişkin Deneyimler.....	284
13.4 Kadın ve Erkeklerin Çalışma Hayatındaki Eşitlik Durumu.....	287
13.5 İş Yerin Etkileri	288
13.6 İş Yeri Bölgesinin Etkileri	289
13.7 Kentin Etkileri.....	290
13.8 Bölüm Sonu Değerlendirmesi.....	291
14. ÇALIŞMA HAYATI.....	297
14.1 Ar-Ge Çalışanlarının İş ve Çalışma Hayatı: Nicel Analiz.....	299

14.1.1 Firma Yönetimi.....	299
14.1.2 Yeni İş Arayışı.....	306
14.1.3 Ar-Ge Çalışanlarının İş Yaşamındaki Duygu Durumları.....	314
14.2 Ar-Ge Çalışanlarının Çalışma Hayatındaki Duygu Durumları: Nitel Perspektif.....	318
14.2.1 İş Yerindeki Stres Düzeyi ve Etkileri.....	320
14.3 Başarısızlık ve İş Kaybetme Korkusu.....	322
14.4 Bölüm Sonu Değerlendirmesi.....	325
15. MEKÂN.....	329
15.1 Florida'nın Yaratıcı Sınıf Kuramında Mekân.....	329
15.2 Yenilikçi Sınıf Araştırmasında Mekânın Analizi.....	332
15.3 Mekânsal Analizin Üç Boyutu/Ölçeği: Kent, Bölge ve İşyeri.....	334
15.4 Kent: Nicel Analiz.....	335
15.5 Kent: Nitel Perspektif.....	338
15.6 Bölge: Nicel Analiz.....	342
15.7 Bölge: Nitel Perspektif.....	346
15.8 İş Yeri: Nicel Analiz.....	349
15.9 İş Yeri: Nitel Perspektif.....	353
15.10 Bölüm Sonu Değerlendirmesi.....	361
16. SONUÇ VE POLİTİKA ÖNERİLERİ	365
KAYNAKÇA.....	395
EKLER.....	415
EK 1: Yenilikçi Sınıf Araştırması Anket Soruları.....	415
EK 2: Yenilikçi Sınıf Araştırması Derinlemesine Görüşme (Mülakat) Soruları.....	432

ŞEKİLLER

Şekil 1.1: Yaratıcı Sınıf Üzerine En Fazla Uluslararası Yayın Yapan İlk 10 Disiplin.....	08
Şekil 1.2: Yaratıcı Sınıf Üzerine Yayımlanan Uluslararası Makalelerin ve Alınan Atıfların Sayısı	08
Şekil 1.3: Küresel Yaratıcılık İndeksinin Coğrafi Dağılımı, 2015.....	13
Şekil 1.4: Kod Sisteminin Dağılımı.....	26
Şekil 2.1: Bourdieu'nun Eylem Kuramının Kavramsal Bileşenleri.....	40
Şekil 2.2: Sermaye Türleri ve İlişkisel Gösterimi.....	43
Şekil 2.3: Yaratıcı Sınıf ve Ortak Değerleri.....	51
Şekil 2.4: Kentsel ve Bölgesel Ekonomik Büyümenin Bileşenleri: 3T.....	52
Şekil 2.5: Kentsel ve Bölgesel Kalkınmanın 4.T'si Olarak Yer/Mekân ve Mekânın Nitelikleri.....	56
Şekil 2.6: Yaratıcı Sınıf Teorisinin Test Edilmesinde Kullanılan Değişkenler.....	57
Şekil 2.7: Küresel Ölçekte Teknoloji Düzeyinin Coğrafi Dağılımı, 2015.....	59
Şekil 2.8: Dünyadaki Yaratıcı Sınıfın Küresel Ölçekte Coğrafi Dağılımı, 2015.....	60
Şekil 2.9: Küresel Ölçekte Tolerans Düzeyinin Coğrafi Dağılımı, 2015.....	62
Şekil 2.10: Yaratıcı Şehirler.....	64
Şekil 3.1: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Kentler.....	68
Şekil 4.1: Ar-Ge Çalışanlarının Anne ve Babalarının Eğitim Düzeyi.....	85
Şekil 4.2: Ar-Ge Çalışanlarının Anne ve Babalarının Mesleği.....	89
Şekil 4.3: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Bölge ve Konuma Göre İş Yaşamında Mutluluk Düzeyi.....	98
Şekil 6.1: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Bölgelere Göre Üniversitelere/Akademisyenlere Güven.....	118
Şekil 7.1: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Bölgeye Göre Ekonomik Sermaye.....	132
Şekil 7.2: Bölgelere Göre Ücret Memnuniyet Düzeyi.....	134
Şekil 7.3: Daha Yüksek Ücret ile Daha Az Gelişmiş Kentlerde Çalışma İsteği.....	134
Şekil 8.1: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Bölge ve Konuma Göre Yenilikçilik.....	138
Şekil 8.2:Firma Bölgelerine Göre İş Çevresinden Beslenme.....	141
Şekil 8.3: Firma Bölgelerine göre Kamu ve Kamu Araştırma Merkezlerinden Beslenme..	143
Şekil 8.4: Firma Bölgelerine Göre Dünyayı Akademik Araştırmalardan Takip.....	148
Şekil 8.5: Yenilik ve Yenilikçilik: Nitel Araştırmanın Tasarımı.....	150
Şekil 8.6: Teknolojiye İlişkin Kodların Genel Dağılımı.....	151
Şekil 8.7: Yenilikçi İnsanların Özellikleri.....	152
Şekil 8.8: Öz Değerlendirme Yenilikçi mi? Neden?.....	155
Şekil 8.9: Yenilikçiliği Korumak ve Geliştirmek.....	160
Şekil 8.10: Yenilik ve Teknoloji Takibi.....	167
Şekil 9.1: Yetenek, Teknoloji ve Yenilik Kapasitesine Etki: Nitel Tasarım.....	174

Şekil 9.2: Yeteneğe İlişkin Kodların Genel Dağılımı.....	175
Şekil 9.3: Kültürel Sermayenin Yeteneğe Etkisi.....	176
Şekil 9.4: Eğitimin Yeteneğe Etkisi.....	179
Şekil 9.5: Sosyal Sermayenin Yeteneğe Etkisi.....	180
Şekil 9.6: İş Yerin Yeteneğe Etkisi.....	181
Şekil 9.7: Çalışılan İş Yeri Bölgesinin Yeteneğe Etkisi.....	185
Şekil 9.8: Yaşanılan Kentin Yeteneğe Etkisi.....	190
Şekil 10.1: Toleransı Etkileyen Faktörler.....	200
Şekil 10.2: Toleransa İlişkin Kodların Genel Dağılımı.....	201
Şekil 10.3: Kültürel Sermayenin Toleransa Etkisi.....	203
Şekil 10.4: Eğitimin Toleransa Etkileri.....	205
Şekil 10.5: Sosyal Sermayenin Toleransa Etkisi.....	206
Şekil 10.6: İş Yerin Toleransa Etkisi.....	207
Şekil 10.7 İş Yeri Bölgesinin Toleransa Etkisi.....	210
Şekil 10.8: Kentin Toleransa Etkisi.....	213
Şekil 11.1: Ar-Ge Çalışanlarının Girişimcilik Eğilimi ve Etki Eden Faktörler: Nitel Tasarım.....	223
Şekil 11.2: Girişimciliğe İlişkin Kodların Genel Dağılımı.....	224
Şekil 11.3: Girişimciliğe Yaklaşım.....	225
Şekil 11.4: Gelecekte Kendini Girişimci Olarak Görme ve Nedenleri.....	228
Şekil 11.5: İş Yerin Girişimciliğe Etkisi.....	230
Şekil 11.6: İş Yeri Bölgesinin Girişimciliğe Etkisi.....	232
Şekil 11.7: Kentin Girişimciliğe Etkisi.....	234
Şekil 12.1: Yenilikçi Sınıfın Göç Eğilimleri: Tasarım.....	248
Şekil 12.2: Göçe İlişkin Kodların Genel Dağılımı.....	249
Şekil 12.3: Yenilikçi Sınıfın İç Göç Eğilimi.....	251
Şekil 12.4: Yüksek Ücret Karşılığında Az Gelişmiş Kente Göç.....	255
Şekil 12.5: Yurtdışına Göç Eğilimi.....	261
Şekil 12.6: Yenilikçi Sınıfın Dış Göç Eğilim.....	267
Şekil 13.1: Çalışma Hayatında Toplumsal Cinsiyet: Nitel Tasarım.....	282
Şekil 13.2: Toplumsal Cinsiyete İlişkin Kodların Genel Dağılımı.....	283
Şekil 13.3: Çalışma Hayatında Cinsiyet Eşitliğine İlişkin Deneyimler.....	285
Şekil 13.4: İş Hayatında Kadın Erkek Eşitliği.....	288
Şekil 13.5: İş Yerinde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği.....	289
Şekil 13.6: İş Yeri Bölgesinin Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Etkisi.....	290
Şekil 13.7: Kentin Toplumsal Cinsiyete Etkisi.....	291
Şekil 14.1: Çalışma Hayatındaki Duygu Durumları: Nitel Tasarım.....	318
Şekil 14.2: Çalışma Hayatına İlişkin Kodların Genel Dağılımı.....	319

Şekil 14.3: İş Yerindeki Stres Düzeyi ve Etkileri.....	321
Şekil 14.4: Başarısızlık ve İş Kaybetme Korkusu Etkileri.....	323
Şekil 15.1: Florida'nın 4T'li Yaratıcı Sınıf Teorisi: Bölgesel Ekonomik Kalkınmanın 4T'si Kuramı.....	330
Şekil 15.2: Mekânsal Etkilerin Analiz Edilmesinde Kullanılan Nitel Araştırma Tasarımı.....	335
Şekil 15.3: Kentlerin Yenilikçi Sınıf Üzerindeki Etkileri.....	339
Şekil 15.4: Kentin Yaratıcı Sınıfın Farklı Özellikleri Üzerindeki Etkileri.....	340
Şekil 15.5: İşyeri Bölgesinin Yenilikçi Sınıf Üzerindeki Etkileri.....	346
Şekil 15.6: İşyeri Bölgesinin Yaratıcı Sınıfın Farklı Özellikleri Üzerindeki Etkileri.....	348
Şekil 15.7: İşyerinin Yenilikçi Sınıf Üzerindeki Etkileri.....	353
Şekil 15.8: İşyerinin Yaratıcı Sınıfın Farklı Özellikleri Üzerindeki Etkileri.....	355
Şekil 15.9: İllere Göre İşyerinin, İş Bölgesinin ve Kentin Yaratıcı Sınıfın Farklı Özellikleri Üzerindeki Etkileri.....	358
Şekil 15.10: Kentlere Gruplarına Göre İşyerinin, İş Bölgesinin ve Kentin Yaratıcı Sınıfın Farklı Özellikleri Üzerindeki Etkileri.....	359
Şekil 15.11: Kentiçi İşyeri Bölgelerine Göre İşyerinin, İş Bölgesinin ve Kentin Yaratıcı Sınıfın Farklı Özellikleri Üzerindeki Etkileri.....	360
Şekil 15.12: Mekânın Kent, İşyeri Bölgesi ve İşyeri/Firma Ölçeğinde Etkisi.....	362

TABLOLAR

Tablo 1.1: Türkiye'nin Küresel Teknoloji, Yetenek ve Tolerans Endeksindeki Sırası.....	14
Tablo 1.2: Tasarım ve Tamamlanan Anket ve Mülakat Sayıları.....	21
Tablo 1.3: Firma Tipi.....	22
Tablo 1.4: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Mekânlar.....	22
Tablo 1.5: Firmaların Ölçeği: Teknoparklar (Çalışan Sayısı).....	23
Tablo 1.6: Firma Ölçeği: Ar-Ge Merkezleri (Çalışan Sayısı).....	23
Tablo 1.7: Firma Ölçeği: Tasarım Merkezleri (Çalışan Sayısı).....	23
Tablo 1.8: Ar-Ge Çalışanlarının Cinsiyeti.....	24
Tablo 1.9: Ar-Ge Çalışanlarının Yaşı.....	24
Tablo 1.10: Ar-Ge Çalışanlarının Eğitimi.....	24
Tablo 1.11: Ar-Ge Çalışanlarının Yöneticilik Durumu.....	25
Tablo 2.1 Yaratıcı Sınıf 'ın İki Büyük Mesleki Bileşeni/Grubu.....	49
Tablo 2.2 Yaratıcı Sınıf Teorisi ve 3T Modelinin Test Edilmesinde Kullanılan Gösterge ve Değişkenler.....	58
Tablo 3.1 Firma Türü.....	67
Tablo 3.2: Firmanın Ar-Ge/Tasarım Merkezi/Teknoparkta Faaliyet Gösterme Süresi.....	67
Tablo 3.3: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Kentler.....	68

Tablo 3.4: Firmaların Coğrafi Konumu.....	68
Tablo 3.5: Firmaların Ortaklık Yapısı.....	69
Tablo 3.6: Firma Ölçekleri ve Çalışan Sayısı.....	69
Tablo 3.7: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Sektörler.....	70
Tablo 3.8 Aile Şirketi.....	70
Tablo 3.9: Firmaların Yöneticilerinin Profesyonel Olma Durumu.....	70
Tablo 3.10 Kurumsal Firma.....	71
Tablo 3.11 Firmanların Farklı Ülkelere Yatırım Oranı.....	71
Tablo 3.12 Firmaların İhracat Oranı.....	71
Tablo 3.13: Firmaların Patent Oranı.....	71
Tablo 3.14: Patenti Olan Firmaların Patent Sayısı.....	72
Tablo 3.15 Yeni Patent Başvurusu.....	72
Tablo 3.16: Firmaların Genel Özellikleri.....	73
Tablo 3.17: Firmaların Ölçek Grubu.....	74
Tablo 3.18: Bölgelerdeki Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	76
Tablo 3.19: Bölgelerdeki Çalışanların Mezun Oldukları Bölüm.....	77
Tablo 3.20 : Bölgelerdeki Katılımcıların İşe Yönelik Özellikleri.....	78
Tablo 3.21: Çalışılan Firma Özelliklerinin Bölgelere Göre Dağılımı.....	79
Tablo 3.22: Bölgelerin İl Tipine Göre Dağılımı.....	80
Tablo 3.23: Firmaların Ölçekleri.....	81
Tablo 4.1: Ar-Ge Çalışanlarının Cinsiyetleri.....	83
Tablo 4.2: Ar-Ge Çalışanlarının Yaşları.....	84
Tablo 4.3: Ar-Ge Çalışanlarının Medeni Durumu ve Çocuk Sahipliği.....	84
Tablo 4.4 Nitel Katılımcıların Demografik Özellikleri.....	85
Tablo 4.5: Ar-Ge Çalışanlarının Eğitimi ve Anne Eğitim Düzeyi.....	86
Tablo 4.6: Ar-Ge Çalışanlarının Eğitimi ve Baba Eğitim Düzeyi.....	87
Tablo 4.7 Nitel Katılımcıların Ailelerinin Özellikleri: İş/Meslek Durumu ve Anne-Baba Eğitim Düzeyi.....	88
Tablo 4.8: Katılımcıların Yaşadıkları Yerler: Metropoller.....	90
Tablo 4.9: Katılımcıların Yaşadıkları Yerler: Hinterlandlar.....	92
Tablo 4.10: Katılımcıların Yaşadıkları Yerler: Yeni Sanayi Odakları.....	93
Tablo 4.11 Nitel Katılımcıların Doğdukları, Okudukları ve Yaşadıkları Kentler.....	94
Tablo 4.12: Sosyal Faaliyetler.....	95
Tablo 4.13: Spor ve Sanat İcra Etme.....	96
Tablo 4.14: Yurtdışı Tatil (Yıl).....	97
Tablo 4.15: Mutluluk.....	97
Tablo 5.1: Eğitim Düzeyi.....	101
Tablo 5.2: Kent Gruplarına Göre Eğitim Düzeyi.....	102

Tablo 5.3: Yurtdışı Eğitim Tecrübesi ve Düzeyleri.....	103
Tablo 5.4: Mezun Olunan Üniversite (Ankara ve İstanbul).....	103
Tablo 5.5: Mezun Olunan Alan.....	104
Tablo 5.6: Mezun Olunan Bölüm.....	104
Tablo 5.7: Yabancı Dil Bilgisi.....	105
Tablo 5.8: Yabancı Diller.....	105
Tablo 5.9: Üniversite Öğrencisiyken Ar-Ge ve Yenilik İş Tecrübesi.....	105
Tablo 5.10: Üniversite Öğrencisiyken Ar-Ge ve Yenilik İş Tecrübesi Süresi.....	106
Tablo 5.11: Üniversite Eğitiminin Tamamlandığı Yıllar.....	106
Tablo 5.12: Üniversite Mezuniyetinden Sonra Toplam İş Sayısı.....	106
Tablo 5.13: Değiştirilen İş Sayısının Değişkenlere Göre Farklılığı.....	107
Tablo 5.14: Üniversite Mezuniyetinden Sonra Çalışma Süresi.....	108
Tablo 5.15: Üniversite Mezuniyetinden Sonra Çalışma Hayatında ve Dışında Kalma Süreleri.....	108
Tablo 5.16: Mevcut ve Önceki İşlerde Çalışma Süreleri.....	109
Tablo 5.17: Yurt Dışı Çalışma Deneyimi.....	110
Tablo 5.18: Yurt Dışı Çalışma Süresi.....	110
Tablo 5.19: Yurt Dışında Çalışılan Ülkeler.....	110
Tablo 5.20: Yöneticilik Durumu.....	110
Tablo 5.21: Yöneticilik Düzeyi.....	110
Tablo 6.1: Güven: İş Dünyası ve Firma Çalışanları.....	115
Tablo 6.2: Firma Çalışanları Arasındaki Güvenin Bazı Değişkenlere Göre Dağılımı.....	116
Tablo 6.3: Güven: Kurumlar.....	117
Tablo 6.4: STK'lara ve Sendikalara Üyelik.....	117
Tablo 6.5: Siyaset ve Bürokrasiye Güvenin Bazı Değişkenlere Göre Dağılımı.....	119
Tablo 6.6: Sosyal Sermaye Kapasitesi.....	120
Tablo 6.7: Sosyal Çevreye En Fazla Katkı Sağlayanlar.....	121
Tablo 6.8: İş Çevresine En Fazla Katkı Sağlayanlar.....	123
Tablo 6.9: Bürokratik Çevreye En Fazla Katkı Sağlayanlar.....	124
Tablo 6.10: Siyasi Çevreye En Fazla Katkı Sağlayanlar.....	125
Tablo 6.11: Yurtdışı Çevresine En Fazla Katkı Sağlayan.....	126
Tablo 6.12: Yurtdışında Edinilen Etkili Çevrenin Bazı Değişkenlere Göre Değişimi.....	127
Tablo 7.1: Ekonomik Birikim.....	131
Tablo 7.2: Aylık Ücret.....	132
Tablo 7.3: Ücret Memnuniyet Düzeyi.....	133
Tablo 8.1: Yenilikçilik.....	138
Tablo 8.2: İşleri Sürekli Daha Nitelikli ve Verimli Yapmak İçin Araştırma Yapmanın Değişkenlere Göre Farklılığı.....	139

Tablo 8.3: Yenilikçi Düşünme, Tartışma ve Eyleme Geçmenin	
Değişkenlere Göre Farklılığı.....	140
Tablo 8.4: Karşılaşılan Teknoloji/Yenilikle İş Arasında Bağlantı Kurma ve	
Eyleme Geçmenin Değişkenlere Göre Farklılığı.....	140
Tablo 8.5: Yenilikçi ve Yaratıcı Düşüncenin Beslendiği Kaynaklar-I.....	141
Tablo 8.6: Yenilikçi ve Yaratıcı Düşüncenin Beslendiği Kaynaklar-II.....	142
Tablo 8.7: Akademik Araştırmalardan Beslenme.....	143
Tablo 8.8: Üniversite ve Araştırma Merkezlerinden Beslenme.....	143
Tablo 8.9: Kurs, Seminer, Kongre ve Eğitim Faaliyetlerden Beslenme.....	144
Tablo 8.10: Yenilikçi ve Yaratıcı Düşüncenin Beslendiği Kaynaklar-III.....	144
Tablo 8.11: Müşterilerden Beslenme.....	145
Tablo 8.12: Teknoloji Takibi.....	145
Tablo 8.13: Teknoloji Takibi-Girişimcilik Tecrübesi.....	145
Tablo 8.14: Dünyadaki Gelişmeleri Takip-I.....	146
Tablo 8.15: Dünyayı Akademik Araştırmalardan Takip Etme.....	147
Tablo 8.16: Dünyayı Firmaların Açık İnovasyon Faaliyetlerinden Takip Etme.....	148
Tablo 8.17: Dünyadaki Gelişmeleri Takip-II.....	149
Tablo 8.18: Dünyayı Sosyal Medyadan Takip.....	149
Tablo 10.1: Ar-Ge Çalışanlarının Tolerans Düzeyi.....	200
Tablo 10.2: Yenilikçi Sınıfın Toleransa İlişkin Görüşlerinin Ortalama Değeri.....	202
Tablo 11.1: Girişimcilik Tecrübesi.....	221
Tablo 11.2: Girişimcilik Özellikleri.....	221
Tablo 11.3: Girişimcilik Özelliklerine Sahip Olanların Değişkenlere Göre Farklılığı.....	221
Tablo 11.4: Gelecekte Girişimcilik Eğilimi.....	222
Tablo 11.5: Gelecekte Kendi İşinin Patronu Olmak İsteme.....	222
Tablo 12.1: Daha Yüksek Bir Ücret ile Daha Az Gelişmiş Kentlerde Çalışmak İsterim.....	242
Tablo 12.2: Daha Az Gelişmiş Kentlere Göçte Eğitim ve Yönetici Düzeyi.....	243
Tablo 12.3: Daha Gelişmiş Kentlerde Daha Başarılı Olurum.....	244
Tablo 12.4: Firma Türü: Daha Gelişmiş Kentlerde Daha Başarılı Olurum.....	245
Tablo 12.5: İl Grupları: Daha Gelişmiş Kentlerde Daha Başarılı Olurum.....	245
Tablo 12.6: Cinsiyet ve Yaş: Daha Gelişmiş Kentlerde Daha Başarılı Olurum.....	245
Tablo 12.7: Daha Gelişmiş Kentlerde Çalışmak İsterim.....	246
Tablo 12.8: Daha Gelişmiş Kentlerde Çalışmak İsterim.....	246
Tablo 12.9: Aktif Olarak Daha Gelişmiş Kentlerde İş Ararım.....	247
Tablo 12.10: Aktif Olarak Türkiye’de Daha Gelişmiş Kentlerde İş Ararım.....	247
Tablo 12.11: Yurtdışında Daha Başarılı Olurum.....	258
Tablo 12.12: Yurtdışında Daha Başarılı Olurum: Demografik Farklılıklar.....	259
Tablo 12.13: Yurtdışında Çalışmak İsterim.....	259

Tablo 12.14: Yurtdışında Çalışmak İsterim: Yaş ve Medeni Durum.....	260
Tablo 12.15: Yurtdışında Çalışmak İsterim: Yönetici ve Düzey Farklılığı.....	260
Tablo 12.16: Aktif Olarak Yurtdışında İş Arama.....	260
Tablo 12.17: Aktif Olarak Yurtdışında İş Ararım: Eğitim ve Yaş Farklılığı.....	261
Tablo 12.18: Yurtdışına Göç Edilmesi Durumunda Tercih Edilecek Bölge.....	262
Tablo 12.19: İtme Koşulları: Ekonomi ve Eğitim.....	263
Tablo 12.20: İtme Koşulları: Özel Sektör ve Yenilik.....	263
Tablo 12.21: İtme Koşulları: Kamu, Adalet ve Siyaset ve STK'lar.....	264
Tablo 12.22: İtme Koşulları: Sosyal ve Kültür Yapı.....	265
Tablo 13.1: İş Yerinde Kadınlarla Erkeklerle Eşit Davranılmakta.....	277
Tablo 13.2: İş Yerinde Kadınlarla Erkeklerle Eşit Davranılmakta Önermesinin Mekânsal Dağılımı.....	278
Tablo 13.3: Kadın Terfi Almak İçin Erkekten Daha İyi Performans Göstermek Zorunda.....	278
Tablo 13.4: Kadın Terfi Almak İçin Erkekten Daha İyi Performans Göstermek Zorunda Olması Konusunda Kent ve Firma Tipine Göre Değişim.....	279
Tablo 13.5: Aynı İşe Girebilmek İçin Erkek Kadından Daha Fazla Şansa Sahip.....	279
Tablo 13.6: Aynı İşe Girebilmek İçin Erkek Kadından Daha Fazla Şansa Sahip Önermesinin Mekânsal Dağılımı.....	280
Tablo 13.7: Kadın ve Erkek Yöneticilik İçin Eşit Derecede Uygundur.....	280
Tablo 13.8: Kadın ve Erkek Aynı İş Eşit Ölçüde Gerçekleştirir.....	281
Tablo 13.9: Kadın ve Erkek Aynı İş Eşit Ölçüde Gerçekleştirir Önermesinin Mekânsal Dağılımı.....	281
Tablo 14.1: Firmaya İlişkin Görüşler: Yönetimin İşe Sürekli Müdahale Etmesi.....	300
Tablo 14.2: Firmaya İlişkin Görüşler: Çalışanların Yenilikçi Olmasını Teşvik Eder.....	301
Tablo 14.3: Firmaya İlişkin Görüşler: Çalışanların Girişimci Olmasını Teşvik Eder.....	302
Tablo 14.4: Girişimciliği Desteklemenin Firma Çeşitliliğine Göre Farklılığı.....	303
Tablo 14.5: Girişimciliği Desteklemenin Mekânsal Dağılımı.....	303
Tablo 14.6: Firmaya İlişkin Görüşler: Mesleki Yeteneklerin Geliştirmesine İmkân Sağlama.....	304
Tablo 14.7: Firmaya İlişkin Görüşler: Liyakat ve Başarıya Önem Verme.....	305
Tablo 14.8: Firmaya İlişkin Görüşler: Farklı Özelliklere ve Yaşamlara Saygı Duyma.....	305
Tablo 14.9: Farklı Özelliklere ve Yaşam Tarzlarına Saygının Mekânsal Dağılımı.....	306
Tablo 14.10: Sürekli İş Arayışı.....	306
Tablo 14.11: Kamuda Çalışma İsteği.....	307
Tablo 14.12: Kamuda Çalışmayı İsteme.....	308
Tablo 14.13: Yeni Bir İş Teklifini Değerlendirme Kriterleri I.....	309
Tablo 14.14: Ücret ve Sosyal Haklara Verilen Önemin Bölgelere Göre Dağılımı.....	310

Tablo 14.15: Yeni Bir İş Teklifini Değerlendirme Kriterleri II.....	311
Tablo 14.16: Yeni Bir İş Teklifini Değerlendirme Kriterleri III.....	312
Tablo 14.17: İşyerinde Başarısız Olmaktan Korkuyorum İfadesine İlişkin Görüşler.....	314
Tablo 14.18: İşsiz Kalmaktan Korkuyorum İfadesine İlişkin Görüşler.....	315
Tablo 14.19: İşteki Stres Psikolojik Durumumu Olumsuz Etkiliyor İfadesine İlişkin Görüşler.....	316
Tablo 14.20: Çalışma Hayatında Çeşitli Değişkenlere Göre Farklılaşan Duygular.....	317
Tablo 15.1: Kentin Etkileri: Tolerans ile Sosyal ve Kültürel Faaliyetler.....	336
Tablo 15.2: Kentin Etkileri: Yenilikçilik, Girişimcilik ve Mesleki Beceri.....	337
Tablo 15.3: Kentin Etkisi: Tolerans, Yenilikçilik, Girişimcilik, Mesleki Beceri ile Sosyal ve Kültürel Faaliyetler.....	338
Tablo 15.4: Kentin Yaratıcı Sınıfın Teknoloji, Yetenek, Tolerans ve Girişimcilik Düzeyine Etkisi.....	341
Tablo 15.5: İş Yeri Bölgesinin Etkileri: Tolerans ile Sosyal ve Kültürel Faaliyetler.....	343
Tablo 15.6: İş Yeri Bölgesinin Etkileri: Yenilikçilik, Girişimcilik ve Mesleki Beceri.....	344
Tablo 15.7: İşyeri Bölgesinin Etkisi: Tolerans, Yenilikçilik, Girişimcilik, Mesleki Beceri ile Sosyal ve Kültürel Faaliyetler.....	345
Tablo 15.8: İşyeri Bölgesinin Yaratıcı Sınıfın Teknoloji, Yetenek, Tolerans ve Girişimcilik Düzeyine Etkisi.....	349
Tablo 15.9: İşyerinin Etkisi: Tolerans ile Sosyal ve Kültürel Faaliyetler.....	350
Tablo 15.10: İşyerinin Etkisi: Yenilikçilik, Girişimcilik ve Mesleki Beceri.....	351
Tablo 15.11: İşyerinin Etkisi: Tolerans, Yenilikçilik, Girişimcilik, Mesleki Beceri ile Sosyal ve Kültürel Faaliyetler.....	352
Tablo 15.12: İşyerinin Yaratıcı Sınıfın Teknoloji, Yetenek, Tolerans ve Girişimcilik Düzeyine Etkisi.....	356
Tablo 15.13: İşyerinin, Kentin ve İş Bölgesinin Yaratıcı Sınıfın Teknoloji, Yetenek, Tolerans ve Girişimcilik Düzeyine Etkisinin Karşılaştırılması.....	361

ÖNSÖZ



Günümüz ekonomik düzeninde rekabetin doğası, köklü bir dönüşüm geçirmektedir. Artık ülkeler, şehirler ve kurumların gücü; yalnızca sahip oldukları fiziksel sermaye ile değil, bu sermayeye anlam kazandıran onu dönüştüren ve geleceğe taşıyan insan kaynağı ile ölçülmektedir. Bilgiyi üreten, yeniliği mümkün kılan ve girişimci cesaretiyle bu süreci değere dönüştüren nitelikli insan, kalkınmanın vazgeçilmez itici gücü ve asli unsurudur.

Bu çerçevede, modern sanayi politikalarının merkezinde, yenilikçi sınıfın güçlendirilmesi ve üretim ekosistemi içindeki belirleyici rolünün derinleştirilmesi yer almaktadır. Ar-Ge çalışanları, mühendisler, araştırmacılar ve teknoloji odaklı profesyonellerden oluşan yenilikçi sınıf; bilgiyi ürüne, fikri değere ve teknolojiyi rekabet üstünlüğüne dönüştüren stratejik bir aktördür. Bugün ülkelerin ve şehirlerin küresel rekabetteki konumunu belirleyen temel unsur, bu yenilikçi sınıfı yetiştirebilmeleri, bünyelerine kazandırabilmeleri ve üretim süreçlerinde etkin biçimde konumlandırabilmeleriyle yakından ilişkilidir.

Bu eser, ülkemizin sanayi ve teknoloji ekosisteminin taşıyıcı unsuru olan yenilikçi sınıfı, Ar-Ge çalışanları odağında ele alarak; kültürel, beşerî, sosyal ve ekonomik sermaye boyutlarıyla çok yönlü biçimde incelemektedir. Saha verilerine dayalı bu kapsamlı çalışma; yenilikçilik, girişimcilik, yetenek, tolerans, toplumsal cinsiyet ve mekân tercihleri gibi başlıklar üzerinden yenilikçi sınıfın üretim, kent ve bölge ölçeğinde nasıl şekillendiğini ortaya koymaktadır. Bu yönüyle kitap, yenilikçilik temelli sanayi ve kalkınma politikalarının tasarımı karar alıcılara ve araştırmacılara yol gösteren önemli bir başvuru kaynağı sunmaktadır.

Başkentimiz Ankara, savunma sanayiinden ileri teknolojilere, üniversite-sanayi iş birliklerinden Ar-Ge ve tasarım merkezlerine uzanan güçlü altyapısıyla, ülkemizin en yoğun yenilikçi sınıf birikimine sahip merkezlerinden biridir. Ankara Sanayi Odası olarak sanayi politikalarımızı; nitelikli insan kaynağını merkeze alan, yenilikçi sınıfı üretimin ve dönüşümün odağına yerleştiren bir anlayışla şekillendiriyoruz. Çünkü biliyoruz ki, insanı merkeze almayan hiçbir dönüşüm kalıcı değildir.

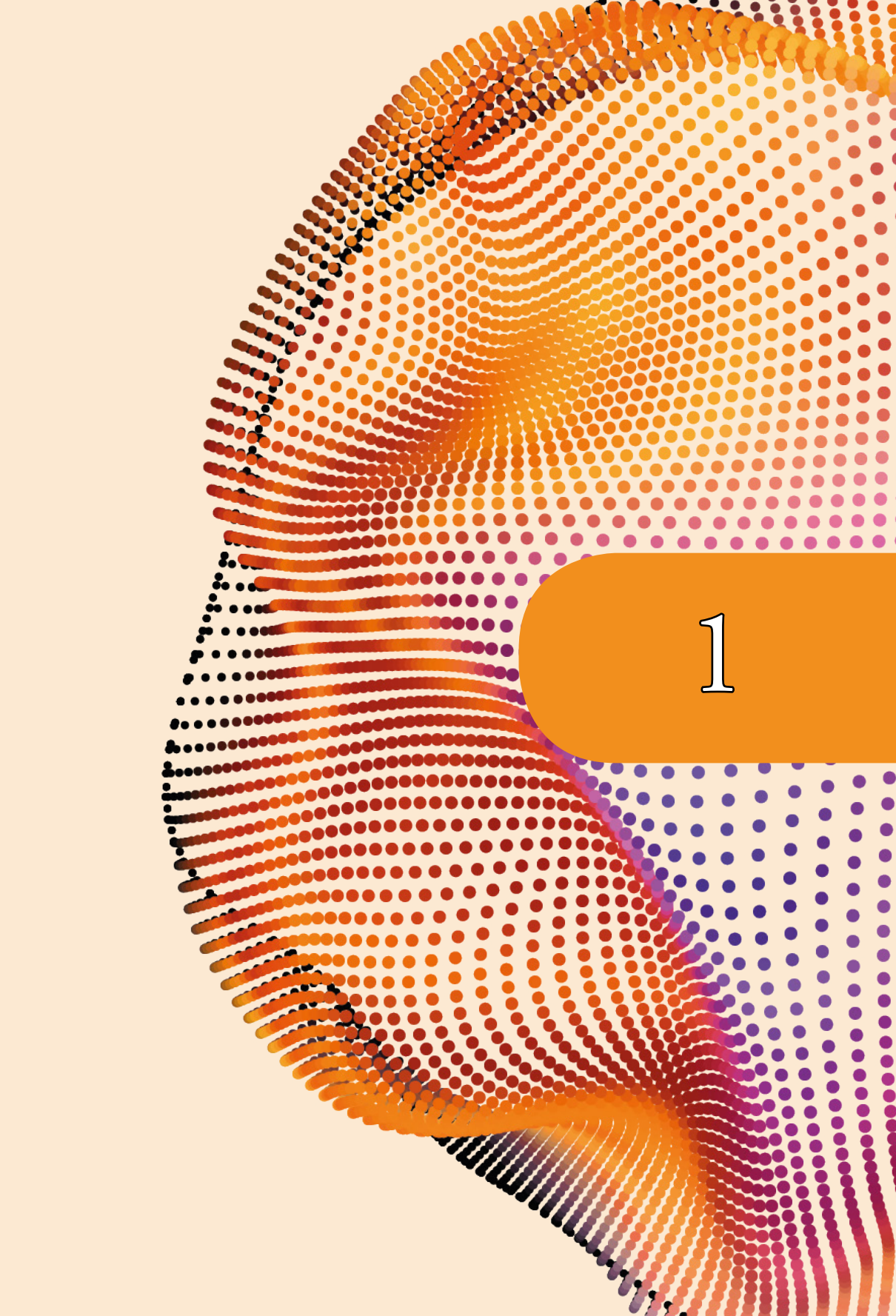
Ankara Sanayi Odası olarak bu eseri yayımlamaktaki temel amacımız; sanayi politikalarına yön veren tartışmaları yalnızca güncel değerlendirmeler ve uygulamalarla sınırlı tutmayarak, bilimsel, veri temelli ve kalıcı çalışmalarla kurumsal hafızaya kazandırmaktır. Sanayinin yalnızca üretim yapan değil; aynı zamanda düşünen, analiz eden ve geleceğe dair politika önerileri geliştiren bir yapıya kavuşmasının büyük önem taşıdığına inanıyoruz. Bu anlayışla; insan kaynağı, Ar-Ge ve yenilikçilik ekseninde üretilen nitelikli akademik çalışmaları yayımlamayı, ülkemizin sanayi ve teknoloji vizyonuna katkı sunan kurumsal bir sorumluluk olarak görüyoruz.

Türkiye'nin sanayi ve teknoloji ekosisteminde insan kaynağının niteliğini ve dönüşüm kapasitesini anlamaya yönelik çalışmaların sınırlı olduğu bir zeminde bu çalışma; yenilikçi sınıfı soyut bir kavram olmaktan çıkarak, ülkemizin sanayi ve teknoloji gerçekliği içinde somut verilerle ele alması bakımından önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Akademik titizlikle hazırlanan bu eser, karar vericilerden sanayi dünyasına kadar geniş bir kesim için yol gösterici olacaktır.

Bu vesileyle, böylesine kapsamlı ve nitelikli bir çalışmayı titizlikle hazırlayan Odamız Genel Sekreteri Prof. Dr. Mehmet Cansız ve Ankara Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Nuri Yavan'a teşekkür ediyorum. Akademik birikimi saha gerçekleriyle buluşturarak ülkemizin sanayi, teknoloji ve insan kaynağına ilişkin tartışmalarına derinlikli bir perspektif kazandıran bu değerli çalışmanın, uzun yıllar başvuru alan önemli bir kaynak olacağına inanıyorum.

Bu kıymetli çalışmanın; insan kaynağı odaklı, yenilikçi sınıfı güçlendiren daha etkin sanayi politikalarının geliştirilmesine katkı sunmasını diliyorum, ülkemizin sanayi ve teknoloji geleceği adına hayırlı olmasını temenni ediyorum.


SEYİT
Ardıc
Ankara Sanayi Odası
Yönetim Kurulu Başkanı



1

1. GİRİŞ

Dünya ekonomisi 1980-1990'lı yıllardan itibaren çok belirgin bir hal alan yeni bir ekonomik ve toplumsal dönüşüm sürecinden geçmektedir. Kökleri 19. yüzyıldaki sanayi devrimine ve fabrika sistemine dayanan endüstri toplumu 20. yüzyılın başında Fordizm adı verilen daha yeni ve ileri bir aşamaya geçerek bugünkü modern sanayi toplumunun temel özelliklerini ortaya çıkartmıştır. 1970'li yıllara kadar süren bu modern ekonomik ve toplumsal sistem kapitalizmin altın çağı olarak adlandırılmış ve bu dönem büyük kapitalist dönüşümlerin ve gelişmelerin yaşandığı modern sanayi toplumunun zirve yaptığı yıllar olarak kendini göstermiştir. 1980'li yıllardan itibaren kapitalizm yeni bir aşamaya evrilmiştir. Bu dönüşüm sürecine kimileri “fordizmden post-fordizme geçiş süreci” (Harvey, 1989; Storper ve Walker, 1989; Scott, 1988) adını verirken, kimileri de “kapitalist sanayi toplumundan post-kapitalist bilgi toplumuna geçiş” (Drucker, 1993), “modernizmden postmodernizme veya geç kapitalizme geçiş” (Jameson, 1991), “endüstriyel ekonomiden post-endüstriyel ekonomiye geçiş” (Bell, 1973) ve “geleneksel ekonomiden yeni ekonomiye geçiş ve ağ toplumu” (Castells, 1996) adlarını vermiştir. Adına ne dersek diyelim tartışmasız olan kapitalizmin özellikle 1990'lardan sonra yeni bir “refleksif ekonomiye geçiş” (Storper, 1997) ile önemli bir dönüşüm sürecine girmesidir. Dicken (1998, 2015) dünya ölçeğindeki bu büyük ekonomik dönüşüm sürecini “küresel değişim/kayma” (Global Shift) olarak adlandırırken, Freeman ve Perez sözkonusu dönemi “Beşinci kondratiev dalga: Bilgi ve iletişim çağı” (Freeman ve Perez, 1988, Perez, 2010) şeklinde tanımlamış, Baldwin (2016) ise 1990'larda BİT (Bilgi ve İletişim Teknolojileri) devrimi sayesinde yaşanan bu süreci “büyük yakınsama’ veya ‘yeni küreselleşme’ ya da ‘küresel değer zinciri devrimi’” olarak nitelendirmiştir. Florida (2002a) ise kapitalizmin geçirmekte olduğu bu büyük ölçekli dönüşüm sürecinin temelde ekonomik nitelikli yaratıcı bir dönüşüm olduğunu ileri sürerek sözkonusu dönüşümü “yaratıcı çağ”, bu yaratıcı çağın ortaya çıkardığı yeni ekonomik sistemi de “yaratıcı ekonomi”¹ olarak adlandırmaktadır.

1.1 Bağlam ve Önem¹

Yaratıcı ekonomi kavramı ilk kez 2000'li yılların başında kapitalizmin yeni çağını ve yeni ekonomiyi tarif etmek için kullanılmaya başlanmıştır (Florida, 2002a; Howkins, 2001). Kavramın 2000'li yılların sonuna doğru (UNCTAD ve UNDP, 2008, 2010) ve 2010'lu yıllarda (UNESCO ve UNDP, 2013) Birleşmiş Milletler (BM) ve bağlı kuruluşları tarafından da benimsenerek küresel ölçekte yaygınlık kazandığı görülmektedir. Kavramın kökeni

1 “Yaratıcı ekonomi” kavramı yerine farklı kavramlarda kullanılmaktadır. “Yeni ekonomi” kavramı bunların başında gelen ve en sık kullanılan kavramlardan biridir. Özellikle 1990'ların sonu 2000'li yılların başında yüksek teknoloji firmalarının ve “Bilgi ve İletişim Teknolojileri” (BİT) endüstrilerinin ekonomik büyümenin ana aktörü haline gelmesi ve ekonominin geleneksel sektörlerden giderek yüksek teknoloji üreten mal ve hizmetlere kaymasını tarif etmek için “yeni ekonomi” kavramı icat edilmiş ve literatürde kullanılmaya başlanmıştır. Tüm bu kavramların altında yatan temel dinamik sanayileşmiş ülkelerin özellikle de Amerikan ekonomisinin geçirmekte olduğu yapısal ve sektörel ekonomik dönüşümü tanımlama uğraşıdır. Bu bağlamda “post-endüstriyel ekonomi”, “inovasyon ekonomisi”, “bilgi ekonomisi”, “ağ ekonomisi”, “dijital ekonomi”, “internet ekonomisi”, “e-ticaret ekonomisi”, “deneyim ekonomisi” gibi farklı kavramlar en çok kullanılanların başında gelmektedir.

Drucker (1993) ve Bell (1973) gibi bilim insanlarının daha önce ortaya koydukları bilgiye dayalı ekonominin yükselişini işaret eden kavramsallaştırmaya yeni bir boyut kazandırmak amacıyla bilgi ve enformasyon yerine “yaratıcılığın” merkeze alınması daha doğrusu bilgi ve enformasyonun yaratıcılığın aracı ve malzemesi haline gelmesi, inovasyonun ise (ister yeni teknolojik ürün/hizmet olsun isterse yeni bir iş modeli, yöntem ve süreç olsun) onun çıktısı/ürünü olarak görülerek (Florida, 2002a) büyümenin esas motorunun bilgiden ziyade yaratıcılık (bilgiden yararlı yeni formların, inovasyonların yaratılması) olduğunun vurgulanması/kabulüdür. Drucker’e (1993:8) göre;

“Bilgi, bugün tek anlamlı kaynaktır. Klasik ‘üretim faktörleri’ olan toprak (yani doğal kaynaklar), emek ve sermaye ortadan kalkmamıştır ancak ikincil hale gelmişlerdir. Bilgi olması koşuluyla kolayca elde edilebilirler. Ve bu yeni anlamdaki bilgi, bir fayda olarak bilgidir, sosyal ve ekonomik sonuçlar elde etme aracı olarak bilgidir”.

Gerek Drucker (1993), gerekse Lundvall (1992) yeni ekonominin (kapitalizmin) üretim ve büyüme sürecinde “bilginin en önemli kaynak olduğunu, öğrenmenin de en önemli süreç olduğu”nu vurgulamışlardır. Ancak yaratıcı ekonominin temelinde bilginin yanında bilgiyi kullanarak farklı düşünceler üretmeyi, yeni orijinal fikirler geliştirebilmeyi ifade eden “yaratıcılık” ve yaratıcılığın bir sonucu olarak ortaya çıkan ve farklı fikirlerin yeni mal ve hizmetlere dönüşmesi anlamına gelen “inovasyon/yenilik”; yenilikleri risk alıp firma kurarak toplumun beklentilerine uygun biçimde düzenleyerek yaratıcı şekilde piyasa ile buluşmasını sağlayan “girişimcilik” bulunmaktadır. Kısacası “yaratıcı ekonomi”de bilgi, yenilik, yaratıcılık ve girişimcilik kavramları birbiriyle bağlantılı, içiçe geçmiş kavramlardır ve biri olmadan diğeri olmaları neredeyse imkânsızdır.

Dolayısıyla “yaratıcı ekonomi” kavramının temelinde yenilik yani inovasyon bulunmaktadır ancak inovasyonun başlangıç noktası yaratıcı bireyden geçmektedir. Dolayısıyla yaratıcı birey/insan, aslında tüm yenilikçi yaratıcı faaliyetleri başlatan, yürüten ve sonuçlandıran en kilit kaynaktır. Çünkü yeni fikirler ve yenilikçi ürünler bilgi ve iletişim teknolojileri temelinde geliştirilen, entelektüel sermayeye dayalı, temelinde bireysel yaratıcılığın olduğu yetenekli insanlara gereksinim duyar. Sözkonusu yetenekli insanlar, hem bilginin üretilmesi ve yaratılması sürecinde esastır hem de sözkonusu bilginin yeni mallara ve hizmetlere dönüştürülmesi yani inovasyon sürecinde esastır. Ayrıca yetenekli insanlar sözkonusu inovasyonların ticarileşmesi ve piyasayla buluşması sürecinde de kritiktir ki buradaki girişimci sıradan girişimci değil, Schumpeteryen anlamda yaratıcı girişimcidir. Yani karını maksimize etmek için sürekli yeni teknoloji arayışında olan, ya yeni mallar üretmek ya da mevcut malları yeni bir yöntemle üretmek amacıyla firma kuran kişilerdir. Dolayısıyla Schumpeteryen girişimciliğin temelinde her zaman yenilikçilik ve yaratıcılık vardır. Ayrıca fırsatları kullanma ve risk alma davranışı esastır. Sonuç olarak yaratıcı ekonomide ekonomik büyümenin motoru sadece teknolojik yeniliğe değil aynı zamanda yenilikleri yaratan yetenekli insanlara dayanmaktadır (Florida, 2002a).

Bu bağlamda bilgiye dayalı yaratıcı ekonominin yükselişi gelişmiş ülkelerde yeni sınıfların veya toplumsal grupların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Drucker (1993), yük-

selen bilgi ekonomisinde rolü ve önemi artan bu yeni sınıfı “bilgi işçileri” olarak tanımlarken, Bell (1973) sözkonusu yeni post-endüstriyel ekonominin itici gücünün yeni ve “daha meritokratik (liyakat sahibi yetenekli kişiler) bir sınıftan” kaynakladığını, Wright (2015) ise yeni bir “profesyonel yönetici sınıfın” yükseldiğini belirtmektedir. 1960-70-80'lere ait tüm bu gözlemler geleneksel olarak ekonomide hâkim olan tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinde çalışan işçi sınıfının yanında yeni ekonominin klasik sanayi ve hizmet işçilerinden farklı değerlere ve özelliklere sahip, Florida'nın (2002a) yaratıcı sınıf olarak tanımladığı yeni bir sınıfın ortaya çıktığına işaret etmektedir.

Yaratıcı sınıf, en basit ifadeyle yaratıcılık yoluyla ekonomik değer üreten insanlar topluluğudur. Yaratıcı sınıf bilgi işçilerini, sanatçıları, profesyonelleri ve teknik insanları kapsayan, insanları yaptığı işin/üretim ekonomik fonksiyonlarına göre ortak bir kimlik, benzer zevk, tercih ve yaşam biçimine göre tanımlayan bir kavramdır/sınıftır. Tipik olarak yüksek eğitilmiş, yaratıcı süreçler ve problem çözme işleriyle uğraşan yaratıcı sınıf, sosyo-kültürel tercihleri, tüketim alışkanlıkları, sosyal kimlikleri ve yaşam biçimi seçimleri bakımından benzer özellikler sergilerler ve bu haliyle hem beden gücüne dayalı mavi yakalı işçilerden hem de masa başında çalışan beyaz yakalı hizmet işçilerinden tümüyle farklılaşırlar ve sözkonusu yenilikçi sınıf Savage vd. (2013)'nin İngiltere örneğinde ortaya koyduğu sosyal sınıflamasına göre, ne elit sınıfta ne de prekarya sınıfında, ne mavi yakalı işçi sınıfında ne de beyaz yakalı hizmet işçileri sınıfındadır. Yaratıcı sınıf, çoğunluğu yerleşik orta sınıf olmak üzere teknik orta sınıf ve yeni zengin işçilerden oluşan bir sınıftır. Bu sınıfın temel özelliği Bourdieu'nun (1986) kavramsallaştırmayla söylersek yüksek ekonomik sermayeye (gelir ve maddi refah olarak) sahip, yoğun sosyal bağlantıları nedeniyle yüksek sosyal sermayesi olan ve aynı zamanda iyi aile, sosyal ortam ve eğitim geçmişi nedeniyle orta-yüksek kültüre ve giderek artan kültürel sermayeye sahip olan sınıftır. Yaratıcı sınıf, yepyeni daha önce hiç olmayan bir sınıf değildir, nitekim gerek Drucker (1993) gerekse Florida (2002a) bilginin ve yaratıcı sınıfın bir üretim faktörü olarak Sanayi Devrimi'nden beri ekonomik faaliyetlerin merkezinde yer aldığını belirtmekte ve bilgi işçilerinin ya da diğer ifadeyle yaratıcı faaliyetlerde çalışan yönetici, mühendis, mimar, teknik eleman gibi profesyonel kalifiye işgücünün 1900'lü yılların başında ABD toplam işgücünün %10'luk kısmını, 1980'lerin başında ise ancak %20'sini oluşturduğunu belirtmektedir. Dolayısıyla yaratıcı sınıfın yükselişi ve ekonomide çok önemli hale gelmesi esas olarak 20. Yüzyılın son çeyreğinde ortaya çıkan yeni bir olgudur. Buna göre eğitilmiş, bilgi ve teknolojiyi etkin bir şekilde kullanan kalifiye işgücünün 1980, 1990 ve 2000'li yıllarda adeta patladığı ve günümüzde ABD'de bu sınıfın toplam çalışanların %30'dan fazlasını, diğer gelişmiş ülkelerde ise %45'inden fazlasını meydana getirdiği görülmektedir (Florida, 2002a).

Yaratıcı ekonomi, iki şekilde ele alınmakta ve analiz edilmektedir (Florida, 2002a; Markusen vd., 2008; Dubina vd., 2012). Bunlardan biri Howkins'in (2001) yaklaşımına dayalı olarak geliştirilen ve yaratıcı ekonomiyi “Endüstriyel/Sektörel” ölçeğe analiz eden yaklaşımdır. İkinci yaklaşım ise Florida (2002a) tarafından geliştirilen ve yaratıcı sınıf kuramına dayanan “Mesleki/Yeteneksel Yaklaşım”dır.

Endüstriyel / Sektörel Yaklaşıma göre, yaratıcı ekonomi, yaratıcılık içeriği en yüksek olan “yaratıcı endüstriler”in veya “sektörler”in tanımlanmasına dayanan bir yaklaşımdır. Yaratıcı ekonomiyi geleneksel biçimde sektörel ve firma bazlı yaklaşımla tanımlama ve açıklamaya çalışan bu yaklaşımın kökleri tarihsel olarak 1940’larda ve 1950’lerde Adorno ve Horkheimer tarafından geliştirilen “kültür endüstrileri”² kavramına kadar inmekle birlikte, “yaratıcı endüstriler” sınıflamasının ve kavramsallaştırmasının ilk kez 1997’de İngiltere’de kullanıldığı, daha sonra 2001 yılında Howkins tarafından popüler hale getirildiği ve yaygınlaştırıldığı görülmektedir. Yaratıcı endüstrilerin analiz ve sınıflandırılmasında birçok farklı model ve/veya sınıflama sistemi kullanılmaktadır. Yaratıcı endüstrileri sınıflandırmaya yönelik ilk modellerden biri olan İngiliz Kültür, Medya ve Spor Bakanlığı sınıflamasında yaratıcı endüstriler 13 sektörü içermektedir. Howkins’in modelinde ise yaratıcı endüstriler 15 yaratıcı sektörden oluşurken, sembolik metin modelinde üç yaratıcı kültürel küme bulunmaktadır. İçişleri halkalar modelinde dört seviye varken, Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) modelinde “yaratıcı endüstriler” sınıflandırması telif hakkıyla korunan ürünler ve hizmetler üreten endüstriler dikkate alınarak sınıflandırılmıştır. Yaratıcı endüstrileri sınıflandırmaya yönelik yaklaşımın en genişletilmiş çeşidi ise UNCTAD tarafından geliştirilen modeldir. Endüstriyel veya sektörel yaklaşımın analizinde temel kaynak olarak ulusal istatistik ofisleri tarafından gerçekleştirilmekte olan ekonomik sayım istatistikleri verisi kullanılmaktadır. AB merkezli çalışmalarda NACE ve ISIC sınıflamasına dayalı veriler kullanılırken, Kuzey Amerika merkezli çalışmalarda ise SIC/NAICS sınıflamasına dayalı veriler kullanılmaktadır.

Yaratıcı ekonomiyi anlamak, tanımlamak ve analiz etmek için kullanılan ikinci yaklaşım Florida (2002a) tarafından geliştirilen “yaratıcı sınıf” teorisine dayanan **Mesleki/Yeteneksel Yaklaşım**dır. Mesleki yaklaşımda, yaratıcı ekonomi, işgücü içerisinde son derece yetenekli bir yaratıcı sınıfın bulunduğu ve bu sınıfın sahip olduğu bilgi birikimi, yetenek ve yaratıcılık sayesinde yeni fikirlerin, yeni teknolojilerin ve yeni ürünlerin ortaya çıkmasını sağladığı ve böylelikle yaratıcı sınıftan oluşan çalışanların ekonomik büyümenin ve yaratıcı ekonominin motoru olduğu görüşüdür. “Yaratıcı sınıf” ABD işgücünün yaklaşık üçte birini temsil ederken, bazı gelişmiş ülkelerde bu oran %50’ye kadar yükselmektedir. Florida’ya göre yaratıcı sınıf en fazla gelir ve katma değer üreten en rekabetçi firmaların ve sektörlerin bünyesinde çok yoğun biçimde bulunmaktadır. Buna

2 Kültürel endüstriler ile yaratıcı endüstriler kavramı birbirleriyle çok yakından ilişki ve hatta literatürde çoğunlukla birbirinin yerine kullanılmakla birlikte iki kavram arasında hem tarihsel ve kökensel farklar hem de içerik yönünden farklılıklar vardır. Bu bağlamda Avrupa Komisyonu 2006 yılında hazırladığı raporla kültürel ve yaratıcı endüstrilere yeni bir tanım getirerek iki kavram arasında sınıflandırma yapmıştır (European Commission, 2006; Hocaoglu, 2015:190). Bununla birlikte yaratıcı endüstrilerin çoğunlukla kültürel ekonomiye bağlı olarak geliştiği de bir gerçektir. Öte yandan “kültür endüstrileri” ile çok yakından ilişkili olan bir diğer kavram olan “kültür ekonomisi” ise, kültürel ürünlerin ekonomik ve pazar ilişkilerine katılımını karakterize etmek için 1970’lerin sonlarında ortaya konuşmuştur (Dubina vd., 2012). Kültür ekonomisi ve kültürel endüstriler üzerine geliştirilen çalışmalar, ekonomik coğrafyanın yanı sıra, sosyoloji, iletişim, planlama ve ekonomi alanlarında da gelişme göstermektedir (Gibson ve Kong, 2005). Ancak kültür ekonomisi literatürü altında toplanan bu çalışmalarda bir terminolojik çeşitliliğin olduğu ve tek bir kavramın kullanılmadığı görülmektedir. Söz konusu literatürde en fazla kullanılan kavramlar “kültür endüstrileri” (örneğin Pratt, 1997, 1999, 2005, 2008, 2011; Scott, 2004; Power ve Scott, 2004; Flew, 2011) ve “kültür ekonomisi” (örneğin Scott, 1997, 2010; Pratt, 2004; Gibson ve Kong, 2005; Lorenzen vd., 2008; Gibson, 2012) gibi kavramsallaştırmalardır.

göre “Yaratıcı sınıf”, iki büyük meslek grubuna ayrılır, bunlar sahip olduğu yetenekler bakımından “süper yaratıcı çekirdek” grubu ile sahip olduğu uzmanlıklar bakımından “yaratıcı profesyoneller” meslek grubudur. “Süper yaratıcı çekirdek” olarak sınıflanan yaratıcı sınıf, bilim insanları, araştırmacılar, mühendisler, mimarlar ve bohemler olarak tanımlanan sanatçılar, yazarlar ve tasarımcılardan oluşan meslekleri içermektedir. Yaratıcı profesyoneller ise, yöneticiler, doktorlar, avukatlar, finans uzmanları vb. dahil olmak üzere bilgi yoğun mesleklerde³ çalışanlardır. Kısacası yaratıcı ekonomi yetenekli ve yenilikçi yaratıcı sınıfa dahil olan yaratıcı mesleklerin kapsanmasına dayanan bir yaklaşımdır. Mesleki yaklaşımın analizinde temel kaynak olarak ulusal istatistik ofisleri tarafından sağlanan Standart Meslek Sınıflandırması (Standard Occupational Classification:SOC/ISCO) kodları kullanılmaktadır. Bu kapsamda yaratıcı sınıf çalışmaları SOC kodları temelinde mesleki gruplama yapılarak belli mesleki grupların analiz edilmesi yoluyla ölçülmektedir.

Öte yandan yaratıcı ekonominin tanımında, analizinde ve kapsamı konusunda ciddi eleştiriler ve anlaşmazlıklar vardır. İlk olarak herkesin üzerinde anlaştığı bir yaratıcı ekonomi tanımı ve kapsamı bulunmamaktadır. En önemlisi de Markusen vd. (2008)’nin gösterdiği gibi yaratıcı ekonominin büyüklüğü yapılan seçime göre büyük farklılıklar göstermektedir. Hangi sektörlerin, firmaların ve mesleklerin dahil edileceğine ilişkin seçimler, sonuçta ortaya çıkan “yaratıcı ekonomi”nin boyutunu ve içeriğini etkilemektedir. Örneğin Markusen vd.’nin (2008:24) çalışmasına göre, Boston kentinin “yaratıcı ekonomisinin” boyutu çeşitli “yaratıcı endüstriler” sınıflandırmalarına göre %1 ile %49 arasında değişiklik gösterirken, çoğu kültürel endüstri tanımına göre %1 ile %4 arasında değişiklik göstermektedir. Ayrıca araştırmacılar ve çeşitli kurumlar “yaratıcı ekonomi” için farklı modeller ve sınıflandırmalar geliştirip kullanmaktadırlar ancak bu çalışmalardan elde edilen sonuçların kapsam ve sınıflama farklılıklarından ötürü pek karşılaştırılabilir olmadığı görülmektedir (Kemeny vd., 2020). Örneğin, AB’nin “yaratıcı ekonomi” istatistikleri ile UNC-TAD ve UNESCO’nun yaratıcı ekonomi raporundaki veriler birbiriyle uyumlu değildir.

Sonuç olarak “yaratıcı ekonomi” kavramına ister sektörel açıdan isterse mesleki açıdan bakılsın her iki yaklaşımın da önemli olduğu (Markusen vd., 2008) ve belli avantaj ve dezavantajlara sahip olduğu dikkati çekmektedir. Örneğin “yaratıcı endüstriler”, işleri yaratıcı görevler içermeyen birçok kişiyi çalıştırırken, buna karşın “yaratıcı meslekler” herhangi bir sektöre tabi olmayan kendi hesabına çalışan serbest meslek sahibi birçok yaratıcı çalışanı içermektedir (Markusen vd., 2008). Dolayısıyla Markusen vd. (2008), bölgesel ve ulusal ölçekte bulunan iyi ikincil veri kaynaklarıyla, bir ülkedeki veya bölgedeki yaratıcı ekonominin ve yaratıcı faaliyetlerin varlığını anlamak için hem endüstriyel/sektörel yaklaşımın hem de mesleki yaklaşımın kullanılmasını önermektedir. Buna göre sektörel yaklaşım yaratıcı endüstrilerde çalışanların hesaplanması iken mesleki yaklaşım yaratıcı mesleklerde çalışanların hesaplanmasıdır. Bir başka ifade ile yaratıcı mesleki analiz, yaratıcı çalışanların

3 Bilgi yoğun mesleklerde çalışanlar veya bilgi işçileri/çalışanları her zaman “yaratıcı işçiler/çalışanlar” değildir. Genel olarak “elleriyle değil, kafalarıyla çalışanlar”ı bilgi çalışanları veya yaratıcı çalışanlar olarak tanımlamak mümkün olsa da, bilgi çalışanları yaratıcı çalışanlardan daha dar kapsamlı ve görece daha kolay tanımlanan ve belirlenebilen bir gruptur.

ne yaptığına, bir şeyi yapma sürecine daha yakından odaklanırken, yaratıcı endüstriyel analiz onların ne ürettiğine, sonucuna ve çıktısına odaklanmaktadır (Markusen vd., 2008).

Bu bağlamda bu çalışmanın/kitabın birkaç önemli noktası ve katkısı bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, çalışmanın yaratıcı ekonomiyi sektörel ve endüstriyel açıdan değil, *mesleki temelde yani yetenekli yaratıcı çalışanların analiz edilmesi yoluyla* incelemesidir. Yaratıcı ekonomiyi mesleki bakımdan analiz etmek, yaratıcı ekonominin işgücünü geliştirme yönlerini ve bunların girişimcilik ve yeni firma oluşumuyla nasıl bağlantılı olduğu üzerinden düşünmek için yararlıdır. Benzer şekilde mesleki analiz inovasyonun başlangıç noktasının yaratıcı bireyden geçtiğini gözönüne aldığında yenilikçi faaliyetleri başlatan, yürüten ve sonuçlandıran en kilit kaynak olan insanın ve onun hem yetenek hem de deneyim ve yetkinlerini gösteren mesleki ele alışın yaratıcı ekonomiyi yaratıcı sınıf perspektifinden analiz etmenin daha anlamlı ve yararlı olduğunu düşündürmektedir. Öte yandan Türkiye’de yaratıcı ekonomi hakkında görece daha kolay veri bulunabilmesi, firma bazlı ve sektörel olması nedeniyle araştırmacıların konuya daha aşına ve kolaylıkla analiz edebilmesi gibi nedenlerle yaratıcı ekonomiyi endüstri ve sektör gözünden inceleyen birçok çalışma varken (Töre-Özkan, 2010; Aksoy ve Enlil, 2011; Enlil ve Evren, 2011; Enlil, Evren ve Dinçer, 2011; Güran ve Seçilmiş, 2013; İSTKA, 2014; İZKA, 2013, 2014; AKA, 2014; Lazzeretti vd., 2014; Seçilmiş, 2015; Yardımcı, 2016; Müldür, 2020), mesleki yaklaşım bakımından ele alan çok az sayıda araştırma bulunmaktadır (Nas Özen, 2014; Falcioğlu ve Kurtoglu, 2016; Doğrul, Çelikkol ve Murat, 2016; Doğrul ve Çelikkol, 2017; Esen ve Atay, 2020). Bu açıdan kitap hem bu boşluğu doldurmakta hem de ilk kez yaratıcı ekonomiyi mesleki, insan odaklı bir çerçeveden -diğer çalışmalarda olduğu gibi ikincil istatistiksel verileri kullanarak değil- bizzat saha araştırmasına dayalı olarak yaratıcı insanlardan elde edilen verileri kullanarak analiz eden, yaratıcı bireyi çok yönlü ve çok kapsamlı (ailesinden çalıştığı firmaya ve mekâna, yeteneklerinden göç, duygu ve toplumsal cinsiyete bakışına kadar) olarak ele alan, bunun yanında meseleye iktisadi, coğrafi (ekonomik coğrafya) ve sosyolojik (ekonomik sosyoloji) bakış açılarını bir araya getiren çoğulcu perspektife sahip bir eserdir.

İkinci olarak bu kitap, ekonomik/bölgesel kalkınma hakkındadır ve Ar-Ge ve inovasyon, yaratıcı kentler, bölgeler ve mekânlar ile beşerî sermaye ve yaratıcı insanları kapsamaktadır. Ele alınan konu ve kavram çeşitliliği açısından kitap ulusal ve bölgesel kalkınma politikası için yeni bir yaklaşım sunma iddiasındadır. Aynı zamanda kitabın temel odak noktası, inovasyonun merkezi olarak kabul edilen yaratıcı bireydir. Bu nedenle yaratıcı bireyin yaratıcı olmasını sağlayan, kökeni, ailesi, yaşadığı yer, aldığı eğitim, kazandığı mesleki tecrübe, ev ve iş yaşamı, işyeri ortamı/mekânı ve işine dair beklenti ve arzuları, göç, girişimcilik ve toplumsal cinsiyet durumu vb. boyutların hepsi oldukça önemlidir. Bu açıdan kitabın diğer bir önemi çağımızı belirleyen yaratıcı yenilikçi sınıfın söz konusu özelliklerini ve bakış açısını analiz ederek Türkiye’nin (bölgesel) kalkınma meselesini farklı bir boyutta ele alan bir çalışma olmasıdır.

Üçüncü olarak bu kitap kentsel ve bölgesel kalkınma konusunu standart ve klasik olarak literatürde yer alan *firma ve iş merkezli* bir bakış açısının ötesinde görece yeni gelişen *insan/*

birey ve mekân/yer merkezli bir bakış açısıyla ele almaktadır. Bu bağlamda kitabı ortaya çıkaran koşullar temelinde bu yaklaşımın tercih edilmesinin gerekçesi iki boyutta açıklanabilir:

(1) *Kuramsal Değişim*: Yani bilimsel teorideki ilerlemeler, arayışlar ve yeni yaklaşımların ortaya çıkmasıdır. Bu literatürde yaygın olan ve kabul gören *fırma ve iş merkezli* kuram ve yaklaşımlardan *insan/birey ve mekân/yer merkezli* kuram ve bakış açılarına geçişi tetiklemiştir.

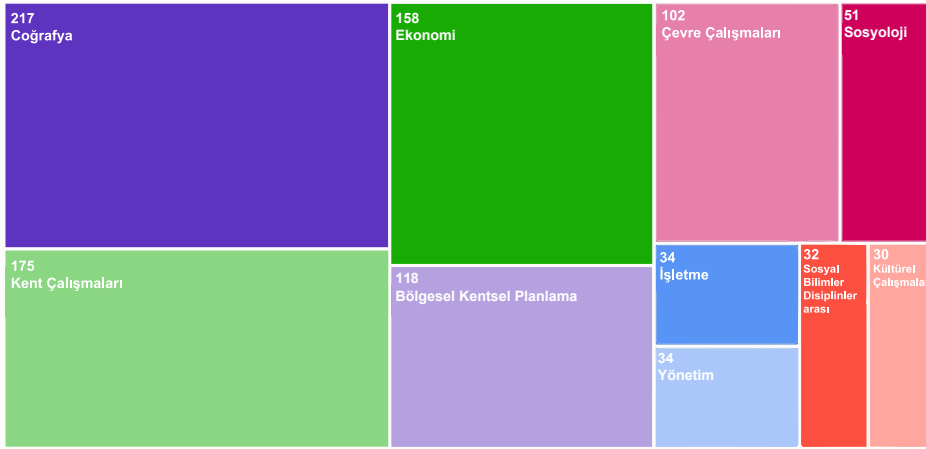
(2) *Ekonomik (ve Toplumsal) Yapıdaki Değişim ve Dönüşüm*: Bu durum ekonominin doğasının değişmesi, araştırma nesnesinin farklılaşması ve kapitalizmin yeni/geç aşamaya geçişi şeklinde ifade edilebilir. Böylece yeni bir ekonominin, yani yaratıcı ekonominin doğuşu ve gelişimi sözkonusu olurken, öbür yandan yaratıcı ekonominin analizinde *sektörel/endüstriyel yaklaşım* (yani bir diğer ifade ile *yaratıcı/kültürel endüstriler* kavramsallaştırmasını) ve *mesleki/yeteneksel yaklaşım* (yani bir diğer ifade ile *yaratıcı sınıf* kavramsallaştırmasını) gibi farklı yaklaşım ve analiz yöntemlerinin ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Bu iki gerekçe ve değişimin yanısıra boyutlarla birlikte dünyaca ünlü ekonomik coğrafyacı Michael Storper (2013) sosyal bilimlerin önündeki en büyük ve en önemli meselelerden birinin kentlerin ve bölgelerin büyümesi, gelişmesi ve değişiminin nedenlerini açıklamak olduğunu belirtmektedir. Storper (2013), teoride, politikada ve pratikte/uygulamada büyük ilerlemeler kaydedilmesine rağmen, bilimsel açıklamaların halen bölgesel büyüme ve değişimin nedenlerini açıklamaktan uzak, genellikle post-hoc (olaydan sonra) tarzında çözümlemeler üreten, yanlış politika ve pratiklere yol açan dolayısıyla artan eşitsizliklere, verimsizliklere, gelir dağılımına, yoksulluğa ve adaletsizliklere yol açan eşitsiz bir coğrafi kalkınma sürecine neden olmakta olduğunu vurgulamaktadır.

Storper (2013), tek bir disiplinin veya teorinin kentsel ve bölgesel kalkınma sorununu açıklayamadığını çünkü doğası gereği kentlerin ve bölgelerin sonsuz sayıda gücün şekillendirdiği çok kompleks ve çetrefilli bir ekonomik yapıya ve kalkınma sürecine sahip olduğunu; bu bağlamda en az üç temel disiplinden (ekonomik coğrafya, bölgesel iktisat ve ekonomik sosyoloji) teori, yaklaşım ve yönetime ihtiyaç olduğunu vurgulamaktadır. Storper, ayrıca kentsel ve bölgesel kalkınmanın açıklanmasında dört boyutun veya bağlamın önemli olduğunu bunları *ekonomik*, *kurumsal*, *mekânsal* (inovasyon, yerel bağlam, sosyal etkileşim) ve *politik* (normatif) olduğunu belirtmektedir. İşte bu kitap Storper'in (2013) belirttiği dört boyutu da ele almaya çalışan aynı zamanda kitabın yazarlarının temel iktisat bilgisi/egitiminin yanında bağlı oldukları ekonomik coğrafya ve ekonomik sosyoloji disiplinlerinden getirdikleri birikimi kullanan ve böylece ülkelerin, kentlerin ve bölgelerin kalkınma meselesine son derece bütüncül bir çerçevede yaklaştıklarının alt çizilmelidir. Bu bağlamda ekonomik coğrafya, bölgesel iktisat ve ekonomik sosyoloji literatürüne bakıldığında kentlerin ve bölgelerin ekonomik büyümesinin ve kalkınmasının kaynağını ve nedenlerini açıklayan üç farklı perspektiften söz etmek mümkündür. Bunlar, ekonomik yaklaşım, sosyolojik yaklaşım ve coğrafi yaklaşımdır. Kuramsal çerçeve bölümünde her bir yaklaşım detaylı şekilde açıklanmaktadır.

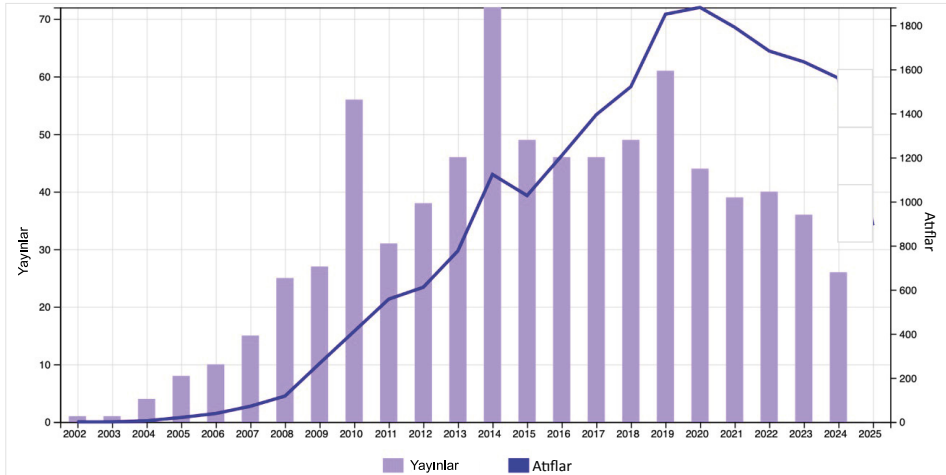
Bu bağlamda bu kitap temel olarak Florida'nın Yaratıcı Sınıf Kuramına dayanmaktadır. Florida'nın yaratıcı sınıf teorisi sosyal bilimler alanında dünya çapında büyük etki yaratmıştır. Florida'nın 2002 yılında yayınlanan "The Rise of The Creative Class" (Yaratıcı Sınıfın Yükselişi) isimli kitabı bir atıf klasiği haline gelmiş (kitabın Google Akademik'deki atıf sayısı 35 bini aşmıştır), birçok dile çevirisi yapılmış, dünya çapında bilimsel literatürde üzerine çok sayıda araştırma ve tartışmalar yapılmıştır. Gerçekten de Florida'nın yaratıcı sınıf tezi üzerine literatürde patlama olmuş ve son 25 yılda özellikle (ekonomik) coğrafya, (şehir ve bölge) planlama ve iktisat alanında konu hakkında yüzlerce araştırma yayınlanmıştır (Şekil 1.1). Nitekim 2002-2024 yılları arasında Web of Science (WOS) veri tabanına göre uluslararası dergilerde yaratıcı sınıf üzerine 800'den fazla makale yayınlanmış ve bu konu 20 binden fazla atıf almıştır (Şekil 1.2). Bu göstergeler yaratıcı sınıf konusunun bilim insanları ve araştırmacılar tarafından ne denli büyük bir ilgi gördüğünü çok çarpıcı bir şekilde ortaya koymaktadır.

Şekil 1.1 Yaratıcı Sınıf Üzerine En Fazla Uluslararası Yayın Yapan İlk 10 Disiplin



Kaynak: WOS Veri Tabanı, 2025

Şekil 1.2 Yaratıcı Sınıf Üzerine Yayınlanan Uluslararası Makalelerin ve Alınan Atıfların Sayısı



Kaynak: WOS Veri Tabanı, 2025

Dahası küresel ölçekte birçok ülke, kent ve bölgede politika yapıcılar, belediye başkanları ve uygulayıcılar Florida'nın fikirlerini ve yaratıcı sınıf kuramını benimseyerek uygulamaya geçirmiş ve sözkonusu yaklaşım kamu politikasına dair plan, program ve stratejilere konu olmuştur. Florida'nın birçok kente, belediyeye ve bölgesel otoriteye danışmanlık etmesi, kitabın kent ve bölgeler için kalkınma amaçlı bir politika reçetesi olarak görülmesini sağlamıştır. Hatta Florida'nın fikirlerini kıyasıya eleştirenler bile onun yaklaşımının kentsel gelişme ve bölgesel kalkınma alanında yeni bir dönüm noktası olduğunu kabul ederler yeni bir dönüm noktası olduğunu kabul ederler (Asheim, 2009; Scott, 2014; Asheim vd., 2023; Batabyal and Nijkamp, 2023). Boyle (2006:410)'a göre Florida'nın yaratıcı kent ve yaratıcı sınıf teorisi ile söylemleri özellikle politika yapıcılar ve kent liderleri arasında çok popüler ve başarılı olmuştur, öyle ki Florida Kuzey Amerikalı uygulayıcılar arasında ünlü bir figür olarak, bazı belediye başkanı ve valiler içinse neredeyse bir Mesih olarak ortaya çıkmıştır. Gerçekten de son yıllarda birçok kent, ekonomik gelişme stratejisini Florida'nın çalışmalarında ileri sürdüğü yaratıcılık mantığına oturtarak kurmuş ve uygulamıştır (Gül, 2019: 65).

Florida'nın yaratıcı sınıf teorisinin geçerliliğini test etmek üzere dünyada birçok araştırma yapılmıştır (Şekil 1.2). Bu araştırmaların çok büyük bölümü Kuzey Amerika (örneğin ABD için Markusen, 2006; McGranahan ve Wojan, 2007; Florida vd., 2008; Hoyman ve Faricy, 2009; McGranahan vd., 2011; Gabe vd., 2013; Kanada için Petrov, 2007; Florida vd., 2010) ve Avrupa (örneğin tüm AB ülkeleri için Boschma ve Fritsch, 2009; Martin-Brelot vd., 2010; İsveç için Asheim ve Hansen, 2009; Hansen ve Nedomysl, 2009; İngiltere için Clifton, 2008; Brown, 2015; Almanya için Pohl, 2008; Vossen vd., 2019; Tiruneh vd., 2021; Hollanda için Marlet ve van Woerkens, 2007; van Aalst vd., 2014; İrlanda için Boyle, 2006; Lawton vd., 2013; Finlandiya, Norveç ve İsveç için Østbye vd., 2018) üzerine odaklanmakta ayrıca az sayıda da olsa Doğu Asya (Japonya için Westlund ve Calidoni, 2010, 2014; Çin için Dai, 2012; Chow, 2017) ve Avustralya (Atkinson ve Easthope, 2009) bağlamında teoriyi sınanan çalışmalar bulunmaktadır. Literatür genel olarak değerlendirildiğinde, ilk olarak yaratıcı sınıfın Çin dışında gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde henüz sınanmadığı dikkati çekmektedir. İkinci olarak Mellander vd.'nin (2014) kitabı hariç yaratıcı sınıfın hemen hemen tümüyle makale düzeyinde çalışıldığı ve çalışmaların kuramın sadece bir-iki boyutuna yoğunlaştığı (örneğin yaratıcı sınıfın 3T (Technology-*Teknoloji*, Talent-*Yetenek* ve Tolerance-*Tolerans*= 3T) modelinin kentsel ve bölgesel büyüme/kalkınma açısından sınanması, yaratıcı sınıfın göç ve mobilite dinamikleri ile beşerî sermayeyle karşılaştırılması ve yaratıcı sınıf-yaratıcı kent ilişkisi gibi), yaratıcı sınıfın diğer boyutlarını gözardı ettiği görülmektedir. Üçüncü olarak Florida'nın teorisi büyük ölçüde nicel olarak test edilmiş ve incelenmiş olup, çok az sayıdaki çalışma yaratıcı sınıfta yer alan kişilerin nerelerde nasıl yaşadığını, hangi tür işyeri ve mekânlarda çalıştığını, neler düşünüp ne şekilde davrandığını hem nicel ve nitel bakımdan hem de saha araştırmasına dayalı olarak incelemiştir. İşte bu araştırma hem konuyu geniş kavrama ve çok boyutlu ele alması bakımından, hem de nicel ve niteli buluşturan karma yöntemi ve

çok büyük bir örnekleme kapsamı bakımından gerek Türkiye’de gerekse dünya çapında yaratıcı sınıf üzerine yapılan en kapsamlı ilk çalışmadır.

Diğer yandan bu çalışma Florida’nın 3T modelinde olmayan boyutları ele alan, meseleye Storper’in (2013) ele alışına benzer şekilde çok boyutlu ve bütüncül yaklaşan ilk örnektir. Bu çalışma yaratıcı sınıfın teorisinde öngörülenin ötesine geçen yenilikçi insanların yaşama ve çalışma mekânlarının seçimi ve kullanımı, girişimcilik, göç, toplumsal cinsiyet, çalışma hayatı vb gibi daha önce yaratıcı sınıf üzerine yapılan çalışmalarda ele alınmayan boyutları ele almaktadır. Dolayısıyla bu çalışma yenilikçi sınıfı bütün boyutlarıyla ele alan, onu sadece Florida’nın orijinal modeline hapsetmeyen, onun modelini aşan/genişleten bir kapsama sahip olması nedeniyle de literatüre önemli bir katkı sunmaktadır. Ayrıca Türkiye’de yaratıcı ekonomi üzerine olan çalışmaların çoğu meseleye sektör ve firma odaklı yaklaşırken, bu çalışma yaratıcı ekonomiyi birey/insan, meslek ve mekân üzerinden ele alması bağlamında da yenilikçi ve yaratıcı bir yaklaşım sergilemektedir.

Kuşkusuz her çalışmanın olduğu gibi bu çalışmanın da bazı sınırlılıkları bulunmaktadır: İlk olarak çalışma yaratıcı sınıfın tamamını değil, çok önemli bir bölümünü kapsamaktadır. Bu anlamda çalışma yaratıcı sınıfın iki ana bileşeni olan süper yaratıcı çekirdek ile yaratıcı profesyonellerden her iki grubu da kapsamakta, ancak süper yaratıcı çekirdek denilen meslek sınıfı içerisinde teknoloji, inovasyon ve Ar-Ge işi yapan mühendisler ile yazılımcıları içermektedir. Aslında bu çalışmanın temelde tüm teknolojiyle ilgili yaratıcı sınıfı içerdiği anlamına gelmektedir. Ancak çalışma çekirdek yaratıcı sınıfın diğer kısmı olan bohemleri ve akademisyenleri kapsamamaktadır. Bu açıdan gelecek çalışmalarda çekirdek ve profesyonel yaratıcı sınıfın kapsamayan bu kısmında yer alan çalışanlara da bakılması gerekmektedir. Diğer taraftan çalışma yaratıcı profesyoneller grubu içinde bulunan firmaların ve start-upların yöneticilerini kapsarken, bu grupta yer alan finansçı, hukukçu, hekimler ile satış uzmanlarıyla ilgili meslekleri kapsam dışında tutmaktadır.

Yenilikçi sınıf küresel ölçekte yeteneğe sahip, dünyanın her yerinde istenen ve çekilmeye çalışılan özel bir sınıftır. Yaratıcı sınıfın temel özelliği sınırların ötesinde çalışabilecek nitelikte, küresel ölçekte işleyen bir işgücü piyasasına sahip olmalarından dolayı çok mobil olmaları ve kendilerine uygun ekonomik fırsatlar sunan, heyecan verici kültürel ve sosyal çevrelere sahip yaşam ve mekân kalitesi yüksek yerlere çok rahatlıkla göç etmekte veya gidebilmektedirler.

Yaratıcı yetenekli yenilikçi insanları hem kendi ülkesinde tutmak hem de dünyanın diğer bölgelerinden yabancı yetenekleri kendi ülkesine çekmeye yönelik girişimler giderek artmaktadır. Florida’nın (2011) deyişiyle yeteneğe yönelik küresel rekabet tarihte hiç olmadığı kadar kızışmaktadır. Sadece gelişmiş ülkeler değil, günümüzde Çin ve Hindistan başta olmak üzere gelişmekte olan birçok ülke OECD’nin (2008) yüksek nitelikli göçmenler araştırmasının gösterdiği gibi yaratıcı sınıfı çekmek yolunda politikalar geliştirmektedir.

Nitekim 2000’li yılların ortalarından itibaren birçok gelişmiş ülke ve uluslararası kuruluş Yaratıcı Ekonominin (yaratıcı endüstri ve yaratıcı sınıf olarak) ekonomik büyüme

ve bölgesel kalkınma üzerindeki öneminin farkına vararak yaratıcı ekonomiye yönelik çeşitli araştırmalar ve bu ekonomiyi teşvik eden çalışmalar gerçekleştirmişlerdir ve hatta günümüzde bir çok ulus devlet ve UNCTAD ve UNESCO gibi küresel kurumlar yaratıcı ekonomiyi kalkınma politikası aracı olarak görmekte ve teşvik etmektedirler.

Türkiye’de ise, yaratıcı ekonominin ve yenilikçi yaratıcı sınıfın önemi görece yeni anlaşılmaya başlandığı için gerek akademik alanda yapılan araştırmaların sayısı, gerekse uygulama ve politika oluşturma süreçlerinde gerçekleştirilen çalışmaların sayısı oldukça az ve kapsamı da çok sınırlıdır. Türkiye’de yaratıcı ekonomi üzerine ilk çalışmalar 2005 yılında (Enlil ve Evren, 2011:20) İstanbul özelinde bir plan çalışması kapsamında başlamış ve bu çalışma ile kültür endüstrilerinin yaratıcı sektör olarak ele alınması ilk kez gündeme gelmiş olsa da, bu alandaki esas çalışmalar İstanbul’un 2010 yılında UNESCO kültür başkenti olarak ilan edilmesi üzerine başlamış (Enlil ve Evren, 2011; Enlil vd., 2011) ve böylece İstanbul’un kültürel ekonomisi ve yaratıcı sektörleri tespit edilmiştir. Bunu 2013 yılında Ankara kültür ekonomisi (Güran ve Seçilmiş, 2013) ve İzmir kültür ekonomisi (İZKA, 2013) çalışmaları izlemiştir. Bu ilksel nitelikteki envanter ve tespit çalışmalarının yanında son dönemde yaratıcı endüstriler konusunda akademik çalışmalarda hızlanmaya başlamış (Lazzeretti vd., 2014; Dündar, 2016; Seçilmiş, 2015; Yardımcı, 2016; Müldür, 2020) ve en sonunda devlet ve kalkınma ajansları (İSTKA, 2014; İZKA, 2014; AKA, 2014) yaratıcı endüstriler ve kültür ekonomileri için bir politika belirlemiştir. Ancak buna karşın Türkiye’de gerek akademinin gerekse kamu ve özel sektörün yaratıcı ekonomiyi anlama ve analiz etmede “Yaratıcı Sınıf”ın önemini henüz yeterince kavradığını söyleyemeyiz. Nitekim gerek araştırmacılar gerekse kamu/özel sektör kesimi yaratıcı ekonomi meselesine firma ve sektör odaklı bakmakta, insanı/bireyi ve mekânı temel alan “meslek/yetenek temelli” yaratıcı sınıf yaklaşımını gözardı etmektedir.

Öte yandan Türkiye son yıllarda yaratıcı sınıfı çekme ve tutma konusunda önemli bir farkındalığa varmış ve bu yönde henüz cılız da olsa bazı politikalar izlemeye başlamıştır. Bu kapsamda bir yandan kendi ülkesinin dışında okuyan ve çalışan kalifiye vatandaşlarını TÜBİTAK’ın tersine beyin göçü programı yoluyla çekmeye çalışırken, öbür yandan YÖK ve üniversiteler eliyle uluslararası öğrenci çekme yoluna girmiş ve hatta teknoparklar, kuluçkalar ve hızlandırıcı programları yoluyla kendi elindeki yenilikçi girişimcilerini dışarıya kaptırmama telaşına girmiştir. Nitekim 11. Kalkınma Planında (SBB, 2019) beyin göçünün durdurulması ve tersine çevrilmesi (s.143) hükmü resmi politika belgesine girerken, ülkenin Ar-Ge, yenilik ve girişimcilik ekosistemi içerisinde “Yetenek ve Yaratıcı Sınıf” eksik bileşen olarak gündeme gelmiş ve son olarak 2023 Sanayi ve Teknoloji Stratejisi belgesinde (STB, 2019) ise yaratıcı yetenekli yenilikçi insanları hem ülkede tutmak ve yetiştirmek hem de dünyanın diğer bölgelerinden (Türkiyeli nitelikli göçmenlerin) yurda dönüşünü sağlamak (Sunata, 2014) ve ayrıca yabancı yetenekleri de çekmeye yönelik girişim ve politikaların uygulanmaya konması planlanmıştır. İşte bu kitap yaratıcı ekonomi meselesini yaratıcı endüstriler ve/veya kültür endüstrileri temelli geleneksel sektörel firmayı merkeze alan klasik

biçimde değil, tüm ekonomide ve tüm sektörlerde çalışan yaratıcı yetenekli bireyleri ve meslekleri mekânsal temelde merkeze alarak yeni (yaratıcı) ekonomiyi analiz etmektedir.

1.2 Problem/Sorun

Dünyadaki bilgi birikimi ve bunun teknolojiye dönüşümü çok daha hızlı ve ivmesi artarak devam etmektedir. Bilgi toplumuna dönüşüm, dijitalleşme ve sanayi 4.0 gibi gelişmeler ülkeler arasındaki makası gelişmiş ülkeler lehine açmakta ve geliştirmekte olan ülkeleri olumsuz etkilemektedir. Söz konusu gelişmişlik farklarını açan ülkeler yenilik, Ar-Ge ve teknoloji alanlarında çok daha ileride yer almaktadırlar. Bu kapsamda başta gelişmiş ülkeler olmak üzere tüm ülkeler kendi girişimcilik, sanayi ve teknolojik gelişimini sağlamak, mevcut kapasitelerini artırmak amacıyla çeşitli politika ve programlar uygulamaya koymakta ve dünyadaki ekonomik pastadan daha büyük pay almaya çalışmaktadır.

Bu kapsamda son 20 yılda küresel Ar-Ge harcamaları küresel ekonomik büyümenin iki katından fazla artış göstermiştir. Benzer şekilde patent gibi teknolojik faaliyetlerin temelini oluşturan fikri mülkiyet haklarındaki artış son yıllarda rekor seviyelere ulaşmıştır (WIPO, 2019). OECD'nin (2015) saptamalarına göre, son 20 yılda gelişmiş ülkelerin ekonomik büyümesinde yeniliğin katkısı tek başına %50 seviyesindedir.

Bu faaliyetleri yerine getiren, yenilikleri bulan ve onları ticarileştiren, araştırmalar yaparak bu sürece katkı sağlayan insanlar yenilikçi/yaratıcı sınıfı oluşturmaktadır. Yenilikçi sınıf (yaratıcı sınıf) son yıllarda üzerinde en çok konuşulan konular arasında yer almaktadır. Topluma; teknolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda önemli katkılar sağlayan yenilikçi sınıf, özellikle Ar-Ge, yenilik ve teknoloji alanlarında dünyanın dönüşümüne kritik katkı sağlamaktadır.

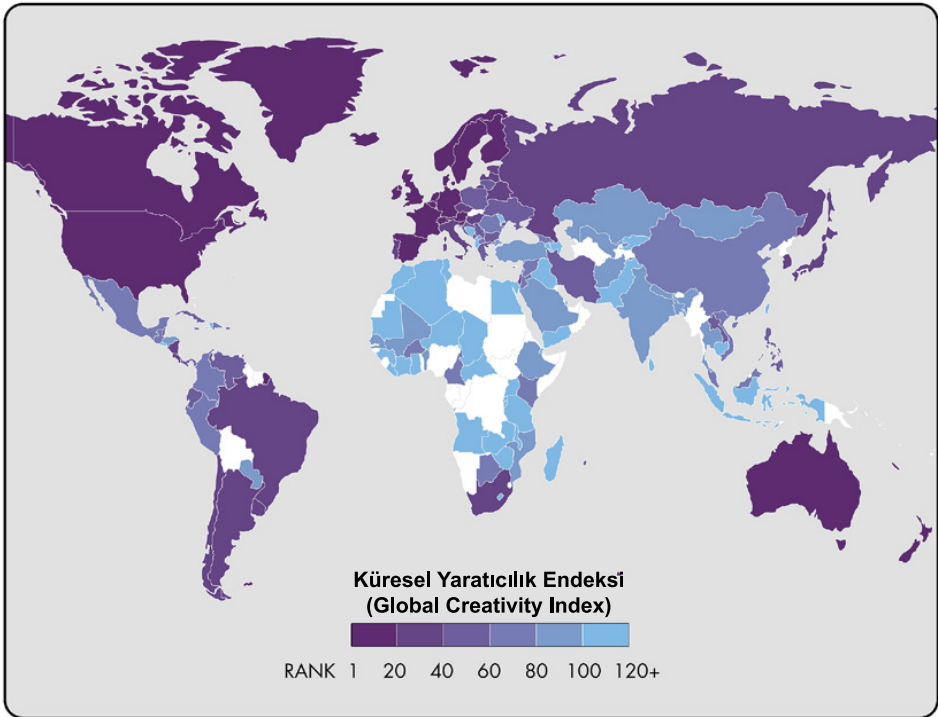
Bu alandaki önemli bir otorite olan Florida (2002a) yaratıcı sınıfın yenilikçi üretime katkısına odaklanmaktadır. Yaratıcı sınıfı; akademisyenler, mühendisler, üniversite araştırmacıları, şair ve yazarlar, sanatçılar, aktörler, tasarımcılar ve mimarların yanı sıra editörler, düşünce kuruluşu araştırmacıları, analistler ve fikir üreten kişiler, yüksek teknolojili sektörler, finansal sektörler, yargı ve sağlık profesyonelleri ve iş yönetimi, girişimciler, KOBİ yöneticilerinden oluşan sınıf olarak tanımlamaktadır (Florida, 2002a).

Yenilikçi/yaratıcı sınıf kuramının sahibi Florida'ya (2002a) göre, ülkelerin ve bölgelerin ekonomik kalkınması ve teknolojik gelişmesi birbiriyle uyumlu çalışan teknoloji, yetenek ve hoşgörü üçlüsünün birleşiminden oluşur. Bu üçlü, bilgiye dayalı bir ekonomide ulusal ve bölgesel düzeyde ekonomik büyümeyi ve rekabetsizliği sağlayan temel unsurlardır. Bir ülkede, kentte veya bölgede *Teknoloji, Yetenek ve Tolerans* (3T) olarak adlandırılan *ekonomik büyümenin 3T'si* mekânizmasından birinin bulunmaması veya eksik olması durumunda yaratıcı insanları çekmek, yenilik yaratmak ve ekonomik büyümeyi sağlamak mümkün değildir. 3T'nin her biri yaratıcı bir ekonomiye sahip olmak için olmazsa olmaz kritik faktörlerdir. Özetle Florida yaratıcı çağda yeni yaratıcı ekonominin rekabetsizliğinin kentlerin ve bölgelerin yani yerin/mekânın sahip olduğu teknoloji, yetenek ve tolerans düzeylerine

bağlı olduğunu ileri sürmektedir.

Florida vd. (2011, 2015) Florida ve Mellander (2023) diğer rekabetçilik ve yenilik endekslerinden farklı olarak teknoloji, yetenek ve toleransı tek bir bileşik göstergede ölçen bir “*Küresel Yaratıcılık Endeksi*” geliştirmiştir. Çünkü diğer endeksler ya sadece ağırlıklı olarak teknolojiye vurgu yapmakta veya daha nadir de olsa yeteneği de ele almaktadır. Onlardan farklı olarak Florida’nın endeksi toleransı rekabetçiliğin ve büyümenin temel belirleyicisi olarak görmekte ve buna dayalı olarak bir ülkenin, kentin veya bölgenin başarılı olabilmesi için 3T’nin hepsinin birden çalışması gerektiğini ileri sürmektedir. Florida’nın yaratıcılığın üç boyutunu birlikte ele alan Küresel Yaratıcılık Endeksi haritasına göre (Şekil 1.3) Avustralya ilk sırada gelmekte, ABD ikinci sırada, Yeni Zelanda üçüncü, Kanada dördüncü, Danimarka ve Finlandiya beşinci, İsveç yedinci, İzlanda sekizinci, Singapur dokuzuncu ve Hollanda onuncu sırada yer almaktadır. BRIC ülkeleri arasında Brezilya 29., Rusya 38., Çin 62. ve Hindistan 99. sırada yer almaktadır. Harita küresel yaratıcılığın Kuzey Amerika, Batı Avrupa ve Okyanusya da (Avustralya ve Yeni Zelanda) yoğunlaştığını, küresel yaratıcılık sıralamasına ilk 25 ülkeden Afrikadan ve Güney Amerika’dan hiç, Asya’dan ise sadece üç ülkenin (Singapur, Hong-Kong ve Japonya) girdiğini göstermektedir.

Şekil 1.3 Küresel Yaratıcılık İndeksinin Coğrafi Dağılımı, 2015



Kaynak: Florida vd., 2015: 21

Florida vd.’nin (2011, 2015) Küresel Yaratıcılık Endeksi hesaplamasına göre Türkiye 2011 yılında 82 ülke içinde 68. sırada bulurken, 2015 yılında 139 ülke arasında 88. sıraya

gerilemiş, en son yapılan 2023 yılı analizinde (Florida ve Mellander, 2023) ise 160 ülke içinde 73. sırada yer almıştır (Şekil 1.3 ve Tablo 1.1). Güney Kore'nin 20., Polonya'nın 31. Brezilya'nın 45. ve Rusya'nın 51. olduğu sıralamada, Türkiye'nin Hindistan (81.) Meksika (82.) ve Çin (86.) gibi ülkelerle aynı ligde olması olduğu dikkati çekmektedir. Türkiye'nin yeri detaylı şekilde incelendiğinde, teknoloji sıralamasında 58. sırada ve yetenek sıralamasında da 53. sırada yer alan ve bu anlamda WIPO tarafından açıklanan dünya küresel inovasyon sıralamasına oldukça yakın bir konumda bulunan Türkiye'nin tolerans boyutunun işin içine girmesiyle birlikte az gelişmiş ülkelerin arasına gerilediği görülmektedir. Nitekim tolerans endeksi sıralamasında 123. sıra ile dünyada sondan 15. sırada yer alan Türkiye'nin yenilikçi/yaratıcı sınıfı çekme, ülkede tutma ve böyle bir sınıfı bizzat kendi yaratma ve geliştirme konusunda karşısında duran en büyük engelin kökeninde hoşgörünün yatmakta olduğu görülmektedir.

Florida vd.'nin (2015) teknoloji, yetenek ve tolerans endekslerini oluşturan alt göstergeler detaylı şekilde incelendiğinde (Tablo 1.1) Türkiye'nin küresel teknolojik gelişmişlik sıralamasında Ar-Ge yatırımlarında görece iyi bir yere (32. sırada) sahipken, kişi başına düşen patent sıralamasında geriye düştüğü (56. sırada) görülmektedir. Küresel yetenek endeksinde, eğitim düzeyi bakımından (32. sırada) tıpkı Ar-Ge yatırımında olduğu gibi görece iyi konumda iken, yaratıcı sınıf oranında (62. sırada) epeyce geri sıralara düşmektedir. Son olarak tolerans endeksinde ise bu bileşeni oluşturan ırksal ve etnik azınlıklara hoşgörü düzeyinde en geri sıralarda (120. sırada) yer alırken, farklı cinsel kimliklere tolerans bakımından görece bir parça daha iyi bir yerde (86. sırada) bulunmaktadır. Yaratıcılık endeksinin oluşturan tüm bu alt göstergeler Türkiye'nin 3T'nin tüm alanlarında iyileştirilmesi gereken yönlerinin olduğunu ancak özellikle teknolojiye patent, yetenekte yaratıcı sınıf ve toleransda da azınlık ve farklı etnik/cinsel kimliklere karşı hoşgörü alanlarında ciddi yol kat etmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 1.1 Türkiye'nin Küresel Teknoloji, Yetenek ve Tolerans Endeksindeki Sırası

Endeksler	Dünyadaki Sıralama (82 Ülke Arasında)	Dünyadaki Sıralama (139 Ülke Arasında)	Dünyadaki Sıralama (160 Ülke Arasında)
Teknoloji	51	58	39
Yetenek	59	53	73
Tolerans	64	123	123
Küresel Yaratıcılık Endeksi	68	88	73

Kaynak: Florida vd., 2011: 41, 2015: 41-56, 2023: 190.

Öte yandan dünyada ülkelerin ve bölgelerin teknoloji düzeyini ve inovasyon performansını ortaya koyan WIPO'nun *Küresel İnovasyon Endeksi* (KİE), küresel ölçekte 129 ülkenin inovasyon performansını ve yerküre üzerindeki 100 bölgesel/kentsel inovasyon kümesinin yenilikçilik düzeyini analiz etmektedir (WIPO, 2019, 2024). WIPO'nun KİE endeksinde Türkiye'nin konumu değerlendirildiğinde, Türkiye 129 ülke arasında 2013 yılında dünya küresel inovasyon sıralamasında 68. sıradan 2016 yılında 42. sıraya

yükselmiş, 2018 de 50. sıraya gerileyen Türkiye, 2019 yılında 129 ülke arasında kendisine 49. sırada yer bulmuştur. KİE'nin 2019 Raporuna göre Türkiye, "kalkınmışlık düzeyine göre beklenen seviyenin altında inovasyon performansı sergileyen ülkeler" arasında yer almaktadır (WIPO, 2019: xxii). Ancak 2024 yılına gelindiğinde durumun değiştiği ve Türkiye'nin 133 ülke arasında 37. sıraya yükseldiği dikkati çekmektedir ki WIPO (2024:65) bu sefer Türkiye'nin kalkınmışlık düzeyine göre (kurumlar hariç) beklenen seviyede inovasyon performansı sergileyen ülkeler arasında yer aldığını vurgulamıştır. KİE endeksi inovasyon girdileri ve çıktıları olmak üzere iki ana endeks ile bunları oluşturan 7 alt boyut/bileşenden oluşmaktadır. Nitekim ülke genel olarak inovasyon çıktılarındaki inovasyon girdilerinden daha iyi performans sergilemektedir. Buna göre Türkiye yaratıcı çıktılar boyutunda dünyada 16. sırada yer alarak yenilik yatırımlarında gelişmişlik düzeyinin üstünde inovasyon çıktısı üretmiştir. Diğer alt boyutlar olan pazar gelişmişliğinde 37., beşerî sermaye ve araştırmada 40., altyapı boyutunda 40., iş gelişmişliğinde 43. ve bilgi ve teknoloji çıktılarındaki ise 48. sırada yer almaktadır. WIPO Raporu Türkiye'nin özellikle "kurumlar" alt bileşeninde gelişmişlik seviyesinin çok altında kaldığını göstermektedir. Nitekim ülke bu boyutta 133 ülke arasında 100. sırada yer alarak en az gelişmiş ülkeler kategorisinde bulunmaktadır. Türkiye'nin dünya sıralamasında kurumlar bileşeninde en gerilerde yer aldığı ve bu durumun uzun süredir değişmediği gözönüne alındığında Ar-Ge ve yenilik yapan yaratıcı sınıfı ülkeye çekmek ve burada tutmak konusunda herşeyden önce kurumsal ortamın iyileştirilmesi gerekmektedir.

Son olarak Florida'nın yaratıcı sınıfın küresel coğrafi dağılımını analiz ettiği çalışmalarında; Türkiye'de yaratıcı sınıfın toplam istihdam içindeki payı 2011 yılında %20,9 (Florida vd., 2011) iken 2015 yılında aynı oran yüzde 18,9'dur (Florida vd., 2015). Öte yandan Florida'nın yaklaşımını temel alarak Türkiye üzerine yapılmış olan iki çalışmadan biri olan Nas Özen'e (2014) göre, Türkiye'de 2011 yılında yaratıcı sınıf oranı %21,5'tir. Doğrul ve Çelikkol'un (2017) 2015 yılı sonuçlarına göre ise, Türkiye'de yaratıcı sınıfın toplam işgücü içerisindeki oranı %23,9'dur.⁴ Bu çalışmaların sonuçlarına göre genel ola-

4 Doğrul ve Çelikkol'un (2017) 2015 yılı SGK verileri analiz sonuçlarına göre Türkiye'de toplam 19.865.404 kişi istihdam edilmektedir. İstihdam edilenlerin %23,99'u yaratıcı sınıfa giren mesleklere mensuptur (Doğrul ve Çelikkol, 2017). Buna göre, Türkiye'de yaratıcı sınıfın %13,43'ü "profesyonel yaratıcılar" olarak tanımlanan ve daha çok iş yönetimi, ticaret ve finans, yargı ve üst düzey satış gibi profesyonellerden oluşan yenilikçi uzmanlar grubundan oluşmaktadır. En yüksek paya sahip olan bu grubu "süper yaratıcı çekirdek" olarak tanımlanan bilim insanları, mühendisler, sanatçılar ve doktorlardan oluşan %10,56'lık paya sahip olan kritik çekirdek sınıfı oluşturmaktadır. Bu süper yaratıcı çekirdek sınıfın ise %6,24'ü Bohemler olarak adlandırılan şairler, yazarlar, sanatçılar, aktörler ve tasarımcılar gibi kültür ve sanata dayalı mesleklerden oluşurken, sadece %4,32'sini bilim insanları, mühendisler, mimarlar ve doktorlar gibi teknoloji, Ar-Ge ve inovasyona dayalı meslekler oluşturmaktadır.

Türkiye'de yaratıcı sınıfın coğrafi dağılımına baktığımızda ise yaratıcı sınıfın %62'sinin ülkenin batısında bulunan 5 büyük ilde toplanmış olduğu dikkati çekmektedir (Doğrul ve Çelikkol, 2017). Buna göre İstanbul yaratıcı sınıfın açık ara en fazla ikamet ettiği yer olurken, bunu Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya izlemektedir. Gerçekten de Ankara'nın batısında yer alan 4 bölgenin (Marmara, Ege, Akdeniz ve İç Batı Anadolu) yaratıcı sınıfın %85'inden fazlasını kapsadığı görülmektedir. Yaratıcı sınıfın alt dallarını oluşturan ana meslek gruplarının coğrafi dağılımına bakıldığında ise "süper yaratıcı çekirdek" olarak tanımlanan sınıfın en fazla olduğu ilin %32 ile İstanbul olduğu görülmektedir (Doğrul ve Çelikkol, 2017).

rak gerek Florida'nın ve Nas Özen'in ve gerekse Doğrul ve Çelikkol'un hesaplamalarının aşağı-yukarı benzediğini ve Türkiye'de yaratıcı sınıfın %19-24 aralığında bir paya sahip olduğunu söyleyebiliriz. Oysa yaratıcı sınıfa ait aynı oranlar ABD'de %30'ları aşarken, Almanya, İngiltere ve Kanada gibi gelişmiş ülkelerde yaklaşık %45'ler civarındadır. Sonuç olarak yaratıcı sınıfın küresel ölçekteki coğrafi dağılımı incelendiğinde 2015 yılı itibarıyla Türkiye sahip olduğu %18,8'lik pay ile 93 ülke içinde 62. sırada yer aldığı görülmektedir. Gelişmiş ülkelerin çoğunda iş gücünün %40'ından fazlası yaratıcı sınıfa mensupken, Türkiye'de yaratıcı sınıfın toplam istihdam içindeki payının sadece %20'ler düzeyinde olması Türkiye'nin yaratıcı sınıf konusunda sahip olduğu sorunları ve buna yönelik atması gereken adımları açık bir biçimde göstermektedir.

1.3 Amaç ve Kapsam

Türkiye'de son 20 yıldır Ar-Ge, yenilik ve girişimcilik konularında son derece önemli politikalar belirlenmiş, uygulama programları tasarlanmış ve bu alandaki kamu destekleri artırılarak ülkenin Ar-Ge harcamaları ve toplam yenilik kapasitesi belirli bir noktaya çekilebilmiştir. Bu çerçevede özel sektörün Ar-Ge ve yenilikçiliğe yakınlığı artırılmış, verilen desteklerle bu alanda önemli bir ivme kazanılması sağlanmıştır. Ancak bu gelişmeler Türkiye'nin gelişmiş ülke statüsüne çıkabilmesi, orta gelir tuzağına düşmemesi için henüz yeterli seviyeye ulaşmamıştır. 2019 yılında açıklanan 11. Kalkınma Planı (SBB, 2019) ve bunun sanayi ve teknoloji alanında uygulaması olan "Sanayi ve Teknoloji Stratejisi" (STB, 2019) dokümanları incelendiğinde bu alanda yapılması gerekenler sıralanmış olup, bu kapsamda bazı program ve projeler hayata geçmiş, bazılarında ise hazırlık süreçleri devam etmektedir.

Yenilikçi sınıf konusundaki bu araştırma "OSB'lerde Teknoloji Geliştirme Projesinin" erken dönem çıktısı olarak ortaya çıkmış ve Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından yapılmasına karar verilmiş ve proje Sanayi Bakanlığı ile UNDP tarafından yürütülmüştür. Bu bağlamda çalışma kapsamında Ar-Ge, yenilik ve girişimcilik ekosisteminde nitelikli çalışanlara odaklanılmış ve yenilikçi sınıfa yönelik bir araştırma tasarlanmıştır. Bilindiği gibi yenilikçi sınıfın; bankacılar, girişimciler, KOBİ sahipleri, özel sektör ve kamuda yöneticiler, Ar-Ge ve yenilik çalışanları, mühendisler gibi geniş bir tanımı bulunmaktadır. Bu çalışmada ise Ar-Ge çalışanlarına odaklanılmıştır. Bu kapsamda yenilikçi sınıfın en çok çalıştığı alanlar olan Teknoparklarda ve Ar-Ge merkezlerinde (çoğunlukla OSB'ler) çalışan özel sektör Ar-Ge personeli olarak tanımlanan kişilerin kendileri ve çalıştıkları ekosistem hakkındaki duygu, tutum, davranış ve görüşleri analiz edilerek bu alandaki politikaların belirlenmesine altlık oluşturulması hedeflenmiştir.

Araştırmanın genel amacı Türkiye'nin Ar-Ge, yenilik ve girişimcilik kapasitesini geliştirmektir. Bu çerçevede Türkiye'deki yenilikçi sınıfın ekonomik, sosyal ve kültürel özellikleri, beklentileri ile yenilik ve girişimcilik ekosistemi ve çalıştıkları firmalara ve bölgelere yönelik görüşleri sistematik bir şekilde analiz edilmektedir. Böylelikle Florida'nın yaratıcı sınıf yaklaşımının Türkiye bağlamında geçerliliği ve kentsel ve bölgesel kalkınmadaki önemi

ve kullanışlılığı test edilmiş olacaktır.

Diğer taraftan yenilikçi sınıfın özellikleri bireysel düzeyde ele alınmıştır. Burada Bourdieu'nun Sermaye Kuramından yararlanılmıştır. Bourdieu'a (1986) göre bireyler alandaki yatkınlıkları ve sahip oldukları sermaye çerçevesinde rekabet etmektedirler. Dolayısıyla yenilikçi sınıfa dahil birey girişimcilik ve yenilik ekosisteminde sahip olduğu kültürel, beşerî, sosyal ve ekonomik sermaye ile rekabet etmektedir. Bu bağlamda çalışma aynı zamanda Bourdieu'nun sermaye yaklaşımının Türkiye'deki yenilikçi sınıf bağlamında uygulanmasını da içermektedir.

Araştırmanın özel amacı ise Ar-Ge çalışanlarının özelliklerini, işyeri, işyeri bölgesi ve kent koşullarından nasıl etkiledikleri gibi hususlardan yola çıkarak kamuya, girişimcilere, OSB ve teknopark gibi bölgelere ve kent yöneticilerine yönelik politika geliştirilebilmesi için bilimsel altlık oluşturulmasıdır. Bu kapsamda Sanayi ve Teknoloji bölgelerine yönelik ülkemizde yürütülen politika ve uygulamaların iyileştirilmesi hedefi çerçevesinde Ar-Ge çalışanlarının; yenilik, yetenek, tolerans, toplumsal cinsiyet, girişimcilik, göç, çalışma hayatı ve mekân konularındaki görüşlerini alarak bu alanlarda belirlenecek politikalara destek oluşturulması da amaçlanmaktadır.

Bu kapsamda çalışmanın üç hedefi bulunmaktadır:

- Türkiye'de yenilikçi sınıfın (Ar-Ge çalışanları) bireysel, ekonomik, sosyal ve kültürel özelliklerini yenilik/teknoloji, yetenek, girişimcilik, tolerans, toplumsal cinsiyet, çalışma hayatı ve göç dinamikleri bakımından anlamak ve açıklamaktır.
- Ar-Ge, yenilik ve girişimciliği sağlayan bu nitelikli kesimin üç farklı coğrafi ölçekte -çalıştıkları işyeri (firma) düzeyinde, işyeri bölgeleri (OSB, Teknokent, Kent Merkezi ve Kent Çeperi) düzeyinde ve yaşadıkları kentler (Metropoller, Hinterlandlar ve Yeni Sanayi Odakları) düzeyinde- mekâna ilişkin görüş ve önerilerini ortaya koymaktır.
- Sanayi ve teknoloji bölgelerinin yenilikçi sınıfa uygun hale getirilmesi için kamu (İlgili bakanlıklara ve kamu kuruluşlarına) ve özel sektöre (Teknopark ve OSB yönetimlerine, Belediyelere, firmalara vb. aktörlere) yönelik politika önerileri ve programlar geliştirebilmektir.

Bu çalışmanın temel iddiası, Türkiye'nin yenilik kapasitesinin yalnızca Ar-Ge yatırımları, yenilik teşvikleri, teknolojik altyapı, patent ve üniversite sayısı vb. gibi kritik belirleyiciler üzerinden açıklanamayacağıdır. Yenilik kapasitesi, kültürel, beşerî, sosyal ve ekonomik sermayesiyle bireyin, kurumsal ve örgütsel kapasitesiyle firmanın, etkileşim gücüyle işyeri bölgesinin ve yaşam kalitesiyle de kentin birlikte ürettiği "ilişkisel bir kapasite"dir. Bu nedenle yenilikçi sınıf, çalışmada yalnızca nitelikli bir işgücü kategorisi olarak değil, sanayinin ve teknolojik dönüşümün taşıyıcı toplumsal aktörü olarak ele alınmaktadır.

Yukarıda belirtilen temel hedefler ve özel amaçlar doğrultusunda, araştırma kapsamında öncelikle yenilikçi sınıfın doğasını, niteliğini ve davranışlarını anlamak ve açıklamak, aynı zamanda sözkonusu sınıfın çalıştıkları ve yaşadıkları mekâna ilişkin duygu, tutum ve

düşüncelerini analiz edebilmek için kavramsal ve kuramsal bir arkaplan oluşturulmuştur. Bu bağlamda çalışma biri *ekonomik sosyoloji* geleneğine dayanan diğeri *ekonomik coğrafya* geleneğine dayanan iki farklı ama birbiriyle ilişkili kuramsal arka plandan beslenmektedir. Nitekim Ar-Ge çalışanlarının sahip oldukları özellikler/sermayeler sosyolojik perspektiften mikro ölçekte Bourdieu'nun "eylem kuramı"na dayalı "sermaye" kavramsallaştırması ile analiz edilirken, Ar-Ge çalışanlarının yaşadıkları yer, çalıştıkları bölge ve sosyalleştikleri mekân/kente dair özellikleri ile bunların kalkınma süreciyle olan ilişkisi coğrafi perspektiften mezo ve makro ölçekte Florida'nın "yaratıcı sınıf kuramı" çerçevesinden incelenmiştir.

Daha sonra yenilikçi sınıfın (Ar-Ge çalışanlarının) çalıştıkları firmaların özellikleri incelenmiştir. Bu minvalde firmaların demografik özellikleri, daha açık bir ifadeyle bulundukları kentler, faaliyet gösterdikleri mekânlar, sektörler, yaşları, ölçekleri, çalışan sayıları, ortaklık yapıları, ihracatçı olup olmadıkları, patentlerinin bulunup bulunmadığı ve kurumsallaşma düzeyleri gibi özellikler belirlenmiştir.

Sonrasında, Ar-Ge çalışanlarının sahip oldukları sermaye kapasiteleri incelenmiştir. Bu çalışmada sermaye Bourdieu'nun yaklaşımı çerçevesinde kültürel, beşerî, sosyal ve ekonomik sermaye olarak ele alınmıştır. Psikolojik sermaye ve doğuştan gelen özellikler ve yatınlıklar bu çalışmada göz ardı edilmiştir. Diğer bir deyişle bireyin sahip olduğu habitus bu çalışmada kapsam dışında bırakılmıştır.⁵ Ar-Ge çalışanlarının sermaye kapasitesi onların bulundukları alanda rekabet etmesini sağlamaktadır. Onların rekabet güçleri ise doğal olarak çalıştıkları firmaya, firmanın bulunduğu sanayi bölgesine (teknopark, OSB gibi), kente, coğrafi bölgeye ve nihayetinde ülkeye etki edebilmektedir. Yenilikçi sınıfın yetkinliklerini belirleyen sözkonusu dört tür sermaye incelendiğinde;

- Kültürel sermaye olarak yenilikçi sınıfın yaşı, medeni durumu, aile yapısı (ebeveyn eğitim durumu meslekleri) ve yaşadıkları kentler incelenmiştir. Ayrıca sosyal ve kültürel faaliyetleri ile mutluluk düzeyleri de analiz edilmiştir.
- Beşerî sermaye yenilikçi sınıfın eğitimi, tecrübelerini, iş yapış biçimlerini, problem çözme yöntemlerini ve kısaca işe girmeyi ve sonrasında iş yerindeki başarıyı etkileyen en önemli sermayedir. Bu çalışmada beşerî sermaye eğitim düzeyi ve niteliği, iş tecrübeleri, yenilik, teknoloji ve girişimcilik kapasiteleri ile sayısallaştırılmış ve ölçülmüştür.
- Sosyal sermaye olarak güven duygusu ve iş yapmayı kolaylaştıran etkin sosyal, iş ve politik çevreleri analiz edilmiştir.
- Yenilikçi sınıfın ekonomik sermayesi aldıkları ücretler ve tüm ekonomik birikimleri üzerinden değerlendirilmiştir.

Bir sonraki aşamada Florida'nın yaratıcı sınıf yaklaşımını oluşturan üçlü sarmal (3T:

⁵ Bu kapsamda araştırma, yaratıcı sınıfın bütün mesleki bileşenlerini değil, Türkiye'nin sanayi ve teknoloji ekosisteminde çalışan, teknoloji üretim süreçlerinin merkezinde yer alan yenilikçi sınıfın özel sektör Ar-Ge çalışanlarını analiz etmektedir. Bu nedenle bulgular, yaratıcı sınıfın tamamına genellenmekten çok, Ar-Ge çalışanları üzerinden yenilikçi sınıfın Türkiye'deki görünümünü anlamaya yönelik bir girişim olarak değerlendirilmelidir.

Teknoloji, Tolerans ve Yetenek) doğrultusunda yenilikçi sınıfın teknoloji, yetenek ve tolerans konularındaki tutum ve görüşleri incelenmiştir. Bu kapsamda ilk olarak yenilikçi sınıfın teknolojiye yaklaşımı çerçevesinde yenilik algısı, yenilikçi insanların özellikleri, kendilerini yenilikçi görüp görmemeleri ile kendi yenilikçiliklerini nasıl koruyup geliştirebildikleri üzerinde durulmuştur. İkinci olarak yetenek konusunda Ar-Ge çalışanlarının yetkinlik ve beceri düzeyini belirleyen eğitim düzeyi ve iş tecrübeleri gibi beşerî sermayeleri; çocukluk, aile ve yaşanan yer gibi kültürel sermayeleri; sahip olduğu iş ve arkadaş çevresi ile siyaset ve bürokratik ilişki ağlarını içeren sosyal sermayesine dair faktörler incelenmiş ve bu faktörlerin yetenek üzerindeki etkisi iş yeri, iş yeri bölgesi ve kent ölçeğinde ele alınmıştır. Üçlemenin son boyutu olan tolerans ise tıpkı yetenek konusunda olduğu gibi yenilikçi insanların tolerans düzeyini etkileyen kültürel, beşerî ve sosyal sermayeleri ile iş yeri, iş yeri bölgesi ve kentin Ar-Ge çalışanlarının tolerans algısı ve pratiği üzerindeki etkisi değerlendirilmiştir.

Günümüzde kamu politikalarının ağırlık verdiği ve yenilikçi sınıfın gündeminde olan önemli konulardan birisi de göçtür. Tüm ülkeler dünyadaki yetenekleri kendilerine çekmek istemekte ve buna yönelik politikalar geliştirmektedir. Gelişmekte olan ülkeler başta olmak üzere gelişmiş ülkeler açısından da önemli riskler bulunmakta ve sahip oldukları nitelikli insan kaynağını kaybetme riski bulunmaktadır. Bu durum göz önüne alınarak Türkiye’de Ar-Ge çalışanlarının göç eğilimleri incelenmiştir. Sonuçlar, iç göç ve dış göç olarak iki düzlemde analiz edilmiştir.

Öbür taraftan Ar-Ge çalışanlarının toplumsal cinsiyet ve çalışma hayatına olan yaklaşımları onları daha iyi anlamak için kritik olan diğer iki önemli alandır. Bu kapsamda Ar-Ge alanında kadına yaklaşımın diğer alanlara göre nasıl farklılaştığı, liyakat üzerindeki etkisi, firmalarda ayrımcılık yapıp yapılmadığı gibi hususlar toplumsal cinsiyet bağlamında irdelenmiştir. Bu alandaki diğer önemli husus yenilikçi sınıfın çalışma hayatına dair yaklaşımlarıdır. Bu minvalde Ar-Ge çalışanlarının firma ve yöneticilerinden beklentileri, yeni iş arayışları ve kriterlerinin neler olduğu incelenmiştir. Ayrıca bu alanda son olarak stresin iş ve sosyal hayata etkisi ile işini kaybetme ve başarısızlık korkusu gibi duygular konusu çalışma hayatı bağlamında temellendirilmeye çalışılmıştır.

Son olarak çalışmada yenilikçi sınıfın coğrafi boyutu ve mekânsal farklılıkları analiz edilmiştir. Bu çerçevede üç mekânsal birimin yani iş yeri (firma), bölge (teknopark, OSB, kent merkezi ve kent çevresi) ve kentin yenilikçi sınıfın teknoloji, tolerans, yetenek, girişimcilik, göç ve toplumsal cinsiyete olan etkisi değerlendirilmiştir. Bu bağlamda Ar-Ge çalışanlarının çalıştıkları işyeri ve işyeri bölgesinden ve yaşadıkları kentten ne şekilde etkilendikleri, hangi coğrafi ölçeğin yenilikçi sınıfın yaşama, çalışma ve yerleşme tercihi için daha önemli olduğu ortaya konulmuştur.

1.4 Araştırma Tasarımı

Bu araştırma fikri 2023’e Doğru Türkiye’de Teknoparklar çalışması (Cansız, 2017) hazır-

lanırken ortaya çıkmış ve 2017 Ekim ayından itibaren tasarımına başlanmıştır. Öncelikle konu üzerine genel bir literatür taraması yapılarak, ekosistemin aktörleriyle ön görüşmeler yapılmıştır. Son aşamada ise teknoparklarda faaliyet gösteren firmalar ile Ar-Ge ve tasarım merkezlerinde yönetici ve yönetici olmayan çalışanlarla ön görüşmeler yapılmıştır. Bu ön hazırlıklarla birlikte literatür ve sahadaki sorun alanları birlikte değerlendirilerek anket ve mülakat soru formları hazırlanarak nicel ve nitel analizleri içerecek karma araştırma metodunu kullanarak bir tasarım yapılmıştır.

2018 Eylül'den 2019 Mart ayına kadar saha çalışmaları tamamlanmıştır. Bu kapsamda 1.352 kişi ile anket yapılmış bunların içinden 255'i ile aynı zamanda derinlemesine mülakat yapılmıştır. Sonrasında ise veriler düzenlenerek incelenmeye başlanmıştır. Bu araştırma tasarımının çıktıları olarak ise ilk planda 1.352 kişinin katılımı ile uygulanan nicel araştırma sonucunun (nicel analiz) üretilmesi, daha sonra 255 mülakat ve anketin birlikte yapıldığı karma araştırma sonuçlarının (nitel analiz) üretilmesi ve son olarak da tüm bunların birleşiminden oluşacak bir strateji ve yol haritası (nicel ve nitel analizin sonuçlarından çıkarsanan sonuçların politika önerilerine dönüştürülmesi) ortaya konulması planlanmıştır.⁶

Tabii ki tüm bu çalışmalarda yazarların mesleki tecrübeleri ve akademik geleneklerinin sağladığı sosyal, kültürel ve beşerî sermayelerinin önemli bir payı bulunmaktadır. Yazarların 25 yıllık plancı ve araştırmacı/akademisyen kimlikleri ile politika tasarım sürecini izleme ve değerlendirmeye katkı sağlayan pozisyonlardaki görev, tecrübe ve birikimleri araştırmanın tasarımı, uygulanması ve raporlanması sürecinde önemli bir paya sahiptir. Bu sayede bütünsel bir (bölgesel) kalkınma araştırması tasarlanması mümkün olmuştur.

1.5 Veri ve Yöntem

Bu araştırmanın deseni, yakınsayan paralel karma yöntem desenidir. Buna göre araştırmada nitel ve nicel veriler eş zamanlı toplanmıştır. İki ayrı tür verinin toplanmasındaki temel varsayım, farklı tür ve içerikte bilgi elde edebilmektir. Anketler aracılığı ile sayısal puana dönüştürülen bilgilerin, katılımcıların bakış açısı ile anlamını tespit edebilmek için görüşmeler yapılmıştır (Creswell, 2014, s. 221).

Araştırmanın tasarımında nitel ve nicel analiz soruları arasında ilişki kurulmuş ve her bir alan karşılıklı sorularla desteklenerek araştırmanın doğasına yönelik anlama ve açıklama kapasitesi artırılmıştır. Nitel araştırmanın katılımcıları daha geniş bir örneklem kullanıldığı nicel araştırma boyutuna da dahil edilmiştir. Böylelikle birbirini içeren bu iki veri tabanını karşılaştırma imkânı sağlanmıştır.

Bu minvalde araştırma tasarımının ayırt edici yönü, nicel ve nitel verinin birbirini izleyen iki ayrı aşama olarak değil, ikisinin aynı zamanda aynı saha gerçekliğini farklı katmanlardan okuyan bütünleşik bir yapı içinde kurgulanmış olmasıdır. Nicel anket verileri

⁶ Bu çalışmada yenilikçi sınıfa ilişkin anket ve mülakat verileri Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ve UNDP tarafından yürütülen OSB'lerde Teknoloji Geliştirme Projesi kapsamında toplanmıştır.

yenilikçi sınıfın genel eğilimlerini, farklılaşma alanlarını ve karşılaştırmalı görünümünü ortaya koyarken, nitel derinlemesine mülakat verileri bu eğilimlerin arkasındaki anlam dünyasını, deneyimleri ve bağlamsal koşulları görünür kılmaktadır. Bu yönüyle çalışma aynı konuyu iki farklı perspektiften aydınlatan ve bu doğrultuda, yalnızca “ne oluyor?” sorusuna değil, aynı zamanda “neden, nasıl ve hangi koşullarda oluyor?” sorusuna da cevap arayan örnek bir karma araştırma yöntemi modeli sunmaktadır.

1.5.1 Örneklem

Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı verilerine göre 2018 yılı temmuz ayında araştırma evreninde aktif olarak yer alan 56 teknoparkta 4.624 firmada 37.201 kişi, 775 Ar-Ge Merkezinde 41.775 kişi ve 143 Tasarım Merkezinde 1.556 kişi olmak üzere toplam 80.532 Ar-Ge çalışanı bulunmaktadır. Teknoparklar, Ar-Ge Merkezleri ve Tasarım Merkezlerinde çalışan Ar-Ge personeli sayılarının illere göre dağılımı Tablo 1.2’de verilmiştir.

Tablo 1.2 Tasarım ve Tamamlanan Anket ve Mülakat Sayıları

İller	Evren	Örneklem	Mülakat	Örneklem	Anket
	Ar-Ge ve Tasarım Merkezleri ile Teknoparklarda Çalışan Ar-Ge Personeli Sayısı	Planlanan	Yapılan	Planlanan	Yapılan
Ankara	19.478	35	35	255	257
Antalya	622	12	12	50	50
Bursa	5.184	20	20	70	72
Denizli	618	12	12	50	50
Eskişehir	1.444	13	13	50	50
İstanbul	30.188	50	50	395	420
İzmir	4.814	20	20	65	72
Kayseri	983	12	12	50	50
Kocaeli	7.066	20	20	95	79
Konya	884	12	12	50	50
Manisa	2.062	13	13	50	51
Mersin	568	12	12	50	51
Sakarya	1.082	12	12	50	50
Tekirdağ	1.541	12	12	50	50
Seçilen İller Toplam.	76.534	255	255	1.330	1.352
Diğer İller	3.998	0	0	0	0
Türkiye Toplam.	80.532	255	255	1.330	1.352

Tabloya göre araştırma evrenini oluşturan toplam çalışan sayısı 80.532 iken seçilen 14 ilde çalışanların toplamı yaklaşık %95'ini oluşturan 76.534 kişidir. %4 hata payı ve %99 güvenilirlikte bir anket tasarlanmıştır. Daha sonra minimum anket sayısı tüm illerde 50'ye tamamlanarak 1.352 anket uygulanmıştır. Bunların içinden 255 kişiye ise anket ve mülakat aynı anda uygulanarak araştırmanın verileri toplanmıştır.

Araştırmanın örneklemini belirlenirken basit rastsal ve kotalı örneklem türü birarada kullanılmış (Yavan, 2014), böylece örneklemin sahadaki gerçekliği daha iyi yansıtabilmesi hedeflenmiştir. Nitekim kotalı yöntem uygulanmasıyla hem çeşitliliği yakalamak hem de mekânsal kapsamı hesaba katmak mümkün olmuştur. Yapılan saha çalışmasında uygulanan çeşitli kotalar ile anket ve mülakat yapılacak kişilerin özellikleri kısıtlanmıştır. Bu kotalar çeşitli araştırma, saha bilgisi, kamunun sağladığı istatistiki bilgilerden yola çıkılarak ve çeşitli objektif kriterler kullanılarak belirlenmiştir.

Tablo 1.3'te firmaların özelliklerine göre kota belirlenmiştir. Firmanın teknopark firması, Ar-Ge ve tasarım merkezi özelliklerine sahip olma durumlarına göre ve Türkiye'de bu birimlerde çalışan Ar-Ge personelinin toplam sayısı ve ağırlıkları değerlendirilerek kotalar belirlenmiştir.

Tablo 1.3 Firma Tipi

Kurum Tipi	Yüzde Kota	Anket Tasarlanan	Anket Yapılan	Mülakat Tasarlanan	Mülakat Yapılan
Teknopark Firması	48	638	757	120	111
Ar-Ge Merkezi	50	665	568	128	139
Tasarım Merkezi	2	27	27	5	5
Toplam	100	1.330	1.352	255	255

Tablo 1.4'te faaliyet gösteren mekânlar verilmiştir. Teknopark, OSB, Kent çeperindeki diğer sanayi bölgeleri ve kent merkezlerindeki Ar-Ge çalışanlarının dağılımları değerlendirilerek kotalar belirlenmiştir.

Tablo 1.4: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Mekânlar

Mekân	Yüzde Kota	Anket Tasarlanan	Anket Yapılan	Mülakat Tasarlanan	Mülakat Yapılan
Teknopark	48	664	814	121	121 ⁷
OSB	30	399	308	79	79
Kent Çeperi*	15	200	148	40	40
Kent Merkezi	5	67	82	15	15
Toplam	100	1330	1.352	255	255

* (Diğer Sanayi Bölgeleri)

⁷ Bu firmaların 11'i aynı zamanda Ar-Ge Merkezi olduğu için aşağıdaki sınıflamada Ar-Ge Merkezleri tablosunda yer almaktadır.

Anket çalışması için kotalama çalışmasında firma ölçekleri de değerlendirilmiştir. Dolayısıyla firmalarda çalışan sayısı dikkate alınarak örneklem seçilmiştir. Bu kapsamda teknopark firmaları ile Ar-Ge Merkezi ve Tasarım Merkezi bulunan firmaların ağırlıkları ve çalışan sayılarıyla paralel dağılım öngörülmüştür (Bkz. Tablo 1.5 1.6 ve 1.7).

Tablo 1.5: Firmaların Ölçeği: Teknoparklar (Çalışan Sayısı)

Firma Çalışan Sayısı	Anket Teknopark Kota Yüzde	Anket Teknopark Planlanan	Anket Teknopark Yapılan	Mülakat Teknopark Kota Yüzde	Mülakat Teknopark Planlanan	Mülakat Teknopark Yapılan
1 ile 9	30	190	261	30	45	30
10 ile 49	40	268	334	40	60	56
50 ile 249	20	118	113	20	30	21
250 +	10	62	49	10	15	4
Toplam	100	638	757	100	150	111

Tablo 1.6: Firma Ölçeği: Ar-Ge Merkezleri (Çalışan Sayısı)

Firma Çalışan Sayısı	Anket Ar-Ge Merkezi	Anket Ar-Ge Merkez	Anket Ar-Ge Merkezi	Mülakat Ar-Ge Merkez	Mülakat Ar-Ge Merkez	Mülakat Ar-Ge Merkezi
	Kota Yüzde	Planlanan	Yapılan	Kota Yüzde	Planlanan	Yapılan
1 ile 9	0	0	0	0	0	0
10 ile 49	15	100	55	15	20	14
50 ile 249	35	233	173	35	43	43
250 +	50	332	340	50	62	82
Toplam	100	665	568	100	125	139

Tablo 1.7: Firma Ölçeği: Tasarım Merkezleri (Çalışan Sayısı)

Firma Çalışan Sayısı	Anket Tasarım Merkezi Kota Yüzde	Anket Tasarım Merkezi Planlanan	Anket Tasarım Merkezi Yapılan	Mülakat Tasarım Merkezi Kota Yüzde	Mülakat Tasarım Merkezi Planlanan	Mülakat Tasarım Merkezi Yapılan
1 ile 9	0	0	0	0	0	0
10 ile 49	15	4	4	1	1	0
50 ile 249	35	9	9	2	2	2
250 +	50	14	14	2	2	3
Toplam	100	27	27	5	5	5

Çalışılan firmaların özelliklerinin yanı sıra Ar-Ge personelinin bazı özellikleri de kotalandırılmıştır. Buna göre Türkiye’de Ar-Ge çalışanlarının genel TÜİK istatistiğinden yola çıkarak bu çalışmada da kadın-erkek oranları %25 ve %75 olarak belirlenmiştir (Bkz Tablo 1.8).

Tablo 1.8: Ar-Ge Çalışanlarının Cinsiyeti

Cinsiyet	Kota Yüzde	Anket Tasarlanan	Anket Yapılan	Mülakat Tasarlanan	Mülakat Yapılan
Kadın	25	333	299	64	47
Erkek	75	997	1053	191	208
Toplam	100	1330	1352	255	255

Tablo 1.9’de Ar-Ge personelinin yaşlarına ilişkin kota ve saha çalışması bilgileri verilmiştir.

Tablo 1.9: Ar-Ge Çalışanlarının Yaşı

Yaş	Kota Yüzde	Anket Tasarlanan	Anket Yapılan	Mülakat Tasarlanan	Mülakat Yapılan
20-29	30	399	527	77	96
30-39	50	665	571	128	104
40-49	15	199,5	191	38	41
50+	5	66,5	63	13	14
Toplam	100	1330	1352	255	255

Ar-Ge çalışanlarının eğitim durumlarına ilişkin kotalar TÜİK’in Türkiye’deki Ar-Ge istatistikleriyle uyumlu bir şekilde belirlenmiştir. (Bkz Tablo 1.10).

Tablo 1.10: Ar-Ge Çalışanlarının Eğitimi

Eğitim	Yüzde Kota	Anket Tasarlanan	Anket Yapılan	Mülakat Tasarlanan	Mülakat Yapılan
Doktora	5	66	75	13	14
Dr- Kadın	25	16	19	3	3
Dr-Erkek	75	50	56	10	11
Yüksek Lisans	25	333	321	64	59
YL- Kadın	25	83	71	12	13
YL-Erkek	75	250	250	52	46
Lisans	70	931	956	178	182
L-Kadın	25	233	209	35	30
L-Erkek	75	698	747	143	152
Toplam	100	1330	1352	255	255

Son olarak Ar-Ge personelinin yöneticilik durumuna ilişkin kotaları ve saha çalışması sonuçlarını gösteren bilgiler Tablo 1.11’de verilmiştir.

Tablo 1.11: Ar-Ge Çalışanlarının Yöneticilik Durumu

Yöneticilik	Kota Yüzde	Anket Tasarlanan	Anket Yapılan	Mülakat Tasarlanan	Mülakat Yapılan
Yönetici	15	270	436	38	71
Yönetici Değil	85	1060	916	217	184
Toplam	100	1330	1352	255	255

1.5.2 Analiz

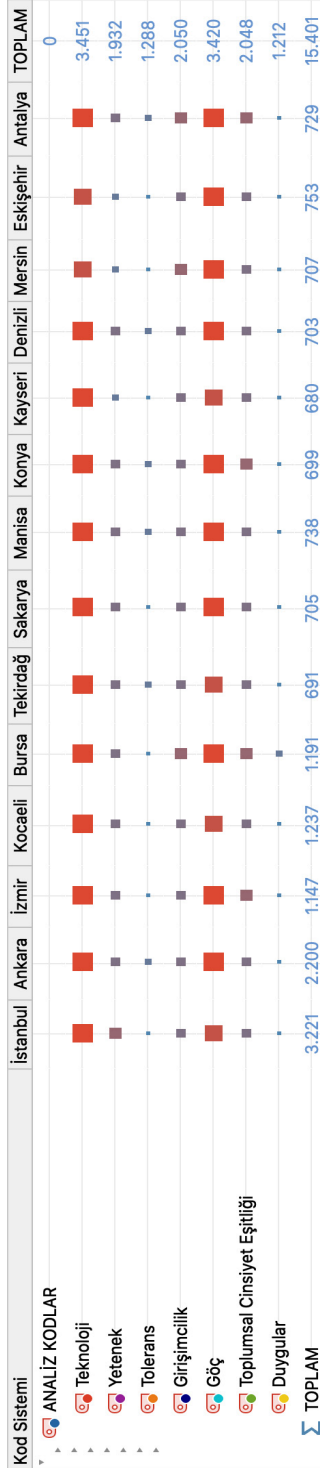
Araştırmanın saha kısmı nicel ve nitel araştırma teknikleri bir arada kullanılarak tamamlanmıştır. Bu çerçevede toplam Ar-Ge çalışanlarının %95’inin bulunduğu 14 ilde 1.352 anket tamamlanmış olup bunların içinden 255 Ar-Ge çalışanıyla derinlemesine mülakat da yapılmıştır. Söz konusu mülakat ve anket soruları Ek-1 ve Ek-2’de yer almaktadır.

Tüm verilerin analizi üç aşamada gerçekleştirilmiş olup; ilk aşamada anket sorularını içeren nicel analiz yapılmıştır. İkinci aşamada görüşmeleri içeren nitel analiz yapılmıştır. Sonrasında nicel ve nitel veriler karma araştırmayı içerecek şekilde birlikte değerlendirilerek sözkonusu bölümler yapılandırılmış ve politika önerilerini kapsayan sonuç ve öneriler hazırlanmıştır. Bu kitap, sözkonusu araştırmanın saha çalışmasına dayalı hem nicel hem de nitel analizinden oluşmaktadır.

Nicel analiz sürecinde sahadan elde edilen 1.352 anket Stata programı kullanılarak çözümlenmiştir. Bu kapsamda ilk olarak toplam 9 bölüm ve 79 sorudan oluşan çok kapsamlı anket verisinin (Bkz. Ek 1) Stata programına girilmesi için sözkonusu verilerin Excel’de veri giriş, kontrol ve temizleme işlemleri yapılmıştır. Daha sonra Stata programına girilen veriler çeşitli frekans analizi yöntemleri (ortalama, yüzde, mod ve medyan) kullanılarak betimsel olarak analiz edilmiştir. Anket katılımcılarının algı, görüş, duygu ve pratiklerini ölçmek için kullanılan likert ölçeğindeki önermelerin yorumlanmasında ise katılma ifadesi “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” (T2B) ifadelerine verilen cevapların toplanması suretiyle, katılmama ifadesi ise “katılmıyorum” ve “kesinlikle katılmıyorum” (B2B) ifadelerinin toplanması suretiyle analiz edilmiştir. Son aşamada ise üretilen nicel veriler tablo ve grafiklerle görselleştirilerek yorumlanmıştır.

Nitel araştırma sürecini çeşitli aşamalardan geçerek hazırlanmıştır. Öncelikle çözümlenmesi yapılarak Word ortamına aktarılan 255 mülakat dosyası (yaklaşık 3.000 sayfa) analiz edilmesi için Maxqda programına aktarılmıştır. Daha sonra araştırmanın tasarımı ile mülakatların genel çerçevesi bağlamında kod başlıkları oluşturulmuştur. Böylece Maxqda dosyası analize hazır hale getirilmiş ve 255 mülakat çözümlemesi detaylı incelenerek ve toplam 15.401 kodlama yapılmıştır. Bu kodların konulara ve illere göre dağılımı Şekil 1.4’te gösterilmiştir.

Şekil 1.4: Kod Sisteminin Dağılımı



Tablo her ilden katılımcıların mülakat sorularına verdikleri yanıtları göstermektedir. Tablo içindeki karelerin büyüklüğü dikey eksenini yansıtmaktadır. Dolayısıyla tablo her ilin kendi içindeki ağırlığını verecek şekilde düzenlenmiştir. İllerde yapılan mülakat sayıları optimize edildiğinden dolayı her ilin kendi içinde nelere öncelik verdiği gösterilmiştir. Benzer yöntem tüm bölümlerdeki benzer tablolar için de uygulanmıştır.

Kodlar araştırmanın temel sorun alanları olan teknoloji/yenilik, yetenek, tolerans, toplumsal cinsiyet, girişimcilik, göç ve çalışma hayatından oluşmaktadır. Göç, yenilik ve girişimcilik konuları üzerinde en fazla durulan konular olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan mülakatların tamamı için nitel veri analiz teknikleri kullanılarak analiz süreci tamamlanmış, kod haritaları oluşturmuş ve literatür bilgisiyle harmanlanarak çalışmanın bölümleri bazında yorumlanmıştır. Aynı zamanda anket içindeki mülakatla ilişkili soruların analizleri yapılmıştır.

Araştırma kapsamında mülakat ve anketin birlikte yapıldığı 255 katılımcının çalışma kapsamında sorulara verdikleri cevaplar analiz edilmiştir. Dolayısıyla kalitatif (nitel) ve kantitatif (nicel) veri birbiriyle konuşturularak birlikte yorumlanmıştır. Böylece yenilikçi sınıf konusunda gerçekliğin doğasına daha da yaklaşılmaya çalışılmıştır. Nicel sorularla çeşitli konularda doğrudan görüşler alınırken nitel sorularla ise bu konular daha da derinleştirilmiştir. Nihayetinde bu çalışmada hem nicel hem de nitel verinin gücünü birleştiren, aynı olguyu iki farklı yöntemle ölçerek bulguların geçerliliğini ve güvenilirliğini artıran en önemli “karma yöntemlerinden” biri olan “yakınsayan (eşzamanlı üçgenleme) paralel araştırma tasarımı” kullanılarak araştırma nesnesinin gerçekliği çok kapsamlı şekilde incelenmiştir.

Sonuç olarak Türkiye’de yenilikçi sınıfın ekonomik, sosyal ve kültürel özellikleri ile yenilik ve girişimcilik ekosistemini ve çalıştıkları firmalara, kentlere ve bölgelere yönelik görüşlerini sistematik bir şekilde analiz eden ve bu kapsamda ülkemizde uygulanan sanayi ve teknoloji bölgelerine yönelik politika ve uygulamaların iyileştirilmesini de amaçlayan bu çalışma 15 bölümden oluşmaktadır:

Bu kapsamda çalışmanın birinci bölümünde “Yenilikçi Sınıf” araştırmasının bağlamı, amacı, kapsamı, hedefi, araştırma tasarımı ile veri ve analiz yöntemi açıklanmıştır. İkinci bölümde, araştırmanın kavramsal ve kuramsal çerçevesi ele alınmıştır. Üçüncü bölümde Türkiye’de Ar-Ge çalışanlarının çalıştıkları firmaların özellikleri incelenmiştir. Dördüncü, beşinci, altıncı ve yedinci bölümlerde Bourdieu’nun sermaye teorisi yaklaşımına uygun olarak yenilikçi sınıfa dahil bireylerin sahip olduğu kültürel sermaye, beşerî sermaye, sosyal sermaye ve ekonomik sermayeleri analiz edilmiştir. Sekizinci, dokuzuncu ve onuncu bölümler Florida’nın yaratıcı sınıf teorisi yaklaşımı doğrultusunda teknoloji, yetenek ve tolerans konularına ayrılmıştır. Bu kapsamda her bir bölümde yenilikçi sınıfın teknoloji, yetenek ve tolerans kapasitesine etki eden kültürel, sosyal ve beşerî sermaye faktörleri ile bu faktörlerin iş yeri, iş yeri bölgesi ve kent ölçeğindeki karşılıklı ilişkisi incelenmiştir. Onbirinci bölümden itibaren yaratıcı sınıf teorisinin boyutlarını aşan, girişimcilik, göç,

toplumsal cinsiyet ve çalışma hayatı konusunda katılımcıların, duygu, düşünce ve görüşleri yorumlanmıştır. Bu bağlamda onbirinci bölümde, girişimcilik konusu detaylı bir şekilde incelenmiştir. Yenilikçi sınıfın girişimciliğe yaklaşımı, girişimcilik eğilimi ve bunun nedenleri üzerinde durulmuştur. Onikinci bölümde son yılların en tartışmalı konularından biri olan göç olgusu analiz edilmiştir. İç göç ve dış göç konuları ayrı ayrı ele alınmış; iç göçe yönelik iş yeri, işyeri bölgesi ve kentin etkileri analiz edilmiştir. Dış göç için ise itme ve çekme faktörleri üzerinden konu ulusal boyutta değerlendirilmiştir. Onüçüncü bölümde toplumsal cinsiyet kavramı çalışma ilişkileri bağlamında ele alınarak kadın erkek eşitliği, iş yeri, iş yeri bölgesi ve kent açısından değerlendirilmiştir. Ondördüncü bölümde çalışma hayatında duygular konusu incelenmiştir. Bu kapsamda, çalışanların stres düzeyi, bunun performansa etkisi ile başarısızlık ve iş kaybetme korkusu analiz edilmiştir. Onbeşinci olan son bölümde ise mekân/yer konusu işyeri, işyeri bölgesi ve kent ölçeğinde ele alınarak, bütünlükçü bir mekânsal analiz yapılmıştır. Sonuç bölümünde ise önemli bulgular özetlenmiş ve politika önerileri sunulmuştur.



2

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu çalışma biri ekonomik sosyoloji geleneğine dayanan diğeri ekonomik coğrafya geleneğine dayanan iki farklı ama birbirleriyle ilişkili kuramsal arka plandan beslenmektedir. Bu bağlamda Ar-Ge çalışanlarının sahip oldukları özellikler/sermayeler sosyolojik perspektiften mikro ölçekte Bourdieu'nun "eylem kuramı"na dayalı "sermaye" kavramsallaştırması ile analiz edilirken, Ar-Ge çalışanlarının yaşadıkları yer, çalıştıkları bölge ve sosyalleştikleri mekân/kente dair özellikleri ile bunların kalkınma süreciyle olan ilişkisi coğrafi perspektiften mezo ve makro mekânsal ölçekte Florida'nın "yaratıcı sınıf kuramı" çerçevesinden incelenmiştir.

2.1 Sanayi Toplumundan Bilgi ve Dijital Topluma Geçiş

1990'lı yıllarda başlayan, ekonominin yapısı, prensipleri ve fonksiyonları üzerinde dönüşümlere yol açan ve tüm ekonomik faaliyetlere bilginin entegre edilmesini ifade eden süreç için "yeni ekonomi" kavramı kullanılmaktadır. Bilişim teknolojilerinin bu yıllardan itibaren internet ve web temelli uygulamaların da yardımıyla günümüz işletmelerinde yaygın kullanılmaya başlanması, geleneksel iş yapma biçimleri, örgütler arası ve örgüt içi ilişki ve süreçler üzerinde köklü etkiler meydana getirmiş, işletmeleri değişen şartlara adapte olmaya zorlamıştır. Bu süreç beraberinde mekânı da dönüştürmüştür.

Bu süreci sosyal bilimciler kendi alan ve bakış açıları çerçevesinde farklı başlıklar altında incelemişlerdir. "Fordizmden post-fordizme geçiş" (Harvey, 1989; Storper ve Walker, 1989; Scott, 1988), "kapitalist sanayi toplumdan postkapitalist bilgi toplumuna geçiş" (Drucker, 1993), "modernizmden postmodernizme geçiş" (Jameson, 1991), "endüstriyel toplumdan post-endüstriyel topluma geçiş" (Bell, 1973), "ağ toplumu" (Castells, 1996), "küresel değişim/kayma" (Dicken, 1998, 2015), "yaratıcı çağ ve yaratıcı ekonomi" (Florida, 2002a), "büyük yakınsama" veya 'yeni küreselleşme' ya da 'küresel değer zinciri devrimi" (Baldwin, 2016)", "beşinci kondratiev dalga: Bilgi ve iletişim çağı" (Freeman ve Perez, 1988, Perez, 2010)" ve "kültürel ve yaratıcı ekonomilerin/endüstrilerin yükselişi" (Scott, 2003; Pratt, 2004) bunlardan bazılarıdır.

Sürekli hızlanan teknolojik gelişmeler, artan bilişim ve bilgi yoğun faaliyetler, kısalan pazara girme süreçleriyle ürün / hizmet yaşam döngüsü süreleri, pazarların küreselleşmesi ve sanayi kolları arasındaki farkların belirsizleşmesi bilgi ekonomisinin temel karakteristik özellikleridir. Diğer taraftan yeni ekonominin dinamikleri arasında bireyler ve küçük girişimlerin istedikleri sermayeyi temin etmelerine imkân veren, yenilikçi fikirleri destekleme amacıyla oluşturulan büyük risk sermayesi fonlarının varlığı dikkat çekmektedir. Böylece tarihte ilk defa sistemli olarak parlak fikirli, yaratıcı girişimcilerin mevcut kurulu işletmelerle rekabet etmelerine yetecek parayı elde etmelerine imkân veren bir piyasa dönüşümü yaşanmıştır. Bu dönemde bilgi ve yaratıcı sermaye klasik üretim faktörlerinin yanında önemli kaynak olarak belirmiştir. Emek yoğun işler düşük gelir grubundaki ülkelere kaymış sanayileşmiş ülkelerde emek yoğun işlerden ürünlere know-how ve yaratıcılık temeline

dayalı değer ekleyen bilgi yoğun faaliyetler ön plana çıkmıştır. Tüm bu dönüşümler toplumda yaratıcı kesimin istekli katılımını sağlayacak, güvenli, katılımcı, özgür ve dinamik yapıların oluşmasına da zemin hazırlamıştır.

Teknolojiyle beraber ekonomik olarak üretilen malların anlamında ve öneminde meydana gelen değişim yani fiziki sermayeye dayalı bir üretim sürecinin sonunda mal üretimi gerçekleşirken beşerî sermayeye dayalı üretim sürecinin sonunda bilgi üretimi gerçekleşmektedir. Bir diğer ifade ile meta üretiminin değil bilgi üretiminin gerçekleştiği bölgeler artık dünya ekonomisine can veren noktalar haline gelmişlerdir (Florida, 2002a). Dolayısıyla bu lokasyonlarda bilginin üretiminde en önemli pay, bilgiyi üreten, yaratan ve kullanan nitelikli insan sermayesinin varlığı kilit üretim faktörü haline gelmiştir.

Sanayi toplumu üretim, verimlilik ve ekonomik büyümeye odaklanırken, bilgi toplumu, teknolojik gelişmeye, Ar-Ge ve yeniliğe ve yaratıcılığa odaklanmıştır. Bu vesileyle insan bir işçi olarak üretim faktörü olmaya devam ederken insan aklı yenilikçiliğin önemli gücü haline gelmiştir.

2.2 Yaratıcı Ekonomi, Yaratıcı Endüstriler ve Yaratıcı Kentin Ortaya Çıkışı

Florida'ya göre bir toplumun gelir düzeyinin yükselmesi ve teknolojik olarak gelişmesi, küreselleşen dünyada yaratıcı sınıf olarak adlandırılan yeni bir sınıfın ördüğü ilişkiler bütünüyle ortaya çıkmaktadır. Bu sınıf entelektüel birikimini kullanarak toplumsal gelişimin temel dinamiğini oluşturmakta ve gittikleri yerleri ciddi anlamda dönüştürmektedir. Bu noktada hareket olanağı ve değişim katkısı oldukça yüksek olan bu sınıfın bir bölgede yoğunlaşmasını sağlayacak iç ve dış araçların geliştirilmesi de yeni bölgesel kalkınma politikalarının öncelikli stratejisi halini almaktadır. Akademisyenler, sanatçılar, müzisyenler, mühendisler, bilim adamları, doktorlar ve bunlara benzer meslek gruplarının içinden süzülen bu sınıf, rafine zevkleri olan, yerleşik değerlere toplumun genelinden farklı bakan nitelikleri barındırmaktadır.

Dünyada önemli bir kentsel yeniden yapılanma ve dönüşüm sürecinin başladığı 1990'lı yıllarda değişen üretim biçimi sektörlerin yapısında da değişmelere neden olmuş, bunun sonucunda kent merkezlerinde sanayi sektörünün önemi azalırken, hizmet sektörü önem kazanmaya başlamıştır. Fordist üretim örgütlenmesinin aksine post-fordist esnek bir üretim örgütlenmesi içinde organize olabilen hizmet sektörlerinin kent merkezlerinde yoğunlaşmasıyla; bu merkezlerde bilgi, teknoloji ve yaratıcılığı ön planda tutan finans, bankacılık, sigorta, gayrimenkul, reklamcılık ve yaratıcı endüstriler gibi sektörler ortaya çıkmaya başlamıştır (Şen, 2012). Dolayısıyla hizmet sektörleri, 'kentlerdeki yeniden yapılanma sürecinde' 'yeniden oluşturulmuş eski sanayi alanları'nda yer seçmeye başlamıştır.

Kentlerin yeniden yapılanması ve dönüşümü sürecinde 1990'lı yıllardan itibaren öne çıkan temel kavram yaratıcı ekonomi ve kültür endüstrileri kavramından türetilen "yaratıcı endüstriler" konsepti olmuştur (DCMS, 1998). Yaratıcı endüstriler üretilen özgün

ve katma değeri yüksek ürünler sayesinde giderek artan şekilde ekonomik büyümenin kaynağı olarak tanımlanmıştır. Kavramsal gelişme sürecine göre kültür endüstrilerinden daha sonra ortaya çıkan yaratıcı endüstriler ile kentlerde yenilik, yaratıcılık, katma değer gibi kavramları içeren bir yaratıcı ekonomi⁸ ortaya çıkmıştır. Yaratıcı ekonomi, potansiyel olarak iktisadi büyüme ve kalkınmayı uyaran yaratıcı varlıkların şekillendirdiği piyasaları işaret etmektedir. Yaratıcı sektörler servet artışı sağlarken uzmanlaşmayı özendirerek beşerî sermayenin artmasına ve büyümenin ivme kazanmasına sebep olmaktadır. Aynı zamanda yeni iş sahaları, imkânları, sosyal bütünleşmeyi, kültürel çeşitliliği teşvik ederek insanlığın gelişimine de katkı sağlamaktadır (Karataş Ünverdi, 2016).

Yaratıcı ekonomi, yaratıcı endüstrilere ve yaratıcı sınıfa ihtiyaç duymakta ve bu sınıfa takip etmektedir. Yaratıcı endüstriler, merkezini bireysel yaratıcılığın, beceri ve yeteneklerin oluşturduğu ve entelektüel zenginliği yaratacak, artıracak yönde yeni iş alanları açabilecek ve zenginlik yaratabilecek potansiyele sahip olan endüstriler olarak tanımlanmıştır. Yaratıcı sektörler, ekonomik değeri ağırlıklı olarak kültürel değerlerine göre oluşan ürünleri üretilmesi ile ilgilenen faaliyetleri kapsamı nedeniyle fikri mülkiyet hakkı doğurmakta ve bu sayede zenginlik ve istihdam yaratma potansiyeline sahip olmaktadır. Bu noktada kültürel değerlere önem atfedilerek yaratıcı endüstrilerin kültürel, teknolojik ve ekonomik olduğu ifade edilmiştir. UNCTAD ise yaratıcı endüstrileri (kültürel) miras, sanatlar, medya ve işlevsel yaratım başlıkları üzerinden tanımlamıştır. Ancak yaratıcı endüstrilerin yapısal özelliklerinin tanımlanması için geliştirilen farklı modeller de vardır. Bunlar, DCMS, sembolik metinler, kosantrik çemberler, WIPO telif hakkı olarak belirlenmişken UNESCO'nun istatistik modeli, Amerikalıların ise bir sanat modeli geliştirdiği görülmektedir (Karataş Ünverdi, 2016).

20. yüzyılın sonu ve 21. yüzyılın başındaki toplumsal ve teknolojik değişimin bir sonucu olarak ortaya çıkan yaratıcı endüstriler özellikle son 20 yılda kentsel ve bölgesel ölçekte en önemli kavramlardan ve politika araçlarından biri haline gelmiştir. Nitekim yaratıcı endüstrilerin geliştirilmesine yönelik politikalar çeşitli ülkelerde kentsel ve bölgesel ölçeklerde strateji belgelerine konu olmuştur. Bu anlamda kent-bölge ölçeğinde sektörel yoğunlaşmalar ya da kümelenmeler analiz edilerek, desteklenmesi gereken yaratıcı sektörler tanımlanmıştır. Benimsenen temel gelişme stratejisi ise tanımlanan sektörlerin desteklenmesine yönelik yatırımların bu sektörlerle yönlendirilmesi, sektörlerin büyümesi ve gelişmesi için gerekli yaratıcı altyapının sağlanması ve sektörlerde istihdam edilecek yaratıcı yeteneğin geliştirilmesi yer almaktadır.

Yaratıcı endüstriler mekân bağlamında “yaratıcı kentleri” ortaya çıkarmıştır (Florida, 2005; Scott, 2014; Pratt, 2008). Kentler, yaratıcı sektörlerin, yeteneklerin ve ekonomik buluşların mekânı olarak algılanmaktadır. Bu kentler güçlü bir sosyal ve kültürel altyapıya sahiptir ve yaratıcı istihdam da nispeten yüksektir. Bu bağlamda yaratıcı kentler bir yer

8 Kültür endüstrileri, yaratıcı endüstriler ve yaratıcı ekonomi kavramlarının ne olduğuna ve birbirlerinden nasıl ayrıldıklarına dair detaylı açıklama için kitabın giriş bölümündeki 2 numaralı dip nota bakınız.

olarak yaratıcılık, yenilik ve büyüme için gereken ekonomik olanakları, yeteneği, işleri ve insanları organik olarak bir araya getiren faktör haline gelmiştir. Yaratıcı kentler, kamu ve sivil toplum kuruluşlarını da içerecek şekilde tüm aktörlerin kültürel bir karışımı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yaratıcı kentler, yenilikçiliğin ve verimliliğin artması için kilit bir unsur olup, kentin yaratıcı sıfatını kazanması ve devam ettirebilmesi için yaratıcı sınıfa dönük sosyal, kültürel ve çevresel teşviklerin uygulanmasına dair öneriler getirilmiştir. Kentlerin birbiriyle ilişkili olsa da yatırım ve nitelikli işgücünü çekmeye yönelik politikalar uygulaması gerektiği kabul görmektedir.

Yaratıcılık yerel ekonomik gelişme ve büyümenin bir aracı olarak kabul edilirken, kentler de yaratıcı sektörlerin, yeteneklerin ve ekonomik buluşların mekânı olarak algılanmaktadır. Yaratıcı sektörler kentlerde yaratıcı iklimin gelişmesine katkıda bulunmakta ve inovatif ortamı desteklemektedir. Yaratıcı kent olgusunun işi sadece kentlerin ekonomik kalkınması ile ilgili değildir, aynı zamanda kamu refahını destekleyen “yerin kalitesini” de içermektedir (Karataş Ünverdi, 2016). Daha çok kentleşmiş ve daha yoğun olan kentsel alanlar daha çok üretkenlik avantajına sahiptir ve en önemli özelliği insan sermayesini bir araya getirmek ve arttırmaktır.

Yaratıcı sınıf, yaratıcı endüstri ve nihayetinde yaratıcı kentler ekonomik gelişme bakımından nitelikli işgücünün önemine atıf yaparak geleneksel yöntemlerdeki kabullere ciddi eleştiri getirmekte ve ekonomik büyüme için yaratıcı sınıfın desteklenmesini ve bu sınıfın hareket eğilimleri çerçevesinde politikalar geliştirilmesini savunmaktadır. Buna bağlı olarak yaratıcı kentler de verimliliğe ve yenilikçiliğe bağlı olarak rekabetçiliğin artacağını savunmaktadır.

2.3 Kentsel ve Bölgesel Büyüme ile Yeniliğin Kaynakları

Ekonomik coğrafya, bölgesel iktisat ve ekonomik sosyoloji literatürüne bakıldığında kentlerin ve bölgelerin ekonomik büyümesinin ve kalkınmasının kaynağını ve nedenlerini açıklayan üç farklı perspektiften söz etmek mümkündür:

1. *İktisadi Yaklaşım:* Kentsel ve bölgesel kalkınmanın merkezine insanı koyan bu yaklaşıma göre, eğitilmiş insanların şehirlerde kümelenmesi bölgesel büyümenin kaynağını oluşturmaktadır. Lucas ve Glaeser gibi iktisatçılar tarafından büyüme teorisine dayalı olarak geliştirilen beşerî sermaye teorisi bu yaklaşımın temelini oluşturmaktadır.
2. *Sosyolojik Yaklaşım:* Kentlerin ve bölgelerin büyüme ve kalkınmasının nedenlerini onların sahip oldukları sosyal (ve kültürel) sermaye gücüyle açıklamaya çalışan bu toplumsal yaklaşıma göre, ekonomik büyümenin kaynağı toplulukların (insanların ve firmaların) kendi aralarında oluşturduğu güçlü sosyal uyum, güven ilişkileri ve

toplumsal bağlardan gelmektedir. Bourdieu'nun sermaye yaklaşımı ile Coleman'ın ve Putnam'ın sosyal sermaye teorisi bu perspektifin temelini oluşturmaktadır.

3. *Coğrafi Yaklaşım:* Ekonomik coğrafya içerisinde kentsel ve bölgesel gelişmenin kaynağını ortaya koyan iki temel coğrafi yaklaşım bulunmaktadır. Bunlardan ilki disiplin içinde köklü bir geçmişi ve yoğun bir taraftarı olan “firma ve iş merkezli bakış” şeklinde tanımlayabileceğimiz kentsel ve bölgesel düzeyde büyümenin ve yeniliğin motoru olarak firmaları, endüstrileri ve sanayi kümelerini gören perspektiftir. Yığılma Ekonomileri ve Kümelenme Teorisi bu yaklaşımın temelini oluşturmaktadır. Bölgesel ekonomik kalkınmanın hem teorisyenleri hem de profesyonelleri tarafından savunulan geleneksel firma odaklı yaklaşıma göre, bölgesel büyüme temelde firmaları çekmek veya sanayi kümeleri oluşturmaktan kaynaklanmaktadır.

Ekonomik Coğrafya içerisinde gelişen ikinci yaklaşım ise kentsel ve bölgesel büyümenin kaynağını hem insan hem de yer/mekân merkezli bir bakış açısıyla açıklayan yaratıcı sınıf perspektifidir. Bu yaklaşıma göre ekonomik büyümenin altında yatan temel faktör yenilikçi insanlardan oluşan yaratıcı sınıf ve bu sınıfın mekânsal tercihleridir. Florida tarafından ortaya konulan “yaratıcı sınıf teorisi” bu yaklaşımın temelini oluşturmaktadır. Florida'nın teorisine göre büyümenin kaynağı ne firmaların ve insanların şehirlerde kümelenmesi ne de toplulukların kentlerde sağladığı sosyal fonksiyonlar ve tüketim olanaklarıdır, bunların hiçbirisi tek başına bir kent ve bölgenin gelişmesini sağlamamaktadır. Bu açıdan Florida'ya (2002a:249) göre, daha fazla endüstriye, daha fazla topluluk uyumuna ve daha eğitilmiş insanlara sahip yerler/mekânlar, daha az olan yerlerden/mekânlardan daha hızlı büyüebilmektedir. Özellikle de uygun sosyal çevre, hoşgörü ortamı ve diğer sosyal olanakları içinde barındıran yaratıcı, teknolojik ve yetenekli insanlara sahip yaratıcı kentler büyümenin merkezinde yer almaktadır. Bu bağlamda Florida yaratıcı sınıfın kalkınma için önemi ortaya koyarak kentsel ve bölgesel gelişmeyi teknoloji, yetenek ve toleransın bir araya geldiği, bulunduğu mekânlar üzerinden açıklamaktadır.

2.4 İktisadi Yaklaşım: Büyüme Modelleri ve Beşerî Sermaye Teorisi

Geleneksel neoklasik ekonomik büyüme modellerinin kalbinde üretim fonksiyonu yatmaktadır. Buna göre ekonomik büyüme, sermaye stoku, işgücü/emek arzı ve teknolojik ilerlemelerin bir fonksiyonudur (Barro ve Sala-i-Martin, 2004). Başka bir ifade ile ekonomik büyümeyi etkileyen ana faktörler, sermaye birikimi, teknolojik ilerleme ve emek verimliliğindeki artıştır. Bazı durumlarda farklı dinamikler rol oynasa da bölgesel ekonomik büyümeyi etkileyen temel faktörlerde benzer süreçlerin bir sonucudur. Geleneksel bölgesel büyüme yaklaşımları büyük ölçüde neoklasik büyüme teorisine özellikle de Solow'un (1956) büyüme modeline dayalı olarak geliştirilmiştir. Bu modelde bölgesel büyüme, bölgenin gelirini, ekonomik ve sosyal refahını belirlemektedir (Martin ve Sunley 1998). Teoriye göre bölgesel büyüme, sermaye stokundaki artışın teknolojik gelişme sayesinde iş bölümünde uzmanlaşma yaratması, bunun da emek verimliliğini artırarak büyümeyi sağlaması şeklinde meydana

gelmektedir. Teknolojik ilerleme, emek ve sermaye gibi bir üretim faktörü olmayıp, daha çok ekonomik aktörün kararından bağımsız, dışsal olarak oluşan ancak hem emeğin hem de sermayenin verimliliğini artıran bir etkidir (Stimson vd., 2009:4-6).

Romer (1986) ve Lucas (1988) tarafından geliştirilen yeni içsel büyüme teorisi modelleri ise, ekonomik büyümenin sadece neoklasik üretim fonksiyonuna dayanılarak açıklanamayacağını, insan (beşerî) sermayesi, eğitim, teknolojik ilerleme, Ar-Ge, dışsallık, taşma (spillover) ve artan getiri (increasing return) gibi faktörlerin de modele katılması gerektiğini vurgulamaktadırlar (Martin ve Sunley 1998; Pike vd., 2017). Böylece, büyüme, içsel yani kendi kendini besleyen bir süreç olarak görülmekte ve firma düzeyinde teknolojik gelişme ve pozitif ölçek ekonomilerinin bir sonucu olarak ortaya çıkan dışsallıklar ve taşmaların etkisiyle ölçeğe göre artan getiri durumu ortaya çıkmaktadır (Kibritcioğlu, 1998).

Yeni içsel bölgesel büyüme teorisi, ekonomik büyümenin motoru olarak teknolojik ilerlemenin neoklasik modelde kabul edildiği gibi dışsal bir etken değil, aksine içsel bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Bu modelde, teknolojik ilerleme ekonomik sistemde bir içsel süreç olarak görülmekte ve bilginin üretimi, eğitim, yaratıcılık ve Ar-Ge yoluyla gelişen insan sermayesine gömülü olarak kabul edilmektedir. Bilginin mekânsal dağılımı ve taşma etkisi bölgesel büyüme ve gelişmenin başarılmasında çok önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Gerçekten de yeni içsel bölgesel büyüme modelleri, esas olarak ölçek ekonomisi ve dışsallıklar şeklinde ortaya çıkan yığılma ekonomileri ve artan getiriye dayanmaktadır (Martin ve Sunley, 1998:211). Ayrıca son yıllarda giderek bölgelerin ekonomik büyüme performansını artıran liderlik, kurumlar, yaratıcılık, inovasyon ve girişimcilik gibi içsel “intangible” faktörlerin önemi de bu modeller çerçevesinde kabul edilmektedir (Stough vd., 2011:9). Sonuç olarak içsel büyüme modelleri, özellikle beşerî sermayenin bölgesel büyüme ve kalkınma için anahtar öneme sahip faktör olduğunu ortaya koymuştur.

Beşerî sermayenin ekonomik kalkınmada oynadığı rol; hem büyük ölçekli ulusal ekonomik performans çalışmalarında (Barro, 1991), hem de bölgesel düzeyde (Rauch, 1993; Simon, 1998) yapılan çalışmalarla ortaya konulmuştur. Aslında ekonomik büyümenin beşerî sermaye ile ilişkisi Ullman (1958) ve Jacobs (1961, 1969) gibi coğrafyacılar ve plancılar tarafından eski dönemlerde de fark edilmiştir. Ancak bu alandaki sistematik çalışmalar 1980’lerin sonunda içsel büyüme teorisiyle kanıtlanmıştır. Özellikle Lucas’ın (1988) öncü çalışması ekonomik büyüme ve kalkınmanın arkasındaki temel itici gücün kentlerde ve bölgelerde kümelenmiş yetenekli beşerî sermayenin varlığı olduğunu ampirik olarak doğrulamıştır.

Lucas’ı takiben çok sayıda iktisatçı (Romer, 1990; Glaeser, 1998; Rauch, 1993; Simon, 1998; Quigley, 1998), coğrafyacı (Florida, 2002a, 2002b, 2002c) ve sosyolog (Lloyd ve Clark, 2001) beşerî sermaye ile bölgesel ekonomik büyüme arasındaki ilişkiye dair ampirik kanıtlar ortaya koymuştur. Glaeser’in (1998) yaptığı çalışmayla beşerî sermaye ile ekonomik kalkınma arasındaki ilişki ampirik olarak kanıtlanmıştır. Beşerî sermayenin yoğunlaştığı alanlar, bilgi taşmasından dolayı daha üretken alanlar olmaktadır.

Geleneksel olarak beşerî sermaye eğitim ve öğretim yoluyla ölçülür. Lisans derecesi ve üstüne sahip nüfusun payı ana ölçü parametresidir. Bu ölçüt, üniversite derecesi olmayan küçük ama çok önemli girişimcileri kapsamaz; dahası, lisans derecesine sahip olmak sadece daha fazla potansiyel beceri veya yeteneğe işaret eder ancak gerçekten o yetenek veya beceriye sahip olunduğunu göstermez, yalnızca potansiyeli ifade eder.

Florida, eğitime değil mesleğe (yaratıcı sınıfa) dayanan beşerî sermayenin alternatif bir ölçümünü önermektedir. Meslek, kullanılan/sahip olunan becerilerin gerçek değerini sağlayarak ekonomik kalkınmaya katkıda bulunur. Eğitim, altta yatan potansiyel yetkinlik seviyesini sağlar ancak meslek, eğitimin beceri ve işgücü verimliliğine dönüştürüldüğü mekânizmadır. Bu nedenle Florida, mesleğin daha iyi ve daha doğrudan bir beceri ölçüsü olduğunu savunmaktadır. Florida'nın mesleğe dayalı alternatif beşerî sermayenin ölçümüne göre bilim, mühendislik, sanat, kültür ve eğlenceyi içeren “yaratıcı sınıf” temelindeki meslek grupları ile finans, hukuk, sağlık hizmetleri ve eğitim gibi bilgi tabanlı meslekler yaratıcılık potansiyeli yüksek olması nedeniyle eğitime göre çok daha iyi bir ölçümdür (Florida, Mellander ve Stolarick, 2008).

Florida beşerî sermaye ve yaratıcı mesleklerin (eğitim ve beceri) farklı kanallar yoluyla bölgesel kalkınmayı etkilediğini iddia etmiştir. Teknolojik yaratıcılık ile bölgesel yenilik, yüksek teknoloji ve kültürel yaratıcılık arasında pozitif ilişki bulunmuştur (Florida, 2002b). Ayrıca Florida çeşitliliğe açık bölgelerin yeniliğin yaratılması ve ekonomik büyümedeki katkısını ampirik olarak ortaya koymuştur.

2.5 Coğrafi Yaklaşım 1: Yığılma ve Kümelenme Teorisi

Ekonomik coğrafyada firma ve endüstri odaklı yaklaşıma dayanan yer seçimi ve bölgesel gelişmeye ilişkin teorilere baktığımızda, ilk karşımıza çıkan Marshall'ın (1890) yığılma ekonomileri-sanayi bölgeleri ve Porter'ın (1998) kümelenme teorisidir. Bu yaklaşımlara göre, firmaların belirli bir bölgeyi seçmeleri ve orada kümelenmeleri nedeniyle bölgeler iktisadi faaliyetlerin odağında yer almaktadır. Firmalar pozitif ekonomik dışsallıklar ve paylaşılan örtük bilgi nedeniyle kümelenirken, firmaların coğrafi yığılması ise üretimde verimliliği artırmaktadır.

Kümelerin orijini, Marshall'ın 1890'larda “sanayi bölgeleri”ne yönelik çalışmalarına kadar uzanmaktadır. Marshall (1890), İngiltere'de sanayi bölgelerinin neden bazı yerlerde ortaya çıktığını ve bu endüstriyel bölgelerin önemi ve faydalarını incelediği çalışmasında, firmaların ya da daha geniş anlamda ekonomik faaliyetlerin bir yerde toplanması, kümelenmesi veya yoğunlaşması sonucu elde edilen faydalar/tasarruflar/avantajlara yığılma ekonomileri veya dışsallıklar adını vererek, firmaların üç nedenden dolayı bir araya toplanmakta olduğunu ortaya koymuştur (Yavan, 2006): (1) Yerel vasıflı emek havuzu sağlama, (2) ticaret dışı yerel girdiler sağlama, ve (3) bilginin yayılımı ve teknoloji taşıması sağlama. Marshall Dışsallıkları adı verilen ve temelde işgücü havuzuna erişim, ihtisaslaşmış tedarikçilere erişme ve bilginin yayılması sonucu meydana gelen, esas olarak firmanın kendi faaliyeti sonucunda değil, diğer

firmalarla coğrafi olarak aynı ortamda bulunduğu için elde ettiği maliyetini azaltıcı, karlılığını artırıcı avantajlar yığılma veya “yerelleşme ekonomileri” olarak kavramsallaştırılmaktadır.

Marshall’ın sonrasında yapılan çalışmalar, sanayi bölgelerine değil firmaların bireysel kuruluş yeri seçimlerine odaklanmış ve uzun yıllar sanayi bölgeleri/kümeleri çalışması gündeme gelmemiştir. Marshall’ın çalışması, 1970’li yıllarda kuzeydoğu İtalya’da ön plana çıkan “yeni sanayi bölgeleri” ile tekrar gündeme gelmiştir. Becattini ve diğer araştırmacılar tarafından Üçüncü İtalya olarak tanımlanan Emilia-Romagna Bölgesinin incelenmesi sonucu literatüre giren Yeni Sanayi Bölgeleri/Odakları, Marshallyan sanayi bölgelerine ve yığılma ekonomilerine olan ilgiyi tekrardan canlandırmıştır. Tabi bu ilginin uyanmasında özellikle Piore ve Sabel’in (1984) çalışması çok önemli bir yere sahiptir. Ancak kümelenme konusunda esas canlanma, Michael Porter’in 1990 yılında Ulusların rekabet üstünlükleri üzerine yayınladığı çalışması ile olmuştur. Porter’in 1998 yılında sanayi kümelerinin tespiti ve işleyişine yönelik detaylı çalışması sonrası kümelenme tüm Avrupa, ABD ve Asya’da temel sanayi ve rekabetçilik politikası olarak benimsenmiş ve sanayi kümesi modelleri ve stratejileri ana gündem haline gelmiştir.

Porter’a (1990) göre sanayi kümelenmesi “Birbiriyle ilgili sanayi kollarındaki firmaların, şirketlerin, uzmanlaşmış tedarikçilerin, hizmet sağlayıcılarının işbirliği içinde rekabet ettikleri ortak kuruluşların coğrafi olarak bir araya toplanmasıdır”. Buna tanıma göre kümelenme kavramına ait üç temel ortak özellik şunlardır:

- Bunlardan birincisi, kümelerin coğrafi bir yoğunlaşmayla oluşmasıdır. Coğrafi olarak ayrı yerlerde bulunan işletmeler birbiriyle ilgili ve ilişkili olsalar dahi küme oluşturmazlar.
- İkincisi, küme içinde bulunan aktörlerin (işletmeler, tedarikçiler, eğitim ve araştırma kurumları, kamu kuruluşları gibi) çeşitliliğidir. Coğrafi yığılma ancak tüm aktörlerin varlığıyla küme olabilir.
- Üçüncü özellik ise aktörler arasında yakın bir ilişki veya birbirine bağımlılık bulunmasıdır. Coğrafi yığılmanın küme olarak nitelendirilebilmesi için sadece aktörlerin varlığı yetmemekte aktörler arasındaki ilişki derecesi de önem arz etmektedir.

Porter (1998) küme kavramını bir ağ yapılanması şekli olarak tanımlamıştır. Kümeler, ağyapılardır (network) çünkü küme içinde bulunan firmalar (işletmeler ve tedarikçiler), bilgi üretici kuruluşlar (eğitim ve araştırma kurumları,) arayüzler (danışmanlık hizmeti ve çeşitli kolaylaştırıcı kuruluşlar gibi) ve müşteriler gibi çeşitli aktörler arasında ticari ve ticari olmayan yakın bir ilişki/etkileşim veya birbirine karşılıklı bağımlılık bulunmaktadır. Dolayısıyla kümeler tüm aktörlerin coğrafi olarak bir arada bulunduğu ve birbiriyle çeşitli derecelerde ilgili ve bağlantılı olduğu bir ağ yapılanmasıdır. Gerçekten de “coğrafi yakınlık” ve “ilişki ağları-etkileşim” küme olmanın en temel iki koşuludur. Buna göre yığılma daha çok coğrafi konsantrasyona dayanırken, ağlar ise daha çok iş birliğine dayanmaktadır. Dolayısıyla kümeler coğrafi yakınlıkla iş birliğinin kesişim noktasında yer alarak her iki özelliği de taşımaktadır.

Porter'in (1988) rekabet gücünü uluslararası boyutta ele almak için geliştirdiği kümelenme yaklaşımı Elmas Modelidir. Elmas Modeli, hangi sanayilerin rekabet avantajına sahip olduğunu irdelemek amacıyla kullanılmıştır. Porter, elmas modeli ile firmaların rekabet avantajı geliştirmelerinde etkiye sahip dört temel faktör olduğunu ve bunların da elmasın dört köşesinde yer alan "girdi koşulları", "talep koşulları", "firma yapısı stratejisi ve rekabet durumu" ve "ilgili ve destekleyici sanayiler" olduğunu belirtmiştir. Porter'ın Elmas Modeli'nde yer alan unsurlar, bir sanayi kümesinin içerisinde faaliyette bulunduğu ortamı temsil etmektedir. Porter bu dört faktöre ilave olarak, modeline şans (küresel gelişmeler) ve devletin rolünü de eklemiştir. Öte yandan çağdaş kapitalist ekonomide farklı kümelenme çeşitleri vardır ve ticari ve ticari olmayan dışsallıkların çeşitli kombinasyonlarıyla birlikte ele alınır. Büyük şehirlerde metropolitan ölçekte farklı ekonomik aktivitelerin geniş çeşitlilik oluşturduğu yığılma ekonomileri bulunur.

Kümelenme Yaklaşımı, son 20 yıldır tüm dünyada hem bir sanayileşme aracı olarak hem de bir bölgesel kalkınma aracı olarak bölgesel rekabet gücünü artırmak amacıyla kullanılmaktadır. Kümelenme gerek bölgelerin içsel potansiyellerine dikkat çekmesi gerekse farklı politika alanlarının bu potansiyellerin geliştirilmesi için uyum sağlaması yönleri ile önemli bir politika aracı olarak kabul edilmiştir. Kümelenmeler bölgelerin rekabet avantajını üç yönden geliştirmektedir. (1) kümede yer alan firmaların mevcut verimlilik düzeylerini artırarak, (2) küme katılımcılarının yenilik ve verimlilik kapasitelerini artırarak, (3) kümelenmelerin büyümesini sağlayacak yeni iş alanlarının kurulmasını teşvik ederek. Bu bağlamda kümelenme yaklaşımı yerel ekonominin kısıtlarını ve temel avantajlarını ortaya çıkarması yönleri ile kentsel ve bölgesel kalkınma politikalarında önemli bir yer tutmaktadır.

Yığılma ekonomileriyle yakından ilişkili olan Porter'in kümelenme (cluster) kuramına göre, bir bölgenin büyümesi ve rekabetçi üstünlüğü, ihracata dayalı, uzmanlaşmış yerel endüstrilerin, bunlarla ilişkili destekleyici tedarikçilerin ve kurumsal ağların oluşturduğu kümelenmelere bağlıdır. Bu tür kümelenmeler, yerel üretkenliği artırarak, firmalar arası rekabeti ve bilgi taşınmalarını, yeniliği, yatırımı, uzmanlaşmış kalifiye işgücü havuzunun oluşumunu teşvik etmektedir (Yavan, 2011:74).

Sonuç olarak geleneksel firma odaklı yığılma ve kümelenme yaklaşımı *işgücünün, iş / firma bulmak gayesiyle hareket ettiğini* dolayısıyla ana akımın işgücünden işe doğru olduğunu diğer bir ifadeyle işgücünün iş bulmak için yer seçimini yapma eğiliminde olduğunu savunmaktadır (Storper ve Scott, 2009; Storper, 2013). Ancak Florida geleneksel yer seçimi (lokasyon) teorisinin firma yer seçimini ve bölgesel gelişmeyi açıklamakta yetersiz kaldığını, ekonomik rekabetin artık hammadde ve pazara yakınlık, ulaşım altyapısının varlığı ve hatta işgücü maliyet avantajları üzerinden yapılmadığını aksine yaratıcı varlıkları çekmeye, yetiştirmeye ve harekete geçirmeye dönüştüğünü belirtmektedir. Ayrıca Florida kümelenme, endüstriyel bölgeler ve yenilikçi çevre yaklaşımları gibi ekonomik coğrafyaya dayalı bölgesel kalkınma kuramlarının işletmelerin yer seçimini açıklarken işgücünün yer

seçiminin işletmelerin yer seçimini takip ettiğini kabul ettiğini ileri sürerek geleneksel yöntemlere eleştiri getirmektedir. Florida, yaratıcı sınıf teorisiyle bu sınıf içerisinde yer alan kişilerin öncelikle kendi yaşamları için uygun yer tercihinde bulunacağını bu kişilerle çalışmak isteyen firmaların bu kişilerin yerleşik olduğu yerlere yatırım yapacağını ileri sürmektedir. Bir diğer ifade ile yaratıcı sınıfın ekonomik imkânlardan (işten) ziyade uygun sosyal çevre, hoşgörü ortamı ve sosyal olanaklar çerçevesinde lokasyon seçtiği, işlerin de bu kişiler tarafından tercih edilen mekânlarda ortaya çıktığı (*işin / firmaların insanları / işgücünü izlediği argümanı / hipotezi*) ileri sürülmektedir (Florida, 2002a, 2012). Bu bağlamda yaratıcı sınıfa mensup kişiler yüksek katma değer yaratma potansiyeline sahip olmaları ve istihdamlarının daha istikrarlı bir seyir izlemesi nedeniyle, tercih ettiği kentlerin ve bölgelerin gelişmesine pozitif etkide bulunmaktadır.

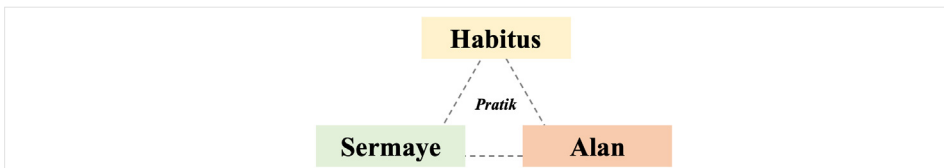
2.6 Sosyolojik Yaklaşım: Bourdieu’nun Sermaye Kuramı ve Putnam’ın Sosyal Sermaye Teorisi

Kentlerin ve bölgelerin büyüme nedenlerini firma ve endüstri odaklı kümelenme yaklaşımından oldukça farklı şekilde açıklayan alternatif bir yaklaşım ise Bourdieu’nun sermaye yaklaşımı ile Putnam’ın sosyal sermaye teorisidir. Aşağıda öncelikle Bourdieu’nun eylem kuramı bütüncül şekilde ele alınmakta, bu kuramın en önemli bileşeni olan sermaye yaklaşımı ise ekonomik, sosyal, kültürel ve simgesel olmak üzere dört çeşit sermaye türü üzerinden değerlendirilmektedir. Daha sonra da kentsel ve bölgesel kalkınma alanında sıklıkla kullanılan Putnam’ın sosyal sermaye teorisinden bahsedilmektedir.

2.6.1 Bourdieu’nun Eylem Teorisi: Habitus, Sermaye ve Alan

Bourdieu toplumsal yapıların bütünleşme biçimlerini çözümlerken, salt yapının kendisine ya da salt bireye vurgu yapmaktan ziyade, yapı ve bireysel fail arasında denge arayan yapısalci inşacı ya da inşacı yapısalcilik olarak kendini konumlandırarak (Özsöz ve Baran, 2011), nesnel yapılar ve öznel-aktörlerin diyalektik sentezini yaparak yeni bir eylem kuramı ya da pratik teorisi geliştirmiştir. Bourdieu için pratikler -yani insanın günlük hayatındaki eylemleri- bireyin yer aldığı sosyal sistemlerin kuralları ve bu kuralların fail tarafından içselleştirilmesinin bir sonucudur (Spigel, 2016). Eylem kuramı üç temel kavramsal bileşen üzerine inşa edilmiştir (Şekil 2.1): mikro düzeyde “sermaye”, mezo-ilişkisel düzeyde “habitus” ve makro düzeyde “alan” (Karataş-Özkan, 2011). En genel olarak üç bileşen arasındaki ilişki şöyle tarif edilebilir: Bireysel aktörler, alanlarda baskın konumlar elde etmek için ekonomik, kültürel, sosyal ve sembolik sermaye için rekabet eder ve onların eylemleri sosyal olarak biçimlendirilen bir habitus tarafından şekillendirilir (Pret vd., 2015).

Şekil 2.1 Bourdieu’nun Eylem Kuramının Kavramsal Bileşenleri



2.6.1.1. Habitus

Bourdieu kavrayışında insan pratikleri habitus aracılığıyla anlaşılır (Spigel, 2016). Bireyin dünyayı, inançları ve değerleri anlama şekli ve bunlara dair bilgisi (knowledge) bir dizi eğilimin belirli bir sorun, seçim veya bağlamla buluştuğu an olarak habitus aracılığıyla inşa edilir (Karataş-Özkan, 2011). Habitus, genel olarak, bireye dahil olduğu toplumsal yaşam içinde kendisinden beklenilenin ne olduğunu -birey farkında olmadan- gösteren, o alandaki kabul edilen normlardır. Bu açıdan habitus, belirli sosyal grupların günlük yaşamdaki etkinlikler ve deneyimler yoluyla edinilen değerleri, eğilimleri ve beklentileri anlamına gelir (Karataş-Özkan ve Chell, 2015). Aynı toplumsal dünyaya dahil olan diğerlerinin benzer durumlar karşısında hangi kabul edilebilir davranışları pratik ettiklerini gösteren yatkınlıklar bütünüdür. Diğer bir deyişle, habitus, toplumsal karmaşa ve karışıklık içerisindeki bireyin toplumsal dünyaya “makbul bir şekilde dahil oluşu ve devamlılığı için gerekli makuller seti”dir, ancak bu set ve içerdikleri, bilinç yoluyla doğrudan gözlemlenmekten ziyade “bilinçsiz bir düzlemde işleyerek” (Mayrhofer vd., 2000, s. 12) içselleştirilmiş bir şekilde insan pratiklerine yansıtılır, bu pratiklerde vücut bulur ve edinilmiş düşünce ve kavranış kalıpları olarak yeniden üretilirler. Dolayısıyla, insanın pratikleri (practices) ya da uyguladığı eylemler basitçe olaylara bir tepki değil, habitus aracılığıyla edinilmiş kendi sosyal bağamlarına ilişkin ölçülü ve stratejik seçimlerdir (Spigel, 2016, s. 6).

Birey bir toplumsal yaşam içine girdiğinde örneğin düğün ya da cenaze törenlerinde, ‘ne yapılacak-nasıl davranılacak’ sorusunu habitus aracılığıyla bilinçsiz fakat bedensel olarak kolayca ve hızlı cevap verebilir, burada birey için bu içselleştirme sürecinden kaynaklı olarak esasen ‘niçin yapılacak’ sorusunun cevabı bilinç düzeyinde müphem ve zorlayıcıdır. Dolayısıyla, habitus birey için dahil olunan toplumsal yaşamı ‘aşına’ kılar, böylece birey bu aşına olduğu toplumda karşılaştıkları zorluklar için çözüm yollarını ve pratiklerini bu habitus sayesinde edinir. Birey, dahil olduğu toplumsal alanda karşılaştığı çıkmazlardan kurtulmak için gerekli norm(al) çözümlere habitus aracılığıyla kavuşur.

İnsanın toplumsal dünyadaki seçimlerinin kolaylaştırıcı kaynakları olarak habitus, yapı ve fail arasındaki dolayım işlevi görür. Habitus hem yapılan(dırıl)mış (structured, ‘opus operatum’) hem de yapılandırıcı (structuring, ‘modus operandi’) bir fenomendir (Mayrhofer vd., 2000, s. 12). Bireyler (örneğin bir işçi, işçiler arasında mavi yakalılar ya da beyaz yakalılar veya kapitalistler) benzer yaşam koşulları altında benzer habituslara sahip olurlar. Bireyin eylemleri üzerine dahil olduğu toplumsal yaşamın kuralları, normları ve gelenekleri bir harici bileşen olarak var olur, bu anlamda yapılan(dırıl)mış bir fenomen olarak habituslar “içselleştirilmiş yatkınlıklar ve bir dizi yapılaştırma ilkesi olarak pratik bağlamında merkezi bir belirleyicidir” (Palabıyık, 2011, s. 129). Diğer taraftan, birey daha önce herkesin yaptığı birçok şeyi yeniden yaparak habitusu üretmiş olur (Özsöz ve Baran, 2011, s. 9). Yani habitus, bir taraftan bireyi şekillendiren ama aynı zamanda bireyin pratikleriyle şekillenen, “hem sosyal dünyayı üreten hem de onun tarafından üretilen” bir şeydir (Cansız, 2016, s. 38). Öyleyse bu yapı-birey arası dolayım fenomeni olarak habitus

karşısında bireyler bütünüyle kültürel-toplumsal edilgen pasif özellikler olarak değil, toplumsal dünyanın biçimine ve anlamlarına yeni anlamlar yükleyebilen failer olarak görelî özerkliğe sahiptir. Fakat yine de Bourdieu kavrayışında toplumsal aktörlerin rasyonel ve ekonomik çıkara göre hareket etmekten ziyade daha içkin bir pratik mantığa, sezgiye ve bedensel yatkınlığa göre hareket ettiklerini akılda tutmak gerekir (Özsöz ve Baran, 2011).

2.6.1.2. Sermaye

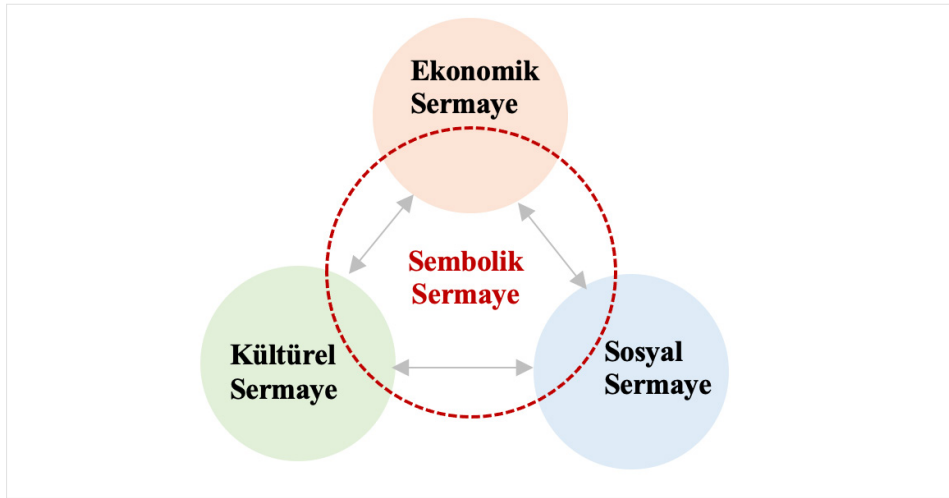
Toplumsal alanda sermaye güç ilişkilerinin meşrulaştırıldığı ve sürdürüldüğü değişim mekânizması olarak hareket eder ve gücün (power) temelidir (Pret vd., 2015). Toplumsal yaşamda birey geniş anlamda sermaye birikimine yönelik pratikleri eyleme geçirir, çünkü toplumsal hayatta bireyin konum elde edişî, bu konumu koruyup yükseltilmesi sermaye birikimine bağlıdır. Dolayısıyla, toplumsal yaşam sermaye birikiminde başarılı olanlar ve olamayanlar olarak eşitsiz bir sosyal sistemle karakterize edilir. Bourdieu (1986) bireyin toplumsal yaşamda mücadele ederken kullandığı kaynakları/araçları “sermaye” olarak tanımlanmakta olup, insanların sahip oldukları rekabet gücünün bünyesinde barındırdığı sermayenin miktarı ve niteliği/türü tarafından belirlenmekte olduğunu ileri sürmektedir. Ancak Bourdieu’nun kavrayışındaki sermaye Marksist ya da genel ekonomi içinde kavradığımız “yalnızca ekonomik olan” sermayeden daha geniştir ve “sosyal” olanla harmanlanmıştır (Mayrhofer vd., 2000). Bourdieu’ya (1986) göre sosyal bir inşa ürünü olarak bireylerin yararlanmayı arzuladığı dört sermaye türü bulunur (Şekil 2.2): Ekonomik, Kültürel, Sosyal ve Sembolik Sermaye.

Ekonomik Sermaye, doğrudan paraya dönüştürülebilen sermayedir, dolayısıyla gelir ve maddi kaynakları ifade eder (Bourdieu, 1986; Cansız, 2016; Özkan ve Baran, 2011). Bu sermaye biçimi çoğunlukla parasal geliri, diğer finansal kaynakları ve maddi ve maddi olmayan işletme varlıklarını içerir (Karataş-Özkan, 2011). Ekonomik sermaye genel olarak mülkiyet hakları biçiminde kurumsallaştırılan sermaye tipidir.

Kültürel sermaye aile yapısı, anne ve babalarının eğitim düzeyi ve meslekleri, ikamet edilen bölgenin özellikleri ve toplumsal cinsiyet gibi toplumsal köken unsurlarını, bu unsurlara ilaveten eğitim ve mesleki tecrübeler yoluyla edinilmiş kültürel kodları ve tüm bunların üzerine inşa edilen görgü, farkındalık, öykünme, inanç, vizyon, sözel beceri, estetik tercihler gibi faktörleri kapsamaktadır (Bourdieu, 2013, s. 73). Bu anlamda Bourdieu’nun (1986) kültürel sermaye tanımlaması temel olarak bireyin gerek ailesi ve toplumsal kökeni itibarıyla sahip olduğu (sözel beceri, genel kültürel farkındalık, estetik tercihler vb. biçimlerde) ekonomik, sosyal ve kültürel olanak ve imkânları gerekse bireyin eğitim ve mesleki beceri ve tecrübeleri yoluyla edindiği olanak, imkân ve pratiklerden oluşan tüm bu sosyal ve kültürel kodların, olanak ve imkânların yeni değer üretmeye yönlendirilmesidir (Cansız, Özbaylanlı ve Çolakoğlu, 2018). Dolayısıyla kültürel sermaye ise bir alanda failin kendisi ya da ataları tarafından eğitimsel ve kültürel çabaları sonucu edinilen ve benzer yollarla aktarılan bir tür “bilgi sermayesi”dir (Bourdieu ve Wacquant, 2012; Özsöz ve Baran, 2011, s. 12). Kültürel sermaye birikimi toplumda yüksek olduğu düşünülen değerler hakkında

bilgi sahip olmaktadır (Palabıyık, 2011, s. 135). Kültürel sermaye üç biçimde kendini gösterir: (1) habitusun kalıcı eğilimleri olarak bedenselleşmiş, birleştirilmiş, bilinç dışı işleyen kültürel sermayeler, örneğin dil alışkanlıkları gibi, (2) kültürel ürünlerde (tablo, resim, makine) nesneleşmiş kültürel sermayeler; (3) eğitim yoluyla akademik unvan ve dereceler biçiminde üretilen- beraberinde eşitsizlik-hiyerarşi doğuran- kurumsallaşmış kültürel (beşerî) sermayelerdir (Mayrhofer vd., 2000). Bourdieu'nun (1986) ifadesiyle kültürel sermaye yoluyla edinilmiş olan nitelikler ve kodlar belirli koşullarda ekonomik sermayeye dönüştürülebilir. Bourdieu'nun yukarıdaki tanımı itibarıyla kültürel sermayenin pratik olarak beşerî sermaye ve toplumsal kökenden (aile ve aileden kaynaklı faktörler) oluştuğu söylenebilir. Nitekim kültürel sermayenin en önemli boyutunun aile ile ilgili unsurlardan oluştuğu ve aileden alınan kültürel sermaye kapasitesinin (miktar ve tür) hem okuldaki başarı düzeyini hem de genel olarak bireylerin yeteneğini etkilediği görülmektedir (Cansız, Özbaylanlı ve Çolakoğlu, 2018). Bourdieu, sermaye yaklaşımında her ne kadar beşerî sermayeyi kültürel sermayenin bir özel türü olarak görmüşse de, 1990'lı yıllarda gelişen büyüme literatürü beşerî sermayeyi özel olarak kavramsallaştırmış ve yaygın biçimde kullanmaktadır.

Şekil 2.2 Sermaye Türleri ve İlişkisel Gösterimi



Sermayenin üçüncü biçimi olan *Sosyal Sermaye* ise bireyin sahip olduğu toplumsal ilişkiler ağı içerisindeki konumundan dolayı mevcut ya da potansiyel kaynakları harekete geçirebilme ve bunları belirli koşullarda ekonomik sermayeye dönüştürülebilme gücüdür (Bourdieu, 1986; Bourdieu ve Wacquant, 2012). Sosyal sermaye, aktörlerin ekonomik, kültürel ve beşerî sermayelerini harekete geçirmelerini sağlayan temel bir faktör olarak asalet/soyluluk biçiminde kurumsallaştırılabilir (Bourdieu, 1986:49). Sosyal sermaye bir aktörün içinde bulunduğu alanda sahip olduğu ilişkiler ağına gönderme yapar. Dolayısıyla aktörün diğerleriyle olan bağlantıları, grup üyelikleri, bu ilişkilerin getirdiği aktörün üstündeki veya ona yönelik yükümlülükler, ayrıcalıklar ve itimat” gibi olgular

bu sermayenin içeriğini oluşturmaktadır (Cansız, Özbaylanlı ve Çolakoğlu, 2018). Bu bağlamda sosyal sermaye aile-okul ve mesleki ağlar gibi sosyal ağlara devamlı-kalıcı üyelik ve bu ağlarda birbirlerini karşılıklı tanıma (acquaintance) ve kabul görme (recognition) yoluyla kazanılan, bireyin kendi çıkarlarını ilerletme yeteneğini besleyen sosyal ilişkilerle biriken sermaye türüdür (Karataş-Özkan, 2011). Bir ağa dahil olmanın failler üzerinde ve/veya faillelere yönelik getirdiği yükümlülükler ve ayrıcalıklar sosyal sermayenin içeriğini oluşturur (Göker, 2007, s. 282; Özsöz ve Baran, 2011, 12). Bir ağa istikrarlı bir şekilde dahil oluşla birlikte dahil olan kişiye o ağdaki toplam kaynaktan bir miktar hisse düşer. Tam da sosyal sermaye bir ağa dayanıklı bir şekilde dahil olmakla birlikte kişinin payına düşen/düşebilecek olan (potansiyel) kaynakların toplamıdır (Pret vd., 2015).

Esasen, genel olarak gücün temeli sermayenin kendisidir fakat gücün devamlılığı ve görünürlülüğü sembolik sermayeye dönüştürülmesi oranında mümkün ve geçerlidir (Palabıyık, 2011). Aslında bir nevi sermayenin kendisi simgesel sermayedir, görünümü diğerlerinin başarılı bir şekilde kullanılması ve öne çıkarılmasıyla belirlenir (Cansız, 2016). Çünkü, sermayenin son türü olan Sembolik Sermaye, tüm sermaye türlerini çeşitli oranlarda içinde bulunduran bir şekilde diğer sermaye türlerini kesen sermaye türüdür (Özsöz ve Baran, 2011). Başka bir deyişle, ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye türlerinin bir veya birkaçının ön plana çıkmasıyla şekillenen sermayedir (Cansız, 2016). Sembolik sermaye, bireyin diğerlerince algılanan gerçekliğidir ki bu kimi zaman prestij, statü, olumlu itibar gibi çeşitli şekillerde kendini gösterir (Pret vd., 2015). Kültürel sermaye olarak üniversite eğitimi sonrası edindiğimiz diploma simgesel sermayenin güzel bir örneğidir.

Bourdieu'nun kavrayışında sermaye kalıtsaldır ve çeşitli biçimlerde atadan haleflere aktarılır, birbiriyle bağlantılıdır ve birbirine dönüştürülebilir niteliktedir (Mayrhofer vd., 2000). Şöyle ki, kalıtsallığı bağlamında, iki doktor-akademisyen anne ve babanın çocuğu, düşük kültürel sermayeye sahip ilkokul mezunu iki işçinin çocuğuna eğitimden (kültürel sermaye birikim aracı olarak) daha fazla ve etkili kazanç elde edebilir. Başka bir örnek olarak belirli iş-meslek örgütlerinde ve/veya politika ağlarında (kalıcı tanışıklıkları) sosyal sermayesi yüksek olan ailenin çocukları, kendilerine sosyal ağ kurmada daha başarılı olurlar çünkü başlangıç sermayeleri vardır. Aslında sermayenin kalıtsallığı, mevcut sosyal sistemdeki gücün dağılımını yeniden üreten bir işlev görür niteliktedir (Mayrhofer vd., 2000). Sermayelerin bağlantılığı bağlamında ise örneğin bir ailenin sahip olduğu ekonomik sermayedeki farklılıklar, o ailenin çocuklarına kültürel sermaye biriktirmek için sunulan fırsatlardaki farklılıklar anlamına gelir, ailelerin sahip olduğu ekonomik birikim kültürel sermayenin ilk birikimi için ön koşul olabilir (Aris ve Syed, 2011). Benzer şekilde, aile, grup ya da sınıf üyeliğiyle elde edilen sosyal sermaye hem ekonomik hem de kültürel sermayenin etkilerini arttıran bir çarpan olarak çalışır (Mayrhofer Steyrer, Meyer, Erten, Hermann, Iellatchitch, Mattl ve Strunk, 2000). Eğitim yoluyla kazanılan kültürel sermaye, onu kullanmak ve onu desteklemek için sosyal ilişkilere ihtiyaç duyar, dolayısıyla sosyal sermaye her türlü biriktirilen sermayenin bir şekilde dağıtılarak bireylerin toplumdaki çıkarlarını ilerletme gücünü arttırmada faydalı olur (Aris ve Syed, 2011). Kalıtsallık ya

da aktarılabirliğin derecesi sermaye türüne göre değışkenlik gösterir, örneğin ekonomik sermayenin nesiller arası aktarımı görece daha kolayken, ancak kültürel sermaye ve sosyal sermaye görece daha uzun süreli ilişkiler gerektirdiğinden aktarımları daha güçtür. Son olarak sermayeler birbirlerine dönüştürülebilir niteliktedir. Örneğin, ekonomik sermayesi yüksek olanlar sermayelerini köklü üniversiteler ve eğitim kanallarına erişmek için harcayabilir, buralardan alınan diploma ve beraberindeki sembolik sermaye onların yüksek vasıflı ve gelirli işleri bulmalarına yol açarak yeniden ekonomik sermayelerini arttırmalarına yol açabilir. Benzer şekilde, sosyal sermaye ilişkisel öğrenme süreciyle kültürel sermayeye dönüştürülebilir (Karataş-Özkan, 2011).

Sonuç olarak en öz itibariyle ekonomik sermaye para, gelir ve mülk gibi maddi kaynaklar iken, beşerî sermaye eğitim, bilgi, yetenek ve tecrübe gibi donanımları içermektedir. Buna karşın sosyal sermaye insanlararası ilişkiler yoluyla meydana gelen ağlar, güven ve katılım iken, kültürel sermaye ise sınıf ve statü yoluyla oluşan aile, köken ve eğitim yoluyla elde edilir. Bu bağlamda beşerî sermaye neyi bildiğini, sosyal sermaye kimi bildiğini ve kültürel sermayede nasıl bildiğini ortaya koymaktadır.

2.6.1.3 Alan

Sermayelerin değeri, kullanıldıkları yere ve insan pratiklerinin gerçekleştiği sosyal ilişkiler sistemi ve güç hiyerarşileri olan 'alanlar (field)'a bağlıdır (Spigel, 2016). Alan çeşitli sermayelerin (ekonomik, sosyal, kültürel, simgesel) kullanıldığı rekabetçi bir pazar alanıdır (Cansız, 2016, s. 47). Benzer şekilde, pratiklerde ifade edilen bir angajman tarzı (a style of engagement) olarak habitus, dinamik bir sosyal alana -yani algılanan durumların, kurumsal çerçevelemenin ve gerekli sermayelerin nesnelleştirildiği bir güçler veya bağlam alanına atıfta bulunan- bir alana gömülmüştür (Karataş-Özkan ve Chell, 2015, s. 112). Habitusun işlediği toplumsal ortamın yapısını belirleyen alanlar; ekonomik, sosyal, kültürel ve sembolik sermayenin üretildiği ve yeniden üretildiği, farklı aktörlerce farklı sermayelerin biriktirilip rekabet edildiği konumları ifade eder (Cansız, 2016, s. 41).

Her alan kendi belirleyicileri, kendi tarihi birikimi- işleyişini etkileyen oluşumu (genesisi), kendi eylem mantığı, kendi sermaye biçimleri ve ekonomik, sosyal, kültürel sermayeyi sembolik sermayeye dönüştürmenin kendine özgü kur oranına sahip yarı-özerk yapılarıdır (Mayrhofer vd., 2000, s.13). Alan ve habitus birbirlerini hem mümkün kılar (enabling) hem de belirler (determining). Yapılar alışılmış bir şekilde (habitually) yalnızca belirli sosyal alanlara dahil edilir ve sosyal alanlar, o alanın kurallarını toplumsal ve alışılmış eğilimlerine göre içselleştirmiş katılımcılar olmadan var olamaz (Mayrhofer vd., 2000, s.13).

Çeşitli sermaye türlerine sahip pozisyonların konumu (location of position) ve failler arasındaki ilişki olarak alan içerisinde sermayenin dağılımına dayalı olarak bir güç dağılımı vardır ve güç dağılımı bireylerin peşinde koştuğu bir mücadele ile şekillenir (Mayrhofer vd., 2000, s.13). Eylemleri sosyal olarak biçimlenen habituslar tarafından örneklendirilen (pattern) bireysel aktörler, alanlarda egemen konumlar elde etmek için ekonomik, kül-

türel, sosyal ve sembolik sermaye için rekabet eder (Pret vd., 2015). Kendisini oluşturan bileşenlere göre çok farklı türde olsalar da alanların güç ilişkileri, egemenleri, muhafaza edenleri, yenilikçileri, yıkıcıları ve yeniden inşa edicileri vardır ve farklı türdeki alanların içindeki konum alma ilişkileri benzerdir, dolayısıyla alanlara dair evrensel olan şey alanlardaki mücadeledir (Cansız, 2016; Özsöz ve Baran, 2011, s. 9).

Her alanın sınırı kendi içsel mantığıyla, kendisini oluşturan belirlenimleri, gereklilikleri ve nitelikleriyle ve başkalarını dışlayan kodifiye edilmemiş soyut bir aidiyet tasavvuruyla kurulur (Özsöz ve Baran, 2011). Dolayısıyla alanın dışında olanlar alana girebilmek için bu belirlenimleri yerine getirmek, alanın kurallarına bağlı kalmak ve gerektirdiklerine sahip olmak zorundadır, bu yönüyle alan bir güç alanıdır. Alanlar özsel erişim koşullarıyla kendi kendini yeniden üretme eğilimindedirler (Mayrhofer vd., 2000, s.13), ancak alanlar değişime direnen ve doğal olarak kilitlenen yapılar değildir. Alanın değişimi ve dönüşümü bizzat kendi içsel aktör kuvvetlerinin karşı karşıya gelişleriyle şekillenir. Dolayısıyla alan, aynı zamanda bir savaş alanıdır, bu savaş mevcut durumunu korumaya yönelik (baskın sınıf, eskiler) ve mevcut durumlarını değiştirmeye yönelik aktörler (yeniler, marjinaler) arasındadır (Palabıyık, 2011). Alandaki sermayenin tanımı ve tekeli üzerindeki mücadelede eskinin baskınları mevcut statülerini sürdürmeye yönelik koruma stratejisi izler, alana ilk girenler, yeniler ise hâkim konumlar elde etmek için uygun fırsatları kollarlar ve baskın aktörleri-egemenleri takip ederler (Cansız, 2016). Bu savaş alanında altüst etme ise daha çok marjinal gruplara aittir, alanın baskın sermaye türünü ve hâkim olanları en esaslı sorgulayanların izlediği bir stratejidir (Palabıyık, 2011). Alana yeni girenlerin heterodoks tutumları ile alandaki baskın grupların Ortodoks tutumları, alanın dinamik yapısının ve statüsünün sürekli bir şekilde korunmasına ve dolayısıyla yeniden üretimine neden olur (Palabıyık, 2011). Hâkim grup ile farklı sermayeler geliştirmiş ve alanın mevcut sermaye konfigürasyonunda yeniden yapılandırma yolları arayan rakipler arasında kutuplaşma ve mücadele, zamanla yeni bir sermaye konfigürasyonun, bu konfigürasyon etrafında yeni konumların doğumuna ve eski konumların güç kaybederek yok oluşuna yol açabilir (Cansız, 2016).

2.6.2 Putnam'ın Sosyal Sermaye Teorisi

Bourdieu (1986) ve Coleman'ın (1988) görüşlerinin geliştirilmesine dayanan Putnam'ın (2000) sosyal sermaye teorisine göre kentsel ve bölgesel gelişme o bölgedeki topluluklarda bireylerin ve firmaların kurduğu ve sürdürdüğü güçlü bağlarla ilgilidir. Bir bölgede yaşayan insanlar o bölgenin iktisadi gelişmesinde anahtar konumdadırlar. Bölgede yaşayan insanların sosyal sermayesi gelişmişse işletmelerde o bölgede konumlanacak ve bölgenin iktisadi gelişimini sağlayacaktır. Beşerî sermayenin tetikleyicisi iş yapmanın maliyetlerini azaltmak değil, eğitilmiş ve üretken beşerî sermayeyi yetiştirmek ve bölgeye çekmektir. Yani işletmeler beşerî sermayenin kümeleniği bölgelerde kümelenmektedir. Bir yerin beşerî sermayesini belirlemedeki ölçüt yükseköğretim dercesine sahip olan bireylerin nüfus içindeki oranlarıdır. Sosyal sermaye yaklaşımı konuyu işletme ve bireyler arasındaki ilişkiden doğan bir

sosyal sermaye ile açıklarken, beşerî sermaye yaklaşımı ise, yaratıcı sınıfı da içeren beşerî sermayenin gelişmiş olması durumunda firmaları bölgeye çekeceğini savunmaktadır.

Putnam (2000) teorisini homojen toplum, ortak normlar ve sıkı ağların gelişmeyi sağladığı üzerine kurmakta ve bireyler arası güvenin kalkınmayla ilişkili olduğunu belirtmektedir. Putnam yatay biçimde örülen ağlardan bahsetmektedir. Bunlar kilise koroları, yardım örgütleri, kültür dernekleri, spor kulüpleri vb. yapılardır. Bu yapıların politize ve marjinalize edilmemesi Putnam'ın gelişim modeli ve iş birliği yaratma enerjisi için önemlidir. Toplumun bireyleri arasındaki güvende Putnam için ayrıca büyük önem taşımaktadır. Ona göre sivil toplum örgütleri bu güvenin oluşması ve paralel olarak devlet erkinin etkinliğinin pekişmesini sağlamaktadır. Putnam'ın bu çerçevede, ABD eyaletlerinde örgütlü toplum üzerinden modellediği bilimsel çalışması sonucunda oluşturduğu sosyal sermaye indeksleri, sağlıktan okula, ekonomik eşitlikten vergi adaletine, toleransa, suç oranına kadar birçok değer in sosyal sermaye değerlerinin yüksek görüldüğü yerlerde olumlu yönde olduğunu kanıtlamaktadır.

Bu anlamda Florida'nın heterojen toplum, dağınık ağlar ve farklı normlarına karşın Putnam'ın homojen kalıbının birbirlerini tam anlamıyla karşılamadığı ve tezatlıklar oluşturmakta olduğu görülmektedir. Örneğin Florida (2002a,9) için yeteneğin yüksek hareket olanağı olumlu bir etkiye sahipken, Putnam (2000) için hareketlilik ilişki kurmanın zorlaşması, boşanmalar ve tek ebeveynli ailelerin oranının çoğalması ve bunun sonucunda aile yaşamının çözülmesi, televizyon ve bilgisayar teknolojisinin etkisiyle boş zaman geçirme alışkanlıklarının insanların bireyselliğini arttırması gerekçesiyle olumsuz bir etki olarak kabul edilmektedir.

Putnam'ın sosyal sermaye teorisine karşı Florida (2002a), yüksek yaratıcı sermayeye sahip insanların sıkıca örülmüş, güçlü bağlayıcı (bonding) sosyal sermayeye sahip topluluklarda yaşamaya çok az ilgi duyduğunu, arkadaşlarının ve komşularının çitleri üzerinden hayatlarına bakmasını istemediğini aksine, bu tarz insanların yarı anonim olarak kalmak istediklerini belirtiyor ve geçmişte topluluğun ayırt edici özelliği olan sosyal yapıların kaybolduğunu, insanlar arasındaki güçlü bağların bir zamanlar önemli olduğu yerlerde, zayıf bağların norm haline geldiğini ve eski yapıların bir zamanlar beslendiği yerlerde, gittikçe daha kısıtlayıcı ve dışlayıcı hale geldiğini belirtmektedir. Bu bağlamda Florida, yaratıcı sınıfın gevşek bağların olduğu, daha esnek, anonim ve bireysel kalabildikleri topluluklarda ve yerlerde yaşamayı tercih ettiğini vurgulamaktadır.

Sosyal sermaye teorisinin ekonomik coğrafya içinde gelişme gösteren ayağı olan kurumsal yaklaşıma göre, bir bölgenin ekonomik büyümesi, performansı ve rekabetçi üstünlüğünün oluşmasında çeşitli "soft" faktörlerin rolü bulunmaktadır. Kurumsalcı yaklaşım, bölgesel büyümenin kurumsal kalınlıktan (Amin ve Thrift, 1995; Zukauskaitė vd., 2017) kaynaklandığını ileri sürmektedir. Buna göre, ortak bir amaç çerçevesinde buluşan, sanayi ve ticaret birliklerinden eğitim ve öğretim kurumlarına kadar geniş bir yelpazede yer alan, gelişmiş ve bölgede gömülü olan tüm formel ve informal kurumlar, girişimcilik kültürü,

güven ve sosyal sermayenin diğer boyutları, ekonomik büyüme ve gelişme için çok uygun bir ortam sağlarlar. Bu bağlamda bölgesel büyümenin kaynakları sadece üretken fiziki sermaye ve beşerî sermaye gibi “katı” unsurlar değil, bunun yanı sıra yaratıcı sermaye, altyapısal sermaye, sosyo-kurumsal sermaye ve kültürel sermaye gibi bölgeye özgü “soft” unsurlardan oluşmaktadır.

2.7 Coğrafi Yaklaşım 2: Florida’nın Yaratıcı Sınıf Teorisi

Ekonomik Coğrafyacı Richard Florida 2002 yılında yayınladığı “Yaratıcı Sınıfın Yükselişi” (Florida, 2002a) adlı kitabıyla ekonomik büyümenin altında yatan temel faktörün “yaratıcı sınıf” olduğunu öne sürmüştür. Kentsel ve bölgesel büyümenin kaynağını hem insan hem de yer/mekân merkezli bir bakış açısıyla açıklayan bu ekonomik coğrafya yaklaşımına göre ekonomik büyümenin altında yatan temel faktör yenilikçi insanlardan oluşan yaratıcı sınıf ve bu sınıfın mekânsal tercihleridir. Florida (2002a) tarafından ortaya konulan “yaratıcı sınıf teorisi” yukarıda bahsedilen diğer dört kuramın üstüne gelmesi ve büyümeyi hem mekânsal çerçevede açıklaması bakımından hem de firma ve endüstri yerine insanların mesleklerine ve yeteneklerine odaklanan bir yaklaşım getirmesi açısından diğerlerinden daha farklı ve daha güncel bir temele sahiptir.

2.7.1 Yaratıcı Sınıfın Tanımı ve Özellikleri

Bir ülkede veya bölgede yaratıcı sınıfın varlığı her şeyden önce yenilik yaratma kapasitesini artırması dolayısıyla da sürdürülebilir rekabet gücünün sağlanması açısından kritik önemdedir. Florida (2002a) yaratıcı sınıfı bilgi emekçileri, entelektüeller ve sanatçıların oluşturduğu bilgi birikimini, zekâsını ve yaratıcılığını kullanarak toplumsal gelişime yön veren yükselen bir ekonomik güç olarak tanımlamaktadır. Bu yeni sınıf yeni ekonomi için sayılarıyla ters orantılı şekilde en değerli kesimi oluşturmaktadır. Örneğin Florida’ya (2002a) göre ABD’de işgücünün %30’unu sadece bu yaratıcı kesim oluşturmaktadır. Yaratıcı sınıfın üyeleri bohem yaşantıları, dinden evliliğe kadar uzanan birçok değere bakışları, kariyer planları ve yaşam tarzlarıyla toplumun geniş kitlelerinden çok farklıdır. Bu kesimin sosyal ve ekonomik alanda trendler oluşturma gibi bir gücü bulunmaktadır ve aynı zamanda tüketim alışkanlıkları ince ve rafine zevkler üzerine kuruludur. Bu yeni sınıf ülkelerden, ırklardan ve bölgelerden bağımsız, hareket olanakları yüksek ve kendileri için kaliteli, çekici kentlerde kümelenmektedir.

Büyük metropoller bilgiye dayalı sanayi merkezleri haline gelince, yaratıcı iş gücü ekonomik gelişme ve refahın odak noktası olmuş ve böylece yaratıcı sınıf ortaya çıkmıştır. Bu kavram temelde bir bölgedeki nitelikli ve yetenekli insan sermayesinin varlığını ve yoğunluğunu ifade etmektedir. Yaratıcı sınıf işlerini sürdürmede yaratıcılığa ve yenilikçiliğe ihtiyaç duyan ve bu yolla ekonomiye yüksek değer katan genel olarak 9 lisans ve lisansüstü

9 Yaratıcı sınıf üyesi olmak için üniversite mezunu olma şartı yoktur, her eğitim düzeyinden insan yaratıcı sınıf üyesi olabilir (Florida, 2002a, 2002b) ancak genel olarak yaratıcı sınıf üyelerinin çok büyük bölümünün lisans ve üstü dereceye sahip olduğu görülmektedir.

düzyeyde eğitim almış kişileri kapsayan çoğunlukla bilgi-beyin işçileri şeklinde bir insan grubu olarak tanımlanabilir. Florida (2002a) orijinal çalışmasında yaratıcı sınıf kapsamına giren meslek gruplarını genel özellikleri itibarıyla tanımlamış ve yaratıcı sınıfı iki ana gruba ayırmıştır (Tablo 2.1): Bunlar süper yaratıcı çekirdek ve yaratıcı profesyoneller'dir.

Florida'ya (2002a:69) göre *süper yaratıcı çekirdek* yaratıcı sınıfın temelini oluşturur ve bu kişiler bilim insanları, mühendisler, mimarlar ve niversite ğretim elemanları (akademisyenler) ile 'bohemler' olarak tanımlanan şair, yazar, aktör, ressam, heykeltraş, görsel sanat alanlarındaki performans sanatçıları ve tasarımıılar ile modern toplumun liderleri olarak düşünülebilecek editörler, kültürel açıdan önemli kişiler, düşünce kuruluşları araştırmaıları, analistler ve diğer fikir şekillendiriciler olarak tanımlanan mesleklerden oluşur ve bu kişiler, sahip oldukları meslekten bağımsız olarak, düzenli şekilde ürün, uygulanabilir düşünce veya bir sanat eseri üretim sürecinde yer alırlar. Görüldüğü gibi süper yaratıcı çekirdek temel olarak eğitim-ğretim meslekleri ile kültür-sanat meslekleri ve teknoloji, Ar-Ge ve inovasyon mesleklerinden oluşmaktadır (Tablo 2.1).

Tablo 2.1 Yaratıcı Sınıf'ın İki Büyük Mesleki Bileşeni/Grubu

Yaratıcı Sınıf Meslekleri Ana Grubu	Yaratıcı Sınıf Mesleklerinin Detayı
Süper Yaratıcı ekirdek	Bilgisayar ve matematiksel meslekler
	Mimarlık ve mühendislik meslekleri
	Yaşam, fiziki ve sosyal bilim meslekleri
	Eğitim, ğretim ve kütüphane meslekleri
	Sanat, tasarım, eğlence, spor ve medya meslekleri
Yaratıcı Profesyoneller	Yönetim meslekleri
	Ticari ve finansal operasyonlar meslekleri
	Yasal/hukuki meslekler
	Sağlık pratisyenleri ve teknik meslekler
	st düzey satış ve ilgili meslekler

Kaynak: Florida, 2002a'dan yararlanarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Florida (2002a:69), *yaratıcı profesyoneller* grubunu ise yüksek teknoloji, finansal hizmetler, hukuki danışmanlar, sağlık alanındaki profesyoneller ile işletme yöneticileri gibi bilgi yoğun endüstrilerde çalışan, problem zme konusunda mahir kişiler olarak tanımlamış ve bu kişilerin tipik olarak yükseköğrenim görmüş alanında uzman olduklarını ifade etmiştir. Görüldüğü gibi *profesyoneller* temel olarak bilgi yoğun hizmet sektörlerinde çalışan kişiler

ve mesleklerinden oluşmaktadır (Tablo 2.1). Buna göre Florida'nın süper yaratıcı çekirdek sınıfında yer alan kişiler sahip oldukları yetenekler üzerinden tanımlanmaktayken; yaratıcı profesyoneller grubu uzmanlaşma gösterdikleri meslekler üzerinden tanımlanmaktadır. Diğer taraftan bu kişiler ile süper yaratıcı çekirdek arasındaki fark ise yaratıcı üretim sürecinin devamlılığı üzerinden tanımlanmış, yaratıcı profesyonellerin zaman zaman yaratıcı ürün geliştireler dahi bunu sürekli yapmadıkları müddetçe çekirdek yaratıcı sınıf kapsamında sayılamayacaklarını belirtmiştir (Florida, 2002a).

Florida'nın (2002a, 2002c) teorisinde *bohém*ler olarak tanımladığı yazarlar, şairler, ressam, heykeltıraşlar, aktörler, yönetmenler, performans sanatçıları ve tasarımcıların bir bölgedeki varlığı ve yoğunlaşması özel bir öneme sahiptir. Zira Florida (2002c) yaptığı çalışmada bir yerdeki bohemlerin yoğunlaşmasının, yeteneğin diğer türlerini ve yüksek teknoloji sektörleri o bölgeye çekmede kritik olduğunu belirtmiştir. Bununla birlikte Florida ve Gates (2001) farklı cinsel kimliklere toleransın yüksek olduğu bölgelerin bohemleri çekmede daha başarılı olduklarını ifade etmiştir. Ayrıca Juhnke (2016) bohemlerin ekonomik olarak daha az entegre olabilmelerine rağmen, yaratıcı sınıf kapsamında tanımlanan diğer kişileri çekmede varlıklarının önemli olduğunu belirtmiştir.

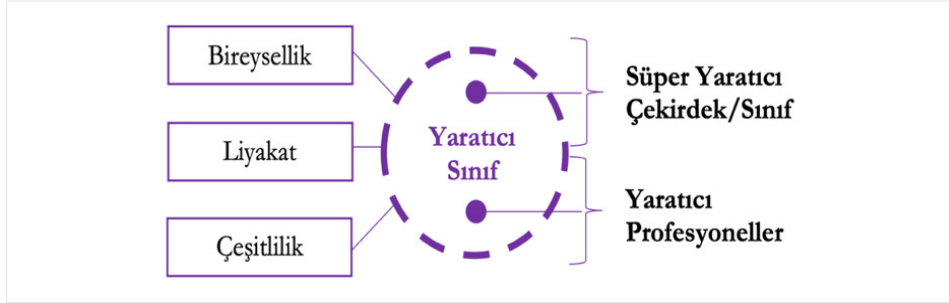
Florida yaratıcı sınıfa ilişkin kuramsal çerçevesini detaylı şekilde ortaya koymakla birlikte yaratıcı sınıfa giren mesleklerin kapsamında çok detaylı bir sınıflandırma yapmamıştır. Her ne kadar Florida daha sonraki yaptığı çalışmalarda ve orijinal çalışmasını revize ettiği kitabında (Florida, 2012) kapsama dahil olan ve hariç bırakılan meslek gruplarını ve kodlarını biraz açmış olsa da söz konusu sınıflandırma genel olarak değerlendirildiğinde mesleki tanımlamanın kapsam itibarıyla biraz muğlak olduğunu ifade etmek yanlış olmayacaktır. Zira bahsi geçen faaliyet alanları çok geniş belirlenmiş ve bu kişilerden beklenen üretimin türü çok çeşitli olacak şekilde ifade edilmiştir (McGranahan ve Wojan, 2007:200; Gabe vd., 2013:39). Bu nedenle farklı yaratıcı sınıf çalışmalarında farklı mesleki sınıflandırmalar kullanılmaktadır (örn. Nas Özen, 2014; Boschma ve Fritsch, 2009; Doğrul ve Çelikkol, 2017; Tiruneh vd., 2018). Bu noktada birçok çalışmada ayrı bir alt grup olarak yer alan bohemler grubunun Florida'nın orijinal çalışmasında süper yaratıcı çekirdek içerisinde sınıflandırıldığını, bohem grubunun bazı çalışmalarda ise ayrı şekilde analiz edildiğini (örn. Boschma ve Fritsch, 2009) belirtmek gerekir.

Florida, çalışmasında yaratıcı sınıfın belli ortak hareket tarzları ve değerleri olduğunu belirterek yaratıcı sınıf tarafından paylaşılan 3 önemli değerin olduğunu belirtmektedir (Şekil 2.3). Buna göre süper yaratıcı çekirdek ve yaratıcı profesyoneller olarak iki ana gruba ayrılan yaratıcı sınıf *bireysellik, liyakat ile çeşitlilik-açıklık* değerlerini taşımaktadır (Florida, 2002a, 2012).

Yaratıcı sınıfın sahip ilk temel özellik ve/veya ortak değer *bireysellik*dir. Yaratıcı sınıf bireysel farklılığın bir sonucudur. Yaratıcı Sınıf üyeleri güçlü bir bireysellik ve kendini ifade etme tercihi sergilerler. Örgütsel veya kurumsal direktiflere uymak ve geleneksel grup odaklı normlara direnmek konusunda isteksizdirler. Bu, “ilginç” sanatçılardan “eksantrik”

bilim insanlarına kadar yaratıcı insanlar arasında her zaman böyle olmuştur. Yaratıcı Sınıf üyeleri, yaratıcılıklarını yansıtan bireysel kimlikler yaratmaya çalışırlar. İkinci değeri *liyakattır*. Liyakat Yaratıcı Sınıf için çok değerlidir. Yaratıcı Sınıf, sıkı çalışmayı, meydan okumayı ve kendini geliştirmeyi çok önemser. Yaratıcı Sınıf insanların hedef belirleme ve başarıma eğilimi vardır. Hırslıdırlar ve yeteneklerine ve çabalarına göre hareket etmek ve işlerinde çok iyi olmak isterler. Üçüncü değer ise *çeşitlilik ve açık görüşlülüktür*. Bireysellik ve liyakat değerleri kişisel kapasite temelinde değerlendirildiği için önem arz etmekle birlikte söz konusu değerler arasında en önemlisinin çeşitlilik ve açıklık olduğu değerlendirilmektedir. Çeşitlilik ve açıklık, çalışılan kurum ya da içinde bulunulan ortamın kişilerin kendini rahatça ifade edebilmesine imkân sağlamasını ve değer atfedilen herşeye saygı göstermesini ifade ederken dini eğilim, etnik köken, cinsel tercih gibi nedenlere bağlı olan bir ayrımcılığı reddetmektedir. Yaratıcı Sınıf insanların aradıkları, cinsiyete, cinsel tercihe, ırka, hatta kişisel kendine özgü farklılıklara açık bir ortamdır. Yaratıcı birçok insan, sıradan insanların çoğundan son derece farklı olduklarını hisseder, garip kişisel alışkanlıkları veya farklı kıyafet tarzları olabilir. Ayrıca, Yaratıcı Sınıf insanları hareketlidir ve ülkenin farklı bölgelerine hareket etme eğilimindedir. Yaratıcı Sınıf açıklık ve çeşitliliği desteklemesine rağmen, yüksek eğitilmiş, yaratıcı insanlarla sınırlı bir topluluk olmaları nedeniyle ister istemez bir dereceye kadar bir nevi elitlerin bir çeşitliliğidir.

Şekil 2.3 Yaratıcı Sınıf ve Ortak Değerleri

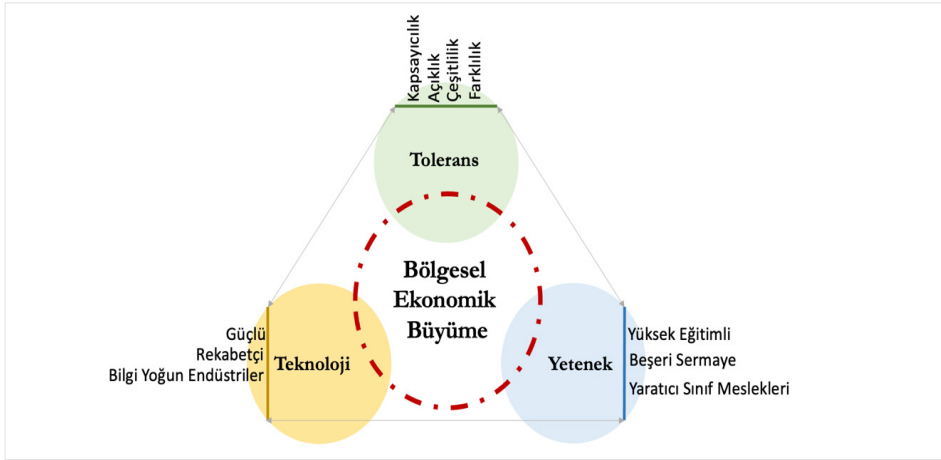


Florida (2012:59) “Silikon Vadisi’ndeki yaratıcı sınıfın %50’den fazlasının yabancı ülke doğumlu olduğunu vurgulamakla birlikte, bunların %5’ten azının kadın olduğunu ve aynı zamanda neredeyse hiç siyahi veya Hispanik kökenli olmadığını belirterek, birçok şeyin düzeltilmesi gerektiğini” ifade etmektedir. Bu durum çeşitlilik, açıklık, farklılık ve hoşgörü içinde eşitsizliğin olduğuna işaret etmektedir. Bu eşitsizliklere rağmen, yaratıcı sınıfın söz konusu çeşitlilik ve açıklık değerlerinin önemi; yaratıcı sınıf üyelerinin öngörülen bu kriterler çerçevesinde kişisel yer tercihlerini yapmalarıdır. Buna bağlı olarak farklı özellikteki mekânlar arasında yaratıcı sınıf tabir edilen kesimin farklı oranlarda yoğunlaşması durumlarıyla karşılaşılmakta ve bu durumda yaratıcı sınıfın yüksek katma değer üretiyor olması ve daha istikrarlı istihdama sahip olması nedeniyle bölgesel gelişmişlik farklarının oluşmasına yahut var olan farkların artmasına katkı sağlamaktadır (Florida, 2012: 57-58).

2.7.2 Yaratıcı Sınıf Teorisinin 3T'si: Teknoloji, Tolerans ve Yetenek

Florida'nın bölgesel büyüme ve kalkınmanın nedenlerini açıklamaya çalıştığı "Yaratıcı Sınıf Teorisi" özünde bir beşerî sermaye teorisi olsa da kendi teorisini "yaratıcı sermaye teorisi" olarak adlandırmakta ve sözkonusu kuramının kentsel ve bölgesel gelişmenin dinamiklerini beşerî sermaye teorisinden daha iyi açıkladığını ileri sürmektedir (Florida, 2002a). Yaratıcı sınıf teorisi yenilikçi sınıflı çekmede yerin önemine vurgu yapar (Hoyman ve Faricy, 2009). Yaratıcı Sınıf Teorisine göre yerler kendi bölgelerinde yenilikler gerçekleştirmek ve ekonomik kalkınmayı teşvik etmek için 3 T'ye (Technology, Talent, Tolerans) yani *Tolerans*, *Yetenek* ve *Teknolojiye* sahip olmalıdır (Şekil 2.4). Çünkü bu üç bileşen yaratıcı sermayeye sahip işgücünün yer seçimini etkileyen başat unsurlardır. Birbirleriyle uyumlu çalışan bu üç bileşenin varlığı yüksek katma değer üreten ve daha fazla istikrarlı istihdam sağlayan yaratıcı sınıfın belirli yerlerde yoğunlaşmasına ve böylece bölgesel gelişmişlik farklarının oluşmasına veya artmasına neden olmaktadır.

Şekil 2.4 Kentsel ve Bölgesel Ekonomik Büyümenin Bileşenleri: 3T



Yaratıcı sermaye teorisine göre, bölgesel gelişmeyi tetikleyen yaratıcı sınıfın, yani yaratıcı sermayeye sahip iş gücünün mekân seçimidir. Yaratıcı sermaye teorisi iki açıdan beşerî sermaye teorisinden farklıdır (Göktaş, 2016). İlk olarak yaratıcı sermaye teorisi bir beşerî sermaye ürünü olan yaratıcılığa vurgu yapmaktadır. İkinci olarak yaratıcı sermaye belli bir bölgede ortaya çıkan bir kaynak/stok olarak değil, mobil, akışkan bir etken olarak tanımlanmaktadır. Yaratıcı sermaye teorisinde iktisadi faaliyette belirleyici olan iş gücünün neye sahip olduğu değil, neler yaptığıdır. Dolayısıyla yaratıcı sermaye beşerî sermayenin eyleme geçmiş halidir.

Bu bağlamda Florida hem kendi kuramı hem de beşerî sermaye kuramı açısından en kritik olan soruları sormaktadır: Beşerî (insan) sermayenin coğrafi dağılımını hangi faktörler etkiler? Ya da diğer bir ifade ile beşerî sermayeyi bir yere çeken unsurlar nelerdir? Beşerî sermayenin dağılımı coğrafi olarak eşit değildir. Bu eşitsizliği hangi faktörler şekillendirir? Bölgeler arasındaki eğitim ve beceri düzeylerini ne belirler? Florida bu kritik sorunun

yukarıdaki teoriler bağlamında 3 muhtemel temel cevabı olabileceğini belirterek beşerî sermayenin dağılımını şekillendiren unsurları şöyle açıklamaktadır (Florida, Mellander ve Stolarick, 2008, 2010).

(1) Ekonomik fırsatlar ve işin niteliği, beşerî sermayeyi çeken bir faktördür yani geleneksel iktisadi bakışa göre bir yerdeki işin varlığı yani firmaların kümelenmesi beşerî sermayeyi çekmektedir. Ekonomik fırsatların en fazla olduğu, en çok işin ve ücretin sunulduğu bölgeler yeteneğin sözkonusu bölgelere göç etmesini, akmasını sağlamaktadır.

(2) Beşerî sermaye kendini geliştirir, yani başlangıç avantajı olan yerler genellikle büyük bir üniversiteye sahip olup zamanla hem beşerî sermayenin üretimini sağlar hem de yarattığı imkânlar nedeniyle bir çekim merkezi olur. Dolayısıyla üniversiteler (Glaeser vd., 2001) beşerî sermayenin dağılımını şekillendiren unsurlardan biridir.

(3) Beşerî Sermaye olanakların ve çekiciliklerin (amenities) dağılımından etkilenir. Lloyd ve Clark (2001) modern kentlerin önemli bir bileşeni olarak kentlerin sunduğu imkânlar vurgu yapar ve kentleri bir “eğlence makinesi” olarak görürler. Şehirde sunulan çeşitli hizmetlerin, imkânların cezbedici olması yaşam kalitesini artırıcı hoşlukların varlığı, eğlence ve gece yaşamından sosyo-kültürel tesislerin bulunmasına kadar uzanan belli yaşam tarzını destekleyen donatıların, mal ve hizmetlerin sunumu yetenekli insanların tercihlerinde çok belirleyici bir role sahiptir (Glaeser vd., 2001; Shapiro, 2006).

Tam bu noktada Florida beşerî sermayenin dağılımını açıklayan daha önceki yaklaşımların öngörmediği *4. ve çok önemli bir faktörün* de olduğunu ileri sürerek kendi özgün katkısını ve yaratıcı sınıf kuramını ortaya koymaktadır. Bu faktör Çeşitlilik, Açıklık ve Tolerans değişkenidir. Florida (2002a, 2002b, 2000c), son dönemde yapılan birçok araştırmada yaşam tarzındaki çeşitliliklere sahip, farklılıklara hoşgörü ve *toleransın* yüksek olduğu açık lokasyonların beşerî sermayeyi çektiğini yani eğitim ve becerinin düzeyini ve coğrafi dağılımını belirlediğini ortaya koymaktadır. Kuşkusuz bu durum en fazla iyi eğitilmiş, yüksek beceri sahibi yaratıcı ve yenilikçi insanlar için geçerli bir durumdur. Bir bölge ne kadar çeşitli, açık ve toleranslı olursa, yeni beceriler ve yeteneklerde orada o kadar gelişir ve/veya oraya o kadar akar.

Florida (2002a, 2002b, 2002c) yaratıcı sınıf üzerine yaptığı birçok çalışmada yeteneğin coğrafyasıyla çeşitlilik arasında güçlü bir ilişki bulmuştur. *Yetenek* ile yüksek teknoloji ve kültürel imkânlar arasında da pozitif bir ilişki vardır. Ancak yetenek ile çeşitlilik ve hoşgörü arasındaki ilişki yeteneğin kültürel ve rekreasyonel imkânlarla olan ilişkisinden çok daha güçlüdür. Dolayısıyla açık görüşlü ve çeşitliliği destekleyen lokasyonlar yetenekli personeli cezbetmenin yanında yüksek gelire sahip olma eğilimindedirler. Bilgi yoğun yüksek teknoloji endüstriyel firmalar; arsa/arazi maliyetleri, işgücü ücretleri, vergi oranları ya da devlet teşvikleri gibi geleneksel faktörleri önemsemezler. Bu tür firmalar yetenekli personelin tutulması, kaybedilmemesi ve çekilmesi için gereken yönde lokasyon kararlarını verirler. Florida ve Gates (2001), yüksek teknoloji endüstrilerin bölgesel kümelenmesi

ile yabancı ülkelerde doğmuş nüfusun oranı ve geylerin oranı arasında pozitif bir ilişki olduğu ortaya koymuştur.

Florida'nın (2002a) teorisine göre yaratıcı sınıfın üyeleri işyeri seçiminden çok mekân ve hayat tarzı seçimi yapmaktadır. Yani bu insanlar öncelikle yaşamak istedikleri şehirleri daha sonra ise bu şehirlerde kendilerine uygun olan işleri seçerler. Özü itibarıyla yaratıcı sınıf teorisinde belirli yüksek niteliklere sahip bireylerin/insanların her nereye gidip yerleşecek olursa o yörenin ayırt edici bir refah artışına sahne olacağı varsayımı bulunmaktadır. Dolayısıyla bu tip insanlar nerede kümelenirse o yörenin sosyoekonomik olarak gelişmesi hem mümkün hem de daha hızlı olacaktır. Bu süreçte şirketlerin temel amacı en iyi ve en yetenekli bireyleri kendine çekmek olurken, söz konusu yeteneği kendi bulunduğu yere çekememesi durumunda firmalar yeteneğin bulunduğu yerlerde tesislerini kurmayı tercih ederler. Firmalar diğer firmaların kopyalayamadığı stratejileri uyguladığı zaman rekabet avantajını geliştirir. Bölgeler yaratıcı çalışanları çektiğinde rekabetçi bir avantaj kazanır. Yani yaratıcı yetenek sadece girişimciliğin ve yeniliğin en büyük müknaatısı değil aynı zamanda yaratıcı kent ve bölgelerin en büyük varlığı konumundadır.

Sonuç olarak yerel ve bölgesel ekonomik büyümeyi belirleyen kutsal üçlü *yetenek, teknoloji ve toleranstır* (Şekil 2.4). Yaratıcı insanları çekmek, yenilik yapmak, rekabetçi olmak ve ekonomik büyümeyi teşvik etmek isteyen her ülke, kent veya bölgenin bu kutsal üçlüye sahip olması gerekir. Ancak sadece teknolojiye, yeteneğe veya toleransa sahip olmak kentsel ve bölgesel gelişme için tek başına yeterli değildir, bunların her biri dengeli bir arada oluşu gerektiren bileşenlerdir (Florida, 2005). Yaratıcı Sınıf Teorisinde eğitimli, yetenekli insanlar (*yetenek*) ve yüksek teknolojiye ekonomik faaliyetler (*teknoloji*) arasındaki olumlu ilişki bölgesel ekonomik büyümeyi kolaylaştıran bileşenlerdir. Ancak Florida'nın beşerî sermayenin dağılımını açıklayan daha önceki yaklaşımlardan en önemli farkı ve onlara katkısı *tolerans* kavramına yaptığı vurgudur. Yaratıcı sınıf teorisine göre, yaratıcı şehirler hem yaratıcı sınıfı barındıran hem de yüksek-teknolojili bilgi yoğun endüstriler aracılığıyla yaratıcı ekonomik çıktılar sağlayan merkezlerdir. Yerlere yaratıcı sınıfın ithalatı, o yerlerin doğal kaynakları, ulaşım imkânları, işgücü ücretleri veya devlet teşvikleri gibi geleneksel belirleyicilerden çok etkilenmez. Hatta yerlerin sahip olduğu alışveriş merkezi, stadyum gibi kentsel imkânlar da görece daha az etkilidir. Kritik olan, yeteneğin coğrafyasıyla çeşitlilik arasındaki güçlü ilişkidir (Florida 2002a, 2002b, 2002c). Yaratıcı sınıf yukarıda bahsedilen paylaştıkları ortak değerleri (*bireysellik, açıklık, liyakat*) mümkün kılan yerleri tercih etme eğilimindedir; başka bir deyişle bireyselliği, açıklık ve çeşitliliği yani *toleransı* sağlayabilen yer daha fazla yaratıcı sınıf üyelerini kendine çekebiliyor. Yaratıcı kişilerin bir lokasyonda işyeri ve yaşam yeri seçimi, dolayısıyla artık sadece o lokasyonun sunduğu iş imkânlarıyla belirlenmez, o yerin yaratıcı insanlara kendi kimliklerini kaybetmeden kabul göreceği *açıklığa-kapsayıcılığa* ve yaratıcılığa imkân ve ilham verecek tecrübeler sağlaması noktasında da *çeşitliliğe* sahip olması gerekir (Doğrul ve Çelikkol, 2017). Daha açık bir ifadeyle, yaratıcı sınıftan olanlar önce yaşamak istedikleri yeri, sonra ise bu şehirlerde kendilerine uygun işleri seçerler. Özetle, yaratıcı sermaye teorisi, bölgesel gelişmeyi, beşerî

sermayenin bir ürünü olan yaratıcılığa ve beşerî sermayenin eyleme geçmiş hali olarak yaratıcı sermayeye vurgu yaparak açıklamakta ve yaratıcı sermayeyi bir bölgede var olan bir kaynak olarak değil, mobil ve akışkan bir etken olarak kavramsallaştırmaktadır.

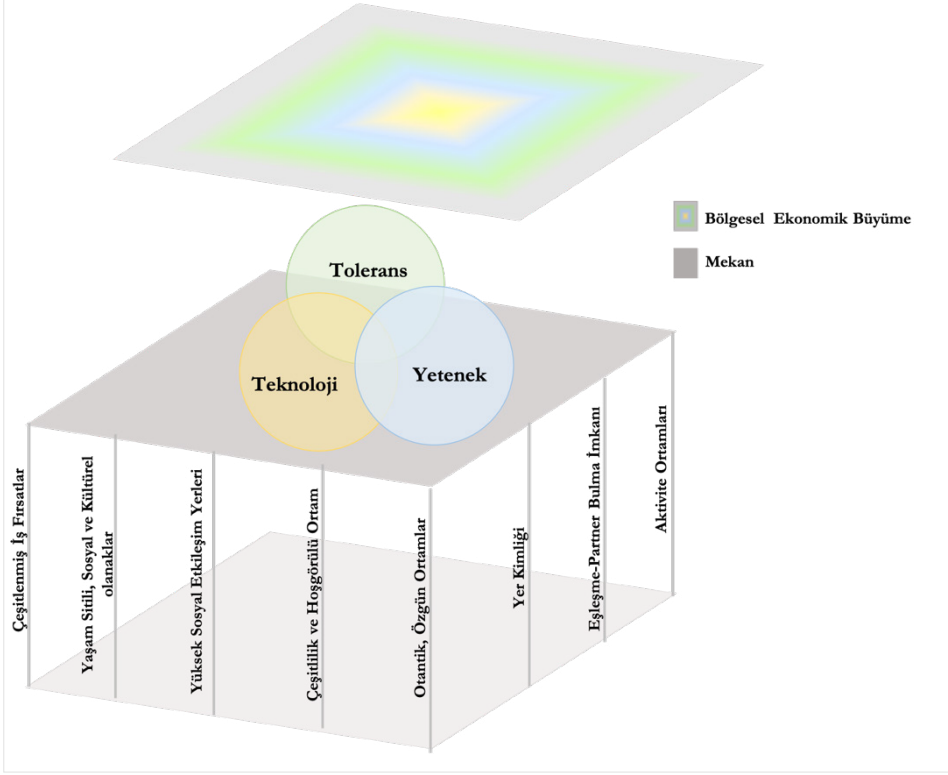
2.7.3 Yaratıcı Sınıf Teorisinin “Mekân”ı

Florida’nın yaratıcı sınıf teorisinde, yaratıcı sınıfın yer seçiminde ‘mekânın kalitesi’, yani teknoloji, yetenek ve tolerans düzeyinin belirleyici olduğundan bahsetmiştik. Yaratıcı sınıfı açıklamak kuşkusuz mekânla birlikte mümkün olacaktır. Florida (2002a), en başından beri yaratıcı sınıfı mekânla birlikte düşünmüştür, bu sınıf için yer ve mekânın hayati önemini vurgulamıştır. Ancak mekânın merkeziliğine yönelik “yer/mekân kalitesi” kavramını 3T modeline açık bir şekilde 2012 yılında dahil etmiştir. Gelen eleştiriler ve öneriler doğrultusunda kuramını revize ettiği kitabının yeni (ikinci) baskısında Florida, 3T bileşenlerine kilit bir faktör olarak “dördüncü T” şeklinde ifade edebileceğimiz mekânsal varlıklar ((T) erritorial Assets) bileşenini eklemiştir (Florida, 2012: 280; Şekil 2.5).

Öyle ki 2012 yılındaki çalışmasında, endüstriyel şirketlerin yerini yer/mekânların aldığını vurgulayan Florida, günümüzün bilgiye dayalı ekonomisinde mekâna dayalı ekosistemlerin yaratıcılık ve inovasyon için mekânın her zamankinden daha önem kazandığını belirtmiştir (Florida, 2012:188). Florida’ya (2002a) göre mekân üç karakteristik bileşenle şekillenir: Birincisi *mekânın nelere sahip olduğu*: yaratıcı bir yaşam sürdürmek için yapıları ve doğal çevre dahil uygun bir ortamın varlığı. İkincisi *mekânda kimlerin olduğu*: herkese açık, çeşitli türde insan ve toplulukları kapsayıcı ortamın varlığı. Üçüncüsü ise *mekânda nelerin olduğu*: cadde ve sokak yaşamının canlılığını içeren, aktif ve yaratıcı çabalara sahip ortamın varlığı. Dolayısıyla, mekânsal varlıklar yerin kalitesiyle ilişkili bir deneyim setidir. Başarılı yerler ve bölgeler, yukarıda belirtilen üçlü karakteristik yapının tamamını içeren mekânlardır, yani hem kendisine ait iklimden konuta, rekreasyonel faaliyetlerden çevresel standartlara kadar bileşenleri içeren ama aynı zamanda bol miktarda yüksek kaliteli olanaklar ve deneyimler sunan, yaratıcı insanların kimliklerini sürdürebildikleri kozmopolit ve özgün mekânlardır. Yani mekân sadece olayların rastgele meydana geldiği bir toprak parçası ya da ağ ilişkisinden ziyade, olayların “o mekânda” gerçekleşmesini gerektirendiren nedensellikler barındıran ilişkiler bütünüdür.

Florida (2002a, 2012) mekâna yaratıcı insanı çeken ve bir yeri ‘o’ yer yapan özgün karakteristikler bütünü olarak ‘mekân/yer kalitesi’ (*quality of place*)’ni oluşturan 8 faktör ortaya koymuştur (Şekil 2.5): Buna göre cezbedici bir yer/mekân; (1) çeşitlenmiş bir iş piyasasına sahip, (2) lokasyona bağlı sosyal ve kültürel olanakları olan, (3) sosyal etkileşimi mümkün kılan ve teşvik eden üçüncü yerleri bulunan, (4) çeşitlilik arz eden ve farklı birey, grup ve kimliklere açık bir ortama sahip, (5) otantikliği olan özgün-standartdışı ortamlara ev sahipliği yapan, (6) yer kimliği yaratan mekânların varlığını içeren, (7) kişilere eşleşme-partner bulma kanallarına haiz, (8) yetenekli insanların işbirliğine ve rekabetine katkı sağlayacak faaliyet ortamlarına sahip mekânlar olmalıdır.

Şekil 2.5 Kentsel ve Bölgesel Kalkınmanın 4.T'si Olarak Yer/Mekân ve Mekânın Nitelikleri



Özetle, Florida'ya göre ekonomik rekabet artık hammadde ve pazara yakınlık, ulaşım altyapısının varlığı gibi klasik yer seçim teorilerinin işaret ettiği bileşenlerce değil, yaratıcı varlıkları çekmeye, yetiştirmeye ve harekete geçirmeye dönük yukarıdaki açıklanan bileşenlerce belirlenmektedir.

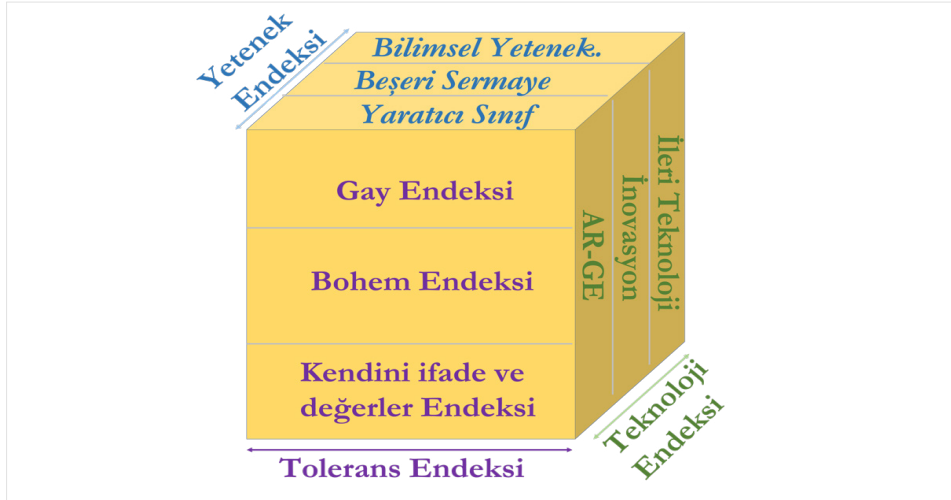
2.7.4 Yaratıcı Sınıfın Ölçümü ve 3T Modeli Üzerine Ampirik Çalışmalar

Yukarıda bahsedildiği üzere Yaratıcı Sınıf Teorisi'ne göre ülke ve bölgelerin ekonomik kalkınmasının ana itici güçleri teknoloji, yetenek ve tolerans bileşenlerinin birlikte ve dengeli var oluşudur (Florida, 2002a). Bu kutsal üçlü, bilgiye dayalı bir ekonomide ulusal ve bölgesel düzeyde ekonomik büyümeyi ve rekabetsizliği sağlayan temel unsurlardır. Bir ülkede veya bölgede *teknoloji*, *yetenek* ve *tolerans* olarak adlandırılan *ekonomik büyümenin 3T'si* mekânizmasından birinin bulunmaması veya eksik olması durumunda yaratıcı insanları çekmek, yenilik yaratmak ve ekonomik büyümeyi sağlamak mümkün değildir.

3T'nin her biri yaratıcı bir ekonomiye sahip olmak için olmazsa olmaz kritik faktörler olmakla birlikte bir ülkenin veya bölgenin yaratıcılık kapasitesini ve performansını ölçmek oldukça zor ve problemli bir konudur. Yaratıcılık meselesinin kendisinin karmaşık bir süreç olması, geleneksel ekonomik büyüme göstergeleri yoluyla doğrudan kolaylıkla

ölçülememesi, yaratıcılığı ölçmede farklı veri kaynaklarının ve hesaplama yöntemlerin geliştirilmesini gerektirmiştir. Bu bağlamda Florida klasik sanayi kapitalizminde ekonomik büyüme ve kalkınmayı ölçen standart göstergeler yerine teorisinde ileri sürdüğü bilgiye dayalı yaratıcı kapitalizmin temelini oluşturan yaratıcılığın boyutlarını ölçen “*yaratıcılık endeksi*”ni geliştirmiştir. İlk kez 2004 yılında Florida ve ekibi tarafından geliştirilen küresel yaratıcılık endeksi 2011, 2015 ve 2023 yıllarında revize edilerek güncellenmiş ve aynı zamanda coğrafi kapsamı da genişletilmiştir (Florida ve Tinagli, 2004; Florida vd., 2011, 2015; Florida ve Mellander, 2023). Sonuç olarak Florida (2005) teknoloji, yetenek ve toleransı tek bir bileşik ölçüte indirgeyen *Küresel Yaratıcılık Endeksi*¹⁰ni geliştirmiştir. Çünkü bir ülkenin veya bölgenin rekabet edebilmesi için 3T’nin hepsinin birden çalışması gerekmekte, 3T’nin sadece birinde başarılı olmak tek başına yeterli olmamaktadır.

Şekil 2.6 Yaratıcı Sınıf Teorisinin Test Edilmesinde Kullanılan Değişkenler



Florida’nın 3T modelini oluşturan temel bileşenler ile yaratıcılık endeksinin hesaplanmasında kullanılan kritik değişkenler ve göstergeler Şekil 2.6 ve Tablo 2.2’de gösterilmektedir.

Teknoloji: Florida 3T’nin ilk boyutu ya da ilk T’si olan teknolojiyi inovasyonun ve yüksek teknolojiye yoğunlaşmanın bir işlevi olarak açıklamaktadır. Bölgelerin yarışta başarılı olabilmesi için inovasyonları, fikirleri, araştırmaları üretebilmeleri ve sonuçlarını pazarlayabilmeleri; yenilikçi olmaları ve yaratıcı teknolojinin tasarımından aktarımına kadar birçok süreci yapılandırması gerekmektedir. Teknolojik gelişme bilinçli ve kasıtlı seçimlerin, davranışların bir sonucudur. *Teknoloji endeksinin* ölçülmesine baktığımız zaman buluşlara dair patent miktarındaki artış, üniversitelerin Ar-Ge harcamaları ve bilimsel yayın sayısı ile ayrıca yüksek teknolojinin gelişmişliğinin ölçülmesinin temel kriter olarak kullanıldığı görülmektedir.

¹⁰ Küresel Yaratıcılık Endeksi, bu üç endekste (Teknoloji, Yetenek ve Hoşgörü) elde edilen puanların toplamının mümkün olan maksimum puana bölünmesiyle elde edilir.

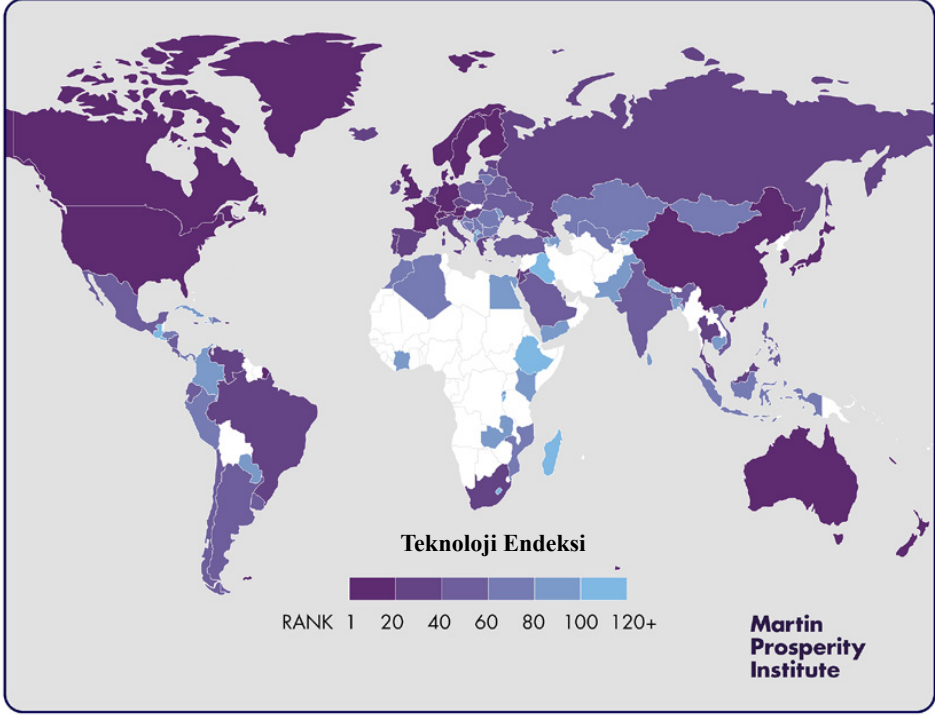
Tablo 2.2 Yaratıcı Sınıf Teorisi ve 3T Modelinin Test Edilmesinde Kullanılan Gösterge ve Değişkenler

3T Endeksi	Alt Endeks	Gösterge/Ölçüt
Teknoloji Endeksi	Ar-Ge Endeksi	GSYİH'nin yüzdesi olarak Ar-Ge harcamaları
	İnovasyon Endeksi	Milyon nüfus başına patent başvurusu
	Yüksek Teknoloji Endeksi	Yüksek teknolojili endüstrilerin payı/oranı
Yetenek Endeksi	Beşerî Sermaye Endeksi	Lisans derecesi veya üstü olan 25-64 nüfusun yüzdesi
	Yaratıcı Sınıf Endeksi	Yaratıcı mesleklerdeki istihdamın oranı
	Bilimsel Yetenek/ Araştırmacı Endeksi	Araştırmacı sayısı
Tolerans Endeksi	Gey (çeşitlilik) Endeksi	Yaşadıkları yerin gey ve lezbiyenler için iyi bir yer olduğunu söyleyenlerin payı
	Coolness/Açıklık (Havalılık / Klaslık) Endeksi	Sosyo-kültürel eğlence ve dinlenme mekânları ile etkinliklerin sayısı/oranı ya da farklı etnik ve dinsel azınlıkların payı
	Bohem (Yaratıcılık) Endeksi	Bohemlerin payı yani entelektüeller, sanatçılar ve sıradışı hayat tarzına sahip kişilerin oranı

Kaynak: Florida, 2002b, 2005 ve 2012'den yararlanılarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Buna göre Florida vd. (2015) tarafından hazırlanan Şekil 2.7 dünyadaki teknolojinin küresel ölçekte coğrafi dağılımını ortaya koymaktadır. Küresel teknoloji haritasına göre, Güney Kore birinci sırada yer alırken, onu Japonya, İsrail ve ABD izlemektedir. Finlandiya, Avustralya, Yeni Zelanda, Almanya, Singapur ve Danimarka ise sırasıyla ilk on içinde yer alan ülkelerdir. İlk on içinde yer almayan birçok gelişmiş Batı ve Kuzey Avrupa ülkesi ile Kanada'nın ise ilk 20 içinde yer aldığı görülmektedir. Gelişmekte olan ülkeler içinde özellikle önemli olan BRIC ülkelerinden Çin 14'üncü, Rusya 22'nci, Brezilya 27'nci ve Hindistan 52'nci sırada yer almaktadır. Türkiye'nin bu endekste 58. sırada yer aldığını daha önce vurgulamıştık.

Şekil 2.7 Küresel Ölçekte Teknoloji Düzeyinin Coğrafi Dağılımı, 2015



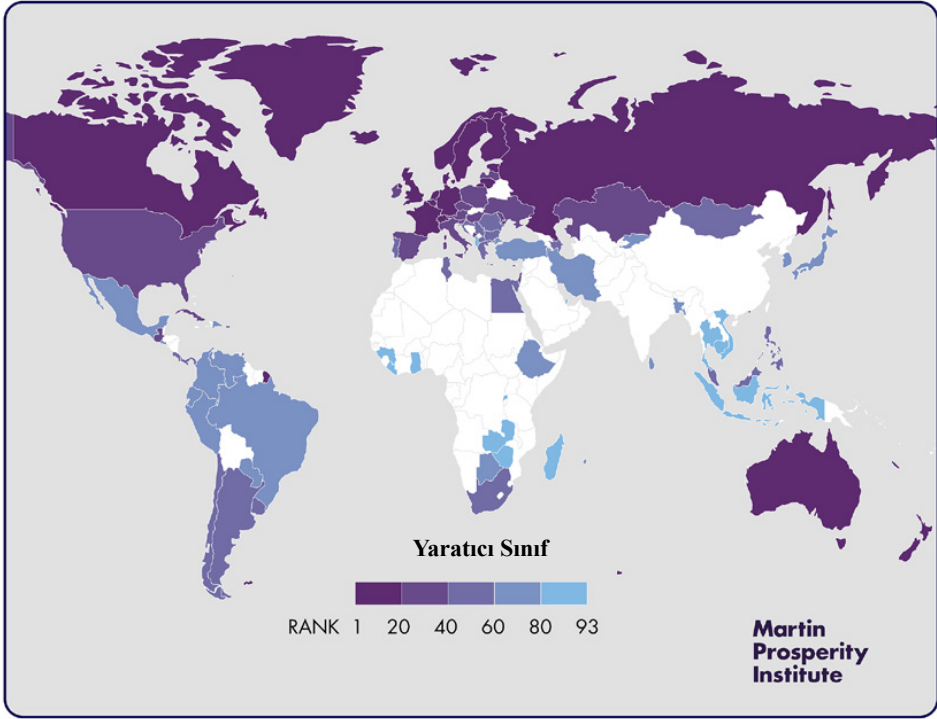
Kaynak: Florida vd., 2015: 14

Yetenek: Florida 3T'nin ikinci boyutu olan yeteneği, genellikle 'eğitilmiş' olarak bilinen yüksek vasıflı ve beceriye sahip insan/beşerî sermaye olarak tanımlamakta ve çalışmasında yeteneği insanın doğal olarak barındırdığı potansiyelden çok kanalize olmuş, üretime dönük yani teknolojiyi geliştiren insan faktörü olarak nitelendirmektedir. Yetenek iki yolla ölçülmektedir, ilki eğitimsel kazanımın standart ölçüsüne dayanan yüksek öğrenime sahip yetişkinlerin payı iken diğeri ise Florida tarafından geliştirilen ve yaratıcı mesleklerde çalışanların yani yaratıcı sınıfın işgücü içindeki payıdır. Araştırmalarda kullanılan ölçütlerin içeriğine baktığımız zaman *yetenek endeksinin* genellikle üniversite mezunlarının oranı ile bilim insanları, mühendisler, teknikerler ve diğer profesyoneller gibi yaratıcı mesleklerde çalışanların oranı şeklinde ölçüldüğü, bunlara ek olarak sözkonusu endeksin aynı zamanda kimi çalışmalarda bilimsel araştırmacı sayısını da içerdği görülmektedir.

Buna göre Florida vd. (2015) tarafından hazırlanan ve yaratıcı sınıfın küresel dağılımını gösteren Şekil 2.8 incelendiğinde; (1) yaratıcı sınıfın belli ülke ve bölgelerde nasıl yoğun şekilde kümелendiği görülmektedir. Nitekim yaratıcı sınıf, dünyadaki 18 ülkede iş gücünün %40'ını veya daha fazlasını oluşturmaktadır. Lüksemburg, yaratıcı sınıftan oluşan işgücünün yarısından fazlasıyla (%54) en üst sırada yer alırken, onu ikinci sırada Bermuda (%48), Singapur üçüncü (%47), İsviçre dördüncü (%47) ve İzlanda beşinci (%45) sırada izlemektedir. Avustralya (%45), İsveç (%45), Hollanda (%44), Kanada (%44) ve

İngiltere (%44) sırasıyla ilk 10 içinde yer alan ve toplam işgücünün %44-45'inin yaratıcı sınıfta çalıştığı diğer ülkelerdir. Amerika Birleşik Devletleri %33 ile 34. sırada yer alırken, Rusya %39 ile 19. sırada, Brezilya %20 ile 61. sırada yer almaktadır. Çin ve Hindistan'a dair kesin veri olmamakla birlikte yaklaşık %8-10'luk bir yaratıcı sınıf barındırdığı ve bu bağlamda oldukça geri sıralarda olduğu tahmin edilmektedir. Florida'nın bu çalışmasına göre Türkiye'deki işgücünün %19'u yaratıcı sınıfta yer almakta ve ülke bu haliyle dünyada 62. sırada konumlanmaktadır.

Şekil 2.8 Dünyadaki Yaratıcı Sınıfın Küresel Ölçekte Coğrafi Dağılımı, 2015



Kaynak: Florida vd., 2015: 15

Tolerans: Florida 3T'nin üçüncü boyutu olan toleransı ise, etnik farklılıklara ya da farklı yaşam tarzlarına açık olma durumu ile ilişkili çeşitlilik¹¹ faktörü üzerinden açıklamaktadır. Birçok anlamda toplumun geniş kitlelerinden ayrıışan yaratıcı sınıf etnik kimlik, din, cinsiyet, görünüş ve her türlü tercihler konusunda farklı düşünmektedir. Bu farklılıkların yaşamasına olanak tanıyan hoşgörü ve açıklık bu sınıfın bir bölgede kümelenmesinde etkili olmaktadır. Florida'ya (2002a, 2005) göre 3T'nin her biri çok önemlidir ama özellikle de üçüncüsü olan tolerans olmazsa olmazdır. Tolerans büyümede kritik faktördür ve toleransa sahip, yeni fikirlere açık olan yerler, dünyanın dört bir yanından

11 Florida'nın üç ayaklı yaratıcı sınıf teorisinde çeşitlilik (Tolerans); doğrudan yetenek ve teknolojiyi, dolaylı olarak da gelişmeyi (geliri) etkilemektedir (Florida, 2002b). Yetenek doğrudan teknolojiyi etkilemekte, teknoloji ve yetenek birlikte aynı doğrusallıkla geliri etkilemektedir. Bölgesel kalkınma için önemli olan bu üç ayağın -tolerans,yetenek ve teknoloji- birlikte uyumlu ve dengeli bir şekilde tesis edilmesidir.

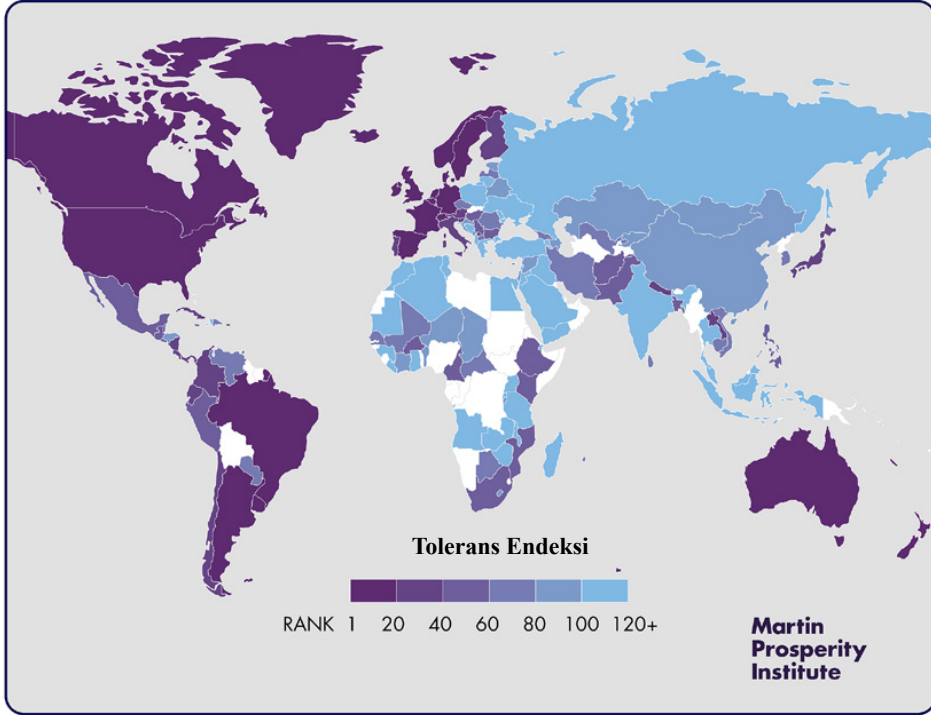
yeni endüstriler yaratan yenilikleri ve teknolojileri getirmeye, start-upları kuran yetenekli ve yaratıcı insanları çekmeye çok daha fazla eğilimlidirler. Böylece tolerans, teknoloji ve yetenekle birlikte çalışan, hem onlar için uygun ve çekici bir bağlam/ortam yaratan hem de kendi başına ek avantajlar kaynağı oluşturan bir güçtür. Florida'ya göre örneğin gey ve lezbiyenlerin toplum tarafından kabulü ve bölgenin açıklığı, yaratıcı sermaye seviyesi için olumlu bir göstergedir. Farklılıklar yaratıcılığı beslemekte ve bölgedeki enerji ve dinamizmi yükseltmektedir. Tolerans endeksinin inşa edilmesinde araştırmalarda kullanılan ölçütlerin içeriğine baktığımız zaman en temel kriterin *gay endeksi* (ya da çeşitlilik endeksi) olduğu görülmektedir ki Florida toplumsal ilişkilerden uzak tutulan, yoğun ayrımcılıkla karşı karşıya kalan gey popülasyonunun bir bölgedeki yoğunluğunun en iyi hoşgörü göstergesi olduğunu belirtmektedir. Bu nüfusun bir yerdeki yoğunluğu, oranın farklı grupların yaşamasına olanak sağlayan açıklığını ve çeşitliliğe tanınan hoşgörüsünü simgelemektedir. Ayrıca bir çok çalışmada bir bölgenin *hoşluk ve çekiciliğinin* ölçülmesi için kullanılan ölçütlerin başında geleneksel eğlence, dinlence ve diğer kültürel faaliyetleri içeren mekânların varlığı gelmektedir. Benzer şekilde barlar, gece klüpleri, müzeler ve sanat galerileri gibi sosyokültürel eğlence ve etkinlik alanlarının yaratıcı sınıfı çekme ve etkileme kapasitesi bağlamında *coolness (havalılık/klaslık) endeksi* de kullanılmıştır. Ayrıca kimi çalışmalarda bir bölgedeki sanatsal yaratıcılığı ve entelektüel dinamizmi ölçmek amacıyla “bohemlerin” ve diğer sanatsal yaratıcılığa sahip kişilerin o bölgedeki oranını içeren *bohém endeksi* de kullanılmıştır.

Bu bağlamda Florida vd. (2015) tarafından hazırlanan Şekil 2.9'da yer alan küresel hoşgörü veya tolerans haritası etnik ve dinsel azınlıklara açıklık ile gey ve lezbiyenlere açıklık değişkenlerinin tek bir endekste birleştirilmesi suretiyle oluşturulmuştur. Buna göre global ölçekte toleransın en yüksek olduğu ülkelerin başında Kanada, ardından İzlanda, Yeni Zelanda, Avustralya ve İngiltere gelmektedir. Hollanda, Uruguay, İrlanda, Norveç ve İsveç ilk 10'da yer alırken, ABD 11., Brezilya 15. sırada yer alırken, BRIC ülkelerinin Brezilya dışında geri kalanını oluşturan Çin 96., Hindistan 108. ve Rusya 124. sıralarda yer almaktadır. Türkiye ise sözkonusu tolerans endeksinde 123. sırada yer alarak dünyadaki 139 ülke arasında en son sıralarda konumlanmaktadır.

Yukarıda belirtilen ölçütler ve sahadan nitel ve nicel yöntemlerle elde edilen verilerin analizi sonrasında Florida'ya göre öne sürdüğü teori ve 3T modeli ufak farklılıklar dışında ABD ve Kanada'da eyaletler bazında yaklaşık sonuçları vererek ileri sürülen tezi doğrular niteliktedir. Dolayısıyla Florida vd.'nin ABD ve Kanada örneğinde yürüttüğü çalışmalar ve kurmuş oldukları model oldukça sağlam şekilde işliyor görünmektedir (Florida, 2002a, 2002b, 2002c, 2005; Florida, Mellander ve Stolarick, 2008, 2010; Wojan, Lambert ve McGranahan, 2007). Yapılan ampirik çalışmalarda AB bölgesi ve ülkeleri içinse (Boschma ve Fritsch, 2009) teorisinin bazı ülkelerde (Fritsch and Stuetzer, 2014; Alfken, 2015 Almanya için; Stolarick, 2014 Avustralya için) beklenen sonucu verirken, kimilerinde örneğin İsveç (Hansen ve Niedomysl, 2009) ve Hollanda (Marlet ve van Woerkens, 2005) gibi çalışmadığı veya modelin öngördüğü nedenselliğin ters işlediği görülmektedir. Öte

yandan Uzakdoğu da hem Japonya (Westlund ve Calidoni, 2014) hem de Çin örneğinde (Florida, Mellander ve Qian, 2012; Chow, 2017) modelin pek işlemediği ortaya konmuştur. Tüm bu gelişmeler çeşitliliğin toplum tarafından emilimi ve benimsenmesi, yeteneğin göçü, üniversitelerin rolü, dış etkilere kapalı toplumların gelişim serüveni ve özellikle gelişmekte olan ülkelerin değerleri bakımından teorinin az gelişmiş ve gelişme yolunda olan ülkeler bağlamında zorlanıyor olabileceğinin ve hatta kimi durumlarda açıklama gücünün olmayabileceğinin işaretlerini de göstermektedir.

Şekil 2.9 Küresel Ölçekte Tolerans Düzeyinin Coğrafi Dağılımı, 2015



Kaynak: Florida vd., 2015: 20

2.8 Yaratıcı Sınıfın Kısa Muhasebesi ve “Yaratıcı Kentler” Politikası

Literatürde yaratıcılık olgusu, *yenilik ve girişimciliğin kaynağı* olarak kabul edilmektedir. Gerek gelişmiş gerekse de gelişmekte olan birçok ülkede, yerlerin ve bölgelerin kalkınmasında kentler ön plana çıkarken, rekabetçilik düzeyini belirleyen, kentlerin yenilikçilik, girişimcilik ve teknolojik kapasitesi olmaktadır. Bu süreçte de ön plana çıkan bilgi birikimi olduğundan ve insan da bu bilgiyi üreten ve geliştiren varlık olmasından ötürü önemli bir sermaye birimi haline gelmiştir. Yenilik kapasitesi ise toplumun sahip olduğu kaynakları ekonomik bir artı değere dönüştürebilmesi için sahip olduğu yaratıcılıkla belirlenir. Dolayısıyla yaratıcılık kentlerin rekabetçiliğinde önemli bir role sahiptir. Özellikle son yıllarda yenilikçilik ve rekabet edebilirlikte yaratıcılığın ön plana çıkması yaratıcı ekonomi kavramını öne çıkarmıştır. Burada bahsedilen yaratıcılık fikirlerin üretilmesi ve bu fikirlerin

yenilik üretiminde kullanılmasıdır. Çünkü yaratıcılık ve yenilik nereye giderse ekonomik büyüme de o yönde gitmektedir.

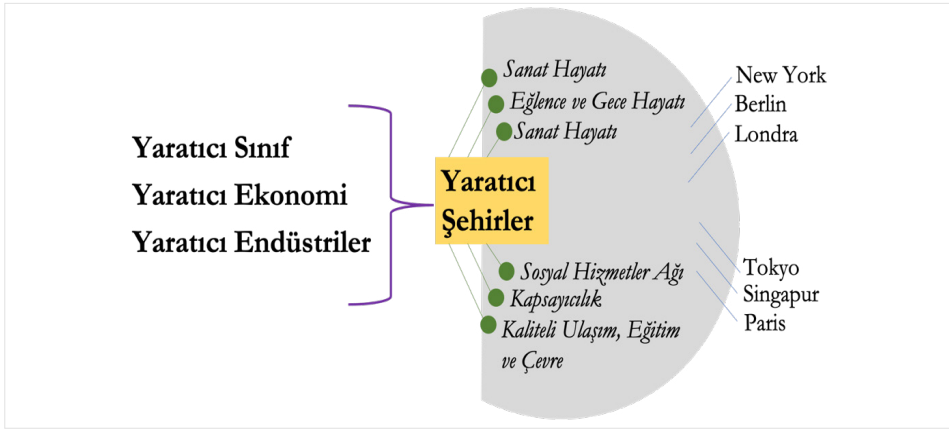
Tüm eleştirilere¹² rağmen, yaratıcı sınıf, hiç kuşkusuz son 20 yılda kentsel büyüme, yaratıcılık ve yenilikçilik ve bölgesel kalkınma alanına damga vurmuş çok önemli bir kuramdır. Daha önce de vurgulandığı üzere yaratıcı sınıf teorisi üzerine çok sayıda araştırma yürütülmüş ve araştırmalar hızla artmaktadır. Florida'nın teorisini eleştirenler bile onun yaklaşımının kentsel gelişme ve bölgesel kalkınma alanında yeni bir dönüm noktası olduğunu kabul ederler (Asheim, 2009; Storper ve Scott, 2009; Storper, 2013; Scott, 2014; Asheim vd., 2023; Batabyal, and Nijkamp, 2023). Bu bağlamda ekonomik coğrafyanın en önemli lider figürlerinden Scott (2014) Florida'nın çalışmasını büyük bir dönüm noktası olarak görmekte ve Florida'nın yaratıcı sınıfının çağdaş kapitalizmde yeni ve önemli bir sosyal tabaka tanımlaması bağlamında tartışmasız çok önemli bir içgörü taşıdığını belirtmektedir. Benzer şekilde Asheim (2009) ile Batabyal ve Nijkamp (2023) Florida'nın "Yaratıcı Sınıfın Yükselişi" adlı kitabının ekonomik coğrafya, kent planlama ve bölgesel çalışmalar alanında çığır açan bir eser olduğunu, onun bakış açısının ve politika önerilerinin dünya çapında ulusal ve bölgesel düzeydeki politika yapımcılar ve sosyal bilimciler

12 Florida'nın (2002a) "yaratıcı sınıf" teorisi hem akademik dünyada hem de şehir ve bölge planlamacıları ile yerel yönetim ve kentsel politika yapımcılar üzerinde devrim niteliğinde önemli bir etki yaratmış olsa da, her kuram gibi, ciddi eleştirilere maruz kalmıştır. Her ne kadar Florida daha sonraki çalışmalarında sözkonusu eleştirileri kısmen dikkate almış (Florida, 2012, 2014) ve hatta bazı bakımlardan kuramını revize etmiş olsa da (Florida, 2017, 2023), temel olarak bu eleştiriler dört ana alana odaklanmaktadır: (1) Yaratıcı sınıf teorisinin metodolojisine dair eleştiriler: Yaratıcı sınıfın tanımı, ölçümü ve sınıflandırmasındaki kavramsal ve yöntemsel muğlaklıkların olması, mesleki sınıflandırmanın çok geniş, belirsiz ve tutarsız olması ile ölçümlerin netlikten uzak, karmaşık ve dolaylı göstergelere dayanması (Markusen, 2006; Scott, 2006; Pratt, 2008). (2) Kentsel ve bölgesel büyümenin kaynağının beşerî sermaye mi yoksa yaratıcı sermaye mi olduğuna dair eleştiriler: Bu kapsamda şehirsiz büyümenin yaratıcı/ yetenekli meslekler, toleranslı ve kaliteli mekânlara/yerlere ve bohem yaşam tarzına odaklanan yaratıcı sınıf teorisinden ziyade yüksek eğitime odaklanan geleneksel beşerî sermayesi teorisi tarafından daha iyi açıklandığı öne sürülmektedir (Glaeser, 2005). (3) Büyümenin temel itici gücünün "iş iklimi"nden mi beslendiği yoksa "insan iklimi"nden mi beslendiğine dair eleştiriler: Florida'nın savunduğu "işler insanları takip eder" nosyonuna göre kentlerin ve bölgelerin gelişiminde esas önemli olan iş ikliminden çok, kentlerin yaşam kalitesi, olanakları ve hoşgörü düzeyleri gibi çeşitli yumuşak/soft faktörlere dayalı insan ikliminin varlığıdır ki, yaratıcı insanları mekâna esas çeken ve tutan kaliteli insan iklimini yaratan niteliklerdir (Florida, 2002a, 2012). Buna karşın Florida'nın teorisinin aksine "insanlar işleri takip eder" nosyonunu savunanlar (Storper ve Scott, 2009; Scott, 2010; Storper, 2013) yaratıcı insanların lokasyon seçiminde öncelikle şehirlerdeki yığılma ekonomileri, endüstriyel kümelenmeler, iş fırsatları, uzmanlaşmış işgücü piyasasının varlığı ve rekabetçi ücret seviyeleri gibi "sert/hard" faktörlerden oluşan üretim odaklı iş ikliminin belirleyici olduğunu ve bunun yanı sıra büyümenin aynı zamanda bilgi yoğun üretim ve teknoloji odaklı Ar-Ge sektörlerinden geldiğini vurgulamıştır (Krätke, 2010). (4) Neoliberal kentleşmenin yarattığı sorunlara dair eleştiriler: Florida'nın teorisinin, neoliberal kentsel rekabetin ve hızlı politika sunma reçetesinin bir aracı olarak işlev görmesi, şehirlerin derin yapısal ekonomik sorunlarını ihmal ederken, kentlere yaratıcı yetenekleri çekmek için soyulaştırma ve hipsterleşme stratejilerine izin vererek sosyo-mekânsal eşitsizlikleri derinleştiren, sosyal dışlanma ve işgücü güvencesizliği artıran sonuçlar üretmesi (Peck, 2005; O'callaghan, 2010; Kong, 2014). Bu dört ana eleştiri alanı dışında yaratıcı sınıf teorisinin geçerliliğini farklı kentler ve bölgeler için test eden ve kuramın öngörülerıyla uyumlu ve uyumsuz sonuçlar bulgulayan çok sayıda ampirik araştırma da bulunmaktadır ki sözkonusu çalışmalara bu kitap boyunca bir çok yerde rastlamak mümkündür. Sonuç olarak Florida, 2017 yılında yayımladığı "The New Urban Crisis" (Yeni Kentsel Kriz) kitabı ile kendi yaratıcı sınıf teorisinin kentlerde yarattığı olumsuz sonuçlarla yüzleşerek bir nevi "özeleştiri yapmış" ve sözkonusu derin kentsel krizden çıkış için artık sadece "yaratıcılığı çekmeyi" değil, aynı zamanda herkes için "kapsayıcı kentleşme" adını verdiği bir dizi yapısal reform önermiştir (Florida, 2017). Florida'nın yaratıcı sınıf teorisini kıyasıya eleştirenler bile onun yaklaşımının yeni bir dönüm noktası olduğunu açıkça kabul etmişlerdir (Asheim, 2009; Scott, 2014; Asheim vd., 2023; Batabyal ve Nijkamp, 2023).

arasında geniş ilgi gördüğünü belirtmektedir. Asheim vd. (2023) yaratıcı sınıf teorisinin, mekânın ve özellikle de yaratıcı bir ortamı oluşturan yumuşak lokasyon özelliklerinin yani “insan iklimi”nin ekonomik performansla nasıl ilişkili olabileceğini göstererek 2000’li ve 2010’lu yıllarda birçok şehir ve bölgenin yönetim ve stratejik planlamasının temel ilkesi haline geldiğini; Florida’nın yaklaşımının şehirlerde ve bölgelerde yaratıcılığı, yeniliği ve ekonomik refahı nasıl teşvik edeceğimize dair eski söylem ve uygulamaları değiştirerek kentlerin ve bölgelerin yaratıcı sınıfı çekmek ve tutmak için ne tür “mekâna dayalı politikalar” (Yavan, 2013) izlemesi gerektiği konusunda önemli bir ışık tutmuştur.

Yaratıcı sınıf, yaratıcı ekonomi ve yaratıcı endüstriler nihayetinde yaratıcı kentleri ortaya çıkarmıştır (Şekil 2.10). Yaratıcı sınıfa ev sahipliği yapan kentler *yaratıcı şehir* olarak adlandırılmakta ve birçok özelliğiyle çekim merkezi haline gelmektedir. Bu kentlerde hayat daha canlı, sanat hayatı, eğlence hayatı, gece hayatı ve restoranlar gibi rafine zevkleri doyuracak birçok olanak ve tüketim mekânı bulunmaktadır. Sosyal hizmetler ağının ve şehir düzeninin iyi olması, ulaşım olanakları, eğitim olanakları ve toplamda kaliteli çevre bu şehirlerin önemli özellikleridir. Ayrıca, kentin tarihi mirası, mimarisi gibi özelliklerde yaratıcı şehrin seçilmesinde önemli gözükmektedir.

Şekil 2.10 Yaratıcı Şehirler



Dünyada ise bu popüler söylemlerin yönlendirmesinde sürekli yeni “cazibe merkezleri” oluşmakta veya oluşturulmaya çalışılmaktadır. Birçok kent, yaratıcı bir iklim oluşturmak için programlar, projeler geliştirmekte ve en ‘*yaratıcı kent*’ yarışında mücadele etmektedir. Yetenekli insanların bir arada bulunduğu bölgelerde yaratıcılık ekonomik değere dönüşmektedir. Örneğin 2009 yılının en yaratıcı kenti seçilen Seattle, Starbucks markasından yine dünyaca tanınan müzik gruplarına ve aynı anda Dünya Ticaret Örgütü (WTO) protestolarına kadar tüm farklılıkların buluştuğu, beraberinde gelişmenin tetiklendiği bir kent olarak karşımıza çıkmaktadır. Benzer şekilde dünyada New York, Londra, Tokyo, Paris, Chicago, Los Angeles, Berlin, Frankfurt, Hong Kong, Milano ve Singapur gibi şehirler bu yaratıcı toplanmada başı çekmektedir.

Yaratıcı sınıf, yaratıcı endüstri ve nihayetinde yaratıcı kentler ekonomik gelişme bakımından nitelikli işgücünün önemine atıf yaparak geleneksel yöntemlerdeki kabullere ciddi eleştiri getirmekte ve ekonomik büyüme için *yaratıcı sınıfın desteklenmesini* ve bu sınıfın hareket eğilimleri çerçevesinde *politikalar geliştirilmesini* savunmaktadır. Buna bağlı olarak *yaratıcı kentler* de verimliliğe ve yenilikçiliğe bağlı olarak rekabetçiliğin de artacağını savunmaktadır. Bunun yanı sıra yaratıcı ekonomin yükselişi her ne kadar avantaj sağlasa da ekonomik *eşitsizlikleri* daha da şiddetlendirdiği, sosyal ve siyasal gerginliği körüklediği görülmektedir. Yaratıcı ekonominin gelişiminin bölgesel olarak eşit ol(a)mayan doğası nedeniyle yeni yaratıcı sınıf ülke içinde bölgeler arasında eşitsiz bir şekilde dağılmakta ve bölgeler arası dengesizliği arttırmaktadır.

Bölgesel ekonomik büyümede, yaşam kalitesi yüksek, yeni fikirlere açık, kültürel farklılığa, yaratıcılığa önem veren, farklılıklardan ekonomik değer yaratabilen başka bir ifade ile *toleransın* yüksek olduğu yerler ile bu bölgelerde yeni, yaratıcı fikirlerini hayata geçirebilecek işlerde çalışabilen, yüksek yaşam standardı elde edebilen *yaratıcı sınıf* ve bölgenin yenilikçilik kapasitesini arttıran, ileri teknolojiye dayalı üretimi teşvik eden, yeni iş alanlarının ortaya çıkmasını sağlayan ve sonuçta ekonomik büyümeyi hızlandıran *yaratıcı sermayenin* varlığı ve yoğunluğu çok önemlidir (Kumral, 2010). Özetle Kumral'ın (2010) da vurguladığı gibi; tolerans veya yüksek yaşam kalitesi elde edebilme bir bölge veya ülke için kendiliğinden değil, ancak demokratik yönetişimin temel ilkelerini oluşturan şeffaflık, hesap verebilirlik, katılım, temsil, çeşitlilik, hukukun üstünlüğü ve temel özgürlüklerin korunması gibi temel ilkeleri benimsemiş bölgenin sahip olduğu potansiyel kaynaklardan ekonomik değer yaratabilecek bilime dayalı uzun dönemli politikalar geliştirebilen, uygulayabilen, sürekliliğini sağlayabilen yönetim anlayışıyla mümkündür.

Sonuç olarak bu çalışma, kuramsal bakımdan ekonomik coğrafya ve ekonomik sosyoloji geleneklerine dayanarak, yaratıcı sınıf literatürünü Türkiye'deki sanayi ve teknoloji ekosistemi üzerinden analiz etmektedir. Türkiye örneği, yaratıcı sınıfın yenilik kapasitesinin yalnızca bireysel düzeyde sahip olunan beşerî, ekonomik, sosyal ve kültürel sermaye türlerinden kaynaklanmadığını, aynı zamanda bu sınıfın yaşadığı kentlerin yaşam kalitesi ve çekim gücünden, çalıştığı sanayi bölgeleri ve teknoparkların niteliklerinden ve üretim yapılan firmaların yetkinliklerinden oluşan çok boyutlu ve ilişkisel bir mekânsal yapı tarafından şekillendiğini göstermektedir. Dolayısıyla bu çalışma, Florida'nın yaratıcı sınıf yaklaşımı ile Bourdieu'nun sermaye kuramını Türkiye'nin yenilik üretim mekânları ve Ar-Ge çalışanları temelinde inceleyen özgün bir model sunmaktadır.



3

3. YENİLİKÇİ SINIFIN ÇALIŞTIĞI FİRMALARIN ÖZELLİKLERİ

Bu bölümde yenilikçi sınıfın çalıştıkları firmaların temel özellikleri önce nicel olarak daha sonra da nitel olarak verilmektedir. Nicel verilerde firmaların genel karakteristikleri iki başlıkta toplanmıştır. Birincisi firmaların demografik özellikleri ikincisi ise uluslararasılaşma ve Ar-Ge kapasitesidir. Nitel veriler bölümünde ise yenilikçi sınıfın sahip oldukları sermayeler ile çalıştıkları firmaların temel özellikleri verilmektedir. Hem nicel veriler hem de nitel verilere ait özellikler bundan sonraki bölümleri anlamada anahtar bir rol oynayacaktır. Aşağıda verilen bilgilerin bazıları “Araştırmanın Amacı ve Yöntemi” bölümünün örneklem kısmında belirlenen kota ve sahadaki gerçekleşmeye ilişkin kısımda verilmiştir.

3.1 Firmaların Demografik Özellikleri

Bu araştırmanın nicel analiz aşamasında sahadan (14 ilden) elde edilen 1.352 anket verisinin Stata programında analizi sonucu yenilikçi sınıfın çalıştığı firma türleri Tablo 3.1’de verilmektedir. Firmaların %42’si Ar-Ge merkezi, %2’si tasarım merkezi, %56’sı ise teknopark firmasıdır.

Tablo 3.1 Firma Türü

Ar-Ge Merkezi		Teknopark Firması		Tasarım Merkezi		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
568	42	757	56	27	2	1.352	100

Firmaların kaç yıldır Ar-Ge merkezi ve tasarım merkezi statüsüne sahip oldukları ve teknoparklarda faaliyet gösterdiklerine ilişkin bilgiler Tablo 3.2’de verilmiştir. Firmalar Ar-Ge merkezi veya tasarım merkezi tescilini ortalama 5 yıl önce almışlardır.

Tablo 3.2: Firmanın Ar-Ge/Tasarım Merkezi/Teknoparkta Faaliyet Gösterme Süresi

1 yıl		2 yıl		3 yıl		4 yıl		5 yıl		5+ yıl		Toplam		Ort.
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı
319	24,0	251	19,0	157	12,0	104	7,6	122	9,0	399	29,4	1.352	100	5,2

Firmaların %31’i İstanbul, %19’u Ankara, %5,8’i Kocaeli’nde, %5,3’ü İzmir ve yine %5,3’ü Bursa’da faaliyet göstermektedir. Diğer kentlerden de eşit katılımı alınarak her bir kente %3,7’lik temsil imkânı verilmiştir (Bkz. ve Şekil 3.1).

Tablo 3.3: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Kentler

Ankara		Bursa		Eskişehir		İstanbul		İzmir		Kayseri		Kocaeli		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
257	19	72	5,3	50	3,7	420	31	72	5,3	50	3,7	79	5,8	1.352	100
Konya		Manisa		Sakarya		Tekirdağ		Antalya		Mersin		Denizli			
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%		
50	3,7	51	3,8	50	3,7	50	3,7	50	3,7	51	3,8	50	3,7		

Şekil 3.1: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Kentler



Firmaların faaliyet gösterdikleri yerlere ilişkin bilgiler Tablo 3.4'te verilmiştir. Tablo incelendiğinde Ar-Ge firmalarının %83'ünün planlı sanayi ve teknoloji bölgelerinde (OSB ve teknopark) faaliyet gösterdikleri anlaşılmaktadır. Dolayısıyla yenilikçi sınıfın beklenti ve ihtiyaçlarının karşılanması bağlamında bu bölgelerin üstlenebilecekleri rol ve sorumlulukların bu çerçevede yeniden tartışılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bulgu, sanayi (OSB) ve teknoloji (teknopark) bölgelerini yalnızca firmaların yer seçimi veya altyapı ihtiyacına cevap veren mekânlar olarak değil, yenilikçi sınıfın çalışma, öğrenme, etkileşim ve aidiyet koşullarını belirleyen ekosistemler olarak değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Tablo 3.4: Firmaların Coğrafi Konumu

OSB		Teknopark		Kent Merkezi		Kent Çevresi		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
308	22,8	814	60,2	82	6,1	148	10,9	1.352	100

Ar-Ge yapan firmaların önemli bir kısmı kamu politikalarının yönlendirici etkisi doğrultusunda OSB ve teknoparklarda yoğunlaşmışlardır. Bu bölgeler özel hukuk tüzel kişiliğine sahip olmalarına rağmen, aynı zamanda kamusal görevlere sahip ve belirli kurumsal kapasiteleri bulunan organizasyonlardır. Dolayısıyla bu yapıların, firmaların Ar-Ge ve yenilik konusundaki ihtiyaçlarına kolayca müdahale edebilecek mekânizmalar olarak değerlendirmek mümkündür. Ar-Ge ve Tasarım Merkezlerinin çoğunluğunu OSB’lerde toplanırken, mikro ve küçük ölçekli start-upların hemen tümüyle teknoparklarda faaliyet gösterdiği görülmektedir. Bunların yanında kent merkezi ve kent çevresinde de faaliyet gösteren firmalar bulunmaktadır. Kent çevresindeki sanayi alanları ile kent merkezlerindeki plaza, iş merkezi ve çeşitli yerlerde de Ar-Ge firmaları faaliyet göstermektedir.

Türkiye’de Ar-Ge yapan firmaların ortaklık yapısına ilişkin bilgiler Tablo 3.5’te verilmektedir. Buna göre firmaların yaklaşık %88’inin ortaklık yapısı yerli sermayeli firmalardan oluşmaktayken, yaklaşık yüzde %11’i yabancı sermayeli firmalardan oluştuğunu söyleyebiliriz.

Tablo 3.5: Firmaların Ortaklık Yapısı

Ortakları Yabancı Ülke Vatandaşı Olan Firma		Ortakları Yabancı ve Türk Vatandaşı Olan Firma		Ortakları Türk Vatandaşı Olan Firma		Diğer (Bilinmiyor)		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
50	3,7	98	7,2	1189	87,9	15	1,1	1.352	100

Ar-Ge firmaları çalışanlarının %19’u mikro ölçekli firmalarda çalışırken, yaklaşık %31’i küçük ölçekli firmalarda çalışmaktadır. Orta ölçekli firmalarda çalışanların oranı %21 iken %29’u da büyük ölçekli firmalarda çalışmaktadır (Bkz. Tablo 3.6). Dolayısıyla çalışma, her büyüklük grubundan önemli sayıda temsilci barındırdığından firma ölçeği ve Ar-Ge ilişkisinin yanında yenilikçi sınıfın çalışılan firma büyüklüğüne göre görüşlerinin nasıl farklılaştığını göstermesi açısından önemli girdiler sunma potansiyeli taşımaktadır.

Tablo 3.6: Firma Ölçekleri ve Çalışan Sayısı

1-9 kişi (Mikro Ölçekli)		10-49 kişi (Küçük Ölçekli)		50-249 kişi (Orta Ölçekli)		250 ve fazla (Büyük Ölçekli)		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
260	19,2	417	30,8	280	20,7	395	29,2	1.352	100

Ar-Ge firmalarının sektörlerine ilişkin bilgiler Tablo 3.7’de verilmektedir. Bilişim sektörü %54,6’lık oranla en başta ve baskın olarak yer almaktadır. Bilişim firmaları gerek teknopark firmaları gerekse Ar-Ge merkezleri içinde oldukça yaygın bir şekilde bulunmaktadır.

Bilişim sektörünü %12,5 ile otomotiv ve %10,7 ile elektronik sektörleri takip etmektedir. Makine sektörü ise %7,8'lik orana sahiptir.

Tablo 3.7: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Sektörler

Bilişim Yazılım		Otomotiv		Elektrik Elektronik		Makine		Diğer		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
738	54,6	169	12,5	145	10,7	105	7,8	195	14,4	1.352	100

Dijitalleşme uygulamaları ve sektörlerin yakın iş birliği düşünüldüğünde bilişim, otomotiv, makine ve elektronik sektörlerindeki yoğunluk yenilikçi sınıf için belirlenecek politikalar için temel oluşturma potansiyeli barındırmaktadır.

Firmaların aile işletmesi olup olmadığına ilişkin katılımcıların görüşleri Tablo 3.8'de verilmektedir. Buna göre katılımcıların %71,5'i çalıştıkları firmaları bir aile işletmesi olarak görmemektedir.

Tablo 3.8 Aile Şirketi

Evet		Hayır		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
386	28,6	966	71,4	1.352	100

Türkiye'de aile şirketlerinin tüm firmalar içindeki oranının %90'dan fazla olduğu tahmin edilmektedir. Yenilikçi sınıfın yer aldığı Ar-Ge yapan firmalarda ise bu durumun tersine bir tablo çıkması dikkat çekicidir. Bu durum özellikle teknoloji alanında aile işletmelerinden ziyade daha profesyonel bir bakış açısı kazanıldığını gösterebilir. Bu kapsamda bir firmada yenilik kültürünün geliştirilmesinde kurumsallaşma ve profesyonel yöneticilik önem kazanabilir.

Firmaların yöneticilerine bakıldığında ise profesyonel yönetici kullanma oranının %84,3 gibi yüksek bir seviyede olduğu görülmektedir. Buna karşın firmaların %5,4'ünün ise profesyonel yöneticiler tarafından yönetilmediği düşünülmektedir. Karma yöntemi kullanan firmaların oranı ise %10 düzeyindedir (Bkz. Tablo 3.9).

Tablo 3.9: Firmaların Yöneticilerinin Profesyonel Olma Durumu

Evet		Hayır		Kısmen (Aile ve Profesyonel)		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1.140	84,3	73	5,4	139	10,3	1.352	100

Firmaların kurumsal olup olmadıklarına ilişkin bilgiler Tablo 3.10'da verilmektedir. Ar-Ge çalışanları çalıştıkları firmaların %66'sı kurumsal bir firma olduğunu değerlendirmektedir. Firmalarının kurumsal olmadığını veya yeterince kurumsal olmadığını düşünenlerin oranı ise yaklaşık %35'tir.

Tablo 3.10 Kurumsal Firma

Evet		Hayır		Kısmen		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
885	65,5	228	16,8	239	17,7	1352	100

3.2 Firmaların Uluslararasılaşma ve Ar-Ge Kapasitesi

Firmaların yaklaşık %36'sının farklı ülkelerde yatırımı bulunmaktadır (Tablo 3.11). Diğer bir ifadeyle uluslararası alanda rekabet eden, yatırımları olan önemli sayıdaki firma Türkiye'de Ar-Ge çalışmaları yapmaktadırlar. Bu firmalarla diğer firmalar arasındaki etkileşimlerin artırılması önemli tecrübelerin paylaşımını sağlayacağı gibi bazı maliyet avantajları da (bilgiye ulaşma, networklere dahil olma gibi) beraberinde getirecektir. Tablo 3.12'de firmaların ihracatçı olup olmadıkları bilgisi de verilmektedir. Buna göre firmaların %49'u ihracatçıdır.

Tablo 3.11 Firmanların Farklı Ülkelere Yatırım Oranı

Evet		Hayır		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
485	35,9	867	64,1	1.352	100

Tablo 3.12 Firmaların İhracat Oranı

Evet		Hayır		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
657	48,6	695	51,4	1352	100

Firmaların Ar-Ge kapasitesini gösteren verilerden biri patentlerinin olup olmadığıdır. Buna göre firmaların %33'ünün en az bir patenti bulunmaktadır (Bkz. Tablo 3.13).

Tablo 3.13: Firmaların Patent Oranı

Var		Yok		Bilgi yok		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
446	33	525	38,8	381	28,2	1352	100

Patent sayısına göre firmaların dağılımına ilişkin veriler Tablo 3.14'te gösterilmektedir. Patenti olan 446 firmada toplam 1.798 patent bulunmaktadır. Firma başına ortalama patent ise yaklaşık 14'tür. Bir patenti bulunan firmaların oranı %29 (tüm firmalar içindeki payı %9,5) düzeyinde iken, %18,4'ünü (toplam firmalar içindeki payı %6) oluşturan 82 firmanın 10'dan fazla patenti bulunmaktadır.

Tablo 3.14: Patenti Olan Firmaların Patent Sayısı

1 adet		2 adet		3-6 adet		7-10 adet		11-20 adet		21 ve +		Toplam Firma		Toplam Patent	Ort. Patent
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	Sayı
128	28,7	84	18,8	115	25,8	37	8,3	30	6,7	52	11,7	446	100	1.798	14,2

Araştırmanın yapıldığı tarihte yeni bir patent başvurusu olan firmaların bilgileri Tablo 3.15’te verilmektedir. Buna göre firmaların %34’ünün (462’sinin) yeni patent başvurusu bulunmaktadır. Bu firmaların %31’inin ise (144’ünün) ise daha önce patenti bulunmamaktadır.

Tablo 3.15 Yeni Patent Başvurusu

Yeni Patent Başvurusu Var		Başvuru Var (Daha Önce Patenti Olmayanlar)		Yeni Başvuru Yok		Bilgi Yok		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
462	34	144	31	575	43	315	23	1.352	100

Daha önce patenti bulunmayanların başvurusu mevcut olanlar kadar değerli olmakla birlikte patenti olmayan firmaların sayısının azalması diğer bir deyişle disiplinli Ar-Ge yaklaşımı ve kültürü geliştiren ve bunu çıktıya dönüştüren firma sayısının artması yenilik ekosistemi için son derece önemlidir.

3.3 Nitel Katılımcıların Çalıştıkları Firmaların Özellikleri

Bu bölümde yenilikçi sınıfın sahip oldukları sermayeler ile çalıştıkları firmaların temel özellikleri daha önce de vurgulandığı üzere nitel saha araştırmasında mülakat yapılan 255 firmanın verilerinin analizine dayanmaktadır. Aşağıda verilen bilgilerin bazıları “Araştırmanın Amacı ve Yöntemi” bölümünün örneklem kısmında belirlenen kota ve sahadaki gerçekleşmeye ilişkin kısımda verilmiştir.

Firmaların özellikleri kota belirlenenler dışında çalışanlardan alınmış ve yöneticiler tarafından ise doğrulanmıştır. Katılımcıların firmalarında çalışma süresi 61,4 ay olup yaklaşık 5 yıldır. Bu durum çalışanların genel olarak firmalarıyla ilgili verdikleri bilgilerde subjektif olabilseler de bilgi eksikliklerinin daha az olabileceği kanısını oluşturmaktadır.

Mülakat yapılan 255 firmanın genel özelliklerine ilişkin bilgiler Tablo 3.16’da verilmektedir. Tablo incelendiğinde aşağıdaki bulgulara ulaşılmaktadır.

Tablo 3.16: Firmaların Genel Özellikleri

Değişken	Özellik	Sayı	Yüzde
Firma Türü	Ar-Ge Merkezi	139	54,5
	Teknopark*	111	43,5
	Tasarım Merkezi	5	2,0
	Toplam	255	100
Mekân	OSB	79	31,0
	Teknopark*	121	47,5
	Kent Çeperi (Diğer Sanayi Bölgeleri)	40	15,7
	Kent Merkezi	15	5,9
	Toplam	255	100
Ortaklık Yapısı	Kurucuları Yabancı Ülke Vatandaşı Olan Firmalar	10	3,9
	Kurucuları Yabancı Ülke ve Türk Vatandaşı Olan Firmalar	19	7,5
	Tüm Ortakları Türk Vatandaşı Olan Firma	225	88,2
	Bilinmiyor	1	0,4
	Toplam	255	100
İhracat	Evet	152	59,6
	Hayır	103	40,4
	Toplam	255	100
Patent Ortalama Patent Sayısı 7,6'dır.	Var	93	36,5
	Yok	95	37,3
	Bilinmiyor	67	26,3
	Toplam	255	100
Sektör	Bilgi ve İletişim Teknolojileri	78	30,6
	Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	34	13,3
	Makine ve Teçhizat İmalatı	17	6,7
	Elektrik-Elektronik Sanayi	15	5,9
	Savunma Sanayi	12	4,7
	Enerji ve Madencilik	9	3,5
	Demir ve Demir Dışı Metal Sanayi	9	3,5
	Tekstil Sanayi	8	3,1
	Kimya Sanayi	8	3,1
	Çimento, Cam ve Seramik Sanayi	7	2,7
	Diğer Sektörler	58	22,7
	Toplam	255	100

* Sayının aynı olmamasının nedeni bazı Ar-Ge merkezi statüsündeki firmaların aynı zamanda teknoparklarda faaliyet göstermesinden kaynaklanmaktadır.

- Firmaların %55 Ar-Ge Merkezi, %2'si Tasarım Merkezi statüsüne sahipken %44'ü teknopark firmalarıdır.
- Firmaların mekânsal dağılımları incelendiğinde; firmaların %31'nin OSB'lerde, %48'i ise teknoparklarda faaliyet göstermektedir. Bu durum firmaların %79'nun kamu tarafından desteklenen ve kurgulanan planlı sanayi ve teknoloji bölgelerinde faaliyet gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bunların dışında firmaların %16'sı diğer kent çevresi sanayi alanlarında faaliyet gösterirken %6'sı ise kent merkezinde faaliyet göstermektedir.
- Firma ortaklarına bakıldığında; %88'i Türk vatandaşları tarafından kurulan firmalardır. Kurucuları farklı ülke vatandaşlarıyla Türk vatandaşlarından oluşan firmaların oranı %7,5 iken ortaklarının tamamı yabancı ülke vatandaşı olan firmaların oranı ise %3,9'dur.
- Firmaların %60'ı ihracatçıdır.
- Patent sahibi firmaların oranı %37 olup sahip olunan ortalama patent sayısı %7,6'dır.

Firmaların faaliyet gösterdikleri sektör ve alanlara bakıldığında; bilişim, otomotiv, makine, elektronik ve savunma sektörleri ön plana çıkmaktadır.

Tablo 3.17'de mülakat yapılan firmaların ölçeklerine ilişkin bilgiler verilmektedir. Buna göre teknopark firmalarında ortalama çalışan sayısı 80, tasarım merkezlerinde 306 ve Ar-Ge merkezlerinde 581 kişidir. Araştırmanın tamamında ise firmalarda ortalama çalışan sayısı 358'dir.

Bu oranlar araştırma evreniyle karşılaştırıldığında özellikle teknopark firmaları kaynaklı bir düşüş görülmektedir. Bunun en temel nedeni teknopark firmaları arasında 1-9 kişi çalıştıran firmalarda çalışanların yeterince zaman ayıramaması ve genellikle çalışanları olmayan ortaklardan oluşan start-up olmalarından kaynaklanmaktadır.

Tablo 3.17: Firmaların Ölçek Grubu

Firma Ölçek Grubu	Sayı	Yüzde	Firma Ölçek Grubu	Sayı	Yüzde
Teknopark			Tasarım Merkezi		
1 ile 9	30	27,0	1 ile 9	-	-
10 ile 49	56	50,5	10 ile 49	-	-
50 ile 249	21	18,9	50 ile 249	2	40
250 +	4	3,6	250 +	3	60
Toplam	111	100	Toplam	5	100
Araştırmada Ortalama Çalışan Sayısı 80,1 Kişidir Araştırma Evreninde Aynı Sayı 9,8 Kişidir			Araştırmada Ortalama Çalışan Sayısı 306,6 Kişidir Araştırma Evreninde Aynı Sayı 537,6 Kişidir		

Ar-Ge Merkezi			Teknopark, Ar-Ge ve Tasarım Merkezi Toplam		
1 ile 9	-		1 ile 9	30	11,8
10 ile 49	14	10,1	10 ile 49	72	28,2
50 ile 249	43	30,9	50 ile 249	66	25,9
250 +	82	59,0	250 +	87	34,1
Toplam	144	100	Toplam	255	100
Araştırmada Ortalama Çalışan Sayısı 581,5 Kişi Araştırma Evreninde Aynı Sayı 662,2 Kişidir			Araştırmada Ortalama Çalışan Sayısı 357,8 Kişi Araştırma Evreninde Aynı Sayı 115,2 Kişidir		

Ar-Ge çalışanları ve çalıştıkları firmalar genel olarak değerlendirildiğinde; Ar-Ge çalışanlarının sanayi ve hizmetler sektörlerinin beyin takımı olduğu ve Türkiye'nin geleceği için önemli bir potansiyel taşıdıkları görülmektedir. Benzer şekilde çalışılan firmalarda Türkiye'de Ar-Ge yapan ve teknoloji üreten firmalardır.

Bu kapsamda bu nitelikli kesimin yenilik, Ar-Ge, yetenek, tolerans, toplumsal cinsiyet, girişimcilik ve çalışma hayatına ilişkin görüşlerinin politika belirleme süreçlerine dahil edilmesi son derece önem arz etmektedir. Özellikle tüm bu görüşlere mekânsal anlamda baktığımızda kritik bulgu ve sonuçlara ulaşmaktadır.

3.4 Sanayi ve Teknoloji Bölgelerine Göre Firmaların ve Ar-Ge Çalışanlarının Özellikleri

Bu bölümde yenilikçi sınıfın çalıştığı sanayi ve teknoloji bölgelerine göre demografik özellikleri, eğitim ve iş deneyimleri ile çalıştıkları firmaların temel özellikleri ve coğrafi dağılımı 14 ilden elde edilen 1.352 nicel veri ile analiz edilmektedir. Temel amaç yaratıcı sınıfın planlı çalışma bölgeleri ile kent merkezi ve çeperi arasında nasıl bir dağılım gösterdiğini ortaya koymaktır.

Tablo 3.18 yenilikçi sınıfın çalıştığı bölgelere ve demografik özelliklerine ilişkin önemli bilgiler sunmaktadır. Buna göre 1352 katılımcıdan büyük bir kısmı (%60,2) Teknopark bölgesinde çalışmaktadır. Katılımcıların %23'ün OSB'lerde, %11'i Kent Çevresinde ve %6'sı da Kent Merkezinde faaliyet göstermektedirler. Bu coğrafi duruma göre yaratıcı sınıfın çoğunun çalıştığı Teknoparklar diğer bölgelere göre kadın oranının, genç nüfusun ve yüksek eğitimli kişilerin yoğunlaştığı bir bölge olarak ön planda konumlanmaktadır. OSB'ler görece daha dengeli bir demografik profile sahipken, kent merkezi orta yaşlıların ve doktoralıların, kent çeperi ise orta yaşlı, evli ve yüksek lisanslıların yoğunlaştığı mekânlar olarak öne çıkmaktadır.

Tablo 3.18: Bölgelerdeki Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler / Bölgeler	Anket Genel	Cinsiyet		Yaş				Medeni Durum		Eğitim		
		Kadın	Erkek	20-29	30-39	40-49	50 +	Evli	Bekar	Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora
OSB	308	85	223	112	143	40	13	178	130	221	77	10
%	22,8	28,4	21,2	21,3	25,0	20,9	20,6	25,5	20,1	23,1	24,0	13,3
Teknopark	814	157	657	347	324	108	35	373	441	588	176	50
%	60,2	52,5	62,4	65,8	56,7	56,5	55,6	53,4	67,3	61,5	54,8	66,7
Kent Merkezi	82	23	59	22	35	19	6	50	32	54	21	7
%	6,1	7,7	5,6	4,2	6,1	9,9	9,5	7,2	4,9	5,6	6,5	9,3
Kent Çevresi	148	34	114	46	69	24	9	98	50	93	47	8
%	10,9	11,4	10,8	8,7	12,1	12,6	14,3	14,0	7,7	9,7	14,6	10,7
Toplam	1352	299	1053	527	571	191	63	699	643	956	321	75
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Bölgelerdeki çalışanlar mezun oldukları bölüm açısından değerlendirildiğinde (Tablo 3.19), OSB’lerde makine mühendisliği (%52) ve kimya mühendisliği (%47) en fazla temsil edilen bölümlerdir. Bu durum, bu alanların üretim ve sanayi odaklı yapısını ortaya koymaktadır. Teknoloji ve yazılım alanında çalışan Bilgisayar Mühendisleri (%3,6) ise bu bölgede neredeyse hiç yer almamaktadır. Teknoparklarda ise tam tersi bir durum bulunmaktadır. Geleneksel üretimden ziyade bilgi odaklı ekonomiye hizmet etmelerinden dolayı, bilgisayar ve elektrik-elektronik mühendisliğinden mezun olanların oranı (%59) teknoparklarda baskın bir konumdadır.

Tablo 3.19: Bölgelerdeki Çalışanların Mezun Oldukları Bölüm

Bölümler	Genel	OSB	TGB	Kent Merkezi	Kent Çevresi
Bilgisayar Mühendisliği	278	10	249	15	4
Bölge İçindeki Oranı (%)	20,6	3,2	30,6	18,3	2,7
Bilgisayar Müh. İçindeki Oranı (%)	100	3,6	89,6	5,4	1,4
Makine Mühendisliği	180	94	55	7	24
Bölge İçindeki Oranı (%)	13,3	30,5	6,8	8,5	16,2
Makine Müh. İçindeki Oranı (%)	100	52,2	30,6	3,9	13,3
Elektrik ve Elektronik Mühendisliği	146	22	86	16	22
Bölge İçindeki Oranı (%)	10,8	7,1	10,5	19,5	14,9
Elek. Elektro. Müh. İçindeki Oranı (%)	100	15,1	58,9	11,0	15,1
Kimya Mühendisliği	92	43	27	6	16
Bölge İçindeki Oranı (%)	6,8	14	3,3	7,3	10,8
Kimya Mühendisleri İçindeki Oranı (%)	100	46,7	29,3	6,5	17,4

Bölgelere göre yönetici olma durumu (Tablo 3.20) değerlendirildiğinde, teknoparklarda yönetici olma durumu %54 oranındadır. Burada özellikle üst düzey yöneticilik oranı (%64,3) oldukça yüksek bir durumdadır. Ancak OSB’lerde üst düzey yöneticiliğin aksine geleneksel üretim bölgelerinde liderlik rolleri daha çok orta düzeyde temsil edilmektedir. Bölgeler arasında girişimcilik tecrübesi açısından da farklılık yaşanmakta ve teknoparklar diğer bölgelere göre ön plana çıkmaktadır. Yurtdışı eğitimi olan ve yurtdışında çalışma deneyimi olan yaratıcı sınıfın teknopark ve kent merkezinde yoğunlaştığı görülmektedir. Tabloyu genel olarak değerlendirdiğimizde teknoparkların, yaratıcı sınıfın yenilikçi liderleri için cazip bir ortam sağlarken, uluslararası bağlantılar ve girişimcilik faaliyetlerinin de yine bu bölgelerde yoğunlaştığını görülmektedir.

Tablo 3.20 : Bölgelerdeki Katılımcıların İşe Yönelik Özellikleri

Değişkenler/Bölgeler	Anket Genel	Yönetici Durumu		Yönetici Düzeyi			Girişimcilik Tecrübesi		Yabancı Dil			Yurtdışı Eğitim		Yurtdışı Çalışma	
		Evet	Hayır	Alt	Orta	Üst	Evet	Hayır	Yok	1 Dil	1+ Dil	Evet	Hayır	Evet	Hayır
Baz	1352	436	916	135	158	143	277	1075	112	1110	130	150	1202	157	1195
OSB	308	110	198	30	56	24	57	251	22	262	24	27	281	28	280
%	22,8	25,2	21,6	22,2	35,4	16,8	20,6	23,3	19,6	23,6	18,5	18	23,4	17,8	23,4
Tekno-park	814	237	577	79	66	92	182	632	74	658	82	98	716	99	715
%	60,2	54,4	63	58,5	41,8	64,3	65,7	58,8	66,1	59,3	63,1	65,3	59,6	63,1	59,8
Kent Merkezi	82	43	39	13	16	14	10	72	2	69	11	11	71	17	65
%	6,1	9,9	4,3	9,6	10,1	9,8	3,6	6,7	1,8	6,2	8,5	7,3	5,9	10,8	5,4
Kent Çevresi	148	46	102	13	20	13	28	120	14	121	13	14	134	13	135
%	10,9	10,6	11,1	9,6	12,7	9,1	10,1	11,2	12,5	10,9	10,0	9,3	11,1	8,3	11,3
Toplam	1352	436	916	135	158	143	277	1075	112	1110	130	150	1202	157	1195
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Tablo 3.21’de, farklı bölgelerdeki firma türleri, ortaklık yapıları, ihracat faaliyetleri ve patent sahipliği ile ilgili bilgiler bulunmakta ve bu tablo Türkiye’de ekonomik faaliyetlerin ve yenilikçilik kapasitesinin çalışma bölgelerine göre nasıl farklılaştığını net bir şekilde ortaya koymaktadır. Buna göre Teknoparklardaki firmaların %95’i Teknopark firmasıdır, %39’u yabancı ortaklıdır ve %47’si patente sahiptir. Ancak ihracat oranının (%31) nispeten düşük olması, bu bölgelerde üretilen teknolojinin henüz uluslararası pazarlara yeterince açılmadığına işaret etmektedir. OSB’lerde ise üretim odaklı bir bölge olması nedeniyle Ar-Ge merkezleri (%48) ve ihracat oranı (%43) diğer bölgelere göre yüksektir. Bu, OSB’lerin yenilikçi süreçlere adaptasyon kapasitesini göstermektedir. Kent merkezi ve çevresinde Ar-Ge merkezleri yüksek olmasına rağmen, ihracat ve patent oranları düşüktür.

Tablo 3.21: Çalışılan Firma Özelliklerinin Bölgelere Göre Dağılımı

Değişkenler/ Bölgeler	Anket Genel	Firma Türü			Firma Ortaklık Yapısı				İhracat		Patent	
		Ar-Ge Merk.	Teknopark	Tasarım Merk.	Yabancı	Yabancı Ortaklı	Tamamı Türk	Diğer	Evet	Hayır	Var	Yok
Baz	1352	568	757	27	50	98	1189	15	657	695	446	525
OSB	308	275	17	16	19	32	252	5	281	27	141	73
%	22,8	48,4	2,2	59,3	38	32,7	21,2	33,3	42,8	3,9	31,6	13,9
Tekno- park	814	91	721	2	16	38	755	5	206	608	211	385
%	60,2	16	95,2	7,4	32	38,8	63,5	33,3	31,4	87,5	47,3	73,3
Kent Merkezi	82	75	5	2	6	10	66	0	55	27	29	26
%	6,1	13,2	0,7	7,4	12,0	10,2	5,6	0,0	8,4	3,9	6,5	5,0
Kent Çevresi	148	127	14	7	9	18	116	5	115	33	65	41
%	10,9	22,4	1,8	25,9	18,0	18,4	9,8	33,3	17,5	4,7	14,6	7,8
Toplam	1352	568	757	27	50	98	1189	15	657	695	446	525
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Tablo 3.22 incelendiğinde, Teknopark firmalarının %70'i büyük şehirlerde, %40'ı hinterlandlarda, %55'i de yeni sanayi odaklarında yer almaktadır. Bu durum, teknoloji odaklı yenilikçi firmaların büyük şehirlerde ve gelişmekte olan yeni sanayi merkezlerinde daha fazla yoğunlaştığını göstermektedir. OSB'ler açısından hinterlandlar (%46) ve yeni sanayi odakları (%26) daha fazla firma barındırırken, büyük şehirlerde bu oran oldukça düşüktür (%12). Kent merkezi büyük şehirler için önemliyken, kent çevresi yeni sanayi odaklarında daha fazla temsil edilmektedir.

Tablo 3.22: Bölgelerin İl Tipine Göre Dağılımı

Değişkenler/Bölgeler ¹³	Metropoller	Hinterlandlar	Yeni Sanayi Odakları
	Ankara İstanbul İzmir	Tekirdağ Kocaeli Sakarya Bursa Manisa	Denizli Kayseri Konya Eskişehir Antalya Mersin
Baz	749	302	301
OSB	91	138	79
%	12,1	45,7	26,2
Teknopark	526	122	166
%	70,2	40,4	55,1
Kent Merkezi	67	4	11
%	8,9	1,3	3,7
Kent Çevresi	65	38	45
%	8,7	12,6	15,0
Toplam	749	302	301
%	100	100	200

Firmalar bölgelere göre ölçekleri bakımından değerlendirildiğinde (Tablo 3.23), 1-9 çalışanı olan mikro ölçekli firmalar beklendiği üzere en çok Teknoparklar da (%31) bulunmaktadır. Bu durum teknoparklarda girişimcilik ekosistemi ve yeni kurulan startupların yoğun olduğunu göstermektedir. OSB'ler (%2), Kent Merkezi (%0) ve Kent Çevresi (%1) gibi bölgelerde mikro firmalar neredeyse hiç yer almamaktadır. Diğer taraftan Teknoparklar 10-49 kişi çalıştıran küçük ölçekli firmaların (%46) da en yoğun olduğu alanlardır. 50-249 kişi çalıştıran ortak ölçekli firmalar en fazla kent merkezleri ve çeperlerinde faaliyet göstermektedirler. Büyük ölçekli firmalar ise çoğunlukla OSB'lerde (%66) ve Kent Çevresinde (%59) yoğunlaşmış olup bu bölgeler genelde büyük üretim tesisleri veya sanayi kuruluşları ile dikkati çekmektedir. Burada vurgulanması gereken husus, OSB'lerin %89'unda orta ve büyük ölçekli firmalar faaliyet gösterirken, Teknoparklarda tam tersine %77 oranla

¹³ Bu kitap boyunca coğrafyanın rolünü yakalamak için mekân üç farklı coğrafi ölçekte (makro-mezo-mikro) analiz edilmektedir. Makro ölçekte mekânsal analiz “kentler arasındaki farklılıklara” (Metropoller, Hinterlandlar ve Yeni Sanayi Odakları) odaklanarak, kentsel düzeyde coğrafi koşulların etkisini ölçmeye çalışmaktadır. Bu kapsamda büyük şehirlerin (metropoller), hemen komşusu olan ve taşıma etkisiyle gelişen orta büyüklükteki kentlerden (hinterlandlar), bunların da Anadolu’da kendi başına gelişme gösteren kentlerden (yeni sanayi odağı) ne ölçüde farklılaştığını analiz edilmektedir. Mezo ölçekte “kent içindeki işyeri bölgelerine (OSB-Teknopark-Kent Merkezi-Kent Çeperi)” odaklanılmaktadır. Bu minvalde kentin içindeki farklı çalışma bölgelerinin planlı ve plansız olması, merkezde ve çevrede bulunması ve sanayi, ticaret ve teknoloji bölgesi şeklinde fonksiyon üstlenmesine göre ne ölçüde farklılaştığı analiz edilmektedir. Mikro mekânsal ölçekte ise işyeri ya da diğer adıyla firmaya odaklanılmaktadır. En küçük coğrafi analiz birim olan işyeri sahip olduğu farklı özellikler (türü, ölçeği, sekörü, mülkiyet yapısı vb.) bakımından analiz edilmektedir. Kitap boyunca kullanılan “mekân/bölge” kavramı ve tipolojilerinin neyi ifade ettiği ve nasıl oluşturulduğu hakkında detaylı bilgi için 15. bölüme bakınız.

mikro ve küçük ölçekli firmalar bulunmaktadır. Bu bir nevi bölgeler arasında açık bir mekânsal işbölümünü temsil etmektedir. Öte yandan gerek kent merkezinin bilhassa da kent çeperinin OSB’lerde olduğu gibi yoğunlukla orta ve büyük ölçekli firmalara ev sahipliği yaptığı görülmektedir.

Tablo 3.23: Firmaların Ölçekleri

Değişkenler	Anket Genel	Firmaların Faaliyet Gösterdiği Bölgeler			
		OSB	Teknopark	Kent Merkezi	Kent Çevresi
Baz	1.352	308	814	82	148
1-9 kişi	260	5	254	10	1
%	19,2	1,6	31,2	12,1	0
10-49 kişi	417	15	373	13	16
%	30,8	4,9	45,8	15,9	10,8
50-249 kişi	280	85	125	26	44
%	20,7	27,6	15,4	31,8	29,7
250 ve fazla	395	203	62	33	87
%	29,2	65,9	7,6	40,2	58,8
Toplam	1.352	308	814	82	148
%	100	100	100	100	100
Ortalama	334,2	648,1	85,9	704,3	841,6



4

4. KÜLTÜREL SERMAYE

Kültürel sermaye basitçe aktörlerin sahip oldukları cinsiyet ve yaş gibi sosyo-demografik özellikleri kapsadığı gibi, onların yetişme koşulları, ailelerinin sahip oldukları kaynakları, eğitim ve mesleklerini içermektedir (Bourdieu, 1986; Cansız ve Ulusoy, 2017b). Ar-Ge çalışanlarının önemli sermayelerinden birisi de kültürel sermayeleridir. Kültürel sermaye bir taraftan toplumsal kökeni ifade ederken, öbür yandan bireyin geldiği ve yaşadığı yerleri, ailelerinin sahip oldukları eğitim ve meslekleri, kendilerinin yaş, cinsiyet ve medeni durumları ve yatkınlıkları olarak kültürel sermaye çerçevesinde değerlendirilebilecek olgulardır.

Ar-Ge çalışanları için hayata yönelik ilk temellerin oluştuğu yer ailedir. Daha sonraki yaşamını büyük oranda etkileyen, eğitim başarısından iş hayatına, bireysel gelişimden grup ve toplum içindeki yaşamına dair birçok alanda etkili olan kültürel sermaye bu bölümde sınırlı bir şekilde analiz edilmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede Ar-Ge çalışanlarının demografik özellikleri, ailelerinin özellikleri, yaşadıkları yerler, eğitim durumları, üniversite ve çalışma hayatlarına ilişkin bilgiler verilmektedir.

4.1 Demografik Özellikler

Araştırma kapsamında incelenen 14 ilden elde edilen 1.352 anket verisinin analizi sonuçlarına göre yenilikçi sınıfın %22'si kadın iken %78'i erkeklerden oluşmaktadır (Bkz. Tablo 4.1). Bu bulgu TÜİK Ar-Ge İstatistiklerine göre Türkiye'deki Ar-Ge çalışanlarının dağılımıyla son derece uyumlu gözükmektedir. Ancak Ar-Ge ve yenilik alanında kadın istihdamının artırılmasının, kadın beyninin yenilikleri bulma konusundaki potansiyelinden daha fazla yararlanılması açısından fayda sağlayacağı değerlendirilmektedir. İmalat sanayi sektörlerinde kadınların üretimden ziyade Ar-Ge'de daha fazla yer almaya başladıkları görülmesine rağmen, bilişim sektöründeki erkek egemen dağılım Ar-Ge çalışanlarında erkeklerin ağırlığını korumasına neden olabilmektedir. Özellikle toplumsal cinsiyet çeşitliliği ve kapsayıcılık yaratıcı ekosistemlerin başarısında kritik bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, imalat sanayi ve bilişim sektörlerinde kadınların Ar-Ge'ye yönlendirilmesi, yenilik süreçlerinde çeşitlilik ve yaratıcılık düzeyini artırarak yaratıcı sınıfın etkisini güçlendirebilir (Florida, 2012a).

Tablo 4.1: Ar-Ge Çalışanlarının Cinsiyetleri

Kadın		Erkek		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
299	22,1	1.053	77,9	1.352	100

Tablo 4.2'ye göre araştırmaya katılanların %39'u 20-29 yaş aralığında iken %42'si ise 30-39 yaş aralığındadır. 40 yaş ve üstündekiler katılımcıların %18,8'ini oluşturmaktadır. Tüm katılımcıların yaş ortalaması ise 33,2'dir.

Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerinin son 20 yılda ivme kazanması, işin doğası gereği yeni teknolojilere uyum kabiliyetini gerektirmesi gibi hususlar Ar-Ge çalışanlarının daha genç bir popülasyona sahip olmasını getirmiş olabilir. Örneğin imalat sanayi sektörleri dışındaki yazılım sektörü Ar-Ge çalışanlarının yaş ortalamasını daha aşağılara çekmektedir.

Tablo 4.2: Ar-Ge Çalışanlarının Yaşları

20-29 Yaş		30-39 Yaş		40-49 Yaş		50 ve Üzeri Yaş		Toplam		Ort. Yaş
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
527	39	571	42,2	191	14,1	63	4,7	1.352	100	

Ar-Ge çalışanlarının medeni durumu ve çocuk sahibi olup olmadıklarına ilişkin bilgiler Tablo 4.3'te gösterilmektedir. Buna göre çalışanların yaklaşık %52'si evlidir. %38'nin ise en az bir çocuğu bulunmaktadır.

Evliliğin bireye yüklediği ilave sorumluluklar onların iş dünyasındaki davranış, karar ve streslerini daha farklı etkileyebilmektedir. Özellikle iç ve dış göç imkânları değerlendirilmeye alındığında, eşlerin iş durumu, çocukların eğitimi ve evlilik kurumuna ilişkin yaşam standartları daha fazla irdelenebilmektedir. Bu durum aslında yaratıcı sınıfın mobil, akışkan bir yapıya sahip olması ve gideceği “mekânı” seçmesini kısıtlayıcı bir durum olarak ortaya çıkmaktadır (Göktaş, 2016).

Tablo 4.3: Ar-Ge Çalışanlarının Medeni Durumu ve Çocuk Sahipliği

Medeni Durum				Çocuk Sahibi Olma Durumu				Toplam	
Evli		Bekar		Evet		Hayır			
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
699	51,7	653	48,3	511	37,8	841	62,2	1.352	100

Tablo 4.4'de nitel katılımcıların demografik özellikleri verilmektedir. Buna göre katılımcıların; %82'si erkeklerden oluşurken, yaklaşık yarısı evli olup, evli/boşanmış olanların yaklaşık %70'nin çocuğu bulunmaktadır. Katılımcıların yaş ortalaması ise 33,5'tir.

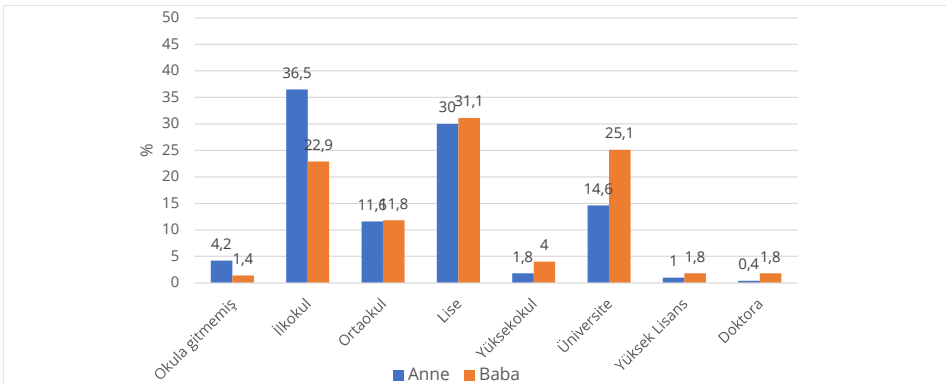
Tablo 4.4 Nitel Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	Özellik/Değer	Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	46	18,0
	Erkek	209	82,0
Yaş	20-29	97	38,0
	30-39	103	40,4
	40-49	41	16,1
	50 ve üzeri	14	5,5
	Ortalama Yaş	33,5	
Medeni Durum	Evli	129	50,6
	Bekar	122	47,8
	Boşanmış	4	1,6
	Çocuk Sahibi Olanlar	93	36,5
Toplam Sayı		255	

4.2 Ar-Ge Çalışanlarının Ailelerinin Özellikleri

Bu başlıkta anne ve babaların eğitim durumları ile mesleklerine ilişkin bilgiler verilecektir. Şekil 4.1’de ebeveynlerin eğitim durumlarına ilişkin bilgiler verilmektedir. Annelerin içinde yükseköğretim mezunlarının (üniversite ve üstü düzeyde eğitime sahip olanlar) oranı yaklaşık %18’dir. Ar-Ge çalışanlarının annelerinin %41’lik bir kesimi ilkököl mezunudur veya hiç okula gitmemiştir. Babaların ise yaklaşık %33’ü yükseköğretim mezunu iken ilkököl ve altında kalanların oranı yaklaşık %24’tür. Annelerin yalnızca %18’inin yükseköğretim mezunu olması ve %41’lik bir kesiminin ilkököl mezunu ya da hiç okula gitmemiş olması, çocuklarına aktarılan kültürel sermayenin sınırlı olabileceğine işaret etmektedir. Kültürel sermayenin düşük olması, çocukların eğitim ve meslek seçimleri üzerinde sınırlayıcı bir etki yapabilir. Babaların daha yüksek bir oranda (%33) yükseköğretim mezunu olması ise, anneler ve babalar arasında kültürel sermaye açısından bir dengesizlik olduğunu göstermektedir. Bu durum, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin kültürel sermaye aktarımında da belirgin olduğunu ortaya koymaktadır (Bourdieu, 1986).

Şekil 4.1: Ar-Ge Çalışanlarının Anne ve Babalarının Eğitim Düzeyi



Anne ve babaların eğitim durumu çocukların yaşlarıyla ters orantılı ve Türkiye'deki eğitlimlerle doğru orantılıdır. Şöyle ki Ar-Ge çalışanlarının yaşları azaldıkça anne ve babaların eğitim derecesi yükselmektedir. Ar-Ge çalışanlarının eğitim düzeyi ile anne ve babaların eğitim düzeyini karşılaştıran veriler Tablo 4.5'te ve Tablo 4.6'da verilmektedir.

Sayısı az olmakla birlikte annesi yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitime sahip katılımcıların %80'i yine doktora veya yüksek lisans yapmıştır. Benzer durum azalarak da olsa annesi üniversite mezunları için de geçerlidir.

Tablo 4.5: Ar-Ge Çalışanlarının Eğitimi ve Anne Eğitim Düzeyi

Annenin Eğitim Düzeyi		Ar-Ge Çalışanının Eğitim Düzeyi		
		Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora
Okula gitmemiş	57	41	7	9
%	4,2	4,3	2,2	12
İlkokul	493	364	114	15
%	36,5	38,1	35,5	20
Ortaokul	157	109	39	9
%	11,6	11,4	12,1	12
Lise	405	292	94	19
%	30	30,5	29,3	25,3
Yüksek Okul	25	16	7	2
%	1,8	1,7	2,2	2,7
Üniversite	197	130	51	16
%	14,6	13,6	15,9	21,3
Yüksek Lisans	13	4	7	2
%	1	0,4	2,2	2,7
Doktora	5	0	2	3
%	0,4	0	0,6	4
Toplam	1352	956	321	75

Babası yüksek lisans ve doktora yapanların yine %68'i yüksek lisans veya doktora derecesine sahiptir. Anne ve babanın eğitim durumu diğer kademelerde daha az olmakla beraber Ar-Ge çalışanlarının eğitim düzeyini olumlu etkilemektedir.

Tablo 4.6: Ar-Ge Çalışanlarının Eğitimi ve Baba Eğitim Düzeyi

Babanın Eğitim Düzeyi		Ar-Ge Çalışanının Eğitim Düzeyi		
		Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora
Okula gitmemiş	19	14	2	3
%	1,4	1,5	0,6	4
İlkokul	309	237	59	13
%	22,9	24,8	18,4	17,3
Ortaokul	159	118	37	4
%	11,8	12,3	11,5	5,3
Lise	421	302	102	17
%	31,1	31,6	31,8	22,7
Yüksek Okul	54	39	12	3
%	4	4,1	3,7	4
Üniversite	340	230	86	24
%	25,1	24,1	26,8	32
Yüksek Lisans	25	9	12	4
%	1,8	0,9	3,7	5,3
Doktora	25	7	11	7
%	1,8	0,7	3,4	9,3
Toplam	1352	956	321	75

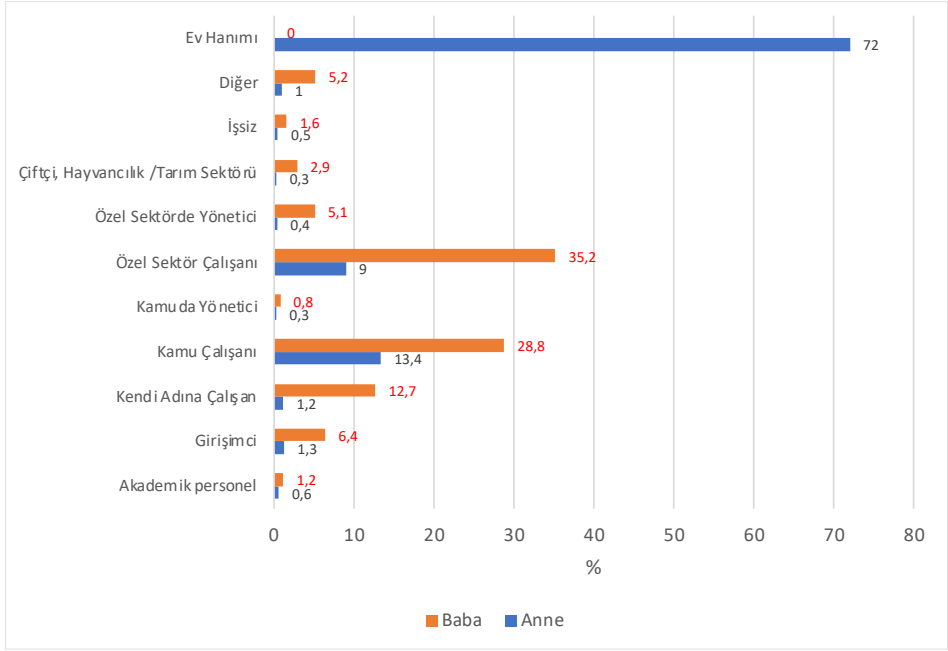
Nitel 255 katılımcının ailelerinin meslek ve eğitimleri Tablo 4.7’de gösterilmektedir. Buna göre, katılımcıların annelerinin yaklaşık %73’ü ev hanımıdır. Bunu yaklaşık %11 ile düz memurlar ile %10 ile de özel sektör çalışanları izlemektedir (Şekil 4.2). Babalar incelendiğinde ise yaklaşık %67’lik bölümünün memur ve özel sektör işçisi olduğu, %16’sının da kendi hesabına serbest çalışanlar ve girişimciler olduğu anlaşılmaktadır. Sadece %7’lik bölümün babaları yönetici ya da akademisyendir. Bu duruma Türkiye’de Ar-Ge faaliyetleri konusunda çalışan yaratıcı kişilerin orta sınıf ya da alt orta sınıftan geldikleri yorumu yapılabilir.

Konuya girişimcilik açısından yaklaşıldığında ise Ar-Ge çalışanlarının annelerinin %1,3'ü girişimci iken bu oran babalarda %6,4'e çıkmaktadır. Benzer şekilde yöneticilik görevi yapanlar ve akademisyenler toplu olarak değerlendirildiğinde; annelerin oranı %1,3 iken babaların oranı %7,1'dir. Dolayısıyla ebeveynleri yönetici, girişimci ve akademisyen olan yaklaşık %15'lik bir kesim bulunmaktadır.

**Tablo 4.7 Nitel Katılımcıların Ailelerinin Özellikleri:
İş/Meslek Durumu ve Anne-Baba Eğitim Düzeyi**

Aile İş			Aile Eğitim		
Meslek	Baba	Anne	Baba	Anne	Eğitim Düzeyi
Akademik Personel	3	0	6	13	Okula gitmemiş
Yüzde	1,2	0	2,4	5,1	Yüzde
Girişimci	15	3	54	95	İlkokul
Yüzde	5,9	1,2	21,2	37,3	Yüzde
Kendi Adına Çalışan	26	3	33	29	Ortaokul
Yüzde	10,2	1,2	12,9	11,4	Yüzde
Kamu Çalışanı	81	28	73	76	Lise
Yüzde	31,8	11	28,6	29,8	Yüzde
Kamuda Yönetici	2	0	12	4	Yüksek Okul
Yüzde	0,8	0	4,7	1,6	Yüzde
Özel Sektör Çalışanı	90	26	67	36	Üniversite
Yüzde	35,3	10,2	26,3	14,1	Yüzde
Özel Sektörde Yönetici	12	1	7	1	Yüksek Lisans
Yüzde	4,7	0,4	2,7	0,4	Yüzde
Çiftçi, Hayvancılık /Tarım Sektörü	8	2	3	1	Doktora
Yüzde	3,1	0,8	1,2	0,4	Yüzde
İşsiz	6	2	255	255	Toplam
Yüzde	2,4	0,8			
Diğer	12	4			
Yüzde	4,7	1,6			
Ev Hanımı	0	186			
Yüzde	0	72,9			
Toplam	255	255			

Şekil 4.2: Ar-Ge Çalışanlarının Anne ve Babalarının Mesleği



4.3 Köken ve Yaşanılan Yerler

Yenilikçi sınıfın nerede doğduğu ve nerelerde yaşadığı daha doğru bir ifadeyle nereden geldiği önemli hususların arasındadır. Dolayısıyla doğdukları yerler, üniversite öncesi yaşadıkları yerler, üniversiteyi okudukları ve şu anda yaşadıkları kentler incelenmiştir. Bu çerçevede çok genel olarak Ar-Ge alanında çalışanların mobilitesine de bakılmış olunacaktır. Bu bağlamda doğumla ve üniversiteye kadar yaşanılan yerler aile çerçevesinde belirlenirken daha sonrasında ve üniversite ve iş yaşamıyla konu ailenin dışına çıkmaktadır. Tablo 4.8, Tablo 4.9 ve Tablo 4.10'da katılımcıların yaşadıkları yerlere ilişkin bilgiler verilmektedir.

Ar-Ge çalışanlarının özellikle büyük kentlerle ilişkileri incelenmiştir. Büyük kentlerin en gelişmiş üniversitelere sahip olması, sanayi ve teknoloji faaliyetlerinin buralarda yoğunlaşmış olması, girişimciliğin gelişmiş olması, uluslararası alanlara açılan pencereler olması, yaşam kalitesinin daha yüksek olması gibi hususlar başarılı ve imkânı olan öğrencileri ve sonrasında da Ar-Ge çalışanlarını bu kentlere çekmektedir. Yenilikçi sınıfa dahil kişiler daha nitelikli işleri bu kentlerde bulabilmekte daha iyi ve etkin eğitim olanaklarına da buralarda sahip olabilmektedirler.

Bu çerçevede Tablo 4.8'de yenilikçi sınıfın geçmişinden itibaren metropollerdeki yaşamlarına bakılmıştır. Tabloya göre Ar-Ge çalışanlarının;

- %35'i bu üç büyük kentte doğmuştur.
- %45'i üniversite öncesi hayatlarını büyük kentlerde geçirmişlerdir.
- %49'u büyük kentlerde üniversite eğitimi almışlardır.
- %55'i ise işlerini yine bu kentlerde bulmaktadır.

Tablo 4.8'den görüleceği gibi İzmir bir büyük kent olarak İstanbul ve Ankara gibi toplama eğilimi sergileyememektedir. Araştırma verilerine göre İzmir'de çalışanlar orada doğanların altıda bir oranındadır (%5,6'ya %5,3). Bu durumun oluşmasında; İzmir'in yaşam standartları anlamında bir büyük kent gibi olması ancak bununla orantılı sanayi ve teknolojik gelişmişliğinin henüz yeterli seviyede olmaması olduğunu söylemek mümkündür. Ar-Ge ve yenilikçiliğin gelişmediği kentlerde sanayi de verimlilik ve üretim çıpasıyla kısa vadeli üretime ve sorunlara odaklanmakta bu yaklaşımlar da yenilikçi sınıfın arzuladığı iş yapma biçimine uygun olmamaktadır. Dolayısıyla İzmir'in Ar-Ge çalışanları bağlamında az da olsa göç verdiğini söyleyebiliriz.

Tablo 4.8: Katılımcıların Yaşadıkları Yerler: Metropoller

Kentler/ Değişkenler	Metropoller							
	İstanbul		Ankara		İzmir		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Doğum Yeri	230	17,0	167	12,4	76	5,6	473	35,0
Üniversite Öncesi Yaşanan Kent	301	22,3	210	15,5	96	7,1	607	44,9
Üniversite	313	23,2	279	20,6	70	5,2	662	49,0
İş Yeri	420	31,0	257	19,0	72	5,3	749	55,3
Araştırma Evreni Mevcutta Yaşanan Yer	30.188	37,5	19.478	24,2	4.814	6,0	54.480	67,7
<i>Not: Araştırmanın yapıldığı tarihte örneklem alınan 14 kentte toplam Ar-Ge çalışanı 76.534 kişi olup ülkenin yüzde 95'ni içermektedir. Geriye kalan 67 kentte 3.998 Ar-Ge çalışanı bulunmaktadır.</i>								

İzmir'in aksine Ankara ve İstanbul büyük metropol olmasının özellikleri sayesinde Ar-Ge ve yenilik alanında çalışma imkân ve potansiyeline sahip kişileri sürekli kendine çekmektedir. İstanbul her aşamada artarak araştırma kapsamında %17'lik doğum oranını %31 çalışma oranı ile kapatmaktadır. Evren bağlamında ise araştırmanın yapıldığı 2019 yılında Türkiye'deki Ar-Ge çalışanlarının %38'ini istihdam etmektedir.

İstanbul'a benzer bir eğilim Ankara'da da gözlemlenmektedir. Üniversiteye kadar sürekli bir artış bulunmaktadır. Ankara'nın barındırdığı iyi üniversitelerin nitelikli insan kaynağı yetiştirme potansiyeli ile sanayi ve teknoloji alanını emme kapasitesindeki uyumsuzluk diğer bir ifadeyle bu kapasiteyi emecek bir sanayi altyapısının yeterince bulunmaması bazı mezunların veya mezuniyet sonrasında bir iki işten sonra çalışanların İstanbul'a kaymasına neden olabilmektedir. Ankara sanayi ve teknoloji potansiyeli ile Türkiye'deki Ar-Ge çalışanlarının yaklaşık dörtte birine ev sahipliği yapmaktadır.

Florida'nın (2002a, 2012) "yaratıcı sınıf önce yaşayacağı yeri seçer ve ardından bu yerlerde iş arar, çünkü işler insanları dolayısıyla yaratıcı sınıfı izler" önermesinin özellikle İzmir ve Ankara örneklerinde ve hatta İstanbul için bile geçerli olmadığı, bunun aksine Storper ve Scott (2009)'ın ve Storper'in (2013) ileri sürdüğü sıradan insanlar da, yaratıcı sınıf da işleri takip eder yani iş olanaklarının bulunduğu yerlere doğru gider hipotezinin bizim bağlamımıza daha uygun düşmekte olduğu söylenebilir.

Ar-Ge çalışanlarının hinterlandlarla ilişkileri Tablo 4.9'da gösterilmektedir. Veriler incelendiğinde;

- %12'si bu beş kentte doğmuştur.
- %14'ü üniversite öncesi hayatlarını bu kentlerde geçirmişlerdir.
- %9'u üniversite eğitimini bu kentlerde tamamlamıştır.
- %22'si ise işlerini yine bu kentlerde bulmaktadır.

Metropollerin ardılları olarak değerlendirilen hinterlandlar incelendiğinde büyük kentler kadar olmasa da Ar-Ge çalışanlarını çektiği görülmektedir. Beş ilde toplam doğanların oranı %11,7'lerde iken çalışılan iş yerleri kapsamında yaklaşık iki katına çıkarak %22'ye yükselmiştir. Toplamda ise bu beş kent Türkiye'deki Ar-Ge çalışanlarının yaklaşık beşte birini istihdam etmektedir.

Doğumdan iş yaşamına kadarki yükseliş sırasında en önemli kırılım üniversite aşamasında olmaktadır. Üniversite öncesinde bu kentlerde yaşama oranı %14,1 iken üniversite döneminde %9'a düşmektedir. Bu durumun Türkiye'deki en iyi üniversitelerin Ankara ve İstanbul'da yoğunlaşmış olmasından kaynaklanabileceği değerlendirilmektedir. Diğer bir bakış açısıyla bu kentlerdeki üniversitelerin henüz kentlerin sanayi potansiyelini karşılayacak durumda olmamasından da bahsedilebilecektir.

İl bazında bakıldığında ise doğum oranı ile o ilde yaşama oranının en fazla farklılaştığı diğer bir deyişle potansiyelinden daha fazla Ar-Ge çalışanı çeken il Kocaeli olup bunu Tekirdağ izlemektedir. Bu durumda söz konusu iki şehrin sanayi gelişmişliğinin yanında İstanbul'a olan yakınlığının da etkisi olabileceği değerlendirilmektedir.

Tablo 4.9: Katılımcıların Yaşadıkları Yerler: Hinterlandlar

Kentler/ Değişkenler	Hinterlandlar											
	Kocaeli		Bursa		Manisa		Tekirdağ		Sakarya		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Doğum Yeri	28	2,1	68	5,0	28	2,1	12	0,9	21	1,6	157	11,7
Üniversite Öncesi Yaşanan Kent	37	2,7	81	6,0	29	2,1	16	1,2	28	2,1	191	14,1
Üniversite	41	3	38	2,8	3	0,2	0	0	41	3	123	9,0
İş Yeri	79	5,8	72	5,3	51	3,8	50	3,7	50	3,7	302	22,3
Araştırma Evreni Mevcutta Yaşanan Yer	7.066	8,8	5.184	6,4	2.062	2,6	1.541	1,9	1.082	1,3	16.935	21,0

Ar-Ge çalışanlarının Yeni Sanayi Odakları ilişkileri Tablo 4.10'da gösterilmektedir. Tablo incelendiğinde;

- %18'i bu altı kentte doğmuştur.
- %16'sı üniversite öncesi hayatlarını bu kentlerde geçirmişlerdir.
- %11'i üniversite eğitimlerini bu kentlerde almışlardır.
- %19'u ise işlerini yine bu kentlerde bulmaktadır.

Yeni sanayi odakları açısından tablo biraz daha olumsuz gözükmemektedir. Toplam doğum oranı %18 iken yerleşim de %19 düzeyinde stabil kalmıştır. Yeni sanayi odaklarında doğum oranına göre en yüksek düşüş üniversite düzeyindedir. Doğanların neredeyse yarısı üniversite için farklı kentlere gitmektedirler.

Tablo 4.10: Katılımcıların Yaşadıkları Yerler: Yeni Sanayi Odakları

Kentler/ Değişkenler	Yeni Sanayi Odakları													
	Eskişehir		Kayseri		Konya		Denizli		Antalya		Mersin		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Doğum Yeri	31	2,3	48	3,6	49	3,6	28	2,1	35	2,6	54	4,0	245	18,2
Üniversite Öncesi Yaşanan Kent	36	2,7	44	3,3	49	3,6	35	2,6	46	3,4	58	4,3	210	15,6
Üniversite	23	1,7	48	3,6	60	4,4	22	1,6	14	1,0	15	1,1	145	10,7
İş Yeri	50	3,7	50	3,7	50	3,7	50	3,7	50	3,7	51	3,8	250	18,5
Araştırma Evreni Mevcutta Yaşanan Yer	1.444	1,8	983	1,2	884	1,1	618	0,8	622	0,8	568	0,7	4.551	5,7

Bulgular bize büyük kentlerin Ar-Ge çalışanlarını doğumdan itibaren çektiklerini ve kendilerinde toplamaya eğilimli olduklarını göstermektedir. Özellikle Ankara ve İstanbul'da bu eğilimler çok daha yüksek iken İzmir Ar-Ge alanında daha çok büyük kent değil de hinterland gibi hareket etmektedir.

Hinterlandların büyük kentler kadar olmasa da kendi çevrelerinde merkez gibi oldukları ve Ar-Ge çalışanlarını belli bir düzeyde kendinde tutarak daha durağan bir eğilim içinde oldukları görülmektedir.

Yeni sanayi odaklarında ise Ar-Ge çalışanları açısından kendi bölgelerinde merkez olmaları nedeniyle stabil bir seyir bulunmaktadır. Hem hinterlandlar hem de yeni sanayi odaklarında, sanayi ve teknolojinin gelişimi devam ettikçe ve kentlerdeki yaşam standartları yükseldikçe daha fazla Ar-Ge çalışanı çekme, istihdam etme imkân ve potansiyeli yakalayabileceklerdir.

Tablo 4.11'de 255 nitel katılımcının toplumsal köken olarak hayatlarının önceki dönemlerinde nerelerde yaşadıkları verilmiştir. Bu kapsamda doğum yeri, sonrasında üniversite yaşamına kadar yaşadığı yerler ve üniversiteyi okuduğu kentler verilmiştir.

Buna göre Türkiye’de Ar-Ge çalışanlarının yaklaşık %51’i tablodaki yedi kentte doğmaktadır. Üç büyük kent ise %34’ünü oluşturmaktadır. Üniversite öncesi döneme bakıldığında ise yedi kentin sahip olduğu oran yaklaşık %61’e çıkarken üç büyük kent ise %40’a çıkmıştır. Yenilikçi sınıfın %55’i bu yedi kentte okurken üç büyük kentin oranı da %40 olmaktadır. Dolayısıyla Ar-Ge çalışanların çoğunluğu hemen hemen en çok Ar-Ge harcaması yapılan ve teknoparklar başta olmak üzere bölgesel yenilik sistemleri en güçlü olan illerden gelmektedir.

Tablo 4.11 Nitel Katılımcıların Doğdukları, Okudukları ve Yaşadıkları Kentler

Kent	Değer	Doğum Yeri	Üniversite Öncesi Yaşanılan Kent	Üniversite Okunan Kent
İstanbul	Sayı	40	47	53
	Yüzde	15,7	18,4	20,8
Ankara	Sayı	24	28	42
	Yüzde	9,4	11	16,4
İzmir	Sayı	22	28	19
	Yüzde	8,6	11	7,4
Mersin	Sayı	16	19	4
	Yüzde	6,3	7,5	1,6
Bursa	Sayı	14	17	12
	Yüzde	5,5	6,7	4,7
Konya	Sayı	13	16	9
	Yüzde	5,1	6,3	3,5
Toplam	Sayı	129	155	139
	Yüzde	50,6	60,9	54,5
Diğer İller	Sayı	126	100	116
	Yüzde	49,4	39,1	45,5

4.4 Sosyal ve Kültürel Faaliyetler

Ar-Ge çalışanlarının sosyal faaliyetlerine ilişkin bilgiler Tablo 4.12’de verilmektedir. Tabloya göre; sinema, konser ve gösteri gibi faaliyetler en çok tercih edilen grupta yer almaktadır. Katılımcıların neredeyse yarısı (%47) tiyatro, bale, sergi gibi faaliyetlere katılmamaktadır. Benzer şekilde katılımcıların %46’sı bar, pub ve gazino gibi yerlere gitmemektedir. Ortalaması en yüksek olan faaliyet ise dışarıda yemek yemektir (ayda ortalama 7,4 kez). Bunu ayda ortalama 3,3 kez ile bar, pub ve gazino izlemektedir. Sinema,

konser, gösteri gibi etkinliklerin en çok tercih edilen aktiviteler olması, bu faaliyetlerin daha genel, kolay erişilebilir ve yaygın olarak kabul gören bir kültürel sermaye türüne hitap ettiğini gösterebilir. Bourdieu'ye göre, yüksek kültürel sermaye gerektiren faaliyetler (örneğin tiyatro, bale, sergi) genellikle daha elit ve sınırlı bir kesim tarafından tercih edilir. Bu çalışmada katılımcıların neredeyse yarısı (%47) bu tür etkinliklere katılmadığını belirtilmiştir ki bu da yaratıcı sınıfın ya yeterli kültürel sermayeye sahip olmadığını ya da bu tür etkinliklere olan ilgisinin sınırlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.12: Sosyal Faaliyetler

Katılım Düzeyi/ Etkinlik	Sinema, Konser, Gösteri vb.	Tiyatro, Opera, Bale, Sergi vb.	Dışarıda Yemek (Aile ve Arkadaş çev.)	Bar, Pub, Gazino vb.
Hiç Katılmam	157	639	40	624
%	11,6	47,3	3	46,2
Ayda 1	454	499	71	268
%	33,6	36,9	5,3	19,8
Ayda 2	357	122	116	145
%	26,4	9	8,6	10,7
Ayda 3	173	43	135	74
%	12,8	3,2	10	5,5
Ayda 4	122	25	180	94
%	9	1,8	13,3	7
Ayda 5 ve +	89	24	810	147
%	6,6	1,8	59,9	10,9
Toplam	1.352	1.352	1.352	1.352
%	100	100	100	100
Ortalama	2,3	1,6	7,4	3,3

Tablo 4.13'te ise yenilikçi sınıfın sportif ve sanatsal faaliyetleri ne düzeyde icra ettikleri gösterilmektedir. Ar-Ge çalışanları ayda ortalama 8,2 saat spor yaparken 4,9 saat sanatsal faaliyet icra etmektedirler. Sanatsal faaliyet icra etmeyenlerin oranı %70'ler civarındayken spor yapmayanların oranı ise yaklaşık %29'dur.

Tablo 4.13: Spor ve Sanat İcra Etme

Ayda Ortalama	Spor Faaliyetleri	Sanat Faaliyetleri
Toplam	1.352	1.352
Hiç Yapmam	386	954
%	28,6	70,6
1 saat	85	123
%	6,3	9,1
2 saat	94	70
%	7	5,2
3 saat	74	38
%	5,5	2,8
4 saat	128	38
%	9,5	2,8
5 saat	102	40
%	7,5	3
6 saat	33	11
%	2,4	0,8
7 saat	8	1
%	0,6	0,1
8 saat	86	12
%	6,4	0,9
9 saat	2	0
%	0,1	0
10 saat	132	24
%	9,8	1,8
11-19 saat	112	18
%	8,2	1,3
20 +	110	23
%	8,1	1,7
Ortalama	8,2	4,9

Tablo 4.14’de Ar-Ge çalışanlarının yurt dışı tatil alışkanlıkları verilmiştir. Katılımcıların yaklaşık %70’i hiç yurt dışı tatil yapmadıklarını ifade etmişlerdir. Yılda bir kez yurt dışı tatil yapanların oranı %23 iken 5’ten fazla tatil yapanların oranı ise %2,2’dir.

Tablo 4.14: Yurtdışı Tatil (Yıl)

Hiç Yapılmıyor		1		2		3		4		5 ve +		Toplam		Ort.
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı
944	69,8	314	23,2	42	3,1	13	1	9	0,7	30	2,2	1.352	100	1,6

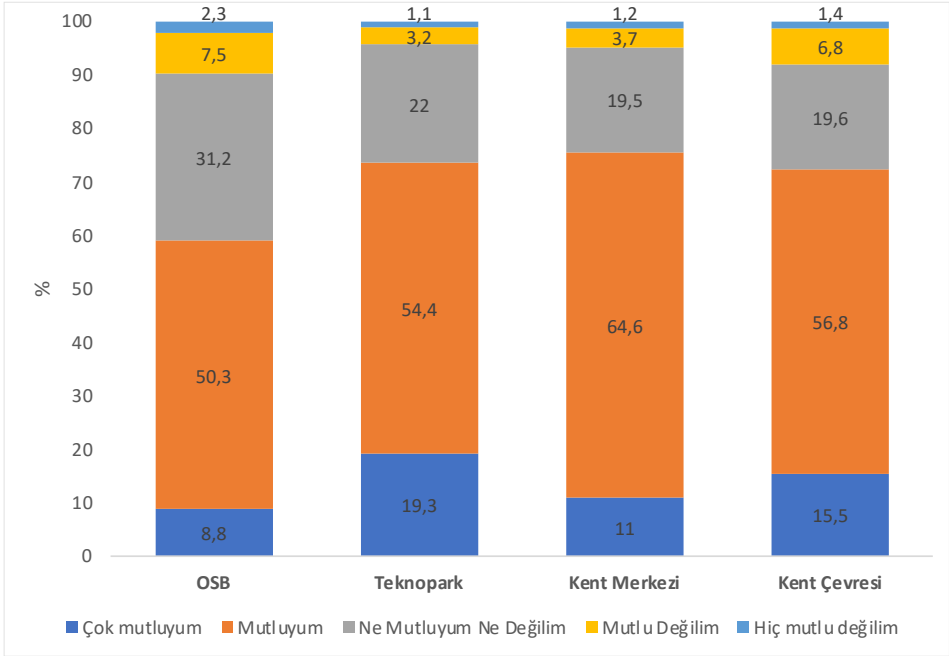
Ar-Ge çalışanlarının sosyal ve iş yaşamında mutluluk düzeylerini gösteren veriler Tablo 4.15’de gösterilmektedir. Katılımcıların iş yaşamı ve sosyal yaşamlarında paralellik görünmekte olup her iki soruya verilen cevapların ortalaması 3,8’dir. Bu ortalama ile Ar-Ge çalışanlarının mutluya yakınsayan bir yanıt verdikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 4.15: Mutluluk

Mutluluk Düzeyi	İş Yaşamı	Sosyal Yaşam
Hiç Mutlu Değilim	19	21
%	1,4	1,6
Mutlu Değilim	62	70
%	4,6	5,2
Ne Mutluyum Ne Değilim	320	302
%	23,7	22,3
Mutluyum	735	770
%	54,4	57
Çok Mutluyum	216	189
%	16	14
T2B (Mutluyum ve Çok Mutluyum)	951	959
%	70,3	70,9
B2B (Hiç Mutlu Değilim ve Mutlu Değilim)	81	91
%	6	6,7
Toplam	1352	1352
%	100	100
Ortalama	3,8	3,8
1-Hiç Mutlu Değil, 2- Mutlu Değil, 3-Ne Mutlu Ne Değil, 4-Mutlu, 5-Çok Mutlu		

Firmaların faaliyet gösterdiği bölge ve konuma göre iş yaşamındaki mutluluk oranları karşılaştırıldığında (Şekil 4.3) teknopark ve kent merkezinde çalışanların diğer bölgelere göre daha mutlu oldukları görülmektedir. Buna karşın OSB çalışanının iş yaşamında mutlu olma oranı en düşük olup, bu bölge aynı zamanda mutsuz olma durumu da en yüksek yerdur. Bu durum özellikle OSB çalışanlarının iş yaşamında karşılaştıkları problemlerin tespit edilmesini ve bu problemlerin çözümüne yönelik eylemlerde bulunulması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Şekil 4.3: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Bölge ve Konuma Göre İş Yaşamında Mutluluk Düzeyi



4.5 Bölüm Sonu Değerlendirmesi

Kültürel sermaye hususu toplu olarak değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılabilmektedir;

- Ar-Ge çalışanlarının demografik özelliklerini değerlendirdiğimizde kadın çalışanların erkeklere göre daha düşük bir oranda kaldığı görülmektedir. Kadınların Ar-Ge ve yenilik konusundaki katkılarının artırılması gerekmektedir. Bununla birlikte katılımcıların büyük bir kısmı evli ve çocuk sahibidir. Bu durum yenilikçi sınıfın hareketliliğini etkilemede önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Ar-Ge çalışanlarının ailelerinin özelliklerini değerlendirdiğimizde ise, Ar-Ge çalışanlarının yaş ortalaması düştükçe ailelerin eğitim düzeyleri artmaktadır. Ailelerin meslek durumlarına bakıldığında ise, katılımcıların annelerinin çoğunluğunun ev hanımı ve kamu çalışanı olduğu görülmektedir. Babaların mesleklerinin ağırlıkta olanı ise

özel sektör ve kamu çalışanıdır. Ar-Ge çalışanlarının yaş ortalamasının düşmesiyle ailelerin eğitim düzeylerinin artması, toplumsal yapıdaki kuşaklar arası sermaye dönüşümünü ve birikimini yansıtır. Bourdieu'ya göre, kültürel sermaye nesilden nesile aktarılır ve bu aktarım genellikle eğitim sistemi üzerinden gerçekleşir. Daha genç Ar-Ge çalışanlarının ailelerinin daha yüksek eğitim düzeyine sahip olması, bu kuşaklarda kültürel sermayenin arttığını ve bu sermayenin çocuklarına aktarıldığını göstermektedir. Girişimcilik açısından yaklaşıldığında ise Ar-Ge çalışanlarının babalarının annelerine göre girişimci olma oranları daha yüksektir. Bu durumla benzer olarak yöneticilik görevi yapanlar ve akademisyen olma durumunda babalar oransal olarak ön planda yer almaktadır. Anne ve babaların meslek durumu, Ar-Ge çalışanlarının habitusunun şekillenmesinde belirleyici olabilir (Cansız, 2016).

- Ar-Ge çalışanlarının metropollerle (Ankara, İstanbul ve İzmir) ilişkisi kültürel sermaye açısından önemlidir. Büyük kentlerin hinterlandlara ve yeni sanayi odaklarına göre Ar Ge çalışanlarını çektiği ve kendisinde toplamaya eğilimli olduğu görülmektedir. Ancak burada Ankara ve İstanbul güçlü bir rol oynarken, İzmir büyük kent olmasına rağmen hinterland konumunda yer almaktadır. Yeni sanayi odakları ve hinterlandlar ise kendi çevrelerinin merkezi konumunda yer almakta, sanayi ve teknolojinin gelişimine bağlı olarak yenilikçi sınıfı kendilerine çekme potansiyeline sahiptirler.
- Ar-Ge çalışanlarının yenilikçi olmasını ve yenilikçiliklerini geliştirmesinde katkı sağlayan diğer kültürel sermaye alanı ise sosyal ve kültürel faaliyetlerdir. Katılımcıların yaklaşık yarısının sosyal (bar, pub vb. yerlere gitme) ve kültürel (tiyatro, bale, sinema vb. yerlere gitme) faaliyetlere katılmadığı görülmektedir. Ar-Ge çalışanlarının ortalama olarak en yüksek katıldığı aktivite ise dışarıda yemek yemektir. Aynı zamanda katılımcılar sportif faaliyetlere sanatsal faaliyetlerden daha fazla katılmaktadır.
- Katılımcılar sosyal ve kültürel faaliyetler açısından genel olarak değerlendirildiğinde, aktivitelere katılma oranı oldukça düşüktür. Bu çalışılan kentin özellikleri ile ilgilidir. Bu nedenle kentsel hizmetlerin geliştirilmesi gerekmektedir.



5

5. BEŞERÎ SERMAYE

Beşerî sermaye; eğitim, mesleki deneyim ve girişimcilik tecrübesini kapsamaktadır (Cansız ve Ulusoy, 2017b). Bourdieu (1986) beşerî sermayeyi çalışmalarında kültürel sermayenin bir uzantısı olarak görmektedir. Bu çalışmada da beşerî sermaye bir yandan kültürel sermayenin içinde konumlandırılmasına rağmen, öbür yandan içsel büyüme teorisinde beşerî sermayenin kalkınmada oynadığı rolün kritik öneminin vurgulanması nedeniyle ayrı bir bölümde halinde değerlendirilmiştir.

Beşerî sermaye genel olarak iktisatçılar, sosyologlar ve eğitim bilimcileri tarafından üzerinde sıklıkla durulan bir kavramdır. İktisatçılar beşerî sermayenin ekonomik fonksiyonu ile ilgilenmekte ve kalkınma kavramıyla ilişkisini kurmaktadır.

Beşerî sermaye, iş hayatındaki başarıları açıklama gücü olan ve genel olarak aktörün eğitimi, bilgisi ve tecrübelerinin bir bileşeni olarak elde ettiği yetenekler ve bunları kullanarak ortaya koyduğu uygulama kapasitesi olarak tanımlanabilir.

Aktörün beşerî sermaye kapasitesi ne kadar yüksekse iş hayatında o kadar başarılı olacağı varsayılmaktadır. Benzer şekilde bir firma ne kadar yüksek beşerî sermayeye sahip bireyleri çalıştırırsa o kadar başarılı olacaktır. Aslında bu yaklaşım mekânsal anlamda da geçerlidir. Bir kentte, bölgede veya ülkede beşerî sermaye kapasitesinin yüksekliği o kentin, bölgenin ve ülkenin gelişmişliğini gösterebilmektedir.

Bu çalışmada beşerî sermaye aktörün sahip olduğu; eğitim, iş tecrübesi, yenilik ve teknoloji kapasitesi ve girişimcilik yetkinliği başlıkları altında incelenmiştir.

5.1 Eğitim

Eğitim düzeyi ve niteliği beşerî sermayenin önemli bileşenleri arasında yer almaktadır. Formal eğitimin dışında alınan mesleki ve teknik eğitimler de beşerî sermayeye kritik katkılar sağlamaktadırlar.

Tablo 5.1’de 14 ilden elde edilen 1.352 anket verisinin analizi sonuçlarına göre Ar-Ge çalışanlarının eğitim düzeyleri verilmektedir. Buna göre doktora derecesine sahip olanların oranı %5,5 iken yüksek lisans düzeyine inildiğinde oran %23,7’ye çıkmaktadır. Ar-Ge alanında teknik ve mesleki birikimin bir arada artmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Bu bağlamda Ar-Ge çalışanlarının lisansüstü eğitim düzeylerinin artırılması gerekmektedir.

Tablo 5.1: Eğitim Düzeyi

Üniversite		Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
956	70,7	321	23,7	75	5,5	1.352	100

Eğitim düzeyleri açısından Ar-Ge çalışanların il gruplarına göre dağılımı Tablo 5.2’de verilmiştir. Yüksek lisans ve doktora düzeyinde dereceye sahip olan kişilerin ağırlıklı olarak büyük kentlerde (İstanbul, Ankara ve İzmir) yoğunlaştığı görülmektedir. Büyük kentler doktora derecesine sahip toplamın %69’u, yüksek lisans düzeyindekilerin ise %62’sini istihdam etmektedir. Bu durumun birçok nedeni olmakla beraber firma (gelişmişliği) talepleri, büyük kentlerdeki eğitim olanakları ve kalitesi ile bireysel olarak daha başarılı olmak için eğitim seviyesini yükseltme isteği önde gelen nedenler arasında sayılabilir.

Tablo 5.2: Kent Gruplarına Göre Eğitim Düzeyi

Değişkenler / İl Grupları	Genel	Metropoller	Hinterlandlar	Yeni Sanayi Odakları
Üniversite	956	499	228	229
Çalışanlar İçindeki Payı	70,7	66,6	75,5	76,1
Üniversite Mezunları İçin Payı (%)	100	52,2	23,8	24,0
Yüksek Lisans	321	198	61	62
Çalışanlar İçindeki Payı	23,7	26,4	20,2	20,6
Y.L. Mezunları İçin Payı (%)	100	61,7	19,0	19,3
Doktora	75	52	13	10
Çalışanlar İçindeki Payı (%)	5,5	6,9	4,3	3,3
Doktora Mezunları İçin Payı (%)	100	69,3	17,3	13,3
Toplam	1352	749	302	301
Yüzde	100	100	100	100

Eğitim düzeyinin önemli olmasının yanında eğitimin niteliği de beşerî sermaye kapasitesinin oluşumunda son derece etkilidir. Örneğin mühendislik alanında Türkiye’de ODTÜ ve İTÜ gibi köklü okullardan mezun olmak ile gelişmekte olan taşra üniversitelerinden mezun olmak arasında çok önemli farklılıklar bulunmaktadır. Diğer taraftan yurt dışındaki kaliteli üniversite ve gelişmiş kentlerde eğitim almış olmanın da temelde önemli katkıları bulunmaktadır. Böyle üniversitelerin ve kentlerin aynı zamanda bireylere daha güçlü bir sosyal ve kültürel sermaye kazandırdığı da ifade edilebilir. Bourdieu’nun sermaye kuramına göre, bu tür seçkin kurumlar, mezunlarına yalnızca bilgi değil, aynı zamanda toplumsal ilişkiler ağı (sosyal sermaye) ve toplumsal prestij (sembolik sermaye) sağlar (Özsöz ve Baran, 2011; Pret vd., 2015).

Tablo 5.3’te ise katılımcıların yurt dışında eğitim alıp almadıklarına ilişkin bilgiler gösterilmektedir. Doktora derecesine sahip olanların %26,7’si, yüksek lisans düzeyindekilerin ise %13’lük bir bölümü yurt dışında eğitim almışlardır. Ülkelere bakıldığında ise genellikle AB ve ABD üniversiteleri tercih edilmiştir.

Tablo 5.3: Yurtdışı Eğitim Tecrübesi ve Düzeyleri

Eğitim Düzeyi	Baz	Evet		Hayır		Toplam	
	Sayı	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Lisans	1.352	113	8,4	1.239	91,6	1.352	100
Yüksek Lisans	321	42	13,0	279	87,0	396	100
Doktora	75	20	26,7	55	73,3	75	100
Herhangi Birinde Eğitim Düzeyi	1.352	150	11,1	1.202	88,9	1.352	100

Tablo 5.4'te Ankara ve İstanbul'daki üniversitelerden mezun olan Ar-Ge çalışanlarına ilişkin bilgiler verilmektedir. Ar-Ge çalışanlarının %23'ü İstanbul, %21'i ise Ankara'da yer alan üniversitelerden mezun olmuşlardır. Türkiye'nin en büyük iki büyük kentindeki üniversitelerden mezun olanların oranı %44'tür.

Diğer taraftan Ankara ve İstanbul içinde uluslararası başarıları bulunan ODTÜ, İTÜ, Bilkent ve Boğaziçi üniversitelerinden mezun olanların toplam içindeki oranı yaklaşık %17'dir. Başlangıç avantajı olan yerler genellikle büyük bir üniversiteye sahip olup zamanla hem beşerî sermayenin üretimini sağlar hem de yarattığı imkânlar nedeniyle bir çekim merkezi olurlar. Dolayısıyla üniversiteler (Glaeser ve Mare, 2001) beşerî sermayenin ve dolayısıyla yenilikçi sınıfın dağılımını şekillendiren unsurlardan biridir.

Tablo 5.4: Mezun Olunan Üniversite (Ankara ve İstanbul)

Kent	Üniversite	Sayı	%
İstanbul	İstanbul Üniversitesi	49	3,6
	İTÜ	84	6,2
	Yıldız Teknik Üniversitesi	67	5,0
	Marmara Üniversitesi	26	1,9
	Boğaziçi Üniversitesi	15	1,1
	İstanbul Diğer Üniversiteler	72	5,3
	İstanbul Toplam	313	23,2
Ankara	ODTÜ	105	7,8
	Ankara Üniversitesi	45	3,3
	Hacettepe Üniversitesi	42	3,1
	Gazi Üniversitesi	38	2,8
	Bilkent Üniversitesi	27	2,0
	Ankara Diğer Üniversiteler	22	1,6
	Ankara Toplam	279	20,6
İstanbul ve Ankara Toplam		592	43,8
Tüm İller Toplam		1.352	100

Ar-Ge çalışanlarının mezun oldukları alan ve bölümler Tablo 5.5 ve Tablo 5.6'da verilmektedir. Çalışanların yaklaşık %78'i mühendislik fakülteleri mezunu iken bunu %11 ile fen bilimleri mezunları takip etmektedir.

Tablo 5.5: Mezun Olunan Alan

Bölüm	Sayı	Yüzde (%)
Mühendislik	1.050	77,7
Fen Bilimleri	149	11,0
Sosyal Bilimler	6	0,4
Eğitim Bilimleri	15	1,1
Bölüm Belirtmemiş	132	9,8
Toplam	1.352	100

Bölümler incelendiğinde ise; bilgisayar, makine, elektrik-elektronik ve kimya mühendisliklerinin ön plana çıktığı görülmektedir (Bkz. Tablo 5.6). Buna göre yaratıcı sınıfın yaklaşık 1/5'i (%21) bilgisayar mühendisliği bölümü mezunu iken %13'ünün makine mühendisliği bölümünden mezun olanlardan oluştuğu, %11'inin ise elektrik-elektronik bölümünden mezunları kapsadığı görülmektedir. Tüm mesleklerin içinde sözkonusu üç mühendislik mesleğinin yaklaşık %45 paya sahip olduğu anlaşılmaktadır. Florida'ya (2002a) göre mühendisler yaratıcı sınıfın iki büyük meslek grubundan biri olan 'süper yaratıcı çekirdek' sınıfında yer alan ve yaratıcı sınıfın temelini oluşturan mesleklerden biridir. Bu açıdan bakıldığında Türkiye'deki yenilikçi sınıfın mesleki dağılımının yaratıcı sınıf yaklaşımıyla uyumluluk gösterdiği söylenebilir.

Tablo 5.6: Mezun Olunan Bölüm

Bölüm	Sayı	Yüzde (%)
Bilgisayar Mühendisliği	278	20,6
Makine Mühendisliği	180	13,3
Elektrik Elektronik Mühendisliği	146	10,8
Kimya Mühendisliği	92	6,8
Diğer Mühendislik Bölümleri	354	26,2
Diğer Bölümler	302	22,3
Bölüm Belirtilmemiş	132	9,8
Toplam	1352	100

Ar-Ge çalışanlarının dünyadaki gelişmeleri takip edebilmek, uluslararası alandaki çalışmalara katılmak, yurt dışıyla ortak projeler geliştirmek ve literatürü takip etmek anlamında çok önemli bir araç olan yabancı dile hâkim olması beklenmektedir. Tablo 5.7'de katılımcıların yabancı dil bilme durumlarına ilişkin veriler sunulmaktadır. Katılımcıların %8'inin herhangi bir yabancı dil bilmediği anlaşılmaktadır. Buna karşın %9,6'lık kısmının ise 2 ve daha fazla sayıda yabancı dil bildiği anlaşılmaktadır.

Tablo 5.7: Yabancı Dil Bilgisi

Dil Bilmiyor		1 adet		2 adet		3 ve +		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
112	8,3	1.110	82,1	114	8,4	16	1,2	1.352	100

Tablo 5.8’de ise Ar-Ge çalışanları tarafından hangi yabancı dillerin bilindiği bilgisi verilmektedir. Buna göre yabancı dil bilen kişiler içinde en çok bilinen dil İngilizce olup (%99) bunu Almanca takip etmektedir (%6).

Tablo 5.8: Yabancı Diller

Baz	İngilizce		Almanca		Arapça		Fransızca		İtalyanca	
Sayı	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1.240	1.226	98,9	70	5,6	18	1,5	16	1,3	12	1

5.2 Tecrübe

Beşerî sermayenin diğer bileşenini sahip olunan bilgi ve tecrübeler oluşturmaktadır. Bu bağlamda bu bölümde yenilikçi sınıfın üniversite yaşamı dahil olmak üzere çalışma deneyimleri incelenmiştir.

Üniversite öğrenciliği sırasında Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerine aşina olmak ve ekosistemi biraz olsun tanımak sonraki iş ve girişimcilik yaşamı için önemli tecrübeler edinilmesini sağlayabilmektedir. Bu kapsamda özellikle Ankara ve İstanbul’daki gelişmiş teknoparklarda yarı zamanlı ve yaz aylarında tam zamanlı olmak üzere üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri çalışmaktadır. Bu durum daha sonraki iş yaşamında son derece faydalı olurken diğer taraftan öğrencilik aşamasından itibaren girişimcilik ve onunla ilgili kavramları tanıma ve onları yaşama şansı vermesi nedeniyle de önemlidir.

Tablo 5.9’da görüleceği gibi Ar-Ge çalışanlarının yaklaşık %24’ünün öğrencilik döneminde şimdiki çalışmaları alanda iş tecrübesi bulunmaktadır.

Tablo 5.9: Üniversite Öğrencisiyken Ar-Ge ve Yenilik İş Tecrübesi

Evet		Hayır		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
322	23,8	1.030	76,2	1.352	100

Üniversite öğrencilik döneminde çalışma deneyiminin süresi incelendiğinde ise deneyimi olanların yaklaşık %50’sinin bir yıldan fazla süre tecrübe edindiği anlaşılmaktadır (Bkz. Tablo 5.10).

Tablo 5.10: Üniversite Öğrencisiyken Ar-Ge ve Yenilik İş Tecrübesi Süresi

Baz	Cevap Yok		12 Ay ve Az		13-24 Ay		25-36 Ay		37-48 Ay		49-60 Ay		60 + Ay		Ort. Ay
Sayı	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı
322	1	0,3	155	51	71	22	40	12	16	4,9	11	3,5	18	5,6	22

Üniversite eğitimlerinin tamamlandığı yıllar incelendiğinde katılımcıların yaklaşık %71'i 2001 yılı ve sonrasında üniversite eğitimlerini tamamlamışlardır.

Tablo 5.11: Üniversite Eğitiminin Tamamlandığı Yıllar

1967-1980		1981-1990		1991-2000		2001-2010		2011-2018		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
26	1,9	81	6	289	21,4	698	51,6	258	19,1	1.352	100

Ar-Ge çalışanlarının mezuniyet sonrası kaç iş değiştirdikleri bilgisi Tablo 5.12'de verilmektedir. 6 ve daha fazla iş değiştirenlerin oranı %4,9 iken henüz ilk işinde olanların oranı ise %34'tür. Yenilikçi sınıfın tamamına baktığımızda ise ortalama iş değiştirme sayısı 2,5'tir.

Tablo 5.12: Üniversite Mezuniyetinden Sonra Toplam İş Sayısı

1 adet		2 adet		3 adet		4 adet		5 adet		6 ve üzeri		Toplam		Ort.
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı
456	34	357	26	252	19	151	11	70	5,2	66	4,9	1.352	100	2,5

Tablo 5.13'te ise Ar-Ge çalışanlarının demografik özellikleri ve çalıştıkları firmaların bazı özelliklerine göre iş sayısındaki farklılaşma gösterilmektedir. Ortalama değer 2,2 ile 3,3 arasında değişmektedir. Dolayısıyla bu tablodan ulaşılabilen çok genel ifadeler aşağıda yer almaktadır:

- Kadınlar erkeklere göre daha az iş değiştirmektedirler.
- Eğitim düzeyi yükseldikçe iş değişim hızı artış göstermektedir.
- Birden fazla yabancı dil bilenler ile hiç yabancı dil bilmeyenler bir yabancı dil bilenlere göre daha fazla iş değiştirmektedirler.
- Girişimcilik, yurt dışı eğitim ve yurt dışı çalışma tecrübelerine sahip olanlar daha fazla iş değiştirmektedirler.
- Büyük kentlerden küçük kentlere doğru değiştirilen iş sayısı azalmaktadır.
- Firma ortaklık yapısı yabancı sermayeli şirketlere dönüştükçe değiştirilen iş sayısı yine artmaktadır.

- Ar-Ge merkezleri (genel olarak OSB) ile teknopark firmalarında çalışanlarda çok az bir fark varken tasarım merkezlerinde ortalama değer artmaktadır.

Tablo 5.13: Değiştirilen İş Sayısının Değişkenlere Göre Farklılığı

Cinsiyet		Eğitim		
Kadın	Erkek	Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora
2,2	2,5	2,3	2,7	3
Yönetici Olma Durumu		Yabancı Dil		
Evet	Hayır	Bilmeyen	Bir Dil	Birden Fazla Dil
2,9	2,3	2,8	2,4	2,9
Girişimcilik Tecrübesi		Firma Türü		
Evet	Hayır	Ar-Ge Merkezi	Teknopark	Tasarım Merkezi
3,1	2,3	2,4	2,5	2,9
Yurtdışı Eğitim		Firma Ortaklık Yapısı		
Evet	Hayır	Yabancı	Yabancı Ortak	Tamamı Türk
2,7	2,4	2,8	2,7	2,4
Yurtdışı Çalışma		İl Grupları		
Evet	Hayır	Metropol	Hinterland	Yeni Sanayi Odakları
3,3	2,4	2,6	2,3	2,2
Metropol: <i>İstanbul, Ankara ve İzmir, Hinterland:</i> <i>Tekirdağ Kocaeli Sakarya Bursa Manisa,</i> Yeni Sanayi Odakları: <i>Denizli, Kayseri, Konya, Eskişehir, Antalya, Mersin</i>				

Tablo 5.14'te Ar-Ge çalışanlarının üniversiteden mezuniyetten sonra geçen süre ile mesleklerinde geçirdikleri toplam süreler verilmiştir. Ar-Ge çalışanları ortalama 10,8 yıl önce üniversiteden mezun olmuşlardır. Bununla birlikte katılımcılardan 5 yıl ve öncesinde mezun olanların oranı yaklaşık %33 iken 16 yıl ve öncesinde mezun olanların oranı ise %23'tür.

Diğer taraftan katılımcıların ortalama çalışma süreleri 9,4 yıldır. Beş yıla kadar iş tecrübesine sahip olanların oranı yaklaşık %41 iken 16 yıldan fazla çalışma tecrübesi olanların oranı ise %20'dir.

Dolayısıyla Ar-Ge çalışanları üniversiteyi bitirdikten sonra yaklaşık 1,4 yıl açıkta bulunmaktadır. Genel olarak erkekler askerlik ve kadınlar doğum nedeniyle bir süre açıkta kalmaktadır. Buna rağmen Ar-Ge çalışanlarının iş bulma konusunda bir sıkıntı yaşamadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 5.14: Üniversite Mezuniyetinden Sonra Çalışma Süresi

Üniversite Mezuniyet Çalışma Süresi	Baz	1 Yıl		2-3Yıl		4-5 Yıl		6-10 Yıl		11-15 Yıl		16 + Yıl		Ort. Yıl
	Sayı	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı
Mezuniyet Sonrası Geçen Süre	1.352	50	3,7	146	13,2	214	15,9	387	24,1	235	20,2	179	22,9	10,8
Üniversite Sonrası Çalışma Süresi	1.352	146	10,8	240	17,6	167	12,4	336	24,9	187	13,8	276	20,5	9,4

Tablo 5.15'te ise bazı değişkenlere göre mezuniyet sonrası işte kalma sürelerinde farklılık gösteren demografik ve firma özellikleri verilmiştir. Buna göre kadınlar erkeklere göre iş dışında daha fazla zaman geçirmektedirler.

Eğitim düzeyi yükseldikçe iş yerinden uzaklaşma süresi artmaktadır. Gerek doktora gerekse yüksek lisans sürecinde önemli zamanlar kaybedilmiş olabilir. Benzer şekilde yurtdışı eğitimi olanlar daha fazla çalışma hayatının dışında kalmaktadırlar.

Firma türünde ise Ar-Ge merkezlerinde çalışanlar teknopark ve tasarım merkezlerinde çalışanlara göre daha fazla süre çalışma hayatının dışında kalmaktadır.

Tablo 5.15: Üniversite Mezuniyetinden Sonra Çalışma Hayatında ve Dışında Kalma Süreleri

Değişkenler	Genel	Cinsiyet		Eğitim			Yurtdışı Eğitim		Firma Türü		
		Kadın	Erkek	Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora	Evet	Hayır	Ar-Ge Merkezleri	Teknopark	Tasarım Merkezleri
Baz	1.352	299	1.053	956	321	75	150	1.202	568	757	27
Mezuniyet Yılından Ortalama Geçen Zaman (Yıl)	10,8	9,1	11,3	9,4	12,7	20,4	13	10,5	11,5	10,3	11
Mezuniyetten Sonra Ortalama Çalışma Süresi (Yıl)	9,4	7,4	10	8,3	10,8	17,4	10,6	9,3	9,9	9	10,1
Aradaki Boş Zaman (Yıl)	1,4	1,7	1,3	1,1	1,9	3	2,4	1,2	1,6	1,3	0,9

Tablo 5.16’da katılımcıların mevcut iş ve daha önceki işlerindeki çalışma süreleri verilmiştir. Buna göre Ar-Ge çalışanlarının mevcut firmalarda ortalama çalışma süresi yaklaşık 58 aydır. Bu veri bugüne kadar çalıştıkları işler arasında ortalama olarak en fazla çalıştıkları yer olma özelliğini göstermektedir. Önceki işlerde çalışma süresi ise ortalama 34 ay ile 44 ay arasında değişmektedir.

Tablo 5.16: Mevcut ve Önceki İşlerde Çalışma Süreleri

İş Sayısı ve Süresi	Baz	Cevap yok		12 Ay ve Az		13-24 Ay		25-36 Ay		37- 60 Ay		60 + Ay		Ort.
	Sayı	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Ay
Mevcut Firma	1.352	0	0	258	19,1	310	22,9	189	14	191	14,1	404	30	57,9
Bir Önceki Firma	896	13	1,5	318	35,5	254	28,3	127	14,2	115	14,2	129	14,4	34,4
İki Önceki Firma	539	19	3,5	162	30	109	20,2	64	11,9	95	17,6	90	16,7	40,1
Üç Önceki Firma	287	10	3,5	93	32,4	58	20,2	37	12,9	39	13,5	50	17,4	38
Dört Önceki Firma	136	6	4,4	44	32,4	28	20,6	18	13,3	21	15,6	19	14	34,7
Beş Önceki Firma	66	4	6,1	17	25,7	16	24,3	3	3	10	15,1	17	26	43,6

Yurt dışında çalışma deneyimi, süreleri ve hangi ülkelerde olduğu konusundaki bilgiler Tablo 5.17, Tablo 5.18 ve Tablo 5.19’da verilmektedir. Buna göre Türkiye’de Ar-Ge çalışanlarının %12’sinin daha önce yurt dışında çalışma deneyimi bulunmaktadır.

Tablo 5.17: Yurt Dışı Çalışma Deneyimi

Evet		Hayır		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
157	11,6	1195	88,4	1352	100

Yurt dışı deneyimi olanların içinde yaklaşık %60'lık bir kesim 2 ve daha fazla yıl yurt dışında çalışmışlardır.

Tablo 5.18: Yurt Dışı Çalışma Süresi

Baz	1 Yıl		2-3 Yıl		3 + Yıl	
Sayı	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
157	64	40,7	53	33,8	40	25,5

Yurt dışı çalışma deneyimi olan Ar-Ge çalışanlarının yaklaşık %50'si ABD, İngiltere ve Fransa'da çalışmışlardır.

Tablo 5.19: Yurt Dışında Çalışılan Ülkeler

Baz	ABD		İngiltere		Fransa		Diğer	
Sayı	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
157	45	28,7	24	15,3	10	6,4	78	49,6

Ar-Ge çalışanlarının mevcut işlerinde yönetici olup olmadıkları ve hangi düzeyde yönetici olduklarına ilişkin bilgiler Tablo 5.20 ve Şekil 5.9 ile Tablo 5.21'de gösterilmektedir. Buna göre Ar-Ge çalışanların %32'si yönetici pozisyonunda çalışmaktadır.

Tablo 5.20: Yöneticilik Durumu

Yönetici		Çalışan		Toplam	
Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
436	32,2	916	67,8	1.352	100

Yöneticilerin %31'i alt düzey, %36,2'si orta düzey ve %32,8'i üst düzey yöneticidir.

Tablo 5.21: Yöneticilik Düzeyi

Baz	Alt Düzey Yönetici (5-10 Çalışanı Yöneten)		Orta Düzey Yönetici (Birden Fazla Alt Düzey Yöneticiyi Yöneten)		Üst Düzey Yönetici (Birden Fazla Orta Düzey Yöneticiyi Yöneten)	
Sayı	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
436	135	31	158	36,2	143	32,8

5.3 Bölüm Sonu Değerlendirmesi

Beşerî Sermaye hususu toplu olarak değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılabilmektedir;

- Ar-Ge çalışanlarının eğitim düzeyi ve meslekleri beşerî sermaye açısından en temel göstergelerden birisidir. Buna göre lisansüstü dereceye sahip katılımcıların oranı %29,2'lik bir orana sahip olup, bu kişiler ağırlıklı olarak büyük kentlerde yoğunlaşmaktadır. Büyük kentlerde yoğunlaşma nedeni firma talepleri ve kentin hizmet olanaklarının genişliği olarak ifade edilebilir.
- Katılımcıların aldıkları eğitim kadar, bu eğitimi aldıkları üniversite ve bölüm (meslek) de önem taşımaktadır. Katılımcıların yaklaşık yarısının Ankara ve İstanbul'daki köklü üniversitelerden mezun oldukları, %90'ının ise fen ve mühendislik fakültelerini bitirerek bilgisayar, makine ve elektrik-elektronik başta olmak üzere çeşitli mühendislik mesleklerine sahip olduğu anlaşılmaktadır. Burada İstanbul ve Ankara gibi iki büyük kentte ve yurtdışında eğitim almış katılımcılar ile taşrada yer alan üniversitelerde eğitim alanlar arasında nitelik, kalite, bilgi ve deneyim bakımında önemli farklılıklar olduğu ifade edilebilir. Bu açıdan Ar-Ge çalışanlarının yaklaşık yarısının İstanbul ve Ankara'daki üniversitelerden mezun olmakla birlikte uluslararası başarıları bulunan üniversitelerden mezun olanların oranı oldukça azdır.
- Beşerî sermayede bir diğer önemli konu iş tecrübesi/deneyimidir. Burada birkaç konu öne çıkmaktadır. Bunlardan ilki, katılımcıların öğrencilik yıllarında yarı zamanlı ya da tam zamanlı olarak teknoparklarda çalışma durumudur. İkincisi, üniversite mezuniyetinden sonraki toplam iş sayısıdır. Üçüncüsü mezuniyetten sonra çalışma hayatında ve dışında kalma süreleridir. Dördüncüsü ise, yurtdışı çalışma deneyimi ve çalışma süreleridir. Sonuncusu ise, katılımcıların yönetici pozisyonunda çalışıp çalışmadıklarıdır. Bu özellikler çerçevesinde yenilikçi sınıfın yaklaşık 1/3'ü yönetici pozisyonundadır. ¼'ünün daha önce girişimcilik tecrübesi bulunmaktadır. Ar-Ge çalışanlarının ortalama iş değiştirme sayısı 2,5, ortalama çalışma süresi 9,4 yıl ve yaklaşık açıkta kalma süresi de 1,4 yıldır. Yabancı dil bilmeyenlerin oranı ise %8'dir. Diğer taraftan yurtdışı deneyimler incelendiğinde katılımcıların %11'inin yurtdışı eğitimi olduğu %12'sinin ise yurtdışı çalışma deneyimi bulunmaktadır. Ar-Ge çalışanlarının eğitim düzeyi, yabancı dil bilme durumu, yurtdışı deneyimine sahip olma nitelikleri açısından büyük kentlerde yaşayanlar daha fazla tecrübeye sahip olmaktadır.



6

6. SOSYAL SERMAYE

Aktörün sahip olduğu ve hayatı boyunca toplamaya devam ettiği sermayelerden birisi de sosyal sermayedir (Bourdieu, 1986; Coleman, 1988; Putnam, 2000). Sosyal sermaye diğer sermayeleri tamamlayan özelliği ile aktörlerin hayatlarının her anına tesir eden ve etkinlik kazandırabilecek bir sermaye biçimidir. En genel anlamda aktörün biriktirdiği kültürel, beşerî ve ekonomik sermayeyi işlevsel kılan bu sermayeleri etkin hale getiren bir sermayedir.

Sosyal sermaye hayatın her alanından biriktirilebilen bir sermaye olup ilişkilerin gücünden yararlanmayı ifade etmektedir. Bazen zayıf bağlar kurularak çözülebilen ilişkiler ön plana çıkarken daha güçlü ve güvene dayalı ilişkilerde ise daha büyük organizasyon yetenekleri açığa çıkmaktadır.

Sosyal sermaye doğuştan itibaren önce aile tarafından belirlenmektedir. Üniversite eğitimi öncesine kadar ailenin ve arkadaşların sosyal sermaye desteği işleri kolaylaştırabilmektedir. Bu dönemde birincil ilişkiler hakimken daha sonra üniversite ve iş hayatında zayıf bağlar ön plana çıkmaktadır.

Etkili insanlarla kurulan *zayıf bağlar* (Granovetter, 1973) bilgiye ulaşma, kaynak ve imkânlar hakkında doğru ve zamanında bilgi edinmeyi sağlayarak zaman ve kaynak kullanımını azaltmaktadır. Etkili insanlarla kurulan *güvene dayalı ilişkilerde* ise biriktirilen diğer sermayeler daha büyük bir potansiyele dönüşerek aktörlere önemli imkânlar sağlamaktadır.

Sosyal sermaye; aile, arkadaşlar, üniversite, iş dünyası ve kamusal ilişkilerle oluşanların yanı sıra sosyal, sportif ve sanatsal faaliyetlerle de gelişmektedir. Tüm bunları çevreleyen güven ve ilişkilerin gücü ve niteliği kavramları bulunmaktadır.

Sosyal sermaye kavramı akıllara *güven* ve *network* (iş ağı) kavramlarını getirmektedir.

Dünya değerler araştırmalarında insanların birbirlerine güvendiği toplumların daha gelişmiş oldukları görülmektedir. Güvenin yüksek olduğu toplumlarda büyük organizasyonlar oluşturmak ve iş yapmak daha kolaydır. Diğer taraftan toplumsal düzeyde yapılan işlerin maliyeti (zaman ve finansman) düşmektedir.

Network ise bir ilişkiler ağıdır. Toplumsal düzeyde etkili networklar kurulması güven düzeyine bağlıdır. Örneğin zayıf bağlar kurularak oluşturulan networklar son derece kritik işlev görmektedir. Bilginin yayımı, tecrübelerinin aktarımı gibi iş dünyasında son derece yararlı bilgiler zayıf bağlar aracılığı ile öğrenilebilmekte ve yaygınlaşmaktadır. Diğer taraftan daha güçlü ilişkiler ise güven düzeyi arttıkça ortaya çıkmaktadır. Örneğin iş yerinde ekip üyelerinin birbirine güvenmesi yapılan işlerin kalitesini artırmakta ve süresini azaltabilmektedir.

Sosyal sermaye iki boyutta analiz edilebilir. Bunlardan birincisi toplumsal düzeyde iken diğeri bireysel düzeydedir. Toplumsal düzeyde güven kavramı ön plana çıkarken bireysel düzeyde kişinin ulaşabileceği ve iş yapabileceği etkili çevreyi ifade edebilir (Cansız, Ulusoy,

2017b). Bu çalışmada sosyal sermaye kavramı güven ve ilişkiler üzerinden ele alınmıştır. Yenilikçi sınıfın sosyal sermaye kapasitelerine en fazla katkının nasıl sağlandığı anlaşılmaya ve açıklanmaya çalışılmıştır.

6.1 Güven

Bu bölümde katılımcılara Ar-Ge çalışanlarının onları çevreleyen birey ve kurumlara ne düzeyde güvendiklerine yönelik sorular sorulmuştur. Araştırma kapsamında incelenen 14 ilden elde edilen 1.352 anket verisinin analizi sonuçlarına göre yenilikçi sınıfın iş dünyası ve firmadaki diğer çalışanlara ne düzeyde güvendiği Tablo 6.1’de gösterilmektedir.

Tablo 6.1’e göre Ar-Ge çalışanları iş dünyasına 3 ortalama puan ile ne güveniyor ne güvenmiyor gibi tam ortada görüş bildirmiştir. Çalışanların yaklaşık %26’sı iş dünyasına ‘hiç güvenmiyor’ ya da ‘güvenmiyor’ cevabını vermişlerken %44’lük kesim ise ne ‘güveniyor ne de güvenmiyor’ yanıtını vermişlerdir. Dolayısıyla *Ar-Ge çalışanlarının yaklaşık %70’lik bölümü iş dünyasına güvendiğini söyleyememektedir.*

Firma içindeki çalışanların ve yöneticilerin birbirlerine güvenleri sağlıklı bir iş ortamının olmazsa olmaz koşuludur. Konu Ar-Ge ve yenilik ise güven kavramı bir nebze daha önemli hale gelmektedir. Güven eksikliğinin iş dünyasında sosyal sermaye birikimini sınırladığını, iş birliği ve kolektif eylem kapasitesini sınırlayarak inovasyon ve ekonomik büyüme süreçlerini olumsuz etkilediği uzun süredir bilinmektedir (Putnam, 2000; Coleman, 1988).

Ar-Ge çalışanlarınca işyerindeki diğer çalışanlara duyulan güvene verilen ortalama puan 3,9 olup ‘güveniyorum’a yakınsamaktadır. Katılımcıların %75’i çalışma arkadaşlarına ‘kesinlikle güveniyorum’ veya ‘güveniyorum’ yanıtını vermişlerdir. %5,5’lik kesim aksi yönde görüş bildirmişlerdir. ‘Ne güvenen ne güvenmeyenlerin’ oranı ise yaklaşık %20’ler düzeyindedir.

İşyerindeki Ar-Ge çalışanları yöneticilere 3,8 ortalama puan vererek yaklaşık olarak güvendiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların %70’i ‘kesinlikle güveniyorum’ veya ‘güveniyorum’ cevabını vermiştir. Aksini düşünenlerin oranı %8’de kalırken, kararsız olanların oranı ise %22’dir.

Bu değerler genel olarak firma içinde ‘güveniyorum’a yakınsayan bir durumu ortaya koymaktadır. Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri güvene en çok ihtiyaç duyulan alanlardan birisidir. Bilgiye ulaşma, onu paylaşma, etkili iş birliği ve nitelikli koordinasyon faaliyetleri aktörlerin birbirlerine daha fazla güvendiklerinde daha verimli olmaktadır.

Dolayısıyla iş yerinde ekip içinde güven duygusunun gelişmesi iş yerinin performansına doğrudan yansiyacak ve verimliliği artıracak bir unsur olarak değerlendirildiğinden, firmalarda personel alımından yönetici atamasına kadar tüm faaliyetlerde güven hususuna ayrıca önem verilmesine ihtiyaç bulunmaktadır.

Tablo 6.1: Güven: İş Dünyası ve Firma Çalışanları

Güven Düzeyi ve Güvenilen Kişi ve Kurumlar	İş Dünyası	Yüzde (%)	İşyeri Çalışanlar	Yüzde (%)	İşyeri Yöneticiler	Yüzde (%)
Hiç Güvenmiyorum	106	7,8	19	1,4	35	2,6
Güvenmiyorum	245	18,1	56	4,1	75	5,5
Ne Güveniyor Ne Güvenmiyorum	592	43,8	269	19,9	301	22,3
Güveniyorum	354	26,2	765	56,6	690	51
Çok Güveniyorum	55	4,1	243	18	251	18,6
T2B (Güveniyorum ve Çok Güveniyorum)	409	30,3	1.008	74,6	941	69,6
B2B (Güvenmiyorum ve Hiç Güvenmiyorum)	351	26	75	5,5	110	8,1
Toplam	1.352	100	1.352	100	1.352	100
Ortalama	3		3,9		3,8	

Firma içi çalışanların birbirlerine güvenleri bazı değişkenler itibarıyla farklılık göstermektedir. Bu bağlamda en önemli farkı yaratan değişkenler firmanın genel olarak mekânı yani hangi kent ve kentin hangi bölgesinde faaliyet gösterdiği ile firmanın ihracatçı bir firma olup olmadığıdır. Bu konuyla ilgili veriler Tablo 6.2’de gösterilmektedir.

Buna göre Ar-Ge yapan ama ihracat yapmayan firmalarda firma içi çalışanlar arasında birbirine güven, hem Ar-Ge yapan hem de ihracat yapanlara göre daha yüksektir. Bu durum, ihracatın yüksek teknoloji sektörlerden ziyade düşük teknolojide yoğunlaşmış olmasından kaynaklanabileceği gibi, ihracat yapan firmaların daha rekabetçi çalışma ortamlarından kaynaklı olarak bireyler arasındaki bağların zayıfladığından güvensizliğe daha fazla zemin hazırlanmasından da kaynaklanabilir (Putnam, 2000).

Konuya mekânsal olarak yaklaşıldığında ise metropollerde ve yeni sanayi odaklarında faaliyet gösteren firmalardaki güven düzeyinin hinterlandlara göre daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Hinterlandlardaki düşüklük daha çok yan sanayi üretimin yapılması ve teknolojik girişimcilik faaliyetlerinin düşüklüğünden gelebilir. Diğer bir neden ise, ana sanayi ile kurulan güçlü bağlar sebebiyle çalışan bazlı politikalardan ziyade üretim bazlı politikalara ağırlık verilmesi kaynaklı olabilir. Büyük kentlerde ise yenilikçi girişimcilik ve yüksek teknoloji sektörlerin yoğunluğu kaynaklı olarak çalışma biçimlerine yansıyan kültürün etkisiyle daha güvene dayalı ilişkiler kurulabildiği değerlendirilmektedir. Florida’ya (2002a) göre, yaratıcı sınıfın için yüksek kaliteli sosyal sermaye, çeşitlilik, yenilikçilik ve iş birliği ortamları gereklidir. Hinterlandlarda bu koşulların eksikliği hem güvenin hem de yaratıcı sınıfın gelişimini sınırlar.

Diğer mekânsal faktör ise firmanın faaliyet gösterdiği konumdur. Burada da teknoparklarla OSB’ler arasındaki fark bariz bir şekilde açılmaktadır. OSB firmalarının tamamı Ar-Ge

merkezi statüsünde olduğu için bir taraftan üretim ve verimlilik süreçlerinin etkili olmasını diğer taraftan Ar-Ge ve yeniliğin düşünüldüğü firmalar olarak değerlendirilebilir. Teknoparklar ise, yüksek teknoloji sektörünün bütünüyle Ar-Ge ve yeniliğe odaklandığı farklı ve yenilikçi firmalara ev sahipliği yapmaktadır. Dolayısıyla dünyadaki yenilikçi girişimcilğe yakınsayan firmalardaki yönetimle henüz üretim faaliyetlerine odaklı yaklaşımlara sahip firmalar arasında yönetim tarafından sağlanan firma bazlı ekosistemler güven bakımından farklılık yaratmaktadır.

Tablo 6.2: Firma Çalışanları Arasındaki Güvenin Bazı Değişkenlere Göre Dağılımı

Güven Düzeyleri	Ortalama	İhracat		İl Grupları			Konum			
		Evet	Hayır	Metropoller	Hinterlandlar	Yeni Sanayi Odakları	OSB	Teknopark	Kent Çevresi	Kent Merkezi
İş Yerindeki Çalışanlar	3,9	3,8	4,0	3,9	3,7	3,9	3,6	4,0	3,6	3,8
İş Yerindeki Yöneticiler	3,8	3,6	3,9	3,9	3,6	3,8	3,5	3,9	3,4	3,8
Metropoller: İstanbul, Ankara ve İzmir. Hinterlandlar: Tekirdağ Kocaeli Sakarya Bursa Manisa. Yeni Sanayi Odakları: Denizli, Kayseri, Konya, Eskişehir, Antalya, Mersin										

Yenilik ekosistemindeki kurumların birbirine güveni ekosistemin başarısında kilit rol oynamaktadır. Ar-Ge çalışanlarının kurumlara bu anlamda bakış açısı önem kazanmaktadır. Yenilikçi sınıfın ekosistem aktörlerine güven duyarak iş yapması, proje üretmesi ve bunları diğer paydaşlarla paylaşabilmesi için belirli bir güven düzeyine ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu kapsamda Ar-Ge çalışanlarının STK'lara, üniversite ve akademisyenlere, kamu ve siyaset kurumuna duydukları güven düzeyleri Tablo 6.3'te verilmektedir. Üniversite ve akademisyenlere duyulan güven 3,3 ortalama ile en yüksek ortalama puanı alırken onu STK'lar, kamu kurumları ve siyaset izlemektedir. Ancak ortalama puanlar 3,3 ile 2,3 arasında değişmekte olup kararsızla güvensizlik arasında dalgalanmaktadır. Bu düşük güven düzeyinin her anlamda artırılmaya ihtiyacı vardır. Çok genel olarak Ar-Ge çalışanlarının önemli paydaşlarını oluşturan kurum ve kuruluşlara güven düzeylerinin düşüklüğü üzerinde düşünülmesi ve yeni çalışmalar yapılması gereken bir alan olarak görülmektedir.

Tablo 6.3: Güven: Kurumlar

	Sivil Toplum Kuruluşları	Yüzde (%)	Üniversite Akademisyen	Yüzde (%)	Kamu Kurumları	Yüzde (%)	Siyaset Kurumu	Yüzde (%)
Hiç Güvenmiyorum	122	9	79	5,8	298	22,0	480	35,5
Güvenmiyorum	234	17,3	164	12,1	327	24,2	309	22,9
Ne Güveniyor Ne Güvenmiyorum	566	41,9	470	34,8	436	32,2	347	25,7
Güveniyorum	371	27,4	538	39,8	246	18,2	167	12,4
Çok Güveniyorum	59	4,4	101	7,5	45	3,3	49	3,6
T2B (Güveniyorum ve Çok Güveniyorum)	430	31,8	639	47,3	291	21,5	216	16
B2B (Güvenmiyorum ve Hiç Güvenmiyorum)	356	26,3	243	18	625	46,2	789	58,4
Toplam	1.352	100	1.352	100	1.352	100	1.352	100
Ortalama	3		3,3		2,6		2,3	

STK'ların çağdaş toplumlarda son derece etkili rolleri bulunmaktadır. Ar-Ge ve yenilik ekosisteminde Türkiye'de henüz etkili bir STK yapılanması olduğunu söylemek mümkün değildir. Ar-Ge çalışanlarının bu alandaki görüşü 3 ortalama puan ile ne güveniyor ne de güvenmiyor olup orta noktadadır.

Bunun bir uzantısı olarak yenilikçi sınıfın STK'lara üyelik oranı %20'lerde sendikalara üyelikte ise %2'ler düzeyinde kalmıştır (Bkz. Tablo 6.4). Oysaki STK'lara üyeliğin network ve *zayıf bağların güçlendirilmesi* (Granovetter, 1973) için çok önemli organizasyonlar olma kapasitesi bulunmaktadır. Ar-Ge çalışanlarının çok önemli bir kısmının mühendis olmasına rağmen bu meslekle ilgili STK'lara ilgisi olmaması bu konuda çalışan meslek odaları ve kamunun üzerinde düşünmesine ihtiyaç olduğu değerlendirilmektedir.

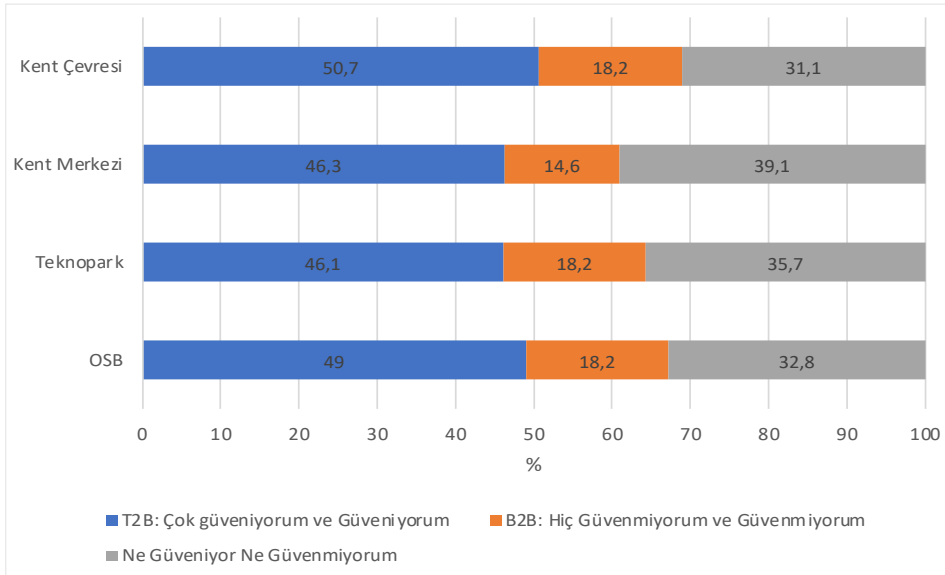
Tablo 6.4: STK'lara ve Sendikalara Üyelik

Üyelikler	Evet		Hayır		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
STK Üyeliği	264	19,5	1.088	80,5	1.352	100
Sendika Üyeliği	30	2,2	1.322	97,8	1.352	100

Üniversite ve akademisyenler Ar-Ge ve yenilik ekosisteminin en önemli aktörleri arasında gelmektedir. Ar-Ge iş birliklerinin geliştirilmesi, yeni projelerin geliştirilmesi ve mevcutlarının daha ileriye götürülmesi açısından yenilikçi sınıfın üniversiteye ve akademisyenlere güveni son derece önemli hale gelmektedir. Katılımcıların görüşleri incelendiğinde üniversite ve akademisyenlere güven düzeyinin 3,3 ortalama puan ile ‘ne güveniyorum ne de güvenmiyorum’ a yakınsamaktadır (Bkz. Tablo 6.3). Ar-Ge çalışanlarının üniversite ve akademisyenlere güven düzeyinin düşük olması üniversite-sanayi arasında iş birlikleri geliştirmenin önündeki engellerden birisi olabilir. Bu nedenle üniversite-sanayi iş birliklerini geliştirirken güven hususlarını da dikkate alan yaklaşımlara ihtiyaç duyulmaktadır.

Diğer taraftan üniversite ve akademisyenlere olan güven firmanın yer aldığı bölgeye göre incelendiğinde en fazla güven duyan kent çevresindeki ve OSB’lerdeki Ar-Ge çalışanlarıyken, bunu kent merkezi ve teknoparklar izlemektedir (Şekil 6.1).

Şekil 6.1: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Bölgelere Göre Üniversitelere/Akademisyenlere Güven



Yenilikçi sınıfın tüm dünyada olduğu gibi siyaset ve bürokrasi kurumlarına en uzak kişilerden oluştuğunu söylemek çok da yanlış olmayacaktır. Türkiye’de de benzer bir eğilim vardır. Ar-Ge, yenilikçilik ve girişimcilik konularında çalışanlar siyaset ve bürokrasiden uzak durma eğilimindedirler. Bunun bir uzantısı veya sebebi ise bu tip kurumlara çok güvenmemeleri olabilmektedir. Türkiye’de yenilikçi sınıfın en az güvendiği kurum 2,3 ortalama puan ile siyaset kurumu iken bunu 2,6 ortalama puan ile bürokrasi izlemektedir (Bkz. Tablo 6.3).

Nitekim siyaset ve bürokrasiye duyulan güvenin firmanın mekânına göre nasıl değiştiğine ilişkin veriler Tablo 6.5’te gösterilmektedir. Siyaset ve bürokrasiye güven genelde çok düşük iken bu oranlar teknoparklar ve büyük kentlerde daha da aşağı çekilmektedir.

Ar-Ge çalışanlarının içinde en nitelikli grubun büyük kentlerde ve teknoparklarda çalıştığı veya buralarda çalışma istediği değerlendirildiğinde bu oranların düşüklüğü bu konunun üzerinde önemle durması gerektiğinin göstergesidir.

Tablo 6.5: Siyaset ve Bürokrasiye Güvenin Bazı Değişkenlere Göre Dağılımı

Güven Düzeyleri	Ort.	İl Grupları			Mekân			
		Metropol	Hinterland	Yeni Sanayi Odak	OSB	Teknopark	Kent Çevresi	Kent Merkezi
Bürokrasi	2,6	2,5	2,7	2,7	2,7	2,5	2,6	2,7
Siyaset	2,3	2,1	2,4	2,5	2,3	2,2	2,3	2,4
Metropoller: İstanbul, Ankara ve İzmir. Hinterlandlar: Tekirdağ Kocaeli Sakarya Bursa Manisa. Yeni Sanayi Odakları: Denizli, Kayseri, Konya, Eskişehir, Antalya, Mersin								

Türkiye'deki son 20 yıldaki Ar-Ge ve yenilik politika ve uygulamaları yenilikçi sınıf tarafından yeterince değerlendirilmemiş olabilir veya güven konusundaki soru değerlendirilirken daha geniş düşünülmüş olabilir. Halbuki teknoparklara ve Ar-Ge merkezlerine sağlanan destek ve imkânlar sayesinde Türkiye'nin Ar-Ge çalışan sayısında çok önemli bir artış sağlanmıştır. Teknopark ve Ar-Ge merkez sayılarındaki artış zamanla Ar-Ge çalışan sayısını da artırmış ve önemli bir iş alanı oluşmasını sağlamıştır. Dolayısıyla siyaset ve kamu kurumu tarafından Türkiye'nin Ar-Ge ve yenilikle kalkınma misyonu, yerleştirmeye politikaları, savunma ve sağlık gibi sektörlerdeki yatırımlar ve düzenlemelerinden bağımsız olarak bu kurumlara güven düzeyinin 'güvenmiyorum'a yakınsaması tarafların üzerine odaklanabileceği bir sorun alanı olduğu işaret etmektedir.

Gelişmiş ülkelerde siyaset ve bürokrasiye duyulan güven, iş birliğini, etkileşimi ve bunlara bağlı olarak yenilik ve girişimcilik ekosistemini de güçlendirmekte, daha etkin hale getirmektedir. Ar-Ge, yenilik ve girişimcilikte piyasa düzenleyici, destekleyici ve yapıcı olarak siyaset kurumu ve nispeten gelişmekte olan ülkelerde siyasetin uzantısı olarak konumlanan bürokrasi kurumuna olan güvenin Türkiye'de artırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu kapsamda karar alıcıların kendilerini özellikle teknoparklar ve OSB'lere anlatmaları için karşılıklı görüş alışverişlerinin olabileceği platformların geliştirilmesi bir ihtiyaç olarak karşımızda durmaktadır.

Dünya değerler araştırmasında Türkiye son sıralarda yer almaktadır. Bunun anlamı ülkemiz insanı genel olarak birbirine güvenmemektedir. Güven duygusu iş birliği kavramıyla yakından ilişkili olup bu duygunun geliştiği toplumlarda işlem maliyetleri düşmekte daha büyük ekonomik ve sosyal organizasyonlar kurulabilmektedir.

6.2 Network ve Etkili Çevre

Bireyin sahip olduğu etkili çevre ve dahil olduğu networkler bireylerin yeteneklerini daha iyi kullanabilmesini sağlamaktadır. Networkler içindeki konum ve sahip olunan çevrelerin etkinliği tüm davranış örüntülerinde olduğu gibi yenilikçilik ekosisteminde de önemli işlevler görmektedir. Gerek kurulan zayıf bağlar gerekse bunlardan gelişerek güvene dayalı ortaya çıkan güçlü bağlar sahip olunan sermaye kapasitesinin etkinliği ile birleştiğinde bireyin sahip olduğu diğer sermayeleri işlevsel kılarak faaliyet alanında başarı sağlamaktadır.

Bu çerçevede çalışma kapsamında yenilikçi sınıfın sahip olduğu sosyal sermaye kapasitesi göreceli olarak analiz edilmeye çalışılmıştır. Önce katılımcıların etkili sosyal, iş, bürokrasi, siyasi ve yurtdışı çevrelere ilişkin değerlendirmeleri alınmıştır. Sonrasında ise bu çevrelerin nasıl oluştuğuna ve beslendiğine ilişkin veriler toplanmıştır.

Ar-Ge çalışanlarının sahip oldukları etkili sosyal, iş, bürokrasi, siyaset ve yurtdışı çevrelerine ilişkin bilgiler Tablo 6.6'da gösterilmektedir. Verilen ortalama puanlar 1,9 ile 3,7 arasında değişmektedir. Farklı bir deyişle katılımcılar bazı alanlarda etkili bir çevreleri olmadığını, bazı alanlarda olduğunu düşünürken bazılarında çekimser görüş vermişlerdir.

Tablo 6.6: Sosyal Sermaye Kapasitesi

	Etkili Sosyal Çevre Var	Yüzde (%)	Etkili İş Çevre Var	Yüzde (%)	Etkili Bürokrasi Çevre Var	Yüzde (%)	Etkili Siyasi Çevre Var	Yüzde (%)	Etkili Yurtdışı Çevre Var	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	33	2,4	28	2,1	388	28,7	642	47,5	374	27,7
Katılmıyorum	117	8,7	99	7,3	436	32,2	390	28,8	380	28,1
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	290	21,4	315	23,3	302	22,3	172	12,7	315	23,3
Katılıyorum	642	47,5	662	49	174	12,9	105	7,8	214	15,8
Kesinlikle Katılıyorum	270	20	247	18,3	52	3,8	43	3,2	69	5,1
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	912	67,5	909	67,3	226	16,7	148	10,9	283	20,9
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	150	11,1	127	9,4	824	60,9	1032	76,3	754	55,8
Toplam	1352	100	1352	100	1352	100	1352	100	1352	100
Ortalama	3,7		3,7		2,3		1,9		2,4	

Ar-Ge çalışanlarının etkili sosyal çevreye verdiği ortalama puan 3,7 olup ‘katılıyorum’a yakınsamaktadır. Katılımcıların 912’si diğer bir ifadeyle %68’i işlerini kolaylaştıran etkili bir sosyal çevresi olduğunu belirtmektedir (Bkz. Tablo 6.6).

Katılımcılara etkili sosyal çevrenin oluştuğu ilk üç sosyal grup ve organizasyonların neler olduğu sorulmuştur. Tablo 6.7’de ise bu etkili sosyal çevrenin nereden geldiğine ilişkin veriler derlenmiştir. Tablo yatay bir şekilde incelendiğinde; Ar-Ge çalışanları sosyal çevrelerine birinci sırada katkı sağlayan gruplar; %40 ile aile, %34 ile arkadaş ve %22 ile iş çevresinden oluşurken %3’lük bir kesimi ise sanat, spor, STK ve siyasi faaliyetler şeklinde sıralanmaktadır. İkinci tercihler incelendiğinde ilk sırayı arkadaş çevresi alırken, üçüncü sırada %42 ile iş çevresi öne çıkmaktadır. Ayrıca STK’lar, sanat, spor ve kitap faaliyetleri ile siyasi faaliyetlerin ikinci tercihlerde toplam içindeki oranı %7,4 iken, üçüncü tercihlerde %16’ya çıkmaktadır.

Tablo 6.7: Sosyal Çevreye En Fazla Katkı Sağlayanlar

	Aile Çevresi	Arkadaş Çevresi	İş Çevresi	STK’lar	Sanat, Spor Kitap Kulüp	Siyasi Faaliyet ve Gruplar	Toplam
1. Sırada	368	311	204	5	16	8	912
Yatay %	40,4	34,1	22,3	0,5	1,8	0,9	100
Dikey %	45,6	36,1	24,8	6,1	11,8	29,6	
2. Sırada	219	391	234	28	36	4	912
Yatay %	24,0	42,9	25,7	3,1	3,9	0,4	100
Dikey %	27,2	45,3	28,4	34,1	26,5	14,8	
3. Sırada	219	160	385	49	84	15	912
Yatay %	24,0	17,5	42,3	5,4	9,2	1,6	100
Dikey %	27,2	18,6	46,7	59,8	61,8	55,6	
Toplam	806	862	823	82	136	27	
Yatay %	88,4	94,5	90,2	9,0	14,9	3,0	
Dikey %	100	100	100	100	100	100	

Diğer taraftan tablo dikey bir şekilde incelendiğinde; Ar-Ge çalışanlarının etkili sosyal çevrelerinin geldiği veya oluştuğu ilk grubun %95 ile (912 kişinin 862’si) arkadaş çevresi olduğu görülmektedir. Arkadaş çevresini sırasıyla, iş çevresi (%90), aile (%88,4), sanat spor ve kitap faaliyetleri (%15), STK’lar (%9) ve siyasi faaliyetler (%3) izlemektedir (Bkz. Tablo 6.7). Görüleceği üzere, iş çevresine göre çok daha fazla birincil ilişkilerin kurulduğu

sosyal çevre genel olarak aile, arkadaş ve iş çevresinden beslenmektedir. Siyasi faaliyetler ise sosyal çevreye en düşük düzeyde katkıda bulunmaktadır.

Aile, arkadaş ve iş çevresi gibi güçlü bağların sosyal çevreye katkısının yüksek olması, bireylerin daha çok yakın çevrelerinden destek aldığını ve sosyal sermayelerinin büyük ölçüde bu bağlar üzerinden oluştuğunu gösterir. Güçlü bağlar, bireylerin duygusal dayanıklılıklarını artırabilir ve bireysel güven ortamı oluşturabilir. Ancak, yenilikçilik ve bilgi paylaşımı için daha geniş bir sosyal ağ ve zayıf bağlar gereklidir. Yaratıcı bireylerin çeşitli sosyal çevrelerden gelen zayıf bağlarla beslendiği ve yenilikçi fikirlerin bu tür bağlar üzerinden yayılmakta olduğu iyi bilinen bir gerçekliktir (Granovetter, 1973; Florida, 2002a). Bu bağlamda, zayıf bağların eksikliği, Türkiye'deki yaratıcı sınıfın potansiyelini sınırlandırabilir.

Ar-Ge çalışanlarının etkili iş çevresinin ortalama puanı 3,7 olup 'katılıyorum'a yakındır. Katılımcıların 909'u diğer bir deyişle %67'si işlerini kolaylaştıran etkili bir iş çevresi olduğunu belirtmektedir (Bkz. Tablo 6.6).

Katılımcılara etkili iş çevresinin oluştuğu ilk üç sosyal grup ve organizasyonların neler olduğu sorulmuştur. Tablo 5.7'de ise bu etkili iş çevresinin nereden geldiğine ilişkin veriler derlenmiştir. Ar-Ge çalışanlarının iş çevrelerine birinci sırada katkı sağlayan gruplar; %59 ile iş çevresi, %20 ile arkadaş, %20 ile aile çevresi ve %2 ile sanat, spor STK ve siyasi faaliyetlerden oluşmakta ve gelişmektedir. İkinci tercihler incelendiğinde ilk sırayı %56,5 ile arkadaş çevresi alırken üçüncü sırada %42 ile aile çevresi öne çıkmaktadır. Ayrıca STK'lar, sanat, spor ve kitap faaliyetleri ile siyasi faaliyetlerin oranı ikinci tercihlerde %7'ye, üçüncü tercihlerde ise %19'a çıkmaktadır.

Ar-Ge çalışanlarının etkili iş çevrelerinin geldiği veya oluştuğu ilk grubun %96 ile (909 kişinin 876'sı) yine iş çevresi olduğu görülmektedir. İş çevresini sırasıyla, arkadaş çevresi, aile, STK'lar, sanat spor ve kitap faaliyetleri ve siyasi faaliyetler izlemektedir (Bkz. Tablo 6.8). Sosyal çevreyle benzer olarak iş çevresine de en önemli katkı iş, arkadaş ve aileden gelmektedir.

Ar-Ge çalışanlarının etkili bürokratik çevresinin ortalama puanı 2,3 olup 'katılmıyorum'a yakındır. Katılımcıların 226'sı diğer bir deyişle %17'si işlerini kolaylaştıran etkili bir bürokratik çevresinin olduğunu belirtmektedir (Bkz. Tablo 6.6).

Katılımcılara etkili bürokratik çevrenin oluştuğu ilk üç sosyal grup ve organizasyonun neler olduğu sorulmuştur. Tablo 6.9'da ise bu çevrenin nereden geldiğine ilişkin veriler derlenmiştir. Ar-Ge çalışanlarının bürokratik çevrelerine birinci sırada katkı sağlayan gruplar; %37 ile iş çevresi, %27 ile aile çevresi, %21 ile arkadaş çevresi ve %15 ile sanat, spor STK ve siyasi faaliyetlerden oluşmakta ve gelişmektedir.

Bu durum, Ar-Ge çalışanlarının sosyal sermayesinin büyük ölçüde yakın çevreleri tarafından şekillendiğini ve bürokrasiyle olan ilişkilerinde de bu güçlü bağlara güvendiğini göstermektedir. Bourdieu (1986), sosyal sermayenin bireylerin sosyal ağları aracılığıyla

elde ettiği kaynaklar olduğunu vurgular. Güçlü bağlar, bireylere duygusal destek ve güven sağlarken, bürokratik süreçlerde de aracılık rolü oynayabilir.

Tablo 6.8: İş Çevresine En Fazla Katkı Sağlayanlar

	Aile Çevresi	Arkadaş Çevresi	İş Çevresi	STK'lar	Sanat, Spor Kitap Kulüp	Siyasi Faaliyet ve Gruplar	Toplam
1. Sırada	179	178	532	8	9	3	909
Yatay %	19,7	19,6	58,5	0,9	1,0	0,3	100
Dikey %	23,8	21,1	60,7	6,7	9,2	7,5	
2. Sırada	187	514	146	31	20	11	909
Yatay %	20,6	56,5	16,1	3,4	2,2	1,2	100
Dikey %	24,9	60,8	16,6	26,1	20,4	27,5	
3. Sırada	384	152	198	80	69	26	909
Yatay %	42,2	16,7	21,8	8,8	7,6	2,9	100
Dikey %	51,1	18	22,6	67,2	70,4	65	
Toplam	750	844	876	119	98	40	
Yatay %	82,5	92,8	96,4	13,1	10,8	4,4	
Dikey %	100	100	100	100	100	100	

İkinci tercihler incelendiğinde ilk sırayı arkadaş çevresi alırken, üçüncü sırada iş çevresi öne çıkmaktadır. Ayrıca ikinci tercihlerde STK'lar, sanat, spor ve kitap faaliyetleri ile siyasi faaliyetlerin oranı artarak %16'ya, üçüncü tercihlerde ise %25'e çıkmaktadır.

Ar-Ge çalışanlarının etkili bürokratik çevrelerinin geldiği veya oluştuğu ilk grubun %85 ile (226 kişinin 193'ü) iş çevresi olduğu görülmektedir. İş çevresini sırasıyla, arkadaş çevresi (%82,3), aile (%76,1), STK'lar (%25,2), siyasi faaliyetler (%17,7) ve sanat spor ve kitap faaliyetleri (%13,3) izlemektedir (Bkz. Tablo 6.9). Bürokrasiyle temas yine en çok iş çevresiyle oluşmaktadır. Arkadaş çevresi ve ailenin yanında STK'lar ve siyasi faaliyetler de bürokratik çevre için önem kazanmaktadır.

Ar-Ge çalışanlarının etkili siyasi çevresinin ortalama puanı 1,9 olup 'katılmıyorum'a yakınsamaktadır. Katılımcıların 148'i diğer bir deyişle %11'i işlerini kolaylaştıran etkili

bir siyasi çevresinin olduğunu belirtmektedir. Bu oran sosyal sermayeyi oluşturan çevreler arasında en düşüğüdür (Bkz. Tablo 6.6).

Tablo 6.9: Bürokratik Çevreye En Fazla Katkı Sağlayanlar

	Aile Çevresi	Arkadaş Çevresi	İş Çevresi	STK'lar	Sanat, Spor Kitap Kulüp	Siyasi Faaliyet ve Gruplar	Toplam
1. Sırada	62	47	83	14	5	15	226
Yatay %	27,4	20,8	36,7	6,2	2,2	6,6	100
Dikey %	36,0	25,3	43,0	24,6	16,7	37,5	
2. Sırada	54	87	48	18	8	11	226
Yatay %	23,9	38,5	21,2	8,0	3,5	4,9	100
Dikey %	31,4	46,8	24,9	31,6	26,7	27,5	
3. Sırada	56	52	62	25	17	14	226
Yatay %	24,8	23,0	27,4	11,1	7,5	6,2	100
Dikey %	32,6	28	32,1	43,9	56,7	35	
Toplam	172	186	193	57	30	40	
Yatay %	76,1	82,3	85,4	25,2	13,3	17,7	
Dikey %	100	100	100	100	100	100	

Katılımcılara etkili siyasi çevrenin oluşturduğu ilk üç sosyal grup ve organizasyonların neler olduğu sorulmuştur. Tablo 6.10'da ise bu etkili siyasi çevrenin nereden geldiğine ilişkin veriler derlenmiştir.

Ar-Ge çalışanlarının siyasi çevrelerine birinci sırada katkı sağlayan gruplar; %31,1'le iş çevresi, %28'i aile çevresi, %17' arkadaş ve %24'lük bir kesimi ise sanat, spor STK ve siyasi faaliyetlerden oluşmakta ve gelişmektedir.

İkinci tercihler incelendiğinde ilk sırayı arkadaş çevresi alırken üçüncü sırada iş çevresi öne çıkmaktadır. Ayrıca ikinci tercihlerde STK'lar, sanat, spor ve kitap faaliyetleri ile siyasi faaliyetlerin oranı %21'e gerilerken üçüncü tercihlerde toplam içindeki payı %30'a çıkmaktadır.

Tablo 6.10: Siyasi Çevreye En Fazla Katkı Sağlayanlar

	Aile Çevresi	Arkadaş Çevresi	İş Çevresi	STK'lar	Sanat, Spor Kitap Kulüp	Siyasi Faaliyet ve Gruplar	Toplam
1. Sırada	41	25	46	9	3	24	148
Yatay %	27,7	16,9	31,1	6,1	2,0	16,2	100
Dikey %	37,3	22,5	41,4	18,4	15,8	54,5	
2. Sırada	36	59	21	14	9	9	148
Yatay %	24,3	39,9	14,2	9,5	6,1	6,1	100
Dikey %	32,7	53,2	18,9	28,6	47,4	20,5	
3. Sırada	33	27	44	26	7	11	148
Yatay %	22,3	18,2	29,7	17,6	4,7	7,4	100
Dikey %	30	24,3	39,6	53,1	36,8	25	
Toplam	110	111	111	49	19	44	
Yatay %	74,3	75,0	75,0	33,1	12,8	29,7	
Dikey %	100	100	100	100	100	100	

Ar-Ge çalışanların etkili siyasi çevrelerinin geldiği veya oluştuğu ilk grubun %75 ile (148 kişinin 111'i) iş ve arkadaş çevresi olduğu görülmektedir. Bunları aile (%75), STK'lar (%33,1), sanat spor ve kitap faaliyetleri (%13), ve siyasi faaliyetler (%30) sırasıyla izlemektedir (Bkz. Tablo 6.10). STK ve siyasi faaliyetler diğer değişkenlerin yanında siyasi çevre için en üst seviyelere çıkmış olsa da aile, arkadaş ve iş çevresi kadar katkı sağlayamamaktadır.

Ar-Ge çalışanlarının etkili yurtdışı çevresinin ortalama puanı 2,4 olup 'katılmıyorum'a yakınsamaktadır. Katılımcıların 283'ü diğer bir deyişle %21'i işlerini kolaylaştıran etkili bir yurtdışı çevresinin olduğunu belirtmektedir (Bkz. Tablo 6.6).

Katılımcılara etkili yurt dışı çevrenin oluştuğu ilk üç sosyal grup ve organizasyonların neler olduğu sorulmuştur. Tablo 6.11'de ise bu etkili yurtdışı çevrenin nereden geldiğine ilişkin veriler derlenmiştir.

Ar-Ge çalışanları yurtdışı çevrelerine birinci sırada katkı sağlayan grupları; %46,3'le iş çevresi, %28 arkadaş ve %21 aile çevresinden ve %4,9'luk bir kesimi ise sanat, spor STK ve siyasi faaliyetlerden oluşmakta ve gelişmektedir.

İkinci tercihler incelendiğinde ilk sırayı arkadaş çevresi alırken üçüncü sırada aile çevresi öne çıkmaktadır. Ayrıca ikinci tercihlerde STK'lar, sanat, spor ve kitap faaliyetleri ile siyasi faaliyetlerin oranı %8,4'e, üçüncü tercihlerde ise %24'ya çıkmaktadır.

Ar-Ge çalışanların etkili yurtdışı çevrelerinin geldiği veya oluştuğu ilk grubun %39'ar pay ile (284 kişinin 111'i) arkadaş ve iş çevresi olduğu görülmektedir. Bunları aile (%39), STK'lar (%17), siyasi faaliyetler (%15) ve sanat spor ve kitap faaliyetleri (%7) sırasıyla izlemektedir (Bkz. Tablo 6.11).

Tablo 6.11: Yurtdışı Çevresine En Fazla Katkı Sağlayan

	Aile Çevresi	Arkadaş Çevresi	İş Çevresi	STK'lar	Sanat, Spor Kitap Kulüp	Siyasi Faaliyet ve Gruplar	Toplam
1. Sırada	60	78	131	8	2	4	283
Yatay %	21,2	27,6	46,3	2,8	0,7	1,4	100
Dikey %	27,8	30	48,3	14,5	5	40	
2. Sırada	62	138	61	10	12	2	285
Yatay %	21,8	48,4	21,4	3,5	4,2	0,7	100
Dikey %	28,7	53,1	22,5	18,2	30	20	
3. Sırada	94	44	79	37	26	4	284
Yatay %	33,1	15,5	27,8	13,0	9,2	1,4	100
Dikey %	43,5	16,9	29,2	67,3	65	40	
Toplam	110	111	111	49	19	44	
Yatay %	38,6	38,9	38,9	17,2	6,7	15,4	
Dikey %	100	100	100	100	100	100	

Tablo 6.12'de yurtdışında edinilmiş olan etkili çevrenin değişkenlere göre farklılığı gösterilmektedir. Buna göre eğitim, yabancı dil bilgisi ve yönetici düzeyi arttıkça yurtdışı etkili çevre de artmaktadır. Beklenileceği gibi yurtdışı eğitim ve çalışma tecrübesi bu çevrenin oluşmasında önemli farklılıklar yaratmaktadır.

Tablo 6.12: Yurtdışında Edinilen Etkili Çevrenin Bazı Değişkenlere Göre Değişimi

Genel Ort.	Eğitim Düzeyi			Yönetici Düzeyi		
	Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora	Alt	Orta	Üst
2,4	2,3	2,6	2,9	2,5	2,6	2,9
Yabancı Dil Bilgisi			Yurtdışı Eğitim		Yurtdışı Çalışma	
Dil Bilmeyen	Bir Dil Bilen	Birden Fazla Dil Bilen	Evet	Hayır	Evet	Hayır
2	2,4	3	2,9	2,4	3,1	2,3

6.3 Bölüm Sonu Değerlendirmesi

Sosyal Sermaye hususu toplu olarak değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılabilmektedir;

- Sosyal sermayenin en kritik bileşeni aktörlerin kişilere ve kurumlara güven düzeyidir. Ar-Ge çalışanlarının bulundukları yere ve yenilik ekosistemini oluşturan kurumlara güven duyması yaratıcı olmaları konusunda son derece önemlidir. Buna göre Ar-Ge çalışanlarının en çok güvendiği kişiler firma çalışanları (işyerindeki çalışma arkadaşları) ve yöneticileri ile üniversiteler/akademisyenler iken, en az güvendikleri siyaset ve bürokrasi kurumudur. Keza katılımcıların iş dünyasına ve STK'lara da ne güveniyor ne güvenmiyorum gibi ortada bir görüş sunarak pek güvenmediklerini ortaya koymuşlardır.
- Firma içindeki güven ilişkisi coğrafi faktörlere göre değişmektedir. Bu faktörler; firmanın bulunduğu mekân/kent ile faaliyet gösterdiği bölge/konumdur. Bu faktörlere göre katılımcıların güven durumu değişmektedir. Buna göre, genel olarak metropol ölçeğindeki büyük kentlerde ve yeni sanayi odaklarında yer alan ve teknoparklarda faaliyet gösteren firmalarda güven daha fazladır.
- Sosyal sermayenin diğer boyutu da katılımcıların sahip olduğu network (ağ) ve etkili çevredir. Katılımcıların en etkili sosyal çevresini sırasıyla aile, arkadaş ve iş çevresi oluşturmaktadır. Sosyal sermayeye en az katkıda bulunan ise bürokratik ve siyasi çevredir. Diğer bir sosyal sermaye kaynağı olan yurtdışı çevresi ise görece sınırlı bir etkiye sahiptir.
- Genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye'deki yenilikçi sınıfın sahip olduğu sosyal sermaye kapasitesinin temelde iş çevresi ve sosyal çevreden oluştuğu, Ar-Ge çalışanlarının ulaşabildiği ve onun için bir şeyler yapabilecek etkili ağlarının ve güçlü çevrelerinin birinci derece iş çevresinden geldiği, onu aile çevresinin izlediği, üçüncü sırada ise arkadaş çevresinin öne çıktığı görülmektedir. STK'lar, sanat, spor ve kitap kulüpleri ile siyasi faaliyet ve grupların sosyal sermaye oluşumuna katkısının ise çok düşük düzeyde kaldığı dikkati çekmektedir.

Bu sonuçlar, yenilikçilik politikasında sosyal sermayenin tali bir değişken değil, ekosistemin çalışma kapasitesini belirleyen kurucu bir unsur olduğunu göstermektedir. Ar-Ge çalışanlarının güven duyduğu aktörler ağırlıkla yakın çevre, firma içi ilişkiler ve akademik aktörlerdir; buna karşılık siyaset, bürokrasi, STK ve sanat-spor çevreleriyle kurulan bağlar daha sınırlıdır. Bu nedenle Türkiye’de yenilik ekosisteminin güçlenmesi, sadece teşvik ve altyapı mekânizmalarına değil, aktörler arasında güven, süreklilik ve karşılıklı öğrenme üretecek kurumsal ara yüzlerin geliştirilmesine de bağlıdır.



7

7. EKONOMİK SERMAYE

Ekonomik sermaye birikiminin uzun dönemli büyüme ve kalkınmanın temelini oluşturduğu görüşü klasik iktisatçılar Smith ve Marx'tan neoklasik büyüme teorisine kadar uzanmaktadır. Bourdieu'de (1986) Marx'tan aldığı ekonomik sermaye kavramını daha da genişleterek bu sermaye türünü bireyin sahip olduğu mevcut ekonomik/parasal kaynaklar, mal ve mülk ile kazanılan gelir olarak ifade etmektedir. Ekonomik sermayenin önemi bu sermayenin diğer sermayelere (sosyal, sembolik vb.) dönüşebiliyor olmasıdır.

Ekonomik sermaye diğer sermayelerin ulaşmak istediği hedefler arasında yer almakta ve onların üzerinde konumlanmaktadır. Ar-Ge çalışanlarının ekonomik koşulları, imkânları ve potansiyellerinin iyi olması diğer mesleklerde olduğu gibi onların verimli çalışmasında etkili olmaktadır.

Bu bölümde katılımcıların birikimleri ve güncel ücretleri üzerinden konumları açıklanmak istenmiştir.

7.1 Birikim

Araştırma kapsamında incelenen 14 ilden elde edilen 1.352 anket verisinin analiz sonuçlarına göre Tablo 7.1'de Ar-Ge çalışanlarının 2019 yılı için ekonomik birikimleri verilmektedir. Önemli bir kısmı çalışma hayatında henüz beş yıllık olmaları nedeniyle 100 bin TL'nin altında birikimi olanların toplam içindeki oranı yaklaşık %40'tır. 500 Bin TL üzeri farklı bir anlatımla bir evi ve arabası olan Ar-Ge çalışanlarının oranı yalnızca %12 düzeyindedir. Bu soruya cevap vermek istemeyen %29'luk kesim de normal dağıtıldığında 500 bin TL üzeri birikimi olanların oranı yaklaşık %16'ya çıkmaktadır. 2019 yılı başında alınan bu ekonomik sermaye verileri bize yenilikçi sınıfın önemli bir birikimi olmadığını göstermektedir. Katılımcıların %30'unun neredeyse bir arabası bile bulunmamaktadır.

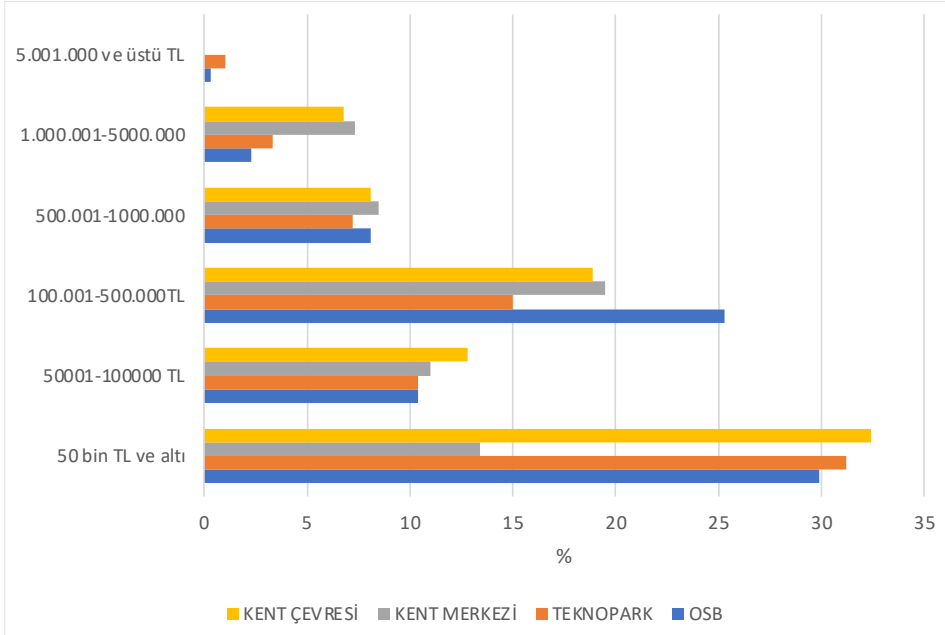
Tablo 7.1: Ekonomik Birikim

Birikim	Sayı	Yüzde (%)
50 Bin TL ve Altı	405	30
50.001- 100.000 TL	145	10,7
100.001 – 500.000 TL	244	18
500.001 – 1.000.000 TL	103	7,6
1.000.001- 5.000.000 TL	50	3,7
5.001.000 ve üstü TL	9	0,7
Cevap vermek istemedi	396	29,3
Toplam	1.352	100

Şekil 7.1'de firmaların faaliyet gösterdiği bölgeye göre ekonomik sermayesi verilmektedir. Burada OSB ve kent çevresinde yer alan sanayi bölgelerindeki Ar-Ge çalışanlarının en

fazla ekonomik birikime sahip olduğu, teknokentlerde çalışan yaratıcı sınıfın ise birikim açısından görece daha az sermayesi olduğu görülmektedir.

Şekil 7.1: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Bölgeye Göre Ekonomik Sermaye



7.2 Ücret/Gelir

Diğer taraftan Tablo 7.2’de ise Ar-Ge çalışanlarının 2019 yılı için aylık ortalama maaşlarına ilişkin bilgiler verilmektedir. Yenilikçi sınıfın aldıkları aylık ücretler incelendiğinde %25,6’sının 4.000 TL ve altında ücret aldığı görülmektedir. Ar-Ge çalışanlarının %30’u bu alanda cevap vermemiş olup %48’i 6 Bin TL’nin altında aylık ücret alırken 8 Bin TL üzerinde ücreti olan yalnızca %13,1’lik bir kesim bulunmaktadır. Ar-Ge çalışanlarının yüzde 25’i neredeyse asgari ücretin iki katı ücret alabilmektedirler. Teknoparklarda ve Ar-Ge merkezlerinde sağlanan vergisel teşviklere rağmen ücretler düşük seyretmektedir.

Tablo 7.2: Aylık Ücret

Gelir (Maaş)	Sayı	Yüzde (%)
4.000 TL ve altı	332	24,6
4.001 – 6.000 TL	311	23
6001 – 8.000 TL	129	9,5
8.001 – 12.000 TL	97	7,2
12.001 – 16.000 TL	47	3,5
16.001 – 20.000 TL	17	1,3
20.001 TL ve üstü	15	1,1
Cevap yok	404	29,9
Toplam	1.352	100

Çok kaba bir tahminle Ar-Ge çalışanlarının ortalama 5.000 TL aylık ücret aldıkları değerlendirilebilir. Bu da o günkü kurla yaklaşık 800 ABD dolarına denk gelmektedir. Hem yüksek nitelikleri hem de maliyetlerinin düşük olması, diğer ekosistem koşullarının da iyileştirilmesi koşuluyla Türkiye’yi uluslararası şirketler için Ar-Ge faaliyetleri çerçevesinde çekim merkezi haline getirebileceği değerlendirilmektedir.

Görüldüğü gibi kamunun Ar-Ge ve yenilik alandaki çok ciddi desteklerine rağmen Ar-Ge çalışanlarının aldıkları ücretlerin genel olarak düşük kaldığı görülmektedir. Bu bağlamda Tablo 7.3’de Ar-Ge çalışanlarının mevcut işlerindeki ücretlerinden memnuniyet düzeyleri sorulmuştur. Buna göre mevcut işinde aldıkları ücretten memnun olanların oranı %60 iken memnun olmayanların oranı %19’dur. Çekimsiz görüş bildirenler ise %21’lik bir kesimi içermektedir. Ortalama değer 3,5 olup katılıyorum ile kararsızım arasında yer almaktadır. Buna göre memnuniyet cevabı verenlerin oranı yüksek olsa da Ar-Ge çalışanlarının bu alanda yeterli bir tatmin sağlamadıkları söylenebilmektedir.

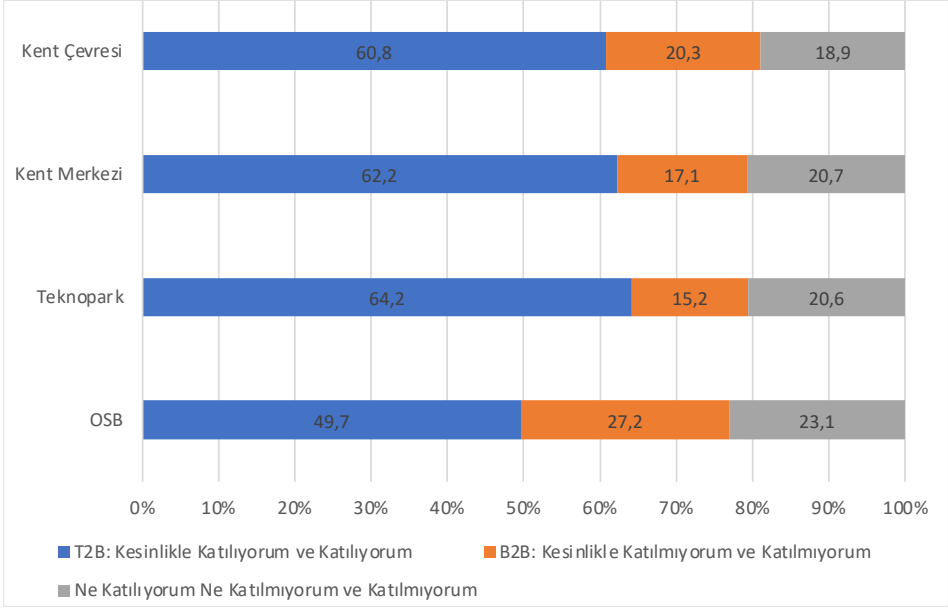
Tablo 7.3: Ücret Memnuniyet Düzeyi

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	105	7,8
Katılmıyorum	146	10,8
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	284	21
Katılıyorum	598	44,2
Kesinlikle Katılıyorum	219	16,2
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	817	60,4
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	251	18,6
Toplam	1352	100
Ortalama	3,5	

1- Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4- Katılıyorum 5- Kesinlikle katılıyorum

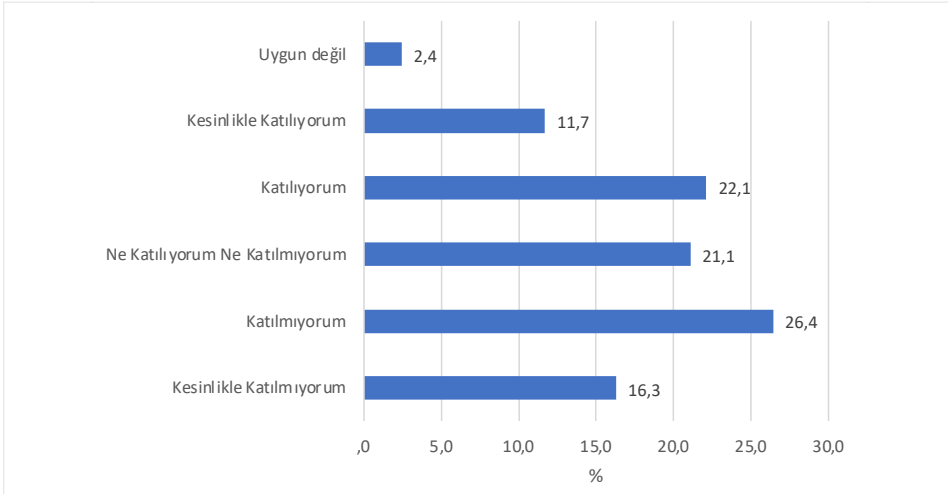
Şekil 7.2’de yenilikçi sınıfın çalıştığı iş yeri bölgelerine göre aldıkları ücretlerden memnuniyet düzeyi görülmektedir. Ar-Ge çalışanları içerisinde kazancından en fazla memnun olanlar teknopark çalışanları (%64,2) iken, bunu kent merkezinde çalışanlar ile kent çevresindeki sanayi kuruluşlarında çalışan yenilikçi sınıf izlemektedir. OSB’lerde çalışan yaratıcı sınıfın ise ancak yarısı memnun iken, kalan kısmının memnuniyetsiz olduğu dikkati çekmektedir. Burada oranlar özellikle OSB’de çalışan Ar-Ge personelinin aldıkları ücretten kısmen memnun olduklarını ortaya koymaktadır.

Şekil 7.2: Bölgelere Göre Ücret Memnuniyet Düzeyi



Ar-Ge çalışanları ücretlerinden kısmen memnun olmalarına rağmen yaşadıkları ve çalıştıkları kentten daha az gelişmiş kente yüksek ücret karşılığında gitme istekleri görece düşüktür (Şekil 7.3). Nitekim çalışanların %43'ü (B2B: Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum) yüksek ücret verilse dahi bulunduğu kenten daha az gelişmiş kent gitmeyeceğini belirtirken, çalışanların %34'ü (T2B: Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum) gidebileceğini belirtmektedir. Bu durum genel olarak yaratıcı sınıf çalışanlarının sadece gelir ve kazanç odaklı hareket etmediğini, yaşadıkları mekânların kentsel donatılarını, imkânlarını ve yaşam kalitesini daha fazla önemseydiğini yani ekonomik sermayenin mekânsal sermayeyi tam olarak ikame edemediğini göstermektedir.

Şekil 7.3: Daha Yüksek Ücret ile Daha Az Gelişmiş Kentlerde Çalışma İsteği



7.3 Bölüm Sonu Değerlendirmesi

Ekonomik Sermaye hususu toplu olarak değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılabilmektedir;

- Ar-Ge çalışanlarının ekonomik sermayelerinden biri olan birikimlerinin yaklaşık yarısı araştırmanın yapıldığı tarih (2019 başı) baz alındığında 100 bin TL ve altında yer almaktadır. Bu ekonomik sermaye verileri bize yenilikçi sınıfın önemli bir birikimi olmadığını göstermektedir.
- Ar-Ge çalışanlarının aldıkları ücret düşük olmakla birlikte katılımcılar aldıkları ücretten kısmen memnundurlar. Araştırmanın yapıldığı tarihte uluslararası alanla karşılaştırma yapıldığında Ar-Ge çalışanlarının %80'inin 1.000 doların altında ücret aldığı görülmektedir. Bu ücret düzeyleri Ar-Ge çalışanları için çok düşük olmakla beraber bölgesel bir rekabet avantajını da beraberinde getirmektedir.
- Kamunun Ar-Ge ve yenilik alandaki çok ciddi desteklerine rağmen Ar-Ge çalışanlarının aldıkları ücretlerin genel olarak düşük kaldığı görülmektedir ki bu durum uzun vadede Türkiye'nin yenilik politikaları için bir risk teşkil etmektedir.
- Ar-Ge çalışanları için ücretler kadar kentin olanakları ve mekânsal yaşam kalitesi de önemlidir. O nedenle çoğu daha yüksek ücretle daha az gelişmiş kentlerde yaşamak istememektedirler. Yaratıcı sınıfı çekmek ve tutmak için gelir/ücret önemli bir bileşen olmakla birlikte herşey değildir, ekonomik sermaye kadar da kentsel yaşanabilirlik ve mekânın kalitesine de öncelik vermek gerekmektedir.
- Türkiye, bölgesinde nispeten iyi üniversite ve mühendislere sahip bir ülke olarak ekosistemdeki aksaklıkları gidermesi durumunda önemli Ar-Ge merkezleri ve buna paralel olarak da bölgedeki yenilikçi sınıfı kendine çekebilecek bir potansiyele sahip görülmektedir. Bu durumda Türkiye'deki eğitim ve çalışma kültürünün dışında yetişen ve farklı düşünce yapısına sahip olan beyinlerden de faydalanılarak yenilikçiliğin gelişmesine katkı sağlanabilecektir.



8

8. TEKNOLOJİ

Bu bölümün genel amacı yenilikçi sınıfa dahil bireyin teknoloji kavramını nasıl anlamlandırdığı ve kendini bunun karşısında nasıl konumlandığını anlamaktır. Özel amacı ise katılımcıların teknoloji kavramıyla yakından ilişkili yenilik, yenilikçilik, girişimcilik, Ar-Ge konularındaki düşünce ve yaklaşımları, kendilerini nasıl gördüklerini ve bu alanlardaki kısıtları ile kendilerini nasıl geliştirdiklerini analiz etmektir.

Aslında teknoloji konusu genel olarak firma, bölge, kent, ülke ve uluslararası boyutta ele alınabilecek çok geniş bir konudur. Bu bölümde ise yenilikçi sınıfın teknoloji ve onun doğal uzantısı olan yenilik ve yenilikçiliğe yönelik görüşleri alınmıştır.

Dijitalleşme ve bilgi ekonomisinin lokomotifleri yeniliktir. Yenilik; yeni kaynaklar yaratarak, var olanları kullanarak veya her ikisiyle birlikte değer yaratılması ve ticarileşme sağlanarak ekonomik ve sosyal gelişme sağlanmasıdır (Drucker, 1998). Genel olarak bilginin kullanılarak verimlilik ve etkinlik sağlanması olarak kavramsallaştırılan yenilik; detayda ise yeni ürün, hizmet ve süreç oluşturarak bunlar üzerinden katma değer sağlamak olarak tanımlanmaktadır. Yenilikçilik ise yenilik yapan davranışlar bütününe verilen isim olarak değerlendirilebilir.

Bu bölümde ilk olarak yenilikçi sınıfın teknolojiye dair yaklaşımları ile yenilikçilikte beslendiği kaynakların neler olduğu nicel veriler üzerinden açıklanmıştır. İkinci olarak ise, yenilikçi sınıfın teknoloji ve inovasyona yönelik düşünce ve yaklaşımları nitel bir analizle çok boyutlu ve derinlemesine şekilde analiz edilmektedir.

8.1 Ar-Ge Çalışanlarının Yenilikçilik Eğilimleri: Nicel Analiz

Bu başlıkta Ar-Ge çalışanlarının beşerî sermaye kapasitesinde oldukça önemli bir yere sahip olan yenilik ve teknoloji kavramları ve bunlara yönelik söylemleri incelenmeye çalışılmıştır. Yenilikçilik özelliklerine katılımcıların ne kadar yakın olduğu, yenilikçi düşüncelerinin beslendiği kaynakları ve dünyayı ve teknolojiyi nasıl takip ettikleri konusundaki öz değerlendirme ve görüşleri alınmıştır.

Araştırma kapsamında incelenen 14 ilden elde edilen 1.352 anket verisinin analiz sonuçlarına göre Tablo 8.1’de Ar-Ge çalışanlarının kendi yenilikçiliklerini nasıl değerlendirdiklerine ilişkin veriler sunulmuştur. Yenilikçilik alanındaki üç soruda da yüksek bir ortalama puan ortaya çıkmıştır. Bu durum Ar-Ge çalışanlarının kendilerini yenilikçi gördüğü anlamına gelmektedir. Yenilikçi düşünce yapısının Ar-Ge için önemi göz önüne alındığında kendisinin yenilikçi olduğunu düşünmeyen çalışanların bu düşünce yapısını kazanmasına yönelik firma, OSB’ler ya da teknopark yönetimlerince politika ve uygulamaların belirlenmesi önem arz etmektedir.

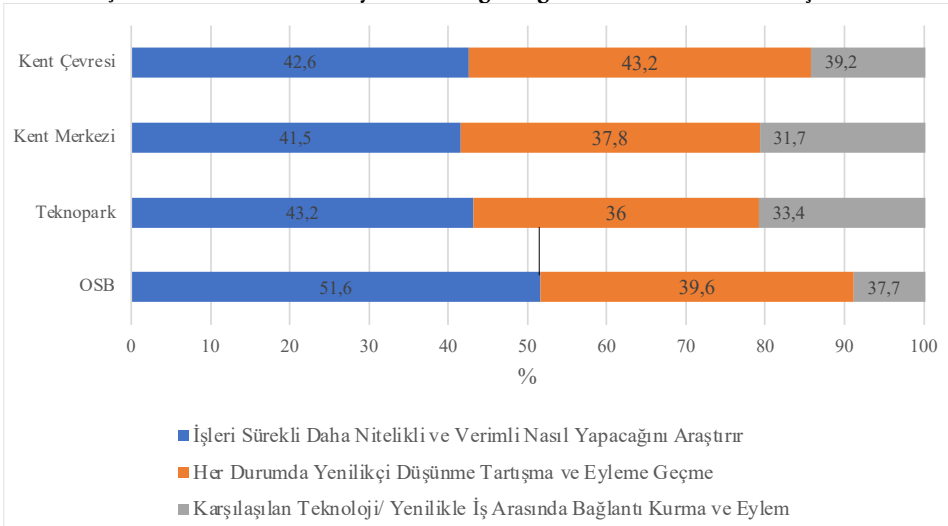
İşlerini sürekli daha nitelikli ve verimli yapabilmek için sürekli araştırma yapmanın ortalama puanı 4,3’tür. Katılımcıların %91’i ‘katılıyorum’ ve ‘kesinlikle katılıyorum’ cevabını vermişlerdir (Bkz. Tablo 8.1).

Tablo 8.1: Yenilikçilik

Teknoloji Yenilik	İşleri Sürekli Daha Nitelikli ve Verimli Nasıl Yapacağını Araştırır	%	Her Durumda Yenilikçi Düşünme Tartışma ve Eyleme Geçme	%	Karşılaşılan Teknoloji/ Yenilikle İş Arasında Bağlantı Kurma ve Eylem	%
Kesinlikle katılmıyorum	6	0,4	7	0,5	9	0,7
Katılmıyorum	20	1,5	23	1,7	18	1,3
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	90	6,7	142	10,5	160	11,8
Katılıyorum	628	46,4	670	49,6	693	51,3
Kesinlikle katılıyorum	608	45	510	37,7	472	34,9
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	1.236	91,4	1.180	87,3	1.165	86,2
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	26	1,9	30	2,2	27	2
Toplam	1.352	100	1.352	100	1.352	100
Ortalama	4,3		4,2		4,2	

Şekil 8.1’de firmaların faaliyet gösterdiği bölgelere göre Ar-Ge çalışanlarının yenilikçiliklerini değerlendirmelerine baktığımızda, OSB, Teknopark ve kent merkezinde çalışanlar işlerini daha nitelikli ve verimli nasıl araştıracağına odaklanırken, kent çevresinde çalışanların ise yenilikçi düşünme, tartışma ve eyleme geçme değerlendirmesi yaptığı görülmektedir. Teknoloji/yenilikle iş arasında bağlantı kuran bölgeler ise en fazla kent çevresi ve OSB’lerdir.

Şekil 8.1: Firmaların Faaliyet Gösterdiği Bölge ve Konuma Göre Yenilikçilik



Tablo 8.2’de ise işlerin niteliğini sürekli geliştirmek için araştırma yapanların bazı değişkenlere göre farklı değerleri içeren veriler sunulmuştur. Buna göre üç alanda farklılaşma tespit edilmiştir. Bunlardan birincisi eğitimidir. Doktora düzeyinde ortalama puan 4,5’e çıkarak kesinlikle ‘katılıyorum’ a yakınsamaktadır. Eğitim düzeyi arttıkça bireyin bilgiyi kullanma düzeyi farklılaştığından araştırma eğilimi de artmış olabilir.

İkinci olarak yöneticilerde sürekli araştırma eğilimi genel ortalamadan yüksek olmakla beraber yönetici düzeyinin artmasıyla artış göstermektedir. Üst düzey yöneticiler de sürekli araştırma yapma konusundaki ortalama puan 4,6 ile en yüksek noktaya ulaşmaktadır. Üst düzey karar alıcıların araştırma ve sürekli yenilikler yapma eğilimi yenilikçi sınıf için karakteristik özelliiktir. Aslında bu durum bir çeşit ayrıma işaret ederek kültürel sermayenin kendini gösterme biçimlerinden birini oluşturmaktadır. Mayrhofer vd. (2000) bunu eğitim yoluyla elde edilen, diğerleri ile hiyerarşi yaratan ve kurumsallaşmış bir kültürel (beşerî) sermaye olarak tanımlamaktadır.

Son olarak yurt dışında çalışma tecrübesine sahip kişilerin çalışmayanlara göre araştırmaya daha meyilli oldukları görülmektedir. Genel olarak gelişmiş ülkelerde Ar-Ge firmalarındaki çalışma disiplini ve araştırmaya verilen önemin bir sonucu olarak bu kişilerde bir yatkınlık oluşmuş olabilir.

Tablo 8.2: İşleri Sürekli Daha Nitelikli ve Verimli Yapmak İçin Araştırma Yapmanın Değişkenlere Göre Farklılığı

Genel Ort.	Eğitim			Yönetici Düzeyi			Yurtdışı Çalışma	
	Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora	Alt	Orta	Üst	Evet	Hayır
4,3	4,3	4,4	4,5	4,4	4,4	4,6	4,5	4,3

Her durumda yenilikçi düşünme, tartışma ve bunların sonucunda eyleme geçme davranışının ortalama puanı 4,2 olup ‘katılıyorum’ a yakınsamaktadır. Ar-Ge çalışanlarının %87’si bu soruya ‘katılıyorum’ ve ‘kesinlikle katılıyorum’ cevabını vermişlerdir (Bkz. Tablo 8.1).

Yenilikçi düşünme, tartışma ve eyleme geçme sorusunun fark yaratan değişkenlerin gösterildiği dağılım Tablo 8.3’te verilmektedir. Yukarıdaki araştırma yapma örneğinde olduğu gibi burada da yönetici düzeyi yükseldikçe ve yurt dışı deneyiminin olması ortalama puanı arttırmaktadır. Farklı olan ise girişimcilik tecrübesinin olmasıdır. Girişimcilik tecrübesinde ortalama puan 4,4’e çıkmaktadır. Bu durum girişimcilik özelliklerinden risk almayla yakından ilişkili olabilir. Bu da aslında Florida’nın (2002a, 2012) ifade ettiği gibi yaratıcı sınıfın önem verdiği bireysellik ve açık görüşlülükle uyumludur. Yeniliği bulmak, tartışmak bundan sonra ise sorunu çözüme kavuşturmak için eyleme geçebilme yetisi çeşitli riskleri alabilmeyi gerektirmektedir. Benzer şekilde üst düzey yöneticiler de diğer yöneticilerle karşılaştırıldığında stratejik düzeyde hamleleri görmek ve yapmak zorundadırlar.

Tablo 8.3: Yenilikçi Düşünme, Tartışma ve Eyleme Geçmenin Değişkenlere Göre Farklılığı

Genel Ort.	Yönetici Düzeyi		
	Alt	Orta	Üst
4,2	4,2	4,3	4,5
Girişimcilik Tecrübesi		Yurtdışı Çalışma	
Evet	Hayır	Evet	Hayır
4,4	4,2	4,4	4,2

Karşılaşılan teknoloji veya yenilikle iş arasında bağlantı kurma ve eyleme geçme davranışının ortalama puanı 4,2 olup ‘katılıyorum’ a yakınsamaktadır. Ar-Ge çalışanlarının %86’sı bu soruya ‘katılıyorum’ ve ‘kesinlikle katılıyorum’ cevabını vermişlerdir (Bkz. Tablo 8.1).

Karşılaşılan teknoloji veya yenilikle iş arasında bağlantı kurma ve eyleme geçme davranışı sadece yönetici düzeyinde anlamlı fark yaratmaktadır (Bkz. Tablo 8.4). Yönetici düzeyi arttıkça tecrübe ve vizyonun artması bu alandaki farklılığı oluşturmuş olabilir.

Tablo 8.4: Karşılaşılan Teknoloji/Yenilikle İş Arasında Bağlantı Kurma ve Eyleme Geçmenin Değişkenlere Göre Farklılığı

Genel Ort.	Yönetici Düzeyi		
	Alt	Orta	Üst
4,2	4,1	4,2	4,5

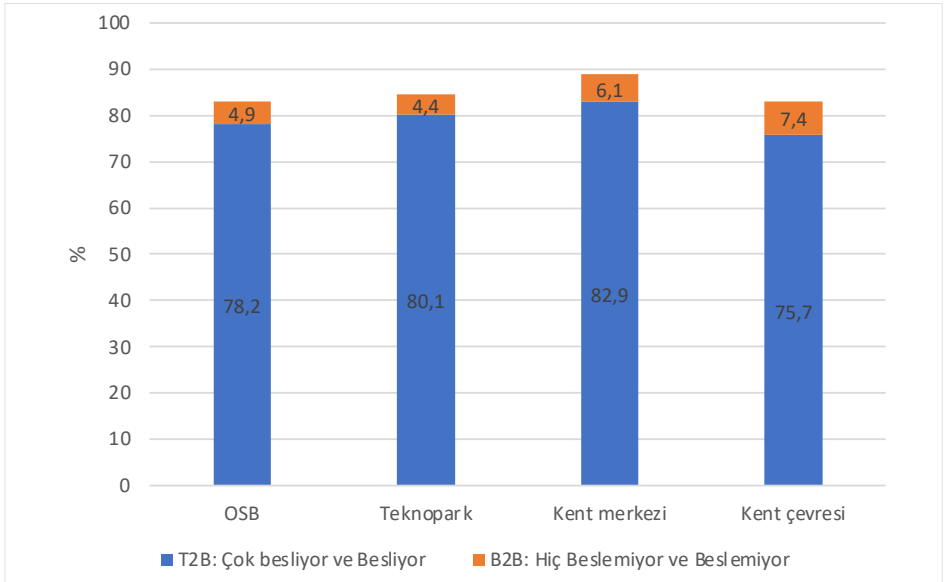
Yenilik konusundaki önemli hususlardan birisi de Ar-Ge çalışanlarının yenilikçi olmak veya bulunduğu düzeyi korumak için bu konuda nasıl beslendiği ve hangi kaynaklardan yararlandığıdır. Tablo 8.5, Tablo 8.6 ve Tablo 8.7’de yenilikçi sınıfın hangi kaynaklardan beslendiklerine ilişkin veriler gösterilmektedir. Katılımcıların görüşleri incelendiğinde en yüksek ortalama puanın 4, en düşüğün ise 3,1 olduğu görülmektedir.

Tablo 8.5’de katılımcıların daha çok sosyal sermayelerinden nasıl beslendikleri gösterilmektedir. En düşük aile çevresi (ortalama puan 3,1) etkiliyken en yüksek iş çevresi (ortalama puan 4) yenilikçiliği beslemektedir. İş çevresini ise 3,6 ortalama puan ile arkadaş çevresi takip etmektedir. Bu durum yenilikçilik gibi dışa dönük hedeflerin gerçekleştirilmesinde yaratıcı sınıfın aile gibi bağlayıcı sosyal sermaye yerine iş çevresi ve arkadaş çevresi gibi köprü kurucu bir sosyal sermaye ile farklı bakış açılarını bir araya getirerek yenilikçiliğini artırdığını (Putnam, 2000) göstermektedir.

Tablo 8.5: Yenilikçi ve Yaratıcı Düşüncenin Beslendiği Kaynaklar-I

	Sosyal Medya	Yüzde (%)	Arkadaş Çevresi	Yüzde (%)	Aile Çevresi	Yüzde (%)	İş Çevresi	Yüzde (%)
Hiç Beslenmiyor	101	7,5	44	3,3	126	9,3	17	1,3
Beslenmiyor	188	13,9	106	7,8	266	19,7	50	3,7
Ne Besleniyor Ne De Beslenmiyor	314	23,2	357	26,4	406	30	212	15,7
Besleniyor	570	42,2	675	49,9	431	31,9	766	56,7
Çok Besliyor	179	13,2	170	12,6	123	9,1	307	22,7
T2B (Besleniyor ve Çok Besleniyor)	749	55,4	845	62,5	554	41	1073	79,4
B2B (Beslenmiyor ve Hiç Beslenmiyor)	289	21,4	150	11,1	392	29	67	5
Toplam	1352	100	1352	100	1352	100	1352	100
Ortalama	3,4		3,6		3,1		4	

Şekil 8.2’de ise firmanın bulunduğu bölgeye göre çalışanların yenilikçi ve yaratıcı düşüncesini iş çevresinden etkilenme oranları verilmektedir. Buna göre en fazla iş çevresinden beslenenler kent merkezinde çalışanlar olduğu kadar, iş çevresinden en az beslenen ise kent çevresinde çalışanlardır. Bu durum Florida’nın (2002a) teorisi ile uyumludur. Kent merkezleri genellikle daha fazla çeşitlilik, yoğun sosyal etkileşim ve fikir alışverişlerine açık ortamlar sunar. Ancak kent çevrelerinde homojenlik arttığı için bireylerin yaratıcı ve yenilikçi düşünceler için yeterince etkileşim ve uyarıcıya maruz kalmamaktadır. Teknoparklar da iş çevresinden beslenmenin güçlü olduğu bölgelerdir.

Şekil 8.2: Firma Bölgelerine Göre İş Çevresinden Beslenme

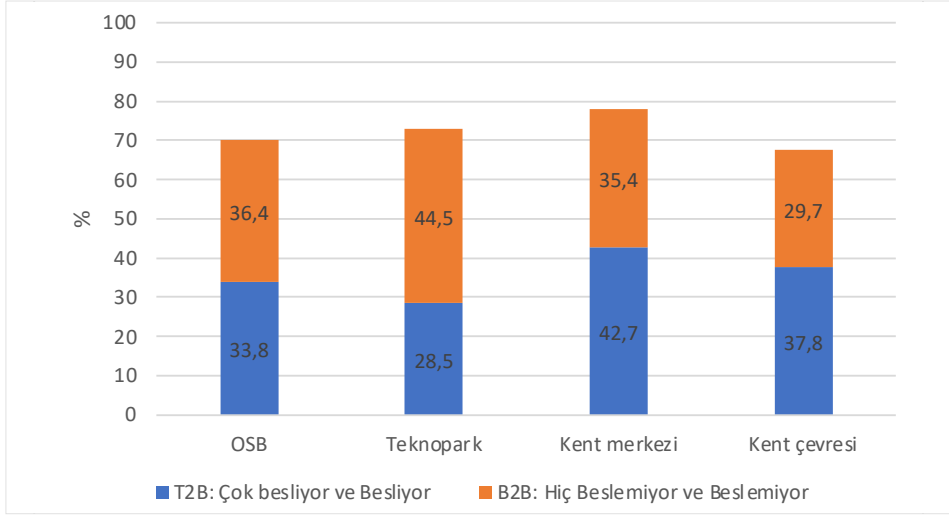
Tablo 8.6 Ar-Ge çalışanlarının araştırma ve eğitim faaliyetlerinin genel olarak yenilik ve yaratıcılıklarını nasıl etkilediğini göstermektedir. Buna göre katılımcılar kamu ve onun araştırma merkezlerine en düşük puanı verirken, akademik araştırma, üniversitelerin araştırma merkezleri ile kurs, seminer ve kongre gibi bilimsel faaliyetleri yaklaşık aynı düzeyde etkili görmüşlerdir.

Tablo 8.6: Yenilikçi ve Yaratıcı Düşüncenin Beslendiği Kaynaklar-II

	Akademik Araştırmalar	Yüzde (%)	Üniversite ve Araştırma Merkezleri	Yüzde (%)	Kamu ve Araştırma Merkezleri	Yüzde (%)	Kurs, Seminer Kongre, Eğitim	Yüzde (%)
Hiç Beslenmiyor	55	4,1	66	4,9	233	17,2	49	3,6
Beslenmiyor	98	7,2	147	10,9	314	23,2	110	8,1
Ne Besleniyor Ne De Beslenmiyor	284	21	302	22,3	378	28	321	23,7
Besleniyor	632	46,7	599	44,3	340	25,1	651	48,2
Çok Besliyor	283	20,9	238	17,6	87	6,4	221	16,3
T2B (Besleniyor ve Çok Besleniyor)	915	67,7	837	61,9	427	31,6	872	64,5
B2B (Beslenmiyor ve Hiç Beslenmiyor)	153	11,3	213	15,8	547	40,5	159	11,8
Toplam	1352	100	1352	100	1352	100	1352	100
Ortalama	3,7		3,6		2,8		3,7	

Tablo 8.6'da en düşük puanı alan kamu ve kamu araştırma merkezleri firmanın yer aldığı bölgeye göre ele alındığında (Bkz. Şekil 8.3), bütün bölgelerin beslenme oranı düşüktür. Burada öne çıkan ve kamudan beslenmeme oranı en yüksek olan bölge teknoparklardır

Şekil 8.3: Firma Bölgelerine göre Kamu ve Kamu Araştırma Merkezlerinden Beslenme



Tablo 8.7 Akademik araştırmalar konusunda Ar-Ge çalışanlarının ve firmalarının özelliklerinden kaynaklı bir farklılık olup olmadığına bakılmış ve eğitim düzeyinde bir farklılık olduğu görülmüştür. Buna göre eğitim düzeyi arttıkça yenilikçi sınıf akademik çalışanlardan daha çok yararlanmaktadır.

Tablo 8.7: Akademik Araştırmalardan Beslenme

Genel Ort.	Eğitim		
	Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora
3,7	3,7	3,9	4,1

Tablo 8.8'de üniversite ve araştırma merkezlerinin yenilikçiliği ne düzeyde beslediğine ilişkin kadınların erkeklere göre, doktora yapanların ise diğer düzeylerde eğitime sahip olanlara göre daha fazla fayda sağladıkları görülmektedir.

Tablo 8.8: Üniversite ve Araştırma Merkezlerinden Beslenme

Genel Ort.	Cinsiyet		Eğitim		
	Kadın	Erkek	Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora
3,6	3,9	3,5	3,5	3,7	4

Tablo 8.9'da ise eğitim ve bilimsel faaliyetleri takibin yenilikçiliği beslemesi konusunda anlamlı farklılık yaratan değişkenler gösterilmiştir. Kadınlar erkeklere göre, tasarım merkezinde çalışanlar ise Ar-Ge merkezi ve teknoparklarda çalışanlara göre eğitim ve bilimsel faaliyetlere katılmanın yenilikçiliklerini daha fazla beslediklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 8.9: Kurs, Seminer, Kongre ve Eğitim Faaliyetlerden Beslenme

Genel Ort.	Cinsiyet		Firma Türü		
	Kadın	Erkek	Ar-Ge Merkezi	Teknopark	Tasarım Merkezi
3,7	3,9	3,6	3,8	3,5	4

Tablo 8.10'da firmanın imkânları, faaliyet gösterdiği mekânın (kent ve firma konumu) Ar-Ge çalışanlarının yenilikçiliğini desteklemesine ilişkin veriler sunulmuştur. Buna göre çalışılan firmaların çalışanların yenilikçiliklerini besleme düzeyleri en yüksek noktada olup ortalama puanı 4'tür. Bunu %3,7 ortalama ile müşteriler ve 3,6 ile de diğer firmalar izlemektedir. Firmanın faaliyet gösterdiği mekânın (kent ve firma konumu) ise yenilikçiliği besleme derecesi ortalama 3,4 düzeyindedir ki bu oldukça dikkat çekici bir değerdir. Bu durum yaratıcı sınıfın yenilik yaparken öncelikle firma içi kaynaklardan ve firmanın bağlantılı olduğu müşteri ve tedarik ağından beslendiğini, daha sonra ise firma dışı kaynaklar olarak tanımlayabileceğimiz yaşanan kentten ve işyerinin bulunduğu yerden yani bölgesel ekosistemden yenilikçi fikir ve düşünceleri edindiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 8.10: Yenilikçi ve Yaratıcı Düşüncenin Beslendiği Kaynaklar-III

	Müşteriler	Yüzde (%)	Firmalar (Tedarikçi, Rakip, Yüklenci)	Yüzde (%)	Çalışılan Firma	Yüzde (%)	Firmanın Konumu	Yüzde (%)	Kent	Yüzde (%)
Hiç Beslenmiyor	52	3,8	57	4,2	12	0,9	99	7,3	103	7,6
Beslenmiyor	110	8,1	126	9,3	53	3,9	186	13,8	173	12,8
Ne Besleniyor Ne De Beslenmiyor	284	21	318	23,5	190	14,1	336	24,9	377	27,9
Besleniyor	652	48,2	647	47,9	762	56,4	546	40,4	543	40,2
Çok Besliyor	254	18,8	204	15,1	335	24,8	185	13,7	156	11,5
T2B (Besleniyor ve Çok Besleniyor)	906	67	851	62,9	1097	81,1	731	54,1	699	51,7
B2B (Beslenmiyor ve Hiç Beslenmiyor)	162	12	183	13,5	65	4,8	285	21,1	276	20,4
Toplam	1352	100	1352	100	1352	100	1352	100	1352	100
Ortalama	3,7		3,6		4		3,4		3,4	

Yenilikçiliğin müşterilerden beslenmesi hususunda değişkenler çalışanların ve firmaların özellikleri bağlamında farklılığa ilişkin veriler Tablo 8.11’de gösterilmiştir. Buna göre yönetici düzeyi arttıkça müşterilerden beslenme oranı artmaktadır. Tasarım merkezleri de teknopark ve Ar-Ge merkezi firmalarına göre yenilik konusunda müşterilerinden daha fazla yararlanmaktadır.

Tablo 8.11: Müşterilerden Beslenme

Genel	Yönetici Düzeyi			Firma Türü		
	Alt	Orta	Üst	Ar-Ge Merkezi	Teknopark	Tasarım Merkezi
3,7	3,7	3,9	4,1	3,8	3,6	4,1

Ar-Ge çalışanları için önemli hususlardan birisi de *teknoloji takibi*dir. Tablo 8.12’de yenilikçi sınıfın teknolojiyi takip etme konusundaki görüşleri verilmektedir. Çalışanların %87,6’sı teknolojiyi yakından takip etmeye katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum cevabı vermiştir. Buna göre genel ortalama 4,2 ile ‘katılıyorum’a yakınsayan bir ortalama çıkmıştır.

Tablo 8.12: Teknoloji Takibi

	Teknolojiyi Yakından Takip	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	10	0,7
Katılmıyorum	29	2,1
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	128	9,5
Katılıyorum	633	46,8
Kesinlikle Katılıyorum	552	40,8
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	1.185	87,6
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	39	2,9
Toplam	1.352	100
Ortalama	4,2	

Tablo 8.13’te Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik tecrübesine göre teknoloji takip düzeyinin nasıl değiştiği gösterilmiştir. Girişimcilik tecrübesi olanların teknolojiyi takip düzeyi daha yüksektir.

Tablo 8.13: Teknoloji Takibi-Girişimcilik Tecrübesi

Genel Ort.	Girişimcilik Tecrübesi	
	Evet	Hayır
4,2	4,5	4,2

Dünyayı takip etmek, yeniliklerden haberdar olmak, teknoloji alanlarını izlemek, yeni çıkan patentleri bilmek, benzer firmaların uluslararası alandaki faaliyetlerini bilmek yenilikçi sınıf için son derece önemlidir. Yenilikçi sınıf için gelişmeleri takip etmek, bu alanlardan beslenmeyi sağlarken kendi konumuna yönelik gelişmeleri de değerlendirebilme imkânı sağlamaktadır.

Ar-Ge çalışanlarının yenilikleri ve kendi alanlarında dünyadaki gelişmeleri hangi yollarla takip ettiklerine ilişkin veriler Tablo 8.14 ile Tablo 8.17’de verilmektedir. Katılımcıların dünyayı takip ederken en çok kullandıkları iki araç ortalama 4,3 puan ile internet araştırmaları (teknik siteler) ve ortalama 4 puan ile iş çevresi iken diğer araçlar birbirlerine çok yakın ortalama (3,6-3,7) puan almışlardır.

Ar-Ge çalışanlarının %90’ı dünyadan haberdar olabilmek için yenilik, teknoloji ve Ar-Ge alanlarında teknik siteleri takip ettiklerini ifade etmişlerdir. Teknik sitelerden yeni patentler, teknolojiler ve gelecekte nelerin ön plana çıkabileceğine ilişkin bilgiler edinilebilmektedir. Kendini sürekli geliştirmek ve yenilemek zorunda olan Ar-Ge çalışanları bu sitelerden en yüksek düzeyde fayda sağlamaktadırlar.

Uluslararası medya ve kuruluşları takip ederek dünyayı takip edenlerin ortalama puanı 3,6 olup takip ediyorumla ne takip ediyorum ne etmiyorum arasında yer almaktadır. Teknoloji, dijitalleşme ve şirket haberleri ile bu konularda analizler yapan ve gelecek perspektifleri ortaya koyan WEF, OECD ve UNDP gibi kuruluşların takip edilmesi son derece yararlı olabilir.

Tablo 8.14: Dünyadaki Gelişmeleri Takip-I

	Akademik Araştırmalar	Yüzde (%)	Uluslararası Medya	Yüzde (%)	Açık İnovasyon Faaliyetleri	Yüzde (%)	İnternet Araştırmaları (Teknik Siteler)	Yüzde (%)	Uluslararası Kuruluşlar	Yüzde (%)
Hiç Takip Etmiyorum	71	5,3	42	3,1	35	2,6	13	1	51	3,8
Takip Etmiyorum	122	9	136	10,1	115	8,5	28	2,1	122	9
Ne Takip Ediyorum Ne Etmiyorum	281	20,8	336	24,9	292	21,6	94	7	341	25,2
Takip Ediyorum	613	45,3	603	44,6	679	50,2	621	45,9	611	45,2

Yakından Takip Ediyorum	265	19,6	235	17,4	231	17,1	596	44,1	227	16,8
T2B (Takip Ediyorum ve Yakın Takip Ediyorum)	878	64,9	838	62	910	67,3	1217	90	838	62
B2B (Takip Etmiyorum ve Hiç Takip Etmiyorum)	193	14,3	178	13,2	150	11,1	41	3	173	12,8
Toplam	1.352	100	1.352	100	1.352	100	1.352	100	1.352	100
Ortalama	3,7		3,6		3,7		4,3		3,6	

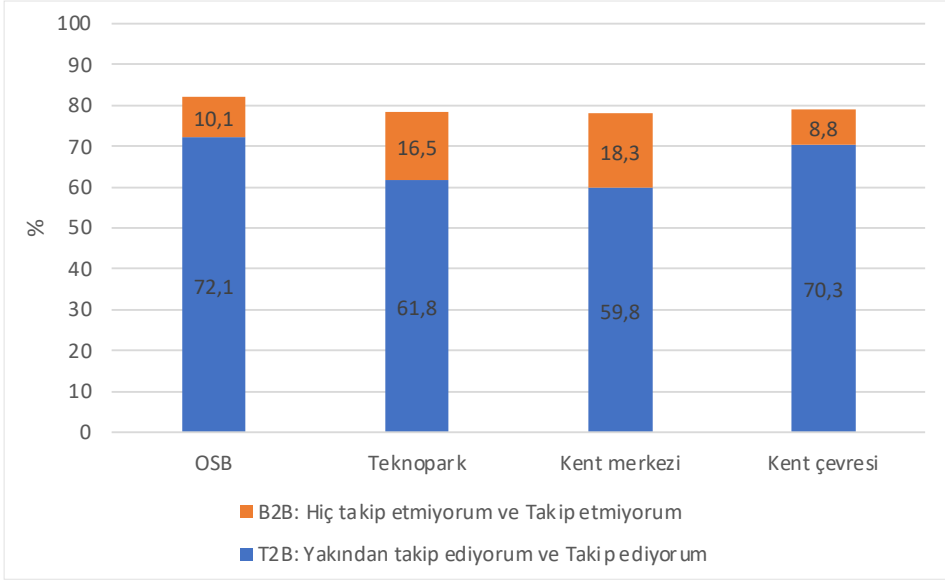
Akademik araştırmalarla dünyayı takip edenlerin oranı yaklaşık %65'tir. Akademik araştırmaların ortalama puanı 3,7 olup 'takip ediyorum'a yakınsamaktadır (Bkz. Tablo 8.14). Akademik araştırmaları kullananlar arasında sadece eēitim düzeyi kendi içinde farklılık göstermektedir. Üniversite mezunları arasında kullanım düzeyi ortalamanın altına düşmekte iken (3,5 puan) eēitim düzeyi doktora çıktığında akademik araştırmalarla dünyayı takip artmakta ve ortalama puan 4,1'e çıkmaktadır (Bkz. Tablo 8.15). Akademik bilginin artmasıyla Ar-Ge alanındaki farkındalık artmakta ve dünyanın nasıl takip edilebileceēi konusunda algı da buna paralel olarak deēiřebilmektedir.

Tablo 8.15: Dünyayı Akademik Araştırmalardan Takip Etme

Genel Ort.	Eēitim		
	�niversite	Yüksek Lisans	Doktora
3,7	3,5	3,9	4,1

şekil 8.4'te g r ld ē  üzere bölgesel düzeyde dünyayı akademik araştırmalardan en fazla takip edenler OSB  alışanlarıdır. İkinci sırada ise kent çevresinde çalışanlar gelmektedir. Kent merkezi ve teknoparkta çalışanlar ise dünyayı akademik araştırmalardan takip etmeme oranları en yüksek bölgelerdir. Bu durum Florida'nın (2002a) kent merkezleri ve teknoparkların yenilikçilik ve bilgi paylaşımı açısından en avantajlı alanlar olduēunu savunan teorisiyle bir çelişki taşımaktadır. Bu bölgelerde akademik araştırmalardan yararlanmama oranının yüksek olması, bu alanların yaratıcı potansiyelini tam olarak yansıtmadığını göstermektedir. Gerçekten de sadece akademik araştırmaları takip etmek konusunda deēil ilginç ve beklenmedik bir şekilde diēer takip etme kaynakları bakımından da teknoparklar dünyadaki gelişmeleri takip konusunda OSB'lerin arkasında kalmaktadır.

Şekil 8.4: Firma Bölgelerine Göre Dünyayı Akademik Araştırmalardan Takip



Açık inovasyon son 20 yılda firmaların kendi iç kaynaklarının yanında dış kaynakları da etkili kullanabilmek, ortak projeler geliştirebilmek, yeniliğin maliyetini düşürmek, ekosistemin imkânlarından yararlanmak gibi nedenlerle özellikle tercih edilen yaklaşımlar arasındadır. Açık inovasyon faaliyetlerinin verilerinden yararlanarak dünyayı takip etme durumuna ilişkin ortalama puan 3,7 ile ‘takip ediyorum’a yakınsamaktadır. Ar-Ge çalışanlarının %67,3’ü takip ediyorum ve kesinlikle takip ediyorum yanıtını vermişlerdir (Bkz. Tablo 8.16). Açık inovasyon faaliyetlerini teknopark firmalarında çalışanlar 3,6 ortalama puan ile en düşük düzeyde takip ederken tasarım merkezlerinde çalışanların ortalama puanı 4 olmaktadır.

Tablo 8.16: Dünyayı Firmaların Açık İnovasyon Faaliyetlerinden Takip Etme

Genel Ort.	Firma Türü		
	Ar-Ge Merkezi	Teknopark	Tasarım Merkezi
3,7	3,8	3,6	4

İş çevresi ise dünyayı takipte ikinci önemli araç olarak karşımıza çıkmaktadır. Ortalama 4 puan ile ‘takip ediyorum’a yakınsarken katılımcıların %82,4’ü takip ediyorum ve kesinlikle takip ediyorum yanıtını vermişlerdir (Bkz. Tablo 8.17)

İş çevresinden dünyayı takip etmek bulunulan iş çevresinin gelişmişliğine göre farklılık gösterebilecek bir araçtır. İş çevresi yüksek teknoloji ve Ar-Ge yoğun bir çevre olduğunda onlardan alınabilecek bilgi düzeyi ile yenilikçiliğe kapalı bir iş çevresine sahip olunması durumunda dünyayı takibin kalitesi de doğal olarak düşecektir. Diğer taraftan iş çevresinin

Türkiye’de açık inovasyon faaliyetlerine, bilgi paylaşmaya, ortak iş yapmaya yatkın olmanması gibi hususlar iş çevresinden dünyayı takip etmenin işlevini düşürebilecek unsurlar olarak değerlendirilebilir.

Tablo 8.17: Dünyadaki Gelişmeleri Takip-II

	Sosyal Medya	Yüzde (%)	İş Çevresi	Yüzde (%)	Sosyal Çevre	Yüzde (%)
Baz	1352		1352		1352	
Hiç Takip Etmiyorum	74	5,5	13	1	52	3,8
Takip Etmiyorum	142	10,5	38	2,8	140	10,4
Ne Takip Ediyorum Ne Etmiyorum	269	19,9	187	13,8	339	25,1
Takip Ediyorum	612	45,3	780	57,7	639	47,3
Yakından Takip Ediyorum	255	18,9	334	24,7	182	13,5
T2B (Takip Ediyorum ve Yakın Takip Ediyorum)	867	64,1	1114	82,4	821	60,7
B2B (Takip Etmiyorum ve Hiç Takip Etmiyorum)	216	16	51	3,8	192	14,2
Toplam	1352	100	1352	100	1352	100
Ortalama	3,6		4		3,6	

Sosyal çevre ve sosyal medyadan takip düzeyi 3,6 puan ile ‘takip ediyorum’ a yakınsamaktadır (Bkz. Tablo 8.18). Sosyal medyadan dünyayı takip etmede yine tasarım merkezlerinde çalışanlar en yüksek ortalamaya sahiptirler (Bkz. Tablo 8.18).

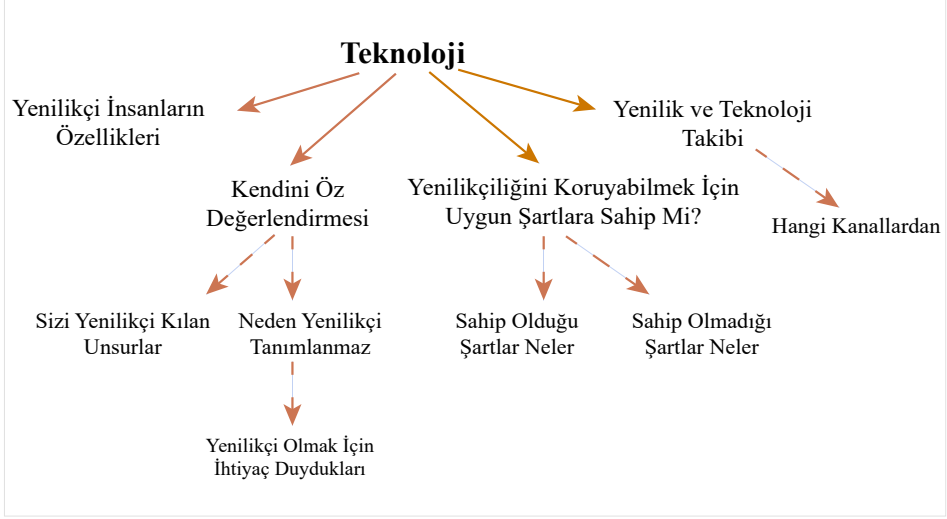
Tablo 8.18: Dünyayı Sosyal Medyadan Takip

Genel Ort.	Firma Türü		
	Ar-Ge Merkezi	Teknopark	Tasarım Merkezi
3,6	3,6	3,6	3,9

8.2 Ar-Ge Çalışanlarının Teknoloji ve Yenilikçilik Özellikleri: Nitel Perspektif

Araştırmanın nitel boyutunun tasarım aşamasında yenilikçilik konusunda katılımcıların görüşleri üç başlıkta analiz edilmek istenmiştir. Bu kapsamda yenilik konusunda nitel saha çalışmasında katılımcılara; yeniliği/yenilikçiliği nasıl anladıkları, yenilikçi insanların özellikleri ve kendilerini yenilikçi olarak görüp görmedikleri, bunların nedenleri ve sahip oldukları/olmadıkları koşullar ile yeniliği nasıl takip ettikleri sorulmuştur (Bkz. Şekil 8.5).

Şekil 8.5: Yenilik ve Yenilikçilik: Nitel Araştırmanın Tasarımı



Yapılan mülakatların değerlendirilmesi sonucunda bu bölümdeki kodların illere ve teknolojinin alt bileşenleri itibarıyla dikey eksen bazlı görünümü Şekil 8.6'da verilmiştir. Buna göre katılımcıların cevaplarının yenilikçi insanların davranış biçimleri ve teknoloji ile yeniliği nasıl takip ettiklerine yoğunlaştığı görülmektedir.

8.3 Teknolojik Özellikler: Yenilikçi İnsanların Özellikleri

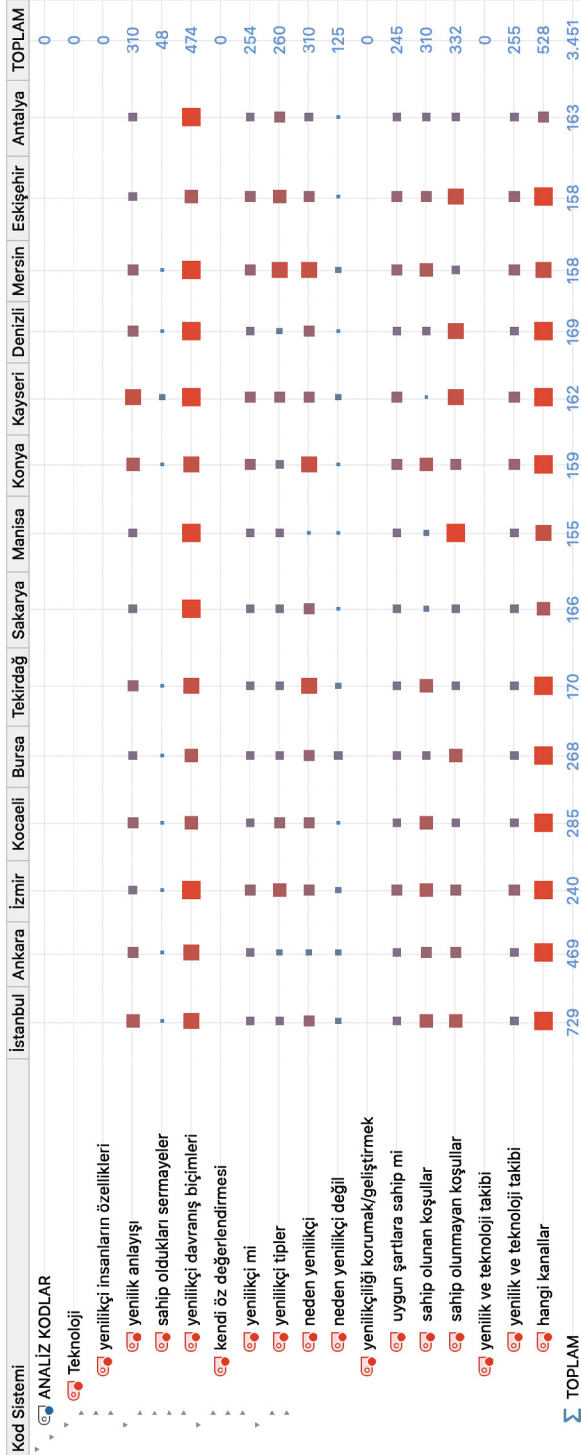
Yenilikçi insanların özellikleri ve diğer insanlardan farklılıklarına ilişkin katılımcıların görüşleri dört başlık altında kategorize edilmiştir. Bunlar yenilikçi insanların “yenilik algıları”, “yenilikçi tip anlayışları”, “hareket tarzları” ve “sahip oldukları sermayelerdir” (Bkz. Şekil 8.7).

Genel olarak içinde bulunduğu mevcut koşulları ve değişimin dinamiklerini anlayarak, sorgulayan ve bunlara yönelik aksiyon alabilen ve yeni şeyleri hayata geçirebilen birey yenilikçi olarak görülmektedir.

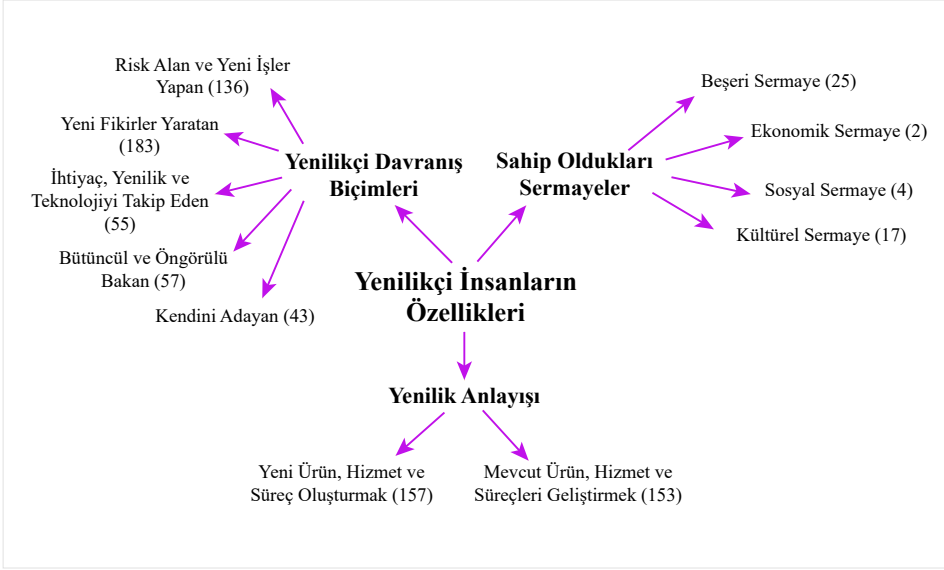
Yenilikçilik, geleneksel bakış açısından ziyade farklı düşünceleri, farklı durumları kabul edip yorumlayabilme, geliştirebilme ve bu tarz araştırmalara da açık olma halidir. Yenilikçi insan, teknolojiye ayak uydurabilen, gelişmeleri takip edebilen, mevcut durumunu iyileştirmeye yönelik aksiyonlar alabilen ve bunları hayata geçirebilen kişilerdir. (Antalya-1598)

Katılımcıların cevapları yenilik algısı, yenilikçi insanların özellikleri ve yenilikçi (ideal) tipler başlıkları altında analiz edilmiştir. Yenilik algısı; ürün hizmet ve süreçler bağlamında mevcutların geliştirilmesi ve yenilerinin oluşturulması olmak üzere tanımı gereği iki kategoriye ayrılmıştır. Yenilikçi tipler girişimciliğe ve Ar-Ge'ye yakınlık bağlamında incelenmiştir. Son olarak yenilikçi insanların özellikleri ise sahip oldukları ve olaylar/durumlar karşısındaki hareket tarzları başlıklarına ayrılmıştır (Bkz. Şekil 8.7).

Şekil 8.6: Teknolojiye İlişkin Kodların Genel Dağılımı



Şekil 8.7: Yenilikçi İnsanların Özellikleri



8.3.1 Yenilik Anlayışı

Yenilik algısı literatürle uyumlu olarak ifade edilerek yeni ürün, hizmet ve süreç oluşturma ile mevcut ürünü geliştirmek olarak iki ayrı başlıkta tanımlanmıştır. Bazı katılımcılar yeniliği daha çok Ar-Ge odaklı tanımlamaktadırlar (Bkz. Şekil 8.7).

Yeni teknolojilerin, bilimsel gelişmelerin ürünlere aktarılmasıdır. (İstanbul-2290)

Hiç yapılmayan bir şeyi yapmak da yapılmışsa onu farklı bir şekilde yeniden yapmak da yeniliktir diyebiliriz. (İstanbul-655)

Yenilik değer katmak, farklılık yaratmak ve ekonomik fayda sağlayarak ticarileşmek anlamında da kullanılmaktadır.

Yenilikçilik bir değer katmaktır. (Konya-1611)

Yenilik bir fikrin hayata dönüştürülmesini sağlamaktır. (Tekirdağ-1443)

Diğer taraftan bazı katılımcılar yeniliği insanın yaşam kalitesine katkı çerçevesinde değerlendirirken bazıları ise problemlerin çözümü veya müşteriye ürünü kullanılabilmek olarak görmektedir.

Problemlere çağa uygun çözümler bulmaktır. (İstanbul-1086)

Kullanılan sistemi en basite indirgeyip bunu müşteriye en hızlı biçimde kullanılabilmek benim için bir yenilikçiliktir. (Kayseri-0062)

Çalışma kapsamında Ar-Ge çalışanlarının yaptıkları işin anlamına ve felsefesine uygun olacak şekilde tanımlama yaptıkları, dolayısıyla kavramsal düzeyde yenilik kavramına

aşına oldukları anlaşılmaktadır.

8.3.2 Yenilikçi Davranış Biçimleri

Bireylerin davranış biçimleri, içinde bulundukları alanın kurallarından ve sahip oldukları habitusun şekillendirdiği algılama, düşünme ve eylem kalıplarından etkilenir. Alanın sunduğu imkânlar ve bireyin bu alan içindeki konumu, yenilikçi davranışlarını etkilediğini göstermektedir.

Yenilikçi insanların iş yaparken davranış ve yaklaşımları diğer insanlardan farklıdır. En önemli özellikleri ise sürekli yaptıkları işe yönelik sorular soran, eleştirel düşünce kapasitesine sahip, sorgulayan ve nasıl daha iyi yaparım diyerek harekete geçmeleri olarak özetlenebilir.

Yaptıklarını bir türlü yeterli bulmuyorlar. Daha ilerisi, daha üst seviyelere taşıyabilmek için uğraş veriyorlar. (Denizli-0167)

Bu çerçevede en çok işlenen özellikler yeni bir şeyler yapmakla özdeşleşen ifadelerdir. Bunlar; “yeni fikir yaratılması”, “yeni işler yapmak” “yeni fikirlere açıklık” ile “değer üreten ve problem çözen” olarak sıralanabilir.

Nasıl sorusunu soran insanlar, bir yere baktığında herkesin gördüğü manzarayı değil de farklı şeyleri görürler, problemi görürler ve çözüm için sürekli zorlanırlar. (İzmir-0111)

“Risk almak” ve “kendini adamak” ise yenilikçi insanların önemli özellikleri arasında sıralanmaktadır.

Şartlar ne olursa olsun ortaya yeni bir şeyler koyabilecek iddia ve cesareti gösterebilen kısaca risk alabilen insanlar yenilikçidir. (İstanbul-1172)

Geleceği takip, olaylara ve durumlara geniş çerçeveden bakabilmek ve bunlara yönelik uz görüşlü davranışlarda bulunmak da yenilikçi insanların özellikleri arasında sayılmaktadır. Bu başlıklar “ihtiyaç, yenilik ve teknolojiyi takip”, “bütüncül bakmak” ve “öngörülü davranmak” olarak sıralanmıştır.

Kafamda ileri görüşlü insanlar canlanıyor. (Kocaeli-1264)

Hem teknolojik hem de ticari olarak çağın gereksinimlerine ayak uydurmak. (Sakarya-1209)

Araştıran ve trendleri takip eden insanları yenilikçi bulurum. (Konya-1745)

Burada özellikle “yeni fikir yaratma” yenilikçi insanların en çok vurgulanan temel özelliği ve davranış biçimi olarak ön plana çıkmaktadır ki bu yenilikçiliğin uygulamadan ve ticarileşmeden önce araştırma-geliştirme yani Ar-Ge ve yaratıcılık boyutunun çok önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

8.3.3 Sahip Oldukları Sermaye

Yenilikçi insanların sahip oldukları sermayeler içinde onların “eğitim ve entelektüel altyapıları” yani kültürel sermayeleri ile kültürel sermayelerinin somutlaştığı “bilgi, görgü ve tecrübeleri” en önemli konular olarak görülmüştür.

Bilgi birikimi ve tecrübe olursa insan yeni şeyler düşünebiliyor, yeni fikirler ortaya çıkartabiliyor ve geliştirebiliyor. (Kocaeli-0369)

Diğer hususlar ise “etkili sosyal ilişkiler”, “ekonomik rahatlık” ve “normların dışında yaşam” olarak ifade edilmiştir.

İkili ilişkileri ve sosyal ilişkilerinin çok iyi olması gerekir. (Kayseri-1413)

Yenilikçi olan kişinin birincisi maddi kaygılardan uzak olması gerekiyor. (İstanbul-0037)

Kalıplarına sığmayan, toplum normları içerisinde yaşamayan ve aykırı fikirleri olan insanlardır. (Tekirdağ-1775)

Yenilikçi sınıfın temel özelliklerinden biri olan farklılık ve standart/normal olmama halinin burada “normların dışında bir yaşam sürme”, aykırı fikir ve düşüncelere sahip olmak biçiminde görece ve beklenenin tersine oldukça zayıf kaldığını söyleyebiliriz. Ancak araştırmanın kapsamının yaratıcı sınıfın mühendis, yöneticiler ve uzmanları gibi profesyonelleri kapsamı, yaratıcı sınıfın çekirdeğini oluşturan bohemleri, bilim insanlarını ve araştırmacıları içermemesi- nedeniyle “normların dışında bir yaşam sürme”, aykırı fikir ve düşüncelere sahip olmak biçiminde beklenen yaşam tarzı özelliklerinin tersine oldukça zayıf kaldığını söyleyebiliriz.

Genel olarak mühendislerin Ar-Ge personeli bile olsalar dünyanın her yerinde “muhafazakâr” bir yaşam biçimine sahip olduğu bulgusuyla buradaki bulgular örtüşmektedir. Ancak normların dışında yaşamın çok sınırlı olması yaratıcı sınıfın üç temel yenilikçilik özelliğinden ikisi olan çeşitlilik ve açıklık ile bireysellik nosyonlarına uymadığını öne sürebiliriz

8.4 Teknoloji Üretim Davranışı: Öz Değerlendirme Yenilikçi Mi?

Katılımcıların yenilik konusundaki görüşlerinin ardından kendilerine yönelik bir öz değerlendirme yapmaları istenmiş ve yenilikçi olup olmadıkları sorulmuş ve bunların nedenleri tartışılmıştır.

Katılımcıların önemli bir kısmı (%51, 130 katılımcı) kendilerini yenilikçi olarak görürken bazıları kısmen yenilikçi (%32, 82 katılımcı) olarak tanımlamıştır. 42 (%17) katılımcı ise kendini yenilikçi olarak görmemektedir (Bkz. Şekil 8.8).

Yeni şeylere uyarım, proje veya işe yenilik getiririm. Bazen de düzene bağlı kalmayı tercih ediyorum ne yazık ki. O yüzden biraz yenilikçiyim biraz değilim. (Ankara-2082)

Öz Değerlendirme Yenilikçi Mi?

Neden Yenilikçi Değil

- Yenilikçi Davranış Biçimlerine Sahip Değil** (4)
 - Bütüncül Bakamama (4)
 - Kendini Adayamayan (2)
 - Yeni Fikir Yaratamama (11)
 - Yeni İşler Yapamama (15)
 - İhtiyaç, Yenilik ve Teknolojiyi Takip Edememe (5)
- Sahip Olamadıkları Sermayeler**
 - Ekonomik Sermaye (17)
 - Kültürel Sermaye (6)
 - Sosyal Sermaye (4)
 - Beşeri Sermaye (21)
- Firma Kaynaklı Kısıtlar** (26)
- Firma ve Ekosistem Kaynaklı Kısıtlar**
 - Ekosistem Kaynaklı Kısıtlar (14)

Hayır (42)

Yenilikçi Tipler

- Ar-Ge'ci (Bilimsel) (188)
- Girişimci (Ticari) (72)

Kısmen (82)

Neden Yenilikçi

- Yenilikçi Davranış Biçimleri**
 - Kendini Adayan (13)
 - Bütüncül ve Öngörülü Bakan (11)
 - İhtiyaç, Yenilik ve Teknolojiyi Takip Eden (44)
 - Risk Alan ve Yeni İşler Yapan (51)
 - Yeni Fikir Yaratın (107)
- Sahip Oldukları Sermayeler**
 - Ekonomik Sermaye (6)
 - Kültürel Sermaye (12)
 - Sosyal Sermaye (13)
 - Beşeri Sermaye (25)
- Firmanın İmkanları** (17)
- Firma ve Ekosistemin İmkanları**
 - Ekosistemin İmkanları (11)

Evet (130)

155

8.4.1 Yenilikçi Davranış Biçimleri

İş yaparken sürekli farklı çözüm yolları aramak, yeniliklere açık olmak, eleştirel yaklaşabilmek, başarısızlıktan korkmamak, dünyayı izlemek ve gerektiğinde risk alarak harekete geçmek katılımcıların üzerinde durdukları hususlar arasındadır.

Ben farklı yollar ararım. Muhalif olma özelliği de var. (İstanbul-0341)

Farklı görüşlere açık olmak gerekiyor. (Manisa-1405)

Başarısızlıktan korkmamak, analitik ve hızlı çözüm üretebilmek. (Sakarya-1574)

Katılımcıların önemli bir kısmı yenilikçi olmanın zorluklarından bahsetmektedir. Li-teratürü ve sektörü takip etmenin zorlukları ön plana çıkmaktadır.

Çok fazla okumanız gerekiyor. Çalıştığınız alandaki işi iyi takip etmeniz lazım sadece bulunduğunuz bölge değil ülke nereye gidiyor bakmanız lazım. (Bursa-1021)

Bazı katılımcılar ise yenilikçi özelliklerin bazılarında yoksun olduklarını ifade etmişlerdir. Bunların başında yeni fikir geliştirme ve hayal gücünün yetersizliği gelmektedir.

Hayal gücü bakımından da zayıf olduğumu düşünürüm. (Kocaeli-2309)

Konulara farklı bakış açısı getirdiğimi düşünmüyorum. Rutinle uyumluyum. (Ankara-0825)

Yenilikçi değilim çünkü önyargılı olabiliyorum, ileriye göremiyorum. (Antalya-1501)

Yenilikçi olabilmek için gerekli unsurlardan birisi de risk alabilmektir. Bazı katılımcılar yenilikçi fikirleri olsa bile risk alıp harekete geçecek insiyatifi kendilerinde bulamadıklarını ifade etmişlerdir.

Yeni fikirler aklıma gelmiyor. Gelse bile aksiyon olamıyorum onlarla uğraşmak istemiyorum. Gerçekleşeceğine inanmak ve risk almak bende yok. (Ankara-1814)

Risk gördüğümde güvende kalmak için yenilikçi olmamayı tercih ederim. (Denizli-1715)

8.4.2 Yenilikçi Tipler

Çalışmaya katılan kişilerin görüşlerinden hareketle, yenilikçi insanların Ar-Ge tarafı ağır basanlarla yani yaratıcılıklarıyla sorunlara etkili çözümler geliştirenlerle, girişimci tarafı ağır basanlar daha açık ifadeyle risk alan, harekete geçen ve daha dışa dönük insanlar olmak üzere iki farklı tanımlama yapmak mümkün görünmektedir. Bu tanımların net bir şekilde birbirinden ayrılması çok mümkün olmamakla birlikte konunun daha anlaşılır olması açısından ikiye ayrılmıştır. Diğer taraftan bir kişi hem Ar-Ge'ci hem de girişimci özellikleri aynı anda içinde barındırabilmektedir (Bkz. Şekil 8.8).

*Araştırmaya ve geliştirmeye meraklı daha proaktif düşünen insanlar.
(Tekirdağ-1706)*

Girişimciler canlanıyor, bir iş fikrini hayata geçirenler canlanıyor. (Kayseri-0196)

İzleyen başlıkta katılımcıların kendi öz değerlendirmeleri çerçevesinde Ar-Ge'ci tipe mi ve/veya girişimci tipe mi daha yakın oldukları bu sınıflamaya göre kategorize edilmiştir.

Bazı katılımcılar kendilerini daha girişimci görürken bazıları araştırma ve geliştirmeye daha eğilimli olarak görmektedir.

Bir işte çalışırken proaktif davranma hali insana bir şeyler öğretiyor. Mesela bir sorunla karşılaştığımda kendim bir aksiyon alırım. (İstanbul-505)

Ar-Ge ile yaptığım çalışmaların tamamı yenilikçi yaklaşım gerektiriyor ürün veya hizmet anlamında. Fizik matematik konularına daha yakın olduğum için Ar-Ge'ci oldum. (İzmir-923)

Katılımcılar yenilikçilik için girişimci bir ruh ve araştırmacı olunması gerektiğini ancak bu özelliklerin kendilerinde olmadığını ifade etmişlerdir.

Yenilikçi dediğimde aklıma girişimcilik geliyor. Ben girişimci insan değilim. Tanımlı bir görev üzerine hareket etmeyi seven biriyim. (İstanbul-1700)

Araştırma yönümün gelişmesine, disiplinli çalışmaya ve hayal gücüne ihtiyacım var. (Konya-1745)

Ar-Ge yoğun düşünen kişiler daha çok araştırma yapmaya, yeni bir şeyler bulmaya odaklanırken girişimci tip ise daha sonuç odaklı, piyasa ve ticarileşmeye yatkındır. Sonuçlar Türkiye'deki yenilikçi sınıfın bilimsel yönü ağır basan Ar-Ge'ci tipe daha yakın olduğunu göstermektedir. Aslında bu bulgular Türkiye'nin girişimcilik ve yenilikçilik ekosisteminin de genel resmini temsil ediyor denebilir. Genel olarak ülkemize yenilikçi girişimcilerin ve start-upların fikirleri ve hatta ürünleri mevcuttur. Ancak bunları pazara kadar ulaştıracak ticarileştirme ve pazara sunma süreçlerinde Ar-Ge tarafı ağır basan ama girişimciliği zayıf olan tiplerin baskınlığı nedeniyle aksayan/işlemeyen/tukanan bir durumda söz konusudur.

8.4.3 Sahip Oldukları Sermayeler

Katılımcıların sahip oldukları eğitim ve tecrübe ile alana ilişkin bilgi düzeyinin yenilikçiliklerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Eğitim ve tecrübe, bireylerin sadece ekonomik sermayelerini değil, aynı zamanda yenilik süreçlerinde kullanılabilecek kültürel sermayelerini de artırır. Örneğin, bir bireyin teknik bilgi birikimi, yaratıcı süreçlerde diğer bireylerle iş birliği yaparak yenilikçi çözümler üretmesine olanak tanır.

Bir kere bilgi ve tecrübe gerekiyor. Mental olarak da farklı durumlarda farklı bakış açılarıyla değerlendirebilme yeteneği gerekiyor. (Kocaeli-0369)

Yenilikçi olmak için mevcut olan çözümleri iyi bilmek ve yenilik getireceğiniz konuyla alakalı derin bilgilere sahip olmak gerekiyor. (Sakarya-1370)

Bazı katılımcılar ise sahip oldukları sosyal sermayenin yenilikçiliklerini artırdıklarını ifade etmişlerdir. Çeşitli sektörlerden farklı uzmanlıkları olan kişilerle etkileşim ile sosyal çevre ve ailenin de yenilikçiliğe katkıları bulunmaktadır.

Beni farklı kılan birincisi çevremdir. Her sektörde iş yapan çevremlerle iletişim halinde olmak, çok faydalı olabiliyor. Diğeri ise hep iyi ekipler ile çalıştım. (İstanbul-0038)

Yenilikçi olmanın ekonomik maliyetleri olabileceği gibi sosyal maliyetleri de bulunmaktadır. Ekonomik olarak kaynak kısıtı yenilikçiliği olumsuz etkileyebilirken, sosyal sermaye, yeterli bilgi, deneyim ve zaman eksikliği de yenilik üretmeyi kısıtlayabilmektedir.

Yenilikçi olmak için zamana, enerjiye ve kaynağa ihtiyacım var. (Ankara-2084)

Durduk yere biri yenilikçi olamaz. İlham verecek şeylere ihtiyaç var. Çevre ve sosyal faaliyetler sayesinde yeni bir şeyler çıkarıyorsun ortaya. (Denizli-1704)

Yenilikçi olmak için reel hayatın içinde daha fazla olmaya yaşamaya ihtiyacım var. Görmemiz yaşamamız lazım onların geri bildirimiyle besleniyorsunuz. (İzmir-2283)

8.4.4 Firma Koşulları

Kişilerin özellikleri, yetenekleri, imkânlarının yenilik kapasitelerinde önemli etkisi olsa da çalıştıkları ekosistemin koşulları bu özellikleri sınırlandırma ve geliştirme konusunda son derece etkilidir. Bu kapsamda bazı katılımcılar firma koşullarının bazıları ise daha genel ekosistemin sorunlarının yenilikçiliklerini olumsuz etkilediklerini vurgulamışlardır.

Yenilikçi insan maddi ve manevi destek gördüğü zaman başarılı olur. (Tekirdağ-1706)

Uygun düşünce ortamı, fikirlerinizi paylaşabileceğiniz ekip ve prototipleme yapabileceğiniz ortama ihtiyaç var. (Ankara-1835)

Süre ve maliyet yenilikçiliği sınırlandırır. Verilen işlerin sınırları vardır. Sınırlara uymak için de garantici olursunuz. Yenilikçi olmanız isteniyorsa özgür bırakılmanız lazım. (Eskişehir-2163)

8.4.5 Ekosistemin Koşulları

Katılımcıların kendi koşulları ve imkânları dışında çalıştıkları firma ve onun faaliyet gösterdiği ekosistemin önemli etkileri olmaktadır. Çalışılan firmanın yenilikçilik yetenekleri, sektörün Ar-Ge ve yenilik kapasitesi, kamunun destekleri ve hizmetleri yenilikçi sınıfın gelişimini etkilemektedir.

Sektörün sürekli aktif olması yeni bir şeyler yapmaya zorlaması, müşteri talepleri, rekabetçi bir iş piyasası olması bizi yenilikçiliğe itiyor açıkçası. (Denizli-1586)

Müşteriler ve diğer sektörleri iyi analiz eder, bunlara ne tür bir teknolojik çözümler üretebilirim diye düşünürüm. (Bursa-0344)

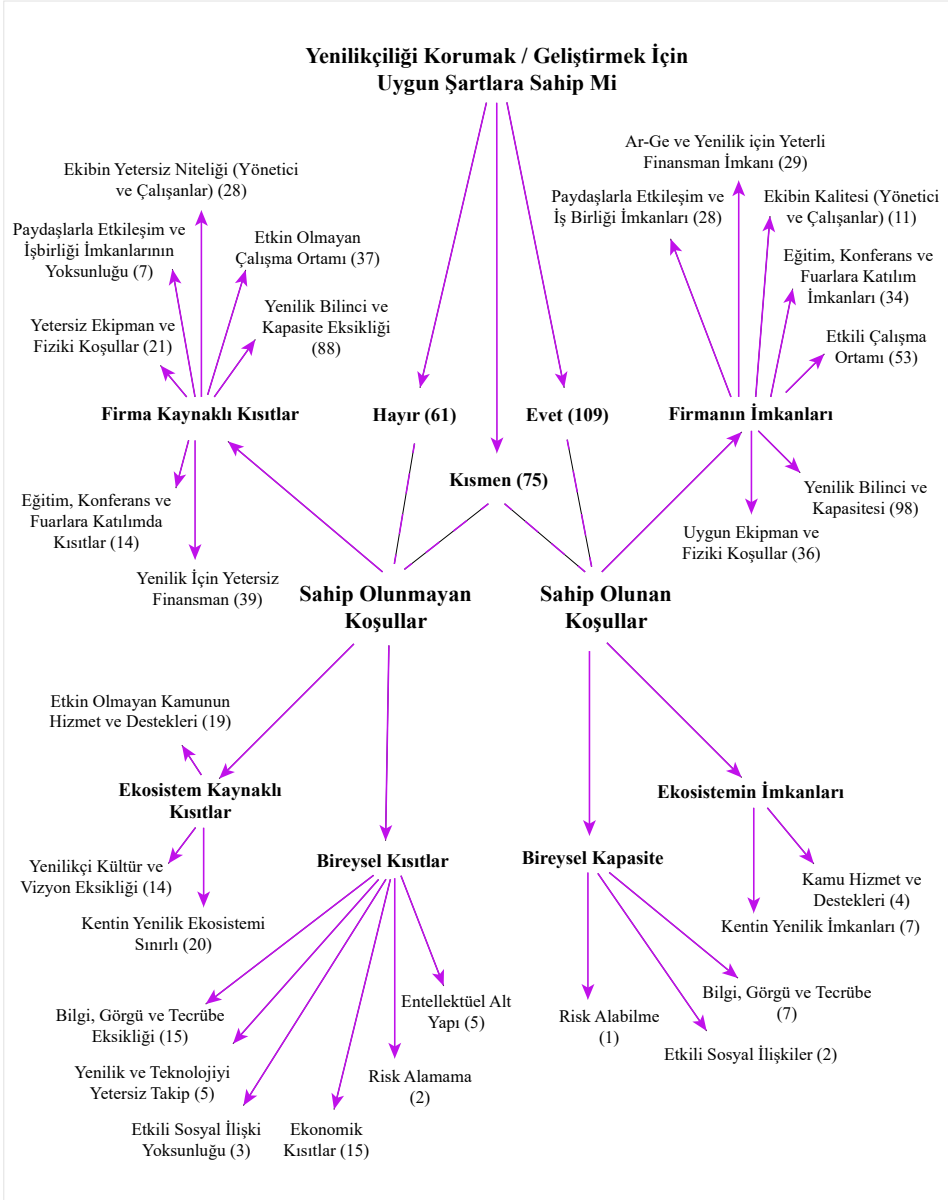
Bu bulgular yenilikçilik için kamunun firmayı mı yoksa ekosistemi (bölgeyi) mi desteklemeli ikileminin anlamlı olmadığını, Türkiye koşullarında yaratıcı sınıfın yenilikçilik kapasitesinin geliştirilmesinde hem firmaya spesifik Ar-Ge ve inovasyon desteklerinin hem de bölgesel yenilik sistemini besleyecek kurumsal ve altyapısal desteklerin önemli olduğunu göstermektedir.

Benzer şekilde girişimcinin bireysel ölçekte kamu tarafından desteklenmesi de hiç kuşkusuz yenilikçi sınıfın yaratılmasında olmazsa olmaz bir koşuldur. Görüldüğü üzere yaratıcı sınıf yenilikçilik sürecinde hem kişisel yetenek ve birikimlerinden faydalanırken, hem de firmanın sahip olduğu kapasite ve imkânları kullanmaktadır. Ancak aynı zamanda yaratıcı sınıfın içinde yer aldığı coğrafi ortamın ve bölgesel ekosistemin donatı ve imkânlarının da kişinin yenilikçiliği üzerinde en az kişisel özellikleri ve çalıştığı firma kadar önemli olduğu görülmektedir. Bu durum yaratıcı sınıf tezindeki yerin/mekânın kalitesinin yenilikçiliği beslemede Türkiye bağlamında da ne denli önemli olduğunu göstermektedir.

8.5 Teknolojik Gelişmenin Sürdürülebilirliği: Yenilikçiliği Etkileyen Şartlar

Türkiye’de yenilikçi sınıfın kendi yenilikçiliklerini koruması ve geliştirmesi diğer önemli bir sorun alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılımcıların 61’i (%25) uygun şartlara sahip olmadığını ifade ederken uygun şartlara sahip olanların sayısı 109’dur (%45). Katılımcılardan 75’inin (%30) cevabı ise kısmendir. Katılımcıların uygun koşullara sahip olma veya olmama durumları; bireysel, firma ve ekosistem kaynaklı olmak üzere üç alt başlık altında incelenmiştir (Bkz. Şekil 8.9).

Şekil 8.9: Yenilikçiliği Korumak ve Geliştirmek



8.5.1 Bireysel Kapasite

Kişilerin eğitim düzeyleri, tecrübeleri, yatkınlıkları ve sahip oldukları sermayeleri yenilikliklerini koruma ve geliştirme için önemli katkılar sağlamaktadır.

Üniversitedeki hocalarımla da network'üm devam ediyor her türlü dokümana ve bilgiye ulaşabiliyorum, bazen okulun laboratuvarında çalışabiliyorum. (Ankara-1434)

*Kendimi geliştirmeye çalışan ve yaptığım işi sevdiğim için daha yenilikçiyim.
(İstanbul-1102)*

*Çok gelecek kaygım yok ve risk almayı seviyorum. Bir de çeşitli yeteneklerim ve
onları kullanma isteğim var. (Ankara-130)*

Benzer şekilde kapasitenin yetersiz olması diğerk bir deyişle bireysel kısıtlar olarak ise ağlara ulaşamama ve yeterli networke (iş çevresi) sahip olamama, bilgi eksikliği olarak karşımıza çıkmaktadır.

*Yoğunluk, bilgi eksikliği, yeni gelişen teknolojiyi takip edememe diyebilirim.
(Kocaeli-1264)*

*Networkum ve çevremin kısıtlı olması yenilikçiliği olumsuz etkiliyor.
(Kocaeli-1542)*

8.5.2 Firmanın İmkânları

İnovasyon üzerine yapılan çalışmalar, firma düzeyinde yenilik yapma süreçlerini ve yenilikçiliğin düzeyini belirleyen mekânizmanın firma içi ve firma dışı (15 farklı parametre) faktörlerin birleşik bir sonucu olduğunu ortaya koymaktadır (Madrid-Guijarro vd., 2009). *Hangi faktörün en önemli ve belirleyici olduğu firmadan firmaya, sektörden sektöre ve bölgeden bölgeye değışkenlik gösterebilmekle birlikte, genel olarak “inovasyonun belirleyicilerini” (tersinden söylersek “inovasyon engellerini”) firma içi (içsel kaynaklı) belirleyiciler ve engeller ile firma dışı (ekosistem kaynaklı) belirleyiciler ve engeller olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür: Buna göre firma içi (içsel kaynaklı) belirleyiciler, firmanın genel özellikleri (yaşı, büyüklüğü, sahiplik statüsü vb gibi), firma yapısı (entelektüel sermaye –beşerî sermaye, sosyal sermaye ve örgütsel sermaye- ve kurum kültürü) ve firma stratejilerini (işbirlikleri, işletme stratejileri ve inovasyon harcamaları gibi) içermektedir.*

Kişinin yenilikçilik kapasitesinin geliştirilmesi anlamında yeteneklerini geliştirmesinin, büyük oranda çalıştıkları firmanın imkân ve koşullarına bağlı olabileceği görülmektedir. Firmanın yenilik kabiliyeti ve vizyonu, yönetimin bilinci, çalışanların niteliği ve uyumu, Ar-Ge ve yenilik için kullanabileceği finansman imkânları ile mevcut altyapı en belirleyici unsurlar arasında yer almaktadır.

Özgür düşünme ortamı ve araştırma yapabilecek imkânlara sahibiz. (İzmir-1396)

*Çalışma saatlerim çok uygun ve esnek. Bilgisayar donanımım gayet iyi
araştırmamı yapmaya engel yok. Yurt dışı seyahatleri yapabiliyorum. Firmalarla
görüşebiliyorum. Maaşım yaşadığım şartlara göre gayet iyi bunlar benim için
yeterli şeyler. Patronumuz ileri görüşlü fikirlerimize sahip çıkıyor. (Mersin-2268)*

Firmaların zor koşullarda rekabet etmeleri, finansman koşullarının yetersizliği ve düşük teknolojik kapasiteleri onları uzun vadeden ziyade kısa vadeli yaklaşımlara yöneltmektedir. Bu çerçevede yenilikçi sınıfa yeterli zaman, imkân ve koşullar sağlayamamaktadırlar.

Aynı zamanda iş yetiştirme zorunluluğu, zaman baskısı ve rekabet şartlarının çalışanların üzerindeki stresi artırdığı ve bunun yaratıcılığı ve yenilikçiliği kısıtladığı belirtilmiştir. Bu durum, firmaların kısa vadeli hedeflere odaklanmalarının bir sonucu olarak görülebilir (Cansız, Karanfil ve Üstün, 2023).

Çok insanla konuşmuyoruz, kapalı çalışıyoruz, bu da yenilikleri bir nevi öldürüyor. Yani yazılımcı dışarda müşteriyle, vatandaşla görüşmezse yeni bir şey üretemez. (Eskişehir-2207)

Firmanın elinde bir iş var. Amaç işi bir an önce bitirip parayı almak. O mantıkla çalışılıyor. Böyle olunca da geleceğe dönük adımlar atılamıyor. (İstanbul-1086)

Yeterli zaman verilmemesi ve nitelikli ekip olmaması yenilikçiliği sınırlıyor. (Tekirdağ-1773)

Firmaların zor koşulları ve ekosistemin kısıtlarının yanında yenilik bilincinin sanayi-cide yeterince gelişmemiş olması onları garantici işlere yönlendirmekte, geleceğe yönelik yaklaşımlar geliştirmelerini olanaksız hale getirmektedir.

Yeniliğe maddi ve manevi açıdan destek bulunmuyor. (Bursa-1358)

Sanayici ürün bekliyor ve deney yapma hakkına sahip olsanız dahi zamanınız olmuyor. Çünkü diyorlar ki heyecan arama, iyi uygulama örneğine göre yap. (İstanbul-2290)

Üst yönetim her zaman yeniliğe karşı, yeni şeylere çok açık değildir. (Denizli-1715)

Yenilikçilik yüzde yüz başarıya ulaşacak bir process değildir. Bunu kaldıracabilecek; yani bazı şeylerin başarısız olmasını da kaldıracabilecek bir yapıya sahip olması lazım. (Denizli-0224)

Sahadan elde edilen bulgular ilk olarak yenilik yapmada bireysel özellikler ve ekosistem özelliklerine göre firmanın sahip olduğu imkânların yenilikçilikte çok daha fazla önemli, temel belirleyici olduğunu göstermektedir. Özellikle firmanın sahip olduğu “işletme yapısı ve kurumsal kültür” yani Ar-Ge kültürü, vizyonu ve inovasyon stratejisinin katılımcıların en fazla üzerinde durduğu konu olması literatürle de çok uyumludur. Bu temelde firmada inovasyon için uygun atmosferin olması, yöneticilerin veya çalışanların yenilikçiliğe ve sürekli iyileştirme yaklaşımına sahip olması ve firmanın Ar-Ge ve inovasyon harcamalarına önem vermesi şeklinde literatürde vurgulanan firmanın *içsel motivasyon* faktörlerine referans vermektedir. Yeterli finansman ve ekipmanın varlığı ile firmanın inovasyon için gereken dışsal bilgi kanallarına erişimi ve Ar-Ge projeleri için kurduğu ortaklıklar ve iş birliklerinin bulunması da yenilikçilikte ikinci ve üçüncü derecede önemli görülen diğer faktörler setini oluşturmaktadır ki bu da literatürdeki bulgularla uyumludur.

Ar-Ge için gereken en önemli faktör olan insan kaynağı ve kalitesinin daha az vurgulanması biraz sürpriz olsa da bunun avantajdan çok firmaların önemli bir eksikliği ve kısıtı

(nitelikli kalifiye eleman ve Ar-Ge yöneticisi eksikliği gibi) olarak görüldüğü görülmektedir. Sonuç olarak firma içi inovasyon engelleri 3 temel başlık altında toplanabilir: *iç direnç* (firmada inovasyon için uygun atmosferin olmaması, yöneticilerin veya çalışanların yenilikçiliğe karşı direnç göstermesi, sürekli iyileştirme yaklaşımına önem verilmemesi gibi), *iç eksiklik* (firmada yetersiz ekipman, teçhizat, teknik bilgi ve deneyim ile nitelikli kalifiye eleman ve Ar-Ge yöneticisi eksikliği gibi) ve *iç kısıtlar* (finansman kaynaklarının yetersizliği, yenilik için paydaşlarla gereken etkileşim, işbirliği ve ortaklıkların olmaması gibi). Katılımcılar yeniliğin önündeki temel engelin iç direnç olduğunu yani firmaların sahip olduğu kurumsal yapı ve kurumsal kültürün olduğunu vurgulamışlardır. Katılımcıların literatürde sıklıkla vurgulanan yenilik için maliyet ve riskin yüksekliği ve yeterli zaman ayırmama gibi yüksek maliyet ve risk olarak tanımlanan firma içi inovasyon engellerini belirtmediği dikkati çekmektedir.

Sahadan elde edilen bulgular ve literatürde önerilen hususlar, firma içinden kaynaklanan inovasyon engellerinin firmanın yenilikçiliğini doğrudan olumsuz etkilemesi nedeniyle kritik öneme sahip olduğunu ve firmaların öncelikle iç engellerin üstesinden gelmeye, onları ortadan kaldırmaya odaklanması gerektiğine işaret etmektedir.

Çalışmanın yapıldığı firmaların Ar-Ge merkezi veya teknopark firmaları olduğu düşünüldüğünde söz konusu dirençlerin anlamı da farklılaşmaktadır. Bu kapsamda firmaların yenilik kapasitelerini artırmaya yönelik destekler içinde söz konusu yeniliğe direnç oluşturan alanlara yönelik yapılacak müdahaleler hem firmanın hem de Ar-Ge çalışanlarının önemli gelişmeler sağlamasına hizmet edecektir.

İmalat sanayindeki Ar-Ge merkezi statüsüne sahip olmayan ve teknoparklarda faaliyet göstermeyen yüzde 99'luk kesim için farklı politikalara ihtiyaç bulunmaktadır. Özellikle Ar-Ge Merkezi statüsünü alma veya firma yenilik açısından daha önceki aşamalarda ise KOSGEB veya TÜBİTAK Ar-Ge Yenilik desteklerinden yararlanma gibi hususlar firma içindeki dirençleri azaltacağı gibi firmanın diğer yenilik yetkinliklerini geliştirecektir.

8.5.3 Ekosistemin İmkânları

Yenilik yapmada çalışanların bireysel yetenekleri ve firmaya has özelliklerin yanında firmanın dışından kaynaklanan faktörler yani firmanın içine gömülü olduğu bölgesel yenilik sisteminin donatıları da yenilikçilikte çok önemli bir belirleyici durumundadır. Bölgesel ekosistem firmanın faaliyet gösterdiği sektör ile içerisinde bulunduğu coğrafi ortamla ilgili koşullar, imkânlar ve ilişkilerdir ki bunlar firmaya dışsal olan pazar yapısı, rekabet yoğunluğu, kamu düzenlemeleri ve teşvikler ile bölgenin sahip olduğu donatı ve varlıklardır ki (Ulusoy vd., 2008) inovasyon, firmanın sahip olduğu yapının, kültürün ve stratejilerin, coğrafi ve sektörel imkânlar ve koşullara yataklık eden bölgesel ekosistemin donatılarıyla bir araya getirilmesi sonucu ortaya çıkmaktadır.

Firmanın ve çalışanların içinde rekabet ettikleri ve işlerini yaptıkları kentsel alan/bölge olarak ekosistem; firma ve bireylerin yenilikçiliğini doğrudan etkilemektedir. Bazı durumlar

çalışanları olumlu etkilerken bazıları ise olumsuz etkilemektedir.

Genel ekonomik ve sosyal koşullar, kamu hizmetlerinin etkinliği, kentin yeniliğe açık olması ve yenilik bilincinin geniş bir tabanda sahiplenilmesi ile Ar-Ge projelerinin niteliği ve niceliği konusundaki yetkinlik ön plana çıkmaktadır.

Ar-Ge ve inovasyona devletin ciddi desteği var. Yenilikçi ürün ve yenilikçi süreç bağlamında ortaya yeni şeyler koyduğunuz zaman ciddi destekler alabiliyorsunuz. (Ankara-1075)

Teknopark içinde bulunmam önemli. Burada hep değişik şeylerin yapıldığı bir yerdeyim. Komşularımız da aynı şekilde ve bir de küçük kuluçka firmalar var burada. (İstanbul-0286)

Kent ortamı yenilikçiliğimi destekliyor. (İzmir-923)

Ekosistem, sistemdeki tüm oyuncuları olduğu gibi Ar-Ge çalışanlarının da yenilik kapasitesinin gelişmesini olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Kısıtlı yenilik bilinci ve davranışları ile makro ekonomik ve sosyal koşullar bu alanda daha belirleyici olabilmektedir. Yeniliğin yeşerebileceği ortamların rahat, huzurlu ve uygun ekonomik koşullara sahip olması gerekmektedir.

Daha da yenilikçi olabilmek için benim yurtdışına çıkmam lazım, daha çok incelemem ve görmem lazım. Çünkü Türkiye bunun için kısıtlı. (Denizli-0916)

Yenilik yapmak istiyorum ama düzen de gereklidir. Ne olacağı belli olmayan bir ortamda yenilik yapmak pek mümkün değil. Ekonomik öngörülebilirlik olması gerekir. (Antalya-0954)

Bürokrasi, ekonomik sebepler, nitelikli personel gibi sorunlar bulunmakta. (Sakarya-1174)

Makro sorunların yanında mezo düzeydeki durumlar da aynı etkiyi yaratabilmektedir. Bu bağlamda kentlerin de kritik etkileri bulunmaktadır.

Kentin imkânları yeniliği sınırlandırıyor. (Eskişehir-1873; Konya-1567; Kayseri-1863; Mersin-1461; İzmir-360)

Buradan hareketle katılımcılar kentin sağladığı hizmetler ve yaratıcı atmosfer ile kamu teşvik ve desteklerini firma dışından kaynaklanan ve inovasyon sürecine katkı sağlayan ekosistem faktörleri olarak sıralamaktadır ancak bu faktörler firmanın sahip olduğu imkânlar kadar güçlü şekilde vurgulanmamaktadır.

Ayrıca Türkiye’de firmaların yenilik yapmasında ekosisteme dair (firma dışı) unsurlar içinde yer alan devlet destek ve teşviklerinin bolluğu ile mevcut yasa ve yönetmeliklerin yeterliliği bir kısıt oluşturmamakta hatta destekleyici rol oynamaktadır. Ancak kamusal hizmetlerin ve verilen desteklerin etkinliği hususunda önemli bir sorun olduğu gözükmektedir.

Daha da önemlisi katılımcılar yaşadıkları kentin yenilik ekosisteminin zayıf olduğunu, yenilikçi kültürün gelişimini desteklemediğini, yaratıcı bir atmosfere yönelik donatılara sahip olmadığını güçlü bir şekilde vurgulamaktadırlar. Yenilikçi sınıf ve yerler üzerine yapılan araştırmalar (Florida 2002a, 2005) bölgelerin sahip olduğu mekânsal kalitenin, kentsel donatıların, kültürel çekiciliklerin, tolerans, açıklık ve çeşitliliği kucaklayan yerlerin yenilikçiliğin en önemli belirleyicisi olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda ekosistemden kaynaklanan kısıtların inovasyon sürecinde güçlük yaratan bariyerler olduğu görülmektedir.

Genel olarak Türkiye’de firma dışından kaynaklanan bölgesel ekosisteme dair engellerin firmanın yenilikçiliğine daha çok dolaylı etkisinin olduğu, bu nedenle görece daha az kritik gibi görüldüğü için göz ardı edilip arkaplana itildiği, daha çok bölgenin değil firmanın ve girişimcinin desteklenmesi gerektiği düşünülmekte ve politikalarda çoğunlukla buna uygun olarak tasarlanmaktadır. Oysa ekosistemdeki bu engellerin firma içi engelleri besleyen ve onlara atyapı oluşturan bir rol üstlendiği görülmektedir.

Diğer taraftan inovasyon sürecine bir ekosistem olarak yaklaşan coğrafi çalışmalarda dış ortamdaki kaynaklanan şartların ve imkânların en az firma içi engeller kadar önemli olduğu vurgulanmakta ve ekosistemin kritik ve/veya tamamlayıcı bir bileşeninin eksik ya da işlemez olması durumunda firmalardaki tüm yenilik sürecinin aksayabileceği, yavaşlayabileceği hatta engellenebileceği ifade edilmektedir.

Bu bağlamda kentlerin yaratıcılığı ve yenilikçiliğini destekleyecek olan en başta bir kültür ve vizyona sahip olması, ardından mekânsal donatı ve çekiciliklere yatırım yapması ve bununla birlikte bölgelerinde toleranslı bir kültürü ve atmosferi temin eden çeşitliliği ve kapsayıcılığı sağlayan soft varlıklara yatırım yapması gerekmektedir (Boschma ve Fritsch, 2009).

8.6 Teknolojinin Takibi: Yenilikleri İzleme Süreçleri

Yenilikçi sınıfın teknolojiyi takip etme ve inovasyon yapmada bilgiye erişim kanalları çok önemli bir husustur. Yaratıcı sınıfın yenilik süresinde bilgiye ulaşmada kullandığı yollar olarak firma içi kanallar ve firma dışı kanallar olarak iki süreç işlemektedir. Firma içi kanallar, şirket içindeki deneme-yanılma süreçleri ve Ar-Ge biriminin etkinliği gibi içsel bilgi kaynaklarını oluşturur. Firma içindeki deneme-yanılma süreçlerinin ve başta Ar-Ge birimi olmak üzere üretim ve pazarlama gibi birimlerin faaliyetlerinin bilgi, teknoloji ve yeniliğe ulaşmada en önemli görülen içsel kanal olduğu görülmektedir (Doloreux ve Melançon, 2008).

Firma dışı kanallar ise çok çeşitli olup dışsal bilgi kaynaklarından firmada yenilik için olmayan bilginin dahil edilmesini kapsar. Bu bilgi kaynakları arasında en fazla önem atfedilen değer zincirinin paydaşları (tedarikçiler ve müşteriler) ile üniversiteler ve araştırma merkezleriyle iş birlikleri gelir. Ayrıca fuar, sergi, toplantı, eğitim gibi iş organizasyonları, patent ve bilimsel dergi/kitap ve internet takibi gibi mekânizmalar ile ekosistemdeki

diğer aktörler olan rakiplerle, danışmanlarla, kümelenmelerle temas ve etkileşim diğer yenilikçi dışsal bilgi kaynaklarını oluşturur (Kaufmann ve Tödling, 2001; Doloreux ve Melançon, 2008).

Yenilikçi sınıfın kendini yenilemesi, daha yenilikçi olabilmek ve kalabilmek için yenilik ve teknoloji alanlarında gelişmeleri takip etmeleri son derece önemlidir. Bu kapsamda katılımcıların büyük çoğunluğunun (%81) yenilik ve teknoloji takibi konusunu önemsedikleri görülmektedir (Bkz. Şekil 8.10).

Ar-Ge çalışanlarının yenilik ve teknolojiyi nasıl takip ettikleri incelendiğinde; sosyal medya ve teknoloji konusundaki web sitelerinin en önde geldiği görülmektedir. Bunu ulusal ve uluslararası fuarlara katılım ile eğitim ve konferans gibi etkinlikler izlemektedir.

Teknolojiyi takip ederken en çok başvuru alan araç sosyal medya ve web siteleri iken bunu ilgili yayınların takibi izlemektedir. Uluslararası sergi, konferans, toplantı ve fuarların takibi ile tescil edilmiş patentlerin incelenmesi bir diğer önemli araçtır. Yenilikçi sınıf ayrıca değer zincirinin temel partnerleri olan müşteri ve tedarikçiler ile rakip firmalarla olan ilişkilerinden de yenilikleri izlemektedir.

Yeniliği fuarlarla, seminerlerle, internetten takip edebiliyorum. (İstanbul-0026)

Sosyal medya üzerinden Youtube, Linkedin ve Twitter'ı takip ediyorum. (Ankara-2082)

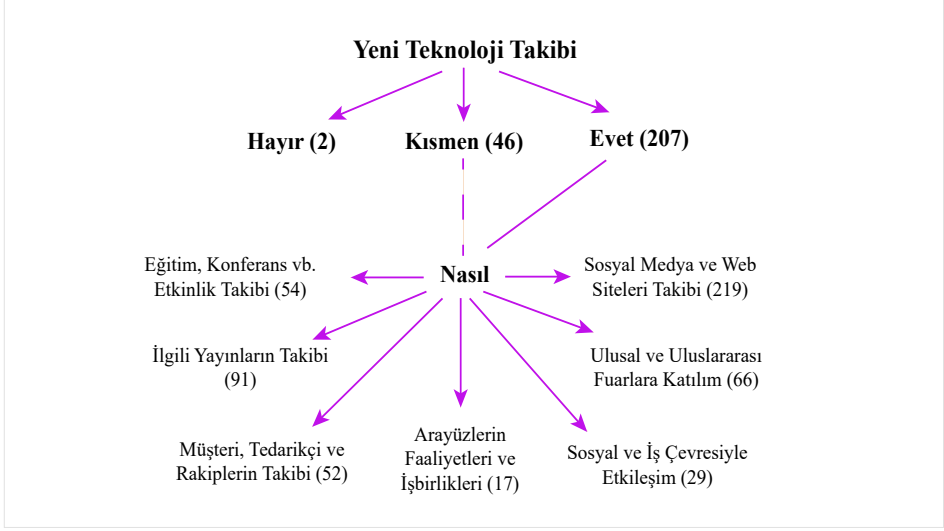
Genelde akademik makaleleri ve pazar araştırmalarını kullanıyorum. (Bursa-1358)

Müşteri ziyaret, sohbet ve ortak çalışmalardan takip ediyorum. (İzmir-0944)

Yenilikçi sınıfın bilgiye erişim sürecinde sosyal çevresi ve iş çevresiyle kurduğu etkileşimin rolünün beklenenden daha düşük oranda gerçekleştiği, firma bazlı çalışmalarda yeniliğin yaratılmasında en önemli aktörlerden biri olan üniversitelerle kurulan iş birliklerinin ise bireysel ölçekte en geri sırada kaldığı görülmektedir.

Bulgular, yaratıcı sınıfın bilgi, yenilik ve teknolojiyi takip etme kaynakları bakımından firma odaklı çalışmaların bulgularından farklılaştığını göstermektedir. Her şeyden önce yaratıcı sınıf firma bazlı çalışmalarda çok geri sıralarda yer alan internet ve sosyal medya araçları yoluyla fikir ve bilgi elde etme buna dayalı yenilik yapma ve yaratıcı olma hususunda online araçlardan ve web tabanlı kaynaklardan çok fazla yararlandıklarını ve esas olarak bu mecradan beslendiklerini belirtmektedir. Bu bulgu aslında yaratıcı sınıfın doğası ve teknolojiyle yakından ilgili olması düşünüldüğünde (Örneğin, Florida, 2002a) normal olarak kabul edilebilir. Oysa firma bazlı çalışmalarda fikir ve yaratıcılığın en önemli kaynağı çoğu zaman müşteri ve tedarikçilerden gelmektedir. Müşteri, tedarikçi ve rakip firmalarla yüz yüze kurulan ilişkiler pek çok araştırmada Ar-Ge ve inovasyonun ana kaynağı olarak gösterilmektedir. Yaratıcı sınıf için bu kanal 4.-5. sırada gelmektedir.

Şekil 8.10: Yenilik ve Teknoloji Takibi



Ayrıca bilgi ve yeniliğe ulaşmada, özellikle de radikal inovasyon yapmada literatürde ağ kurma faaliyetleri olarak tanımlanan ve en önemli kanal olarak gösterilen üniversite ve araştırma merkezleriyle kurulan ortaklık ve işbirliklerinin yaratıcı sınıfın nezdinde en geri planda kalması, bir yandan Üniversite-Sanayi İşbirliği (ÜSİ) sisteminin yeterince işlemediğini göstermekte iken öbür yandan yaratıcı sınıfın üniversiteye fazla önem vermediğini ve/veya üniversiteden gereken bilgi ve teknik desteği alamadığını ortaya koymaktadır.

Yine “*ağ kurma ve etkileşim faaliyetleri*” kapsamında değerlendirilebilecek olan sosyal çevre ve iş çevresiyle kurduğu etkileşim yoluyla bilgi ve yeniliği takip etmenin beklenenden çok daha düşük oranda gerçekleşmesi yaratıcı sınıfın ki bizim çalışmamız özelinde Ar-Ge yapan mühendislerin sosyal ve ilişkisel sermayelerinin düşük olduğunu, yüz yüze etkileşimlerden ziyade uzaktan ilişkileri yeğlediklerini ve bu anlamda Florida’nın teorisiyle uyumlu (ileri teknoloji insanların bireysel, anonim kalmayı vb.) olduğunu ileri sürebiliriz.

Genel olarak yaratıcı sınıfın Ar-Ge ve yenilik için firma içi kapalı süreçler ile mekândan bağımsız kodlanmış analitik bilgiyi içeren kanalları (internet, patent, yayın takibi) önemsenmekte olduğu, buna karşın mekâna dayalı örtük bilgi ve karşılık öğrenme süreçlerini içeren firma dışı ekosisteme dair aktörler, ağlar ve mekânizmalarla (ÜSİ, kümelenme, firmalar arası iş birliği, ortaklıklar vb.) oldukça sınırlı bir etkileşim içinde oldukları görülmektedir. Kuşkusuz bu durum yapılan inovasyonun kalitesini etkileyecektir, firma dışı ağlar ve aktörlerden beslenmeyen insanların yaratıcılık düzeyinin düşük olduğu bilinen bir gerçektir. Bu bulgular, yenilikçiliğin firma içinde başlayan fakat firma sınırları içinde tamamlanmayan bir süreç olduğunu göstermektedir. İnternet, yayın, patent ve firma içi bilgi kanalları önemli olmakla birlikte; üniversite, araştırma merkezleri, müşteriler, tedarikçiler, rakipler ve bölgesel ağlarla kurulan etkileşimin zayıf kalması, yenilikçi sınıfın örtük bilgiye erişimini ve öğrenme kapasitesini sınırlayabilmektedir.

8.7 Bölüm Sonu Değerlendirmesi

Teknoloji, yaratıcı sınıf teorisinin parametrelerinden birini oluşturmaktadır. Teknoloji, inovasyonun ve yüksek teknolojili yoğunlaşmanın bir işlevi olarak açıklanmaktadır. Bu nedenle yaratıcı sınıf içerisinde yer alan kişilerin inovasyon, fikir ve araştırmaları üretebilmeleri ve ürünlerini pazara sunmaları gerekmektedir. Bu süreci yerine getirebilmeleri içinse kişilerin yenilikçi olmaları, yaratıcı teknolojinin tasarımından aktarımına kadar birçok süreci yapılandırması gerekmektedir.

Bu bölümde teknoloji, araştırmanın odak noktası olan yaratıcı sınıfın mesleki/yeteneksel özellikleri temelinde ilişkisel olarak analiz edilmiştir. Diğer bir ifadeyle, yaratıcı sınıfın sahip olduğu bilgi birikimi, ekonomik-sosyal-kültürel-beşerî sermayesine dayalı olarak teknolojiyi nasıl algıladıkları, kendilerini nasıl tanımladıkları ve bu tanımlamayı destekleyen ya da desteklemeyen özelliklerin neler olduğu ortaya konulmaktadır. Bu bağlamda araştırma alanı içerisindeki yenilikçi insanların sahip olduğu sermayeler algılarını ve davranışlarını da etkilemektedir.

Yenilik ve yenilikçilik konusunda katılımcıların teknolojiye ait görüşleri 4 temel bölüme ayrılmıştır: Yenilikçi insanların özellikleri, kendi öz değerlendirmesi, yenilikçiliğin korunmasında uygun şartlara sahip olma ve yenilik-teknoloji takibidir (Bkz. Şekil 4.1).

Yenilikçi insanlar, yenilik anlayışı, davranış biçimleri ve sahip oldukları sermayelere bağlı olarak tanımlanmaktadır. Kişiler yeniliği literatürle uyumlu bir şekilde hem yeni ürün, hizmet ve süreç oluşturmak hem de mevcut ürün, hizmet ve süreçleri geliştirmek olarak tanımlamaktadır. Yenilikçi insanların davranış ve yaklaşımlarında en öne çıkan özelliği ise, yeni fikirler yaratan ve risk alan ve yeni işler yapan kişiler olmasıdır. Burada yeni fikirler yaratma özelliğinin öne çıkması, yenilikçi insanların yaratıcılık boyutuna önem verdiklerini göstermektedir. Bu durum yenilikçi kişilerin sahip olduğu sermaye ile ilgilidir. Kişilerin sahip olduğu sermayeler ekonomik, sosyal, kültürel ve beşerî sermaye olarak ayrılmaktadır (Bourdieu, 1986). Araştırma bulgularına göre yenilikçi kişilerin en fazla beşerî ve kültürel sermayeye sahip olduğu görülmektedir. Bunun yanında yenilikçi kişilerin yaratıcı olmasında ekonomik sermayeye de sahip olmaları gerektiği vurgulanmaktadır. Yenilikçi kişileri tanımlayan diğer bir özellik ise “normların dışında yaşam sürmesi”dir. Ancak bu özellik yenilikçi sınıfın sahip olduğu diğer özelliklere göre oldukça geri planda kalmaktadır. Genel olarak mühendislerin, Ar-Ge personeli bile olsalar dünyanın her yerinde muhafazakâr bir yaşam biçimine sahip olduğu bulgusuyla araştırmanın bulguları örtüşmektedir. Ancak normların dışında yaşamın çok sınırlı olması Türkiye’deki yaratıcı sınıfın üç temel yenilikçilik özelliğinden ikisi olan çeşitlilik ve açıklık ile bireysellik değerlerine çok uymadığını göstermektedir.

Kişilerin kendi öz değerlendirmesinde ise beş özellik analiz edilmektedir. Bu özellikler, yenilikçi davranış biçimleri, yenilikçi tipler, sahip oldukları sermayeler, firma koşulları ve ekosistem koşullarıdır. Yenilikçiler kendilerini yeni fikir yaratan, ihtiyaçları, yenilikleri ile

teknolojiyi takip eden kişiler olarak değerlendirmektedir. Bununla birlikte kişiler yenilikçi olmada gerekli olan bazı özellikleri de taşımamaktadır. Bunlardan biri yeni fikir yaratmada gerekli olan hayal gücünün yetersizliği iken diğeri yeni fikirlerini hayata geçirebilmek için risk almaktan uzak durmalarıdır. Bu durum yeniliği yaratacak olan “süper yaratıcı çekirdeğin” yeterince aktif olamamasına neden olmaktadır. Yenilikçi kişiler kendilerini Ar-Ge’ci ya da girişimci olarak tanımlamakla birlikte, her iki yenilikçi tipine ait olanlarda mevcuttur. Ancak Türkiye’nin genel resmini Ar-Ge’ci tipler oluşturmaktadır. Ar-Ge’ci tipler yeni fikir yaratmaya odaklanırken, yarattıkları fikirleri piyasaya sunma ve ticarileştirme de oldukça zayıf kalmaktadırlar. Diğer bir ifadeyle girişimci değildirler. Bu durumda yapılması gereken en önemli şeylerden biri, Ar-Ge’ci tiplerin girişimci olması konusunda devlet tarafından desteklenmesi, girişimcilik rolünü benimseyebilmesi için önündeki engellerin kaldırılması ya da en aza indirgenmesi gerekmektedir.

Kişilerin yenilikçi olmaları temelde sahip oldukları sermaye ile ilişkilidir. Yaratıcı kişilerin çocukluktan itibaren sahip oldukları birikimleri onların beşerî, kültürel ve sosyal sermayelerini oluşturmaktadır. Katılımcıların sahip oldukları sermayeler iki şekilde oluşmakta/yaratılmaktadır. Bunlardan birincisi kişinin kendi oluşturduğu sermayeyken (beşerî), ikincisi kişinin dışında varolan ve yaratılan sermayedir (sosyal ve kültürel). Ancak bu sermayeler birbirinden bağımsız değildir, aksine birbiriyle ilişkili ve birbirini etkileyen bir yapıya sahiptirler. Çalışmanın bulgularına göre, katılımcıların yenilikçi olmalarını etkileyen ilk sermaye kişinin kendi oluşturduğu beşerî sermayedir (Şekil 4.3). Katılımcının aldığı eğitim, bu eğitimle geliştirdiği yeteneği ve tecrübesi yaratıcı olmasını belirleyen özelliklerdir. Katılımcıları etkileyen sermayelerden ikincisi ise sosyal ve kültürel sermayedir. Bu iki sermaye kişinin kendisi dışında edindiği ya da sahip olduğu sermayelerdir. Sosyal sermaye, katılımcının diğer insanlarla ilişkilerini, güveni ve katılımı tanımlarken, kültürel sermaye ise katılımcının ailesi ve yakın çevresinin sahip olduğu beşerî sermayeye bağlı olarak içinde bulunduğu sınıfsal durumu tanımlamaktadır. Katılımcılar sahip oldukları eğitim ve bilginin (beşerî sermayenin) yenilikçi olmalarını desteklediğini ifade ederken, farklı bilgi ve uzmanlıklara sahip çevrelere (sosyal sermaye) sahip olmalarının da yenilikçi olmalarında etkisinin bulunduğu görülmektedir. Ancak çalışmada yer alan katılımcıların kültürel sermayesinin yenilikçi olmalarına etkisinin diğer sermayelere göre daha az olduğu söylenebilir. Çünkü katılımcıların ailelerinin meslek ve eğitim düzeyleri incelendiğinde Türkiye’deki yaratıcı sınıfın orta sınıf ve alt orta sınıfa ait olduğu görülmektedir.

Kişilerin yenilikçi olmasını etkileyen dışsal faktörler ise firma ve ekosistem koşullarıdır. Her iki koşuldaki avantaj ve dezavantajlar kişilerin yenilikçi olmasında eşit öneme sahiptir. Bununla birlikte yenilikçi olmayı etkileyen koşulların başında firma kaynaklı olanlar gelmektedir. Bulgularda öne çıkan yenilikçiliği destekleyen ve desteklemeyen firma koşulları aynı özelliklere bağlıdır. Firmanın bu özellikleri ise, yenilikçiliği destekleyen etkin olan/olmayan çalışma ortamı ile yenilik bilincine ve kültüre sahip olma/olmama, yeterli/yetersiz finansman ve ekibin yeterli/yetersiz niteliği olarak sıralanabilir. Öte yandan kamunun destek ve hizmetleri ile sektörün Ar-Ge ve yenilik kapasitesi katılımcıları etkileyen ekosistem

koşullarını oluşturmaktadır. Bireylerin yenilikçi olmasını ya da olmamasını hem firma hem de ekosistem koşulları etkilediği için kamunun her ikisini eş zamanlı olarak desteklediği süreçlerin kişilerin yenilikçi olma potansiyelini artıracığı görülmektedir.

Teknolojik gelişmenin sürdürülebilirliğinin sağlanması için yeniliğin tüm aktörler (firma, ekosistem, birey) tarafından sürdürülmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir. Yenilikçiliğin korunup geliştirilmesi öncelikli olarak bireyin sahip olduğu sermaye ile ilişkilidir. Kişinin sahip olduğu sermaye ne kadar güçlüyse o derece yenilikçiliği geliştirmede etkili olmaktadır. Bulgulara göre, yenilikçiliği sürdürmeyi destekleyen kişiler bilgi, görgü ve tecrübeye sahip kişiler olmakla birlikte aynı zamanda sosyal sermayesi olan kişilerdir. Bu durumla ilişkili olarak bilgi, görgü ve tecrübe eksikliği duyan ve ekonomik kısıtlılıklara sahip olan yenilikçi kişilerin yenilikçiliği sürdürmesi zorlaşmakta ve yeni fikirler geliştirememektedirler. Firma imkânlarının uygun koşullara sahip olup olmaması açısından değerlendirildiğinde, firmaların yenilik bilinci ve kültürüne sahip olması ve etkili bir çalışma ortamına sahip olması yenilikçiliğin geliştirilmesinde öne çıkan imkânlardır. Firma kaynaklı kısıtlılıklarda ise yenilik bilinci ve kapasite eksikliği, yetersiz finansman ve etkin olmayan çalışma ortamı öne çıkmaktadır. Burada firmanın yenilikçiliği desteklemesi ve geliştirmesinde en önemli katkısı yenilikçi insanlara özgür bir ortam ve koşullar sağlamasıdır. Buradaki özellikler firma içi her türlü ilişkinin birbiriyle tamamen uyumlu olmasını, diğer bir ifadeyle firmanın içsel motivasyon özelliklerinin iyileştirilmesini gerektirmektedir. Firma içinden kaynaklanan olumsuzluklar yenilikçiliği doğrudan etkilediği için ilk olarak bu sorunların çözülmesine önem verilmelidir. Firmanın ve yenilikçi sınıfın içinde yer aldıkları kentsel/bölgesel ekosistem de yenilikçiliğin korunup geliştirilmesini etkileyen bir yapıdır. Bu coğrafi ekosistem sadece firmaların ya da yaratıcı kişilerin kümelandıkları ya da yığıldıkları mekânlar olmanın ötesindedirler. Bir kentsel/bölgesel ekosistemin sahip olduğu endüstriyel olanaklar, topluluk uyumu ve eğitilmiş insanlar ne kadar fazlaysa o oranda yenilikte gelişmektedir. Araştırmanın bulgularına bakıldığında, yenilikçiliği destekleyen firma dışı etkilerin ekosistemin imkânları, kentin yeniliğe açık olması ile kamu hizmet ve desteklerinin etkinliği olarak sıralandığı görülmektedir. Bununla birlikte kentin imkânlarının sınırlı olması, kısıtlı yenilik bilinci ve davranışları, olumsuz ekonomik ve sosyal koşullar yenilikçiliğin geliştirilmesinde ekosistem kaynaklı kısıtlılıkları göstermektedir.

Teknolojik gelişmenin sağlanmasında diğer önemli özellik kişilerin yenilikleri izleme biçimleridir. Katılımcıların büyük bir kısmı yenilik ve teknoloji takibinde sosyal medya kanalları ve web sitesini kullanmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, yenilikçi kişiler teknoloji ve yenilik takibini firma içinde deneme yanılma yöntemiyle öğrenmenin aksine firma dışı kanallardan bilgi edinmeyi tercih etmektedirler. Bununla birlikte diğer bilgi kaynakları ise ulusal ve uluslararası fuarlara katılım ile sosyal ve iş çevresiyle etkileşim gibi firma dışı kaynaklardır. Sosyal ve iş çevresiyle etkileşim yoluyla bilgi edinme diğer ifadeyle yenilikçi kişilerin yüz yüze etkileşime geçerek, sosyal yakınlık ile bilgi edinmesi oldukça zayıftır. Bu durum Florida'nın yaratıcı sınıfıyla uyumluluk göstermektedir. Buna göre yenilikçi kişilerin sosyal olarak gevşek bağlara sahip olduğunu, anonim ve bireysel kalmak

istediklerini kanıtlamaktadır. Bu bağlamda bilginin firma dışı kaynaklardan edinilmesi durumu literatürde yer alan çalışmalardan ayrılmaktadır. Çünkü diğer çalışmaların bulgularına bakıldığında yenilik ve teknolojik bilginin ağırlıklı olarak firma içi kaynaklardan edinildiği görülmektedir. Bu çalışmanın bulgularında ise, coğrafi yakınlık ve sosyal yakınlığın bilgi sağlamada etkin olmadığı, bilginin temininde en fazla kullanılanın sanal (virtual) yakınlık olduğunu ortaya koymaktadır.

Dünya sıralamasında Türkiye teknoloji açısından küresel yaratıcılık endeksinde 58. sırada yer almasına rağmen, bu sıralama kent ve bölge ölçeğinde düşünüldüğünde, yaratıcı sınıfın sahip olduğu sermayelerin artırılması, firma imkânlarının yaratıcı sınıfın yaratıcılığını artıracak şekilde düzenlenmesini ve ekosistem kısıtlılıklarının ise kamu tarafından desteklenmesi gerektiği görülmektedir. Kişilerin sahip oldukları eğitim, ebeveynlerinin meslek ve eğitim durumu, ekonomik olanakları, sosyal çevre vb. sermayelere sahip olmasının çok önemli olduğu görülmektedir. Ve aslında Bourdieu'nun kişilerin sahip olduğu sermayelerin onları toplumun diğer kısmından ayırdığı tezini de güçlendirmektedir. Bu ayırım, kişilerin yaratıcı sınıf olarak tanımlanmasını da sağlamaktadır. Sahip olunan bu sermayeler toplumdaki topluma da farklılık göstermektedir. Çalışmada katılımcıların sahip oldukları kültürel sermaye özelliklerine bakıldığında üst sınıfa ait kişilerin azlığı dikkat çekmektedir. Yaratıcı kişilerin ailesel özelliklerini hatırlayacak olursak %80'nin annesi ev hanımıyken %20 lik oran sadece bir işte çalışma durumuna sahiptir. Yine yaratıcı kişilerin baba mesleklerine bakıldığında ise büyük bir çoğunluk memur ve işçidir. Bu durum Florida için bir anlama sahip olmasa da, Bourdieucu anlamda kişilerin kültürel sermayelerinin eksikliği ortaya çıkmaktadır. Bu durum Ar-Ge çalışanlarının yaratıcılık ve yenilikçilik durumlarını etkileyen bir özelliktir. Dolayısıyla sermayesi olmayan ya da eksik olan yenilikçi kişiler yeni fikirler üretmede, risk almada ya da yeni bir girişimde bulunma konusunda geri planda kalmaktadırlar. O nedenle yenilikçi kişilerin özelliklerini belirleyen bu dört sermaye aynı zamanda onların teknolojiye bakışını, onu kullanmasını, üretmesini ve piyasaya sürmesini de çok fazla etkilemektedir. Diğer taraftan yenilikçi kişilerin çalıştıkları firmalardaki öbür çalışan kişilerin yenilik bilinci ve kültürüne sahip olmamasından dolayı yaşadığı kısıtlılıklarda önem taşımaktadır. Sonuç olarak Türkiye'deki yaratıcı sınıfın kültürel sermayesi orta ve orta alt sınıfa ait olsa da, beşerî ve sosyal sermayelerinin yenilikçi/yaratıcı olmalarında etkisi büyüktür. Bu iki sermayeye sahip olan yaratıcı sınıfın uygun koşullarda, ortamlarda varlıklarını sürdürmesi onların teknolojik yeniliğe katkısını da arttıracaktır. Bu nedenle firma içi ve firma dışı koşulların katılımcıların sahip oldukları sermayeleri geliştiren bir yapıya sahip olması yaratıcı düşüncenin ve bölgesel kalkınmanın sağlanmasını teşvik edici ve arttırıcı olacaktır.



9

9. YETENEK

Florida (2002a, 2005), yeteneği genellikle “eğitimli” olarak tanımlanan, yüksek vasıflı ve becerikli insan sermayesi olarak ele almaktadır. Yetenek insanın doğal olarak sahip olduğu potansiyelden ziyade, üretime odaklanmış ve teknoloji geliştiren bir insan faktörü olarak nitelendirilmektedir. Florida (2002a), Romer (1990) ve Glaeser’e (1998) göre yetenek bilgiye dayalı yaratıcı ekonominin en önemli üretim faktörüdür ve bu nedenle günümüzde büyüme ve kalkınmanın arkasındaki temel itici güç kentlerin ve bölgelerin sahip olduğu yetenekli beşerî sermaye ve yaratıcı mesleklere sahip bireylerin/işgücünün varlığıdır.

Florida’ya göre yetenek, sadece eğitime (beşerî sermaye) değil aynı zamanda mesleğe (yaratıcı sınıfa) dayanan bir ölçümdür. Eğitim, altta yatan potansiyel yetkinlik seviyesini sağlar ancak meslek, eğitimin beceri ve işgücü verimliliğine dönüştürdüğü mekânizmadır. Bu nedenle Florida, mesleğin eğitime göre daha iyi ve daha doğrudan bir beceri ve nitelik ölçüsü olduğunu savunarak (Florida, Mellander ve Stolarick, 2008) yaratıcılık potansiyeli yüksek olan mesleğe dayalı beşerî sermayeyi bilim, mühendislik, sanat, kültür ve eğlenceyi içeren “yaratıcı çekirdek” temelindeki meslek grupları ile finans, hukuk, sağlık hizmetleri ve eğitim gibi bilgi tabanlı “profesyonel meslekler” şeklinde “yaratıcı sınıf” olarak tanımlamıştır.

Florida beşerî sermaye ve yaratıcı mesleklerin (eğitim ve beceri) farklı kanallar yoluyla bölgesel kalkınmayı etkilediğini iddia etmiştir. Florida’nın yaratıcı sınıf teorisine göre belirli yüksek niteliklere sahip bireyler/insanlar her nereye gidip yerleşecek olursa o bölgenin ayırt edici bir refah artışına sahne olacağı dolayısıyla bu tip insanlar (yani yaratıcı yetenek ya da beşerî sermaye) nerede kümelenirse o yörenin sosyoekonomik olarak gelişmesinin hem mümkün hem de daha hızlı olacağı vurgulanmaktadır. Çünkü yaratıcı yetenek sadece girişimcilğin ve yeniliğin en büyük mıknaatısı değil aynı zamanda yaratıcı kent ve bölgelerinde en büyük varlığı konumundadır. Böylece Florida’nın bölgesel kalkınma teorisine göre yaratıcı yetenek çok kilit bir role sahiptir ve onu bölgesinde tutan veya kentine çeken yerler büyük bir rekabetçi avantaj kazanarak bölgesel büyüme, ücret ve refah artışı sağlarlar.

Florida (2002b) yeteneğin ekonomik coğrafyasını ampirik şekilde analiz ettiği bir çalışmasında, yeteneği etkileyen ve çeken faktörlerin yanında, yeteneğin yüksek teknolojiyle olan çok yakın ve güçlü ilişkisini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, bilgiyi üreten yüksek nitelikli insanların/işgücünün gideceği bölgenin hangi özelliklerini dikkate alarak o bölgeye gidiyor olduğunu yani *nitelikli işgücünün coğrafyasını* açıklamaya çalıştığı araştırmasında temel üretim faktörü olan yeteneğin klasik görüşte yer alan iş olanaklarıyla kümelenildiği (firmaların coğrafi kümelenmesiyle) yönündeki yaklaşımın yanına çeşitlilik, açıklık ve toleransı koyarak yetenek ve yüksek teknolojinin hem tek başına yani bağımsız hem de birlikte çalışarak yani doğrudan teknolojiyi etkilemek yoluyla kişi başına geliri ve bölgesel büyümeyi sağladığını belirtmektedir.

Florida vd. (2008, 2010) tarafından yapılan bir başka çalışmada ise yeteneği oluşturan beşerî sermaye ve yaratıcı mesleklerin, bölgesel kalkınmada farklı fakat birbirini tamamlayıcı roller oynamaktadır. Buna göre beşerî sermaye, gelir üzerinde etki yaratarak genel bölgesel zenginliği arttırırken, yaratıcı sınıf ücretler üzerinden hareket ederek bölgesel işgücü verimliliğini artırır. Beşerî sermaye açısından eğitim, bölgesel yetkinliklerin bir unsurunu yakalar, ancak mesleki beceri kritiktir, bazı meslekler bölgesel kalkınmayı diğerlerine göre çok daha fazla etkiler. Bilgisayar, mühendislik, işletme gibi mesleklerin nispeten büyük etkisi olurken, eğitim ve sağlık bölgesel kalkınma üzerinde çok daha az etkiye sahiptir.

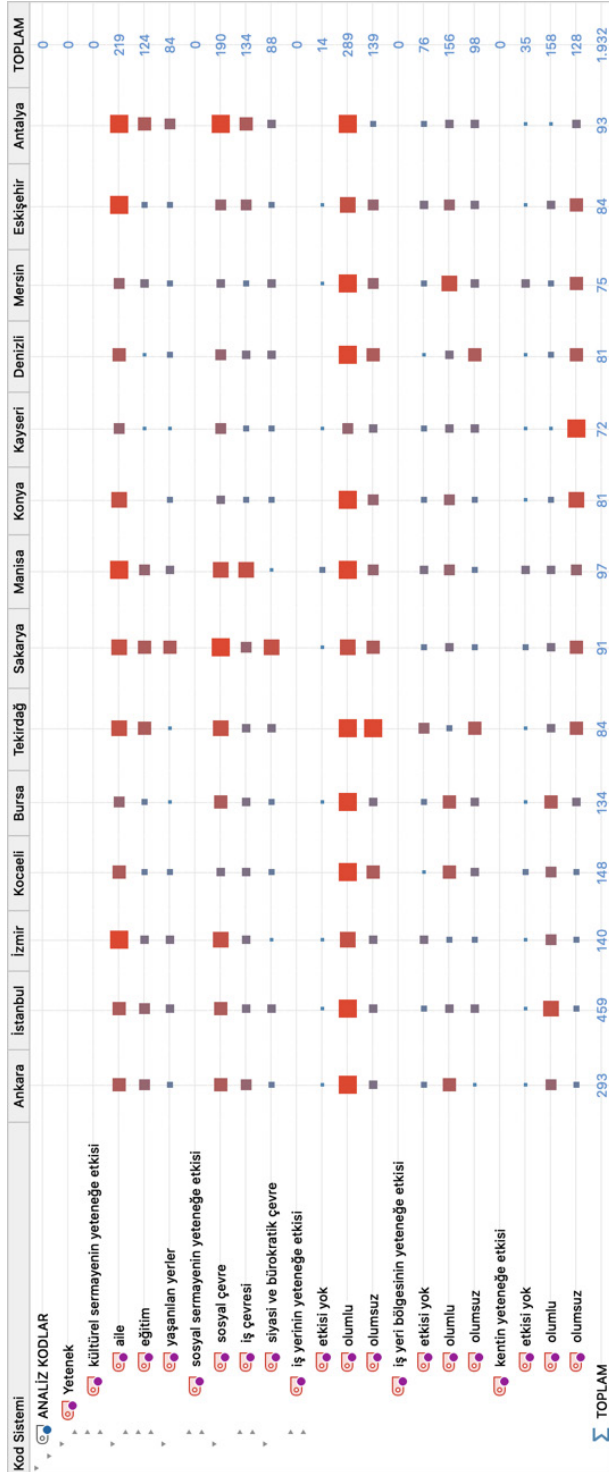
Geleneksel olarak yetenek ya da beşerî (insan) sermaye yukarıda da belirttiğimiz gibi eğitim ve beceri yoluyla ölçülür ve genel olarak lisans derecesi ve üstüne sahip nüfusun payı bunun temel gösterge olarak kullanılır. Ancak bu ölçüt örneğin üniversite derecesine sahip olmayan küçük ama çok önemli girişimcileri içermez, yine lisans eğitim derecesine sahiplik sadece daha fazla potansiyel beceriye veya yeteneğe sahipliği ölçer, gerçekten o yeteneğe/ beceriye sahip olup olmadığını göstermez, potansiyeli gösterir. Dolayısıyla yetenek kuşkusuz hem eğitimi hem de eğitim yoluyla elde edilen bilgi ve becerilerin kapsamını aşar.

Bu bağlamda Bourdieu (1986) bireyin toplumsal yaşamda mücadele ederken kullandığı kaynakları/araçları “sermaye” olarak tanımlamakta olup, insanların sahip oldukları rekabet gücünün bünyesinde barındırdığı sermayenin miktarı ve niteliği/türü tarafından belirlenmekte olduğunu ortaya koymuştur. Bu anlamda Bourdieu (1986) ekonomik, sosyal ve kültürel olmak üzere üç çeşit sermaye türünden bahsetmektedir. Bourdieücü anlamda en öz itibarıyla ekonomik sermaye para, gelir ve mülk gibi maddi kaynaklar iken, sosyal sermaye insanlararası ilişkiler yoluyla meydana gelen ağlar, güven ve katılımdır. Buna karşın kültürel sermaye ise sınıf ve statü yoluyla oluşan aile ve köken ile eğitim yoluyla elde edilen bilgi, yetenek ve tecrübe gibi donanımları içeren beşerî sermayedir ki Bourdieu beşerî sermayeyi de kültürel sermayenin bir parçası olarak görmektedir. Kısacası beşerî sermaye neyi bildiğini, sosyal sermaye kimi bildiğini ve kültürel sermayede nasıl bildiğini ortaya koyar diyebiliriz.

Şekil 9.1: Yetenek, Teknoloji ve Yenilik Kapasitesine Etki: Nitel Tasarım



Şekil 9.2: Yeteneğe İlişkin Kodların Genel Dağılımı



Bireyin yetenek, teknoloji ve yenilik kapasitesi yaşamı boyunca birçok faktörden etkilenebilir. Çocukluk ve eğitim çağında daha çok aile, alınan eğitim, arkadaş çevresi ve yaşanan yerler etkili olabilmekteyken, üniversite döneminde yine eğitim, akademisyenler ve arkadaş grubu etkili olmaktadır. Daha sonra ise iş yaşamı bu alanda çok daha baskın hale gelmektedir.

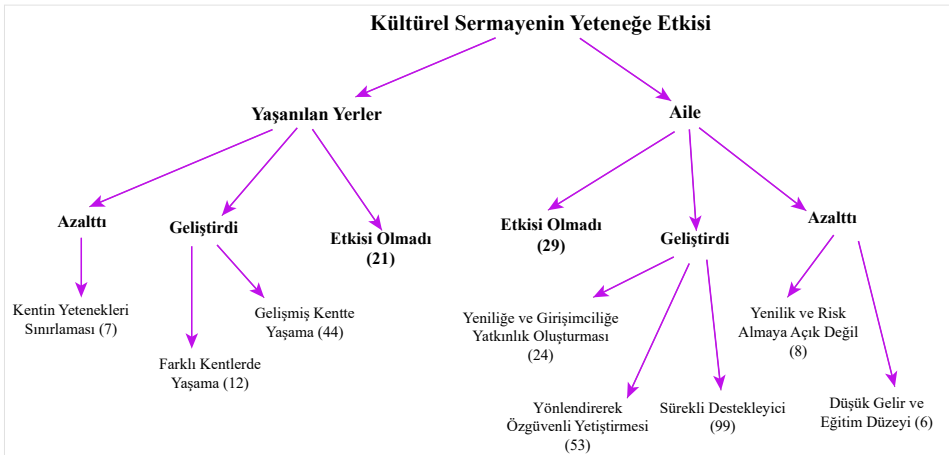
Bu bölümde yenilikçi sınıfın yetenek, teknoloji ve yenilik kapasitesine etki eden faktörler incelenmek üzere Şekil 9.1'deki yaklaşım benimsenerek nitel bir araştırma tasarlanmıştır. Buna göre yenilikçi sınıfın yetenek, yenilik ve teknoloji kapasitesini etkileyen koşullardan; kültürel ve sosyal sermaye ile iş yeri, iş yeri bölgesi ve yaşanan kentin etkileri incelenmiştir. Bu kapsamda yapılan mülakatların değerlendirilmesi sonucunda bu bölümdeki kodların illere ve yeteneğin alt bileşenlerine göre dağılımı dikey eksen bazlı görünümle Şekil 9.2'de verilmiştir.

9.1 Kültürel Sermayenin Etkileri

Kültürel sermaye bireyin ailesi, eğitimi ve yaşadığı yerlerden edindiği sermayenin tamamı olarak tanımlanabilir. Ailenin sahip olduğu eğitim, konum ve imkânlar bireyin yeteneklerinin gelişmesinde, teknoloji ve yenilik alanlarına ilgi duymasında önemli etkileri olan unsurlardır. Yine bunlarla ilişkili alınan eğitimlerin niteliği ile yaşanan çevre yenilikçi sınıfın başarısında ve kendini geliştirmesinde yol gösterici olacak faktörler arasındadır. Bu dönemlerde oluşan yatkınlıklar ve eğilimlerde yukarıda sayılan faktörlerin önemli etkisi bulunmaktadır.

Bu kapsamda katılımcılara, ailesi (anne-baba), aldığı eğitim ve yaşadığı yerlerin (kültürel sermayesi), yetenekleri ile teknoloji ve yenilikle ilişkisine etkisi sorulmuş ve yanıtlar Şekil 9.3'de görselleştirilmiştir. Şekil incelendiğinde ailenin yönlendirici ve destekleyici olması, kaliteli eğitim alınmış olunması ve büyük kentlerde yaşanmış olunması yenilikçi sınıfın yeteneklerine en fazla katkıyı sağlayan öğeler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Şekil 9.3: Kültürel Sermayenin Yeteneğe Etkisi



9.1.1 Aile Yapısı

Kültürel sermayenin yeteneğe etkilerinden biri aile yapısıdır. Katılımcıların önemli bir kısmı yetenek, teknoloji ve yenilik kapasitesine kendi ailelerinin olumlu katkı sağladığı üzerinde durmuşlardır. Bu katkılar dört alt düzeyden oluşacak şekilde gruplandırılmıştır.

Birinci düzey ailenin destekleyici pozisyonundan oluşmaktadır. Katılımcılar ailelerinin kendileri için en iyisini istedikleri ve genel olarak eldeki imkânlar doğrultusunda kanalize etme konusunda pozitif olduklarını belirtmektedir. Ayrıca bu düzeyde ailenin bilinçli bir yönlendirmesinden ziyade çocuğa güven duyma, önünü açma ve destekleme rolü gibi bağlayıcı bir sosyal sermayenin (Putnam, 2000) ön plana çıktığı görülmektedir.

Maddi, manevi, her türlü desteği gördüm ailemden. Kendi maddi imkânlarınca desteklediler, manevi olarak da hiç önümü kesmediler. (Eskişehir-2165)

Bir şey istediğimde destek verdiler, hep yanımdadırlar. Ben bunu yapacağım dediğimde, sen daha iyisini bilirsin, yap derler. Neden diye sormazlar ve güvenirler. (Sakarya-0992)

İkinci düzeyde ise ailelerin daha bilinçli stratejiler izleyebildiği ve çocuklarını yönlendirdiği bir konum söz konusudur. Ebeveynlerin eğitim düzeyleri yüksek ve ailede annenin de aktif iş yaşamında rol aldığı görülmektedir.

Ailemin yönlendirmesi ile bu kadar iyi bir eğitim imkânına sahip oldum. Onların bana vermiş olduğu şartlar sonucunda buralara gelmiş bulunmaktayım. (İzmir-0695)

Benim ailem üniversite mezunu. Onlar genelde yüksek yerlerde çalışmışlar. Oralarda görüp bize aktardıkları şeyler benim düşünme tarafımda baya etki sağladı. (İstanbul-0777)

Üçüncü düzeyde ise ilk ikisinin üstüne aileler tarafından özellikle yenilik ve girişimcilik için özel çaba sarf edilmektedir. Bu ailelerde anne ve babanın eğitim düzeyleri yüksek ve yenilik ile teknoloji alanlarına daha duyarlı bir anlayışları bulunmaktadır. Genellikle dünya ve ülkemizin gelişimi ile genel ekonomik ve teknolojik eğilimlere karşı daha duyarlı aileler çocuklarını daha bilinçli yönlendirebilmektedirler.

Ailem kitap okuma alışkanlığı ve araştırma yeteneği kazandırdılar. Beni biraz onlar gelişime teşvik ettiler ve yenilikçi olmamı sağladılar. (Ankara-2092)

Benim babam icatları olan biriydi. 20 yıl Amerika da çalışan ve aranan bir adamdı. Biz de öyle gördük o yetenekleri edindik. (İzmir-0111).

Bazı katılımcılar ailenin olumsuz etkilerinden bahsetmişlerdir. Olumsuzluk konusu iki alanda yoğunlaşmaktadır. Birincisi ailenin ekonomik ve eğitim düzeyinin düşük olması iken diğeri ailenin yenilik ve risklere kapalı olması olarak ifade edilebilir.

Yoksul bir ailenin çocuğu olursanız bazı şeylere erişim imkânlarınız kısıtlı olur. Teknolojiye erişim de bunlar arasındaydı”. (Ankara-0144)

Ailem kültürel anlamda yenilikçi bir aile değildi. Hani onlar daha yenilikçi olsaydı daha farklı noktalarda olabilirdim. (Mersin-1951)

Bazı katılımcılar ise ailelerinin bir etkisi olmadığını ifade etmişlerdir. Ancak buradaki yanıtlar genellikle ailenin olumsuz etkilemesine yakınsamaktadır. İmkân ve şartların yetersizliği nedeniyle ailelerin yapacak pek bir şeyleri olmadığı katılımcılar tarafından benimsenmiştir.

Düşündüğüm zaman çok bir etkisi yok aslında. En fazla babam lise mezunu. (İstanbul-0646)

Ailemin şu anki yeteneklerime, teknoloji ve yenilikle olan ilişkiye bir etkisi yok. Çünkü ailem ilkokul mezunu bile değiller. Onlardan bağımsız bir şekilde ilerledim. (İstanbul-0286)

Sonuç olarak ilk eğitimin başladığı alan olarak aile, bireyin yaşantısını uzun yıllar etkilemektedir. Bireyin yaşamı algılama biçimini oluşturan temel kodlar ailede edinilmekte ve bunların niteliği gelecekteki başarı potansiyelini etkilemektedir. Bu anlamda ailenin çocuk yetiştirme konusunda bilinçlenmesi ve çocuklarının soru sorma özelliklerini basılamaması son derece önemlidir.

Yetişirken sorgulayıcı, araştırmacı tarafı bastırılırsa Ar-Ge ve yenilik konusunda zorlanıyorlar. Bir konu sorguladığında, bilgi alınmak istediğinde kısıtlamaması çok önemli. (Kocaeli-1996)

9.1.2 Yaşanılan Yerler

Literatürde bir kültürel sermaye unsuru olarak çocukluktan itibaren yaşanılan yerler bireyin yeteneklerini etkilemektedir. Yaşanılan yer; ülke, bölge, kent ve kent içindeki lokasyon düzeyinde ele almak mümkün olmakla birlikte, yaşanılan yerlerin gelişmişliği bireyin yetenek, teknoloji ve yenilik kapasitesini olumlu etkilemektedir. Diğer taraftan yaşanılan yerlerin daha az gelişmiş olması ise bu etkiyi azaltmaktadır.

Doğduğum yer İzmir bir süre İstanbul'a gittim ama tekrar geri geldim. Devamlı büyük şehirlerde olduğum için olumlu etkisi olmuştur. (İzmir-0678)

İstanbul çok kültürlü bir yer yani farklı farklı insanlarla karşılaşıyorsunuz. (İstanbul-0766)

9.2 Eğitimin Etkileri

Eğitimin yeteneklere, yenilik ve teknoloji kapasitesine önemli katkılar sağladığı literatürde çokça tartışılmaktadır. Özellikle gelişmişlik düzeyi fark etmeksizin tüm ülkeler kendilerini geleceğe hazırlayacak eğitim sistemleri üzerine yoğun bir şekilde odaklanmakta ve bu alanlarda politikalar geliştirmeye çalışmaktadırlar (Şekil 9.4).

Katılımcılar eğitimin yetenek, teknoloji ve yenilik kapasitesini “geliştirdi” ve “etkisi olmadı” cevaplarını vermişlerdir. Eğitimin söz konusu yetileri geliştirdiğini düşünen

katılımcıların görüşleri eğitimin; “nitelikli eğitimin sağladığı imkânlar”, “sosyal sermaye oluşturmaları” ve “vizyon ve bakış açısı sağlaması” olarak üç alt başlık altında toplanmıştır.

Okullarda edindiğin bilginin, tecrübenin işle ilgili ne kadar faydası oldu dersiniz sadece bakış açınız değişiyor. Daha geniş bir perspektifte bakabiliyorsunuz. (İstanbul-0034)

Nitelikli eğitim özellikle iyi üniversiteler fark yaratabilmektedir. Bu durum literatürle uyumlu olarak (Örneğin, Bourdieu, 1986; Glaeser, 1998; Florida, 2002a) ilköğretimden üniversiteye kadar alınan eğitimin kalitesi yenilikçilik alanında önemli farklılıklar yaratabilmekte ve bireyin vizyon ve bakış açısını geliştirmektedir.

İTÜ mezunuyum. Orada bize düşünmeyi ve araştırmayı öğrettiler. (İstanbul-1496)

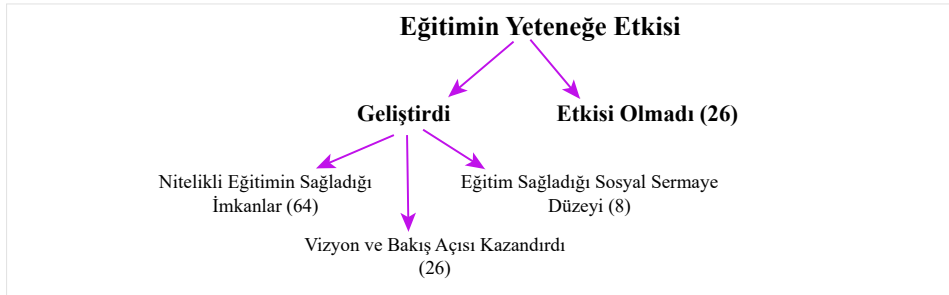
Bilkent mezunuyum. İngilizce eğitim veren bir üniversite ve bulunduğum sektörde ihtiyaç duyduğum kaynakların neredeyse tamamı İngilizce”. (İstanbul-1306)

ODTÜ mezunuyum. Hem burada teknik anlamda yeteneklerimi geliştirme hem yeni yenilikler görme anlamında çok katkıları oldu. (Ankara-2082)

Yeni çevreler edindirerek sosyal sermaye kazandırması da eğitimin diğer bir faydası olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu zayıf bağlar, farklı gruplar arasındaki köprüleri oluşturur ve bireylerin yenilikçi düşünceler geliştirmesini sağlar (Granovetter, 1973; Putnam, 2000).

Farklı insanlarla tanışarak sosyal kültürel düzeyimi geliştirdim. İyi insanlar edindim, bilgili hocalar edindim. O yüzden geliştirdi yani. (İstanbul-0673)

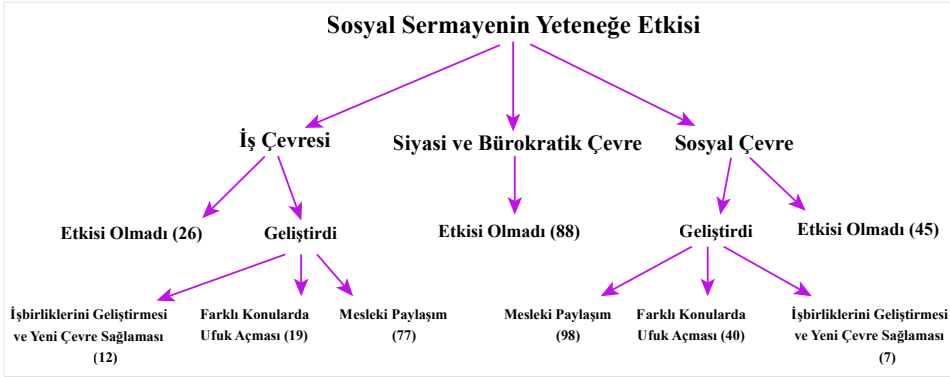
Şekil 9.4: Eğitimin Yeteneğe Etkisi



9.3 Sosyal Sermayenin Etkileri

Kişinin sosyal sermayesi iş başarısını etkilediği gibi yetenek, teknoloji ve yenilik kapasitesini de geliştirmektedir. Sahip olunan sosyal sermaye kapasitesinin toplamının kişinin sosyal, iş ve siyasi çevresinden oluştuğu varsayılarak katılımcılara sosyal, iş ve politik çevresinin yetenekleri ile teknoloji ve yenilikle ilişkisine etkisinin nasıl olduğu sorulmuş ve yanıtlar Şekil 9.5'te görselleştirilmiştir.

Şekil 9.5: Sosyal Sermayenin Yeteneğe Etkisi



Buna göre siyasi ve bürokratik çevrenin etkisinin olmadığı, iş ve sosyal çevrenin ise yetenek, teknoloji ve yenilik kapasitesini geliştirdiği görülmektedir.

9.3.1 Sosyal Çevre ve İş Çevresi

Bir sosyal sermaye bileşeni olarak sosyal çevre ve iş çevresinin söz konusu alana katkıları iş birliklerinin geliştirilmesi, farklı konularda ufuk açması ve mesleki paylaşımlar olarak kategorize edilebilir.

Sosyal çevremde değişik meslek gruplarından arkadaşlarım olduğu için doktor var, mühendis, avukat olsun onlardan yeni fikirler ve yeni şeyler öğrenip hatta onların alanlarına yönelik bile yeni iş fikirleri ortaya çıkabiliyor. (Antalya-0951)

Sosyal çevrem geneli teknoloji sektöründe. Fikir alışverişinde bulunma, sürekli danışma var birbirimize. (Ankara-2112)

İş çevresi benim yeteneklerimi ortaya çıkarmam da her zaman olumlu yönde etkiledi beni baskılamadı, belli bir kalıba sokmaya çalışmadılar. (Tekirdağ-1199)

9.3.2 Siyasi Çevre ve Bürokratik Çevre

Katılımcıların önemli bir kısmı siyasi ve bürokratik çevrenin yeteneklere, yenilik ve teknoloji kapasitesine etkisi olmadığını vurgularken, daha büyük bir çoğunluğu ise böyle bir çevresinin olmadığını ifade etmiştir. Bu durum Ar-Ge ve yenilik konularında çalışan insanların siyasi faaliyette bulunma eğilimlerinin düşük olduğunu göstermektedir.

Siyasetle küçüklüğümünden beri hiç alakam olmadı oy verme dışında. (İstanbul-0723)

Siyasi çevreden çok uzak kalmaya çalışıyorum. Siyasetin peşinde olanların çok başarılı olduklarını görmedim. (Sakarya-1209)

Mesleğin çok siyasi gücü yok o yüzden mesleğime bir katkısı yok hatta genelde birçok siyasetçi bizim yaptığımız işin çok farkında değil. (Bursa-1021)

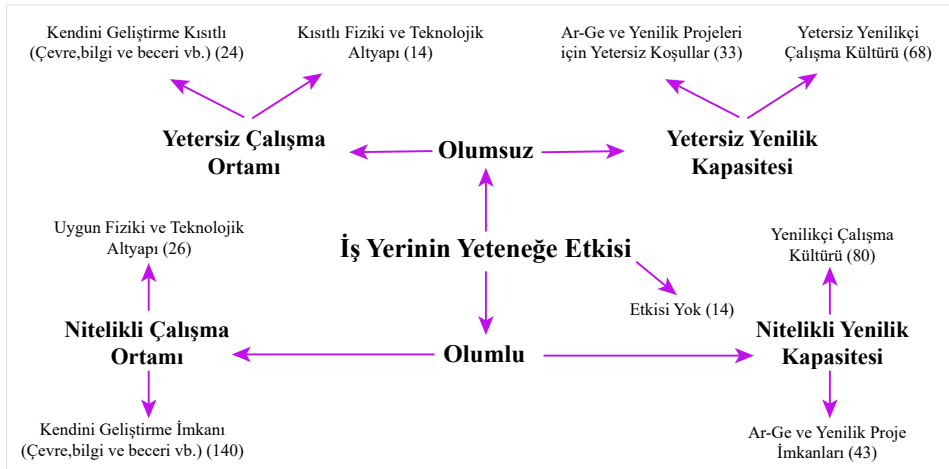
Diğer taraftan bazı katılımcılar ise siyasi çevreleri olduğunu, ancak siyasilerin bu konulara fazla ilgili olmadıklarını dile getirmektedirler.

Siyaset ve bürokrasi çevrem var. Olumlu bir katkısı da yok. Onların yaklaşımları kısa ya da orta vadeli katkılara yönelik oluyor. Girişimcilik uzun soluklu bir iş. (Kocaeli-2126)

9.4 İş Yerinin Etkileri

Çalışılan iş yerinin özelliklerinin, yenilikçi davranış örüntülerinin oluşması ve gelişmesinde son derece etkili olabildiği gibi tam tersi etkileri de olabilmektedir. Şekil 9.6'da katılımcıların bu konuya ilişkin görüşleri özetlenmiştir. Buna göre katılımcıların görüşleri firmanın yenilik kapasitesi ve çalışma ortamı olarak iki alt başlıkta kategorize edilmiştir.

Şekil 9.6: İş Yerinin Yeteneğe Etkisi



9.4.1 Çalışma Ortamı

Çalışma ortamı firmanın sahip olduğu fiziki ve teknolojik altyapı ile firmanın çalışanlarına sağladığı kendini geliştirme imkânı olarak iki ayrı çerçevede incelenmiştir.

Fiziki ve teknolojik altyapı imkânlarının niteliği çalışanların o alanda kendini ve firmayı geliştirmesine katkı sağlamaktadır. Bu kapsamda firma altyapısı ve fiziki ortamın rahatlığı yenilikçi sınıfı olumlu etkilerken, tersi durum yetenek, teknoloji ve yenilik kapasitesinin gelişimini olumsuz etkilemektedir.

Kullandığımız cihazlar son teknolojik ürünler. İnternet bağlantımız hızlı. Geliştirilmeye tamamen açık. (Mersin-1477)

Steril, sakın, huzurlu konforlu bir yerde çalışıyorum. (İzmir-101)

Burada kullanılan program baya bir geri çekiyor. Yeteneklerimin köreldiğini hissediyorum. Belli sınırlarda olmamız isteniyor, öyle istediğinizi yapabildiğiniz bir ortam yok. (Kayseri-1984)

Ayrıca, firmaların çalışanlarının niteliklerini arttırma imkânları yenilikçi sınıf tarafından önemsenen bir durumdur. Firmaların sunduğu eğitim ve fuar gibi imkânların yanında aldıkları yenilikçi projeler ve piyasayla sürekli iş birliği içinde olmaları Ar-Ge çalışanlarının sürekli gelişmelerine katkı sağlamaktadır.

Bir kere uluslararası ve sektörünün önde gelen yenilikçi bir şirketi olması nedeniyle sürekli yeni güzel projeler geliyor. Hep kendinizi geliştiriyorsunuz. (İstanbul-21)

Piyasayla sürekli iletişim halinde yaşayan bir organizmanın içindesiniz. Önünüze sürekli tedarikçi kanallarından, müşteri kanallarından yenilikler geliyor. (Denizli-224)

Eğitim, fuar ve her türlü imkânı size sağlıyor. Yenilikleri takip edebiliyoruz. (Eskişehir-2176)

Diğer taraftan bazı firmaların ise çalışanlarını geliştirebilecek ortamları bulunmamaktadır.

Yapılan işler kapasitemin altında. Bir şey katmıyor, zaman kaybettiriyor. (Bursa-0972)

Biraz kapalı ve büroda çalışıyoruz. O bizi körlendiriyor işte. (Eskişehir-2207)

Açıkçası hiçbir şey sunmuyor. Yani mesela bir eğitim bütçemiz yok. (İstanbul-2290)

9.4.2 Yenilik Kapasitesi

Yenilik kapasitesi firmanın sahip olduğu yenilikçi çalışma kültürü ile Ar-Ge ve yenilik proje imkânları çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Firmaların Ar-Ge ve yenilik proje kapasitesi, çeşitli projelerde görev alma, bu kapsamda piyasayla bağlantı kurup müşterilere dokunma onların taleplerini dinleyebilme gibi hususlar yenilik alanında çalışanların niteliklerine olumlu katkı yapmaktadır. Bu projeler kapsamında Ar-Ge merkezi veya biriminde çalışmak, sürekli yeni projeler üretme zorunluluğu söz konusu katkısı da artırmaktadır.

Firma farklı projelerle ilgilendiği için farklı yenilikler öğreniyorum. (İstanbul-673)

Ar-Ge biriminde çalıştığımız için özgür olarak düşüncelerimizi söyleyebiliyoruz. Bunu uygulamaya gerek tasarım olarak gerek analizler olarak dönebiliyoruz. (Manisa-2192)

Sürekli olarak yeni projeler üretmemiz gerekiyor. Özellikle müşteri bazı çalıştığımız için belli şeyleri farklı kılarak iş yapabildiğimiz için sürekli bir gelişim içerisindeyiz (Ankara-1641)

Firmaların üzerindeki müşteri, rekabet ve süre baskısı Ar-Ge çalışmalarını Ür-Ge çalışmalarına dönüştürebilmekte, bu durum Ar-Ge çalışanları için zaman kısıtı yaratmakta ve yenilikçi işlere yeterince odaklanmayı engellemektedir. Bu durum ise onların yeteneklerini geliştirmelerine engel olarak görünmektedir. Özellikle finansal kısıtların olması ve buna başarılı olma zorunluluğunun eklenmesi bazı yaklaşımları kısıtladığı gibi hem yenilikçiliği hem de yenilikçi sınıfın kendini geliştirmesini olumsuz etkilemektedir.

Yenilikçi olmalıyız deniyor ama günün sonunda bir maliyet ve süre sıkıntısı var. Genelde eğer konuyla ilgili bilinen bir çözüm yoksa, dünya üzerinde. Ya da o anda orada bulunan ortamdaki insanların geliştiremediği bir çözüm yoksa, o durumda biraz daha serbestiz. (Eskişehir-2163)

Olumsuz yönü çünkü herkes sonuç odaklı, müşteri hemen sonuç görmek istiyor bir an önce geliştirilmek istiyor. (Ankara-1075)

Belirli işleri yetiştirmek zorunda kaldığınızda her şeyi yapmaya cesaret edemiyorsunuz. Başarısız olma ihtimali olan şeyleri yapmayı erteliyorsunuz ya da iptal ediyorsunuz. Çünkü bunu finanse edecek mali kaynaklar çok kısıtlı. (Denizli-0224)

Maliyet ve ticari baskı günlük işleri ön plana çıkartırken Ar-Ge gibi uzun vadeli işlere zaman bırakmamaktadır. Ancak bu baskılara rağmen Ar-Ge ve yenilik kültürünü firmada kurmaya çalışan ve bu anlamda kurumsallaşan firmalar hem daha başarılı olmakta hem de bu firmalarda çalışan yenilikçi sınıf mensubu kişiler kendilerini daha fazla geliştirebilmektedir.

İstedğimiz saatte girer istediğimiz saatte çıkarız. Bu da tabi rahatlıkla alakalı, yaratıcılığı destekleyen en önemli şeylerden bir tanesi rahatlık aslında. (Antalya-954)

Patronumuz bizi sürekli teşvik ediyor, yeni fikirlerimizi rahatlıkla sunabiliyoruz ve eğer uygun bulunuyorsa bunu direk uygulamaya da geçiriyoruz, hayata da geçiriyoruz. (İstanbul-547)

Beni serbest bırakmaları, zaman zaman yoğun iş zamanlarımız da oluyor ama bunun dışında araştırmalara ve yeniliklere zaman için teşvikleri ve yönlendirmeleri var. (Kocaeli-2126)

Çalışanlara esnek mesai sağlamak, üzerindeki zaman baskısını azaltmak, fikirlerin açıkça tartışılabileceği bir ortam yaratmak ve en önemlisi başarısızlığa karşı tolerans; yenilikçilik kapasitesini ve çalışanların niteliklerine kritik katkılar sağlamaktadır. Diğer taraftan bu özelliklere sahip olmayan dolayısıyla Ar-Ge ve yenilik kapasitesi daha düşük firmalarda ise çalışanlarının niteliklerine katkıları da sınırlı kalmakta hatta olmamaktadır.

Başarılı olursa sıkıntı yok, başarısızlık olursa o zaman tepenize çökerler. (Konya-1567)

Geliştirilen şey kullanılıyorsa hoş karşılanıyor. Maliyet hoş karşılanmıyor. Yenilikçilik ve araştırmacılık için süre dersiniz yok (Manisa-1972)

Yeteneklerimi köreltiyor evet. Ben bir yazılımcıyım ama yazılım haricinde birçok iş ile uğraşıyorum artık pazarlama ve telefon bakmaya kadar ilerledim. (Antalya-0999)

Bazen çok ticari yaklaşıyoruz ve uzun vadeli projeler yapamıyoruz. (İzmir-0923)

Rahat ortam yok. Çalışma saatlerinin uzun olması yaratıcılığı olumsuz etkiliyor. (Kocaeli-2309)

Bu yaratıcı sınıfın Ar-Ge merkezleri ve teknoparklardaki Argeci kişileri kapsadığı gözönüne alındığında (yani işi ve amacı yenilik olan insanlar) firmada çalışma kültürünün varlığının çok güçlü bir etken olduğu, bu kültürün olmadığı firmaların açıkça yaratıcılığı öldürdüğü görülmektedir. Florida yaratıcı sınıfın temel özelliğinin hem protestan etik (sıkı çalışma) hem de bohem etik (rahat, hazzı estetikçi) değerlerini bir araya getiren sentezci bir yeni çalışma etiğine sahip olan kişilerden oluştuğunu vurgulamaktadır ki Türkiye'deki yaratıcı sınıf için de benzer bir durumun olduğu görülmektedir.

9.5 İş Yeri Bölgesinin Etkileri

Türkiye'de son yıllarda OSB ve teknoparkların sayısı ve niteliği artmıştır. Kamunun bu alanlarda yaptığı yatırım ve sağladığı teşvikler bu bölgeleri üretim, Ar-Ge ve yenilik kapasitesi açısından geliştirmekle birlikte daha yaşanabilir bölgeler haline gelmesini de sağlamaktadır. Bu çerçevede yenilikçi sınıfa dahil bireylerin yetenek, teknoloji ve yenilik kapasitesini etkileyen faktörlerden birisi de çalışılan firmanın lokasyonu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Şekil 9.7'de çalışılan iş yeri bölgesinin yetenek, teknoloji ve yenilik kapasitesine etkileri gösterilmektedir. İş yeri bölgesinin etkileri mekânsal imkânlar ile iş birliği, bilgi ve tecrübe paylaşımları olmak üzere iki ana başlıkta incelenmiştir.

9.5.1 Mekânsal İmkânlar

Mekânsal anlamda işyerinin faaliyet gösterdiği bölge firma başarısını artırdığı gibi, firma çalışanlarının yetenek ve yenilik kapasitelerini de etkileyebilmektedir.

Bu kapsamda bölgenin yeri ve fiziki şartları ile bölge içindeki sosyal donatı ve ortamların varlığı ve niteliğinin, yetenek ve yenilik kapasitesine olumlu ve olumsuz yansımaları olmaktadır.

Bu kapsamda konum ve fiziki şartların olumlu etkileri incelendiğinde iş yerinin bulunduğu bölgenin lokasyonu, kentteki etkinliklere yakınlığı, firmaların bir arada olması ve bölgenin konforu ön plana çıkmaktadır.

Çalışma ortamı gereği temiz havaya sahibiz, gürültüden uzak bir yer, alt yapı sistemleriyle uğraşmamıza gerek olmuyor. (Antalya-954)

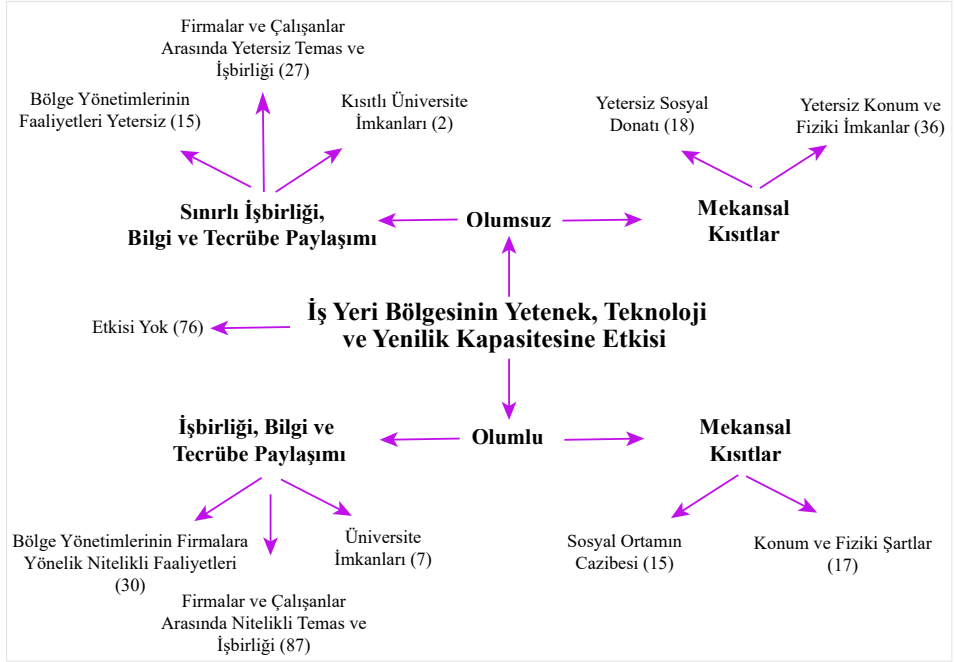
Şehir merkezinde olması zamanı daha verimli kullanmamı sağlıyor. (Eskişehir-2237)

Taysad binasına çok yakınız. Oradaki her etkinliğe katılabiliyoruz. (Kocaeli-1996)

Teknoparkın olumlu etkisi bütün teknolojik firmaların tek bir çatı altında toplanması ve insanların birbiriyle rahat etkileşimi. (Mersin-1477)

İş yeri lokasyonunun çalışanların yetenek, teknoloji ve yenilik kapasitesini olumsuz etkileyen özellikleri ise; OSB'lerin kent merkezine ve üniversiteye uzaklığı ile teknoparkların teknoloji üreten bölgelerden uzak olan bir donanımına sahip olması, diğer sanayi bölgelerinde ise hiçbir düzenin bulunmaması olarak sıralanmaktadır.

Şekil 9.7: Çalışılan İş Yeri Bölgesinin Yeteneğe Etkisi



Teknoparkın teknoloji, Ar-Ge ile alakası yok. Sadece ruhsuz bir bina yığını. Bir kere teknoparkın fiziksel hani mekânsal olarak böyle bir şeye elverişliliği yok. İnsanların tanışabileceği hiçbir ortak alan yok. Herkes birbirinden izole çalışıyor. (Kayseri-60)

Organize sanayi bölgesinden üniversiteye gitmek için belli bir mesafe katetmek durumunda kalıyoruz. (Antalya-1414)

Teknopark ve OSB'lerdeki insanların sosyalleşebileceği ortak mekânların varlığı (kafe yeme-içme mekânları, yaşam alanları) kritik öneme sahiptir. Teknopark ve OSB'lerdeki yaratıcı insanların etkileşebileceği, biraraya gelip yüzyüze iletişim, tanışma ve iş birliği

yapabileceği ortak sosyal alanların kültürel ve sanatsal faaliyetlerin eğitimsel/mesleki/teknik toplantı farkındalık hizmetlerinin bulunması çok önemlidir. Yine özellikle networking kritik bir unsurdur. Literatür yaratıcı sınıfı çekme, tutma ve performansını artırmada bu tür sosyal hizmetlere (AVM, restoran, spor-kültür-sanat alanları, eğlence) ve yaşam alanlarına büyük önem vermektedir.

Sosyal donatı ve ortamlar yenilikçi sınıfın gelişimi için önemli roller oynamaktadır. Bu anlamda özellikle teknoparklar genel olarak OSB'lerin önüne geçmektedir. Daha çok seri üretime ve kapalı fabrika sistemine göre tasarlanmış OSB'lerin yanı sıra teknoparklar, firmalar veya çalışanlar arası daha fazla iletişim kurmaya odaklı bölgeler olarak Ar-Ge çalışanlarına daha fazla hitap etmekte ve niteliklerinin gelişmesine daha fazla katkı sağlamaktadır.

Bu bölge beni olumlu etkiliyor. Kent merkezindeyim. Etrafta sosyal bir çevre var. Mesela bir organize sanayide bu imkânlara sahip olamazsınız. (Ankara-2011)

Sanayi bölgesi çizgisinde olmanızdan kaynaklı olarak personel için sosyal imkânların pek olmadığı bir bölge. Yani şirkete sabah girersiniz akşam çıkarınız. Akşam da direk evinize gidersiniz. Tek sıkıntısı sosyal imkânların olmaması. (İstanbul-034)

Olumsuz etkisi, sosyal açıdan kötü. Çünkü organize sosyal alan diyebileceğimizi bir yer yok yani. Yemek yeme yerleri dışında. (Eskişehir-1693)

Organize sanayi bölgesi olmanın şöyle olumsuz bir etkisi çok fazla sosyal olanağınız yok, şöyle oturacağınız bir yer yok, burası mahrumiyet bölgesi, sosyal ilişki yok hiçbir etkinlik aktivite yok. (Ankara-1434)

OSB'lerin bu olumsuz özellikleri karşısında bölge içinde kurulan teknokentler sosyal donatı ve firmalar arası iş birliğini artırarak yenilikçi sınıfın niteliklerinin artmasına daha fazla katkı sağlamaktadır.

Üniversite kampüsü havasında bir yer çünkü. Sosyal tesisleri var. İşin dışında kafayı dağıtmak anlamında işe yarıyor. Teknopark Gebze Organize Sanayi'nin içinde bir oluşum ve bütün firmalar bilişim firmaları ve sosyalleşme anlamında farklı bir ortama giriyorsun, birbirimize bir şeyler katma şansımız oluyor. (Kocaeli-2142)

9.5.2 Kümelenme Avantajları: İş Birliği, Bilgi ve Tecrübe Paylaşımı

Firmalar ile firmaların coğrafi olarak kümелendiği girişimcilik ekosistemindeki diğer aktörler ve çalışanlar arasındaki etkileşim Ar-Ge çalışanlarının yetenek ve yenilik kapasitelerini olumlu etkilemektedir. Bu kapsamda firmanın mekânsal olarak yerleştiği bölgenin özellikleri, donatıları, imkânları ve çalışanların işyerinin faaliyet gösterdiği bölgeye olan etkileşimi üniversitelerle iş birliği, bölge faaliyetleri ve firmalar ile çalışanlar arasındaki etkileşim ön plana çıkmaktadır.

Üniversite imkânları açısından teknoparklar yine ön plana çıkmaktadır. Bu hem akademisyenlere ulaşma hem de insan kaynakları açısından önem kazanmaktadır. Ancak teknoparkların hepsi için bunu söylemek mümkün değildir. Daha nitelikli ve gelişmiş teknoparklarda üniversite ile ilişkiler de daha fazla gelişmekte ve çalışanların niteliğine katkı artmaktadır. Bu durum aslında sadece coğrafi yakınlığın değil aynı zamanda bilişsel yakınlığında önemli olduğunu göstermektedir (Boschma, 2005).

Yakınlarımızda bizim işlere benzer işler yapan bir sürü insan var. İnsan kaynağı açısından ulaşım kolay. (Ankara-0130)

Ben sağlık alanıyla ilgileniyorum tıp fakülteleri yenilikçiye kapalıdır. (Denizli-0943)

Teknokentin bizi geliştirme konusunda özellikle beni geliştirme konusunda hiçbir katkısı yok aksine saçma sapan bir tane kola makinasının nasıl çalıştığını ve nasıl çalışmadığını öğrendim bu da beni geliştiren bir şey değil yani. (Antalya-0999)

Firmalar ve çalışanlar arası iş birliği söz konusu olduğunda firma lokasyonu açısından yine teknoparklar kendi içlerinde sorunlarıyla birlikte OSB'lere göre bir adım önde görünmektedir.

Genel olarak mekânsal yakınlık ve Ar-Ge gibi nitelikli alanda çalışılması firmalar ve çalışanlar arasında iş birliğini kolaylaştırmaktadır. Bu bağlamda bilgi alışverişi, projeler konusunda iş birliği, yeni iş fikirlerinin gelişmesi, ekosistem hakkında bilgilenme, yenilik ve Ar-Ge paylaşımları teknoparklarda ön plana çıkmaktadır.

Teknoloji firmalarının bir arada olması ve sohbet ortamının çok olması, kendimizi geliştirmemize fırsat tanıyor. Çok fazla mühendis var aynı yerde (İstanbul-1344) (Mersin-1477) (Bursa-1764) (Kayseri-0062)

Farklı işlerle çalışan firmalar var ve farklı bir iş aldığınız da farklı bir alana geçmek istediğiniz de onunla da ilgilenen firmaları çok çabuk bulabilirsiniz. Diğer firmalarla ortak projeler çalıştırma imkânları oluyor o şekilde güzel etkileri var. (Eskişehir-1258)

Girişimcilikle uğraşan bir insanım yani girişimci olmayı hedefleyen bir insanım. Herhangi bir durumda ulaşabildiğim insanlar oldu, kendi projemle alakalı bilgi almak için görüştüğüm insanlar ve mail yoluyla dahi ulaştığım insanlar oldu. (İstanbul-673)

OSB'lerde ise diğer firmalarla iş birliği bağlamında sektörel bilgiler ile tedarikçi ve üretim sistemleri konusunda bilgi ve tecrübe paylaşımları ön plana çıkmaktadır.

Birçok tedarikçi görüşmeleri yapıyoruz. Sektör nereye gidiyor tedarikçilerimiz neler üretiyor biliyoruz. Bu açıdan teknolojinin nereye gittiğini, yenilikçi ürünlerin neler olduğunu ya da tedarikçilerin ne kadar ilerlediğini fark edebiliyoruz. (Eskişehir-1693)

OSB içinde daha çok tedarikçi daha çok müşteri var veya daha eğitimler olsun sempozyumlar olsun daha çeşitli faydaları var. (Konya-1734)

OSB'de aynı sektörde çalışan çeşitli şirketlerle birliktesiniz. Onların yaptığı uygulamaları görebiliyorsunuz. (Denizli-0224)

Diğer taraftan OSB'ler kendi içinde olumsuz unsurları da içermektedir. Fabrika tarzı yapılanma firma ve çalışanlar arasında iletişim düzeyini azaltmaktadır. Sosyal faaliyet alanlarının bölge büyüklüklerinden kaynaklı uzaklığı ve yetersizliği çalışma ortamından uzaklaşamayan bir kültür yaratmıştır. Dikkat çekici olan ise bazı teknoparklarda aynı bina içinde benzer durumların ortaya çıkmasıdır. Yeterli sosyal alanların olmaması, firmalar arasında sosyal yakınlığın (Boschma, 2005) yaratılamamasına bağlı olarak yeterli iş birliği kurulamaması, Ar-Ge çalışanlarının yeteneklerinin gelişmesine olumsuz etkide bulunmaktadır.

Herkes kendi kapısını kapatıyor, kendi içerisinde konuşuyor sonra da akşam çıkıp gidiyor. Firmalar arası bir paylaşım ağı yok. Teknopark'dayız evet burada 500'den fazla firma vardır herhalde ama hiçbirinin ortak bir paylaşım yok. (İstanbul-558)

Burası organize sanayi bölgesi olarak destek verecek firma yok. Ankara OSB'nin böyle eksileri var, yani ortak proje yapacağınız şirket bile zor buluyorsunuz. (Ankara-1434)

Burası şehirden uzak bir yer ve etrafında da çok yenilikçi bir firma yok mesleğinizle alakalı. O yüzden yeniliklere uzak kalabiliyoruz burada. (Sakarya-1536)

OSB ve teknokentlerin bölge yönetimlerinin yenilikçi faaliyetleri, Ar-Ge çalışanlarının yetenekleri için olumlu katkı sağlayabilmektedir. Bu alanda da teknoparkların katkılarının daha fazla olduğu görülmektedir.

Teknokentte yenilikler sunuluyor. Patent organizasyonu, yeni teknolojiler, blockchainler gibi yeni teknolojileri kapsayan organizasyonlar. (Ankara-209)

Teknopark sürekli eğitimler veriyor kendi bünyesinde. Hatta anlaşmalı olduğu üniversitelerle de burada akşamları ders veriliyor kayıt olunursa. (İstanbul-0529)

OSB aktif, seminerler ve eğitimler konusunda aktifler, onun dışında çalışma gruplarımız falan var. (Kocaeli-1299)

OSB ve teknopark yönetimleri eğitim ve seminer faaliyetlerinin dışına pek çıkamamaktadırlar. Bu anlamda teknoparkların yeterli kaynağı ve personeli bulunmazken OSB'lerde ise durum biraz daha farklıdır. Sanayi 2.0 konseptinde tasarlanan OSB'ler genel olarak Türkiye'de belediyeçilik hizmeti vermekte ve firmaların yenilik kapasiteleri ile genellikle pek fazla ilgilenmemektedirler. Diğer taraftan Türkiye'deki en önemli sorunların başında ise kurumsal yakınlık (Boschma, 2005) sorunu gündeme gelmekte teknoparklardaki Ar-

Ge firmalarıyla, OSB'lerdeki sanayi firmalarının iş birliği yapamamalarıdır. Nitekim bazı katılımcılar bu alana da vurgu yapmışlardır.

Teknoparklar belli periyotlarla bizim yapmış olduğumuz araştırmaları, onlar belli bir noktaya taşımaları gerekir. (Antalya-1082)

OSB bizim için partner sunabilse daha çok memnun oluruz. (Bursa-1198)

Ben bir teknokentte olduğumu hiç hissetmiyorum. Teknokent diyebileceğim bir şey yok. Teknolojiye uzağız ve konferanslar düzenlenmiyor. (Antalya-993)

OSB yenilik olarak bize bir şey katmıyor. Buradaki eğitim olanağı sıfır. Hani OSB'lerin nasıl bir katkısı olur çok da bir katkısı olmaz. (Tekirdağ-1435)

9.6 Kentin Etkileri

Kentlerin ekonomik, sosyal ve kültürel imkânları/kısıtları yenilikçi sınıfı etkilemektedir. Katılımcıların bazıları yaşanılan kentin kendilerinin yetenek, yenilik ve teknoloji kapasitesine olumlu veya olumsuz etkisi olmadığını vurgulamıştır. Daha büyük bir kısmı ise kentin etkisinin bulunduğunu ifade etmiştir. Bunların görüşleri ise üç ana başlıkta toplanmıştır. Bunlar genel olarak sosyal ve kültürel koşullar ile ekonomik altyapı ve imkânlar olarak iki başlıkla ele alınmıştır (Bkz. Şekil 9.8).

9.6.1 Sosyal ve Kültürel Koşullar

Sosyal ve kültürel koşullar genel olarak üç başlıkta toplanmaktadır. Bunlar; trafik ve nüfus, özgürlükçü ortam ve sosyal, kültürel ve sportif imkânlar olarak sıralanabilir.

Yenilikçi sınıfın önemli şikâyetlerinden biri nüfus yoğunluğu ve trafik gibi negatif dışsallıklardır. İstanbul ve Ankara gibi büyük megapoler diğer kentlerden bu alanda farklılaşmaktadır. Genelde İstanbul ve Ankara'nın kalabalık olması ve trafik yoğunluğu yenilikçi sınıfı olumsuz etkilemektedir. Dolayısıyla özellikle İstanbul ve Ankara gibi yenilikçi sınıfa yönelik birçok avantajı içerisinde barındıran kentlerin aynı zamanda stres ve kaos ortamı yenilikçi sınıfın yeteneklerini daha iyi sergilemesini olumsuz etkilemektedir.

Bir şehirde 20 milyon insan yaşıyor sıkıntı bu. Bunun biraz dağılması lazım. (İstanbul-0038)

İstanbul'da yaşamak sizi çok yorduğu için çok yaşam isteğiyle dolu olmuyorsunuz. Kısaca olumsuz olarak şehrin kendi yoğun temposu var. İnsanlar sürekli stresli, stres dolaylı olarak etkiliyordur yeteneklerimizi. (İstanbul-1330) (İstanbul-1102) (İstanbul-1086) (İstanbul-1547)

Daha sakin bir şehir olsa, daha trafik olmayan, hafta sonlarını daha rahat geçirebileceğim bir şehir, daha rahat dinlenebildiğim için daha fazla kendimi işime verebilirim. (Ankara 2104)

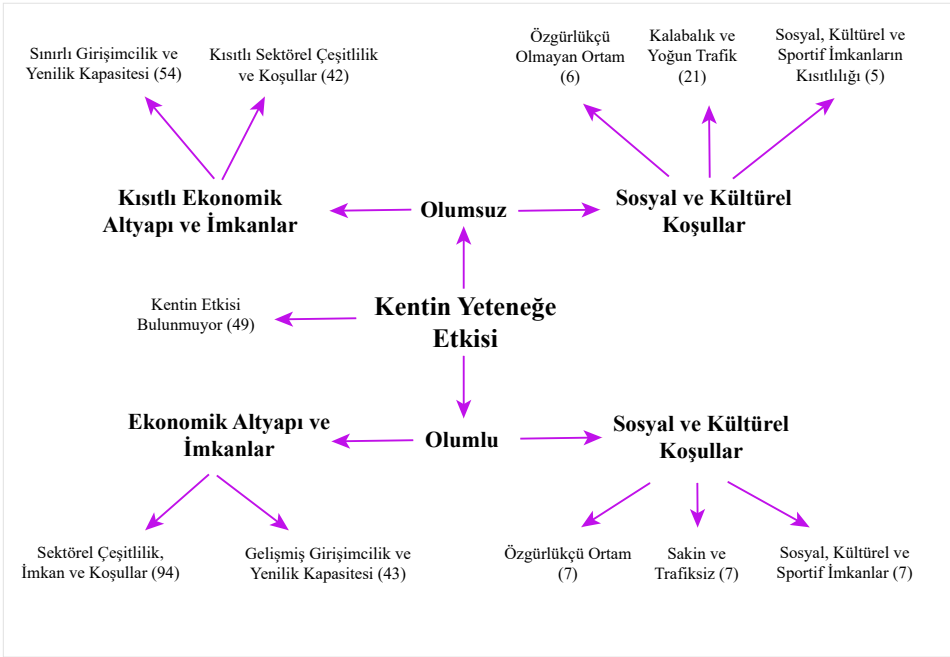
İstanbul ve Ankara'ya göre daha küçük olmasına rağmen, nispeten gelişmiş büyük kentlerdeki düşük trafik ve nüfus yoğunluğu yenilikçi sınıfı daha pozitif etkilemektedir.

Rahat bir yapıya sahibiz. Bu ne demek oluyor? Biz öğle tatillerinde kalkıp denize gidip gelebiliyoruz. Özellikle diğer şehirlerde İstanbul ya da Ankara'da zaten olmaz. (Antalya-954)

İzmir sakin bir şehir seviyorum yormuyor, insan ilişkilerinde de yormuyor. İstanbul yoruluyoruz sade trafik değil aşırı çeşitlilik var burası neresi dediğimiz oluyor (İzmir-360)

Sakin bir şehir olması olumlu etkiler. Hem büyük hem sakin şehir, İstanbul kadar olmasa da büyük, İstanbul'da ulaşılabilen bütün imkânlarla ulaşabiliyorsunuz ama sakin. (Bursa-972)

Şekil 9.8: Yaşanılan Kentin Yeteneğe Etkisi



Kentteki sosyal, kültürel ve sportif faaliyet imkânları yenilikçi sınıf için önem ifade etmektedir. Bu önem yenilikçilik yeteneklerine katkı anlamında olmasa da, kendilerini tazeleyen, canlandıran, besleyen daha yenilikçi olmalarını sağlayan, yenilikçiliği destekleyen sosyal ve kültürel faaliyetlerdir.

İnsanın kafasını dağıtabileceği sosyal olanaklara sahip bir yer. Yenilikçilik buradan besleniyor. Antalya sanatsal faaliyetlerin ve alternatif sporları yapabileceğiniz bir yer. Kafanızı zihninizi boşaltıp, kendinizi işinize daha kolay verebilirsiniz. (Antalya-1411)

Yaşadığım kent dışı kapalı bir kent değil. Güzel bir kent. Sosyal bir kent. Yeteneklerime olumlu etkisi olur çünkü kent müsait yani farklı şeyler yapmaya, yenilikçiliğe de müsait (Mersin:1951)

Eskişehir biliyorsunuzdur zaten çok sosyal bir şehir. O yüzden olumlu olduğunu düşünüyorum Yenilikleri vesaire bu konuların gelişmesi açısından da çok istekli bir şehir. (Eskişehir:1693)

Diğer taraftan kentin imkânlarının kısıtlı olduğu durumlar yenilikçi sınıfı olumsuz etkilemektedir.

Kültür sanat etkinliklerinin biraz sınırlı olması olumsuz. (Tekirdağ-1199)

Olumsuz etkisi çok fazla sosyal aktivite olmaması. (Konya-1734)

Yaratıcılığı törpüleyen en önemli şey sanattır ve Manisa'da sanata dair herhangi bir şey göremiyorum. (Manisa-273)

Yaşam ve mekân kalitesi yaratıcı sınıfı en çok etkileyen faktördür. Bu bulgular yaşanılan kentin yaratıcı sınıfın yeteneklerine, teknolojik ve yenilik kapasitesine büyük etkisi olduğunu göstermektedir.

Son olarak kentin özgürlükçü ortamı yenilikçi sınıfın kapasitesini etkilemektedir. Daha özgürlükçü kentler yenilikçi sınıfın daha çok yaşamak isteği ve kendini geliştirebildiği yerler olarak görülmektedir (Jacobs, 1961, 1969). Diğer taraftan özgürlüklerin kısıtlı olduğu daha içe dönük sosyal yapılarda ise yenilikçi sınıf kentle kendini özdeşleştirememektedir.

İzmir güzel ve daha iletişime açık bir ortamda yaşıyoruz açıkçası. Her alandan insanla muhatap olabileceğiniz bir yer. (İzmir-0101)

Kayseri'nin kapalı bir yapısı var. Toplum yapısı daha muhafazakâr ve farklı düşüncelere kapalı. Her şeyi; bilimi, bilişimi ve teknolojiyi esnaf kafasıyla işletiliyor ve kendinize katabileceğiniz herhangi bir şey yok. Sürekli sizi geri çeken bir yapısı var. (Kayseri-60) (Kayseri-1984)

Yöre halkının olaylar karşısında duruşu olabilir. Yenilikçi insanlar değiller. (Sakarya-1514)

9.6.2 Ekonomik (Büyüklük/Çeşitlilik) Altyapı ve İmkânlar

Kentlerin ekonomik altyapı ve imkânlarının güçlü olması yeniliğin gelişebilmesine önemli bir fırsat sağlamaktadır. Sektörel çeşitlilik, farklı nitelikte firma ve çalışanların toplandığı (kentleşme ekonomileri: kentteki çeşitlilik ve büyük pazar/firma yoğunluğu ile nitelikli beşerî sermayenin varlığı), girişimciliğin ve yenilikçiliğin geliştiği bilim ve teknoloji potansiyeline sahip üniversite altyapısının bulunması Ar-Ge çalışanlarının gelişimine önemli katkılar sağlamaktadır. Bu olanakları sağlayan kentler çoğunlukla Ankara ve İstanbul'dur. Daha az olarak ise Bursa ve Kocaeli gelmektedir.

İstanbul zaten teknolojinin şu an başkenti. Her şeye kolaylıkla erişebiliyorsunuz, seminerler olsun eğitimler olsun lokasyon olarak daha kolay oluyor (İstanbul-1330)

Sonuçta çalıştığımız ilde Ankara Türkiye'nin başkenti. Sanayi olarak da geri bir şehir değil savunma sanayinin havacılık sektörünün kalbi yine burada. (Ankara-1642)

Diğer taraftan İstanbul ve Ankara'ya göre daha az gelişmiş sanayi kentlerinde de ekonomik altyapı ve imkânlar bulunurken kentlerin girişimcilik ve yenilik potansiyeli de bulunmaktadır.

Sanayisi olan bir şehir sonuçta limanı olan bir şehir lojistik olarak avantajlı olduğu için yenilikçi olduğunu düşünüyorum. Etki olarak farklı sektörlerin olması farklı ihtiyaçları doğuruyor böyle olunca değişik çözümler bir adım daha ileri taşıdığına inanıyorum. (Mersin-1461)

Konya'da olmamanın hani olumlu etkisi burası bir sanayi şehri insanlarla oturup kalkıyorsun hani onlar zaten çoğunlukla mühendis vs. teknik biliminde çalışan insanlar oluyor farklı sektörler oluyor insanlarla tanışıyorsun o şekilde bir yararlı etkisi var sadece. (Konya-1742)

İstanbul, Ankara ve Kocaeli dışındaki kentlerde yaşayan bazı katılımcılar ise kısıtlı sektörel çeşitlilik ve imkânların sınırlılığına vurgu yapmakta ve bu sınırlılığın kendilerinin niteliklerine katkı sağlamadığını ifade etmektedir.

Ticaret olanakları zor, bu ürünleri Ankara veya İstanbul'da yapsaydık daha patlardık. (İzmir-0360)

Küçük bir yer olduğu için satış olayımız biraz zor. Sorun ekonomiye dayanıyor. (Denizli-0932)

Ekonomik büyüklük çok önemli olmasına rağmen, burada Bursa, Konya, Mersin gibi büyük kentlerin bile büyüklükte fırsat eşliğinin altında kaldığı görülmektedir. İstanbul ve Ankara iki büyük metropol olarak çok güçlü çekicilik ve mıknaat etkisine sahiptir. Tek başına ekonomik büyüklük ve fırsatlar yeterli değildir, buna altta eşlik etmesi gereken yenilikçilik potansiyeli, kentsel donatılar, özgürlükçü ortam gibi koşulların olması gerekiyor.

Florida yaratıcı sınıfın yaşamak ve çalışmak için tercih ettiği lokasyonların yedi temel özelliği olduğunu belirtiyor. Lokasyonun ve yerin/mekânın yaratıcı sınıfın seçiminde temel belirleyici olduğunu belirtiyor: (1) güçlü emek piyasası –çeşitlenmiş iş fırsatları, (2) yaşam stili/tarzı –para sadece yeterli değil lokasyona bağlı sosyal ve kültürel olanaklar, çekicilikler ve hizmetlerde gerekli, (3) sosyal etkileşim – kafe, restoran ve kitapçı gibi üçüncü yerlerin varlığı ve buralardaki konuşma/muhabbet, (4) çeşitlilik –farklı birey, grup ve kimliklere açıklık, onları varlığına hoşgörü ortam, (5) otantiklik – eşsiz standart dışı yerlerin ve ortamların varlığı, (6) kimlik – statü kaynağı ve yer kimliği olan yerlerin varlığı, (7) mekân kalitesi – bir yeri yer yapan sadece ona has/özgü başka yerlerde bulunmayan özelliklere

sahip olan ve bu yönüyle o mekânı çekici kılan özellikler. Florida yukarıdaki 7 faktörün toplamından oluşan bütünlüğe mekân/yer kalitesi (quality of place) adı vermektedir ve bu kavramın geleneksel yaşam kalitesi kavramının tersi olduğunu vurgulamaktadır. Florida (2012), mekân kalitesinin çok önemli, çok kilit bir faktör olduğunu daha sonraki aşamalarda iyice farkederek mekâna “Dördüncü T demiştir ve 4. T’yi de “Territorial Assets” yani “mekânsal varlıklar” olarak orijinal kuramına eklemiştir. Florida’ya göre mekân kalitesi ya da mekânsal varlıklar yani 4. T üç boyuta sahiptir:

- *Mekânda Neler Var:* Yapılı çevre ile doğal çevrenin birleşimi; yaratıcı yaşam arayışı için uygun bir ortamın varlığı.
- *Mekânda Kimler var:* Çeşitli insanların ve toplulukların olduğu, herkesin o toplulukta hayat kurabileceği ipuçlarının ve etkileşimlerin olduğu.
- *Mekânda Neler Oluyor:* Caddeler/sokak yaşamının canlılığı, kafe kültürü, sanat, müzik ve açık hava aktivitelerine katılan insanlar- tamamen aktif, heyecan verici, yaratıcı çabalar.

Görüldüğü gibi mekân kalitesi birbiriyle ilişkili bir deneyim seti olarak özetlenebilir. Sonuç olarak Florida, “bir yeri tanımlayan ve cazip kılan benzersiz özellikler kümesi” olarak tanımladığı yer/mekân kalitesine yaratıcı sınıfın büyük prim/önem verdiğini belirterek başarılı kentlerin ve bölgelerin yukarıda belirtilen özelliklerden sadece birini değil tümünü sunan yerler olduğunu vurgulamaktadır.

Özetle, Florida’ya göre yaratıcı sınıf öncelikle kalitesi yüksek, çeşitli, toleranslı, otantik, kimliği olan, iş fırsatları sunan bir yaşam yeri ya da bir yeri/mekânı seçmektedir. Yer seçiminde orada ne olduğunu, kimlerin orada yaşadığını ve orada nelerin/hangi hizmetlerin, olanakların, çekiciliklerin ve faaliyetlerin olduğuna bakmaktadır. Florida insanlar için “iş” mi (job) yoksa yer mi (place) önce gelir ikiliğini reddederek, her ikisinin de birlikte işlediğini, yaratıcı insanların çok sayıda yaşam tarzı çekicilikleri ve olanakları bulunan, çeşitli-hoşgörülü-toleranslı, aynı zamanda yeterince ekonomik/iş fırsatlarının bulunduğu yerleri tercih ettiğini ortaya koymaktadır.

9.6.3 Girişimcilik ve Yenilik Kapasitesi

Kentlerin girişimcilik ve yenilik kapasitesi Ar-Ge çalışanlarının yeteneklerini doğrudan etkilemektedir. Ankara ve İstanbul gibi görece olarak gelişmiş ekosistemler çalışanlar için önemli fırsatlar sağlamaktadır. Üniversitelerin nispeten güçlü bir ekonomik altyapı, yeniliğe pozitif yaklaşım, teknoparkların gelişmişliği ve iş yapma kültürünün gelişmiş olması, Ar-Ge çalışanları için kendilerini geliştirme imkânları yaratmaktadır.

İstanbul yani o anlamda insanı mecburen bir yenilik bulmaya için tetikleyen motive eden bir yapıya sahip (İstanbul-995)

Teknokent’lerin olumlu etkisi var. Ankara yüzünden yapamadığım bir şey yok. (Ankara-2084)

Diğer taraftan gelişmemiş bir girişimcilik ve yenilik ekosistemi Ar-Ge çalışanlarını her anlamda zorladığı gibi yeteneklerini de kısıtlamaktadır.

Mersin'e çok yenilikçi bir sistem getirtemedik. Buradaki yapılar çok hazır değil. (Mersin-1473)

İstanbul'da Ankara'da olabiseydik çok farklı olurdu belki ama Bursa kent olarak baktığınızda çok yeniliklere açık bir kent değil. (Bursa-1021)

Kayseri'nin temel zihniyeti ticarete dayal olup teknoloji merakına ihtiyaç var. Ticaret görsel olarak, eliyle dokunup, gözüyle görme işidir. Ama yenilik farklı ve olmayan bir şeyi düşünmesi Kayseri'nin zihniyetine tamamen ters. (Kayseri-62)

9.7 Bölüm Sonu Değerlendirmesi

Florida yeteneği mesleki bir yaklaşım olarak ele almaktadır. Çünkü meslek, eğitimin ve beşerî sermayenin dönüştürüldüğü, pratik olarak işlendiği alandır. Diğer bir ifadeyle beşerî sermayeye ve eğitime sahip kişilerin bilgisini teknoloji geliştirmeye yönelik kullanmasıdır. Kişilerin yeteneği ise aldıkları eğitim üzerinden ölçülmektedir. Kişilerin aldığı eğitimin derecesi de önemlidir ve genel olarak yeteneği ortaya çıkaracak eğitim seviyesi lisanstan çok, lisansüstü bir dereceye sahip olmayla ilişkilidir. Her ne kadar Florida (2002a, 2002b), yaratıcı sınıf üyesi olmak için üniversite mezunu olma şartı koymasa da, yeteneğin ortaya çıkarılmasında eğitimle kazanılan bilginin çok büyük payı vardır. Yeteneğin, ikinci parametresini oluşturan durum ise eğitimle bağlantılı olarak edinilen bilgi ve becereleri kapsamaktadır. Kişinin yeteneğini oluşturan tüm bu durum sadece yaşamının bir kısmında aldığı eğitimle birlikte, kişinin içinde bulunduğu aile, yaşanan yer, kültür gibi birçok faktörün etkisi de mevcuttur. O nedenle kişinin yeteneğinin gelişmesinde ve ortaya çıkarılmasında kurumların ve bağlamın önemi fazladır.

Katılımcıların sahip olduğu kültürel sermayelerinin yeteneklerine etkisi, üç parametre ile ölçülmüştür. Bu parametreler ailesinin desteği, katılımcıların eğitimi ve yaşadıkları yer'dir. Bu üç parametrede kişilerin yeteneklerinin geliştirilmesinde olumlu etkide bulunmaktadır. Bu parametreleri Bourdieu'nun argümanları üzerinden değerlendirdiğimizde, katılımcıların ailelerinin meslek ve eğitim durumlarının yeteneğin geliştirilmesindeki katkısı çapraz olarak düşünülmelidir. Katılımcıların ailelerinin eğitim durumları çoğunlukla annelerin ilkokul-lise ve babaların da lise-üniversite mezunu olmasıdır. Ailelerinin mesleklerine bakıldığında ise anneler ev hanımıyken, babaların memur ve işçi olduğu görülmektedir. Ailelerin kültürel sermayeleri düşünüldüğünde her iki açıdan yaratıcı sınıf içerisinde yer almadığı görülmekle birlikte katılımcıların yeteneğinin geliştirilmesi için de destek verdikleri dikkati çekmektedir. Fakat buradaki destek daha çok ailelerin kişiyi engellememe, önünü açma ve güven duyması konusundadır. Ancak ailelerin katılımcıların “yenilikçiliğe ve girişimcilğe yatkınlık oluşturmaları”na destek vermesi ise diğer pozitif etkilerine göre daha geri planda kalmaktadır. Bu da Bourdieucu anlamda, ailelerin sahip olduğu beşerî ve kültürel sermayenin yaratıcı/yenilikçi kişiler yetiştir-

medeki desteğin anlamsal olarak değişeceğini göstermektedir. Bunun yanında ailelerin katılımcıların yeteneklerine etkisi olumsuz yönde de olmaktadır. Ailelerin düşük gelir ve eğitim düzeyine sahip olmaları ile yenilik ve risk almaya açık olmamaları katılımcıların yeteneklerinin geliştirilmesine olumsuz etkisi olmakla birlikte, kişinin yeteneğini kendi keşfetme durumu ortaya çıkmaktadır.

Katılımcıların beşerî sermayesini gösteren eğitim durumu ile yetenek arasındaki ilişkiyi bakıldığında ise eğitimin özellikle de nitelikli eğitimin yeteneğin geliştirilmesinde payının büyük olduğu görülmektedir. Çünkü eğitim hem beşerî hem de sosyal sermayenin oluşmasına katkı sağlamaktadır. Nitelikli eğitimin alındığı kentlerin %50'sini İstanbul, Ankara ve İzmir oluşturmaktadır. Diğer bir gösterge olan ve Florida'nın ifade ettiği yenilikçi sınıfın lisanüstü eğitime sahip olduğu düşünüldüğünde, katılımcıların sadece %28,6'nın lisansüstü eğitime sahip olduğu, %71,4'nün ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Bu açıdan Türkiye'de yaratıcı sınıfın büyük kısmının üniversite mezunu olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların eğitim aldıkları yerler ve eğitim düzeylerinin yetenek, teknoloji ve yenilik kapasitesini geliştirdiği görülmektedir. Özellikle alınan eğitimin kalitesi katılımcının vizyon ve bakış açısını geliştirmektedir. Ancak eğitimin sosyal sermaye üzerinde etkisi olmakla birlikte, bu etkinin diğerlerine göre daha az olduğu da görülmektedir. Florida yaratıcı sınıfı tanımlamak için mesleki yeteneksel yaklaşımı benimsemiş olup, yaratıcı sınıfı süper yaratıcı çekirdek grubu ve yaratıcı profesyoneller olmak üzere iki kısma ayırmıştır. Katılımcıların bilim alanlarının %80'ni mühendislik bilimleri oluşturmakla birlikte, ilk üç mühendislik bölümünü sırasıyla bilgisayar, makine ve elektrik-elektronik mühendisliği oluşturmaktadır. Bu da aslında katılımcıların yaratıcı sınıfın "süper yaratıcı çekirdek" kısmına ait olduklarını göstermektedir. Burada Florida'nın tanımını düşünecek olursak, süper yaratıcı çekirdek sahip oldukları meslekten bağımsız olarak, düzenli şekilde ürün, uygulanabilir düşünce veya üretim sürecinde yer almaktadırlar. Katılımcıların yaşadıkları yerlerin de yeteneğin gelişmesinde etkisi olduğu görülmektedir. Katılımcıların doğdukları ve yaşadıkları kentlere bakıldığında %50'sinin büyük kentlerde yaşamlarını sürdürdükleri görülmektedir. Bu kentlerden ilk üç sırayı İstanbul, Ankara ve İzmir almaktadır. Bulgular yaşanan yerin gelişmişlik derecesi arttıkça yetenek, teknoloji ve yenilik kapasitesinin de derecesinin olumlu anlamda arttığını kanıtlamaktadır.

Katılımcıların sosyal, iş ve politik çevresinden oluşan sosyal sermayesinin de yeteneklerinin gelişmesinde etkisi bulunmaktadır. Bu bağlamda sosyal çevre ve iş çevresi yeteneklerin gelişmesine etki ederken, politik çevrenin herhangi bir etkisi bulunmamaktadır. Güçlü bir sosyal çevreye ve iş çevresine sahip olan katılımcılar yetenekleri geliştirebilecek mesleki paylaşımlarda bulunmakta ve farklı konularda bilgi edinmektedirler (Bkz. Tablo 6.6). Katılımcıların ilişki derecesi yüksek ikinci sosyal çevresini ise, etkili ve güçlü bir yurtdışı çevresine sahip olması oluşturmaktadır. Bunun yanında güçlü kamu/bürokratik çevreye sahip olma ile siyasi çevreye sahip olma durumunun yeteneği geliştirmeye en az etkisi olan kurumlardır. Bu açıdan katılımcıların yeteneğini geliştiren iki tür sosyal sermayeden

bahsetmek mümkündür. Bunlar sosyal çevre, iş çevresi ve yurtdışı bağlarıdır. Bu nedenle katılımcıların yeteneğini geliştiren bu sosyal bağların daha da güçlendirilmesini sağlayan ortamların, ilişkilerin kurulması gerekmektedir.

Mekânın yani işyerinin, iş yeri bölgesinin ve kentin katılımcıların yeteneği üzerine olan etkisi oldukça önemlidir. Katılımcıların çalıştıkları *firmaların/işyerlerinin* nitelikli bir çalışma ortamı sunması çevre, bilgi ve beceri sahibi olma gibi kendini geliştirme imkânı vermektedir. Aynı zamanda firmanın uygun fiziki ve teknolojik alt yapıya sahip olması da katılımcının hem kendini hem de çalıştığı yeri geliştirmesine olanak sağlamaktadır. Firmanın sahip olduğu yenilik kapasitesi de yeteneği etkilemektedir. Bu durum bir yandan firmada yenilikçi bir kültürün oluşmasını sağlarken, diğer yandan proje imkânlarının gelişmesine olanak sağlamaktadır. İşyerinin hem nitelikli bir çalışma ortamına sahip olması hem de yenilikçi bir kültüre sahip olması farklı bir çalışma kültürü de yaratmaktadır. Firmanın çalışan kişilere zaman baskısını azaltması, Ar-Ge çalışmalarına odaklanmasını sağlaması, esnek mesai saatleri uygulaması, fikirlerini özgürce tartışabileceği bir ortam sağlaması, başarısızlığa karşı toleranslı davranması yenilikçi olma kapasitesini artıran uygulamalardır. Bu çalışma kültürünün olmadığı firmalarda yenilikçi düşünce üretme kapasitesi oldukça sınırlı kalmakta ve hatta yenilikçi kültürün ortadan kalkmasına yol açmaktadır. Burada oluşturulacak olan esnek ve yeniliği destekleyen çalışma kültürü, yaratıcı potansiyele sahip olan kişilerin yeteneğinin çekilebileceği, harekete geçirilebileceği ve dizginlerinden kurtarılabileceği bir mekânın yaratılmasını gerekli kılmaktadır (Florida, 2011:127).

Diğer bir mekânsal etki ise, *işyeri bölgesinin* yeteneğe etkisidir. İşyeri bölgesi ya da diğer ifadeyle çalışılan firmanın bulunduğu lokasyonunun/mekânın yeteneğe etkisi iki şekilde olmaktadır. Bu etkiler olumlu ve olumsuz anlamda işbirliği, bilgi ve tecrübe paylaşımı ile mekânsal imkânlardır. Firmaların %48'inin Teknoparkta ve %31'nin de OSB'lerde yer alması yenilikçi sınıfın yeteneğini geliştirmesinde oldukça önemlidir. Teknoparklar OSB'lere göre daha elverişli, iletişim kurmaya odaklı mekânsal imkânlar sunmaktadır. Diğer yandan OSB'lerin kent merkezine ve üniversiteye uzak bir konumda yer alması, Teknoparkların ise teknoloji üreten sanayi bölgelerine uzak olması nedeniyle yaratıcı sınıfın yeterince iletişim kuramamasına ve bu alanlardan faydalanamamasına neden olmaktadır. Özellikle gelişmiş ve nitelikli Teknoparkların üniversiteye, akademisyenlere ulaşma imkânı olması yani mekânsal yakınlık faktörü yetenek ve yeniliğin gelişmesine oldukça önemli katkıda bulunmaktadır. Burada en önemli olan yeniliğin ve yaratıcılığın gelişmesi için "network ağına" ihtiyaç duyulmasıdır. Özellikle firmanın bulunduğu lokasyon içerisinde yer alan yaratıcı sınıf ve insan kaynağının etkileşimi oldukça önemlidir. Bu nedenle Teknopark ve OSB'de çalışan yaratıcı sınıfın biraraya gelebileceği, sosyalleşebileceği, yüzyüze iletişim kurabileceği ya da işbirliği yapabileceği "ortak çalışma mekânları"na (coworking spaces) ihtiyaçları bulunmaktadır.

Firmanın bulunduğu *kentin* imkânları, donatıları ve özellikleri de yeteneğin gelişimini etkilemektedir. Kentin sahip olduğu özellikler yetenek açısından iki şekilde önem taşımaktadır. Bunlardan biri kentin ekonomik altyapı ve imkânlarının gelişmiş olması girişimciliği, yenilik kapasitesini ve sektörel çeşitliliği olumlu etkilemektedir. Kentin sahip olduğu sosyal donatılar ise yaratıcı sınıfın kendini yenilemesi, tazelemesi ve daha iyi odaklanmasını sağlayan özelliklerdir. Dolayısıyla her iki özellik yaratıcı sınıfın yeteneğini geliştirmesinde birbiriyle ilişkilidir. Yaratıcı sınıf yaşamak ve çalışmak için lokasyon seçerken sadece iş odaklı değil, aynı zamanda hem çalıştığı işi destekleyen hem de kendi sosyal ihtiyaçlarını karşılayacak özelliklere önem vermektedir. Diğer bir ifadeyle mekânsal varlıklar (territorial assets), yaratıcı sınıfın yeteneğini etkileyen, biçimlendiren bir yapıya sahiptir. Mekânın sunduğu ortam, sahip olduğu insan yapısı ve sosyal ve kültürel olanakları hem firmanın hem de yaratıcı sınıfın yaratıcı, yenilikçi olmasını sağlayan özelliklerdir. Bu iki özelliğe sahip olan yerler ise genellikle büyük kentlerdir. İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük kentlerin sağladığı imkânlar diğer kentlere göre daha fazla olmasına rağmen, bu kentlerin sahip olduğu nüfus yoğunluğu, kalabalık ve trafik gibi negatif dışsallıklar yaratıcı sınıfın yeteneğini olumsuz yönde etkilemektedirler. Ancak bu olumsuz durumların yanında büyük kentlerin sahip olduğu insan ve olanak çeşitliliği sayesinde yaratıcı sınıfın yeteneğini geliştirmesine imkân sağlayan özgür bir ortam da sunmaktadırlar. Diğer bir ifadeyle hem çalışma hem de sosyal olanaklara sahip yerler diğer yerlere göre mekân kalitesine (territorial assets) sahip olmakta ve yaratıcı sınıfın tercih edeceği lokasyonları oluşturmaktadırlar.

Sonuç olarak, yaratıcı sınıfın yeteneğinin gelişimini, daha yaratıcı ve yenilikçi olmasını sağlayan ve engelleyen birçok özellik bulunmaktadır. Bu özelliklerden bazıları yaratıcı sınıfın çocukluğundan itibaren getirdiği ve biriktirdiği ekonomik, beşerî, sosyal ve kültürel sermayesi ile ilişkilirken, bazıları ise çalışılan firmanın, bölgenin ve kentin özellikleri, donatıları ve ortam yapısıyla ilişkilidir. Her iki özelliğin yani bireysel sermayeler ile yapıya ait mekânsal koşulların birbirini değiştirip dönüştürerek yeteneği ve yeniliği geliştirmesi için birbirini destekleyici yönde olması gerekmektedir. Burada her bir başlıkta ifade edilen bulgular bize somut, çözülebilir ya da değiştirilebilir müdehale alanları sunmaktadır. Bu doğrultuda yetenek, sadece bireyin sahip olduğu eğitim, beceri ve kişisel kapasiteyle sınırlı bir durum değildir, aynı zamanda onun içinde bulunduğu uygun çalışma ortamı, öğrenme imkânları, güven ilişkileri ve kent yaşamının niteliği bağlamında oluşan ilişkisel bir kapasitedir. Bu nedenle yenilikçi sınıf politikaları, yeteneği hem yetiştirmeye odaklanan hem de onu geliştirmeye, elde tutmaya ve üretken kılmaya odaklanan kurumsal ve mekânsal koşulları oluşturmaya yönelmelidir.



10

10. TOLERANS

Tolerans¹⁴, Florida'nın (2002a) sosyal sermaye kapasitesi olarak ele aldığı bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Kısaca bir toplumda/toplulukta tolerans ne kadar yüksek ise o toplumda yenilik faaliyetlerinin yeşermesi ve başarılı olması o kadar kolay olmaktadır. Toleransın yüksek olduğu toplumlarda bireyler yeniliğe daha yatkın olurken, tolerans göç yoluyla gelen yenilikçi insanlara fırsatlar sunması itibarıyla önem kazanmaktadır. Toleransın aynı zamanda işlem maliyetlerini düşüren, yaratıcılığı artıran, yenilik, Ar-Ge ve girişimciliği yükselten etkileri olduğu ampirik olarak kanıtlanmıştır.

Tolerans, toplumsal düzeyde olan ve bireysel anlamda ölçülebilecek bir kavramdır. Tolerans insanların sosyal ve iş yaşamlarında karşı tarafa alan sağlaması ve rahat hareket etmesini sağlayan hoşgörü ve sınırlama olarak tanımlanabilir. Dünyada yenilikçi sınıf toleransın yüksek olduğu bölgelerde çalışmayı ve yaşamayı tercih etmektedirler.

10.1 Ar-Ge Çalışanlarının Tolerans Düzeyi

Tablo 10.1'de 1352 Ar-Ge çalışanının farklı yaşam tarzlarına ve farklı düşünce, ideoloji ve inanışlara karşı tolerans düzeylerini gösteren veriler bulunmaktadır. Buna göre katılımcıların ortalama puanları 5 üzerinden 4,4 ile 'kesinlikle katılıyorum'a çok yaklaşmış olup yüksek bir tolerans düzeyinden bahsedilebilmektedir. Farklı yaşam tarzlarına toleranslı olduğunu söyleyenlerin oranı %92 iken farklı düşünce, ideoloji ve inanışlara karşı toleranslı olanların oranı %91'dir.

Tolerans konusunun yenilikçi sınıfa uygulanan ankette alınan skorlar içerisinde en yüksek puanlara sahip olduğu dikkat çekmektedir. Üstelik Ar-Ge çalışanlarına, firmalara ve firmanın faaliyet gösterdikleri mekân bağlamındaki değişkenlere tolerans düzeyi neredeyse hiç fark etmemektedir.

Dolayısıyla yenilikçi sınıfa dahil insanlar diğer insanların kimliğine, ideolojisine, inanışına ve yaşam tarzına oldukça saygılı ve anlayışlı gözükmektedir. İnsana ilişkin söz konusu alanlardaki tolerans çalışma ortamlarına, bölgelerine ve kente yansyarak hem iş hem de toplumsal yaşam anlamında daha yenilikçi bir atmosferin oluşmasına katkı sağlamaktadır.

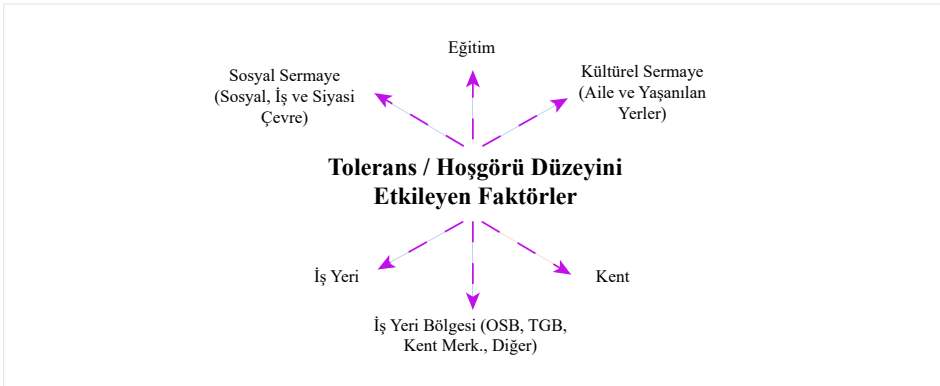
Ar-Ge çalışanlarının tolerans düzeyine ilişkin sosyal sermayesi oldukça yüksektir. Bu durum katılımcıların çalıştığı firma, kent gibi faktörlere göre değişkenlik göstermemektedir. Bu yönüyle sosyal sermaye içerisinde en değişken olmayan unsurdur.

¹⁴ Tolerans ve Hoşgörü Türkçede sıklıkla aynı anlamda kullanılsa da aslında iki terim arasında farklar vardır: Hoşgörü, hoşgörmek, affetmek anlamına gelmektedir. Birisine yanlışları olmasına rağmen bile gözyummak, affetmektir. Dolayısıyla hoşgörü büyük ölçüde affetmekle örtüşür, ona gönderme yapar. Oysaki tolerans karşındakini kabul etmektir, olumlu anlamda ona katlanmaktır, karşındakilerin insan hakları, demokratik hakları gereği bize çok ters gelen düşünce, yaşam biçimine sahip olabileceğini, bunun çok doğal ve normal olduğunu bilerek tepki göstermeme, kabullenme, katlanma ve demokratik olmaktır. Toleransta gözyummak, affetmek yoktur aksine kabul ve katlanma vardır. Dolayısıyla tolerans bu nedenle temelde bir müesse, kurum, kontrattır. Toleransta hoşgörmeye değil, tahammül etme, kabul ve katlanma kontratı vardır (Bkz. Kuçuradi, 1995).

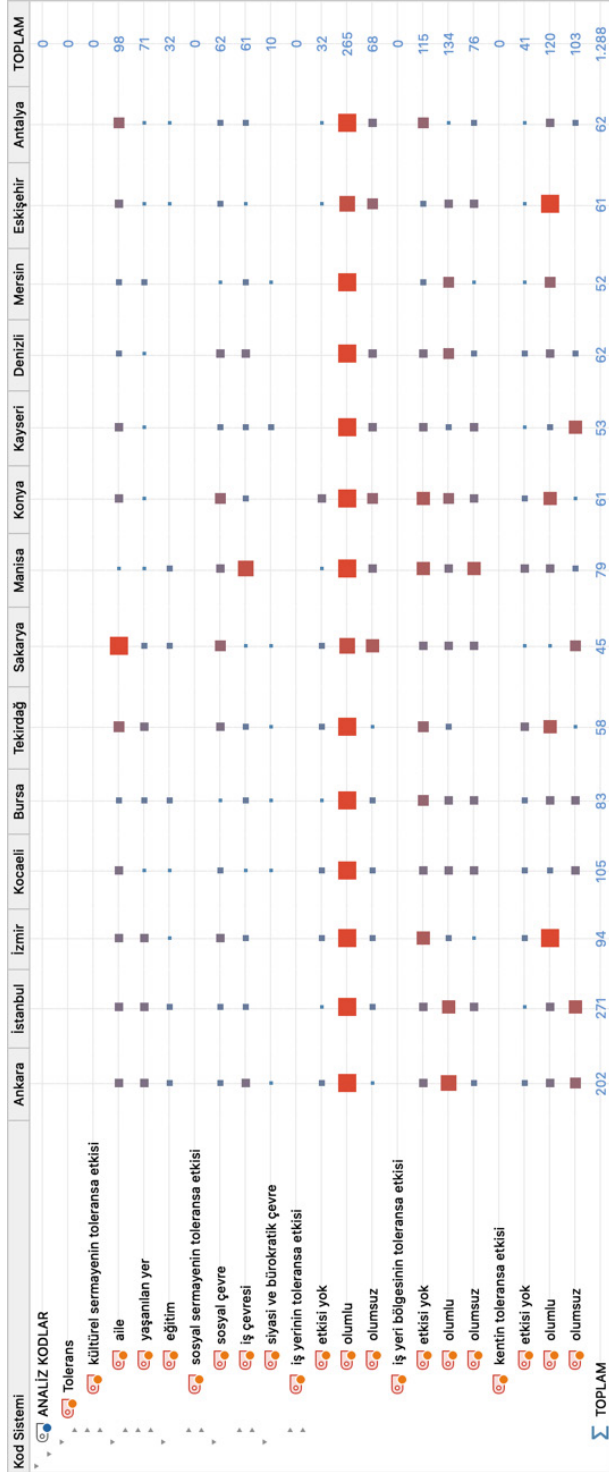
Tablo 10.1: Ar-Ge Çalışanlarının Tolerans Düzeyi

	Farklı Yaşam Tarzlarına Karşı Toleranslı	Yüzde (%)	Farklı Düşünce, İdeoloji ve İnanışlara Karşı Toleranslı	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	11	0,8	8	0,6
Katılmıyorum	19	1,4	16	1,2
Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	77	5,7	101	7,5
Katılıyorum	557	41,2	540	39,9
Kesinlikle Katılıyorum	688	50,9	687	50,8
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	1.245	92,1	1.227	90,8
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	30	2,2	24	1,8
Toplam	1.352	100	1.352	100
Ortalama	4,4		4,4	

Bu çalışmada ayrıca katılımcılara tolerans düzeylerine; sosyal, beşerî ve kültürel sermayeleri ile iş yerleri, iş yeri bölgesi ve yaşadıkları kentin etkileri sorulmuş ve bu bağlamda nitel bir araştırma tasarımı yapılmıştır (Şekil 10.1). Bu kapsamda yapılan mülakatların değerlendirilmesi sonucunda bu bölümdeki kodların illere ve toleransın alt bileşenlerine göre dağılımı dikey eksen bazlı görünümle Şekil 10.2’de verilmiştir.

Şekil 10.1: Toleransı Etkileyen Faktörler

Şekil 10.2: Toleransa İlişkin Kodların Genel Dağılımı



Tolerans, Florida'nın kuramında kent/bölge/mekân ölçeğinde yenilikçiliği, yaratıcılığı ve girişimciliği geliştiren önemli bir faktör olarak görülmektedir. Bu çalışmada ise bireyin sahip olduğu sermayeler ile iş yeri, iş yeri bölgesi ve kentin birey sahip olduğu mevcut toleransı nasıl etkilediğine bakılmıştır. Dolayısıyla bireyin toleransı artıran imkân ve mekânlar aynı zamanda yenilikçilik kapasitesini de artıracak varsayımı bulunmaktadır. Toleransı artan bireyin, daha esnek çalışabileceği ekiple uyumunun artabileceği ve sahip olduğu imkân ve mekânlar ile daha iyi ilişkiler kurabileceği varsayılmıştır. Genel olarak değerlendirildiğinde, Türkiye'deki yenilikçi sınıfın farklı yaşam tarzlarına karşı son derece toleranslı olduğu (5 üzerinden ortalama 4,5), yine farklı düşünce, ideoloji ve inanışlara karşı da oldukça yüksek oranda hoşgörülü olduğunu ifade ettiği (5 üzerinden ortalama 4,4) görülmektedir (Tablo 10.2).

Tablo 10.2: Yenilikçi Sınıfın Toleransa İlişkin Görüşlerinin Ortalama Değeri

Konu	Soru	Görüş Puan
Tolerans- Hoşgörü	Farklı yaşam tarzlarına karşı toleranslıyım/hoşgörülüymdür.	4,5
	Farklı düşünce, ideoloji ve inanışlara karşı toleranslıyım/hoşgörülüymdür.	4,4
1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum		

10.2 Kültürel Sermayenin Etkileri

Kültürel sermayenin tolerans üzerindeki etkileri üç başlıkta incelenmiştir. Bunlar; aile, yaşanan yerler ve eğitim olarak belirlenmiştir (Bkz. Şekil 10.3). Aslında tüm bunlar ailenin koşullarından kaynaklansa da kendi içinde farklılıklar içermektedir.

Aile tolerans ve hoşgörünün oluşumunda temel bir rol üstlenmektedir. Ailedeki hoşgörülü ortam, eğitim ve yetiştirilme tarzı, ailenin imkân ve koşullarının durumu bireyin tolerans düzeyini etkilemektedir.

Katılımcıların çoğu ailenin tolerans düzeyini etkilediği konusunda görüş bildirirken, bazı katılımcılar tolerans düzeylerinin oluşumunda ailenin etkisi olmadığını vurgulamışlardır. Buna karşılık hiçbir katılımcı bu konuda ailenin olumsuz etkisinden bahsetmemiştir.

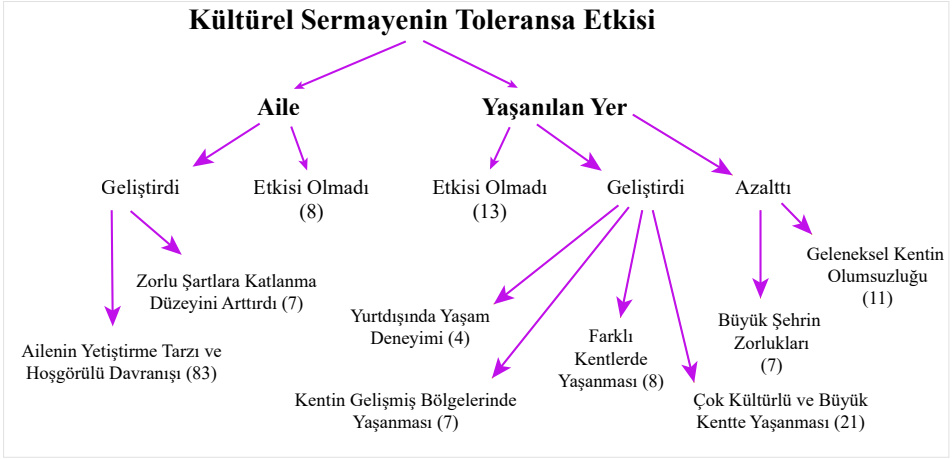
Ailenin eleştirel düşünceyi geliştirmesi, çocuklarını yetiştirirken toleranslı olması onların yaklaşımlarını doğrudan etkilemektedir. Toleransı davranışlarına yansıtan ailelerin yetiştirdiği çocuklar daha açık ve yenilikçi fikirler üretebilmektedir.

Ailem bir kere her zaman destekçi oldu. Hata da yapsam her zaman desteklerler. Tolerans ve hoşgörü olarak da iyi etkiliyor. Ailem tolerans düzeyimi iyi etkiliyor gerçekten. (İstanbul-450)

Ailenin yönlendirmesi, desteklemesi önemli yenilikçiliğime etkisi oldu. Tolerans düzeyi yüksek bir seviyede yetişmiş olmam ailesel. (İzmir-1130)

Ailemin hoşgörüsü ve tolerans düzeyime etkisi olumluydu. Çok açık fikirli bir ailem var. Bir fikirle gitsem yargılamazlar (Ankara-2067)

Şekil 10.3: Kültürel Sermayenin Toleransa Etkisi



Diğer taraftan aile koşullarının zorluğu, bu zorluklar içinde başarmak zorunda olmak, kıt kaynaklarla geleceğe hazırlanmak da bazı koşullara katlanma düzeyini arttırmıştır. Zor koşullara katlanma doğal olarak bireylerin tolerans düzeylerini de artırabilmektedir.

Ailede biraz daha koşulların zor olduğu, şartların zor olduğu bir aile içinde yetiştirdim ben. Dolayısıyla bu beni daha güçlü bir insan yaptı benim dayanma kat sayım normal belki başka bir ailede yetişen insana göre daha fazladır. (Kayseri-60)

10.2.1 Yaşanılan Yerler

Yaşanılan kent ve bölgeler bireyin tolerans düzeyini aileden sonra en çok etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Bazı katılımcılar yaşanılan yerlerin toleranslarına etkisi olmadığını belirtmişlerdir.

Doğduğunuz yer sizin kaderinizdir. Ama beni nasıl etkiledi dersiniz herhangi bir kolaylık ya da zorluk yaşanmadı. (İstanbul-437)

Yaşadığım yerlerin tolerans düzeyimde de herhangi bir etkisi olmadı. (Ankara-2067)

Ama önemli bir çoğunluk yaşanılan yerlerin tolerans gelişiminde önemine değinmiştir. Tolerans kalkınmış, kozmopolit, güvenli, huzurlu, eğitilmiş ve yeniliğin geliştiği bölgelerde daha yüksek olması nedeniyle bu bölgelerde yaşayan insanların toleransını daha fazla geliştirmektedir. Bu kapsamda bazı katılımcılar; çok kültürlü büyük kentlerde veya farklı kentlerde yaşamayı avantaj olarak görürken bazıları kentin sadece bazı seçkin bölgelerinde yaşıyor olmalarına vurgu yapmaktadırlar. Daha az sayıdaki katılımcı ise yurtdışında yaşamış olmanın toleranslarını olumlu etkilediğini belirtmişlerdir.

İstanbul olumlu yönde etkiliyor, çok farklı insan grupları gördüğüm için burada yani olumlu yönde etkelediğini söyleyebilirim. (İstanbul-1496)

Farklı kültürler görünce kendi kültürümü dayatamadım, onlarda bana dayatamadılar böylece işte birlikte yaşamak gerektiğini öğrendik daha hoşgörülü olduk. (Ankara-1705)

Aslında Hatay illaki yenilikçi düşüncelerimi beslemiştir. Mesela ben Alevi Arap'ım, çok garip bir şey hem Alevisin hem Arapsın. Arap Hristiyanlar vardır, Sünni Araplar vardır, sonra Türkiye'deki tek Ermeni köyü vardır. (İstanbul-1513)

Eskişehir'in gerçekten potansiyel olarak faydalı ve iyi olduğunu düşünüyorum. Burada insanlar çok hoşgörülü olduğu için sizin de hoşgörü seviyeniz otomatikman artıyor. (Eskişehir-1688)

Tolerans konusunda yaşanan kentin yanı sıra kentin hangi bölgesinde yaşanıldığı ve çalışıldığının da önemi bulunmaktadır.

Oturduğum muhitte insanlar çok kibar birbirine karşı. Çevrenin etkisi oluyor. Gece dışarı çıktığım zaman geri dönüşte başıma bir iş gelir mi diye düşünmüyorum. Yürüyerek evime gidebiliyorum. (İstanbul-529)

Farklı kentlerde yaşamının ise toleransa önemli katkılar sağladığı katılımcıların ifade ettiği konular arasında yer almaktadır.

Diğerlerini görmüş olmanın önemli getirileri vardır. Farklı coğrafyanın farklı sorunları var, farklı ihtiyaçları var. Bunları görmek olumlu bir katkı sağlıyor. (Ankara-2082)

Yurtdışı tecrübesi her alanda olduğu gibi tolerans anlamında da olumlu etkiler yapabilmektedir.

San Francisco'da Silikon Vadisi'ne çok yakın bir yerde çalıştım ve okudum. Olumlu etkisi oldu tabii. (Ankara-1516)

Yaşanılan yerlerin toleransa yönelik olumsuz etkileri ise iki başlıkta özetlenmektedir. Birincisi geleneksel yaşam alanlarının zorlukları ile büyük kentlerde yaşamının zorluklarıdır.

Köyde doğdum büyüdüm tolerans hoşgörü hiç yoktu. (Tekirdağ-1775)

Yaşadığım yer hoşgörü ilişkimi olumsuz etkilemiştir. (Sakarya-1574)

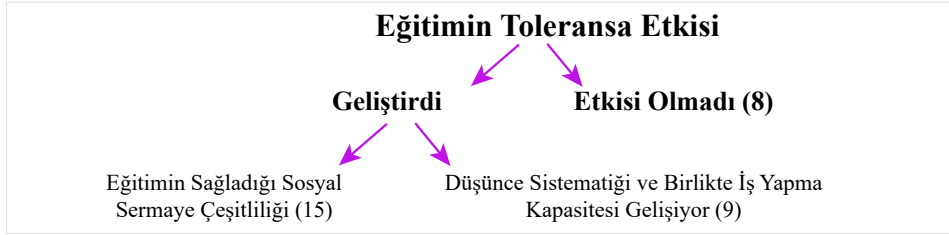
İstanbul çok şey götürüyor insandan. Hoşgörünüz kalmıyor kimseye. Şehrin ruhuyla alakalı tamamen. (İstanbul-619)

10.3 Eğitimin Etkileri

Bireylerin aldığı eğitimin süresi ve niteliği tolerans düzeyinin gelişiminde önemli etkiler yaratabilmektedir (Bkz. Şekil 10.4). Tolerans düzeyinin artmasında çok sayıda parametre

etkili olabilirken bilhassa eğitim sürecinin sağladığı imkânlar ile kişilerin sahip olduğu sosyal sermayenin çeşitliliği sözkonusu kritik rol oynamaktadır.

Şekil 10.4: Eğitimin Toleransa Etkileri



Eğitim hayatı bireyin tolerans düzeyini etkilemektedir. Özellikle alınan eğitimle birlikte eğitim ortamının sağladığı imkânlar ve sosyal sermaye toleransın düzeyine olumlu katkılar yapmaktadır.

Aldığınız eğitim hoşgörünün artması gerektiğini, bazı şeyleri öğrenebilmek için bazı insanlara, koşullara, yöntemlere ve zahmetlere katlanmak zorunda olduğumu öğretti. (İstanbul-2290)

Eğitim hayatımda da farklı kültürden insanlarla beraber güzel bir deneyim yaşadığım için bu hayatımın sonraki dönemlerinde de olumlu bir etki yaptı. (İstanbul-1306)

10.4 Sosyal Sermayenin Etkileri

Bireyin sosyal sermayesi dolayısıyla bağlantıda olduğu çevreler onların davranış ve tutumlarını da etkilemektedir. Bu nedenle sosyal sermayenin toleransa etkileri bu bölümde tartışılmaktadır.

Daha önce belirtildiği gibi sahip olunan sosyal sermaye kapasitesinin kişinin sosyal, iş ve siyasi çevresinden oluştuğu varsayılmıştır. Bu kapsamda katılımcılara sosyal, iş ve siyasi çevrelerinin tolerans düzeylerine etkilerinin nasıl olduğu sorulmuş ve yanıtlar Şekil 10.5'te görselleştirilmiştir.

Katılımcılar genel olarak sosyal ve iş çevrelerinin etkilerini ifade etmişlerdir. Diğer taraftan Ar-Ge çalışanları ise siyasi çevrelerinin toleranslarına etkisinin olmadığı görüşündedirler.

Yani siyaset ve bürokrasiyle çok fazla bir işimiz yok. Şu ana kadar olmadı. (Bursa-1624)

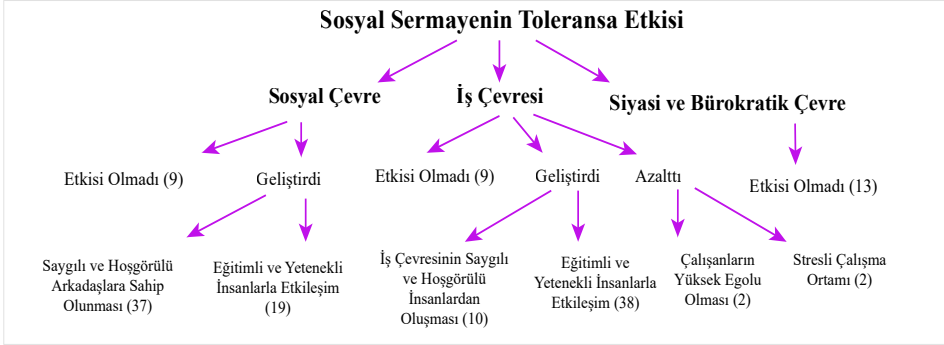
Siyasi çevrem yok, bana haliyle faydası da yok. Uzakta durmaya çalışıyorum (Kocaeli-1325)

Edinilen sosyal çevrenin eğitim düzeyi, nitelikleri, hoşgörü ve saygı düzeyi yükseldikçe kişinin toleransını olumlu etkileme düzeyi de artmaktadır.

Çok farklı insanlarla iletişim içerisindeyim, farklı kültürdeki insanlarla iletişim içerisindeyim. Haliyle hoşgörü düzeyimi arttırmıştır. (Antalya-954)

Sosyal çevrem tolerans/höşgörü düzeyimi olumlu yönde etkiliyordur. Farklı fikirlere sahip birileri ile bile aynı ortamı paylaşıyorsam bu beni olumlu etkiliyordur. (İstanbul-1169)

Şekil 10.5: Sosyal Sermayenin Toleransa Etkisi



Arkadaş ve aile çevresinin oluşturduğu sosyal çevrenin niteliği tolerans düzeyini artırmaktadır. Ar-Ge çalışanları açısından, okul arkadaşlıkları, iş yerinde kurulan sosyal ilişkiler tolerans düzeyini olumlu etkilemektedir.

Sosyal ve iş çevrem tolerans düzeyimi olumlu etkiledi. Farklı insanlar tanıdıkça kapasiteniz değişiyor. Farklı ortamlar farklı kişiler geliştiriyor olgunlaştırıyor. (İzmir-2283)

Sosyal ve iş çevresi tolerans düzeyimi arttırdı diyebilirim. Çünkü biraz daha eğitim seviyesi yüksek insanlarla birlikte yaşadığımız için dolayısıyla sizi geliştiriyor sürekli. (İstanbul-507)

Bireylerin hayatlarının önemli bir kısmını kaplayan işleri ve bu alandaki çevreleri toleransı önemli ölçüde etkilemektedir. Farklı mesleki özelliklere sahip insanlarla bir arada çalışmak, kurumsal şirketlerin yenilikçi ortamları, Ar-Ge konularında üniversite gibi kurumlarla yapılan işler ve uluslararası düzeyde iş ilişkileri toleransı arttıran unsurlar arasında sayılmaktadır.

Yetenekli insanlarla çalışmak çok güzel. Eğer yeteneksiz insanlarla çalışırsam çok hoşgörülü olamıyorum. Ama yetenekli insanlara karşı niyeyse bir hoşgörüm var. (İstanbul-619)

İş çevrem olumlu etkiledi. Önceki şirketlerimde çok araştırma ve deneme imkânı sağladılar. Höşgörümü olumlu etkiledi çünkü yenilikçi bir kesimdi (Manisa-2198)

Farklı kültürlerle, farklı disiplinlere sahip insanlarla çalışmak doğal olarak tabii hoşgörü, toleransı artıran bir şey. Çünkü sürekli farklı tellerde konuşmak zorundasınız. (Antalya-954)

10.5 İş Yerinin Etkileri

Çalışanların hayatlarının önemli bir bölümünün işyerinde geçtiği düşünüldüğünde; iş yeri ortamının rahatlığı, çalışma kültürü, çalışanların birbirine yaklaşımı, yönetimin çalışanlara yaklaşımı ve çalışma koşulları mevcut tolerans düzeyini etkilemektedir. Bu kapsamda iş yerinin tolerans düzeyine etkilerine ilişkin katılımcıların cevapları Şekil 10.6'da görselleştirilmiştir.

Bu alanda cevap veren katılımcıların yaklaşık yüzde 10'u işyerinin toleransa bir etkisinin olmadığını ifade etmiştir.

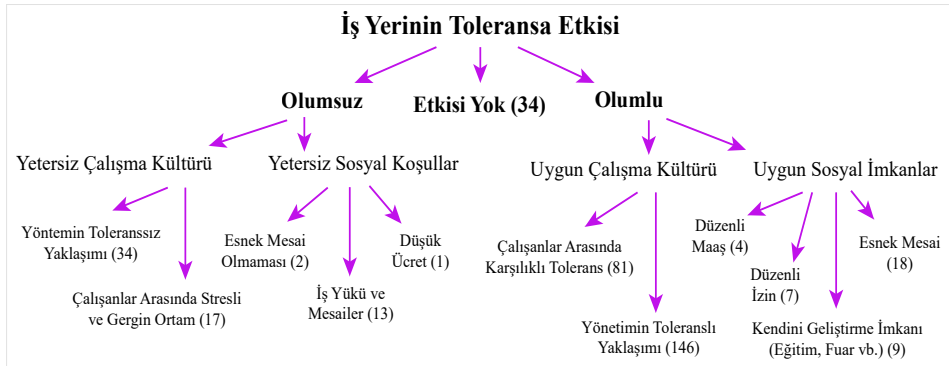
Bir etkisi yok. Ben bir şeyi hoşgörüyü karşılıyorsam bunda firmanın bir etkisi yok. Bu benim kendi toleransımda olan bir şeydir. (Bursa-1303)

Diğer taraftan mülakata katılan önemli bir kesim işyerinin olumlu yanlarına vurgu yaparken azınlık bir kesim ise olumsuz özelliklere değinmiştir.

Yenilik ve Ar-Ge konusunun doğasında sabır ve tolerans bulunmaktadır. Sonuçların kısa vadede alınamadığı, doğrudan ve hızlı bir şekilde paraya çevrelemeyen, günlük işlerin dışındaki yenilikçi faaliyetler ve çalışma şartları Türk sanayicisi ve girişimcisi için nispeten yeni ve öğrenilmesi gereken süreçtir. Bu nedenle yenilikçi sınıfın ne düşündüğü ve nasıl davrandığının anlaşılması noktasında yetersiz kalınabilmektedir. Genel olarak teknopark firmaları ile kurumsallaşmış Ar-Ge firmalarında bu durum biraz daha anlaşılabilir.

Sonuçta yeni şeyler öğreniyorsunuz ve bunları uygulamanız gerekiyor, bu da tolerans düzeyinizin yüksek olmasını gerektiriyor, çünkü sabırlı olmalısınız ve uygulamaya geçirirken de sakin ve sabırlı bir şekilde işlemeniz gerekiyor. (Antalya-951)

Şekil 10.6: İş Yerinin Toleransa Etkisi



Bazen de şartların zorluğu, hata karşısında katlanma düzeyini artırmakta ve toleransı geliştirmektedir.

Benim toleransımı ve hoşgörümü çok geliştirdi. İnsanlara tahammül ve tolere etmek, hatalarını görmezden gelmek ve düzenli, planlı ve daha sorunsuz çalışmaya teşvik ediyor. (İstanbul-1057)

Sosyal imkânlar ve çalışma kültürü çalışanların en çok üzerinde durduğu ana başlıklar olarak sınıflandırılabilir. Sosyal imkânlar genel olarak ücret ve düzenliliği, izin, iş yükü ve mesailer, esnek mesai ve kendini geliştirme imkânları olarak sıralanmaktadır.

Eğitim, çalışma saati, ücret politikası olumsuz değil. Motivasyon var, yaptığınız güzel işlerde ikramiyeler, takdirler, ödüller oluyor ve bunlar hoşgörüyü seviyemi etkilemiyor. (Kocaeli-1996)

Bizim izin ve maaş konusunda olsun devamlı iyi yaklaşımda bulunuyorlar. Bu da benim düşüncelerimi olumlu olarak değiştiriyor. Mesai olsun vesaire dert etmiyorum. Bazen tüm gün oturuyoruz bazen sabaha kadar çalışıyoruz o toleransla alakalı bir şey. (İzmir-678)

Diğer taraftan sosyal koşulların yetersiz olduğu durumlar ise toleransı olumsuz etkilemektedir. İş yükünün fazlalığı ve mesai gibi durumlar karşısında, ücretlerin de yetersiz olması bireyin firmaya ve diğer çalışanlara karşı toleransını düşürmektedir. Bir iş yerinde genel tolerans düşüklüğü ise verimlilik ve yeniliği olumsuz etkilemektedir.

İş yükünün çok fazla olması. (Kocaeli-1254)

Mesela fazla mesayinin birkaç hafta devam etmesi. Bunlar olumsuz etkiliyor. (İstanbul-673)

Ücretlerdeki düşüklük. (Konya-610)

Çalışma kültüründe ise yönetimin toleransı ve çalışanlar arasındaki tolerans ön plana çıkmaktadır. Firmaların kurumsallaşma düzeyleri, çalışanları arasında diğer ülke vatandaşlarının olması ve liyakata göre atanmış yöneticilerin bulunması firmadaki toleransı da geliştirmektedir. Firma ortamında yönetici ve çalışanlar arasındaki ilişkinin bilgi ve saygı temelli olması, çalışanlar arasında dayanışma, saygı ve sevgi gelişmesi çalışanların tolerans düzeyini de olumlu etkilemektedir.

Büyük bir aile gibiyiz. Burada her şey saygı ve açık fikirlilik üzerine gelişiyor. (Denizli-916)

Her zaman hoşgörülü ve toleransı yüksek olabiliyorum. Anlayışlı hoşgörülü bir yönetim var diyeyim. İnsana saygı olduğunu, düşüncelere saygı olduğunu düşünüyorum. (Eskişehir-2215)

Uluslararası şirket. Farklı kültürlerden insanlarla çalışmak hoşgörünüz artırıyor. (Ankara-2084)

Bunun yanında olumsuzluklar da olmaktadır. Gerek çalışanların gerekse yönetimin yaklaşımları iş yerinde toleransı ve bireyin toleransını düşürebilmektedir. Bazen yöneticilerin yeterince nitelikli olmaması, bazen firma sahibinin baskıcı yönetimi bazen de işin doğası gereği şartların uygun olmaması nedeniyle ortaya çıkan stres iş yerindeki tolerans ortamını olumsuz hale getirebilmekte ve bu da çalışanlara olumsuz yansımaktadır.

İş yerinde o kadarda toleranslı değilimdir. Yöneticilerle aynı dili konuşamıyoruz. Laboratuvara girmemiş bir deney tasarlamamış insanlar size engel olabiliyorlar. (Eskişehir-1739)

Biraz gergin. Patron baskısı fazla, stresin olduğu ortam hoşgörüyü azaltıyor. (Ankara-1423)

Çok gergin, iş yoğunluğu var. Eskiden tolere edebildiklerimi artık edemez oldum. (Antalya-993)

10.6 İş Yeri Bölgesinin Etkileri

Tolerans üzerinde iş yerinin bulunduğu bölgenin etkileri neler olabilir? Sanayi ve teknoloji bölgelerinin bu anlamda etkileri neler olabilir? gibi sorulardan hareketle katılımcılara iş yeri bölgesinin toleransları üzerindeki etkileri sorulmuş ve alınan cevaplar Şekil 10.7’de verilmiştir. Buna göre 255 katılımcının 115’i (%45) iş yeri bölgesinin tolerans düzeyiyle ilişkisi olmadığını vurgulamıştır. Katılımcıların %55’i ise bu etkiyi bölgenin dinamikleri ile konumu ve fiziki koşullarına bağlamışlardır. Bu katılımcılar genellikle OSB ve teknopark gibi planlı sanayi ve teknoloji bölgelerinde çalışanlardır.

Bölgenin dinamiklerinde; bölge yönetimlerinin yaklaşımı, yenilikçi çalışma ortamı, firmalar ve çalışanlar arasındaki etkileşim ile bölgenin eğitim ve bilgi düzeyi ön plana çıkmaktadır. Bölgenin konumu ve fiziki koşullarında ise; trafik durumu, sosyal donatı, fiziki altyapı ve çevre koşulları değerlendirilmiştir.

Ar-Ge çalışanları kentin temiz, gelişmiş ve prestijli bir bölgesinde çalışmak istemektedirler. Ancak, OSB’ler açısından önemli sorunlardan birisi mesafe iken diğeri çevre koşullarıdır. Mesafenin biraz uzaklığı yenilikçi sınıf için önemli bir sorun kaynağıdır. Sanayi bölgelerinin genelde kent dışında olması nedeniyle ulaşım sorunu ortaya çıkmaktadır.

Rahat bir çalışma ortamı var. Manzarası güzel sessiz sakin bir yer, tabi. (Denizli-915)

Mecidiyeköy’de Şişli’de çok fazla farklı ırktan insan görüyorum. Yani dolayısıyla her kesimden insan var burada belki öyle bir katkısı olabilir. (İstanbul-1172)

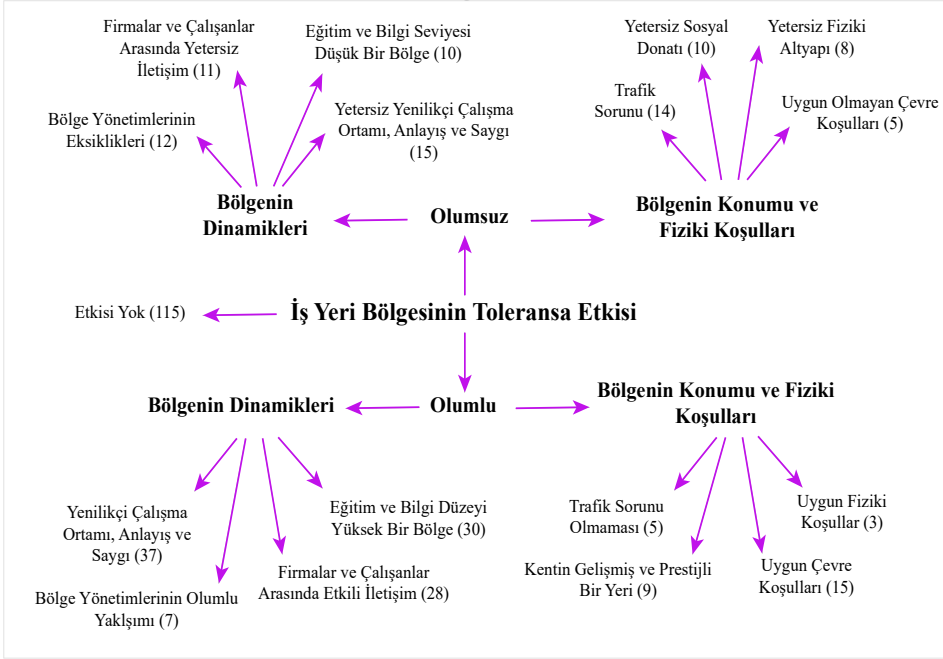
OSB şehir dışında, günlük iki saat araçla yol çekmek gerekiyor. Bu çok vakit harcamamıza sebep oluyor ve motivasyonumuzu düşürüyor. Şevki azaltıyor. (Antalya-2037)

Yenilikçi sınıf sosyal donatı ihtiyacını en çok hisseden çalışan grubu olabilir. Bu grup çalışma sırasında, öncesinde ve sonrasında sosyal faaliyetlere çok daha fazla ilgi duymaktadır. Ancak birçok OSB ve teknopark söz konusu ortamları sağlayamamaktadır.

Yemek bile bir sürü problem, o kadar izole bir yer. Kantin dışında hiçbir seçeneğiniz yok. Sosyalleşebileceğim, kafamı dağıtabileceğim bir yer isterim. (Kayseri-060)

OSB’de sosyal olanağınız yok, şöyle oturacağınız bir yer yok, burası mahrumiyet bölgesi, Sosyal ilişki yok hiçbir etkinlik aktivite yok. (Ankara-1434)

Şekil 10.7 İş Yeri Bölgesinin Toleransa Etkisi



Sanayi ve teknoloji bölgelerinin yenilikçi ortamları Ar-Ge çalışanlarının toleransını artırmaktadır. Özellikle teknoparklarda çalışanların önemli bir kısmının mühendis olması, belirli bir eğitim düzeyindeki insanlarla muhatap olunması, gelişmiş bölgelerde ise farklı ülke vatandaşlarının bulunması gibi hususlar bölgenin anlayış ve zihniyetini değiştirmekte ve toleransa olumlu yansımaktadır.

Teknokentler çalışanların yüzde doksandokuz mühendis biraz daha toleranslı oluyorlar. Hem üniversite içindeki yapılar üniversite kafa yapısı var (İstanbul-1020)

Çevredeki firmalar da ve çalışanlarda aynı zihniyet ve firmaların olması insanları yadırgamaması ve bu kadar insanın harmoni içinde olması olumlu yansıyor. (Ankara-1835)

Yaşam tarzımdan farklı insanlar da var burada, onlarla da arkadaşlık kuruyorum, tanıştırıyorum. Daha hoşgörülü oluyorum. (Sakarya-992) Teknopark'ta da çok farklı milletlerden çalışan var, yani çok çeşitlilik var aslında. Herkesin bir arada yaşıyor olması da bir katkı ve etki. (Ankara-2082)

Ancak bazen yeterince gelişmemiş teknoparklarda yukarıda belirtilen ortamları yaratmak mümkün olamamaktadır. Bu durum ise çalışanların tolerans düzeyini olumsuz etkilemektedir:

Burada da bir gerçeklik var, tıklım tıklıs. İnsanlar sosyalleşemiyorlar. Bir ağacın altında duramıyorlar, yeşil yok. Sosyal bir ortam yok. Rahatlayabileceği, düşünebileceği, tartışabileceği bir yer yok ve o mekânın içerisinde mesai de gelip yapmaya çalışıyor. Şuradaki turnikeden geçmenin arge olduğunu düşünüüyorsa yanlış düşünüyor. (İstanbul-037)

Bu bölgede çalışanların entelektüel seviyesi daha öncekilere kıyasla biraz daha düşük olduğu için olumsuz etkiliyor. (Manisa-2198)

Diğer firmalarla birlikte çalışma, çalışanlar arasında temas, farklı çalışma anlayışlarının bir arada çalışabilmesi karşılıklı toleransı geliştirmektedir.

OSB olması sebebiyle çok farklı türden insanlarla da çalışıyoruz. Bu yönden benim hoşgörüm olumlu etkiliyor yani biraz sabrımı da arttırdığını düşünüyorum. (Tekirdağ-1440)

Birçok farklı sektörden insan bir arada bulunuyor ve bu çeşitlilik hoşgörünüzü artırıyor. Olumsuz bir etki yapabileceğini düşünmüyorum. (Ankara-2084)

Firmalarla ve çalışanlarla iletişimin çok kısıtlı olduğu bölgeler de bulunmaktadır. Bu durumda ise birlikte çalışmanın sağladığı tolerans ortamı yaratılamamaktadır. Teknopark veya OSB’lerde firmaların içine kapanması aksi durumda ortaya çıkabilecek sinerji ve toleras ortamını engellemektedir.

İşletmeler birbirinden bağımsız çalışıyor. Birbirini görmek dahi istemiyorlar, selam bile vermiyorlar. Herkes kendi içine kapanmış şekilde bekliyor. Kapıdan içeri giren sanki başka bir dünyaya ya girmiş gibi. Kapıdan içeri girerken acele bile ediyorlar öyle söyleyeyim. Kayda değer olumlu bir etkisi yok yani. (Sakarya-1209)

Şöyle Organize Sanayi Bölgesi çalıştığınız fabrikadan ibaret. Yani Eskişehir’de maalesef böyle bir şey yok. Diğer firmalarla iletişimimiz çok kısıtlı. Onun dışında bir sosyal etkinlik veya herhangi bir sektörel anlamda toplantı gerçekleştirilmiyor. OSB aslında hiçbir konuda etkilemiyor. Her gün gidiyoruz fabrikaya çıkıyoruz oradan eve geliyoruz. (Eskişehir-1739)

Bölge yönetimlerinin çalışmaları da Ar-Ge çalışanlarının tolerans düzeylerini etkilemektedir. Bazı nispeten daha gelişmiş bölgelerde daha olumlu olurken bazı bölgelerde ise daha bürokratik yönetsel yaklaşımlar toleransı düşürmektedir.

Özellikle teknopark yönetimi yardımcı oluyorlar ellerinden geldiğince. Onların varlığı hakikaten bizi biraz rahatlattığı için tolerans ve hoşgörü ortamını güçlü bir şekilde hissedilmesine de yardımcı oluyor. (Tekirdağ-1625)

Teknopark olumsuz yönde etkiliyor. Yarı devlet kurumu buradaki Teknopark. Bu kadar inovatif insanın bir araya geldiği yeri kamu gibi yönetince zor ve olumsuz etkisi oluyor. (Kocaeli-2126)

Bu başlığı toparlayacak olursak; Türkiye’de OSB’lerde genelde kapalı fabrika usulü çalışılması, üretimde bant sistemi kullanılması, firmaların birbirleriyle ilişkilerinin daha zayıf olması bu alanlarda çalışan yenilikçi sınıfın toleransını olumsuz etkileyebilmektedir. Diğer taraftan teknoparkların üniversitelerin içinde olması, çalışma prensiplerinin Ar-Ge ve yeniliğe dayanması, ağ yapıların ve iş birliğinin ve sosyal donatı imkânlarının daha gelişmiş olması tolerans düzeyini olumlu etkilemektedir.

10.7 Kentin Etkileri

Kentin özellikleri ile tolerans ilişkisi uzun yıllardır tartışılan konular arasında yer almaktadır. Florida (2005) toleransın kentlerin yenilikçi sınıfı çekmesi bakımından son derece etkili olduğunu vurgulamıştır. Kentin ekonomik sosyal ve kültürel gelişmişliği bileşik kaplar gibi işlemekte ve sürekli birbirini dönüştürmektedir. Ar-Ge çalışanlarının yaşadıkları kente tolerans açısından bakışı çalışmanın önemli başlıkları arasında yer almaktadır. Bu kapsamda kentin, çalışanların toleransı üzerindeki etkileri Şekil 10.8’de gösterilmektedir.

Buna göre Ar-Ge çalışanlarının tolerans düzeyini ve değişimini; trafik ve nüfus, yaşam tarzı ve çok kültürlü olup olmaması, sosyal ve kültürel faaliyetler ile yenilik ekosisteminin durumu etkilemektedir.

Bir kentin çok kültürlü olması, yaşam tarzlarına müdahale edilmemesi, açıklık, çeşitlilik, farklı kimlikleri kabul etme, farklı ırk, cinsiyet ve tercihleri yadırgamama, bireyler arası ilişkilerin daha rahat olması, özgürlükçü anlayışın gelişmiş olması gibi özellikler Ar-Ge çalışanlarının tolerans düzeyini artırmaktadır.

Ben Konyalıyım. Konya insan yapısının çok daha sert olduğu daha yumuşak kültüre sahip Denizli’ye yerleştim. Burada insanlar daha toleranslı herkes çok daha rahat ve tavır olarak kimse kimseyi umursamaz bir yapısı var. Daha fazla insan tanıdım daha farklı kültürden insan tanıdım bu beni daha hoşgörülü yaptı, (Denizli-1715)

Kültürel anlamda olumlu. Daha özgürlükçü, kadın olarak yaşamak daha kolay. İstedığınız zaman sokaklarda gezebiliyorsunuz. Kültürel ve sosyal yaşam anlamında olumlu. (İzmir-2278)

İstanbul bence yine de şey hoşgörü ve tolerans açısından Türkiye’de en rahat şehirlerden biri. En azından her türlü hoş farklılığı tolere edebiliyor şehir. Çok büyük bir kitle olduğu için her türlü farklılığı içerisinde eritebiliyor. (İstanbul-21)

Diğer taraftan kentin yeniliklere açık olmayan yaşam tarzı, daha muhafazakâr yapısı, farklı insanlara hoşgörüyle yaklaşımın gelişmemiş olması Ar-Ge çalışanları açısından tolerans düzeyini düşürmektedir.

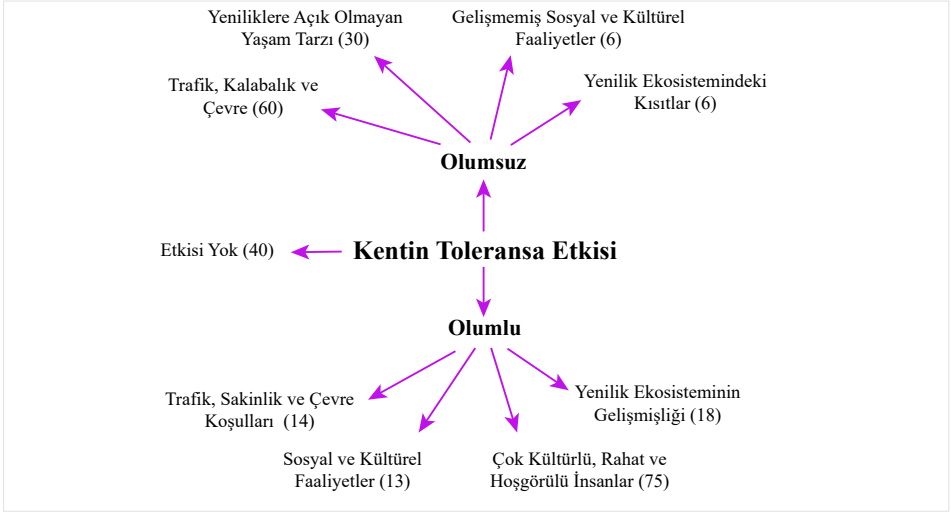
Zombi şehir Ankara. Memur zihniyeti, akşam herkesin yatma ve sabah kalkma saati belli. Devlet merkezli olduğu için süreçler çok prosedürlü. İnsanlar

önyargılı, kapalı, tutucu. Fikirleri açık insanlar değiller. O yüzden olumsuz.
(Ankara-1835-1075-209)

Kayseri çok muhafazakâr bir şehir olduğu için çok açık görüşlü değiller ve insanlar baskı altında olduğunuzu hissettirebiliyor. Yani fazla hoşgörülü bir kent değil. (Kayseri-1984-1878)

İnsanlar çok hoşgörülü değil Biraz daha kapalı düşünceler olumlu etkisi yok.
(Sakarya-1536)

Şekil 10.8: Kentin Toleransa Etkisi



Yenilik ekosisteminin gelişmişliği toleransı doğrudan gündeme getirmektedir. Yeniliğin geliştiği bölgelerde eğitim seviyesinin daha yüksek olması, sanayicinin beyaz yaka çalışanlara önem vermesi gibi durumları beraberinde getirmektedir. Bir kentte yüksek teknoloji ve inovasyon ekosistemi altyapısının güçlü olması, liyakat ve bireyselliğe önem veren nitelikli işgücünün bulunması, dolayısıyla meydan okumayı seven, sıkı çalışmayı salık veren bir kültürün olması, bohemlerin ve yetenekli insanların varlığı tolerans düzeyini olumlu yönde etkilemektedir. Ar-Ge kültürü bir anlamda olay ve durumlara eleştirel bakışı, sorgulamayı ve yenilik odaklı anlayışı geliştirmektedir. Bunların doğal sonucu olarak da firmaların çalışanlarına, firmaların firmalara ve çalışanların çalışanlara karşı tolerans düzeyleri artmaktadır.

Bana göre Ankara'nın eğitim seviyesi daha yüksektir diğer şehirlere göre o nedenle, Ankara'daki hoşgörü ve tolerans seviyesi biraz daha yüksektir diyebilirim.
(Ankara-1516)

Ankara'nın iç potansiyeli ve çalışılan var olan firmalara baktığımız zaman daha çok sanayi var. Sanayi olan firmalarda patron firması olduğu için hoşgörü bence biraz düşük. (Ankara-1423)

Olumsuz etkisi beyaz yakalılara değer verilmemesi. Bu onu biraz daha ehemmiyetin verilmemesi. (Konya-1610)

Yenilikçi sınıfın bir anlamda dışarı olduğu, diğer taraftan ise beslendiği sosyal ve kültürel faaliyetlerin kentteki gelişmişliği tolerans düzeylerini etkilemektedir. Florida, kentsel hizmetlerin zenginliği ve çeşitliliğini, şehirdeki imkân ve hoşlukların varlığını, gece hayatından eğlenceye, kültürel etkinliklerden müzelere kadar kendini yenileme ve ifade etmenin yenilikçi sınıfın temel özelliği olduğunu vurgulamıştır. Sosyal ve kültürel hayatın gelişmiş olduğu kentlerdeki tolerans ortamı yenilikçi sınıfı da olumlu etkilemektedir.

Bana her anlamda, sosyal anlamda çok şey kattığını düşünüyorum ve katacağımı da düşünüyorum. (İstanbul-1513)

Şehir sosyal kültürel açıdan doyurucu (Eskişehir-1258)

Sosyal hayat olarak biraz geri. Pek eğlence anlayışımız yok. Devamlı iş ve devamlı çalışma üzerine odaklanmış bir şehir. Yani stres atmaya vaktimiz yok (Kayseri-1413)

Kocaeli’nde yaşıyorsam sadece iş için. Sosyal aktivitesi yok. Tiyatro vs. yok. (Kocaeli-1325)

Kentin kalabalıklığı, trafikte geçirilen zaman ve çevre koşulları gibi negatif dışsallıkların ortaya çıkması tolerans düzeyini doğrudan etkilemektedir. Özellikle İstanbul’da bu sorunlar daha da önem kazanmaktadır.

Uzun süreli trafiğe maruz kalmıyorum. Yaşadığım eve baktığım zaman etraftaki bölgelere veya uzak bölgelere kısmen iyi seviyede olduğunu düşünüyorum. (Ankara-1642)

Yani işte trafiği olsun şeyi olsun, yoğunluk hava kirliliği olsun, her şey bir bedeli ile geliyor. Tabii hoşgörüyü de düşünüyor. (İstanbul-158)

Sonuç olarak kentlerin gelişmişliği diğer bir deyişle yaşam standartlarının yüksekliği, özgürlüklerin görece olarak gelişmişliği, insanların birbirlerine daha saygılı olması ve yenilik ekosisteminin gelişmişliği yenilikçi sınıfın tolerans düzeyini doğrudan etkilemektedir.

10.8 Bölüm Sonu Değerlendirmesi

Tolerans, mikro ölçekten makro ölçeğe kadar genişletilebilen bir kavram olmakla birlikte, mikro düzeyde bir kişinin insan hakları ve demokratik haklar gereği karşısındaki kişinin düşüncelerine ve yaşam biçimine saygı duyması ve onu ötekileştirmemesidir. Florida (2002a), kent/bölge/mekân ölçeğinde yenilik ve yaratıcı faaliyetlerin gelişmesinde toleransa büyük önem vermektedir. Tolerans’ın yenilik ve yaratıcılıktaki olumlu etkisi iki şekilde görülmektedir. Bunlardan ilki, bireyin yaşadığı toplumun toleransının yüksek olmasıdır. İkincisi ise birinci ile bağlantılı olarak göç yoluyla gelen yaratıcı kişilere fırsatlar sunmasıdır. Bu bağlamda tolerans ve kişinin yenilikçi/yaratıcı kapasitesi arasında doğrusal

bir ilişki bulunmaktadır.

Bu çalışma, toleransı arttıran ya da azaltan faktörleri altı özellik üzerinden ayrıntılı olarak inceleyerek analiz etmektedir. İlk analiz düzeyi, kişinin sahip olduğu *kültürel sermaye* ve tolerans arasındaki ilişkidir. Kişinin kültürel sermayesini ise aile, yaşanılan yer ve aldığı eğitim oluşturmaktadır. Ailenin, kişinin tolerans düzeyine etkisi iki şekilde gelişmektedir. Bunlardan biri ailenin açık fikirli olması ve baskıcı bir tutum izlememesi. İkincisi ise, ailenin ekonomik durumunun kötü olması nedeniyle kişinin birçok durumla karşı karşıya kalması, zor koşullara karşı dirençli olması. Aileden sonra kişinin toleransını etkileyen ikinci faktör ise, yaşanılan yerin özellikleri oluşturmaktadır. İnsanların kalkınmış, huzurlu, eğitilmiş kişilerin yaşadığı ve yeniliğin geliştiği bir yerde yaşamaları tolerans düzeyini olumlu yönde etkilemektedir. Bununla birlikte farklı kentlerde yaşayan, farklı topluluklar içerisinde farklı insanlarla karşılaşan kişilerin tolerans düzeyi de yüksek olmaktadır. Aslında burada kişinin toleranslı olması aileye bağlı bir nedenden kaynaklanmıyorsa, kişinin tolerans düzeyine en büyük katkı farklı kültürlerden, farklı düşüncelerden insanlarla ve durumlarla karşılaşmış olmalarıdır. Yaşanılan yerin farklı insanları kabul eden, kapsayıcı ve açık olan ve farklılıkları tolere eden proaktif bir özelliğe sahip olması yaratıcılığın, yeniliğin artmasını sağlamaktadır (Florida, 2011:80).

İkinci analiz düzeyini sosyal sermaye ile tolerans arasındaki ilişki oluşturmaktadır. Kişinin sahip olduğu sosyal, iş ve siyasi çevresi tolerans düzeyine etki etmektedir. Kişilerin sosyal ve iş çevresinde saygılı, hoşgörülü, eğitilmiş ve yetenekli insanların olması tolerans düzeylerini geliştirirken, özellikle yüksek egolu kişilerle birlikte stresli bir çalışma ortamına sahip olma ise tolerans düzeylerini olumsuz etkilemektedir. Farklı düşünce, yaşam tarzına sahip insanlarla karşılaşan kişilerin tolerans düzeyi olumlu yönde etkilenmekte ve kişilerin birbirini kabul etme durumu artmaktadır. Bununla birlikte siyasi çevrenin kişinin tolerans düzeyine herhangi bir etkisi bulunmamaktadır, çünkü katılımcıların siyasi çevre ile doğrudan bir ilişkisi bulunmamaktadır. O nedenle kişinin tolerans düzeyini etkileyen en önemli durum mekânsal olarak yakın olan insanlarla kurduğu ilişki durumudur.

Yaratıcı sınıfın zamanının büyük kısmını geçirdiği *işyeri/firmanın* toleranslı olması kişilerin yaratıcılığını arttıran bir faktör olmaktadır. Florida'nın ifade ettiği gibi ve yapılan birçok çalışmada öne çıkan durum farklılıkların, hoşgörü ve toleransın yüksek olduğu yerlerin beşerî sermayeyi çekmesidir. Bu durum çalışmanın bulgularıyla da ilişkilidir. Özellikle işyeri yönetiminin toleranslı yaklaşımı ve çalışanlar arasındaki karşılıklı hoşgörü yaratıcı sınıfı olumlu yönde etkilemektedir. İşyerinin çalışma kültürünün bilgi ve saygı temelli olması ve işyerinde göçle gelen çalışanların varlığı firmaların tolerans düzeyini yükseltmektedir. Toleransı yüksek olan firmalar/işyerleri kaliteli, nitelikli ve eğitilmiş insanların kümelenme alanı olmaktadır. Yaratıcı kişilerin toleransını etkileyen olumsuz özellikler ise yöneticilerin nitelikli kişiler olmaması, ücretlerin yetersiz olması, esnek çalışma saatlerinin olmaması ve baskıcı tavır olarak sayılabilir. Bu olumsuz özellikler yaratıcı kişiler için itici bir faktör olmaktadır.

İşyeri bölgesinin toleransa etkisi bölgenin dinamikleri, lokasyonu ve fiziki koşulları ile ilişkilidir. Özellikle katılımcıların yenilikçi bir iş bölgesinde çalışmaları, firmalar ve çalışanlar arasındaki etkileşimin sıklığı, kişilerin eğitim ve bilgi düzeyinin yüksek olması toleransı olumlu yönde etkilemektedir. Diğer bir ifadeyle yaratıcı sınıfın kendi yaşam tarzına uygun, bilgi ve yetenek açısından eşit düzeylere sahip, esnek bir çalışma ortamına sahip alanlarda daha açık bir tavır geliştirdikleri için tolerans düzeyleri yüksek olmaktadır. Bu durum bir üst ölçek olan *kent* içinde geçerlidir. Florida'nın ifade ettiği gibi, bir kentteki "çeşitlilik, açıklık ve tolerans" ne kadar fazlaysa orada yaratıcı sınıf, yenilikçi ortam daha fazladır. Kentin çok kültürlü, rahat ve hoşgörülü insanları içermesi, sosyal ve kültürel faaliyetlerin gelişmiş olması, yenilik ekosisteminin gelişmişliği yaratıcı sınıfı çeken mekânsal özelliklerdir. Ve bu durum toleransın gelişmesinde bire bir etkilidir. Yaratıcı sınıfın üç önemli değerinin, yani bireysellik, liyakat ve çeşitlilik-açıklığın bulunduğu kentlerde tolerans en üst düzeye çıkmaktadır. Çünkü yaratıcı sınıf sahip olduğu bu üç değerle birlikte olay ve durumlara eleştirel bakmayı, yenilik odaklı gelişmeyi ve sorgulamayı geliştirmektedir. Bu da katılımcıların tüm ilişki düzeylerinde tolerans düzeylerini olumlu etkileyen faktörler olmaktadır.

Sonuç olarak yaratıcı sınıfın tolerans düzeyini etkileyen içsel ve dışsal koşullar bulunmaktadır. İç koşullar kişinin sahip olduğu sermayelerle ilgiliyken yani ailesi, eğitimi ve yaşadığı yerin özellikleriyle ilişkiliyken, dış koşullar yaşadığı ve çalıştığı mekânla ilgili olup işyerinin, işyerinin lokasyonunun ve yer aldığı kentin özelliklerinden oluşmaktadır. İç ve dış koşullar birbiriyle bağlantılı olup, tolerans düzeyinin olumlu yönde gelişmesinde önemli hususlardır. Ancak her şeyden önce kişinin yeteneğini ve yenilikçiliğini ortaya çıkardığı mekânlar olan dış koşulların sahip olduğu insan kaynağı ve çeşitliliği, çevresel koşullar, sosyal ve kültürel aktiviteler, yönetici-çalışan ilişkisi gibi faktörler toleransın gelişimini doğrudan etkilemektedir. O nedenle bir bölgenin ekonomik gelişmişliğine doğrudan katkı sağlayan faktörler kişinin kültürel sermayesi dışındaki sosyal sermayesi ve mekânsal özellikleridir. Sosyal sermaye ve mekânsal özellikler ne kadar güçlüyse kişilerin tolerans düzeyi de o derece güçlü bir şekilde gelişmektedir. Bu doğrultuda tolerans, yalnızca bireysel bir erdem veya kültürel değer olarak değil, yenilikçi kapasiteyi besleyen kurumsal ve mekânsal iklim olarak değerlendirilmelidir. Nitekim çeşitliliğin, açık iletişimin ve farklı yaşam tarzlarına saygının güçlendiği işyerleri, çalışma bölgeleri ve kent ortamları, yenilikçi sınıfın hem yaratıcı davranışını hem de yer seçimini olumlu yönde destekleyen kritik unsurlardır.



11

11. GİRİŞİMCİLİK

Girişimcilik Florida'nın teorisinin merkezinde değildir. Florida'ya göre inovasyonda girişimcilikte çok önemlidir ancak her ikisi de yaratıcılığın bir sonucudur. Dolayısıyla yaratıcı sınıfın yüksek ve yoğun olduğu bölgelerde yeni şirket oluşumu ve yenilikçi start-upların oluşumu kısacası girişimciliğin fazla olması beklenmektedir (Florida, 2005). Lee, Florida ve Acs (2004) yeni firma oluşumunu bölgesel düzeyde analiz ettiği çalışmada yaratıcılık ile girişimcilik arasında (yeni firma doğumu) yakın ve güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca girişimcilikte yaratıcı sınıf ilişkisini değerlendiren bazı çalışmalarda yaratıcı sınıfın düşük olduğu girişimcilik ekosistemlerinin çok düşük büyüme yaratabileceğini belirtmektedir. Yaratıcı sınıf ile girişimci ekosisteminin birlikte işlediği ve etkileştiği yerlerde yeni girişimci/firmanın hem sayısında hem de istihdamında artışlar olmuştur (McGranahan vd., 2011). Yine Stolarick vd. (2011) bir bölgede yaratıcı sınıfın oranı arttıkça o bölgenin girişimcilik düzeyi ve bölgesel büyüme düzeyinin artmakta olduğunu bulmuştur.

Öte yandan firmalarda çalışan Ar-Ge çalışanları ya da diğer adıyla yaratıcı yenilikçi sınıf "kurum içi/firma içi" yahut "iç girişimcilik" adı verilen ve özellikle son yıllarda yeni bir çalışma anlayışı olarak ortaya konulan kısaca "faaliyet halindeki organizasyonlardaki girişimcilik" (Antoncic ve Hisrick, 2003) olarak tanımlanan iç girişimciliğin inovasyonun tetikleyicisi olduğu, yeni fikirlerin ortaya çıkmasını sağladığı ve yaratıcı sınıfın yenilikçilik potansiyelini harekete geçirdiği görülmektedir. İnovasyonun en önemli kaynağının yaratıcı insan sermayesi olduğunu bilen firmalar kurum içinde sözkonusu potansiyele sahip özellikle farklı düşünen risk alabilen yenilikçi yani kuvvetli yaptığı işten yüksek doyum sağlayan ve fikirlerini hayata geçirmeye istekli olan çalışanlarını destekleyen ve buna yönelik her türlü teşvik, ödül, fkr hak, bütçe, çalışma mekânı vb. stratejileri ve yol haritalarını ortaya koyan yöntemler izliyor. Google ve Apple başta olmak üzere çok sayıda sanayi ve teknoloji firması çalışanlarına 80/20 kuralına göre rutin işleri dışında kalan zamanda fikir ve projelerini hayata geçirme, vakit ayırmaya yönelik plan ve stratejiler uygulamaktadır (Antoncic ve Hisrick, 2003).

Hızla gelişen teknoloji, esnek üretim süreçleri ve yenilikçi fikirlerin kısa sürede yeni şirketlere ve ürünlere dönüşmeye başlaması (Castells, 1996; Bell, 1973; Drucker, 1991) teknoloji tabanlı girişimciliğin ön plana çıkmasına neden olmuştur. Schumpeter (1954) girişimcilik sürecini yaratıcı yıkım olarak, girişimciyi ise yenilik yapan ve devrim yaratan kişi olarak tanımlar. Bu nedenle girişimci yenilenmenin nedeni ve süreci yöneten kişi konumundadır (Schumpeter, 1961) Bu açıdan girişimciler toplumsal değişimin temel aktörleridir (Cansız ve Ulusoy, 2017a).

Buradan yola çıkarak akla gelen sorular ise; girişimcilerin nereden geldiği ve özelliklerinin neler olduğudur. Günümüzde yenilikçi sınıf sadece çalışan olarak değil girişimci vasfıyla da öne çıkmaktadır. Sürekli yeni fikirlerin, yeni şirketlere dönüşerek yeni girişim-

lerin kurulmasına öncülük edenler; Drucker'ın (1994) deyimi ile bilgi toplumu işçileri, Bell'in (1973) bilgiye dayalı sınıfı veya yaratıcı (creative) sınıf (Florida, 2002a), bilgi ve değer odaklı (Lyotard, 2000) yeni toplumsal tasarımın başat aktörlerinden birini oluşturmaktadır (Cansız ve Ulusoy, 2017a). Dolayısıyla yenilikçi girişimcilerin ve start-upların önemli kısmı yenilikçi sınıftan gelmektedir. Ancak burada kastedilen genellikle spin-off şeklinde yeni doğan girişimcilik türüdür ki bu yeni bir firma kurmak anlamındadır. Bir de yaratıcı sınıfın firmadan ayrılmadan firma-içi girişimcilik yapması durumu vardır ki buna iç-girişimcilik denilir.

Bu nedenle Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik potansiyelinin geliştirilmesi kritik bir alandır (Yavan, Cansız ve Karanfil, 2023). Bu bölümde ilk olarak yenilikçi sınıfın girişimcilik özellikleri, tecrübesi ve eğilimleri nicel olarak analiz edilmiştir. Daha sonra ise Ar-Ge çalışmalarının girişimciliğe yaklaşımları ile çalıştıkları ve yaşadıkları mekânların girişimcilik düzeylerine olan etkileri nitel bir araştırma tasarımı üzerinden açıklanmıştır.

11.1 Ar-Ge Çalışanlarının Girişimcilik Özellikleri: Nicel Analiz

Bilgi toplumuna dönüşüm sürecinde Ar-Ge çalışanları bir taraftan üretimin geliştirilmesi, yeniliklerin bulunması ve Ar-Ge çalışmalarının sürdürülmesi için tüm sektörlerde istihdam edilirken diğer taraftan girişimcilik için de önemli bir potansiyeli oluşturmaktadır. Başarılı girişimcilerin çok büyük bir kısmı hali hazırda yenilikçi sınıf içinde çalışanlardan gelmektedir. Girişimciler başarılı olamadıklarında ya da değerlenen şirketlerini devrettiklerinde tekrar endüstriye dönebilmektedirler. Dolayısıyla girişimcilik ve çalışma arasında şartlar ve koşullara göre sürekli bir hareket olabilmektedir. Bu çalışmada yenilikçi sınıfın girişimcilik tecrübesi ve eğilimleri analiz edilmeye çalışılmıştır.

Tablo 11.1'de katılımcıların girişimcilik tecrübeleri, devlet desteği kullanma durumları, yeni bir girişim fikirlerinin olup olmadığına ilişkin bilgiler derlenmiştir. Buna göre;

- Ar-Ge çalışanlarının %21'inin girişimcilik tecrübesi bulunmaktadır.
- Girişimcilik tecrübesi olanların %29'u girişimciliğe başlarken devlet desteği kullanmıştır.
- Girişimcilik tecrübesi olanların %64'ünün yeni bir girişim fikri bulunmaktadır.
- Girişimcilik tecrübesi olmayanların ise %35'inin yeni bir girişim fikri bulunmaktadır.

Yenilikçi sınıfın girişken, risk alabilen, yeniliklere açık olmak gibi girişimcilik özelliklerini taşıyıp taşımadıklarına ilişkin bilgiler Tablo 11.2'de verilmektedir. Katılımcıların %69'u 'katılıyorum' ve 'kesinlikle katılıyorum' cevabını vererek kendisinin girişimcilik özelliklerine sahip olduğunu düşünmektedir. 'Kesinlikle katılıyorum' cevabının oranı ise %27'dir. Genel ortalama puan ise 3,8 ile 'katılıyorum'a yakınsamaktadır.

Tablo 11.1: Girişimcilik Tecrübesi

	Evet		Hayır		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Girişimcilik Tecrübesi Olup Olmadığı	277	20,5	1.075	79,5	1.352	100
Girişimcilik İçin Devlet Desteği Kullanım Durumu	80	28,9	197	71,1	277	100
Girişimcilik Tecrübesi Olanların Yeni Bir Girişim Fikri Olup Olmadığı	177	64,3	99	35,7	277	100
Girişimcilik Tecrübesi Olmayanların Girişimci Olarak Hayata Geçirmeyi Düşündüğü Fikri Olup Olmadığı	375	34,9	700	65,1	1.075	100

Kendisini girişimci olarak gören katılımcıların oranı bazı değışkenlerde farklılık göstermektedir. Genel ortalama puanı 3,8 iken girişimcilik tecrübesi olanlarda bu ortalama 4,3'e çıkmaktadır. Girişimcilik özelliklerinin kazanılmasında yöneticilik tecrübesi de önem kazanmaktadır. Üst düzey yöneticilerde ortalama değeri 4,2'ye çıkmaktadır (Bkz. Tablo 11.3).

Yöneticiler girişimcilik özelliklerine sahip olmalarına rağmen yeni bir girişim kurma riskine girmeme eğilimlerine sahip olabilmektedirler. Bulundukları konum, imkânlar ile yaşın ve tecrübenin getirdiği koşullar birleştiğinde konfor alanlarını bırakamamakta ve çoğunlukla girişimcilik riskini almamayı tercih edebilmektedir.

Tablo 11.2: Girişimcilik Özellikleri

	Girişimcilik Özelliklerine Sahip (Girişken, Risk Alabilen, Yeniliklere Açık Vb.)	Yüzde (%)
Baz	1352	
Kesinlikle Katılmıyorum	28	2,1
Katılmıyorum	94	7
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	295	21,8
Katılıyorum	575	42,5
Kesinlikle Katılıyorum	360	26,6
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	935	69,2
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	122	9
Toplam	1.352	100
Ortalama	3,8	

Tablo 11.3: Girişimcilik Özelliklerine Sahip Olanların Değişkenlere Göre Farklılığı

Genel Ort.	Yönetici Düzeyi			Girişimcilik Tecrübesi	
	Alt	Orta	Üst	Evet	Hayır
3,8	3,9	4	4,2	4,3	3,7

Tablo 11.4'te Ar-Ge çalışanlarına gelecekte kendi işlerinin patronu olma isteği ve eğilimi sorulmuştur. Genel ortalama 3,7 ile 'katılıyorum'a yakınsamaktadır. Katılımcıların %59'u gelecekte kendi işlerini yapmak ve girişimci olmak istemektedirler. Üstelik katılımcıların %28'i 'kesinlikle' cevabını vererek bunun gerçekten bir hedef olduğunu vurgulamaktadırlar.

Tablo 11.4: Gelecekte Girişimcilik Eğilimi

	Gelecekte Kendi İşimin Patronu Olacağım	Yüzde (%)
Baz	1352	
Kesinlikle Katılmıyorum	65	4,8
Katılmıyorum	152	11,2
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	339	25,1
Katılıyorum	415	30,7
Kesinlikle Katılıyorum	381	28,2
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	796	58,9
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	217	16,1
Toplam	1.352	100
Ortalama	3,7	

Tablo 11.5'te gelecekte girişimci olmayı düşünenlerin çalışan ve çalışan firma özelliklerine göre farklılık gösterme durumları verilmiştir. Buna göre;

- Daha önce girişimcilik tecrübesi olanların puanı gelecekteki eğilimi olmayanlara göre oldukça yüksektir (4,1'e 3,6).
- Teknoparklarda faaliyet gösteren firmalarda çalışanların eğilimi Ar-Ge merkezleri ve tasarım merkezlerine göre daha yüksektir. Benzer şekilde Ar-Ge ve tasarım merkezlerinin faaliyet gösterdiği teknopark dışındaki konumlarda girişimcilik eğilimi düşmektedir.
- İhracat yapan firmalarda çalışanların yapmayan firmalarda çalışanlara göre girişimcilik eğilimi daha düşüktür.
- Patent sahibi olan firmalarda çalışanların patent sahibi olmayan çalışanlara göre girişimcilik eğilimi düşüktür.

Tablo 11.5: Gelecekte Kendi İşinin Patronu Olmak İsteme

Genel Ort.	Girişimcilik Tecrübesi		Firma Türü			İhracat		Patent		Çalışılan Firmanın Mekânı			
	Evet	Hayır	Ar-Ge Merkezi	Teknopark	Tasarım Merkezi	Evet	Hayır	Var	Yok	OSB	Teknopark	Kent Çevresi	Kent Merkezi
3,7	4,1	3,6	3,5	3,8	3,2	3,5	3,8	3,5	3,8	3,5	3,8	3,4	3,6

Genel olarak Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik tecrübesi, girişimcilik özelliklerine sahip oluşları ve gelecekteki girişimcilik eğilimlerinin yüksek olması ülkemiz açısından önemli bir potansiyel barındırmaktadır. Özellikle teknoparklardaki girişimcilik eğilimlerinin OSB'lerde oluşturulması, bu bölgelerin girişimcilik ekosistemi fırsatlarından daha fazla yararlandırılmaları konusu üzerinde durulmaya değer görülmektedir.

Sonuç olarak girişimcilik hem kişinin kendi özelliklerine hem de girişimcilerin sahip olduğu sermayeler ile bilişsel ve davranışsal tutumlarına, bunların yanı sıra girişimcinin içinde bulunduğu yerel ve bölgesel ekosistemin koşullarına bağlı bir kavramdır (Yavan, Cansız ve Karanfil, 2023). Katılımcıların girişimcilik konusundaki eğilimlerinin yüksek olması bu konuda önemli bir potansiyelin varlığına işaret etmektedir. Bu bölümde şimdiye kadar katılımcıların girişimci olmaya eğilimli olmasının nedenleri kişilik özellikleri ve davranışsal yaklaşımlar çerçevesinde incelenmiştir. Aşağıdaki nitel yaklaşımda ise bu bölümde eksik bırakılan sermaye yaklaşımı ile coğrafi girişimcilik ekosistemi yaklaşımlarının Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik düzeyine etkisi analiz edilmektedir.

11.2 Ar-Ge Çalışanlarının Girişimcilik Eğilimleri: Nitel Perspektif

Bu kapsamda yapılan nitel saha araştırmasında çalışanların girişimcilik eğilimlerinin anlaşılması, gelecekte girişimciliği bir kariyer seçeneği olarak görüp görmedikleri ve bunların sebepleri ile iş yeri, çalışılan bölge ve kentlerin girişimcilik düşüncelerine etkileri analiz edilmiştir (Bkz Şekil 11.1). Bu kapsamda yapılan mülakatların değerlendirilmesi sonucunda bu bölümdeki kodların illere ve girişimcilik alt bileşenlerine göre dağılımı dikey eksen bazlı görünümle Şekil 11.2'de verilmiştir.

Şekil 11.1: Ar-Ge Çalışanlarının Girişimcilik Eğilimi ve Etki Eden Faktörler: Nitel Tasarım



Şekil 11.2: Girişimcilğe İlişkin Kodların Genel Dağılımı

Kod Sistemi	Ankara	İstanbul	İzmir	Kocaeli	Bursa	Tekirdağ	Sakarya	Manisa	Konya	Kayseri	Denizli	Mersin	Eskişehir	Antalya	TOPLAM
ANALİZ KODLARI															0
Girişimcilik															0
girişimcilğe yaklaşımlar															0
girişimciye yönelik															213
girişimcilik ekosistemine yönelik															157
uygunluk															0
uygun															154
uygun değil															81
kısmen															18
gelecek															0
evet															150
hayır															79
belki															22
gelecekte girişimci durumunun nedenleri															0
kendini gelecekte girişimci olarak görme nedenleri															180
kendini gelecekte girişimci olarak görmeme nedenleri															187
iş yerinin girişimcilğe etkisi															0
etkisi yok															73
olumlu															167
olumsuz															35
iş yeri bölgesinin girişimcilğe etkisi															0
etkisi yok															97
olumlu															131
olumsuz															32
kentin girişimcilğe etkisi															0
etkisi yok															67
olumlu															143
olumsuz															64
TOPLAM	300	402	143	176	174	95	89	97	91	92	84	102	106	99	2.050

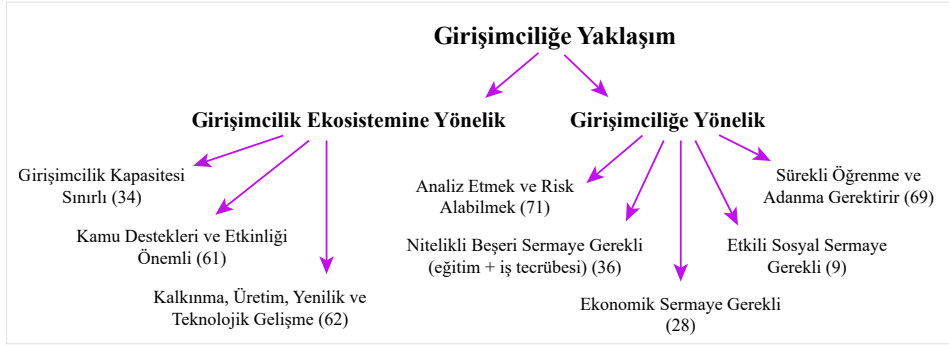
11.3 Girişimcilik Algısı

Yenilikçi sınıfın girişimcilik konusundaki görüşlerini iki başlıkta toplamak mümkündür. Birincisi girişimcilik ekosistemini işaret eden “girişimciliğe yaklaşım” iken, diğeri daha bireysel koşulları dikkate alan “girişimciye yaklaşım” olarak kavramsallaştırılmış ve bu iki başlık altında analiz edilerek şekil 11.3’de gösterilmiştir.

Girişimcilik dar anlamda bir şirket kurmak, iş yeri açmak veya startup faaliyetleri olarak değerlendirilebilecekken daha geniş sosyolojik anlamda herkesin yaptığı işi daha yenilikçi olarak sürdürmesi, farklı yollar deneyerek hız, etki ve verimlilik sağlaması olarak tanımlanabilir. Daha geniş tanım baz alındığında Ar-Ge çalışanlarının yaptıkları faaliyetler itibarıyla girişimci olması zaten beklenmektedir.

Aslında herkes kendi işinde girişimcilik. Kendi alanında girişimcilik yapıyoruz her gün. Her gün değişik bir şey bulalım ya da değişik bir soruna çözüm bulmak için uğraşıyoruz. Evet herkes şirket kurmuyor, bir start-up’ı yok ama kendi içimizde aslında hepimiz girişimcilik yapıyoruz yani. (İstanbul-502)

şekil 11.3: Girişimciliğe Yaklaşım



Bireyin çalışma hayatına girmesi, oradaki tempolu çalışmaya adapte olması, evlilik veya kendi hayatını kurmaya başlamasının mali zorlukları ve çeşitli yatırımlarla borçlanması girişimcilik konusundaki hayalleri bir süre ötelemesine neden olmaktadır. Bu süre aslında girişimcilik öncesi gerekli tecrübenin kazanılması için de önemli bir zaman dilimidir. Ancak çalışan olarak kaldıkça ve bu süreler 5 yıl gibi bir süreyi geçtikten sonra girişimci olmak artık daha zor hale gelmektedir. Diğer taraftan dünyadaki başarılı girişimcilere bakıldığında ise 40’lı yaşların önemli tecrübe yaşları olduğu görölmektedir. Bu nedenle sosyal, ekonomik, beşeri sermaye kavramları önemli hale gelmektedir.

Girişimcilik her genç arkadaşın kafasında olan bir şey. Yoğun çalışma gençken girişimcilik kafasında bir miktar unutturuyor, geri plana atıyor. Çünkü kendisi de sistemin bir parçası haline geliyor ve o parçadaki görevini yerine getirmeye çalışıyor. O yüzden girişimcilik noktasında gençlerin özellikle işe girdikten sonra istekleri, talepleri azalıyor. (İstanbul-102)

Evlenmeden önce bir firma kurmak bir girişimci olmak isterim, sonra bazı şeylerin daha zor olacağını düşünüyorum. (Kocaeli-1298)

Dünyada başarılı start-up 43 yaşından sonra başlıyor. 43 yaşına kadar edineceğin tecrübe, bilgi, birikim ondan sonra girişeceğin işlerde girişimcilik, başarı elde ediliyor. (Bursa-344)

Girişimcilik sürecine başlama, başladıktan sonra başarı kazanılmasıyla sermaye kavramı arasında önemli bir ilişki bulunmaktadır. Beşerî sermaye olarak yeterli tecrübe ve bilgi birikimi fırsatların görülmesine katkı sağlamaktadır.

Girişimcilik aslında tamamen fırsatları görebilme ve hayata geçirebilme yeteneğiyle alakalı bir şey. Çevrenize ne kadar dikkatli baktığınızla ilgili bir şey. (İstanbul-34)

Girişimcilik bana göre belli bir düzey birikimine ulaştıktan sonra bir konu üzerine kafa yorup sektörün bir açığını görüp onun üzerinde bir girişimcilik yapması gerekiyor. (Tekirdağ-1199)

Girişimcilik için beşerî sermaye tek başına yeterli bir unsur değildir. Buna ilave olarak ekonomik sermaye işleri çoğunlukla kolaylaştırmakta ve bir girişimin kurulum ve başarısında önemli rol oynamaktadır.

Hayatta başarılı olmak için üç tane sac ayağını tamamlamanız gerekiyor. Bilgi, cesaret, para Girişimci olmak için bu üç sac ayağını tamamlamak gerekiyor. İkisini tamamladım üçüncüsünü tamamlayabilirsem iyi bir girişimci olarak belki gelecekte var olabilirim. (Bursa-1228)

Girişimcilik hakkında şöyle girişimcilik şu an Türkiye’de paranız varsa yapılacak bir iş paranız yoksa ailenizden gelecek veya bankalara güvenilerek yapılacak bir iş değil. (Konya-1412)

Sosyal sermaye yani güvene dayalı insan ilişkileri ile zayıf bağlar ile oluşturulan çevreler işe başlarken ve sürdürürken çeşitli olanakların gerçekleşmesine yardımcı olmaktadır. Diğer bir ifadeyle var olan sosyal sermaye ekonomik ve beşerî sermayeyi işlevsel kılmaktadır.

Girişimci olmak biraz insani ilişkilerde de kuvvetli olmayı gerektiriyor. (İzmir-695)

Girişimciliği hayata geçirebilmek için ciddi çevreye sahip olmanız gerekiyor. (Kocaeli-2126)

Sermaye kavramının yanında risk alabilmek ve kendini girişimine adayabilmek de girişimciliğe giriş ve başarıda son derece önemli rol oynamaktadır.

Bana kalırsa insanın iş yaparken ya da yapacağı zaman alacağı bütün riskleri önden görüp değerlendirip riski öyle almasıdır. (Sakarya-1574)

Bugün dünya şirketlerinin başarı hikayelerine baktığımız zaman bunların ortak noktası girişimciler hiçbir zaman vazgeçmiyorlar. (Kocaeli-295)

Girişimcilik kapasitesi son derece önemli olmakla birlikte bu kapasitenin etkinliğini girişimcilik ekosistemi belirlemektedir (Cansız, Kurnaz ve Yavan, 2018). Kamu ise burada önemli rol oynamaktadır. Girişimciliği destekleyen ve oyunun kurallarını belirleyen kamunun verimliliği burada daha da önem kazanmaktadır. Ekosistemin kalitesinin yeterli olmadığı durumlarda hem Ar-Ge çalışanları hem de girişimciler yurt dışındaki gelişmiş bölgelere göç etmek istemektedirler.

Türkiye’de birçok gencin fazlasıyla yurt dışı istekli olduğunu gözlemliyorum. Ki onların da bir nevi haklı olduğunu düşünüyorum. Bence ülkemizde daha fazla girişimci olmalı, girişimciden çok yatırımcı da olmalı. Bunları destekleyen bir yapı da olmalı. (İstanbul 673)

Şu anda üretken bir toplum olmayışımızın çok sıkıntısını çekiyoruz. Olabildiğince üretkenleşmeye çalışıyoruz. Şimdi girişim teşvikleri her ne kadar bunu arttırmaya çalışsa da yeterli seviyede olduğunu düşünmüyorum. (Eskişehir-1697)

Yıllardır insanlar KOSGEB ve TUBITAK tan destekler alırlar. Bir destek almışta şu ürünü çıkartmış dedğiniz biri var mı? Girişimcilik tam da Türkiye’de budur işte. (Kayseri-1863)

Desteklenme daha iyi yapılabilir. Çok iyi takip edilmeli verilen destekler. (Ankara-1641)

11.4 Kendini Girişimci Olarak Görme

Türkiye’de Ar-Ge çalışanlarının kendilerini girişimcilik konusunda değerlendirmesi politika yapımcılar için önemli ipuçları verebilecek görüşler olarak düşünülmüş ve çalışanlara kendilerini neden gelecekte girişimci olarak gördükleri veya tam tersi sorulmuştur. Alınan cevaplar Şekil 11.4’de verilmektedir.

Katılımcıların önemli bir kısmı (%59) kendisini gelecekte girişimci olarak görmektedir. Bazı katılımcılar ise emin olamamakta (%14) ve kendilerini hem girişimci olarak görmekte hem de görmemektedir. Kendini gelecekte girişimci olarak düşünmeyenlerin oranı ise %27’dir.

Kendi işini yapma isteği ve motivasyonu girişimciliğe başlatan en önemli içsel dürtüdür. Bazı Ar-Ge çalışanları emir almak istemez, bazıları özgürlüklerine düşkündür. Daha genç yaşlarda daha baskın olan bu istek ve motivasyon yaş alınıdıkça ve tecrübe arttıkça azalmaktadır. Orta yaş ve üstü insanlar daha güvenli ve garantide kalmayı tercih etmektedirler.

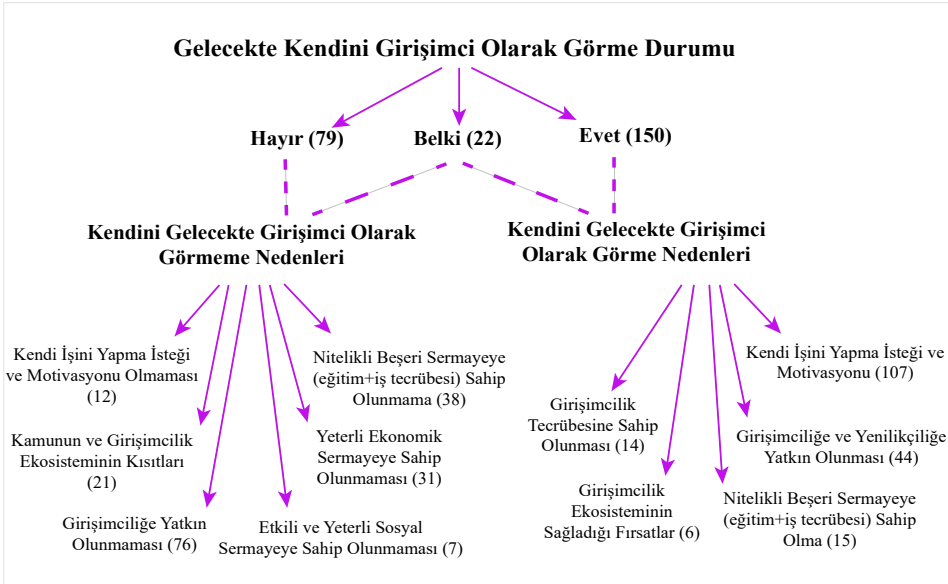
Yani dünyanın bana ihtiyacı var. Girişimci olarak yapacak çok işim olduğunu düşünüyorum. Bir firmada çalışarak bütün hayatımı bu şekilde geçirmek istemiyorum. (Konya-1615)

Özgürlük en önemlisi çünkü herkes 8.30-5.30 insanı olamıyor. Ben olamıyorum, duramıyorum, kurallara uyamıyorum veya yenilik peşinde koşturuyorum (İzmir-360)

Gençken heves edebiliyorsunuz ama orta yaş grubuna geçtiğiniz zaman girişimcilikle işiniz kalmaz. Yaşla insan kendini daha bir güvende ve garantide hissetmek istiyor. (Kocaeli-295)

Öyle hırslarım yok, maddi beklentim de yok. Girişimci olmak bana uygun değil. (Ankara-2011)

Şekil 11.4: Gelecekte Kendini Girişimci Olarak Görme ve Nedenleri



Girişimcilik tecrübesi ve girişimciliğe yatkınlık kişilerin girişimcilik düşüncesini olumlu etkilemektedir. Aksi durumda yani girişimciliğe yatkın olmadığını düşünen Ar-Ge çalışanları ise gelecekte kendilerini girişimci olarak görmemektedir. Aslında girişimciliğe yatkınlık önemli olmakla birlikte girişimciliğin öğrenebilecek ve bireysel olmayan, daha çok bir ekip işi olabileceği gibi konuların bu kesimlere anlatılması girişimci potansiyelini artırabilecektir.

Her zaman düşünüyorum, kafamda bir şey olgunlaştığı zaman mutlaka onu bir şekilde hayata geçiririm. Hiç vazgeçmedim. Bir ara profesyonel çalışmaya ara verdim on yıl kendi şirketim idare ettim ve çok da başarılı oldum. Tekrar profesyonel çalışıyorum. Girişimcilikle kendi işletmenin sahibi olman başka bir şey yani (İzmir-111)

Girişimcilerim oldu ama her girişim tutmayabiliyor. Yeni bir şey üretmeyi ve piyasa koşullarını anaiz etmeyi seviyorum. Bir alanda bir eksik varsa o eksikliği

gözlemleyebiliyorum. Açığı görebiliyorsanız ve bunu giderebilecek yetkinliğiniz varsa girişimcilik olur. (Antalya-1082)

Çok kapsamlı bir şey. Bir şeyi yeni baştan kurmak; yeni bir fikir ortaya atıp onu geliştirmeye çalışmak, zorluklarla karşılaştığında onu kendine göre organize edebilmek, pazar oluşturmak piyasada hiç kolay şeyler değiller. Cesaret ve azim benlik bir şey değil. (İstanbul-1700)

Girişimcilik ekosisteminin gelişmişliği Ar-Ge çalışanlarının gelecekte girişimci olup olamama eğilimini etkilemektedir. Bunların başında ekonomik istikrar, kamunun vergi ve destek sistemi ile geliştirilen ürünlerin pazarlanma sorunları gelmektedir. Girişimcilerin geliştirdiği ürünlerin pazarının olması son derece önemlidir. Teknolojik girişimcilerin geliştirdikleri ürünlerin yatırım alması ve seri üretime geçmesi daha büyük yatırımcı ve sanayiciyi gerekli kılmaktadır.

Temel problem müşteriye ulaşma. Yani sizin bir iş yapabilmek için yaptığınız bir işi satabilmeniz gerekiyor. Satabilmeniz için de eşit şartlar lazım. (İstanbul-038)

Yok düşünmüyorum dediğim gibi boşa macera, çünkü önce ülkenin ekonomisinin düzelmesi lazım. Desteklerin hak eden insanlara verilmesi gerekiyor. (Ankara-1829)

Girişimcilik sadece yaratıp uygulamaya koyduktan itibaren bitmiyor Pazar aşaması çok daha önemli. (Kayseri-1878)

Girişimci olmayı düşünenlerin de olmak istemeyenlerin de gerekçe olarak gösterdiği önemli değişkenlerden birisi girişimcilğe uygun sermayeye sahip olmaktır. Yetenek, eğitim ve tecrübenin vücut bulduğu beceri olarak beşerî sermaye, ekonomik sermaye ve çeşitli bağlantılara sahip olarak işleri kolaylaştıran sosyal sermaye bunların başında gelmektedir.

Benimde ileriye dönük hedeflerimden birisi girişimcilik, kendi işletmem yeni ürünler üretmem gibi planlarım var. İş konusunda kendime inanıyorum. Yapmak istediğim işi yapabilirim, edindiğim tecrübelerle yeni bir işe nasıl başlamam gerektiğini biliyorum. (İzmir-1428)

Girişimci olmak için sadece yaptığınız işi iyi bilmeniz yetmiyor, farklı yönlerdeki insanları bir araya getirerek uyumlu bir ekip oluşturmanız lazım (Denizli-1586)

Kendimi gelecekte girişimci olarak göremiyorum. Risk alamamak ve yeterli kaynakları bulamamak. Maddi kaynaklar, bağlantılar ve çevreye ulaşamamak gibi. (Ankara-2084)

Yenilikçi sınıfın girişimciliği önündeki en büyük engellerden biri ise yeterli sermaye birikimlerinin olmamasıdır.

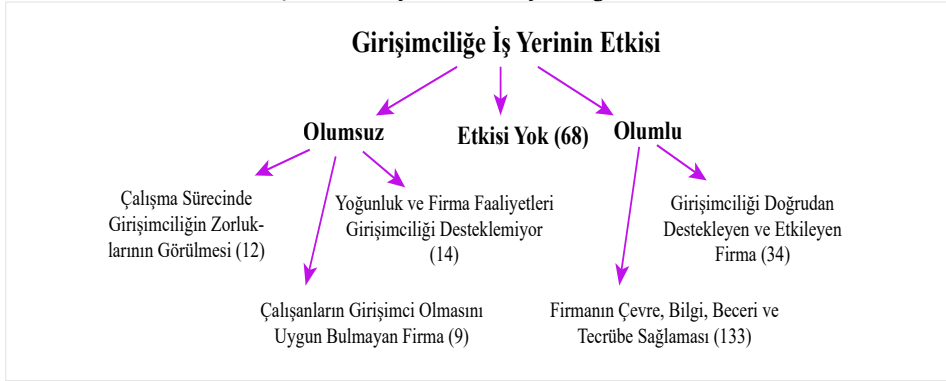
Bir de girişimci olacak bir insanın herhangi bir ticari, maddi kaygısı olmaması gerekir diye düşünüyorum. (Sakarya-1371)

Girişimcilik aslında maddiyatla alakalı girişimcilik yeterli maddiyatınız yoksa Türkiye’de iş yapılamıyor zaten. (Ankara-1831)

11.5 İş Yerinin Etkileri

İş yerinin içinde faaliyet gösterdiği sektör, çalışma koşulları, kurumsallaşma düzeyi, Ar-Ge ve yenilik potansiyeli, firma sahibinin veya girişimcinin bireysel özellikleri genel olarak çalışanların girişimci olmalarına yönelik bakış açısını etkilemektedir. İş yerinin girişimciliğe etkisi konusunda yenilikçi sınıfın görüşleri oldukça pozitif olup görüşler Şekil 11.5’te özetlenmektedir.

Şekil 11.5: İş Yerinin Girişimciliğe Etkisi



Genel olarak Türk sanayicisinin çalışanların girişimci olmasını teşvik etme yönünde yatkınlığı bulunmamaktadır. Buna rağmen iş yapma kültürünü anlama, sektörü tanıma, çevre edinme gibi birçok dışsalılık çalışanların girişimcilik kapasitesini ve eğilimini desteklemektedir.

Diğer taraftan teknoparklarda faaliyet gösteren yeni nesil teknolojik girişimciler ise kendi çalışanlarının girişimci olmasını destekleyebilmektedir. Sanayi bölgelerindeki aynı büyüklükteki firmalara nazaran teknopark firmaları çalışanlarına daha fazla önem verebilmekte ve onların yeteneklerini geliştirmesine fırsatlar sunabilmektedir.

İş yerinin Ar-Ge çalışanlarına sağladığı en önemli katkılar; firmanın çevre, bilgi, tecrübe sağlaması ve sanayicinin/girişimcinin yarattığı yenilik ortamının sağladığı cesaret, kültürel arka plan ve çalışma koşulları olarak değerlendirilmektedir.

Sonuçta burası da girişimle kurulmuş bir şirket olduğu için olumlu bir örnek olarak etkeledi. Cesaretlendirdi. (İstanbul-380)

Patronumuzla birlikte beraber bir şeyler yapalım gibi. Buradan ayrılısak bile bir şirket açıp ortak olmamız gibi şeyler var. (Bursa-1081)

Okuldan mezun olduğumuzda, ne kadar kendimizi geliştirsek de belli bir noktaya gelemiyoruz. Ama işe girdiğinizde hem şirket yönetimi olsun hem teknik detaylar olsun hem insan ilişkileri olsun gerçekten hepsi birden geliyor. (İstanbul-450)

Girişimci firmalarda ne tür problemler oluyor ne adımlar atılıyor görme olanağım var. Deneyim kazanabiliyorum. (İstanbul-640)

Size bir vizyon katar ve girişimcilik için tecrübe kazanır. (Kocaeli-1354)

Bazı firmalar ise çalışanların girişimci olmasını uygun bulmamaktadır. Aslında bu yadırganacak bir durum değildir. Firma sahibi kendi rekabet gücünü düşünmekte ve yetiştirdiği Ar-Ge çalışanının firmanın verimliliği ve yeniliği için çalışmasını ve üretmesini beklemektedir. Çünkü firmaların ülkeye girişimci yetiştirmek gibi bir görevleri bulunmaktadır. Ancak yeni nesil girişimcilik için yeteneklerin geliştirilmesi, firmalardan yeni firmalar çıkması önemli bir ekonomik dışsalılık oluşturmaktadır.

Hiçbir şekilde destek vermez. Duyarsa da o insanla irtibatı keser, yolunu ayırır. (Denizli-167)

Bununla ilgili bir teşvik vesaire yok, çünkü belirli bir iş yükü var herkesin. O yüzden bir de ekstra girişimcilikle ilgili bir teşvik etme durumu söz konusu değil. (Eskişehir-1693)

Diğer taraftan yenilikçi sınıfın çalışma koşulları, girişimcilerin davranışlarını, iş yapma biçimlerini ve piyasa koşullarını gözlemlemek için önemli fırsatlar vermektedir. Bazen de bu gözlemler çalışanların kendiliklerinden girişimci olmamaya karar vermelerini sağlar. Çalışma sürecinde girişimciliğin zorlukları görülür ve kendilerine uygun olmadığı anlaşılabılır.

Etkisi var, görüyorum karlılığın ne hale geldiğini finansmanın ne güçlüklerle geldiğini ve hiçbir zaman da girişimcilik yönüne dönmüyorum. (Denizli-1586)

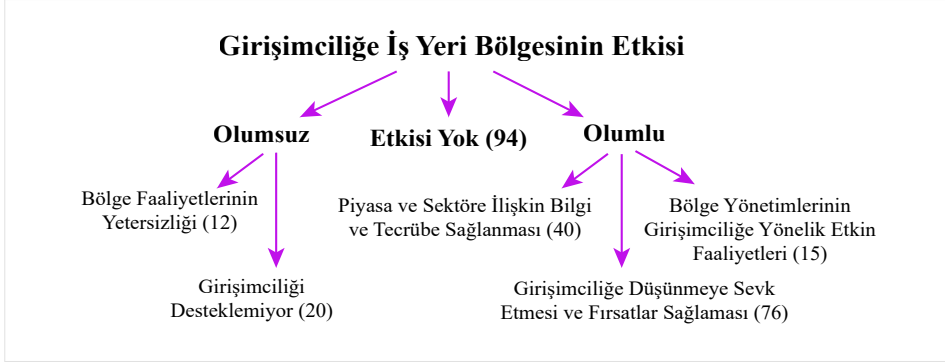
Girişimci insanlarla görüştüğümüz için ne kadar ağır bedel ödemek zorunda kaldıklarını gördüm, ne kadar çırpındıklarını gördüm ve buna şahit oldum, (Eskişehir-2237)

11.6 İş Yeri Bölgesinin Etkileri

OSB ve teknopark gibi kümelenme alanları girişimcilik ekosistemine kritik katkılar sağlamaktadır. Ar-Ge çalışanlarının bu bölgelerde farkındalıkları artmakta, diğer firma ve girişimcilerin faaliyetlerini gözlemleme şansı bularak bu alanlardaki bilgi, beceri ve tecrübelerini artırmak yoluyla girişimcilik kapasitelerini geliştirebilmektedirler.

Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik eğilimlerine ve yeteneklerine iş yeri bölgesinin etkileri Şekil 11.6'da gösterilmektedir. Buna göre yenilikçi sınıfın önemli bir kısmı bu bölgelerin girişimcilik kapasitelerine olumlu katkı yaptığını ifade etmişlerdir. Ayrıca söz konusu bilgilerden olumlu katkı sağlamada teknoparkların daha önde olduğunu söylemek de mümkün görünmektedir.

Şekil 11.6: İş Yeri Bölgesinin Girişimciliğe Etkisi



Bölgenin girişimciliği düşünmeye sevk etmesi, ortam olarak girişimcilik için fırsatlar yaratması kümelerden beklenen dışsallıklardandır. Bu bölgeler; girişimcilerin izlenmesi, yeni firmaların nasıl başarılı ya da başarısız olduklarının gözlemlenmesi, şirket kurma üretim yapma ve pazarlama alanlarında bilgi ve tecrübe kazanılması gibi faydalar sağlamaktadır. Bu kapsamda gerek teknoparklar gerekse OSB'ler girişimcilik için önemli fırsatlar sağlamaktadır.

İnsanlar genelde teknik anlamda kendilerini burada geliştirme fırsatlarını buluyorlar. Bundan sonrası için de yapabileceği bir işi de kendi için yapmayı tercih ediyor. (İstanbul-34)

Teknopark'a birçok girişimci geliyor batıyor çıkıyor. Onların hatasını görüyorsun. Oda olumlu etkiliyor tabii başkalarının yanlışlarını görmek güzel oluyor. (Tekirdağ-1199)

Teknoparkta bulunduğumuz binada 20-30 tane şirket var. Bu kadar çok firmanın olması, insanın aklını kurcalıyor. Belki ben de bir firma kurabilirim, ben de bir girişimci olabilirim, yapılabiliyor demek ki, neden olmasın gibi. Bu anlamda olumlu bir etkisi var. (İstanbul-1306)

Teknopark'ın etkisi girişimcilikle ilgili insanlarla tanışmamı sağladı. Bu konuda gerekli jargon ve insanların genel kafa yapısını anlamamı sağladı. (Ankara-2047)

Girişimciliğe yönlendirme ve teşvik edicilik açısından teknoparklar ön plana çıkarken piyasa ve sektöre ilişkin bilgilenme, üretim konusunda tecrübe kazanma noktasında OSB'ler ön plana çıkmaktadır.

Organize Sanayi Bölgesi olumlu yönde etkiliyor girişimcilik düşüncemi. Çünkü bilgi alabiliyorum. Yan sanayi imkânı var burada. (İstanbul-341)

Çok fazla fabrika olması, insanda çok daha farklı iş alanlarının varlığı ile ilgili sinyaller veriyor. O anlamda da girişimciliğe cesaretlendirebilecek potansiyel var. (Manisa-156)

Tabi ticari olarak aktif bir hayatın olması, işte burada büyük firmaların gidişatını görmek, o ruh, beni de olumlu etkiliyor. Aldığım haberler, duyduğum duyumlar. (Eskişehir-1697)

Hem çok çeşitli iş kollarını görüyorsunuz, işini iyi yapan insanların istedikleri yere geldiklerini görüyorsunuz. Başarı hikayeleri organize sanayi bölgelerinde var. (İzmir-1428)

Teknopark ve OSB yönetimlerinin faaliyetleri, sağladıkları destekler, eğitim, seminer, danışmanlık ve mentörlük gibi hizmetleri veya firmalar arası iş birliğini geliştirici faaliyetleri çeşitli iş birliklerini artırması nedeniyle Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik kapasitelerine katkı sağlamaktadırlar.

Özellikle kendimizi geliştirme açısından etkileri var, seminerlerle, toplantılarla, bilgilerle. Kişisel gelişimden tutun da yurtdışı ihracat aşamalarına kadar kendi yazılımlarımıza kadar eğitimler sunuyorlar. (Bursa-1624)

Teknoparkın etkisi organizasyonlar yapıyor bazı konuşmacılar getiriyor insanlara bir şeyleri öğretebilmek amacıyla o tarafta etkileri oluyor (Ankara-130)

Organize sanayii bölgesinden ziyade, organizelerde bulunan teknoparkların düzenlemiş olduğu bazı programların bize faydası oluyor, bu düşüncede. Oradaki eğitimler ve katılımcıların paylaştığı tecrübeleri kendi firmamız bünyesinde uygulamaya çalışarak. (Konya-1608)

Bazı durumlarda ise bölge yönetimlerinin yeterli desteği olmamaktadır.

Bulunmuş olduğu sanayi yapısından kaynaklı ok fazla girişimci yok Eskişehir’de. Garanti işe bakar herkes. O yüzden olumsuz. (Eskişehir-1873)

11.7 Kentin Etkileri

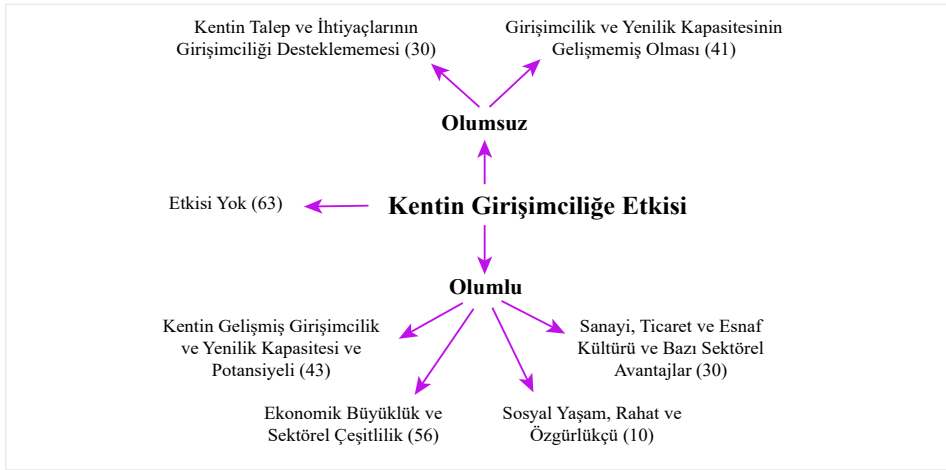
Kentlerin beşerî sermaye varlığı (Qian vd., 2013), beceri çeşitliliği (Zhang, 2020), farklı endüstrilerdeki firma yoğunluğu (Jacobs, 1969), üretici ve tüketici mallarındaki farklılaşmış girdi ve çıktıları (Quigley, 1998) farklı ülke ve kültürlerden bireylere sahip olması yani kültürel çeşitliliği (Nathan ve Lee, 2013) yenilik ve girişimciliği artırarak yeni firma oluşumunu ve girişimsel faaliyetleri etkiler. Kısacası Florida vd. (2020)’nin ifadesiyle kentler adeta bir start-up makinesidir, kentler girişimcilik faaliyetine sadece platformluk

yapmazlar aynı zamanda onlar onun (girişimci startupların) objesi/öznesidirler. Özellikle küresel kentler, metropoller ve yoğun kentsel semtler/mahalleler yenilikçi girişimciliğin ve teknoloji startuplarının en fazla yoğunlaştığı kümелendiği mekânlardır.

Ampirik kanıtlar kentsel alanlarda yoğun rekabet olmasına rağmen kentlerin nüfus yoğunluğu büyüklüğünün ve büyümesinin girişimcilik oranlarını artırdığını ortaya koymaktadır (Sternberg, 2009; Acs vd., 2011). Gerek kentleşme ekonomilerine dayanan dışsallıklar gerekse yerleşme ekonomilerinden kaynaklanan dışsallıkların kentlerin girişimciliğinin arkasındaki temel motivasyon olduğu kanıtlanmıştır.

Yaşanılan kentin girişimciliğe etkisi incelenmiş ve bu kapsamda katılımcılara kentin girişimcilik düzeylerini nasıl etkilediğine ilişkin cevapları Şekil 11.7'de gösterilmiştir.

Şekil 11.7: Kentin Girişimciliğe Etkisi



Buna göre gelişmiş kentlerin girişimcilik üzerinde olumlu etkisi açıkça görülmektedir. Özellikle kentin ekonomik büyüklüğü, çeşitliliği ve sanayi ile ticaret potansiyeli ve kültürü, mevcut girişimcilik ve yenilik kapasitesi ile sosyal yaşamın rahatlığı ön plana çıkmaktadır. Kentin olumsuz etkilerini ise girişimcilik ve yenilik kapasitesinin yetersizliği ve kentin taleplerinin girişimciliği desteklememesi olarak belirlenmiştir.

Ekonomik büyüklük ve sektörel çeşitlilik girişimcilik için vazgeçilmez unsurlardır. Girişimlerin kurulması ve ticarileşmesi ekonomik çeşitliliğin olduğu bölgelerde daha kolay olmaktadır. Pazarın gelişmişliği, satışlar ve üretim faktörlerine ulaşma bakımından kritik öneme sahiptir.

İstanbul bulunmaz nimet, aklınıza gelen her işi burada başlatabilirsiniz ve büyütebilirsiniz. En fazla pazar çeşitliliği burada. (İstanbul-102)

Türkiye'deki her şey İstanbul'da toplanıyor ve dağıtılıyor. Çok fazla imkân var. (İstanbul-505)

Büyükşehir olması nüfusun çok olması sanayinin gelişmiş olması olumlu etkiler (Bursa-1332)

Pozitif. Çünkü bir megapolde yaşıyorsunuz. Bir kere çok insan var. Çok insan eşittir çok ihtiyaç, çok ihtiyaç eşittir girişimcilik. (Kocaeli-295)

Kentin girişimcilik ve yenilik kapasitesinin gelişmiş olması, teknoparkların etkinliği, sürekli yeni firmaların kurulduğu dinamik bir yapı ve yenilikçi sektörlerle talep oluşturan yüklenicilerin olması girişimcilik potansiyelini olumlu etkilemektedir.

Motive edici bir etkisi var çünkü çok fazla iş kuruluyor. Çok fazla insan batırıyor ama bir o kadar da başarıyor. Başaran insanları gördükçe de ister istemez motive oluyorum. (İstanbul-1344)

Savunma Sanayiinin burada olması, destekleyen bakanlıkların burada olması, üniversitelerin ODTÜ gibi burada olması ve farklı teknoparkların olması teşvik ediyor. (Ankara-1516)

Olumlu yönden şöyle bir etkisi var: Burada çok fazla Teknopark var, Teknoparklar zaten hani özellikle benim gibi genç girişimciler için, daha böyle teşvik nitelikte oluyor. (İzmir-2286)

Diğer taraftan bazı kentlerde girişimcilik ve yenilik kapasitesinin gelişmemiş olması mevcut girişimlerin performansını azaltırken kurulması düşünülen potansiyel girişimleri de engelleyebilmektedir.

Çok da olumlu değil. Mutlaka İstanbul ya da Bursa'ya taşımak gerekiyor. (İzmir-944)

Gelenekçi bir şehir olması, risk almaktan korkuyor. Son yıllarda kaliteli bir şey çıkmadığını söyleyebilirim. (Sakarya-1174)

Girişimcilik kesinlikle kimsenin tavsiyesi değildir. Girişimcilik deli işidir. Konya için batıracak paran varsa girilecek iştir. (Konya-1412)

Geleneksel girişimciliği girişimcilik kültürü olarak görmenin olumlu yanları olabilmekte ancak geriye ket vurma nedeniyle o sektörün yapısına yönelik öğrenilen şeyler yenilikçi girişimciliği anlamada bazı sorunlar da çıkarabilmektedir. Örneğin ticaret kültürünün geliştiği ya da daha çok fason üretimin yapıldığı bölgelerde yenilik ve girişimciliğin gelişmesi çok zor olmaktadır. Bu tip kentlerin talepleri sınırlı olmakta, ihtiyaçları girişimciliği desteklememektedir.

Genelde herkesin kendi işini kurma kültürü var o da etkili. (Denizli-730)

Kayseri'nin kökleri ticarete eğilimli olduğu için, her zaman için, iyi bir fikri değerlendirmekten yanadırlar. Hiçbir zaman batmaktan korkmazlar. (Kayseri-62)

Yaşadığımız kentte ihtiyaçlar belli, ihtiyaçlar zaten belli bir şekilde karşılanmış. Belli ihtiyaçları karşılayan belli kişiler köşe başlarında tutmuş. Burada fazla ihtiyaç yok aslında. (Kayseri-60)

Sanayi olarak düşük sanayi içeren bir şehir olduğumuz için İstanbul gibi konuşabileceğimiz destek alacağımız firmalar burada yok. (İzmir-670)

Yenilikçi sınıfın dünyada toplandığı bölgeler ve kentler sosyal yaşamın rahat ve özgürlüklerin geniş olduğu yerlerdir. Türkiye’de de Ar-Ge çalışanlarının bu yönde talepleri bulunmaktadır. Dolayısıyla İzmir, Eskişehir, Ankara ve İstanbul gibi nispeten bu yönde gelişmiş kentler yenilikçi sınıf için uygun ortamlar olarak değerlendirilmekte ve girişimciliğin desteklendiği ifade edilmektedir.

İzmir’de rahat düşünce ve hareket ortamı nedeniyle farklı fikirler geliştirme imkânı var. (İzmir-1396)

Yaşadığım kentin etkisi iyi düzeyde aslında, çünkü bakıyorsunuz insanların birbiri ile olan iletişimi iyi. Bu nedenle insanların neye ihtiyacı olduğunu daha anlayabiliyor ve özgün fikir üretebiliyoruz. (Eskişehir-1258)

Hani çeşitlilik anlamında zengin bir şehir olması, farklı yaşam şekilleri ve insanlar olumlu etkiliyor. Bir şeyi ortaya koyarken daha geniş kapsamlı düşünmemizi sağlıyor. (İstanbul-1086)

Diğer taraftan yeniliklere açık olmayan ve sosyal yaşamın da çok gelişmemiş olduğu kentlerin girişimcilik için yeterli uygun ortamı sağlayamadığı değerlendirilmektedir.

Kayseri olumsuz etkiliyor. Buranın toplumsal yapısıyla alakalı olarak. (Kayseri-1994)

Konya’nın girişimcilikte negatif etkileri var. Konya standardizasyonu seven bir şehir. Girişimciliği de aslında bu bağlamda engelleyen bir şehir. (Konya-1608)

11.8 Bölüm Sonu Değerlendirmesi

Yaratıcılık ile girişimcilik arasında doğrusal bir ilişki mevcuttur. Yaratıcı sınıf oranı arttıkça o bölgenin girişimcilik potansiyeli de artmaktadır. Bu bağlamda girişimcilik yaratıcı sınıfın oranına bağlı olup, yaratıcılığın bir çıktısı olarak tanımlanmaktadır (Stolarick vd., 2011; Florida, 2012). Girişimciler, “yeni ürünleri, süreçleri ve bu ürünlerin pazarını tanımlayarak ve keşfederek değer üretmeyi amaçlayan kişilerdir” (Alan, 2019: 247). Bu açıdan girişimciliğin temeli aktörlere, aktörlerin kapasitesine, yaratma ve üretme süreçlerine bağlıdır, diğer bir ifadeyle yaratıcı sınıfa bağlıdır. Tabi burada yaratıcı sınıfın girişimci olmaya etki eden özellikleri ön plana çıkmaktadır. Yaratıcı sınıf, bilgiyi kullanarak farklı düşünceler üreten, fikirler geliştiren ve yaratıcı olan, bu yaratıcılığını kullanarak fikirlerini mal ve hizmetlere dönüştürerek yenilik yaratan ve piyasayla buluşmasını sağlayan bir girişimci

özelliğine sahiptir. Girişimcilik, yaratıcı sınıfın eyleyen halidir. Diğer bir ifadeyle girişimci karını maksimize etmek için sürekli yeni teknoloji arayışında olan, yeni mallar üreten ya da mevcut malları yeni bir yöntemle üretmek amacıyla firma kuran, üreten ve eyleyen kişilerdir. Bu girişimciler firma dışında varolurlar. Girişimciliğin diğer bir yönü ise, yaratıcı sınıfın bulunduğu firma içinde girişimci olma ve girişimcilik faaliyeti yapma durumu, diğer bir ifadeyle iç girişimci olma durumudur. Ancak her iki girişimcilik durumunda da girişimci olan yaratıcı sınıfın sahip olduğu bireysel sermayelerin girişimci olmasında etkisi olduğu kadar, dış faktörlerinde (işyeri, işyeri bölgesi, kent vb.) etkisi önemlidir. Bu nedenle yaratıcı sınıfın girişimci olmasını etkileyen hem iç hem de dış faktörlerin belirlenmesi ve kişilerin potansiyellerinin önündeki engellerin kaldırılması gerekmektedir. Bu çalışmada girişimciliği etkileyen faktörler temel olarak, bireysel etkiler (kendini girişimci olarak tanımlayıp, tanımlamaması), işyerinin ve kentin girişimciliğe etkisi ile girişimciliğe karşı yaklaşım olarak belirlenmektedir.

Bu çalışmada yaratıcı sınıfın girişimcilik düzeyi ile ilişkisinin ölçülmesinde iki faktör değerlendirmeye alınmaktadır. Bunlardan ilki yaratıcı sınıfın sahip olduğu sermayeler, ikincisi ise yaratıcı sınıfın içinde bulunduğu ekosistemin kişiyi nasıl etkilediğidir. Yaratıcı sınıfın sahip olduğu beşerî sermaye, ekonomik sermaye ve sosyal sermaye girişimciliği etkileyen önemli bireysel faktörlerdir. Özellikle burada sosyal sermayenin rolü oldukça önemlidir, çünkü sosyal sermaye, beşerî ve ekonomik sermayenin işlevsel olmasını sağlamaktadır. Bireysel sermayenin dışında girişimciliğe etki eden diğer yapı ise yaratıcı sınıfın içinde bulunduğu ekosistem diğer bir ifadeyle kurumsal yapıdır. Kurumsal yapının girişimcilik anlamında yaratıcı sınıfı itici ve çekici uygulamaları bulunmaktadır. Kurumun kalitesi arttıkça yaratıcı sınıf için girişimcilik çekici bir özellik kazanırken, ekosistemin ya da kurumun kalitesi düştükçe yaratıcı sınıfı diğer gelişmiş bölgelere iten bir yapıya sahip olmaktadır. Bu açıdan ekosistemin ya da kurumun kalitesi girişimciliğin kurallarını belirleyen bir yapı olarak ortaya çıkmaktadır.

Girişimci olmada ya da girişimciliği başlatmada yaratıcı sınıfın potansiyeli çok önemlidir. Kişinin kendi işini yapma isteği ve kendini girişimciliğe yatkın olarak görmesi ve sahip olduğu kişisel sermayeler girişimciliği olumlu anlamda etkileyen özelliklerdir. Bu özelliği etkileyen unsurlar ise yaş grubu, ekonomik sermaye ve girişimcilik ekosistemidir. Özellikle genç yaş grubuna ait yaratıcı kişilerin istek, motivasyon ve risk alma kapasiteleri daha yüksekken, orta yaş grubunda olan kişiler ise yaşamlarını güvenli bir alana çekmeye daha yatkındırlar. Bir diğer etken ise yaratıcı sınıfın sahip olduğu ekonomik sermayedir. Burada girişimci olmak, risk almak, yaratıcı olmak ile ekonomik sermaye arasında oldukça güçlü bir ilişki mevcuttur. Bu ilişkinin olumlu anlamda güçlü olması girişimciliği arttırırken, tersi durumu girişimciliği azaltan bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu faktörün yanında, girişimcilik ekosisteminin gelişmişlik durumu da yaratıcı sınıfın eğilimini etkilemektedir. Ekosistemin/kurumun sahip olduğu ekonomik istikrar ve piyasa koşulları yaratıcı sınıfın girişimci olmasını etkileyen önemli faktörlerdir. Burada her iki açıdan düşünüldüğünde girişimciliği etkileyen aktör ve yapı/kurum'un karşılıklı ilişki içerisinde

olduğu görülmektedir. Kişinin/aktörün sahip olduğu bilgi, tecrübe, istek önemli olmasına rağmen, ekosistem/kurumun destekleyici bir yapıda olması girişimcilik sürecinin daha devingen olmasını sağlayacaktır.

Girişimciliği etkileyen diğer önemli faktör mekânsal özelliklerdir (Yavan, Cansız ve Karanfil, 2023). Diğer bir ifadeyle yaratıcı sınıfın yaratıcı ve yenilikçi olabildiği, eyleme geçtiği işyeri, işyeri bölgesi ve bir üst ölçek olan işyerinin ve yaşam alanının yer aldığı kenttir. İşyeri ölçeği üzerinden girişimcilik düşünüldüğünde, teknoparklarda çalışanlar ile OSB’lerde çalışan yaratıcı sınıf arasında farklılık görülmektedir. Özellikle teknoparklar yaratıcı sınıfın girişimciliğini doğrudan etkileyen bir yapıya sahiptir. Diğer yandan hem OSB hem de teknoparkta çalışan kişilerin ortaklaştığı nokta firmanın çevre, bilgi, beceri ve tecrübe sağlamasıdır. Firmaların sağladığı çevre, bilgi ve tecrübeyle birlikte yaratıcı sınıf girişimciliği gözlemlemekte ve sahip olduğu bilgiler ile de deneyimlemektedir. Bu açıdan işyerinin yaratıcı sınıfın girişimciliğinde doğrudan olumlu bir etkisi olmamasının yanında, sağladığı sosyal çevre, bilgi ve deneyimle birlikte kişinin seçim yapmasını da etkilemektedir. Çünkü işyeri yaratıcı sınıf için hem ürettiği hem de deneyimlediği ve öğrendiği alandır. Bu nedenle kişinin doğrudan ilişkiye girdiği işyerleri girişimciliğin oluşmasında bireysel özelliklerden sonra ilk adımı oluşturmaktadır.

İşyeri bölgesinin girişimcilik üzerindeki etkisi ise firmaların kümelenme yapısına bağlıdır. Kümeler ise birçok yapının biraraya gelmesinden oluşmakta, diğer bir ifadeyle girişimcilik ekosistemi yaratmaktadır. Girişimcilik ekosistemin yaratılmasında sistematik ve çerçeve koşullarına ihtiyaç vardır. Bu yapılar fiziki altyapı, bilgi, finans, yetenek, arayüzler ve müşteriler gibi çeşitli aktörler arasında ticari ve ticari olmayan ilişkileri mümkün kılmaktadır (Cansız, Kurnaz ve Yavan, 2018:11). Böylece Ar-Ge çalışanları böyle bir ortamda çeşitli aktörlerle kurdukları ilişki, kazandıkları deneyim ve gözlemlerle girişimcilik kapasitelerini arttırmaktadır. Aynı zamanda ekosistemin sağladığı atmosfer, yaratıcı kişilere yeni fikirler sağlamada ve piyasaya yönelik bilgi edinmelerinde faydalı olmaktadır. Burada teknoparklar yeni fikirler sağlama ve yaratıcı olmaya olanak sağlarken, OSB’ler ise yaratıcı kişilerin piyasa konusunda bilgi edinmesine ve deneyim kazanmasını imkân sağlamaktadır. Genel olarak değerlendirdiğimizde işyeri bölgesinde yer alan çeşitli aktör ve yapıların girişimciliği desteklemesi durumu söz konusudur. Bu nedenle işyeri ve işyeri bölgeleri yaratıcı kişilerin sahip olduğu özellikleri destekleyen, pekiştiren bir kurum olarak ön plana çıkmaktadır. Bu özellik işyeri ve işyeri bölgelerinin enformel özellikleri ya da kültürel yapılarıyla da doğrudan ilişkilidir.

İşyeri ve işyeri bölgesinin dışında daha önemli bir mekânsal etken kent öçeğidir. Kentin sahip olduğu özellikler yaratıcı sınıfın o kentte kümelenmesini sağlamaktadır. O nedenle kentin sunduğu olanaklar, avantajlar kişilerin girişimciliğini de etkilemektedir. Yaratıcı sınıfın girişimci olması için kentin sunduğu en önemli olanak, kentin ekonomik büyüklüğe ve sektörel çeşitliliğe sahip olmasıdır. Kentin sağladığı diğer bir olanak ise sanayi ve ticaret

kültürü ile sahip olduğu sektörel avantajlardır. Bu özellik kurum ya da kentin ekonomik kültürünün oluşmasında önemli olmasına rağmen, bazı durumlarda, yani kültürün baskın olduğu alanlarda yenilik ve yaratıcılığın girişimciliğe dönmesini zorlaştırmaktadır. Kentlerin sahip olduğu sosyal yaşam ve özgürlüklerde girişimciliğe avantaj sağlamaktadır. Bu özelliklere sahip olan kentler yaratıcı sınıfın tercih ettiği, fikirlerini geliştirerek eyleme geçirmesine olanak tanıyan bir yapıya sahiptirler. Türkiye’de yaratıcı sınıfın coğrafi dağılımını hatırlarsak yaratıcı sınıfın %62’sinin ülkenin batısında bulunan İstanbul, Ankara, İzmir, Bursa ve Antalya’da bulunması rastlantısal değildir. Bu açıdan kentlerin gelişmişlik durumu da yaratıcı sınıfı ve girişimciliği etkileyen, kendine çeken en önemli faktör olarak ortaya çıkmaktadır.

Bireyin gerek kendi kişisel sermayesi gerekse işyeri, işyeri bölgesi ve kent ile kurduğu ilişkiler girişimci olmasını etkilemektedir. Putnam (2000)’ın kalkınma için ifade ettiğini girişimcilik için de söylemek mümkündür. Yaratıcı sınıfın, yaratıcı sınıf ve çevresiyle kurduğu ilişki belirli normların gelişimine de imkân sağlamaktadır. Bu nedenle yaratıcı sınıfın girişimci olmaya yönelik duyduğu güveni besleyen tüm yapılar girişimci olma duygusunu da beslemektedir. Florida her ne kadar yaratıcı sınıfın daha bireysel eylemeye yönelik bir sosyal sermayeye sahip olduğunu söylese de, özellikle yeni fikirler yaratmada, girişimci olmada ve bunları eyleme geçirmede destekleyici ağlar içerisinde yer almanın önemi yadsınmamaktadır.



12

12. GÖÇ

Florida (2002a), yaratıcı sınıfın hipermobil insanlardan oluştuğunu ve kariyerleri boyunca çok sayıda iş değiştirdiklerini bu sınıfın diğer gruplara göre çok hareket halinde olduğu için kendileri için yaşamaya uygun, yüksek kaliteli hayat tarzı ve imkânları sunan, toleransın yüksek olduğu destinasyonlara göç ettiğini belirtmektedir. Yaratıcı sınıf coğrafyaya/yere bağlılığı düşük olan geleneksel göç modellerinde öngörüldüğü gibi birincil motivasyonu iş bulmak ve işe göre lokasyon/yer/kent seçen bir sınıf değildir. Bu nedenle göç için işleri ve firmaları izlemekten ziyade yerleri seçerler ve ardından da bu yerlerde iş ararlar. Dolayısıyla yaratıcı bireyler kişisel tercihlerine, özgürlüklerine, arzuladıkları yaşam biçimlerine uygun ama aynı zamanda yoğun işgücü piyasasının bulunduğu çeşitli, toleranslı ve yeni fikirlere açık insanların yaşadığı sosyal etkileşimin yüksek otantik, canlı sosyal hayatın ve kültürel çekiciliklerin ve olanakların bulunduğu bireyselliklerini yaşayabilecekleri kendilerini gerçekleştirip ifade edecekleri yerlerde/mekânlarda/kentlerde yaşamak için göç etmektedirler (Florida, 2002a, 2005).

Bir çok çalışma Florida'nın yaratıcı sınıfın göçüyle ilgili hipotezini test etti ve yüksek beşerî sermayeye sahip, yaratıcı bilgi işçileriyle bohemlerden oluşan bu sınıfın göç etmesini işin mi belirlediğini yoksa ister doğal isterse kültürel olsun yere özgü çekicilikler ve olanakların mı (amenities) belirlediğini ileri süren hipotezi sınamadı (Wojan, Lambert ve McGranahan, 2007; Storper ve Scott, 2009; Scott, 2010; Hansen ve Niedomysl, 2009; Niedomysl ve Hansen, 2010; Boschma ve Fritchs, 2009; McGranahan vd., 2011). Bu çalışmalardan Hansen ve Niedomysl (2009) ve Boschma ve Fritchs (2009) AB ülkeleri ve İsveç örneğinde yaratıcı sınıfın lokasyon seçimindeki ana faktörün iş olduğunu (iş iklimi), olanakların, toleransın ve açıklığın (insan iklimi) Florida'nın teorisinden öngördüğü gibi göç üzerinde güçlü bir etkiye sahip olmadığını buldular. Benzer şekilde Scott (2010) ve Storper (2013)'da ABD eyaletleri ve metropoller arasında yaratıcı sınıfın göçünde işin belirleyici olduğunu ortaya koydular. Özetle yaratıcı sınıfın Avrupa'da Florida'nın dediği kadar mobil olmadığı ve kültürel ve kurumsal engellerin buna mâni olduğu görülmüştür. Aynı zamanda Florida'nın belirttiği yumuşak faktörlerin göç etmede ikinci derecede önemli olduğu, fakat özellikle göç edilen kentte kalmayı sağlamada bu faktörlerin birinci derecede önemli olduğu belirlenmiştir (Martin-Brelot vd., 2010). Aslında ampirik bulgular oldukça karışıktır, zira Zhao vd. (2020)'nin son çalışmasında AB ülkelerinde yaratıcı sınıfın yer seçiminde toleransın ve olanakların özellikle büyük kentlerde ve metropolitan bölgelerde önemli bir belirleyici olduğu, dolayısıyla Florida'nın tezini tümüyle reddetmenin mümkün olmadığını vurgularken, işle ilgili faktörlerinde son derece önemli olduğunu ortaya koymaktadırlar.

Yenilikçi sınıf dünyada sürekli göç halindedir. Yenilikçi sınıfın göçü ülke içinde ve ülkeler arasında olmak üzere iki boyutta incelenebilir. Dünya genelinde ABD gibi bazı teknoloji ve girişimcilik merkezleri bu kesim için çekim merkezi olmuştur. Hem ABD içinden hem de dünyanın birçok ülkesinden yetenekler Silikon Vadisi başta olmak üzere gelişmiş bölgelere akmaktadır.

Yenilikçi sınıfın göç ederken temelde üç kriteri bulunmaktadır. Bu kriterlerden ilki çalışacağı firmanın gelişmişlik düzeyi olup bu yeteneklerini kullanabilmesini ve iyi bir gelir sağlamayı içermektedir. İkincisi gideceği bölgedeki özgürlükler, tolerans düzeyi ve insan hakları iken sonuncusu ancak en önemlilerden biri olan yaşam kalitesidir. Yaşam kalitesinden kasıt ekonomik istikrar, güvenlik, eğitim, sağlık ve kültürel imkân ve kabiliyetlerin yüksek olmasıdır.

Bu araştırmada Ar-Ge çalışanlarının göç eğilimleri iç göç ve dış göç olmak üzere iki ana boyutta analiz edilmiştir. Bu bağlamda ilk bölümde yenilikçi sınıfın iç göç eğilimleri önce nicel olarak analiz edilirken, daha sonra nitel olarak derinlemesine analiz edilmektedir. İkinci bölümde ise yenilikçi sınıfın dış göçe katılma isteği, yurtdışına gitme nedenleri ve göç etmek istediği ülkeler önce nicel verilerle sonra da nitel olarak analiz edilmektedir.

12.1 İç Göç: Yurtiçi Hareketlilik Eğilimi

İç göç boyutu bir ulus devlet içinde çalışılan kentten daha gelişmiş veya daha az gelişmiş kentlere göç eğilimi incelenerek analiz edilmiştir. Yenilikçi sınıf genel olarak daha gelişmiş kentlere doğru göç etmektedir. Daha az gelişmiş kentlere ya önemli bir tecrübe ya da yüksek bir ücret ile çok uzun bir süre kalmamak üzere göç edebilmektedir.

12.2 İç Göç: Nicel Analiz

Araştırma kapsamında incelenen 14 ilden elde edilen 1.352 anket verisinin analizi sonuçlarına göre yenilikçi sınıfın Tablo 12.1’de yüksek bir ücret ile daha az gelişmiş kentlere göç etme eğilimine ilişkin veriler gösterilmektedir.

Tablo 12.1: Daha Yüksek Bir Ücret ile Daha Az Gelişmiş Kentlerde Çalışmak İsterim

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	220	16,3
Katılmıyorum	357	26,4
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	285	21,1
Katılıyorum	299	22,1
Kesinlikle Katılıyorum	158	11,7
Uygun Değil/Cevap Yok	33	2,4
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	457	33,8
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	577	42,7
Toplam	1.352	100
Ortalama	2,9	

Buna göre katılımcıların %34'ü 'katılıyorum' ve 'kesinlikle katılıyorum' cevabını vererek daha yüksek bir ücret ile daha az gelişmiş kentlere göç edebileceğini ifade etmiştir. Aynı koşullarda göç etmeyi düşünmeyenlerin oranı ise %43'tür. %21'lik kesim ise kararsız kalmıştır. Genel ortalamaya bakıldığında 2,9 ile kararsızlara yani 'ne katılıyorum ne katılmıyorum' cevabına yakınsamaktadır.

Daha yüksek bir ücret bir kentten taşınmak için yeterli bir sebep olmamaktadır. Evli olanlar için eşin iş durumu, çocukların eğitimi, kurulu düzenin bozulmaması gibi nedenler ücretten daha önemli koşullar olmaktadır.

Tablo 12.2'de daha yüksek ücretle az gelişmiş kente göç etme durumunda eğitim ve yöneticilik düzeyindeki farklılaşma gösterilmektedir. Eğitim düzeyi ve yöneticilik düzeyi yükseldikçe daha yüksek bir ücret karşılığında daha az gelişmiş kente göç etme eğilimi düşmektedir. Eğitim düzeyinin yükselmesi Ar-Ge çalışanlarının daha nitelikli firmalar ve çevrelerde yaşama istek ve eğilimini artırabilmektedir. Benzer şekilde üst düzey yönetime gelindiğinde beklentiler yaşla ve düzenli hayat standartlarıyla (aile gibi) birlikte ücretten ziyade daha konforlu alanlarda kalmayı beraberinde getirebilmektedir. Eğitim düzeyi ve yöneticilik pozisyonu ile göç eğilimleri arasındaki ilişkiyi değerlendirdiğimizde, eğitilmiş ve nitelikli bireylerin yalnızca ekonomik kazançlarla değil, yaşadıkları bölgenin sunduğu sosyal ve kültürel olanaklarla da yakında ilgilendiği görülmektedir. Bu bağlamda Ar-Ge çalışanlarının nitelikli firmalar ve çevrelerde bulunma isteği Florida (2002a)'nın çerçevesiyle örtüşmektedir.

Tablo 12.2: Daha Az Gelişmiş Kentlere Göçte Eğitim ve Yönetici Düzeyi

Eğitim			Yönetici Düzeyi		
Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora	Alt	Orta	Üst
2,9	2,8	2,6	2,8	2,7	2,5

Daha az gelişmiş kentlere göç eğiliminden sonra gelişmiş kentlere yönelik göç de incelenmiştir. Bu kapsamda daha gelişmiş kentlerde çalışma isteği, aktif olarak gelişmiş kentlerde iş arama ve gelişmiş kentlerde daha başarılı olacağını düşünme gibi hususlarda Ar-Ge çalışanlarının görüşleri alınmış ve Tablo 12.3, Tablo 12.4 ve Tablo 12.5'te özetlenmiştir.

Ar-Ge çalışanlarının daha gelişmiş kentlerde daha başarılı olup olamayacağı sorulmuş ve yanıtların dağılımı Tablo 12.3'te gösterilmiştir. Buna göre gelişmiş kentlerde daha başarılı olacağını düşünenlerin oranı %44 iken aksini düşünenlerin oranı %28'dir. Çekimser kalanların oranı %22 iken ortalama puan 3,3 olup 'ne katılıyorum ne katılmıyorum'a yakınsamaktadır.

Florida, yenilikçi bireylerin büyük kentlerdeki rekabetçi iş ortamlarını tercih ettiklerini, çünkü bu ortamların yaratıcılığı ve inovasyonu teşvik ettiğini öne sürmektedir. Ancak bu

çalışmada yenilikçi sınıf açısından dikkat çekici bulunan bir bulgu katılımcıların %28'inin büyük kentlerde başarısız olacağını sanmasıdır. Gelişmiş kentlerdeki firmaların daha rekabetçi, çalışma ortamlarının da yine rekabetçi ve stresli olduğu değerlendirildiğinde bazı katılımcıların bundan kaçınması ve başarısız olacağını düşünmesi makul görülebilir. Sonuç olarak, büyük kentlerde başarısız olma korkusu, bireyin hem içsel algıları hem de çevresel faktörlerin etkileşimiyle şekillenmektedir.

Tablo 12.3: Daha Gelişmiş Kentlerde Daha Başarılı Olurum

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	139	10,3
Katılmıyorum	235	17,4
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	299	22,1
Katılıyorum	358	26,5
Kesinlikle Katılıyorum	238	17,6
Uygun Değil/Cevap Yok	83	6,1
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	596	44,1
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	374	27,7
Toplam	1352	100
Ortalama	3,3	

Tablo 12.4'te daha gelişmiş kentlerde daha başarılı olurum ifadesine görüş bildirenler içinde çalışılan firma türüne göre farklılığa ilişkin bilgiler verilmektedir. Buna göre Ar-Ge merkezinde çalışanlar ortalamanın altında yer alırken tasarım merkezlerinde çalışanlar ise 3,5 ortalama puan daha yüksek bir şekilde daha gelişmiş kentlerde daha başarılı olacaklarını düşünmektedirler.

Tablo 12.4: Firma Türü: Daha Gelişmiş Kentlerde Daha Başarılı Olurum

Genel Ort.	Firma Türü		
	Ar-Ge Merkezi	Teknopark	Tasarım Merkezi
3,3	3,2	3,3	3,5

Tablo 12.5'te katılımcıların cevaplarının ortalama değerler üzerinden il gruplarına göre karşılaştırması verilmektedir. Buna göre yeni sanayi odaklarında çalışan katılımcılar gelişmiş illerde başarılı olacaklarını daha fazla düşünmektedirler. Özellikle yeni sanayi odakları içinde Denizli, Kayseri ve Konya illerinde çalışanların ortalama değeri 3,6 olup başarı güdüsü daha yüksek görülmektedir.

Tablo 12.5: İl Grupları: Daha Gelişmiş Kentlerde Daha Başarılı Olurum

Genel Ortalama	İl Grupları		
	Metropol	Hinterland	Yeni Sanayi Odakları
3,3	3,2	3,2	3,5
Metropol: İstanbul, Ankara ve İzmir, Hinterland: Tekirdağ Kocaeli Sakarya Bursa Manisa, Yeni Sanayi Odakları: Denizli, Kayseri, Konya, Eskişehir, Antalya, Mersin			

Tablo 12.6'da daha gelişmiş kentlerde çalışma isteğinin demografik özelliklere göre farklılaşması gösterilmektedir. Buna göre;

- Kadınlar daha gelişmiş kentlerde daha başarılı olacağını düşünmektedir.
- Yaş yükseldikçe başarılı olacağına olan inanç yavaş yavaş azalmaktadır.

Tablo 12.6: Cinsiyet ve Yaş: Daha Gelişmiş Kentlerde Daha Başarılı Olurum

Cinsiyet		Yaş			
Kadın	Erkek	20-29	30-39	40-49	50 ve üzeri
3,4	3,2	3,4	3,3	3	3,1

Tablo 12.7'de katılımcıların daha gelişmiş kentlerde çalışmak isteyip istemediğine ilişkin verdikleri yanıtlar derlenmiştir. Ar-Ge çalışanlarının içinde daha gelişmiş kentlerde yaşamak isteyenlerin oranı %41 iken daha gelişmiş kentleri tercih etmeyenlerin oranı ise %32'dir. Kararsız kalanların oranı ise %19'dur. %8'lik kesim ise zaten Türkiye'deki en gelişmiş şehirde yaşadıklarını düşünmektedir. Daha gelişmiş kentlerde yaşam sorusuna verilen ortalama puan 3,2 olup 'ne katılıyorum ne katılmıyorum'a yakınsamaktadır.

Tablo 12.7: Daha Gelişmiş Kentlerde Çalışmak İsterim

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	161	11,9
Katılmıyorum	273	20,2
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	257	19
Katılıyorum	321	23,7
Kesinlikle Katılıyorum	231	17,1
Uygun Değil/Cevap Yok	109	8,1
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	552	40,8
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	434	32,1
Toplam	1352	100
Ortalama	3,2	

Tablo 12.8’de ise daha gelişmiş kentlerde çalışma isteğinin değişkenlere göre farklılığı gösterilmektedir. Buna göre 20-29 yaş aralığındakilerin gelişmiş kentlerde yaşama eğilimi daha yüksektir. Çoğunluğunun henüz aile kurmamış olabileceği ve bağımlılıklarının diğer yaş gruplarına göre daha az oluşu nedeniyle mobilitelerinin yüksek olmasına bağlı olarak bu grubun daha gelişmiş kentleri istemeleri olağan görülmektedir.

Diğer taraftan üst düzey yöneticilerde bulundukları kentten daha gelişmiş kentlere gitme eğilimleri diğer yönetici düzeylerine göre daha düşüktür. Bunun bir nedeni de zaten üst düzeyde olmaları ve daha gelişmiş kentlerde aynı pozisyonların daha rekabetçi olması olabilir.

Tablo 12.8: Daha Gelişmiş Kentlerde Çalışmak İsterim

Genel Ort.	Yaş				Yönetici Düzeyi		
	20-29	30-39	40-49	50 ve üzeri	Alt	Orta	Üst
3,2	3,3	3,1	2,8	2,9	3,1	3,1	2,8

Aktif olarak daha gelişmiş kentlerde iş arayanların oranı ise %25,9’dur. Dolayısıyla daha gelişmiş kentlerde yaşamak isteyen kabaca 552 Ar-Ge çalışanın 350’si diğer bir deyişle yaklaşık %64’ü kent değiştirmek için aktif olarak iş aramaktadırlar. Aktif iş arama durumunun ortalama puanı 2,6 olup ‘ne katılıyorum ne katılmıyorum’a yakınsamaktadır (Bkz. Tablo 12.9).

Tablo 12.9: Aktif Olarak Daha Gelişmiş Kentlerde İş Ararım

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	296	21,9
Katılmıyorum	361	26,7
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	253	18,7
Katılıyorum	209	15,5
Kesinlikle Katılıyorum	141	10,4
Uygun Değil/Cevap Yok	92	6,8
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	350	25,9
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	657	48,6
Toplam	1.352	100
Ortalama	2,6	

Tablo 12.10'da aktif olarak daha gelişmiş kentlerde iş arayanların ortalama değeri ve bazı değişkenlere göre farklılıkları gösterilmektedir. Buna göre;

- Yaş düştükçe ortalama değer diğer bir deyişle iş arama oranı yükselmektedir.
- Eğitim düzeyi düştükçe ortalama değer yükselmektedir.
- Yurtdışı eğitimi veya çalışma tecrübesi olmayanlar olanlara göre daha fazla gelişmiş kentlerde iş aramaktadır. Yurtdışı eğitimi olanların büyük bir bölümünün zaten büyük kentlerde çalışmaları nedeniyle bu oranlar düşük çıkmıştır.
- Yine tasarım merkezinde çalışanların Ar-Ge merkezi ve teknoparklara göre gelişmiş kentlere gelme isteği daha yüksektir.

Tablo 12.10: Aktif Olarak Türkiye'de Daha Gelişmiş Kentlerde İş Ararım

Genel Ort.	Yaş				Eğitim		
	20-29	30-39	40-49	50 ve üzeri	Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora
	2,8	2,6	2,3	2,3	2,7	2,6	2,4
2,6	Yurtdışı Eğitim		Yurtdışı Çalışma		Firma Türü		
	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Ar-Ge Merkezi	Teknopark	Tasarım Merkezi
	2,4	2,7	2,4	2,7	2,6	2,6	3

İç göç hususu genel olarak değerlendirildiğinde; Türkiye'de Ar-Ge çalışanlarının dünya-dakine benzer şekilde daha gelişmiş kentlerde ve firmalarda çalışma eğiliminde oldukları anlaşılmaktadır. Ar-Ge çalışanları için özellikle Ankara ve İstanbul kent olarak çekiciliğini sürdürürken bu kentlerdeki teknoparklar ön plana çıkmaktadır.

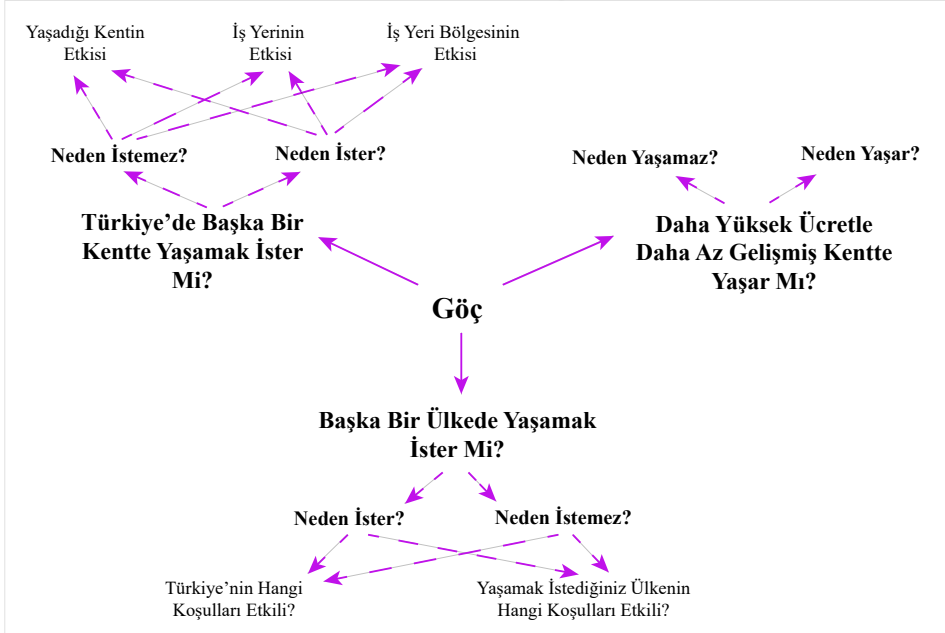
İç göç hususu nicel analize dayalı şekilde toplu olarak değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılabilmektedir;

- Ar-Ge çalışanları genel olarak daha gelişmiş kentlere doğru göç etme eğilimi göstermektedir. Bunun tersi olarak daha az gelişmiş kentlere göç etmede ise yüksek ücret olsa bile medeni durum, çocuk sahibi olma gibi birçok faktör etkili olmaktadır. Bir diğer faktör ise katılımcıların eğitim düzeyi ve çalıştıkları pozisyonudur. Eğitim düzeyi ve çalıştıkları pozisyon arttıkça iç göç eğilimi azalmaktadır.
- Ar-Ge çalışanlarının az gelişmiş kentlerden gelişmiş kentlere göç eğilimi ise belirsizlik taşımaktadır. Bu belirsizliğin kaynağında ise gelişmiş kentlerdeki rekabet ve iş ortamının yaratacağı stresin etkili olmasıdır. Gelişmiş kentlerde daha başarılı olacağını düşünen katılımcılar çalıştıkları firma türüne göre farklılık göstermektedir. Tasarım merkezinde çalışan katılımcılar gelişmiş kentlerde başarılı olacağını düşünüyorlar, bunu sırasıyla teknopark ve Ar-Ge merkezinde çalışanlar takip etmektedir. İl gruplarına göre değerlendirildiğinde ise, yeni sanayi odaklarında çalışan katılımcılar gelişmiş kentlerde daha başarılı olacağını düşünmektedir.

12.3 İç Göç: Nitel Perspektif

Florida'ya (2005) göre yenilikçi sınıf sürekli gelişmiş bölgelere doğru hareket halindedir. Yenilikçi sınıf, yetenekleri, hayat anlayışları ve yaşam koşullarını dikkate alarak göç etmektedir. Türkiye'de de benzer bir eğilimin olup olmadığını anlamak için Ar-Ge çalışanlarına; iç göç daha geniş ifadeyle daha gelişmiş bir kente göç, daha yüksek ücret ile daha az gelişmiş bir kente göç ile yurtdışına göç hususlarındaki görüşleri sorulmuştur. Söz konusu alana yönelik araştırmanın nitel tasarımı Şekil 12.1'de ve Şekil 12.2'de verilmektedir.

Şekil 12.1: Yenilikçi Sınıfın Göç Eğilimleri: Tasarım



Şekil 12.2: Göçe İlişkin Kodların Genel Dağılımı

Kod Sistemi	Ankara	İstanbul	İzmir	Kocaeli	Bursa	Tekirdağ	Sakarya	Manisa	Konya	Kayseri	Denizli	Mersin	Eskişehir	Antalya	TOPLAM
ANALİZ KODLARI															
Göç															
farklı bir kentte göç etme isteği															0
duruma göre göç düşünür/düşünmez															0
etkisi yok															0
farklı bir kentte göç etmek istenmez/neden															42
farklı bir kentte göç etmek istenir/neden															271
yüksek ücretli iş için az gelişmiş kentte göç															529
evet															692
hayır															0
belki															53
neden															121
farklı bir ülkeye göç etme isteği															77
evet															344
hayır															0
belki															152
neden															61
göç etmem istenmez/nedenleri															42
göç etmek istenir/nedenleri															0
TOPLAM	493	680	249	261	263	148	173	163	163	151	164	171	183	158	3.420

Nitel çalışmada iç göç konusu iki başlıkta ele alınmıştır. Birincisi kendiliğinden iç göç eğilimi, diğeri ise bölgesel politika aracı olarak teşvik sağlanması, yüksek ücret verilmesi durumunda daha az gelişmiş bölgeye göç etme durumudur.

Katılımcıların mevcut durumda göç eğilimleri Şekil 12.3'de verilmiştir. Buna göre, yeni-likçi sınıf göç etme konusunda yaklaşık olarak ikiye bölünmüş durumdadır. Katılımcıların yaklaşık %47'si kesinlikle göç düşünürken %37'si kesinlikle düşünmemektedir. Veri daha detaylı incelendiğinde ise farklı bir kente göç etmek istemeyenlerin genellikle zaten gelişmiş şehirlerde yaşadığı anlaşılmaktadır. Son olarak %16'lık bir kesim ise şartlara bağlı olarak düşünebileceğini/düşünmeyeceğini ifade etmiştir. Bu katılımcılar kent, iş yeri ve iş yeri bölgesi başlıklarına olumlu ve olumsuz olarak tüm alanlara katkı vermişlerdir.

Bu çalışmada göç eğilimlerinin bireysel, iş yeri, iş yeri bölgesi ve kent düzeyinde nedenleri analiz edilmiştir. İç göçü en fazla etkileyen koşulların başında kentlerin koşulları gelirken, bunu iş yeri ve iş yeri bölgesinin etkileri izlemekte, bireysel nedenler ise son sırada yer almaktadır.

İç göç eğilimlerini genel olarak iki kategoriye ayırmak mümkündür. Birincisi kariyer için İstanbul ve Ankara gibi mega kentleri tercih edenler ve bu şehirlerde yaşamaya devam edenlerden oluşmaktadır. İkinci grubu ise daha uygun yaşam koşullarına sahip, daha az trafik bulunan, yine nispeten büyük şehirleri tercih edenler ve istedikleri şehirlerde iseler buralarda kalmayı tercih edenler oluşturmaktadır.

Farklı bir kente göç etmek istemeyen diğeri bir deyişle bulunduğu kentte yaşamaya devam etme eğiliminde olan katılımcıların görüşleri incelendiğinde; kentin özelliklerinin ön planda olduğu, iş yeri, iş yeri bölgesi ve bireysel tercihlerin ise yaklaşık aynı düzeyde etkili olduğu görülmektedir.

12.3.1 Kentin Etkileri

İstanbul ve Ankara gibi Türkiye'nin en gelişmiş kentlerinin iş dünyası açısından önemli avantajları bulunurken yaşam kolaylığı açısından ise daha sakin kentlere göre dezavantajlıdır. İstanbul ve Ankara'da yaşayan bazı katılımcılar bu kentlerde yaşamak istemediklerini ancak nitelikli koşullarda çalışmak, sektörel gelişmeleri takip etmek ve yenilik ekosistemine yakın olarak tecrübe kazanmak, ücret ve üniversite imkânları nedeniyle bulundukları kentlerde çalışmak zorunda olduklarını ifade etmişlerdir.

Yaşamak isterim ama çalışmak istemem. (İstanbul-619-1086)
(Ankara-1814-1831)

İstanbul hareketli, her şeyi bulabileceğiniz kültürel açıdan çok zengin bir şehir.
Alternatifi olmayan şehir. (İstanbul-380)

Kendini Geliştirme İmkânı Bulunmaması (12)

Etkisi Yok (125)

Yeterli Ar-Ge ve Yenilik Kapasitesi (13)

İş Yerin Etkisi

Farklı Kente Göç Eğilimi

İş Yerin Etkisi

Taşınmak İstenilen Kentler

Farklı Bir Kente Göç Etmek İstenir (120)

Farklı Bir Kente Göç Etmek İstenmez (94)

Özel Etkiler

İş Yeri Bölgesinin Etkisi

İş Yeri Bölgesinin Etkisi

Kentin Etkisi

Kentin Etkisi

251

Başka bir kente göç etmek istemeyenlerin genel argümanları bulundukları kentin yaşam koşullarından memnun olmalarıdır. Kentin özgürlükleri ve toleransı, trafik koşulları, sosyal aktiviteler ve çevre koşulları bunların başında gelmektedir.

Ben farklı şehirlerde gördüm. En optimum kent İzmir. Faydaları, demografik yapısı, özgürlükler. (İzmir-2283)

Ben balık tutmayı, yaylaya gitmeyi seviyorum Mersin'de her ikisi de var. Sosyal yaşantı gayet iyi, ailenizle 11-12 ye kadar rahatlıkla dolaşabiliyorsunuz. (Mersin-2268)

Belki yine coğrafi konumu denebilir. Kentin yapılaşması denilebilir. Sakin olması denilebilir. Yani bir deniz bir etken ise onu içermesi, orman olması, trafiğin az olması. (Sakarya-1514)

Diğer taraftan göç etmek isteyenlerin odaklandıkları alanlar sosyal açıdan kısıtlılık, yaşam kalitesinin düşüklüğü, tolerans ve özgürlüklerin yetersizliği gibi yukarıda bahsedilen koşullara ek olarak yenilik kültürü ve iş dünyasının kısıtlılıkları gelmektedir.

Kentin sosyal açıdan kısıtları ve özgürlüklerin yetersizliği yenilikçi sınıf üzerinde baskı oluşturmaktadır. Bu baskı ise iş stresinin yeterince atılması ve deşarj olunmasının önünde engel oluşturmaktadır. Tüm bunlara yaşam koşullarının zorluğu da eklendiği zaman mutsuz bireyler oluşmaktadır. Sosyal hayatında mutlu olmayan birey ise iş yaşamında verimliliği azaltmaktadır.

Kayseri'de sosyal ortam gibi bir şey yok. Akşam eşinle dostunla çıkacağın bir yer yok. Deşarj olabileceği bir alan bulamıyor insan. (Kayseri-1863)

İzmir gibi şehirlere gitme isteğimin sebebi ise daha çok sosyo kültürel ve toplum yapısından doğuyor. İzmir, Bodrum, Ege tarafları olabilir, daha hoşgörülü kentler. (Mersin-1656)

Ben her gün üç saate yakın zamanımı trafikte geçiriyorum, ölü bir zamanım var. İstanbul'un işte kalabalıktan kaynaklı sorunları insanları yoruyor. (İstanbul-1513)

Dediğim gibi Konya'da yani kendi şehrim için en azından çok yenilikçi işler yapılmıyor hani başka şehirlerde çok başka sektörler var hani onları da tabi ki görmek isterim. (Konya-1742)

Kentin yenilikçiliğe yaklaşımı, girişimcilik ve yenilik ekosisteminin kalitesi gibi hususlar Ar-Ge çalışanları için önemli bir göç motivasyonu oluşturmaktadır.

İstanbul'da yaşamak ve çalışmak isterdim. Daha büyük imkânlarla sahip olmak için (İzmir-79)

Sakarya sanayi şehri, ancak teknolojiye, yenilikçiye ve tasarıma kapalı. (Sakarya-1174)

Yenilikçiliğe sıcak bakmıyorlar. (Kayseri-218)

Yenilikçi sınıfın göç etmek isteği kentlerde İzmir ve İstanbul ön plana çıkarken bunları çok daha az katılımcı ile Ankara, Antalya ve Eskişehir izlemektedir.

İzmir iş konusundaki beklentileri karşılayamıyor. Giden çok fazla arkadaşım oldu. Tutunan çok fazla göremedim. Çünkü İstanbul ufkunuzu geliştiriyor, beklentinizi artırıyor. Bunları da her yerde karşılayamıyorsunuz. İzmir sosyal beklentilerimi karşılıyor (İstanbul-1513)

12.3.2 İş Yerinin Etkileri

Göç söz konusu olduğunda iş yeri yenilikçi sınıf için ikinci öncelikli konu olarak gündeme gelmektedir.

Göç etmek isteyenler genellikle daha kurumsal, yeniliklere açık, Ar-Ge kapasitesi yüksek firmalarda çalışmak istemeleri nedeniyle göçü düşünmektedirler. Bunun en önemli nedeni ise yenilikçi sınıfın kendini geliştirme isteğidir. Yukarıdaki özelliklere sahip firmaların ücret politikaları da göz önüne alındığında göç kaçınılmaz olmaktadır.

Olumsuz maaşların düşük olması ve mühendise değer verilmemesi. (Konya-1745)

Şirketin kurumsal bir yapıda olmasını isterim. Çalışanlarına değer veren onları geliştiren ve destekleyen, kuralları kişilere bağlı olmayan bir şirket olmasını isterim. (Denizli-1673)

Yeteneklerimin genelde hepsinin kullanılmaması, fazla gelişmemek. Kendimi geliştirememek yani daha da çok geliştirebilirdim. (Mersin-2003)

Başka bir kente göç etmek istemeyenler ise genellikle işlerinden memnundurlar. Kimisi ücret ve iş ortamından memnunken bazıları ise firmaların kurumsallaşma, Ar-Ge ve yenilik kapasitesinden memnundurlar.

İş yerinde yaptığımız çalışmalar çok teşvik edici, şirketimden oldukça memnunum. Kendimi geliştirme fırsatım çok yüksek, yeni şeyler katabiliyorum burada. (İstanbul-547-1496)

İş yerinde çalışma ortamımdan memnunum bir. İkincisi aldığım ücretten memnunum. Yaptığım işi severek yapıyorum. (Antalya-1555)

İş şartlarımdan memnunum. Ekonomik anlamda ve çalışma ortamı olarak. (Mersin-1951)

Daha iyi bir kazanç ve kariyer için olabilir. (Eskişehir-2163)

12.3.3 İş Yeri Bölgesinin Etkileri

Göç etmede iş yerinin bulunduğu bölgenin çeşitli etkileri bulunmaktadır. Sosyal alan eksikliği, kent merkezine mesafe ve trafik olması, yeterli Ar-Ge firmasının bulunmaması ile bölge yönetimlerinin hizmet kapasitelerinin yetersiz oluşu bunların başında gelmektedir.

Göç etmek isteyenlerin en önemli nedenleri incelendiğinde ise; teknoparklarda fiziksel mekân ve sosyal ortamların eksikliği ön planda iken OSB’lerde sosyal alan sıkıntısına kent merkezine uzaklık da eklenmektedir.

İstanbul’a Ankara’ya veya İzmir’e toplanmaya gidiyorum ağzım açık kalıyor. Fiziksel şartları, yaşam alanları silikon vadisi olmasa da teknoloji parkında hissettiriyor. (Antalya-993)

Sadece odaları klimayla ısıtıyorsunuz eksi yedi olduğu zaman koridor ve tuvaletler ısıtılmıyor. Kahve, çay içeceğiniz bir yer yok, burası bir türlü sosyal anlamda gelişmiyor. (Denizli-943)

Farklı organize sanayi bölgelerinin sosyal tesisleri, araştırma geliştirme ve kuluçka merkezleri var. Daha girişimci ve aktifler öyle bir yerde çalışmak isterim. (Manisa-2198)

Şehrin çok dışında olması ulaşımın çok sıkıntılı olması, birçok kaynağa ve alt yapıya ulaşamamak hani en basitinden yaptığımız işin gereği arada bir stres atalım bir spor yapalım desek spor yapabileceğimiz bir yer yok. (Bursa-1021)

Göç etmek istemeyenler ise teknoparkların yarattığı Ar-Ge ortamı, uygun çevre ve sosyal ortamları ifade ederken OSB’ler de çalışanlar ise düzenli bir sanayi yapılanması ve ulaşım kolaylığına vurgu yapmışlardır.

Yani burası bir üniversite kampüsü gibi. Genelde yazılım firmaları var o yüzden rahat modern ve huzurlu bir yer gayet olumlu bir çalışma koşulu var burada. (Kocaeli-369)

Teknopark’ta bir kere güzel bir çalışma ortamımız var ve daha sizin eğitiminize, kültürünüze yakın insanlarla bir araya gelmiş oluyorsunuz. Teknopark’ın güzel bir özelliği var yatay mimari ağaçlar içerisinde, yeşilliğin içerisinde çok da bulamayacağınız bir ortamı var. (Ankara-2082)

Yine aynı şekilde, organize sanayiye ulaşımın daha küçük olması, büyük şehirlere nazaran, daha büyük şehirlere nazaran. Bu, olumlu bir etki. Düzenli bir sanayisi var. Dağınık değil yani (Eskişehir-1693)

Ulaşım kolaylığı, bütün otoyollara yakınlığı. İşyeri bölgesinin bu artıları var. Birçok firmanın yakın olması. (Sakarya-1514)

12.3.4 Bireysel Etkenler

Yenilikçi sınıfın yeniliklere yatkın olmaları onları daha farklı ortamları, kentleri ve insanları keşfetmeye itmektedir. Bu kapsamda bazı katılımcılar yeni bir iş ve sosyal anlamda yeni bir şeyler denemek için göç etmeyi tercih etmektedirler.

Daha farklı şehir, firma, insanlar ve fikirlerle etkileşim için (Tekirdağ-1775)

Farklı yerler, yaşam tarzları, şehir ve ortamda bulunmak isterim. (Manisa-1407)

Diğer taraftan oturmuş düzeni bozmak istemeyen, aile koşullarını dikkate alan, yaşadığı kenti ve arkadaşlarını seven bir grup ise göç etmek istememektedir.

Şehir bazında bir etkisi yok. Ailem ve arkadaşlarımda burda olması tamamen. (Ankara-1641)

Alışık olduğum şehri seviyorum, ailem ve sevdiklerim burada. (Kayseri-196)

12.3.5 Yüksek Ücret Verilmesi Durumunda İç Göç

Bir bölgesel politika aracı tasarlanması açısından da önemli bir konu olan yenilikçi sınıfın daha az gelişmiş bölgelerde çalışması hususu söz konusu bölgelerde ekonomik gelişme, firmaların rekabet gücünün ve istihdamın artmasına katkı sağlayabilecektir. Bu kapsamda daha detaylı veri toplayabilmek için Ar-Ge çalışanlarına yüksek ücret önerilmesi durumunda katılımcıların daha az gelişmiş kentlere göç edip etmeyecekleri konusunda görüşleri de alınmış ve yanıtlar Şekil 12.4'te özetlenmiştir.

Şekil 12.4: Yüksek Ücret Karşılığında Az Gelişmiş Kente Göç



Yanıtlar incelendiğinde katılımcıların yaklaşık yarısı yüksek ücret karşılığında göç etmeyeceğini ifade etmiştir. Bunları %30 ile şartlara göre olabilir de olmayabilir de cevabını verenler izlerken, yaklaşık %20'lik kesim yüksek ücret ile yer değiştirebileceğini belirtmiştir.

Yüksek ücret karşılığında göç etme konusunda kararsız olan kişilerin odaklandıkları iki konu bulunmaktadır. Birincisi söz konusu iş yerinin özellikleri, yenilikçilik kapasitesi ve teklif edilen işin mahiyeti iken, ikincisi gidilecek daha az gelişmiş kentin yaşam standartlarıdır.

Bu durum yüksek ücret koşulunun bile, yer/mekânın yaşam kalitesinin önüne geçemediğini göstermektedir. Kentin yaşam standardı, imkânlar ve toleransı yenilikçi sınıf için çok belirleyicidir. Bu Florida'nın (2002a) kuramıyla çok uyumlu ve onu destekleyen bir bulgudur.

Ar-Ge çalışanlarının firma açısından önemsedikleri konulardan birincisi firmanın Ar-Ge ve yenilik kapasitesidir. Firmaların imkânları, ortamları ve firma sahiplerinin anlayışları

bu anlamda önem kazanmaktadır. Diğer taraftan bu kesimin önemseddiği ikinci konu ise firmada teklif edilen işin özellikleridir. Bu işin kişisel gelişime ve firmaya katkısı ile daha sonra yapılacaklar için edinilecek tecrübe önemsenmektedir.

Kendimi değerlendirebileceğim, geliştirebileceğim bir iş olduktan sona ve bir şekilde birilerine ve bir şeylere faydam olduğunu düşündüğüm sürece olabilir. (İstanbul-34)

Eğer firma yenilikçi değilse, yaptığı işi sadece yürütmek için yapıyorsa orada çalışmam. Ama yenilik yapmak istiyorsa ve beğenirsem çalışırım. (İstanbul-655)

Diğer taraftan kentin sağladığı eğitim, sosyal imkânlar ve çevre koşulları da değerlendirilmeye alınan koşullar arasında yer almaktadır.

Şöyle söyleyeyim en büyük kıtasım eşim ve 2 çocuğum. Onların eğitimi var. (İstanbul-1169)

Kentin gelişmişliği, sosyal ve kültürel olanakları değerlendiririm. (Tekirdağ-1778)

Daha yeşil bir kentte yaşamayı tercih edebilirim. (Kocaeli-2126)

Az gelişmiş bir kente göç etmek isteyenlerin odaklandığı husus yüksek ücrettir. Daha dikkate alınan konu ise İstanbul gibi mevcut yaşadığı kentin olumsuzluklarından kurtulmaktır.

Diğer taraftan göç edebileceğini söyleyenlerin içinde önemli bir kısım göçü kısa ve orta vadeli yüksek ücret karşılığında katlanılabilecek bir durum olarak görmektedirler.

Cazip bir maaş verirlerse tabii ki düşünürdüm yani. Birikim yapar ondan sonra tekrar gelişmiş bir şehre dönerdim. (İstanbul-673) (Manisa-2173) (Sakarya-1371)

Sonuçta herkes para kazanmak için çalışıyor daha fazla para verirse daha güzel olanaklar sunarsa şehrin bir önemi kalmıyor. (Tekirdağ-1707)

Ücret bana orada yetecek. Ayrıyetten daha mutlu olacağım. Öyle bir artışı var. İstedğim yere yürüyerek gidebileceğim. Bu benim için çok güzel bir şey. (İstanbul-619)

Az gelişmiş bir kente göç etmek istenmemesinin önemli sebepleri arasında kurulu düzenin bulunmasının yanında mevcut kentin imkânlarının genişliği, yaşam kalitesi ön plana çıkmaktadır.

Öyle bir yerde mutlu olamam. İnsanların modern, kültürlü, birbirlerine saygılı ve düşünceli olması önemli. Başka bir yerde bu ortamı bulabileceğimi sanmıyorum. (İzmir-923)

Karar yalnızca işle alakalı değil. Çocuğunuzun ve eşinizin kararıyla alakalı. (İstanbul-21)

Denedim olmuyor. Kentin de önemi varmış onu anladım. (İzmir-1455)

Az gelişmiş bir kentteki fırsatların azlığı, Ar-Ge ve yenilik imkânlarının kısıtlılığı, bu kentlerdeki firmaların daha çok küçük olması ve üretim odaklı fason çalıştıkları düşünüldüğünde yenilikçi sınıfın talep etmemesi anlaşılır olmaktadır.

*Büyük şehirler büyük fırsatlar demek. Küçük şehirlerde bunları bulamazsın.
(Konya-1745)*

*Daha gelişmemiş yerde daha geri teknolojilerle çalışmanız gerekebilir. Piyasadan geri kalırsınız ve kendinizi güncelleyemezsiniz. Yeni fikirler edinme şansınız az.
(Sakarya-1514)*

Çünkü asıl amaç Ar-Ge mantığı o da az gelişmiş şehirde olmaz. (Konya-1608)

12.4 Dış Göç: Yurtdışında Yaşama ve Çalışma

Gelişmiş bölgelere insanların göçü tarih boyunca devam etmiştir. Bilgi toplumuyla birlikte dünyadaki yenilikçi sınıfın göçünde önemli bir hareketlilik görülmektedir. Dünyanın teknoloji başkentleri gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkelerden en nitelikli insanları kendilerine çekmeye başlamıştır. Gerçekten de dünya, günümüzde insanlık tarihinin en büyük göçlerinden biri olan yetenekli girişimci ve yenilikçi insanların dünyanın 20-25 mega bölgesine küresel ölçekte hareket etmesine tanık olmaktadır (Florida, 2005). Nitekim bunun geldiği son nokta ise Silikon Vadisinde çalışan veya şirket kuran girişimcilerin büyük oranının ABD’de doğmamış olmasıdır. 1990’ların sonunda Silikon Vadisi’ndeki yüksek teknoloji şirketlerinin %30’unu sadece Çinli ve Hintli mühendislerin işlettiği, 1984-2000 arasında ise göçmenlerin Silikon Vadisine 70 bin iş ve 20 milyar dolar gelir sağladığı görülmektedir (Saxenian, 2000; Florida, 2005). Dünya Friedman’ın (2005) küreselleşmeyi yüceltmek için söylediği gibi düz ve sınırsız değil, aksine Florida’nın vurguladığı gibi firmaların ve özellikle yetenekli yaratıcı insanların dünyanın belli kent ve bölgelerinde kümelenmesinden dolayı son derece dikenli bir yapıya sahiptir. Florida ABD’nin dünyanın en güçlü ve en başarılı ülke olmasında en önemli faktörün yurtdışı doğumlu 30 milyon küresel yetenekli göçmenlerin mıknaatısı olmasından kaynaklandığını belirtmektedir. ABD’nin dünyanın dört bir yanından en yetenekli ve en yaratıcı insanlara açık olmasının nedeni, Bill Gates’in deyişiyle küresel “IQ Mıknaatısı” olarak adlandırılan San Fransisko’dan Los Angeles’e, Şikago’dan New York’a, Seattle’dan Boston’a, Austin’den Washington DC’ye kadar dünyanın en yaratıcı bölgelerine ev sahipliği yapmasıdır.

Başta gelişmiş ülkeler olmak üzere yenilikçi sınıfın göç etmesinin tüm göç veren ülkeler için olumsuz etkileri olmaktadır. Göçten bir süre sonra gidilen ülkeye dönülerek yurtdışında kazanılan tecrübenin aktarılması veya iş yapılması anlamında pozitif etkileri olsa da esas olarak gelişmekte olan ülkeler için olumsuz olduğu görülmektedir ki geri dönen göçmenler kendi ülkelerinde yüksek teknoloji şirketleri kurarak ülkelerine Silikon Vadisinde öğrendiği modern işletme yöntemlerini ve kültürel pratikleri getirmektedir, Silikon Vadisi ile kendi ülkeleri arasında gidip gelen, aynı anda iki ülkede de faaliyet gösterme yeteneğine sahip,

yabancı doğumlu, teknik olarak yetenekli bu teknoloji mühendis ve girişimcilerine Saxenian (2006) “Yeni Argonot” adını vermektedir ve bu anlamda Saxenian, Çin, Hindistan, Tayvan ve İsrail’den Silikon Vadisine gelen mühendislerin tipik bir “beyin göçü” durumu olmadığını göçenlerin/Argonot’ların Silikon Vadisi ile kendi ülkeleri arasında girişimsel bir ağ yaratarak kendi ülkelerini beslediği ve beyin göçünün yerini “beyin sirkülasyonu”na bıraktığını ileri sürerek yetenekli insanların göçünün tümüyle kayıp anlamına gelmediğini aksine giderek her iki tarafa da fayda sağladığını belirtmektedir. Saxenian bu durumun teknolojik girişimcilik ve inovasyona dayalı yeni küresel bilgi ekonomisinde yeni bir iş bölümü olduğunu, söz konusu Argonotların hem kendi ülkelerini hem de Silikon Vadisini dönüştürdüğünü vurgulayarak küresel ekonominin yeni durumunu yansıttığını ortaya koymaktadır.

12.5 Dış Göç: Nicel Analiz

İç göçle karşılaştırıldığında dış göç ülkenin toplam beşerî ve sosyal sermayesinin yurtdışına transferi anlamına da gelmektedir. Özellikle gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkeler için bu durum daha olumsuz olabilmektedir. Bu nedenle genel olarak tüm ülkeler kendi kaynaklarını korumanın yanında dışarıdan nitelikli insanları çekebilmek için çaba harcamakta, bu alanda önemli sosyal, ekonomik ve kültürel politikalar oluşturmakta ve uygulamaktadırlar.

Bu çerçevede iç göçe benzer olarak Ar-Ge çalışanlarına farklı ülkelere göç etme bağlamında da sorular sorulmuştur. Nicel araştırma kapsamında elde edilen 1.352 anket verisinin analizi sonuçlarına göre Tablo 12.11, Tablo 12.12 ve Tablo 12.13’te yenilikçi sınıfın yurtdışında başarılı olma durumu, çalışmak isteme ve aktif olarak yurtdışında iş arama konularındaki görüşleri verilmiştir.

Yurtdışında Türkiye’den daha başarılı olacağını düşünenlerin oranı %47 iken aksini düşünenlerin oranı %22’dir. Çekimser kalanlar ise %29’dur. Ortalama değer 3,4 olup çekimsere yakınsamaktadır (Bkz. Tablo 12.11).

Tablo 12.11: Yurtdışında Daha Başarılı Olurum

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	116	8,6
Katılmıyorum	180	13,3
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	394	29,1
Katılıyorum	377	27,9
Kesinlikle Katılıyorum	264	19,5
Uygun Değil/Cevap Yok	21	1,6
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	641	47,4
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	296	21,9
Toplam	1.352	100
Ortalama	3,4	

Yurtdışında daha başarılı olacağı düşünüenlerin cinsiyet, yaş ve eğitim düzeylerine ilişkin bazı farklar Tablo 12.12’de gösterilmektedir. Buna göre erkekler kadınlara göre yurtdışında daha fazla başarılı olacağını düşünmektedir.

Yaş dağılımına bakıldığında ise daha genç insanların genel olarak daha başarılı olacağını düşünmesi onların daha fazla risk almaya eğilimli olduklarını ve kendilerine daha fazla güvendiklerini gösterebilir. Yine genç yaşta olmalarına bağlı olarak dinamikleri ve farklı ortamlara uyum kapasitelerinin yüksekliği de etkili olabilir.

Son olarak eğitim düzeyi arttıkça donanım, bilgi ve görgü düzeyi ve bunlara bağlı olarak özgüvenlerinin yükselmesiyle yurtdışında daha başarılı olunabileceği düşüncesi hâkim olmaktadır.

Tablo 12.12: Yurtdışında Daha Başarılı Olurum: Demografik Farklılıklar

Cinsiyet		Yaş				Eğitim		
Kadın	Erkek	20-29	30-39	40-49	50 ve üzeri	Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora
3,2	3,4	3,5	3,3	3,2	3,3	3,3	3,4	3,7

Yurtdışında çalışmak isteyenlerin oranı %58 olup ‘kesinlikle katılıyorum’ cevabını verenlerin oranı %28’dir. Çalışmak istemeyenlerin oranı %24, ‘ne katılıyorum ne katılmıyorum’ cevabını veren çekimserlerin oranı ise %16,6’dır. Yurtdışında çalışmayı isteyenlerin genel ortalaması 3,5’tir (Bkz. Tablo 12.13).

Tablo 12.13: Yurtdışında Çalışmak İsterim

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	118	8,7
Katılmıyorum	204	15,0
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	225	16,6
Katılıyorum	406	30,0
Kesinlikle Katılıyorum	377	27,8
Uygun Değil/Cevap Yok	22	7,9
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	783	57,9
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	322	23,8
Toplam	1352	100
Ortalama	3,5	

Tablo 12.14’te yurtdışında çalışma isteği düzeyinin yaş ve medeni duruma göre nasıl bir farklılık gösterdiğine ilişkin ortalama değerler verilmiştir. Bekar bireyler, aile konusunda aldıkları sorumlulukların evlilere göre düşük olması, yurtdışına taşınmanın eşin iş durumu, çocukların eğitimi gibi konuların devreye girmemesi nedeniyle yurtdışında çalışma ve yaşamayı evlilere göre nispeten daha fazla istemektedir. Evli Ar-Ge çalışanlarının ortalama puanı 3,3 ile kararsızlara yakınsarken bekarların 3,8’lik değeri ‘katılıyorum’a yakınsamaktadır.

Tablo 12.14: Yurtdışında Çalışmak İsterim: Yaş ve Medeni Durum

Yaş				Medeni Durum	
20-29	30-39	40-49	50 ve üzeri	Evli	Bekar
3,8	3,5	3,1	3,2	3,3	3,8

Benzer şekilde nispeten sorumluluklarının daha az olması, yaşları gereği daha fazla risk alabilmeleri ile uyum yeteneklerinin daha fazla olması nedenleriyle yaş azaldıkça yurtdışında çalışma ve yaşama isteği artmaktadır. 20-29 yaş aralığında ortalama değer 3,8 iken (ki bu bunların çoğu bekindir) 50 yaş ve üstünde bu oran 3,2'ye düşmektedir.

Tablo 12.15'te ise yönetici olma ve yöneticilik düzeyi değişkeni çerçevesinde, yurtdışındaki çalışma isteğinin nasıl değiştiğine ilişkin veriler gösterilmektedir. Buna göre yönetici olmayan Ar-Ge çalışanları yurtdışında çalışmayı daha fazla istemektedir.

Yönetici düzeyinde ise alt düzey yöneticiler yurtdışında çalışmayı daha fazla istemektedir. Alt düzey yöneticilerin oranı yönetici olmayanlarla aynı düzeyde olup (3,6 ort.) bu kişiler yeteneklerini bir süre yurtdışında deneme konusunda, belirli bir iş ve yöneticilik tecrübesiyle daha fazla şanslarının olduğunu düşünmektedirler. Diğer taraftan ise çalıştıkları firmada veya ekosistemdeki diğer firmalarda yeterli memnuniyetleri bulunmaması ya da olmayacaklarını düşünmeleri gibi nedenler de yurtdışını alternatif olarak görmelerinde etkili olabilmektedir.

Tablo 12.15: Yurtdışında Çalışmak İsterim: Yönetici ve Düzey Farklılığı

Yönetici Olma Durumu		Yönetici Düzeyi		
Evet	Hayır	Alt	Orta	Üst
3,8	3,5	3,6	3,3	3,2

Yurtdışında aktif olarak iş arayanların oranı %19 iken aksini ifade edenlerin oranı ise %59'dur. %20'lik bölüm ise 'ne arıyorum ne aramıyorum' cevabını vermiştir (Bkz. Tablo 12.16).

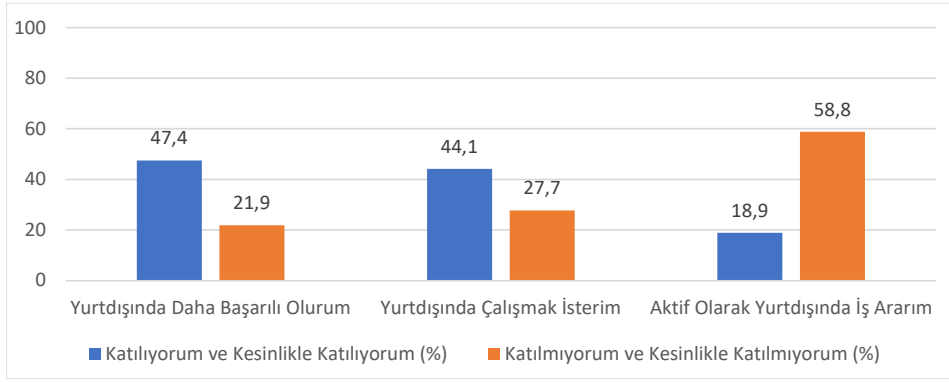
Tablo 12.16: Aktif Olarak Yurtdışında İş Arama

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	350	25,9
Katılmıyorum	445	32,9
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	276	20,4
Katılıyorum	159	11,8
Kesinlikle Katılıyorum	97	7,2
Uygun Değil/Cevap Yok	25	1,8
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	256	18,9
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	795	58,8
Toplam	1352	100
Ortalama	2,4	

Şekil 12.5’de yurtdışında başarılı olma, çalışma isteği ve aktif olarak iş arama sorularına Ar-Ge çalışanlarının verdikleri yanıtlar özet olarak sunulmuştur. Buna göre, yurtdışında başarılı olabileceğini düşünenlerin oranı %47, çalışmak isteyenlerin oranı %44 ve aktif olarak iş arayanların yani her an taşınabileceklerin oranı ise %19’dur.

Yurtdışında daha başarılı olacağını düşünenlerin iki hususu gözden kaçırmadığı tahmin edilmektedir. Birincisi iyi derecede yabancı dil bilmek, ikincisi ise işinde iyi ve rekabetçi olmak diğer bir deyişli güçlü yenilikçilik özelliklerine sahip olmaktır. Ancak bunu yapabileceğini düşünmek her zaman yurtdışına gidebilir olduğu anlamına gelmemektedir. Yurtdışına gitmek isteyenlerin ve aktif olarak iş arayanların ise yurtdışında başarılı olacağını düşünenler içinde olması beklenir. Diğer taraftan yurtdışında yaşama isteği ile yurtdışında aktif olarak iş arama arasında daha güçlü bir ilişki olması beklenmektedir.

Şekil 12.5: Yurtdışına Göç Eğilimi



Yurtdışında çalışmak isteyenlerin oranı oldukça yüksek görünmektedir. Ar-Ge çalışanlarının neredeyse 2/3’ünün bunu istemesi yaklaşık beşte birinin ise her an iş bulup gidebilecek olması Türkiye’nin yenilik politikaları için risk oluşturabilecek düzeyde görülmektedir.

Tablo 12.17’de aktif olarak yurtdışında iş arayanların eğitim ve yaş değişkenine göre farklılıkları gösterilmiştir. En yüksek iş arayan grubu 2,6 ortalama değer ile doktora derecesine sahip kişiler oluşturmaktadır. İkinci sırada ise üniversite mezunları gelmektedir. Diğer taraftan üniversite mezunlarıyla da biraz ilişkili olan 20-29 yaş grubundaki Ar-Ge çalışanları diğer yaşlarla karşılaştırıldığında en fazla yurtdışında iş arayan grubu oluşturmaktadır.

Tablo 12.17: Aktif Olarak Yurtdışında İş Ararım: Eğitim ve Yaş Farklılığı

Yaş				Eğitim		
20-29	30-39	40-49	50 ve üzeri	Üniversite	Yüksek Lisans	Doktora
2,5	2,4	2,2	2,2	2,4	2,3	2,6

Tablo 12.18’de yurtdışına göç edilmesi durumunda hangi ülkelerin tercih edilebileceği bilgisi bulunmaktadır. Buna göre en çok AB ülkeleri tercih edilirken ikinci ve üçüncü tercihler sırasıyla Kuzey Amerika ve Avustralya şeklinde sıralanmaktadır.

Tablo 12.18: Yurtdışına Göç Edilmesi Durumunda Tercih Edilecek Bölge

	Kuzey Amerika	Avustralya	Orta Doğu	AB	Asya	Diğer
Baz	943	569	211	954	409	50
1. Sırada	340	92	21	512	72	8
%	36,1	16,2	10	53,7	17,6	16
2. Sırada	436	148	64	297	92	9
%	46,2	26	30,3	31,1	22,5	18
3. Sırada	167	329	126	145	245	33
%	17,7	57,8	59,7	15,2	59,9	66
Toplam	943	569	211	954	409	50
%	100	100	100	100	100	100

Literatürde göç etme davranışının nedenleri iki boyutta incelenmektedir. Bunlar itme ve çekme koşullarıdır. İtme koşulları yaşanılan ülkedeki sorun alanlarını ortaya koyarken çekme koşulları göç edilecek ülkedeki cazibe alanlarını açıklamaktadır. Ayrı konular ve alanlar gibi gözükse de çok fazla benzerliği bulunan bu iki alanda iten koşulların genelde zıttı çeken koşullar olmaktadır.

Bu çalışmada ülkemizin hangi koşullarının göç etme kararında ne kadar etkisi olabileceği anlaşılmaya çalışılmıştır. Türkiye’nin geleceği için son derece önemli bir kesimin görüşlerini alarak onları anlamak ve bu doğrultuda öneriler geliştirme amacıyla yaşam koşulları kavramını içine alabilecek konulardaki görüşleri alınmıştır. Bu doğrultuda yenilikçi sınıfın yurtdışında yaşama ve çalışma konusunda öne sürdüğü en önemli nedenler olarak ekonomik yapı ve fırsatlar öne çıkarken, eğitim ve kendini geliştirme imkânı ikinci sırada, Ar-Ge, yenilik ve teknolojik altyapının olanakları ise üçüncü sırayı paylaşmaktadır.

Tablo 12.19’da Türkiye’deki ekonomi ve eğitim koşulları yurt dışında çalışma isteğini ne kadar etkilemektedir sorusuna katılımcıların yanıtları derlenmiştir. Göç etme isteğinde ekonomik yapı ve fırsatların ‘etkili’ ve ‘çok etkili’ olduğunu söyleyenlerin oranı %87 iken eğitimde aynı oran %83’tür. Genel ortalama ise ekonomide 4,3 iken eğitimde 4,2’dir. Buna göre her iki ortalama puan da ‘etkili’nin üzerindedir.

Tablo 12.20’de Türkiye’deki özel sektör ve yenilikçiliğin yapısı yurt dışında çalışma isteğini ne kadar etkilemektedir sorusuna katılımcıların yanıtları derlenmiştir. Göç etme isteğinde özel sektörün yönetim anlayışı ve zihniyetinin ‘etkili’ ve ‘çok etkili’ olduğunu söyleyenlerin oranı %74 iken, Ar-Ge, yenilik ve teknolojik yapıda aynı oran %83’tür. Genel ortalama ise özel sektörde 3,9 iken yenilikte 4,2’dir. Buna göre yenilik ‘etkili’nin üzerindeyken özel sektör ise ‘etkili’nin yalnızca 0,1 puan altındadır.

Tablo 12.19: İtme Koşulları: Ekonomi ve Eğitim

Görüş	Ekonomik Yapı ve Fırsatlar Değer	Yüzde (%)	Eğitim ve Kendini Geliştirme İmkân Değer	Yüzde (%)
Baz	1045		1045	
Hiç Etkili Değil	11	1,1	17	1,6
Etkili Değil	32	3,1	40	3,8
Ne Etkili Ne Değil	96	9,2	117	11,2
Etkili	450	43,1	429	41,1
Çok Etkili	456	43,6	442	42,3
T2B (Etkili ve Çok Etkili)	906	86,7	871	83,3
B2B (Hiç Etkili Değil ve Etkili Değil)	43	4,1	57	5,5
Toplam	1045	100	1045	100
Ortalama	4,3		4,2	

Tablo 12.20: İtme Koşulları: Özel Sektör ve Yenilik

Görüş	Özel Sektörün Yönetim Anlayışı ve Zihniyetim Değer	Yüzde (%)	Ar-Ge, Yenilik ve Teknolojik Yapı Değer	Yüzde (%)
Hiç Etkili Değil	26	2,5	14	1,3
Etkili Değil	60	5,7	37	3,5
Ne Etkili Ne Değil	181	17,3	128	12,2
Etkili	483	46,2	448	42,9
Çok Etkili	295	28,2	418	40
T2B (Etkili ve Çok Etkili)	778	74,4	866	82,9
B2B (Hiç Etkili Değil ve Etkili Değil)	86	8,2	51	4,9
Toplam	1045	100	1045	100
Ortalama	3,9		4,2	

Tablo 12.21’de Türkiye’deki kamu, adalet ve siyaset yapısı yurt dışında çalışma isteğini ne kadar etkilemektedir sorusuna katılımcıların yanıtları derlenmiştir. Göç etme isteğinde kamunun hizmet kalitesinin ‘etkili’ ve ‘çok etkili’ olduğunu söyleyenlerin oranı %60 olup ortalama değer 3,6 ile ‘etkili’ye yakınsamaktadır. Diğer taraftan demokrasi ve adalet sisteminin ‘etkili’ ve ‘çok etkili’ olduğunu söyleyenlerin oranı %75 olup ortalama değer 4 ile etkilidir. Siyaset kurumunun yapısının ‘etkili’ ve ‘çok etkili’ olduğunu söyleyenlerin oranı ise %58 olup ortalama değer 3,6 ile ‘etkili’ye yakınsamaktadır.

Görüleceği üzere kamu işleyişinde yenilikçi sınıf için en önemli husus demokrasi ve adalet sistemidir. Diğer bir ifadeyle Türkiye’deki Ar-Ge çalışanlarını yurtdışında yaşama ve çalışmaya sevkeden 4. en önemli faktör ülkenin sahip olduğu demokratik standartlar ile

adelet sistemindeki sorunlardır. Yaratıcı sınıfın en temel değerlerinden birinin özgürlük, tolerans, açıklık ve liyakat olduğu (Florida, 2002a, 2012) gözönüne alındığında Türkiye'deki Ar-Ge çalışanlarının yurtdışına göç etme isteğinde demokrasi ve adalet sistemi değişkeninin çok önemli bir faktör olmasına şaşırılmamak gerekmektedir. Bu bağlamda kapsayıcı kurumlar ve işleyen bir demokrasi inşa etmek (Acemoğlu ve Robinson, 2013) hem bireylerin üretkenliğinin ve yenilik kapasitesinin artırmasına yol açacak ama aynı zamanda ülkenin geleceği ve beyin takımı olan en yetenekli bireylerin dış göçünün azaltılmasında da etkili olacaktır.

Tablo 12.21: İtme Koşulları: Kamu, Adalet ve Siyaset ve STK'lar

Görüş	Kamunun Hizmet Kapasitesi Değer	Demokrasi ve Adalet Sistemi Değer	Siyaset Kurumunun Yapısı Değer	STK'ların Yapısı Değer
Hiç Etkili Değil	57	46	82	98
%	5,5	4,4	7,8	9,4
Etkili Değil	93	52	106	159
%	8,9	5	10,1	15,2
Ne Etkili Ne Değil	265	163	254	323
%	25,4	15,6	24,3	30,9
Etkili	399	327	323	305
%	38,2	31,3	30,9	29,2
Çok Etkili	231	457	280	160
%	22,1	43,7	26,8	15,3
T2B (Etkili ve Çok Etkili)	630	784	603	465
%	60,3	75	57,7	44,5
B2B (Hiç Etkili Değil ve Etkili Değil)	150	98	188	257
%	14,4	9,4	18	24,6
Toplam	1045	1045	1045	1045
%	100	100	100	100
Ortalama	3,6	4	3,6	3,3

Tablo 12.22'de Türkiye'deki sosyal ve kültürel yapı yurt dışında çalışma isteğini ne kadar etkilemektedir sorusuna katılımcıların yanıtları derlenmiştir. Göç etme isteğinde Türkiye'deki sosyal ve kültürel yapının 'etkili' ve 'çok etkili' olduğunu söyleyenlerin oranı %75'dir. Ortalama değer 4 ile 'etkili'dir.

Özellikle son yıllarda Türkiye'den girişimcilik yapmak ve teknoloji şirketlerinde çalışmak üzere gerçekleşen göçlerde başta ABD, İngiltere, Almanya ve diğer AB ülkeleri çekim bölgeleridir. Diğer taraftan Türkiye'de uygulanmakta olan Ar-Ge ve yenilikçilik politikaları ile

hem yurtdışına beyin göçünün engellenmesi için çaba sarf edilmekte hem de daha önce gidenler veya farkı ülke vatandaşları için çekici bir ekosistem oluşturulmaya çalışılmaktadır.

Tablo 12.22: İtme Koşulları: Sosyal ve Kültür Yapı

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Hiç Etkili Değil	30	2,9
Etkili Değil	71	6,8
Ne Etkili Ne Değil	164	15,7
Etkili	414	39,6
Çok Etkili	366	35
T2B (Etkili ve Çok Etkili)	780	74,6
B2B (Hiç Etkili Değil ve Etkili Değil)	101	9,7
Toplam	1045	100
Ortalama	4	

Bu yönde geliştirilen politikaların hedefini bularak; dış göçün mümkün olduğunca engellenmesi, gidenlerin bir kısmının geri dönerek orada kazanmış olduğu tecrübelerin ülkemize aktarılması, diğer yandan başka ülkelerden de yeteneklerin çekilmesinin sağlanması Türkiye'nin Ar-Ge ve yenilik alanındaki gelişimi açısından itici bir güç olacaktır.

Dış göç hususu nicel analize dayalı şekilde toplu olarak değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılabilmektedir;

- Ar-Ge çalışanlarının yurtdışında Türkiye'den daha başarılı olacağına ilişkin görüşleri değerlendirildiğinde katılımcıların yarısına yakını bu konuda pozitif düşünürken, yarısı ise olumsuz düşünmekle birlikte çekimser de kalmaktadır. Katılımcıların dış göç isteği ve güveni onların beşerî sermayesi ile de ilgilidir. Katılımcıların eğitim düzeyi ile yurtdışında başarılı olma düşüncesi doğru orantılıdır. Bu durumun diğer ilişkili olduğu faktör ise yaş ve cinsiyettir. Yurtdışında başarılı olacağına dair olumlu görüş erkeklerde ve genç yaş grubuna sahip katılımcılarda daha fazladır.
- Katılımcıların yurtdışında başarılı olacağını düşünmesi ve çalışmak istemesi ile aktif olarak iş araması arasında ters orantı vardır. Çünkü aktif olarak iş arayan katılımcıların iyi derecede yabancı dil bilmesi ve yetenekli-rekabetçi olma özelliğinin bulunması gerekmektedir. Hem yurtdışında yaşamak isteyen hem de aktif olarak iş arayan katılımcılar Türkiye'nin yenilik politikalarında negatif bir yönü barındırmaktadır. Çünkü bu özelliğe sahip Ar-Ge çalışanlarının yurtdışına gitme durumu yenilik politikalarında risk yaratacaktır.
- Ar-Ge çalışanlarının dış göçe eğilimli olması köken ülkedeki itme ve gidilecek ülkedeki çekme faktörlerine bağlıdır. Türkiye'deki itme faktörlerine bakıldığında ekonomik fırsatlar, eğitim olanakları, demokrasi ve adalet sistemi ile sosyal ve kültürel yapı ön plana çıkmaktadır.

- Ar-Ge çalışanları için çekim bölgeleri ise Amerika, İngiltere, Almanya ve diğer AB ülkeleridir. Bu ülkeler Ar-Ge çalışanlarına sundukları altyapı ve ekosistem ile birer çekim bölgesi oluşturmaktadır. Türkiye Ar-Ge ve yenilik politikaları katılımcıların yurtdışına iten faktörlerin engellenmesine çaba sarf etmekte ve verimli bir ekosistem yaratmaya çalışmaktadır. Özellikle yurtdışında çalışan katılımcıları edindikleri bilgi ve donanımlarla yeniden Türkiye'ye çekebilmek, yeniliğin gelişimi açısından önemli olacaktır.
- Girişimcilik ekosistemi yaklaşımlarına göre, girişimcilik ekosistemlerinin başarılı olması, formel ve informal kurumlar, devlet destek politikaları, kültürel faktörler, finansal kaynaklar, profesyonel hizmetler, talep/piyasa, liderlik, ağlar, yetenek ve altyapı gibi bir dizi faktöre bağlıdır (Cansız, Kurnaz ve Yavan, 2018; Yavan, Cansız ve Karanfil, 2023). Türkiye'nin yurtdışına göç eden ve göç etme eğilimi yüksek olan girişimcileri çekebilmek için bu faktörleri göz önünde bulundurarak güçlü bir bölgesel girişimcilik ekosistemi kurması çok kritik öneme sahiptir.

12.6 Dış Göç: Nitel Perspektif

Nitel araştırma kapsamında yenilikçi sınıfın yurt dışına göçle ilgili görüşleri alınmış olup cevaplar Şekil 12.6'da gösterilmiştir. Katılımcıların yaklaşık %60'ı göç etmek istediğini, %6'sı duruma göre göç edebileceğini düşünmektedir. Buna karşın göç etmek istemeyenlerin oranı sadece %24'tür. Bu oranlar fırsat bulunduğu Türkiye'nin yenilikçi sınıfından önemli bir potansiyeli kaybedebileceği anlamına gelmektedir.

Göç etmek istemeyenlerin istememe nedenlerinin başında; kültürel uyum sorunu, kurulu düzenin bozulmak istenmemesi, ülke sevgisi, göç edilecek ülkedeki güvensizlik ortamı ve ikinci sınıf vatandaş olma hissi ile bireysel kısıtlar gelmektedir. Göç, aynı zamanda bireylerin sahip olduğu sosyal sermayenin kaybını beraberinde getirebileceği için insanlar mevcut toplumsal ilişkilerini koruma eğilimindedir.

Milliyetçi duygular ve ülke sevgisi göç için engel oluşturmaktadır. Katılımcılar ülke kaynaklarının kullanılarak katma değer burada üretilmesi gerektiği üzerinde yoğunlaşmaktadır. Benzer şekilde kültürel, dini sebepler ve gidilecek ülkede ikinci sınıf vatandaş olma hissi nedenleriyle yurtdışında yaşayamayacağını ifade edenler de bulunmaktadır.

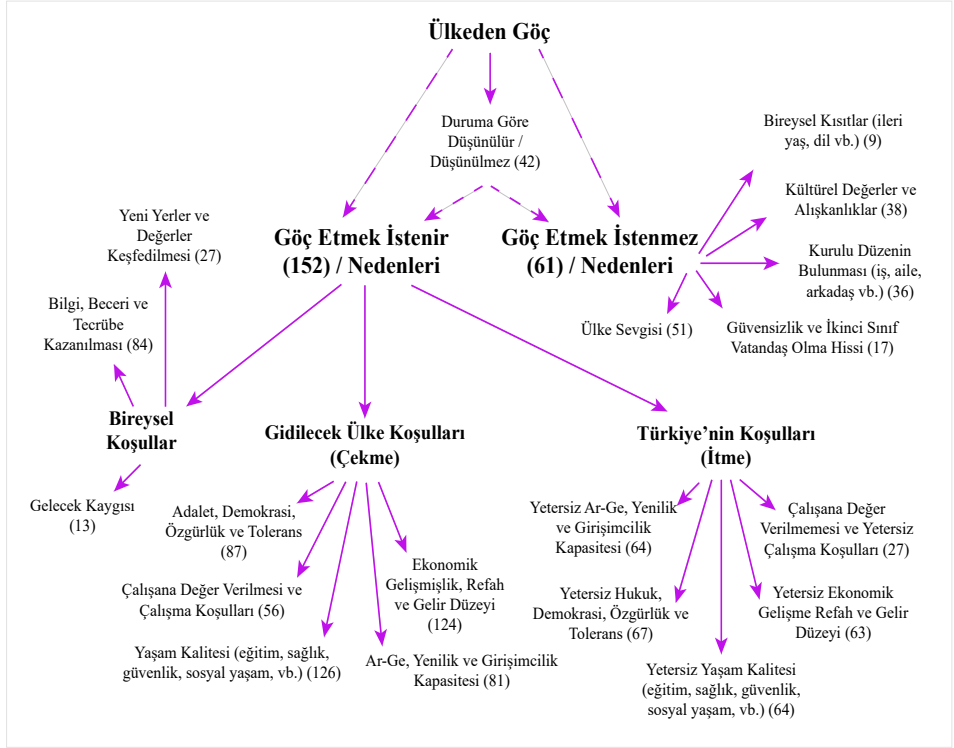
Ben beyin göçüne hep karşı olmuşumdur. Türkiye'ye katma değer katmak varken, ülkenin kaynaklarını kullanmak sonra birazcık kaçmak gibi oluyor. (İstanbul-513)

Kendi dünya görüşüm, kendi yaşantımla en rahat edebileceğim ülkenin Türkiye. (Bursa-1624)

Oradaki sosyal yaşama uyum sağlayamam. Dini sebepler olabilir. (Sakarya-1514)

Türk olduğunuzda size ooo süper demiyorlar. Birinci sınıf vatandaş değilsiniz. (İstanbul-37)

Şekil 12.6: Yenilikçi Sınıfın Dış Göç Eğilimi



Kurulu düzen, yaş ve dil bilme gibi bireysel kısıtlar yurtdışına göç etmeyi istemede önemli bariyerler olmaktadır. Özellikle daha ileriki yaşlarda kurulu düzeni bırakmak kolay olmamaktadır. Benzer şekilde gidilmesi düşünülen ülkenin dilinin bilinmesi veya en yaygın dil olan İngilizce bilmemek yenilikçi sınıf için göçü imkânsız hale getirmektedir.

Ailemi, arkadaşlarımı, sosyal çevremi bırakıp gidemem. (İzmir-1396)

Artık bu zor yani. Belki üniversiteden yeni mezun olsanız, yeni bir düzen kurmaya çalışsanız, olabilir insanlar belli bir düzeni olduğu anlar pek bozmak istemezler yani. (İstanbul-40)

Dil seviyem yetersiz. Sıkıntı yaşayacağımı düşünüyorum. (Eskişehir-1686)

Göç etmek isteyenlerin nedenleri üç başlık altında toplanmıştır. Bunlar; bireysel nedenler, Türkiye'nin itme koşulları ve gidilecek ülkelerin çekme koşullarıdır.

Bireysel nedenler içinde yenilikçi sınıfın karakteriyle çok uyumlu olan yeni yerler ve insanlar keşfetmek, gelişmiş teknolojiye sahip ülkelerde yetenek ve tecrübe edinebileceklerini düşünmeleri onlar için en önemli motivasyonları oluşturmaktadır. Gelişmiş ülkelerin onların ufkunu ve vizyonunu genişleteceği düşünülmektedir.

Teknolojideki yenilikler Türkiye dışında gerçekleşiyor. Orada çalışmak ve temaslarda bulunmak insana apayrı bir tecrübe katar, özgüven katar. (İstanbul-1306)

Farklı kültürlere dahil olmak istiyorum. Bambaşka yerleri keşfetmek, orada yaşamak, oranın kültürüne adapte olmak bunlar önemli şeyler. Bunu deneyimlemek isterdim. (İzmir-678)

Maddi ve manevi açıdan bana çok şey kazandıracağını düşünüyorum. (İzmir-695)

Diğer taraftan, yenilikçi sınıf, sahip olduğu nitelikler sayesinde farklı ülkelerde iş bulma ve rekabet etme şansına sahiptir. Bu nedenle, geleceğe dair kaygı yaşadıklarında, farklı ülkeleri her zaman bir alternatif olarak değerlendirebilmektedir.

İki kız çocuğum var. Onların hayatlarını kurtarmak için. (Denizli-932)

Göç etme durumunu etkileyecek hususlardan göç edilecek ülkenin koşulları (çekme) ve Türkiye'nin içinde bulunduğu koşullar (itme) aynı başlıklar altında ele alınmıştır. Katılımcıların itme ve çekme faktörlerine ilişkin görüşleri beş ayrı başlık haline getirilip incelenmiştir. Bunlar katılımcıların önem sırasına göre; (1) yaşam kalitesi, (2) ekonomik gelişmişlik ve refah düzeyi, (3) adalet, hukuk, demokrasi ve özgürlükler, (4) Ar-Ge, yenilik ve girişimcilik kapasitesi ve (5) çalışana değer ve çalışma koşullarıdır.

Katılımcıların çekme faktörlerine ilişkin görüşleri incelendiğinde ülkemizde kalınması için tüm düzeylerde politikalara ihtiyaç olduğu anlaşılmaktadır. Verilen görüşlerin odak noktasını yaşam kalitesi, ekonomi ve insan hakları oluşturmaktadır. Daha az katılımcı ise çalışana verilen değer ve gelişmiş teknolojiye odaklanmaktadır. İlk üç faktörle ilgili sorunların giderilmesi zaten diğerlerini de olumlu etkileyecektir.

Ülkelerin ekonomileri, değerleri, parasal yetenekleri, teknolojik kabiliyetleri, insanların ileri görüşlülüğü ve çağdaş uygarlık seviyesine çıkmışlığı diyebiliriz. (Manisa-1070)

Yurtdışında insanların sosyal anlamda daha iyi olduğunu düşündüğüm için isterim. Benim de ekonomik ve sosyal durumumun artacağını düşündüğüm için. Bana bağlı olarak aileme de katkı sağlayabileceğimi düşündüğüm için. (Kocaeli-2309)

Daha yüksek teknolojik alt yapısı olan bir yere gitmek isterim ve personele daha çok değer veriliyor hem maddi hem manevi olarak. Orada insana insan olarak bakılıyor ama burada insana işçi gözüyle bakılıyor. (İstanbul-1547)

Hukuğun adaletin işler bir durumda olması gereken bir yerde yaşamak, sıkıştığın zaman nereye gideceğini ne yapacağını ya da ne ile karşılaşacağını görmek gereken bir ülke olabilir. Hangi ülke olursa olsun yani insan olduğunu anlayacağın bir ülkede burada bizim ülkemizde insanın hiçbir değeri yok, eşyalar değerli biz hiçbir şey ifade etmiyoruz. (İstanbul-1702)

İnsan ve çalışan haklarına saygılı, doğaya ve hayvanlara saygılı bir yapısı olduğu için, farklı kültürlerden insanlara karşı eşit şartlar sunabildikleri için. (Antalya-1598)

Türkiye'nin koşullarına (itme) yönelik ifade edilenler çekme koşullarına göre daha dengeli bir dağılım içermekte olup her alanda yaklaşık eşit düzeyde memnuniyetsizlik ifade edilmiştir.

Türkiye'nin ekonomik durumu ve güven vermesi, mesela benim firmamın sabah beni göndermeyeceğine dair en ufak bir fikrim yok. Ülkeme güvenmiyorum. (Denizli-1715)

Suç oranının çok olması, hukuka ve adalete olan inancının tam olmaması, ekonomik şartların yetersiz olması, kültürel şartların yetersiz olması, eğitim düzeyinin çok düşük olması gibi sebepler. (Antalya-1598)

Tabii ki daha profesyonel çalışma hayatı olması, olanakların fazla olması sebebiyle. Türkiye ürün geliştiren ve teknoloji geliştiren bir yapıya sahip değil. Yine yaşam koşulları, hayat standartları yurt dışında çok daha yüksek. Tabii ki alınan maaşla da doğru orantılı yüksek bir hayat standardı elde edebilmek. Sosyal ve kültürel olanaklara zaman ayırabilmek ve bu olanakların bulunuyor olması. (Ankara-1516)

İlk başta ülkedeki yönetim şekli olsun insanların birbirine karşı hoşgörüsü, dinsel veya ırksal ayrımcılığın ciddi şekilde artması, suç oranının yüksek olması, ekonomik koşullarda buna dâhil birçok şey var. (İzmir-678)

Ülkemizde maalesef emeğin, bilginin, entelektüel sermayenin kıymeti yok. (Kocaeli-2142)

Ekonomik fırsatlar, yüksek teknoloji kapasitesi, yüksek refah düzeyine erişim gibi iş/gelir/ ücret odaklı bir motivasyon yerine yaratıcı sınıfın Florida'nın teorisine uygun biçimde yer/ mekâna dayalı yaşam kalitesi imkânları ile tolerans-adalet-demokrasi olarak tanımlayabileceğimiz mekâna özgü yumuşak faktörlerin etkisinin göç tercihleri ve lokasyon seçiminde çok önemli olduğu görülmektedir. Buna bir de yetenek, bilgi ve tecrübe gibi bireysellik ve liyakata dayalı meritokratik değerleri kattığımızda yaratıcı sınıfın beyin göçüne katılması ve ülkenin en yetenekli sınıfının giderek artan şekilde kaybedilmesi söz konusudur. Sonuç olarak yaratıcı sınıfın değerleri ile kentlerin/mekânın yaşam kalitesinin örtüştüğü aynı zamanda iş fırsatlarının bulunduğu koşullar yaratıcı sınıfın Türkiye'deki hareketliliğinde temel belirleyiciler olarak gözükmektedir.

12.7 Bölüm Sonu Değerlendirmesi

Yaratıcı sınıfın göç algısı toplumun diğer kesiminden farklıdır. Burada yaratıcı sınıfın göç etme durumu ya da daha iyi bir ifade ile hareketli olma durumu yaşam tarzları ile ilişkilidir. Yani yaratıcı sınıfın hareketliliğinin kaynağını işyeri seçiminden daha çok kentin sosyo-kültürel özellikleri ve yaşam tarzına yönelik seçimler oluşturmaktadır. O nedenle yaratıcı sınıf Florida'nın ifade ettiği gibi ilk olarak yaşayacakları mekânı/kenti seçerler,

daha sonra seçtikleri kentte kendilerine uygun olan işyerini seçmektedirler. Florida (2012) yaratıcı sınıfın bu tercihinde “yerin niteliği”nin temel faktör olduğunu ileri sürmektedir. Yerin niteliği üç bileşene sahiptir. Bunlar; yaratıcı sınıf için fiziksel ve yapısal çevrenin uygun olduğu ortam; etkileşimde bulunulacak olan çeşitli insanlar ve topluluklar ve sosyal-kültürel aktivitelerden oluşmaktadır. Bu açıdan bu üç bileşen (orada ne var, kim var ve neler oluyor) yaratıcı sınıfın hareketliliğini etkilemektedir. Bununla birlikte, yaratıcı sınıfın tercih edeceği ve yerleşeceği kent ya da bölgelerde refah artışının olacağı varsayımı da bulunmaktadır.

Florida’nın bu tezinden hareketle, Türkiye’deki yaratıcı sınıfın iş odaklı mı yoksa yaşam tarzına yönelik olarak mı göç ettiklerini ortaya koymak önem taşımaktadır. Yukarıda da ifade edildiği gibi literatürdeki bazı çalışmalar Florida’nın tezini yanlışlarken, bazıları ise yaşam tarzının göç etmede çok önemli bir faktör olduğunu ortaya koymuşlardır. Türkiye’deki yaratıcı sınıfın Florida’nın teorisine uygun mu yoksa tersi şekilde mi davrandığını anlayabilmek için iç göç ve dış göç isteklerine yönelik sorular sorulmuştur. İç göç iki şekilde ele alınmıştır. Bunlardan ilki, bireyin göç eğilimiyken diğeri ise politika aracı olarak teşvik sağlanmasıyla yüksek ücretli daha az gelişmiş bölgeye göç etme durumudur.

Yaratıcı sınıfın iç göç eğiliminde kentin etkisi iki yönlü olarak ortaya çıkmaktadır. Kentin büyüklüğü ve sahip olduğu olanaklar yaratıcı sınıfın tercih ettiği özellikler olmasına rağmen, kentin fiziksel koşulları, kalabalık, stres faktörleri yaratıcı sınıfı göçe eğilimli yapan özelliklerdir. Ancak kentin sahip olduğu üniversiteler, nitelikli çalışma koşulları, yenilik ekosistemine sahip olması, sosyal yaşam, tolerans ve özgürlükler nedeniyle yaratıcı sınıf büyük kentlerde kalmak istemekte ya da büyük kentlere göç etme eğilimi içerisinde bulunmaktadır. Bu açıdan kentin hem sosyal donatıları hem de yaratıcı ekosistemi besleyen unsurların varlığı yaratıcı sınıfın seçimini etkilemektedir ve Florida’nın teorisine de benzerlik göstermektedir. Yaratıcı sınıfın iç göç eğilimini etkileyen ikinci faktör işyeri ile ilgilidir. Yaratıcı sınıfın bir kısmı daha kurumsal ve yenilik kapasitesi yüksek olan firmalarda çalışmak istemeleri nedeniyle göçü düşünürken, bir kısmı ise iş ortamından ve aldıkları ücretlerden memnun oldukları için göç etme eğiliminde değildirler.

Bunların dışında iç göç eğilimini belirleyen diğer önemli konu bireyin sahip olduğu kişisel özellikleridir. Yenilikçi sınıfın bir kısmı yeniliklere açık olmaları nedeniyle farklı insanları, farklı kentleri deneyimlemek istemektedirler. Bazıları ise mevcut düzenini bozmak istememekte bu yüzden de hareketlilikleri sınırlı olmaktadır. Ekonomik fırsatlara bağlı olarak kentten çeper bölgelere ya da daha az gelişmiş bölgelere göç etme durumu değerlendirildiğinde ise, yaratıcı sınıfın yaklaşık yarısı göç etme durumunu reddetmiştir. Çünkü yaratıcı sınıf kentin yaşam standartının gelişmiş olması ve az gelişmiş bölgelerde yenilikçi bir ekosistemin gelişmesine karşı olumsuz düşünceleri nedeniyle, ücreti yüksek olmasına rağmen göç etme eğiliminde olmamaktadırlar. Bu durum gelişmiş bir kentin ve bu kentin içerisinde yer alan işyerinin sağladığı olanakların yaratıcı sınıf açısından ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Ar-Ge çalışanlarının 2019 itibarıyla ortalama

5000 TL aylık ücret aldıkları gözönüne alınırsa, yaşam tarzının maddiyatın önüne geçtiği çok net bir şekilde görülmektedir.

Yaratıcı sınıfın yurtdışına göç etme eğilimi ise yenilikçi yaratıcılığın gelişimini engelleyebilecek bir durumdur. Dünyanın gelişmiş ülkelerinde bölgelerin insan sermayesi ve yaratıcı sınıfı farklı milletlerden oluşmaktadır. Bu durum gelişmiş ülkelerin gelişmişliklerine katkı sunarken, göç eden kişilerin kendi ülkelerinin kalkınmasını olumsuz yönde etkilemektedir. Türkiye'deki yaratıcı sınıfın yaklaşık %60'ı gelişmiş ülkelere göç etmek istemektedir. Yurtdışına göç etme isteğini çeşitli faktörler etkilemektedir. Bu faktörlerin başında bireysel nedenler gelmektedir. Bireysel olarak yaratıcı sınıf yeni ve rekabetçi yerlerde çalışmak ve deneyim elde edebilecek ülkelere göç etme eğilimi taşırken, diğer yandan gelecek kaygısı yaşadıklarında yurtdışına göç durumu alternatif bir seçenek olarak bulunmaktadır. Göç etmek isteyen kişilerin beşerî sermayesi de önem taşımaktadır. Yaratıcı sınıfın yabancı dil bilgisine sahip olması yurtdışına göç eğilimini olumlu yönde destekleyen bir özelliktir. Bununla beraber yaratıcı sınıfın yurtdışına göç etme eğilimine deneyim ve tecrübelerinin katkısı olmamaktadır. Yaratıcı sınıfın sahip olduğu beşerî sermaye ve tecrübelerine bakıldığında büyük çoğunluğunun yurtdışı eğitim deneyimi bulunmadığı gibi, yurtdışında çalışma tecrübesine sahip olanların oranı da oldukça düşüktür. Bu durum bize Türkiye'deki yaratıcı sınıfın "Yeni Argonot" özelliğine sahip olmadığını göstermektedir. Çünkü Türkiye'deki yaratıcı sınıfın yurtdışında kazanılmış bilgi, eğitim ya da deneyimi transfer edebileceği bir sermayesi pek bulunmamaktadır. Bu açıdan Türkiye'deki yaratıcı sınıfın yurtdışına göç eğilimi daha çok "beyin göçü" şeklinde olacaktır.

Türkiye'deki yaratıcı sınıfı yurtdışına iten ve çeken önemli faktörlerin olduğu görülmektedir. Buna göre iten ve çeken faktörlerden ilk 3 sırayı yaşam kalitesi, ekonomik gelişmişlik ve refah düzeyi ile adalet, hukuk, demokrasi ve özgürlüklerin aldığı görülmektedir. İş koşullarından ziyade tolerans, demokrasi, yaşam kalitesi gibi özelliklerin yaratıcı sınıf için önemli olması, beyin göçünü hızlandıran faktörleri ortaya çıkarmaktadır. Türkiye'de bu üç faktörün iyileşmesi yaratıcı sınıfın ülke içinde kalmasını sağlayacaktır. Türkiye'de yaratıcı sınıfın iç-dış göç eğiliminin Florida'nın teorisine kısmen uygun bir biçimde işlediği görülmektedir. Çünkü Türkiye'deki yaratıcı sınıf hipermobil insanlardan oluşmamaktadır. Göç etme eğilimleri tamamen yaşam koşulları ile ilgilidir. Bu nedenle yaratıcı sınıf kendileri için yaşamaya uygun yerlerde kalıcı olma özelliği gösterirken, diğerleri sahip oldukları yaşam koşullarını iyileştirmek için göç etme eğiliminde olmaktadır. Diğer taraftan göç etme eğiliminde olan yaratıcı sınıfın ise firmaları ya da işleri takip etmesinin aksine, yaşam biçimine uygun yerlere hareket etmesi Florida'nın teziyle uyumlu olduğunu göstermektedir. Son olarak, yaratıcı sınıfın sahip olduğu beşerî, kültürel ve sosyal sermayelerin iç ve dış göçü biçimlendirdiğini de söylemek mümkündür. Özellikle yurtdışına göç etme eğilimine sahip olanların en azından beşerî sermayeye sahip olduğu görülmektedir. Ayrıca köken ülkenin sağladığı tolerans, adalet ve demokrasi gibi mekâna dayalı yumuşak faktörlerin de yaratıcı sınıfı diğer ülkelere çeken özellikler olduğu dikkati çekmektedir ve bu özellikler Türkiye'deki yaratıcı sınıfın kaybına da yol açabilmektedir.

Öte yandan Türkiye’de yaratıcı sınıfın göçü konusunda uygulanacak bir politika hedefi yalnızca beyin göçünü “önlemek” sığlığına sıkıştırılmamalıdır. Daha gerçekçi bir politika tasarımı, yenilikçi sınıfın ülke içinde kalmasını özendirmenin yanısıra, gidenlerle üretken ağları sürdürmeyi, geri dönüş kanallarını açık tutmayı ve uluslararası deneyimi ülkeye bilgi transferi olarak taşıyacak beyin sirkülasyonu/dolaşımı mekânizmalarını geliştirmeyi sağlamalıdır. Böyle bir yaklaşım, göçü tek yönlü ve statik bir kayıp yerine, dinamik bir mekânsal “mobilité/hareketlilik” süreci olarak kavramayı ve yönetilebilir bir “yetenek dolaşımı” meselesi şeklinde ele almayı gerektirir. Dolayısıyla içinde yaşadığımız dijital çağda uygulanacak yetenek politikaları, yaratıcı sınıfı yalnızca ülkeye çekme ve elde tutma odağının ötesine geçerek bu kitlenin küresel ölçekteki dinamik “dolaşımını yönetme” düzeyine evrilmelidir.



13

13. TOPLUMSAL CİNSİYET

Florida (2002a) yaratıcı sınıf teorisinde toplumsal cinsiyet üzerine herhangi bir açıklamada bulunmamıştır. Florida'nın kuramını test eden birçok ampirik çalışmada da cinsiyet meselesi ele alınmamıştır. Yaratıcı sınıf ve toplumsal cinsiyet ilişkisi üzerine tek istisnai çalışma -ki o da kısmen- Mayer vd. (2007) tarafından yapılmıştır. Ancak Florida (2012) kitabını ve kuramını revize ettiği 2012 yılında bu eksikliğin farkına vararak teorisine değil fakat yaratıcı sınıfın analiz edilmesine kadın ve cinsiyet perspektifini dahil etmiştir (Florida, 2011, 2012). Cinsiyet açığını kapatmak, kadınların iktisadi faaliyet alanını genişletme, kullanılmayan insan kaynağı potansiyelini aktive etmek, yeni iş sahaları açmak, kadın yaratıcılığını mobilize etmek ve kadınları Ar-Ge, inovasyon ve teknolojik girişimcilik konusunda teşvik etmek açısından toplumsal cinsiyet boyutu çok önemlidir.

Florida (2011) kadınların yaratıcı sınıf içinde giderek önem kazandığı, günümüzde ABD'de bilgiye dayalı yaratıcı ekonomilerde işgücünün yarısından biraz fazlasını kadınların oluşturduğunu, kadınların yaratıcı mesleklerin dördünde erkeklerden açık ara önde olduğunu (%52), sağlık gibi yaratıcı sektörlerde çalışanların 2/3'ünü oluşturduğunu, eğitimde 7/10'unu, hukuksal işlerde ise %54'ünü kadınların meydana getirdiğini ifade etmektedir. Buna karşın yöneticilikle ilgili yaratıcı işlerde kadınların payı %40, bilgisayar ve matematik gibi yaratıcı mesleklerde ise %30 paya sahiptir. Mimarlık ve mühendislikte ise kadınların bu payı %15'e gerilemektedir.

Ancak Florida (2011) kadınların yukarıdaki yaratıcı mesleklerde göstermiş olduğu son derece başarılı performansa rağmen, aldıkları ücret konusunda eşitsizliğe maruz kalmakta olduklarını belirtmektedir. Çünkü yaratıcı sınıftaki kadınlar erkeklerden %50 daha az kazanmaktayken, yaratıcı sınıftaki bir erkek aynı işi yapan kadından %70 daha fazla kazanmaktadır. Bu durum kadınların çoğunluğu oluşturduğu mesleklerde çok daha bariz ve eşitsizdir. Örneğin hukuk alanında çalışan bir yaratıcı sınıftan erkek yıllık 138 bin dolar kazanırken, kadın yıllık sadece 66 bin dolar kazanabilmektedir.

Florida (2011) yaratıcı sınıftaki kadın-erkek eşitliğinin coğrafi olarak da büyük farklılıklar gösterdiğini belirtmektedir. Buna göre örneğin bazı eyaletlerde (DC, MA ve NY) yaratıcı kadınlar hem daha yoğun hem de daha fazla kazanırken, ortabatı ve güney eyaletlerde ise yaratıcı kadınların hem oranı hem de kazancı düşmektedir. Son olarak Florida yaratıcı sınıftaki kadınların diğer sınıflardaki kadınlara göre daha yüksek ücret kazandığını ancak daha uzun ve fazla çalıştığını da not etmektedir.

Türkiye'de Ar-Ge insan kaynağı 2018 yılı itibariyle 290 bindir ve bunun 103 bini (%36) kadındır. TZE kriterine göre ise kadının payı (172 binin 54 bini) %31'dir. 2006 yılında 105 bin Ar-Ge personelinin 35 bini kadındı (%33). Bu sözkonusu dönemde Ar-Ge'de çalışan kadın sayısı 2 kat artarken toplamdaki payı sadece 3 puan artış göstermiştir. Oysa aynı dönemde 2006-2018 döneminde kadının işgücüne katılımı %24'ten %34'e, istihdam oranı ise %21'den %29'a çıkmasına rağmen, AB ülkelerinde bu oran kadınlar için sıra-

sayı %52 ve %47'dir. Kadının işgücüne katılımı ve istihdam oranı sözkonusu dönemde yaklaşık 10 puan artarken, en önemli artış hizmet sektöründen gelmiştir. Nitekim hizmet sektöründe kadının payı 2005'te %37 iken, 2017'de %55'e yükselmiştir. Hizmet sektörü içinde bulunan bilgi ve iletişim teknolojileri sektöründe çalışanların oranı ise bu dönemde 34 binden 65 bine çıkmıştır ki bu sözkonusu dönemde %91'lik artışa denk gelmektedir.

Ülkemizde Ar-Ge çalışanları arasında kadınların oranını gün geçtikçe artmasına rağmen, halâ gelişmiş ülke ortalamalarının gerisinde bulunmaktadır. Ar-Ge ve yenilik alanında kadın dokunuşunun önemli yenilikler sağlayacağı konusunda çeşitli görüşler literatürde tartışılmaktadır. Gerek yenilik gerekse girişimcilik alanlarına daha fazla kadın oyuncunun dahil olması Türkiye yenilik ekosistemine önemli katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmada Ar-Ge çalışanlarının toplumsal cinsiyet eğilimleri nicel ve nitel olmak üzere iki boyutta analiz edilmiştir. Bu bağlamda ilk bölümde yenilikçi sınıfın toplumsal cinsiyete bakış açısı nicel verilerle irdelenirken, ikinci bölümde yenilikçi sınıfın çalışma hayatındaki toplumsal cinsiyet eşitliğine dair deneyimleri ile yaşayıp çalıştığı mekânların toplumsal cinsiyete olan etkisi nitel olarak derinlemesine analiz edilmektedir.

13.1 Ar-Ge Çalışanlarının Toplumsal Cinsiyet Yaklaşımları: Nicel Analiz

Gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye eğitim, sağlık, kültür, adalet ve insan hakları konusunda son yıllarda önemli ilerlemeler kaydetmiştir. Bu kapsamda kadınların toplum içindeki konum ve değerinin artması son derece önemlidir.

Nitekim Türkiye, İnsani Gelişme Endeksi'nde, 0,806'lık değerle 189 ülke ve bölge arasında 59'uncu sırada yer almıştır. Türkiye insani gelişme kategorisindeyken ilk kez "en yüksek insani gelişme" kategorisinde yer almıştır. Türkiye, bir önceki listede 64'üncü olmuş ve "yüksek insani gelişme" kategorisinde yer almıştı. İnsani gelişmedeki ilerlemenin ölçütü olan endekste, Türkiye son 28 yılda önemli bir gelişim göstermiştir Türkiye'nin 1990'da 0,579 olarak hesaplanan endeks değeri, geçen yıl 0,806'ya çıkarak toplamda yüzde 39,4'lük artış göstermiştir (UNDP, 2019). Tüm bu ilerlemeler Türkiye'nin hedeflerinin altında yer almaktadır.

Türkiye'de kadınların iş gücüne katılım oranları AB ve OECD ülke ortalamalarının altındadır. Bunun çeşitli nedenleri olmakla beraber kadın çalışan sayısı ve oranı Türkiye'de artma eğilimindedir.

Çalışma kapsamında yenilikçi sınıf açısından çalışma hayatında toplumsal cinsiyet eşitliği irdelenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda işe giriş, işteki davranış, terfi ve yöneticilik ve iş yapma biçimine ilişkin konularda Ar-Ge çalışanlarının görüşleri alınmış ve tablolar halinde aşağıda özetlenmiştir.

Tablo 13.1'de mevcut iş yerinde kadınlarla erkeklere eşit davranılmasına ilişkin nicel araştırmadan elde edilen 1.352 ankete verilen cevapların dağılımı verilmiştir. Ar-Ge

çalışanlarının %85,7'si 'katılıyorum' ve 'kesinlikle katılıyorum' görüşünde iken %5,8'lik bir kesim 'katılmıyorum' ve 'kesinlikle katılmıyorum' cevabını vermişlerdir. Çalışanların %8,5'i ise 'ne katılıyorum ne katılmıyorum' cevabını verirken ortalama değer 4,3 olarak 'katılıyorum'a yakınsamaktadır.

Tablo 13.1: İş Yerinde Kadınlarla Erkeklerle Eşit Davranılmakta

Görüş	Toplam Değer	Yüzde (%)	Kadın Değer	Yüzde (%)	Erkek Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	35	2,6	6	2,0	29	2,8
Katılmıyorum	43	3,2	11	3,7	32	3
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	115	8,5	30	10,0	85	8,1
Katılıyorum	464	34,3	102	34,1	362	34,4
Kesinlikle Katılıyorum	695	51,4	150	50,2	545	51,8
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	1159	85,7	252	84,3	907	86,1
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	78	5,8	17	5,7	61	5,8
Toplam	1352	100	299	100	1053	100
Ortalama	4,3		4,3		4,3	

Erkek ve kadınların verdiği görüşler karşılaştırmalı olarak incelendiğinde önemli bir farklılık görülmemektedir. Kadınların ortalama değerinin de 4,3 olması verilen cevapların inandırıcılığını artırmakta ve gerçekliğin doğasına yakınlaşılması açısından önemli görülmektedir.

İş yerinde kadın ve erkeklerle eşit davranılıp davranılmadığına ilişkin soruya verilen cevapların mekânsal farklılıkları Tablo 13.2'da gösterilmektedir. İl grupları açısından kadın ve erkeklerle en eşit davranan iller 4,4 ortalama puan ile İstanbul, Ankara ve İzmir'den oluşan büyük kentlerdir. Bunu sırasıyla hinterlandlar (4,2) ve yeni sanayi odakları (4,1) izlemektedir. Yeni sanayi odaklarının detayları incelendiğinde ise Denizli, Kayseri ve Konya illerinin ortalama puanı 4,3 iken Eskişehir, Antalya ve Mersin'den oluşan grubun ortalama puanı ise 4'tür.

Firma konumu açısından da farklılıklar görülmektedir. Toplumsal cinsiyet açısından en eşitlikçi olduğu düşünülen firmalar 4,4 ortalama puan ile teknoparklarda faaliyet göstermektedir. Teknoparkları sırasıyla kent merkezindeki (4,3) ve OSB'ler ve kent çevresindeki (4,2) firmalar izlemektedirler.

Tablo 13.2: İş Yerinde Kadınlarla Erkeklerle Eşit Davranılmakta Önermesinin Mekânsal Dağılımı

Genel Ort.	İl Grupları			Firmanın Konumu			
	Metropol	Hinterland	Yeni Sanayi Odakları	OSB	Teknopark	Kent Merkezi	Kent Çevresi
4,3	4,4	4,2	4,1	4,2	4,4	4,3	4,2
Metropol: İstanbul, Ankara ve İzmir. Hinterland: Tekirdağ Kocaeli Sakarya Bursa Manisa. Yeni Sanayi Odakları: Denizli, Kayseri, Konya, Eskişehir, Antalya, Mersin							

Tablo 13.3'te mevcut iş yerinde kadın terfi almak için erkekten daha iyi performans göstermek zorunda mı sorusuna ilişkin verilen cevapların dağılımı verilmiştir. Ar-Ge çalışanlarının %74'ü 'katılmıyorum' ve 'kesinlikle katılmıyorum' görüşünde iken %5,2'lik bir kesim 'katılıyorum' ve 'kesinlikle katılıyorum' cevabını vermişlerdir. Çalışanların %10,9'u ise 'ne katılıyorum ne katılmıyorum' cevabını verirken ortalama değer 2 olarak 'katılmıyorum'a karşılık gelmektedir. Konuya ilişkin kadın ve erkeklerin görüşleri bir miktar farklılaşmakta olup kadınlar az bir farkla (0,2 puan) negatif tarafta yer almaktadır.

Tablo 13.3: Kadın Terfi Almak İçin Erkekten Daha İyi Performans Göstermek Zorunda

Görüş	Genel Değer	Yüzde (%)	Kadın Değer	Yüzde (%)	Erkek Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	569	42,1	107	35,8	462	43,9
Katılmıyorum	431	31,9	108	36,1	323	30,7
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	147	10,9	29	9,7	118	11,2
Katılıyorum	139	10,3	33	11	106	10,1
Kesinlikle Katılıyorum	66	4,9	22	7,4	44	4,2
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	205	15,2	55	18,4	150	14,2
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	1000	74,0	215	71,9	785	74,5
Toplam	1352	100	299	100	1053	100
Ortalama	2		2,2		2	

Tablo 13.4'te firma tipi ve il gruplarına göre kadının ve erkeğin performans karşılaştırmasına ilişkin görüşler derlenmiştir. En düşük ortalama 1,9 ile büyük kentlerde görülmekte olup diğer iki grup eşit düzeyde ve ortalama puanları 2,2'dir. Firma tiplerine bakıldığında ise teknopark firmaları 1,9 ortalama puan ile 'katılmıyorum'a yakınsamaktadır. Teknopark firmalarını, tasarım merkezleri ve sonrasında Ar-Ge merkezleri takip etmektedir.

Tablo 13.4: Kadın Terfi Almak İçin Erkekten Daha İyi Performans Göstermek Zorunda Olması Konusunda Kent ve Firma Tipine Göre Değişim

Genel Ort.	İl Grupları			Firmanın Konumu		
	Metropol	Hinterland	Yeni Sanayi Odakları	Ar-Ge Merkezi	Teknopark Firması	Tasarım Merkezi
2	1,9	2,2	2,2	2,2	1,9	2
Metropol: İstanbul, Ankara ve İzmir. Hinterland: Tekirdağ Kocaeli Sakarya Bursa Manisa. Yeni Sanayi Odakları: Denizli, Kayseri, Konya, Eskişehir, Antalya, Mersin						

Tablo 13.5’te mevcut iş yerinde aynı işe girebilmek için erkeklerin kadınlardan daha fazla şansa sahip olup olmadıkları sorusuna ilişkin verilen cevapların dağılımı verilmiştir. Ar-Ge çalışanlarının %63’ü ‘katılmıyorum’ ve ‘kesinlikle katılmıyorum’ görüşünde iken %2,6’lık bir kesim ‘katılıyorum’ ve ‘kesinlikle katılıyorum’ cevabını vermişlerdir. Çalışanların %14’i ise ‘ne katılıyorum ne katılmıyorum’ cevabını verirken ortalama değer 2,3 olarak ‘katılmıyorum’a yakınsamaktadır. Konuya ilişkin kadın ve erkeklerin görüşleri bir miktar farklılaşmakta olup kadınlar çok az farkla (0,1 puan) pozitif tarafta yer almaktadır.

Tablo 13.5: Aynı İşe Girebilmek İçin Erkek Kadından Daha Fazla Şansa Sahip

Görüş	Genel Değer	Yüzde (%)	Kadın Değer	Yüzde (%)	Erkek Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	477	35,3	103	34,4	374	35,5
Katılmıyorum	379	28	106	35,5	273	25,9
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	190	14,1	31	10,4	159	15,1
Katılıyorum	224	16,6	38	12,7	186	17,7
Kesinlikle Katılıyorum	82	6,1	21	7	61	5,8
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	306	22,6	59	19,7	247	23,5
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	856	63,3	209	69,9	647	61,4
Toplam	1352	100	299	100	1053	100
Ortalama	2,3		2,2		2,3	

Tablo 13.6’da aynı işe girebilmek için erkek kadından daha fazla şansa sahip ifadesine verilen görüşlerin anlamlı farklılık yaratan değişkenler itibarıyla verileri gösterilmektedir. Metropollerde çalışan Ar-Ge çalışanları en düşük puanı vererek (2,2) ortalamanın altında olarak erkeklerin kadınlardan daha fazla şansa sahip olduklarını en az düşünen grubu oluşturmaktadır. En yüksek değer ise yeni sanayi odaklarında olup buradaki ortalamayı ise Denizli, Kayseri ve Konya (2,7) illeri artırmaktadır. Aynı işi alabilmek için erkeklerin

kadınlardan daha şanslı olduğunu en fazla düşünen grup OSB’lerde ve kent çevresinde faaliyet gösteren firmalarda (2,5) olup bunları kent merkezi (2,3) ve teknopark firmaları (2,2) izlemektedir.

Tablo 13.6: Aynı İşe Girebilmek İçin Erkek Kadından Daha Fazla Şansa Sahip Önermesinin Mekânsal Dağılımı

Genel Ort.	İl Grupları			Firmanın Konumu			
	Metropol	Hinterland	Yeni Sanayi Odakları	OSB	Teknopark	Kent Merkezi	Kent Çevresi
2,3	2,2	2,4	2,5	2,5	2,2	2,3	2,5

Metropol: İstanbul, Ankara ve İzmir. **Hinterland:** Tekirdağ Kocaeli Sakarya Bursa Manisa.

Yeni Sanayi Odakları: Denizli, Kayseri, Konya, Eskişehir, Antalya, Mersin

Tablo 13.7’de mevcut iş yerinde kadın ve erkek yöneticilik için eşit derecede uygundurlar ifadesine ilişkin verilen cevapların dağılımı verilmiştir. Ar-Ge çalışanlarının %82’si ‘katılıyorum’ ve ‘kesinlikle katılıyorum’ görüşünde iken %7,8’lik bir kesim ‘katılmıyorum’ ve ‘kesinlikle katılmıyorum’ cevabını vermişlerdir. Çalışanların %10,1’i ise ‘ne katılıyorum ne katılmıyorum’ cevabını verirken ortalama değer 4,2 olarak ‘katılıyorum’a yakınsamaktadır. Konuya ilişkin kadın ve erkeklerin görüşleri bir miktar farklılaşmakta olup erkekler biraz daha (0,3 puan) negatif tarafta yer almaktadır.

Tablo 13.7: Kadın ve Erkek Yöneticilik İçin Eşit Derecede Uygundurlar

Görüş	Genel Değer	Yüzde (%)	Kadın Değer	Yüzde (%)	Erkek Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	35	2,6	1	0,3	34	3,2
Katılmıyorum	71	5,3	9	3	62	5,9
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	135	10,1	18	6,1	117	11,1
Katılıyorum	460	34	100	33,4	360	34,2
Kesinlikle Katılıyorum	651	48,2	171	57,2	480	45,6
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	1111	82,2	271	90,6	840	79,8
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	106	7,8	10	3,3	96	9,1
Toplam	1352	100	299	100	1053	100
Ortalama	4,2		4,4		4,1	

Tablo 13.8’de mevcut iş yerinde kadın ve erkek aynı işi eşit ölçüde gerçekleştirir ifadesine ilişkin verilen cevapların dağılımı verilmiştir. Ar-Ge çalışanlarının %79’u ‘katılıyorum’ ve ‘kesinlikle katılıyorum’ görüşünde iken %9,2’lik bir kesim ‘katılmıyorum’ ve ‘kesinlikle

katılmıyorum' cevabını vermişlerdir. Çalışanların %12,2'si ise 'ne katılıyorum ne katılmıyorum' cevabını verirken ortalama değer 4,1 olarak 'katılıyorum'a yakınsamaktadır. Konuya ilişkin kadın ve erkeklerin görüşleri bir miktar farklılaşmakta olup erkekler biraz daha (0,2 puan) negatif tarafta yer almaktadır.

Tablo 13.8: Kadın ve Erkek Aynı İşi Eşit Ölçüde Gerçekleştirir

Görüş	Genel Değer	Yüzde (%)	Kadın Değer	Yüzde (%)	Erkek Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	41	3	6	2	35	3,3
Katılmıyorum	83	6,1	11	3,7	72	6,8
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	165	12,2	34	11,4	131	12,4
Katılıyorum	463	34,2	91	30,4	372	35,3
Kesinlikle Katılıyorum	600	44,4	157	52,5	443	42,1
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	1063	78,6	248	82,9	815	77,4
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	124	9,2	17	5,7	107	10,2
Toplam	1352	100	299	100	1053	100
Ortalama	4,1		4,3		4,1	

Tablo 13.9'da bir kadının erkek ile bir işi eşit ölçüde gerçekleştirebileceğine ilişkin görüşlerin mekânsal dağılımı verilmiştir. Bu görüşe olan düşünce ve inancın en düşük olduğu bölgeler yeni sanayi odaklarıdır. Yeni sanayi odaklarında Denizli, Kayseri ve Konya 3,7 ortalama değer ile bu alandaki ortalamayı 3,9'a çekmektedir. Benzer şekilde kadınlar ve erkeklerin bir işi aynı şekilde yapacağını daha güçlü bir şekilde düşünenler kent merkezinde çalışanlar olup (4,3 ortalama puan) bunu teknoparklar izlemektedir (4,2).

Tablo 13.9: Kadın ve Erkek Aynı İşi Eşit Ölçüde Gerçekleştirir Önermesinin Mekânsal Dağılımı

Genel Ort.	İl Grupları			Firmanın Konumu			
	Metropol	Hinterland	Yeni Sanayi Odakları	OSB	Teknopark	Kent Merkezi	Kent Çevresi
4,2	4,2	4,1	3,9	4	4,2	4,3	4,1
Metropol: İstanbul, Ankara ve İzmir. Hinterland: Tekirdağ Kocaeli Sakarya Bursa Manisa. Yeni Sanayi Odakları: Denizli, Kayseri, Konya, Eskişehir, Antalya, Mersin							

Toplumsal cinsiyet hususu nicel analize dayalı şekilde toplu olarak değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılabilmektedir;

- Ar-Ge çalışanları açısından çalışma hayatındaki kadın erkek eşitliği çerçevesinde bir sorun ve ayrıştırıcı bakış açısı farklılıkları gözükmemektedir. Ancak kadınların

erkeklerle kıyasla aynı işe ulaşmada daha az şansa sahip olduğunun düşünülmesi, literatürde sıklıkla “cam tavan sendromu” ve “toplumsal cinsiyet körlüğü” bağlamında incelenmiştir (Cotter vd., 2001). Özellikle erkeklerin kadınlardan daha fazla avantajlı olduğu algısının yüksek olduğu OSB’ler ve kent çevresinde sanayi bölgeleri iş gücünde ataerkil yapının güçlü olduğu alanlarla örtüşmektedir.

- Türkiye’de Ar-Ge firmalarının toplumsal cinsiyet açısından diğer firmalardan ayrıştığını ifade etmek yanlış olmayacaktır. Çalışılan konunun Ar-Ge ve yenilik olması, Ar-Ge ve yenilikçilik konularda aktif olan firma sahiplerinin bilinç düzeyinin yüksekliği ile yenilikçi sınıfın beşerî, sosyal ve kültürel sermaye kapasitesine bağlı olarak bu alandaki ortalama değerlerin genel sanayi ve iş dünyasına göre daha yüksek olması beklenmektedir.
- Genel olarak toplumsal cinsiyet eşitliği konularındaki gelişmişlik düzeyi kentlerin, bölgelerin ve firmaların yenilik ve gelişmişlik kapasitesiyle doğru orantılıdır.
- Kent merkezi ve teknopark firmalarındaki kadın ve erkeğin iş hayatındaki konumuna yönelik eşitlikçi algının daha güçlü ve pozitif olduğu görülmektedir.

13.2 Ar-Ge Çalışanlarının İş Hayatında Toplumsal Cinsiyet: Nitel Perspektif

Ar-Ge çalışanlarının; toplumsal cinsiyet eşitliği, kadın çalışanlara bakışı, iş yerinin, iş yeri bölgesinin ve kentin kadınların çalışmasına etkisi konularında görüşlerin alınması amacıyla çalışmanın başlangıcında yapılan nitel araştırma tasarımı Şekil 13.1’de ve Şekil 13.2’de gösterilmektedir.

Şekil 13.1: Çalışma Hayatında Toplumsal Cinsiyet: Nitel Tasarım



Şekil 13.2: Toplumsal Cinsiyete İlişkin Kodların Genel Dağılımı

Kod Sistemi	Ankara	İstanbul	İzmir	Kocaeli	Bursa	Tekirdağ	Sakarya	Manisa	Konya	Kayseri	Denizli	Mersin	Eskişehir	Antalya	TOPLAM
ANALİZ KODLAR															0
Toplumsal Cinsiyet Eşitliği (Çalışma Hayatı)															0
çalışma hayatında toplumsal cinsiyet eşitliği-geçmiş deneyimler															0
bilgi ve deneyim olmaması															6
olumlu deneyim															158
olumsuz deneyim															145
iş yerinde toplumsal cinsiyet eşitliği															0
iş yerinde toplumsal cinsiyet eşitliği															5
bilgi ve/veya deneyim olmaması															262
olumlu															94
olumsuz															38
iş yeri bölgesinde toplumsal cinsiyet eşitliği															133
bilgi ve/veya deneyim yok															0
olumlu															67
olumsuz															0
kentte toplumsal cinsiyet eşitliği															25
bilgi ve/veya deneyim yok															114
olumlu															124
olumsuz															0
çalışma hayatında toplumsal cinsiyet eşitliği var mı															121
evet															95
hayır															35
kısmen															0
eşit olma/olmama nedenleri, nasıl olmalı															156
eşit olma nedenleri															272
eşit olmama nedenleri															198
eşitlik nasıl olmalı															103
TOPLAM	273	426	181	162	167	89	86	87	102	90	93	90	99	103	2.048

13.3 Çalışma Hayatına İlişkin Deneyimler

Türkiye'deki Ar-Ge çalışanlarının çalışma hayatındaki toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin düşüncelerine dair görüşler Şekil 13.3'de gösterilmektedir. Bu şekil Ar-Ge çalışanlarının geçmiş firma deneyimlerini göstermektedir. Mülakatın yapıldığı tarihte çalıştıkları firma ortamına yönelik inceleme ise bir sonraki başlıkta yapılacaktır.

Şekil 13.3'de görüşler; bilgi ve deneyimin bulunmaması, olumlu deneyim ve olumsuz deneyim olmak üzere üç başlıkta toplanmıştır. İş hayatında tecrübesi fazla olmayan Ar-Ge çalışanlarının bu konuda görüşleri bulunmamaktadır. Diğer taraftan olumlu ve olumsuz deneyimlerin sayısının hemen hemen yakın olduğu, hatta olumlu deneyimlerin çok az farkla daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çalışma hayatına ilişkin deneyimler incelendiğinde Şekil 13.3'e göre bu alandaki olumsuz deneyimleri; kadın çalışanların tercih edilmemesi, erkekler ile kadınlar arasında aynı konumlarda bile ayrımcılık yapılması ve erkek egemen ortam olarak sıralanmıştır. Olumlu deneyimlerde ise kadınlara pozitif ayrımcılık, kadınların başarısı ve yetenek ile rekabetin önemszenmesi ve ayrımcılık yapılmaması sıralanmıştır.

Bu alandaki ilk önemli tespit; firmaların Ar-Ge ve yenilikçilik faaliyetlerine yöneldikçe daha yenilikçi ortamlar yaratmakta oldukları ve bunun da toplumsal cinsiyete olumlu yansımaları olduğudur. Yenilikçi ortamların oluşturulması hem bireysel hem de organizasyonel düzeyde çeşitliliği ve yaratıcılığı artırır.

Cinsiyetin önemsiz olduğu durumlara en çok yakınsayan özellik rekabet olarak karşımıza çıkmaktadır. Rekabet yetenekleri önemsendiğinde; kimin neyi nasıl yaptığı, verimlilik, yenilik ve firmaya katkıya bakıldığı için firmalar kurumsallaştıkça ve yenilikçi ortamları geliştikçe kadın-erkek gibi cinsiyetçi bir yaklaşımdan ziyade çalışanları birey olarak algılama eğilimi ön plana çıkmaktadır. Bir alanda rekabetçi olabilmenin yetenek setiyle ilgili olması nedeniyle kadın veya erkek olunmasından ziyade bireyin iş yapma kapasitesiyle ilgilenilmektedir.

Teknoloji alanında yazılım işinde pozisyonunun ne olduğu, hangi kültürden geldiği, dünyaya yönelik bakış açısının ne olduğu, cinsiyetinin de hiçbir önemi yok. (İstanbul-106)

Diğer taraftan yöneticilik ve teknik anlamda kadınların erkeklere kıyasla önemli avantajları bulunmaktadır. Ancak çeşitli ilişkiler ve toplumsal roller açısından tercihler erkeklerden yana olabilmektedir.

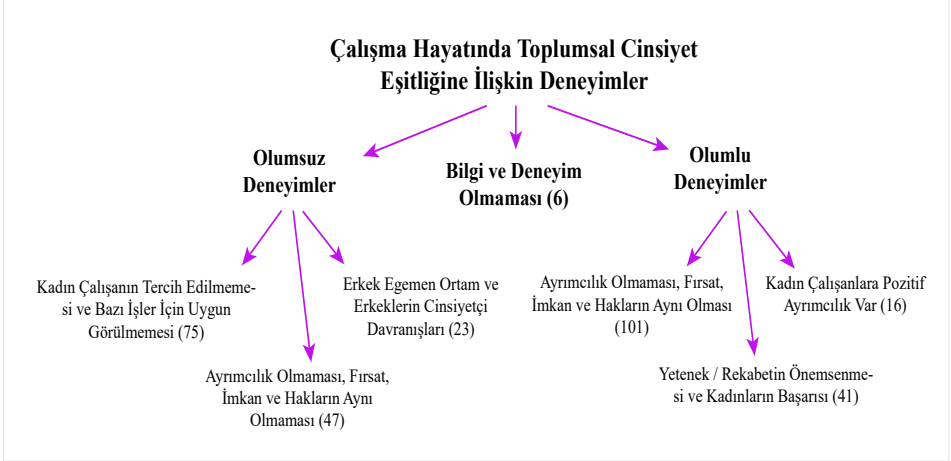
Kadınlar iş konusunda duygusal değiller, daha iyi gözlemciler ve belki daha iyi yönetici bile olabilirler. Erkeklerde abhap çavuş ilişkisi daha fazla oluyor. (Eskişehir-1739)

Çalışma koşulları olarak baktığımızda eğer kadınlar o pozisyona gelebilmişlerse genelde eşitler. Yöneticilik kapasiteleri konusunda da problem yok. Genelde

daha hoş görülü ve esnek oldukları için, erkek yöneticilere göre daha başarılılar. (Bursa-1416)

Kadınların daha analitik olduklarını ve risk değerlendirmesini daha doğru yaptıklarını düşünüyorum. Bir de daha titiz iş yapıyorlar. (İzmir-111)

Şekil 13.3: Çalışma Hayatında Cinsiyet Eşitliğine İlişkin Deneyimler



Rekabetin yanında çalışanlara ya da potansiyel çalışanlara sunulan hak, imkân ve koşulların eşit olması gerekmektedir. Ankara ve İstanbul gibi görece olarak daha gelişmiş kentlerdeki gelişmiş, kurumsallaşmış ve Ar-Ge tabanlı firmalarda bu eşitlik daha kolay sağlanabilmektedir.

Çalıştığım şirkette eşitlik vardı, cinsiyetinden dolayı kimsenin öne geçtiğini görmedim. (Ankara-1434)

Benim yaklaşık kırk yıla varan bir çalışma hayatım oldu. Çalıştığım hiçbir yerde kadın erkek eşitsizliği, ayrımcılığı olmadı, karşılaşmadım. (Ankara-1668)

Eşitliğe eğer ortak imkân sunma olarak bakacaksak bizim sektörümüzde o konuda olumsuz bir şey göremiyorum. Şimdiye kadar kendi çalıştığım firmalarda. (İstanbul-1086)

Bazı çalışanlar ise çalıştıkları şirketlerde kadınlara yönelik pozitif ayrımcılık yapıldığına değinmektedirler.

Pozitif ayrımcılık tabii ki olabiliyor bayanların özel durumlarına istinaden. Bu zaten olası bir şey, doğal olması gereken çünkü hepimiz öncelikle insanız yani. Herkesin farklı sorumlulukları oluyor. (İstanbul 1701)

Çalışma hayatındaki olumsuz deneyimler ise; kadınların işe alınırken tercih edilmemesi ve bazı işlerin özellikle kadınlara göre olmadığına düşünülmesi, muadillerine göre düşük ücret, kolay işten çıkarılma ve terfilerinde sorunlar yaşanması ile erkek egemen anlayış ile cinsiyetçi yaklaşımlar şeklinde başlıklara ayrılmıştır.

Bu alandaki en önemli sorun; firma yöneticilerinin bazı işlerde kadınların çalıştırılmayacağına düşünmesi ve diğer tüm işlerde ise kadınları tercih etmemesi olarak ifade edilmiştir. Ancak bunların birkaç boyutta tartışılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Kadınların tercih edilmediği durumlar bazen kadınlar tarafından da tercih edilmemektedir.

Mesela bilgisayar mühendisliği okuyan 20 kadın varsa sadece 2 tanesi geliştirici (development) kalmak istiyor. Geri kalanı işte ben iş analisti ve proje yönetimiyle ilgilenmek istiyorum diyorlar. Bu sebepten dolayı da piyasada olumsuz bir algı oluşuyor. Onu da aslında biz oluşturunuz. (İstanbul-777)

Bizde mühendis de olsun, Ar-Ge'ci de olsun makinanın içine girmen, eline anahtar alman gerekiyor. İşin mutfağına girmen gerekiyor. Kadınlar olumsuz kalıyor. (Mersin 2268)

Aslında kadın-erkek eşitliği çok fazla yok. Özellikle sanayide. Mesela imalat mühendisi olarak kadın göremezsiniz. Kadın mühendisler planlamada çalışabilir, Ar-Ge'de çalışabilir, projelerde çalışabilir ama imalatta çalışamaz gibi bir yazılı olmayan kurallar var. (Kocaeli-1995)

Erkekler biraz daha ön planda. Mühendislik erkeklerin genel de daha egemen olduğu bir branş. Kadınlara çok fazla fırsat tanınmıyor ve kadınlar açısından da bir ön yargı bulunmakta. Bunun kırılması gerektiğini düşünüyorum. (Mersin-1477)

Bizim sektörümüzde yazılımcı, programcı kategorisinde çok fazla kadın yok. Çok iyi geliştirici olan yazılımcı olan arkadaşlarım var üniversiteden mezun olan ya da halâ bu işi yapan arkadaşlarım var kadın olan ama genel biz erkek hâkim bir sektöüz. (İstanbul1172)

Kadınların çocuk doğurma gibi biyolojik olan işlevinin iş yerindeki yansımaları ve yöneticilerin algısı genellikle işlerin aksaması olmaktadır. Bu durum kadınların tercih edilmemesinde etkilidir.

Şimdi bayanlar biliyorsunuz çalışma hayatına başlayıp belirli bir sürede, sonra bu evlilik olayları, çocuk falan derken olaylar karışıyor. Bizleri de çok etkiliyor çalışırken. (İstanbul-1548)

Doğum izni, çocuk izni gibi şeyleri düşünerek kadın çalışan çok tercih etmeyen yöneticiler vardı. Geçmişte karşılaştığım olumsuz bir örnek olarak söyleyebilirim. (Tekirdağ-1778)

İş vermek istemiyolar işe girerken evlimi çocuğu var mı diye soruyolar. (İzmir-86)

Diğer önemli bir konu ise muadil erkeklerle karşılaştırıldığında kadınların daha düşük ücret alması, daha kolay işten çıkarılması ve terfi sorunları gelmektedir. Aynı işi yapan aynı pozisyondaki kadınların erkeklerden daha az ücret ve haklara sahip olması sadece gelişmekte olan değil gelişmiş ülkeler açısından da önemli bir sorun alanı olarak gösterilmektedir.

Olumlu deneyim yaşadığım söylenemez Farklı maaş ve zam var. Yine bir kadın

çalışanın müdür yapılmaması daha tecrübeli olmasına rağmen. (Bursa-1538)

Patronlarımız erkek ve erkeklere güveniyorlar, daha az maaş alıyoruz. (İstanbul-1702)

Ücret eşitsizliği, yönetim kadrolarında genelde erkekler oluyor. (Ankara-2048)

Eşit olduklarını düşünmüyorum, önyargı var: “kadından yönetici olmaz, kadının dediğini mi yapacağım” şeklinde. Bunu kırmadan eşitlik olabileceğini düşünmüyorum. (Antalya-1411)

Hiçbir zaman eşit değiller. Erkekler belli bir pozisyona gelebilme konusunda kadınlara göre daha şanslı ya da yolları daha açık. (Kayseri-1984)

Son olarak erkek egemen yaklaşımlar çalışma hayatında kadınlar için olumsuzluk oluşturmuş durumlar arasında gelmektedir. Kadınların işi tam yapamadığını hissettirecek toplantıya götürmeme gibi davranışların yanında uygunsuz konuşmalar ve bazen de kadınların cinsel obje olarak görüldüğü örnekler bulunmaktadır. Bu tür davranışların varlığı kadınları iş dünyasından soğutmaktadır.

Kadınları gerçekten böyle şey cinsel obje olarak görebiliyorlar. Bunu gerçekten çok yaşadım ve gördüm. Ayrımcılıkta oluyor. Kadın bu işi yapamaz tarzı. (Bursa-691)

Bizim kültürümüzden gelen erkeklerin iş yerindeki erkekler uygun olmayan davranışlarda bulunması, bayanların kötü sözleri duymak zorunda kalması gibi. (Konya-1615)

Bir toplantıya giderken eşit düzeydeki bayan ve erkek olması halinde “Bu mu geliyor?” dediklerine şahit oldum. Erkeğin gelmesini isteyen yöneticiler oldu. (Kocaeli-1996)

Oradaki yöneticimiz çok kaba birisiydi. Hatta o kadın çalışan varken, diğer erkeklerle beraber yanımızdayken küfürlü konuşmaları oluyordu. Bize olmasa da sinirlendiği şey neyse küfrediyordu ve kadınlardan önce biz utanıyorduk. (İstanbul-1306)

13.4 Kadın ve Erkeklerin Çalışma Hayatındaki Eşitlik Durumu

İş hayatında kadın erkek eşitliğine yönelik katılımcıların görüşlerinin dağılımı Şekil 13.4’de verilmektedir.

Katılımcıların yarısına yakını kadın erkek eşitliğinin bulunduğu görüşündedir. Katılımcılar tarafından eşit olma nedenlerinin başında yetenek ve rekabetin önemszenmesi ve kadınların iş dünyasında başarılı olmaları gelmektedir. Eşit olmama nedenleri ise işyerinde ayrımcılık olması ile kültürel ve toplumsal bariyerler olarak sıralanmaktadır.

Yaratılış fitrat yani olmama sebebi bu insanların anlamadığı kısım bu yani. (Konya1734)

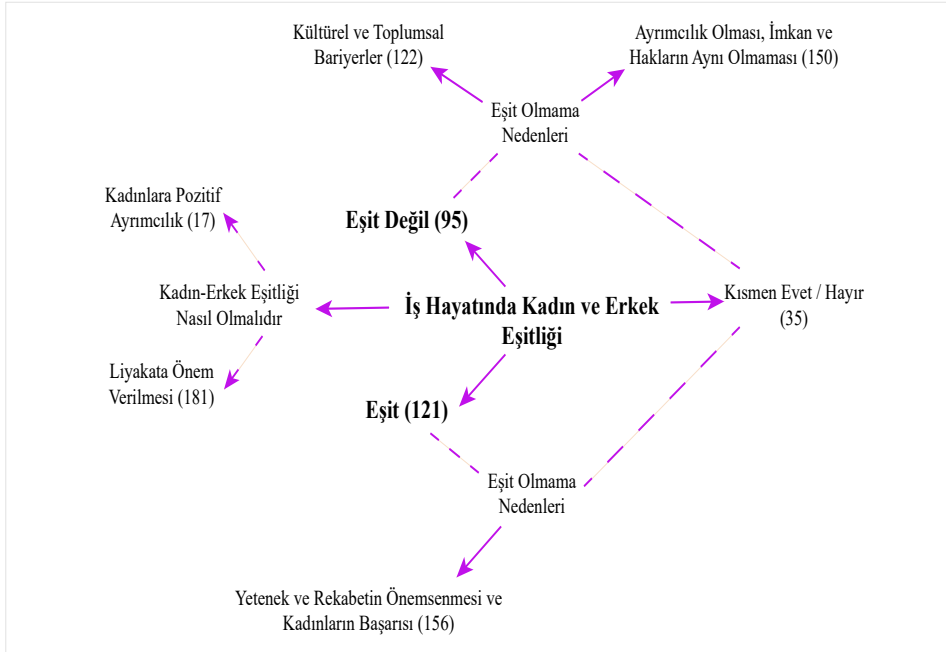
Toplum baskısı, aynı eşit şartların sunulmaması, fırsat eşitliğinin gözetilmemesi, psikolojik sebepler gibi özetleyebilirim. Yani eşitliğin olma nedeni de eğitim, sivil toplum kuruluşlarının faaliyetleri, küreselleşmenin katkısı var, yasal mevzuatlar, teşvikler olabilir. (Antalya-1598)

Diğer taraftan mevcuttaki eşitsizliğin giderilebilmesi için katılımcıların iki önerisi bulunmaktadır. Bunlardan birincisi kadınlara yönelik pozitif ayrımcılık iken, ikincisi firmaların liyakata önem vermesidir.

İnsanların bakış açıları ve önyargılı olmaları. Kadının işini zorlaştıran ya da kolaylaştıran bu tutumdur. Çalışana baktığımız zaman kadın-erkek olarak değil çalışan olarak bakmalıyız. Böyle bakılırsa diğerlerinin cevabı verilmiş olur. (Sakarya-1574)

Ayrıcalık olması gereken bir durum yok, terfi ve maaş için eşit derecededi. Benim arkadaşlarım arasında genel müdür olan bayan var. İnsanlar cinsiyetlerine göre değil becerilerine bilgilerine yeteneklerine göre konumlandırılmalıdır. (Ankara-1434)

Şekil 13.4: İş Hayatında Kadın Erkek Eşitliği



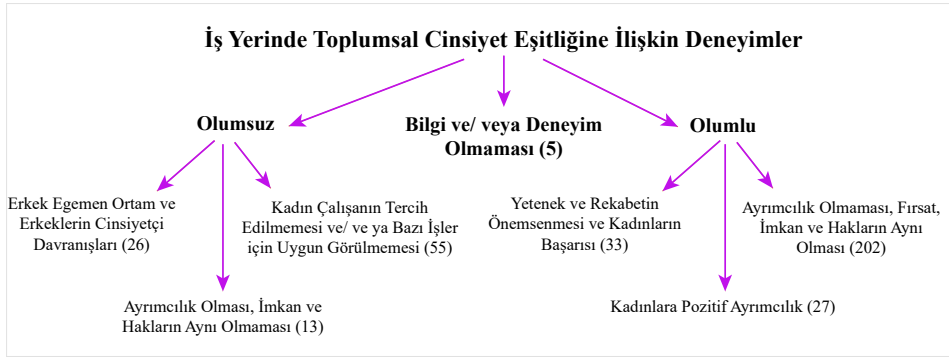
13.5 İş Yerinin Etkileri

Firmaların toplumsal cinsiyet eşitsizliğine duyarlılığı ve buna yönelik geliştirdikleri stratejiler çok önemlidir. Çalışanların geçmiş tecrübelerinin yanında, şimdiki iş yerinde toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin görüşleri de sorulmuştur. Aynı başlıklar altında yapılan incelemede sorunların genel olarak benzer olduğu ancak çalışanların yeni işyerlerinde

olumsuz durumlarının biraz daha azaldığı, olumlu durumların ise artmaya başladığı görülmektedir (Bkz. Şekil 13.5). Ayrıca Ar-Ge firmalarının yüksek eğitilmiş, yaratıcı ve yetenekli insan gücüne sahip olması, görece farklılıkları ve çeşitliliği daha açık bir politika ve insan kaynakları yönetimi ve çalışma ortamı sağlaması yani toleransın ve hoşgörünün bu tür firmalarda daha fazla benimsenmesi Ar-Ge ve inovasyon firmalarının ve çalışanlarının toplumsal cinsiyet eşitsizliğinde ortalamanın üstünde daha iyi bir performans göstermesine yol açmaktadır. Burada Ar-Ge firmalarının ve yaratıcı sınıfın daha cinsiyet eşitlikçi bir yapıya sahip olduğu çıkarılabilir.

Firmaların daha çok Ar-Ge yapmaya başlaması, Ar-Ge kültürünün yaygınlaşmaya başlaması, yenilik ortamının getirdiği koşullara uyum sağlamaya çalışılması firmaya sağladığı rekabet avantajlarının yanı sıra çalışanların koşullarını iyileştirmekte ve bu durum toplumsal cinsiyet eşitliğine de katkı sağlamaktadır.

Şekil 13.5: İş Yeri Toplumsal Cinsiyet Eşitliği



13.6 İş Yeri Bölgesinin Etkileri

Mekânın toplumsal cinsiyet eşitsizliği üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Yaşanılan mahallenin ve çalışılan semtin sosyo-ekonomik yapısı ve kültürel özellikleri bizzat mekânda cisimleşmekte ve deneyimlenmektedir. Bu nedenle mekân (mahalle, semt) toplumsal cinsiyeti şekillendirmektedir (Massey, 1994). Özellikle OSB ve teknoparklarda bu etki farklılaşmaktadır. Şekil 13.6'da iş yeri bölgesinin etkilerine yönelik katılımcıların cevapları gösterilmektedir.

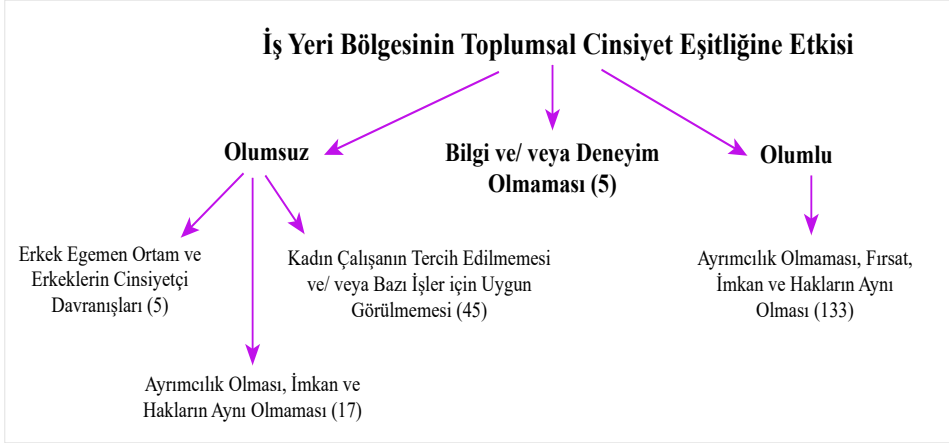
OSB'lerde muhasebe, tanıtım, pazarlama, temizlik, yemek ve üretime aktif katılan kadınlar bulunurken, teknoparklarda ise Ar-Ge ve yenilikten sorumlu kadınlar ön plana çıkmaktadır.

İş yeri bölgesinde toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda teknopark firmaları ve ortamlarında kadın çalışanlara yönelik ayrımcılığın daha az olduğu anlaşılmaktadır.

Teknoparkta herkese eşit olarak davranılıyor. Alındığı işe göre herkes hoşgörülü yani eşit bir şekilde davranıyoruz. Herkes kendi vasıflarına göre yapıyor işlerini. (Mersin-2003)

Teknoparka gelen biri iki dakika yürüsün, kadın-erkek oranın aşağı yukarı eşit olduğunu görebilir. Özellikle teknopark şirketleri kadına biraz daha önem veriyorlar. (İstanbul-450)

Şekil 13.6: İş Yeri Bölgesinin Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Etkisi



Diğer taraftan sanayide durum farklılaşmaktadır. OSB’lerde ağır sanayiye yönelik üretim yapılması, fabrika ortamlarının kadına uygun olmaması gibi görüşler bu alandaki ayrımcılığı derinleştirmiştir. Kadınlara yönelik çalışma alanı daralmış olup kadınlar sadece ofis işleri; muhasebe, tanıtım, pazarlama gibi bölümlerde değerlendirilmektedir.

OSB, diğer küçük bölgelere göre daha iyidir, öyle söyleyebilirim. Diğer küçük çalışma alanlarına göre, daha iyidir. (Konya-1608)

Bu bölgede ağırlıklı olarak kadınlar için çok uygun olabilecek bir bölge değil. Yani nasıl söyleyeyim? Topuklu ayakkabılarla gezebileceğiniz bir yer değil. Ağır iş var, ağır sanayi var. Bu yüzden ağır sanayi dediğimiz yerlerde bir ayrım mutlaka olacaktır. Temiz iş dediğimiz sekreter, muhasebe, satın alma, satış ve pazarlama işlerinde kadınlar istihdam ediliyor. (İstanbul-34)

Bölge olarak tabii ki kadın çalışan sayısı daha düşük. O konuda da çok eşitlik olduğunu düşünmüyorum ama bu genel bir problem zaten. (Kocaeli-1299)

Bu bağlamda özellikle OSB’lerin yer aldığı işyeri bölgelerinin toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini yeniden üretmekte olduğu ve kadının burdaki sektörlerden dışlanmasına katkıda bulunarak bir cam tavan etkisi oluşturmakta (Massey, 1994; Cotter vd., 2001) olduğu söylenebilir.

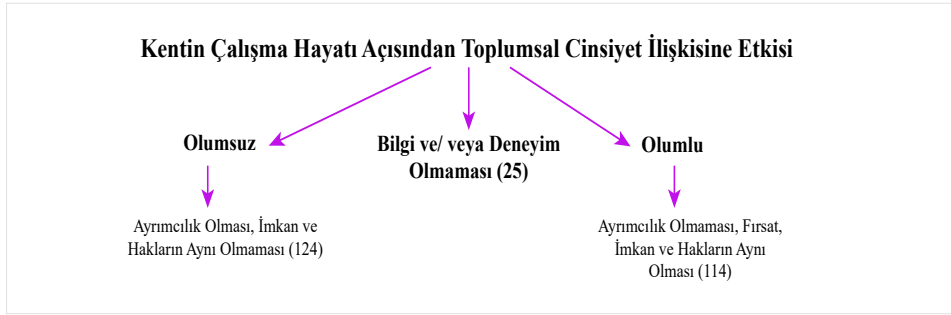
13.7 Kentin Etkileri

Toplumsal cinsiyet ve mekân ilişkisi belkide en bariz, en açık biçimde kendini kent mekânında ortaya çıkarır. Kentsel mekân doğası gereği yoğun, karmaşık, dinamik, çok

farklı grupları, kesimleri faaliyetleri içeren ve aktörleri birbiriyle karşılaştıran bir deneyim alanıdır.

Kentlerin ekonomik, sosyal ve kültürel yapıları toplumsal cinsiyet eşitliğini doğrudan etkilemektedir. Sanayinin, yenilik ve Ar-Ge'nin nispeten gelişmiş olduğu kentlerde kadınların iş dünyasındaki konumları daha güçlü iken diğer illerde daha az bir gelişmişlik gözlenmektedir. Bu durum Florida'nın (2005) "dikenli dünya" (spiky world) kavram-sallaştırmasının toplumsal boyutunu ortaya koymaktadır. Çünkü "cinsiyet eşitliği" gibi üst düzey bir toplumsallaşmanın sağlanması da, ekonomik faaliyetlerdeki gibi her yere eşit dağılmamaktadır. Kentin çalışma hayatı açısından toplumsal cinsiyete etkileri Şekil 13.7'de verilmektedir.

Şekil 13.7: Kentin Toplumsal Cinsiyete Etkisi



Kentin etkileri incelendiğinde İstanbul, İzmir, Eskişehir ve Denizli gibi çalışma hayatında kadınların aktif rol aldığı kentlerde eşitlik konusunda önemli ilerlemeler sağlanmıştır. Özellikle kadınların çalışma hayatında aktif rol almaları, girişimcilik gibi faaliyetlerde bulunmaları bu süreci desteklemektedir.

Ortalamanın üstünde ama yine de olması gerektiği gibi değil. İdeal de aynı işi yapan kadın erkek aynı maaşı almalıdır, aynı şartlar altında çalıştırılmalıdır. (İzmir -695)

Denizli'nin tekstilinde şöyle diyeyim üretim olarak da bakarsınız. Üretim olarak yüzde yetmişimiz kadın. Onların hünerleri de olmasa tercih sebebi olmaz. (Denizli-167)

Üniversite içinde çalıştığımız için biraz daha kültür seviyesi yükseliyor ve bu da kadın-erkek eşitliğine daha doğru bakan insanlar oluyor. (İstanbul-286)

Kadın çalışan sayısı da sosyal imkânları da fazlalaşılıyor. Birçok sektörde, kadınların daha sık işyeri açma gibi durumlar alışlagelmiş olan şeyleri değiştiriyor. (Eskişehir-1873)

13.8 Bölüm Sonu Değerlendirmesi

Florida, toplumsal cinsiyet konusuna yaratıcı sınıf içerisinde dikkat çekerek, yeniliğin, yaratıcılığın daha da artırılması ve kalkınmanın yaratılmasında toplumsal cinsiyet rollerinin

önemine, özellikle de kadınların bu sınıf içerisindeki konumlarına dikkat çekmektedir. Ancak birçok disiplinin odaklandığı konulardan biri olan toplumsal cinsiyeti, erkek ege-men yaratıcı sınıf içerisinde görmek mümkündür. Bu açıdan konu genel bir probleme işaret etmekle birlikte, yaratıcı sınıf içerisinde bu problem özelleştirilmeye çalışılmaktadır. Florida'nın bu konuyu yaratıcı sınıf teorisine 2012 yılında eklemesi son derece önemlidir. Çünkü yaratıcı sınıf, yeniliği-yaratıcılığı aktif hale getiren bir fail konumundadır. Ancak bu failin tek bir cinsiyet ile açıklanması konuyu objektif olarak ele almayı zorlaştırmakta ve ister istemez yanlı bir bakış açısının benimsenmesine neden olmaktadır. Dünya değişip geliştikçe ekonomik faaliyetler içerisinde bu cinsiyet eşitsizliği gerek firmalar gerek yasalar gerekse kadınların kendilerini geliştirmesi ve ekonomik faaliyete katılmasıyla giderilmeye çalışılmaktadır. Bu eşitsizliğin giderilmeye çalışıldığı yerlerden birisi de yaratıcı meslekler ya da yaratıcı sınıf içerisinde. Bu sınıf içerisinde ya da mesleklerde kadın çalışanlardan bahsetmek mümkündür, o nedenle tek cinsiyetli bir yapıya sahip değildir. Hatta, yaratıcı sınıf içerisinde ve yaratıcı işlerde kadınların oranı (%37,1), erkeklerin oranından (%32,6) fazladır. Ancak buradaki temel problem yaratıcı sınıf içerisinde cinsiyetlerin kapladığı oranlardan ziyade, cinsiyetler arası eşitliğin sağlanamamasıdır.

Yaratıcı sınıf içerisinde kadın-erkek eşitliğini engelleyen faktörlerden ilki ve en önemlisi, aynı iş üzerinden kadınların erkeklerden daha az kazanmasıdır. Bu farklılığın doğmasında kadın ve erkek arasında iş deneyimi, yetenek, eğitim ve çalışma saatleri açısından fark olmasına rağmen, erkeklerin kazancı kadınlara göre oldukça yüksektir. Bir diğer faktör ise kadınlar hizmet sektörü gibi belli alanlarda yoğunlaşmasına rağmen, erkeklerin bu alanlarda daha az bir oranı kapsamıdır (Florida, 2012:54-55). Yaratıcı sınıfın yükselişi, kadınlar ve çeşitlilikler (ırk, cinsiyet, vb.) için yeni yollar açmış olmasına rağmen, halâ cinsiyet rollerine bir son verememiştir. Birçok konuda yaratıcı sınıf içerisinde erkeklerle aynı işi yapan/yapabilen kadınların daha az ücret aldığı, daha az itibar vb. gördükleri bilinmektedir. Toplumsal cinsiyet ayrımı ve bunun yol açtığı olumsuz durumlar sosyal bilimlerin tartıştığı alanlardan biri olmakla birlikte, Florida'da (2012) yaratıcı sınıf içerisinde toplumsal cinsiyet, etnik köken gibi konulara yer verilmesinin yerinde olacağı görülmektedir. Özellikle yaratıcı sınıf içindeki kadın oranı arttıkça, erkek hâkim bir yaratıcı sınıf algısında gittikçe dağıldığı görülmektedir.

Bu araştırma özelinde Türkiye'deki yaratıcı sınıf içerisinde Ar-Ge çalışanlarının toplumsal cinsiyet eşitliği; kadın çalışanlara bakış, işyerinin, işyeri bölgesinin ve kentin kadınların çalışmasına etkisi analiz edilmiştir. Türkiye'de yaratıcı sınıf içerisinde kadın oranı artmakla birlikte, erkeklerin daha fazla olduğu görülmektedir. İlk olarak Ar-Ge çalışanlarının toplumsal cinsiyet eşitliğine ilişkin aktardıkları deneyimlere bakıldığında, katılımcıların ifadelerini olumlu, olumsuz deneyimler ile deneyime sahip olmama olarak ayrılmaktadır. Çalışanların olumlu deneyimleri ayrımcılığın olmaması ile cinsiyetten daha çok yetenek ve rekabetin önemsenmesi, kadınların başarılı olması üzerinde yoğunlaşmaktadır. Olumsuz deneyimlerde en önemli olan ise, "kadın çalışanın tercih edilmemesi ve bazı işler için kadının uygun görülmemesi" olarak ifade edilmektedir. Bu ifade yaratıcı sınıf içerisinde kadınları

dışarıda bırakan en önemli faktörlerden biridir. Kadını dışarıda bırakan bu tutumun ayrıntılarına inildiğinde ise erkek egemen düşüncenin (örn; kadınların çocuk doğurmaları, yönetici olamayacağına düşünülmesi ya da işe uygun olmadığına düşünülmesi vb.) ön plana çıktığı görülmektedir. Bu deneyimler temelinde elde edilen en önemli sonuçlardan biri, toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında firmanın sahip olduğu özelliklerin etkili olmasıdır. Diğer bir ifadeyle, firmaların Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerine yönedikçe yaratılan ortamın toplumsal cinsiyet açısından daha olumlu deneyimlere olanak sağlamasıdır. Bu durum aynı zamanda kadın çalışanların erkeklerle aynı hak, imkân ve koşullardan yararlanmasına olanak sağlamaktadır. Ancak bu olanağı sağlayan firmaların kurumsal olduğu ve büyük kentlerde yer aldığı görülmektedir. Toplumsal cinsiyet farklılığının önemsizleştiği diğer bir faktör ise “rekabet” ortamıdır. Rekabetçi bir anlayışla hareket eden, çalışanlarını yaratıcılık ve yeniliğe teşvik eden ve bu durumun yarattığı çıktıları firmanın yararı açısından düşünen firmalarda cinsiyetten daha fazla “yaratıcı-yenilikçi birey” üzerine odaklanılmaktadır. Bu durum aslında toplumsal cinsiyet eşitsizliğini de ortadan kaldıran bir faktör olmaktadır. O nedenle yaratıcı sınıf içerisinde kadın-erkek tanımlamalarından daha çok “yaratıcı birey/insan” tanımlamalarına gereksinim bulunmaktadır. Toparlırsak kadın-erkek eşitliğinin sağlanmasında iki temel koşul öne çıkmakta ve bu koşullar da firmanın yapısıyla bağdaşmaktadır. Firma, eğer yenilikçi, rekabetçi ve yaratıcı bir vizyona sahipse, eşitsizliğin daha az olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Kadın erkek eşitliğinin sağlanmasında diğer önemli faktör ise, “liyakata önem verilmesi”dir. Kişinin yeteneğine, başarısına yönelik olarak çalışma pozisyonunun belirlenmesi yani liyakat gösterilmesi yaratıcı sınıf içerisindeki cinsiyet ayrımını ortadan kaldırarak, firmaların ve çalışanların daha yenilikçi, yaratıcı ve rekabetçi olmasını sağlamaktadır. Çalışma pozisyonlarının liyakat temelli yapılması çalışan kişilerin bulunduğu kuruma “güven” duymasını ve bunun sonucunda da daha üretken olmasını sağlayacak en önemli yollardan biridir. Bu durum kadın çalışanlar için olan diğer olumsuz deneyimlerin (kültürel ve toplumsal bariyerler, hak ve imkânların tanınmaması, ayrımcılık vb.) önüne geçilmesini sağlayacağı düşünülmektedir. Aynı zamanda hem çalışanların motivasyonunun sağlanmasında hem de çalışanların birbirini birey olarak görmesini sağlayacak bir davranış ve yönetim şeklidir. Bu yönetim şekli her ne kadar formel kurumlarda belirlense de, bunun uygulanması tamamiyle enformel olarak inşa edildiğini göstermektedir.

Çalışma bulgularında ortaya çıkan diğer önemli sonuç işyeri, işyeri bölgesinin ve kentin toplumsal cinsiyet ile ilişkisidir. Çalışılan yerin özellikleri, kültürü, gelişmişlik derecesi toplumsal cinsiyete bakışı şekillendirmektedir. Bunu OSB ve teknoparkların cinsiyetle ilişkisi olarak değerlendirdiğimizde, iki mekânın bakışının ve algısının farklı olduğu görülmektedir. Burada yine firmaların yapısı, çalışan insanların kültürel düzeyi, yenilikçi ve rekabetçi olma durumları firmayı şekillendiren unsurlar olmaktadır. Böylece teknoparkta konumlanan firmalarda toplumsal cinsiyet eşitsizliği, OSB’de yer alan firmalara göre daha azdır. Burada OSB’lerin ağır sanayiye yönelik üretim yapması ve fabrika ortamının kadın çalışanlar açısından uygun olmadığına düşünülmesi cinsiyet eşitsizliğini arttırmaktadır.

Bu açıdan da kadınlar daha çok firmanın hizmet bölümlerinde yer almaktadır. Bu durum, kadınların yaratıcı potansiyelini kullanamamasına neden olmaktadır. Daha büyük ölçekte toplumsal cinsiyet rollerini etkileyen mekân ise kenttir. Kentlerin sahip olduğu gelişmişlik, kültür, barındırdığı çeşitlilik, sosyo ekonomik durum, eğitim gibi birçok faktör alt sınıftan üst sınıfa kadar kişilerin algısını etkileyen bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bulgulardan çıkan ilk sonuç bize paralel bir ilişkiyi vermektedir. Diğer bir ifadeyle kentin bu sayılan faktörlerdeki gelişmişliği toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin azalmasını sağlamaktadır. Bu nedenle özellikle İstanbul, İzmir, Eskişehir ve Denizli gibi kentlerde yaratıcı kadınların aktif bir rol aldığı ve özellikle de girişimcilik alanında bu rollerini sürdürdükleri görülmektedir.

Sonuç olarak kadınların yaratıcı sınıf içerisinde eşit konumda yer almalarını sağlayacak koşullar ekonomik, sosyal ve kültürel yapılardır. Bu yapıların çalışma hayatı içerisinde hem soyut hem de somut karşılıkları bulunmakla birlikte, her bir yapının çeşitli ölçeklerde anlamı değişmektedir. Buradaki anlamı daha mikro (işyeri/işyeri bölgesi) ve mezo (kent) yapılardaki oluşumu tanımlamaktadır. Toplumsal cinsiyet eşitsizliği probleminin mikro ve mezo yapılarda birlikte çözüme kavuşturulması zor olarak görülmektedir. Ancak burada yapılacak en basit ve açık yol, firmaların yönetim kültürünün kalitesini artırmak olmalıdır. Bulgularda gördüğümüz üzere bir firma yenilik ve yaratıcılığa ne kadar odaklanırsa o oranda çalışanlar arasındaki eşitsizliği de en aza indirmektedir. O nedenle firmanın olabildiğince odağını bu yöne kaydırması gerekmektedir. Yönetim kalitesini destekleyecek ikinci faktör ise, liyakat kültürünün hem formel hem de enformel olarak benimsenmesi ve işleyişe dahil edilmesidir. Bu iki faktörün uygulanmasının bulgulara yer alan olumsuz deneyimleri en aza indireceği düşünülmektedir. Diğer yandan Bourdieucu bir düşünceyle, firmanın sahip olduğu sosyal ve kültürel sermayesini geliştirmesi gerekmektedir. Bu sermayelere sahip olan firmalar ekonomik kalkınmaya da katkı sağlayacaktır. Son olarak ise, Florida'nın ifade ettiği gibi farklılıklar yaratıcılığı beslemekte ve bölgedeki enerji ve dinamizmi yükseltmektedir. Yaratıcılığın ve yenilikçiliğin gelişmesinde farklı seslerin etkisi oldukça önemlidir. Bu nedenle yaratıcı sınıf homojen değil heterojen bir yapıya sahip olmalı ve bunun sağlanması içinse mikro ölçekten makro ölçeğe kadar düzenlemeler yapılmalı ve tolerans gelişimine katkıda bulunulmalıdır.



14

14. ÇALIŞMA HAYATI

Florida, yaratıcı çağın tıpkı tarım toplumundan sanayi toplumuna geçişte yarattığı değişim, dönüşüm sonucu ortaya çıkan çok çeşitli sosyal çalkantı ve sorunlar gibi kendine has benzer sosyal sorunlar ve bireysel problemler yarattığını ifade ederek tüm bunları negatif dışsallıklar olarak tanımlamaktadır. Florida (2005) yaratıcı çağın ve yaratıcı ekonominin ortaya çıkardığı temel sorunların başında konut sıkıntısının geldiğini, bunu trafik sıkışıklığı ve ulaşım/erişim problemi, derinleşen kentsel ve gelir eşitsizlikleri ile stress ve kaygı gibi psikolojik bozuklukların izlediğini belirtmektedir. Yaratıcı çağ zihinsel emek üretimine dayanması nedeniyle stres ve kaygının arttığı ve bunun bireylerin üstüne yüklendiği bir zaman dilimidir. Florida (2005) ABD’de yaratıcı sınıfın en fazla bulunduğu bölgelerde tüm gelir ve sınıf gruplarında stres ve kaygı bozukluklarının görülme sıklığının önemli derecede yüksek olduğunu bulmuştur.

Duygular insan davranışını belirleyen en önemli dürtülerdir. Genel olarak iş yaşamında verimliliği artırmak ve başarılı olmak duyguların kontrolü ve yönetilmesine bağlıdır. Yenilikçi sınıfın daha yaratıcı ve girişimci olabilmesi için duyguların uygun bir şekilde yönetebilmesi ve geliştirebilmesi gerekmektedir. Bu çalışmada duygular sadece çalışma hayatı bağlamında ele alınmış ve bunların iş yerindeki ve sosyal alanlardaki çıktıları incelenmeye çalışılmıştır.

Florida (2002a:80-82) aslında yeni yaratıcı ekonominin hem gündelik yaşam hem de iş hayatını dönüştürdüğünü belirtmektedir. Yaratıcı sınıf ve yaratıcı endüstrilerde çalışanlar özellikle sahip oldukları bireysel özellikler ve yaşam tarzları sayesinde işyerinde, çalışma hayatında, zaman ve mekân kullanmada, çalışma etiğinde diğer gruplardan (tarım, sanayi ve hizmet işçilerinden) farklı tarz, eğilim ve davranış modeli geliştirmişlerdir, kısacası karşımızda *homo economicus* insan modeli değil, bir nevi *homecreativus* insan modeli bulunmaktadır. Bir diğer ifadeyle yaratıcı sınıf ne geleneksel ne de modern değerlerden yanadır, onlar büyük ölçüde postmodern, Florida’nın deyişiyle “postmateryalist” değerler normları ve davranışlara sahiptir. *Homocreativus* aynı zamanda modern sanayi çağının kıtlık ekonomisinin (hayatta kalmak, para kazanmak, protestan etiğe sahip olmak gibi değerler) değil, postkıtlık ekonomisinin değerlerine önem ve öncelik verirler. Hayatın önceliği artık kendini ifade etme ve gerçekleştirme, yaşam kalitesini artırma, eşitlikçi olma, kişisel gelişme, toleranslı olma, hayatın tadını çıkarma odaklıdır.

Florida (2005:295-297) insanların stresli ve kaygılı olduğunda yaratıcı olmasının mümkün olmadığını, stres ve kaygının yaratıcılığı sekteye uğrattığını, verimliliği azalttığını ve insanların yaratıcı sermayelerini kullanmasına engel olarak onlara zarar verdiğini belirtmektedir. Yaratıcılık daha az stres ve kaygının olduğu, insanların “odaklanabildikleri” ve “dikkatlerini dağıtan unsurların minimize” olduğu ortamlarda yoğunlaşma ve dinginlikle ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda tüm firmalar stres ve kaygıyı azaltma ve iş yaşamının kalitesini artırma yönünde adımlar atmaktadırlar.

Florida'nın modeli, 3T, bölgesel kalkınma ve yaratıcı kent açılarından çok test edilmesine rağmen, onun yaratıcı sınıf kitabında ortaya koyduğu işyeri/firma, iş hayatı ve gündelik yaşamın dönüşümü hususları hiçbir incelemeye konu olmamıştır. Yaratıcı sınıfın değerleri, normları ve davranış kalıpları ile bunun firma ve iş hayatındaki etkileri “coğrafi/mekânsal” ve “kalkınma” boyutunun olmaması nedeniyle gözardı edilmiştir. Çünkü modeldeki Yetenek ve Tolerans değişkenlerinin kent ve bölge ölçeğinde bu bahsedilen değer, norm ve davranışları örtük de olsa içerdiği/karşıladığı kabulü sözkonusudur.

Yaratıcı sınıfın çalışma/iş hayatında dolayısıyla işyerinde yarattığı değişimler şunlardır (Florida, 2002a, 2012):

1. Para/ücret önemlidir ama herşey asla değildir. Paradan daha fazlasını talep ederler, parayla bu adamlar satın alınamaz. Yaratıcı sınıfın sadece %39 iş tatmini ve seçiminde paranın temel faktör olduğunu belirtiyor. Dahası %10'dan azı şirketten hisse verilmesinin sözkonusu işin tercihinde kendileri için önemli olduğunu söylüyor.
2. Para bu insanlar için iş tercihi ve işyerinin özelliklerinde 4. sıradadır. Yaratıcı sınıf paradan/ücretten çok daha fazla işlerinin meydan okumayı sağlayan, esnek ve istikrarlı olmasına önem ve öncelik vermektedir. Dolayısıyla yaratıcı sınıf için ilk sırada gelen faktör meydan okuyucu (etki ve heyecan verici bir iş olması), sonra esneklikleri olan bir iş olması, ondan sonra istikrarlı bir işin olması, daha sonra ücreti/parası iyi bir işin olması ve beşinci sırada da akranların takdirini sağlayan (ün, tanınırlık, saygınlık gibi) bir işin olması gelmektedir. Bunları sırasıyla teknoloji ve lokasyon faktörleri ile şirket kültürü, kariyer yönelimi, işin içeriği ve kişisel gelişme faktörleri izlemektedir. Örneğin hisse verilmesi ilk 10 faktör içinde bile değildir.
3. Yaratıcı sınıfın iş ve işyeri tercihinde en önemli faktör, yukarıda da belirtildiği gibi meydan okuyan, etki yaratan ve heyecan veren bir işin varlığıdır. Yaratıcı sınıfın %67'si iş seçiminde sözkonusu hususun ilk sırada gelen en güçlü faktör olduğunu belirtmektedir. Buna göre yaratıcı sınıf fark ve etki yaratan, katkı yaparak yaşama dokunan, tanınırlığı ve bilinirliği sağlayan ve yeteneklerinin kullanılmasına imkân sağlayan işleri en temel faktör olduğunu belirtiyor.
4. Yaratıcı sınıfın iş ve işyeri tercihinde ikinci önemli faktör, esneklik ya da esneklikleri olan bir işin ve işyerinin varlığıdır. Yaratıcı sınıfın %53'ü iş seçiminde esnekliğin çok önemli bir faktör olduğunu belirtmektedir. Buna göre esneklik dört boyuta sahiptir, ilki çalışma saatlerinde esnekliğin olmasıdır ki bu yaratıcı sınıfın genellikle uzun çalışabileceğini ama startdart olmayan iş saatlerinin bulunmasını ifade etmektedir. İkincisi, işyerinde giyim-kuşam tarzında özgürlüktür ki burda da standart olmayan rahat elbise, takı vb. gibi unsurlarda esneklik sözkonusudur. Üçüncüsü, işyerindeki çalışma mekânının tasarımındaki esneklik ve özgürlüktür. Sonuncusu ise yaratıcı sınıfın farklı görevlere çoklu işlere adapte olma esnekliğidir ki bu bir nevi birden fazla şapka takmak demektir.

5. Yaratıcı sınıfın iş ve işyeri tercihinde üçüncü önemli faktör, istikrar ya da diğer ifadesiyle göreceli iş güvencesi ve düzenli kaotik olmayan bir işin ve iş ortamının varlığıdır. Yaratıcı sınıfın %44'ü iş seçiminde geleneksel istihdam anlayışında olduğu gibi ömür boyu iş güvencesinin değil ama görece olarak stabil ve güvenceli bir işin önemli faktör olduğunu belirtmektedir.

Yaratıcı işyerlerinin yönetimi ve iç işleyiş biçimi konusunda literatürde iki farklı yaklaşım bulunmaktadır: ilki, buraların birer “beyaz yakalı ter atölyesi” olduğu yaklaşımıyken, diğeri “özenen şefkatli işyerleri” olduğu yönündedir. İlkine göre yaratıcı işyerleri giderek büyük stress ve kaygının hâkim olduğu güvencesiz yerlerdir. İkinci yaklaşımda ise yaratıcı işyerleri çalışanlarını destekleyen onlara özen gösteren bir nevi bohem nosyonla işyerini ev gibi yapan yerlerdir. Florida bu iki uç yaklaşımı sentezleyerek tipik yaratıcı işyerlerinin hem daha stressli hem de daha özenli/şefkatli hale geldiğini belirtmektedir. Yaratıcı sektörler çok hızlı ve çok daha iyi olmak için sürekli yeni fikirler, devamlı değişen projeler geliştirmek zorunda olan bu nedenle de stress ve kaygının sürecin çok önemli bir parçası olduğu firmalardır. Bu nedenle yaratıcı sınıf hem çok daha uzun saat çalışır hem de daha fazla stress altında olan bir sınıftır.

Bu çalışmada Ar-Ge çalışanlarının çalışma hayatına dair eğilimleri nicel ve nitel olmak üzere iki boyutta analiz edilmiştir. Bu kapsamda ilk bölümde yenilikçi sınıfın iş hayatında çalıştıkları firma yönetimlerine ilişkin düşünceleri, yeni iş arayışları, yaşadıkları stres ve farklı duygu durumlarına dair görüşleri nicel olarak analiz edilmiştir. İkinci bölümde ise, yenilikçi sınıfın iş yerindeki stres ve başarısızlık durumları ile işini kaybetme korkusu nitel olarak analiz edilmektedir.

14.1 Ar-Ge Çalışanlarının İş ve Çalışma Hayatı: Nicel Analiz

Ar-Ge çalışanlarının üniversiteden itibaren çalışma hayatlarıyla ilişkileri ve iş değiştirmelerine yönelik istatistikler beşerî sermaye bölümünde detaylıca anlatılmaktadır. Bu değişimlerin birçok nedeni olmakla birlikte yenilikçi sınıfın genel olarak firmalardan beklentilerini içine alan konular ise bu bölümde tartışılacaktır. Bu çerçevede yenilikçi sınıfın çalıştıkları firmaların yönetimlerini değerlendirdikleri, yeni iş arayışları ve iş ararken neleri dikkate aldıkları konularında görüşleri alınmıştır.

14.1.1 Firma Yönetimi

Çalışılan firma yönetimlerinin işe müdahale, yenilikçilik, girişimcilik, mesleki gelişim, liyakat ve hayat tarzına yönelik yaklaşımlarına ilişkin Ar-Ge çalışanlarının görüşleri bu bölümü oluşturmaktadır.

Ar-Ge çalışanlarının iş yaparken sürekli müdahale edilmesinden ziyade onlara esneklik kazandırılması, işleri sahiplenmelerini sağlayabileceği gibi yeteneklerinin de daha yüksek kapasitede kullanılmasını sağlayabilir. Diğer taraftan çalışanların yenilikçilik kapasitelerinin firma imkânları ve yöneticileri tarafından desteklenmesi, çeşitli eğitim, seminer, yurtdışı ve yurtiçi fuarlara katılım, mesleki organizasyonlarla networkler oluşturma faaliyetlerini

desteklemesi, etkili bir ekip ve iş ortamıyla çalışanların yenilikçiliğine katkı sunabilmektedir.

Genel ortalamalar açısından değerlendirildiğinde yukarıdaki sayılan alanlarda çalışanların memnuniyetinin olduğu anlaşılmaktadır. Bu konulara yönelik derlenen nicel veriler aşağıda tablolar halinde verilmektedir. Buna göre Tablo 14.1’de Ar-Ge çalışanlarının işlerine yönetim tarafından müdahale düzeyine ilişkin 1352 anketten elde edilen veriler ortaya konulmaktadır.

Tablo 14.1: Firmaya İlişkin Görüşler: Yönetimin İşe Sürekli Müdahale Etmesi

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	304	22,5
Katılmıyorum	498	36,8
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	287	21,2
Katılıyorum	181	13,4
Kesinlikle Katılıyorum	82	6,1
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	263	19,5
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	802	59,3
Toplam	1352	100
Ortalama	2,4	
1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle katılıyorum		

Yönetim tarafından işe sürekli müdahale açısından genel ortalama puan 2,4 olup ‘katılmıyorum’a yakınsamaktadır. Ar-Ge çalışanlarının %59,3’ü ‘katılmıyorum’ ve ‘kesinlikle katılmıyorum’ yanıtını verirken %19,5’lik bölüm ‘kesinlikle katılıyorum’ ve ‘katılıyorum’ görüşündedir. Çekimser kalarak ‘ne katılıyor ne katılmıyor’ cevabını verenleri oranı ise %21,2’dir.

Yenilikçi sınıfın algıladığı yüksek stres (örneğin zaman baskısı ve denetim mekânizmaları) yaratıcı düşünceyi ve iş verimliliğini olumsuz etkilemektedir (Cansız, Karanfil ve Üstün, 2023). Yenilikçi sınıf için yenilik faaliyetlerinin peşine düşmek, yeni bir şeyler bulmak önemli bir dürtü olup genel olarak işinin yaratıcılık bölümünde serbest olma eğilimindedirler. Bu nedenle belirli düzeyde esneklik, inisiyatif verilmesi ve müdahale düzeyinin minimuma indirilerek asgari kontrol edilmesi onların kendilerine güven duymalarını da sağlayacağı gibi başarı ve sahiplenme güdüsünü artıracaktır. Bu kapsamda, Ar-Ge yapan sanayicilerin çalışanlarının bu tip ihtiyaçlarını anlamaları firma başarısında etkili olabilecektir.

Firmaların çalışanlara yaratıcılıklarını geliştirebilecek bir ortam sağlaması önemlidir. Özellikle, firmaların girişimcilik ekosisteminde stres ve kaygıyı yönetmesi gerekmektedir (Florida, 2005; Cansız, Karanfil ve Üstün, 2023). Bu bağlamda Tablo 14.2’de Ar-Ge çalışanları yenilikçilik yeteneklerinin gelişmesine firmanın katkısına ilişkin veriler derlenmiştir. Katılımcıların %79,5’i firmanın yenilikçiliğine katkı sağladığını ifade ederken %6,4’ü tersini düşünmektedir. Katılımcıların %14,1’i ise çekimser kalmıştır. Bu görüşlerle ortalama puan 4 ile ‘katılıyorum’a yakınsamıştır.

Firmaların çalışanların yenilikçilik kapasitesine katkı sağlaması genellikle devam eden ya da yeni projeler geliştirilmesiyle uygulamalı bir şekilde devam ederken çeşitli eğitim, seminer, müşteri ve tedarikçilerle ilişkiler, ekosistemdeki araştırma merkezi TTO gibi yapılarla etkileşim imkânlarından kaynaklanabilmektedir. Bu çerçevede firmaların, özellikle teknokent toplulukları gibi ekosistemlerde, temel yetenek tabanlı stratejiler geliştirmeleri ve diğer aktörlerle iş birliği yapmaları, yenilikçilik kapasitelerini artırmada kritik bir rol oynar (Fidanboy ve Sargut, 2021).

Firmaların bölgesel yenilik sistemi aktörleriyle etkileşimlerinin artırılması yanında bu aktörlerin de iş birliği kabiliyetinin artması benzer şekilde Ar-Ge çalışanlarının yeteneklerini olumlu etkileyecek unsurlar arasındadır.

Tablo 14.2: Firmaya İlişkin Görüşler: Çalışanların Yenilikçi Olmasını Teşvik Eder

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	18	1,3
Katılmıyorum	69	5,1
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	190	14,1
Katılıyorum	652	48,2
Kesinlikle Katılıyorum	423	31,3
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	1075	79,5
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	87	6,4
Toplam	1352	100
Ortalama	4	
1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle katılıyorum		

Yenilikçi sınıfın geleceğin potansiyel girişimcileri olarak değerlendirmek mümkündür. Zaten başarılı girişimcilerin çoğunun daha önce kendi alanlarında çalışma deneyimi olması bunun da bir göstergesidir. Bilgi toplumunda çalışanlar her an girişimci olabilir ve

tekrar çalışan olarak devam edebilir. Bu nedenle sanayici ve girişimcilerin çalışanlarının girişimcilik yeteneklerini geliştirmesi onları teşvik etmesi son derece önemlidir.

Tablo 14.3'te firmanın girişimciliği desteklemesine yönelik Ar-Ge çalışanlarının görüşleri verilmiştir. Buna göre çalışanların %68'i 'katılıyorum' ve 'kesinlikle katılıyorum' görüşünü vererek firmanın çalışanların girişimci olmasını desteklediğini ifade etmektedirler. Diğer taraftan katılımcıların %11'i firmaların girişimciliği desteklemediğini düşünmekte iken yaklaşık %20'lik bir kesim ise kararsız olduğunu belirtmiştir.

Bu kapsamda Ar-Ge çalışanlarının firmaların kendilerinin girişimci olmasını teşvik ettiği görüşünde olması (ortalama puan 3,8) ülkemiz ekosistemi için son derece önemli ve geliştirilmesi gereken bir alan olarak görülmektedir. Tabi bu durum geleneksel sanayi işletmelerinin bir fonksiyonu olarak görülmemektedir. Bir firma bir çalışanına yatırımı girişimci olsun diye yapmamaktadır. Bu tip yatırımlar genellikle yüksek teknoloji ve bilişim sektörlerinde görülebilmektedir. Firmaların içinden spin-off firmaların çıkması ana firmaya yüklenici olma, ana firmanın spin-off içinde ortaklığının olması, farklı projelere beraber teklif götürme gibi durumlarda daha işlevsel olarak ilerleyebilmektedir.

Tablo 14.3: Firmaya İlişkin Görüşler: Çalışanların Girişimci Olmasını Teşvik Eder

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	45	3,3
Katılmıyorum	109	8,1
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	279	20,6
Katılıyorum	614	45,4
Kesinlikle Katılıyorum	305	22,6
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	919	68,0
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	154	11,4
Toplam	1352	100
Ortalama	3,8	
1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle katılıyorum		

Tablo 14.4'te girişimciliği destekleme düzeyinin firma çeşitliliğine göre nasıl farklılaştığına ilişkin bilgiler derlenmiştir. Ar-Ge çalışanlarına göre; ihracat yapmayanlar, ihracat yapanlara, patenti olmayanlar patenti olan firmalara kıyasla çalışanlarının girişimcilik

kapasitelerini daha fazla desteklemektedirler. Firma türü açısından ise teknopark firmaları en yüksek düzeyde girişimciliği desteklerken bunları sırasıyla tasarım ve Ar-Ge merkezleri izlemektedir.

Ar-Ge ve tasarım merkezleriyle karşılaştırıldığında teknopark firmalarının son derece yenilikçi ve start-up kültürüyle yönetildiklerini söylemek mümkündür. Bilgi toplumunun getirdiği esnek üretim modellerine göre yapılanan teknopark firmaları dijital dönüşüm kültürüne de geleneksel sanayi firmalarından daha yakındır. Dijital dönüşüm kültürü ve uygulamalarının yenilik ve girişimcilik üzerinde yükseldiği düşünüldüğünde teknoparklardaki yükseklik daha anlaşılır olmakla birlikte yeterli bir farklılık olmaması da Türkiye'deki teknopark firmalarının bahsi geçen alanda daha da gelişmeye ihtiyaç duyduğunu gösterebilmektedir.

Tablo 14.4: Girişimciliği Desteklemenin Firma Çeşitliliğine Göre Farklılığı

Genel Ort.	Patent		İhracat		Firma Türü		
	Var	Yok	Var	Yok	Ar-Ge Merkezi	Teknopark	Tasarım Merkezi
3,8	3,7	3,9	3,6	3,9	3,6	3,8	3,7

Tablo 14.5'te ise girişimciliği destekleme düzeyinin mekânsal olarak nasıl farklılaştığı gösterilmektedir. Girişimciliği en düşük düzeyde destekleyen bölgelerin yeni sanayi odakları olduğu görülmektedir. Diğer taraftan teknopark firmaları 3,9 ortalama ile kent merkezi ve çevresindeki firmalara göre girişimciliği daha yüksek düzeyde desteklemektedir.,

Tablo 14.5: Girişimciliği Desteklemenin Mekânsal Dağılımı

Genel Ort.	İl Grupları			Firmanın Konumu			
	Metropol	Hinterland	Yeni Sanayi Odakları	OSB	Teknopark	Kent Merkezi	Kent Çevresi
3,8	3,8	3,8	3,7	3,5	3,9	3,5	3,7

Tablo 14.6'da firmaların mesleki yeteneklerinin (bir ölçüde mühendisliklerinin) geliştirilmesi konusunda Ar-Ge çalışanlarının yaklaşımlarına ilişkin bilgiler sunulmaktadır.

Tabloya göre çalışanların %79'u 'katılıyorum' ve 'kesinlikle katılıyorum' görüşünü vererek firmanın çalışanların yeteneklerini geliştirdiğini ifade etmiştir. Diğer taraftan katılımcıların %7,8'i ise aksini düşünmektedir. Yaklaşık %13'lük bir kesim ise 'kararsız' olduğunu ifade etmiştir. Bu alandaki ortalama puan 4 olup 'katılıyorum'dur.

Mesleki yeteneklerini geliştirmek Ar-Ge çalışanları için önemli bir ihtiyaç ve motivasyon kaynağıdır. Bu nedenle firmaların ücret ve sosyal haklar dışında Ar-Ge çalışanlarının mesleki yeteneklerini geliştirmelerine katkıları da çok önemli olabilmektedir.

Tablo 14.6: Firmaya İlişkin Görüşler: Mesleki Yeteneklerin Geliştirmesine İmkân Sağlama

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	27	2
Katılmıyorum	79	5,8
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	178	13,2
Katılıyorum	640	47,3
Kesinlikle Katılıyorum	428	31,7
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	1068	79,0
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	106	7,8
Toplam	1352	100
Ortalama	4	
1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle katılıyorum		

Firmanın liyakate ve başarıya önem vermesi konusundaki Ar-Ge çalışanlarının görüşleri incelendiğinde (Bkz. Tablo 14.7); çalışanların %79'u 'katılıyorum' ve 'kesinlikle katılıyorum' görüşünü vermişlerdir. Aksini düşünen katılımcıların oranı ise %6,4'tür. Yaklaşık %14'lük bir kesim ise 'kararsız' olduğunu ifade etmiştir. Bu alandaki ortalama puan 4 olup katılıyorumdur.

Firmaların başarı kriterlerine göre iş dağılımını etkin yapması, liyakate önem vererek yönetici belirlemesi gibi hususlar firma içi güven ve adalet sistemi için son derece kritik unsurlardır.

Firmanın çalışanların farklı özelliklerine ve yaşam tarzına saygı duyup duymadıklarına ilişkin sorulara yönelik Ar-Ge çalışanlarının cevapları Tablo 14.8'de verilmektedir. Çalışanların %81'i yönetimlerin farklılıklara ve yaşam tarzlarına müdahale etmediğini düşünerek 'katılıyorum' ve 'kesinlikle katılıyorum' görüşünü vermişlerdir. Aksini düşünen katılımcıların oranı ise %6,2'dir. Yaklaşık %12'lik bir kesim ise 'kararsız' olduğunu ifade etmiştir. Bu alandaki ortalama puan 4,1 olup katılıyorumdur.

Yenilikçi sınıfın karakteristik özelliklerinden birisi toleranstır. Çalışma hayatında hataya karşı tolerans aslında yenilikçi davranışın gelişebilmesi için gerekli kültürel ortam son derece önemlidir. Çünkü çalışanların stres ve kaygıları iş ortamında hoşgörüsüzlük ve çatışmalara neden olmakta bu da yenilikçi olmalarını engellemektedir (Cansız, Karanfil ve Üstün, 2023). Diğer taratan sosyal hayatta yaşam tarzlarına müdahale olmaması dolayısıyla toleransın yüksek olması bu kesimin diğer önemsedığı hususlar arasındadır.

Tablo 14.7: Firmaya İlişkin Görüşler: Liyakat ve Başarıya Önem Verme

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	28	2,1
Katılmıyorum	58	4,3
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	192	14,2
Katılıyorum	651	48,2
Kesinlikle Katılıyorum	423	31,3
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	1074	79,4
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	86	6,4
Toplam	1352	100
Ortalama	4	
1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle katılıyorum		

Mayrhofer vd.'nin (2000) ifade ettiği gibi ekonomik olan sosyal olanla harmanlanmıştır ve o nedenle çalışanlar firmalardan sadece ekonomik özgürlük beklememektedir. Firmaların çalışanlarının dünya görüşüne, yaşam tarzına müdahale etmemesi ve farklı özelliklerine saygı duyması çalışanların kendilerini oraya ait hissetmesi ve işine odaklanmasına yardımcı olmaktadır. Firma değerlendirmesinde en yüksek puanı bu başlığın alması kritik hususlardan birisidir. Söz konusu ortalama puanın daha yüksek seviyelere çıkarılmasına da ihtiyaç devam etmektedir. Yenilikçi sınıfa dahil bireylerin hayat tarzlarına müdahale konusu en hassas oldukları hususlar arasında yer almaktadır.

Tablo 14.8: Firmaya İlişkin Görüşler: Farklı Özelliklere ve Yaşamlara Saygı Duyma

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	25	1,8
Katılmıyorum	59	4,4
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	167	12,4
Katılıyorum	633	46,8
Kesinlikle Katılıyorum	468	34,6
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	1101	81,4
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	84	6,2
Toplam	1352	100
Ortalama	4,1	
1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle katılıyorum		

Tablo 14.9’da ise firma yönetimlerinin çalışanların yaşam tarzlarına ilişkin yaklaşımlarının mekânsal dağılımı verilmektedir. Buna göre yaşam tarzına duyulan saygı büyük kentler ve teknoparklarda en yüksek düzeydeyken (ortalama 4,2) hinterlant ve kent çevrelerinin en düşük ortalamalara sahip oldukları (ortalama 3,9 ve 3,8) görülmektedir.

Tablo 14.9: Farklı Özelliklere ve Yaşam Tarzlarına Saygının Mekânsal Dağılımı

Genel Ort.	İl Grupları			Firmanın Konumu			
	Metropol	Hinterlant	Yeni Sanayi Odakları	OSB	Teknopark	Kent Merkezi	Kent Çevresi
4,1	4,2	3,9	4	4	4,2	4,1	3,8

14.1.2 Yeni İş Arayışı

Yenilikçi sınıf çalışmaktan memnun olmadığı firmadan ayrılma eğilimindedir. Bu sınıfa dahil insanlar sahip oldukları yetenekler ve geliştirecekleri yönlerle kendilerini gerçekleştirebilecekleri ve tatmin olacakları işlerde çalışmak istemektedirler. Bazen firmadan memnun olsalar da çalıştıkları bölgeleri kendilerine uygun bulmazken bazen de yaşadıkları kenti ve ülkeyi değiştirmek için yeni iş arayışında olabilmektedirler.

Tablo 14.10’da Ar-Ge çalışanlarının içinde sürekli yeni iş arayışında olanları tespit etmek amacıyla yöneltilen soruya verilen cevaplar derlenmiştir. Katılımcıların %72,9 sürekli bir iş arayışı içinde olmadıklarını belirtirken %12’lik bir kesim aksini ifade ederek sürekli iş aradığını vurgulamıştır. ‘Ne katılıyorum ne de katılmıyorum’ diyerek kararsız kalanların oranı ise %15’tir. Bu cevaplarla ortalama değer 2,1 olup ‘katılmıyorum’a yakınsamaktadır. Katılımcıların ücretlerinden memnun gibi gözükmelerine rağmen iş arayışı konusundaki bu değerler ücret dışında da yenilikçi sınıfın beklentilerini ortaya koymaktadır.

Tablo 14.10: Sürekli İş Arayışı

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	505	37,4
Katılmıyorum	481	35,6
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	208	15,4
Katılıyorum	109	8,1
Kesinlikle Katılıyorum	49	3,6
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	158	11,7
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	986	72,9
Toplam	1352	100
Ortalama	2,1	
1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle katılıyorum		

Tablo 14.11’de ise yenilikçi sınıfa kamuda çalışma istekleri sorulmuştur. Tablo incelendiğinde katılımcıların %61’i kesinlikle katılmadığını veya katılmadığını ifade ederek kamuda çalışmak istemediklerini ifade etmişlerdir. %21’lik kesim ise çalışmak istediğini belirtirken kararsız kalanların oranı %19 olarak gerçekleşmiştir. Ortalama değer ise 2,3 olup ‘katılmıyorum’a yakınsamaktadır.

Kamuda çalışmak bir taraftan garanti ve düzenli bir iş anlamına gelirken diğer taraftan daha geleneksel işlerin yapıldığı, yenilikçi uygulamaların çok daha az olduğu, liyakat ve yeteneklerin özel sektörle karşılaştırıldığında daha az etkisi olan uzun bir memuriyeti ifade etmektedir. Bu nedenlerle yenilikçi sınıfın önemli bir kısmının kamuda çalışmak istemediği değerlendirilmektedir.

Diğer taraftan kararsız kalanlarla birlikte kamuyu düşünebileceğini ifade edenlerin oranı da bir hayli yüksektir. Önümüzdeki süreçte firmaların yenilik kapasitelerinin yükselmesi ve Ar-Ge’ye verilen önemin daha da artması ile yenilikçi sınıfın değerinin daha da artacağı tahmin edilmektedir. Bu nedenle kamunun uyguladığı yenilik stratejilerinin özel sektörün gelişmesine sağlayacağı katkılar ve sanayideki yenilik kültürünün gelişmesiyle firmalardan memnuniyetin artacağı beklenmektedir.

Tablo 14.11: Kamuda Çalışma İsteği

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	511	37,8
Katılmıyorum	314	23,2
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	250	18,5
Katılıyorum	183	13,5
Kesinlikle Katılıyorum	94	7
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	277	20,5
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	825	61
Toplam	1352	100
Ortalama	2,3	
1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle katılıyorum		

Ar-Ge çalışanları arasında kamuda çalışma konusu bazı değişkenlerde farklılık arz etmektedir (Bkz. Tablo 14.12). Genel ortalama 2,3 ile ‘katılmıyorum’a yakınsamakla beraber kadınların daha fazla kamuda çalışma eğiliminde oldukları görülmektedir. Kadınların iş hayatında erkeklere göre daha istikrarlı ve düzenli iş arama eğilimi Ar-Ge çalışanları için de geçerlidir. Diğer taraftan kentlerin gelişmişlik düzeyi düştükçe kamuda çalışma isteği de artmaktadır. Çalışma koşulları gelişmiş kentlerin bulunduğu bölge bakımından daha konforlu olması kamuda çalışmak gibi nispeten daha istikrarlı iş tercihi daha az gelişmiş bölgelere geçildikçe bir miktar artmaktadır.

Cinsiyet ve il gruplarına ait değişkenler arasında ufak farklılıklar olmakla birlikte değerler hiçbirinde ‘katılıyorum’ seçeneğine yakınsamamaktadır.

Tablo 14.12: Kamuda Çalışmayı İsteme

Cinsiyet		İl Grupları		
Kadın	Erkek	Metropol	Hinterlant	Yeni Sanayi Odakları
2,6	2,2	2,2	2,4	2,5
Metropol: İstanbul, Ankara ve İzmir, Hinterlant: Tekirdağ Kocaeli Sakarya Bursa Manisa, Yeni Sanayi Odakları: Denizli, Kayseri, Konya, Eskişehir, Antalya, Mersin				

Ar-Ge çalışanlarının yeni bir iş teklifini ya da fırsatını değerlendirirken önceliklerinin ne olduğuna, hangi konuları daha önemli bulduklarına ilişkin görüşleri Tablo 14.13, Tablo 8.15 ve Tablo 8.16’da verilmektedir. En yüksek ortalama puanı alan kriterler; liyakate önem verilmesi (ortalama puan 4,5), mesleki gelişim imkânları (ortalama puan 4,5), yenilikçi proje geliştirme imkânı (ortalama puan 4,4) ve hayat tarzına müdahale edilmemesi (ortalama puan 4,4) olarak öne çıkmaktadır. Hatta bu sayılan konular ücret ve sosyal hakların (ortalama puan 4,3) üzerinde bir ortalama puan ile yenilikçi sınıfın anlayış ve dinamiklerini ortaya koymaktadır.

Ar-Ge çalışanlarının yeni bir iş teklifi değerlendirirken ücret ve sosyal haklar, hayat tarzına müdahale, kurumsal bir firma olması, mesai esnekliği ve yönetimin işe sürekli müdahale etmemesi kriterlerine yönelik görüşleri Tablo 14.13’te gösterilmektedir. Katılımcıların yeni bir iş teklifini değerlendirme kriterlerinde en önemli hususlar arasında yer alan “ücret ve sosyal haklar” ortalama 4,3 puan ile ‘önemli’ seçeneğine yakınsamaktadır. Ar-Ge çalışanlarının %88’i bu kriterde ‘önemli’ ve ‘çok önemli’ yanıtını verirken ‘önemsiz’ ve ‘hiç önemli’ olmadığı düşününlerin oranı %3’tür. %9’luk kesim ise çekimser kalmıştır.

Bu tablonun en önemli dolayısıyla en yüksek puan alan konusu ise 4,4 ortalama puan ile hayat tarzına müdahale olmaması seçeneğidir. Hayat tarzına müdahale tüm dünyada yenilikçi sınıfın önemle üzerinde durduğu konular arasındadır. Hayat tarzına müdahale edilmeyen bir iş ortamı tercihi 4,4 puan ortalaması ile ‘önemli’den ‘çok önemli’ye doğru yaklaşan bir cevap olmuştur. Ar-Ge çalışanlarının %91’i hayat tarzına müdahale edilmemesini yeni bir iş teklifini değerlendirirken ‘önemli’ ve ‘çok önemli’ bulduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların %2’si hayat tarzına müdahalenin ‘önemli’ olmadığını ya da ‘hiç önemli olmadığı’ nı ifade ederken kararsız olanların oranı ise %7’dir.

Ar-Ge ve yenilik yapısı gereği uzun vadeli bir iş olması nedeniyle yenilikçi sınıfın bu alanlarda çalışırken imkânları ve ihtimalleri dahilinde kurumsallaşmış ve yenilik bilincine sahip firmaları tercih etmeleri beklenmektedir. Diğer taraftan Türkiye’de kurumsal firmalarda Ar-Ge ve yenilik bilincinin yeterli olmadığını, daha küçük firmalarda daha yenilikçi faaliyetler yapılabileceğini de değerlendirmektedirler. Ancak kurumsal firmaların Ar-Ge ve yenilik dışında personel düzenlemeleri, ücretlerin zamanında verilmesi, izinlerin

kullanılmasında sıkıntı olmaması gibi avantajları çalışanların kendilerini daha güvende hissetmelerine neden olmaktadır. Bu nedenler genel olarak Ar-Ge çalışanlarının daha kurumsal firmalara yönelmelerine neden olabilmektedir.

Ar-Ge çalışanlarının yeni bir iş teklifini değerlendirirken kurumsal firma tercihi 3,9'luk ortalama ile 'önemli'ye yakınsamaktadır. Katılımcıların %71'i yeni bir iş teklifinde bulunan firmanın kurumsal olmasının önemli ve çok önemli olduğunu vurgularken %11'lik kesim 'önemli değil' ve 'hiç önemli değil' cevabını vermiştir. Katılımcıların %18'i ise 'kararsız' bir görüş belirtmişlerdir.

Tablo 14.13: Yeni Bir İş Teklifini Değerlendirme Kriterleri I

Görüşler	Ücret ve Sosyal Haklar	Hayat Tarzına Müdahale Etmeyen	Kurumsal Firma	Mesai Esnekliği	Yönetimin İşe Sürekli Müdahale Etmemesi
Hiç Önemli Değil	9	7	39	38	15
Yüzde (%)	0,7	0,5	2,9	2,8	1,1
Önemli Değil	29	21	105	92	47
Yüzde (%)	2,1	1,6	7,8	6,8	3,5
Ne Önemli Ne Değil	125	100	248	324	213
Yüzde (%)	9,2	7,4	18,3	24	15,8
Önemli	565	457	538	570	555
Yüzde (%)	41,8	33,8	39,8	42,2	41,1
Çok Önemli	624	767	422	328	522
Yüzde (%)	46,2	56,7	31,2	24,3	38,6
T2B (Önemli ve Çok Önemli)	1189	1224	960	898	1077
Yüzde (%)	87,9	90,5	71	66,4	79,7
B2B (Önemli Değil ve Hiç Önemli Değil)	38	28	144	130	62
Yüzde (%)	2,8	2,1	10,7	9,6	4,6
Toplam	1352	1352	1352	1352	1352
Yüzde (%)	100	100	100	100	100
Ortalama	4,3	4,4	3,9	3,8	4,1

Mesai esnekliği yenilik faaliyetleri için önemli bir ayrıntıdır. Şöyle ki Ar-Ge iş yapış biçimi olarak memurların çalışması gibi rutin işlerin dışında düşünmeyi, araştırmayı, denemeyi, tartışmayı ve bütün bunları sentezleyecek çalışmaları içermektedir. Bu nedenle sabah giriş-akşam çıkış saatleri keskin sınırlarla çizilmiş geleneksel mesai kavramına sıkı bağlılık bu alandaki yenilikleri engelleyebilmektedir. Bu gibi sebeplerle yenilikçi sınıf tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de esnek mesaiyi ortalama 3,8 puan ile önemliye yakın görmektedir.

Ar-Ge çalışanlarının %66'sı yeni bir iş teklifi değerlendirirken mesai esnekliği için 'önemli' ve 'çok önemli' görüşünü vermişlerdir. Diğer taraftan katılımcıların %10'u aksini düşünerek 'önemsiz' ve 'hiç önemli değil' görüşünü verirken %24'lük kesim ise çekimser kalmıştır.

Genel olarak yenilikçi sınıfın diğer bir önem verdiği özellik ise özerkliktir. İnisiyatif kullanma eğiliminde olan girişimci tip veya Ar-Ge odaklı ve bilimsel değerler üzerinden yenilikçiliği kodlayan Ar-Ge çalışanları bu alanda yönetimin kendilerini daha özerk bırakmasını ve çok az müdahale edilmesini talep etmektedirler.

Bu kapsamda Ar-Ge çalışanları bu çalışmada yeni bir iş değerlendirirken yönetimin müdahale etmemesi konusunda 4,1 ortalama değer ile 'önemli' bulduklarını vurgulayan bir görüş ifade etmiştir. Katılımcıların %80'ni müdahale edilmemesinin 'önemli' ve 'çok önemli' olduğunu ifade ederken %4,6'luk kesim aksini düşünerek 'önemli değil' ve 'hiç önemli değil' görüşünü ifade etmiştir. Çekimser kalanların oranı ise %16'dır.

Ücret ve sosyal haklara verilen yanıtlar değişkenlere göre önemli farklılık göstermemesine rağmen firmanın bulunduğu mekâna göre sınırlı farklılıklar görülmüş ve bilgileri Tablo 14.14'te verilmiştir. Buna göre OSB'lerle teknoparklar arasında 0,3 puanlık fark oluşmaktadır. Burada üretime dayalı firmaların Ar-Ge'ye dayalı firmalarla biraz olsun farkı ortaya çıkmaktadır. Çok genel olarak teknopark firmalarında yenilikçi firmalar arasındaki etkileşim, teknopark ortamının rahatlığı, sorunlara çözüm bulma yolları, Ar-Ge kültürünün daha fazla içselleştirilmiş olması gibi özellikler teknoparklarda çalışan yenilikçi sınıfta ücret ve sosyal hakların önemini azaltmış olabilir. Bu gibi ortamlarda kendini gerçekleştirebileceğine inanan ve üretimden ziyade Ar-Ge'ye odaklanabileceğini düşünen kişilerin yaklaşımında ücret ve sosyal imkânların önüne geçebilir.

Tablo 14.14: Ücret ve Sosyal Haklara Verilen Önemin Bölgelere Göre Dağılımı

Genel Ort.	OSB	TGB	Kent Çevre	Kent Merkezi
4,3	4,5	4,2	4,3	4,3

Yeni bir iş teklifinde firmada; liyakate verilen önem, yenilikçi proje geliştirme imkânı, yetenek ve mesleki gelişim ile yurtdışı imkânları konularına yönelik Ar-Ge çalışanlarının görüşleri Tablo 14.15'de gösterilmektedir. Ar-Ge çalışanları tarafından bunların içinde en önemli görülen hususlar liyakat, yenilikçi proje geliştirme imkânı ile yetenek ve mesleki gelişimdir.

Bir firmada liyakate önem verilmesi başarılı ile başarısız birbirinden ayırt ederek objektif kriterlerin bulunması anlamına gelmektedir. Bu kriterlere göre iş, yöneticilik ve diğer hakların konumlandırılması yenilikçi sınıf için çalışmak isteyeceği firmalarda bulunması gereken başat özelliklerdendir. Nitekim liyakat konusunda katılımcıların %93'ü 'çok önemli' ve 'önemli' görüşünü savunmaktadır. Ortalama değer ise 4,5 ile 'çok önemli'ye yakınsamaktadır.

Tablo 14.15: Yeni Bir İş Teklifini Değerlendirme Kriterleri II

Görüşler	Liyakat, Başarıya Önem Veren	Yenilikçi Proje Geliştirme İmkânı	Yetenek ve Mesleki Gelişim	Yurtdışı Görev İmkânı
Hiç Önemli Değil	4	5	4	27
Yüzde (%)	0,3	0,4	0,3	2
Önemli Değil	17	15	13	79
Yüzde (%)	1,3	1,1	1	5,8
Ne Önemli Ne Değil	81	71	55	227
Yüzde (%)	6	5,3	4,1	16,8
Önemli	500	538	467	578
Yüzde (%)	37	39,8	34,5	42,8
Çok Önemli	750	723	813	441
Yüzde (%)	55,5	53,5	60,1	32,6
T2B (Önemli ve Çok Önemli)	1250	1261	1280	1019
Yüzde (%)	92,5	93,3	94,7	75,4
B2B (Önemli Değil ve Hiç Önemli Değil)	21	20	17	106
Yüzde (%)	1,6	1,5	1,3	7,8
Toplam	1352	1352	1352	1352
Yüzde (%)	100	100	100	100
Ortalama	4,5	4,4	4,5	4

Yenilikçi proje geliştirme imkânı firmaların o alandaki kaynak kullanma kapasitesini gösterdiği gibi Ar-Ge ve yenilikçiliğin geliştirilmesi ve kültürüne verilen önemin bir göstergesi de olabilmektedir. Ar-Ge çalışanları da bu saiklerle temelde kendilerini geliştirmek, yeni işler yapabilmek ve iş tatminini yakalayabilmek gibi nedenlerle yeni iş imkânlarında firmaların potansiyellerini değerlendirme eğiliminde olabilmektedirler.

Bu kapsamda katılımcıların %93'ü bu hususun 'çok önemli' ve 'önemli' olduğunu vurgulamışlardır. Ar-Ge çalışanlarının %5'i çekimser kalırken sadece %2'lik kesim yenilikçi proje geliştirme imkânının 'önemsiz' ve 'hiç önemsiz' olduğunu ifade etmiştir. Ortalama değer 4,4 olup 'önemli'ye yakınsamaktadır.

Yetenek ve mesleki gelişim yenilikçi sınıfın üzerinde en fazla durduğu konulardan birisidir. Bu kesimin temel felsefelerinden birisi daima yeni bir şeyler bulmak ve geliştirmek olduğu için bu alandaki başarının kendilerini geliştirmekten geçtiğinin bilincindedirler.

Çalışma kapsamında yeni bir işi değerlendirmede yeteneklerin ve mesleki gelişimin önem derecesine ilişkin soruya ortalama 4,5 puan ile çok önemliye yakınsayan bir görüş

vermişlerdir. Katılımcıların %95'i 'önemli' ve 'çok önemli' görüşü verirken sadece %1'lik bir kesim bu konuyu önemsememiştir. Çekimser kalanların oranı ise %4'tür.

Yurtdışı görev imkânı, uluslararası alanda network oluşturma ve bu alandaki önemli ve rekabetçi firmaların neler yaptığını ve nasıl yaptığını görmek için önemli fırsatlar sağlayabilmektedir. Ar-Ge çalışanlarının bilgi, görgü ve tecrübesine katkı sağlama imkânı sağlayan yurtdışı çalışma potansiyelleri bu bağlamda onlar için seçim kriteri olabilmektedir. Diğer taraftan bu kesim içinde önemli bir bölüm de yurtdışında kariyer düşünmesi mevcut işlerin yurtdışı tecrübelerini artırma fırsatı vermesini tercih nedeni yapabilmektedir.

Bu çerçevede Ar-Ge çalışanlarının %75'i yurtdışı görev imkânını 'önemli' ve 'çok önemli' bulurken, %8'lik kesim 'önemli değil' ve 'hiç önemli değil' fikrindedir. %16,8'lik kesim ise çekimser kalmıştır. Ortalama değer ise 4 olup 'önemli' derecesindedir.

Ar-Ge çalışanlarının yeni bir iş tercihi yaparken, iş yerinin fiziki koşullarının, bulunduğu bölgenin (OSB, teknopark vb.) ve kentin gelişmişlik düzeyinin etkilerine ilişkin yanıtları Tablo 14.16'da özetlenmiştir.

Tablo 14.16: Yeni Bir İş Teklifini Değerlendirme Kriterleri III

Görüşler	İş Yerinin Fiziki Koşulları	İş Yerinin Konumu	İş Yerinin Bulunduğu Kentin Gelişmişlik Düzeyi
Hiç Önemli Değil	18	18	21
Yüzde (%)	1,3	1,3	1,6
Önemli Değil	44	87	76
Yüzde (%)	3,3	6,4	5,6
Ne Önemli Ne Değil	194	228	223
Yüzde (%)	14,3	16,9	16,5
Önemli	717	629	638
Yüzde (%)	53	46,5	47,2
Çok Önemli	379	390	394
Yüzde (%)	28	28,8	29,1
T2B (Önemli ve Çok Önemli)	1096	1019	1032
Yüzde (%)	81,1	75,4	76,3
B2B (Önemli Değil ve Hiç Önemli Değil)	62	105	97
Yüzde (%)	4,6	7,8	7,2
Toplam	1352	1352	1352
Yüzde (%)	100	100	100
Ortalama	4	4	4

Bir iş tercihi yapılırken gerek kentin konumu gerek iş yerinin konumu gerekse fiziki koşulları bu alanlardaki en düşük ortalama puanları almışlardır. Bu alanlardaki ortalama puanlar 4 olup diğer iş seçim kriterleriyle karşılaştırıldığında düşük olmasına rağmen yenilikçi sınıf için yine de önemli görülmektedir.

Hayatın önemli bir bölümünün iş yerinde geçtiği değerlendirildiğinde bu alanın konforlu olması, yenilikçiliği destekleyecek bir tasarıma sahip olması Ar-Ge çalışanlarının performansını artırmaktadır. Dünyanın en yenilikçi şirketleri artık Ar-Ge çalışanlarını dikkate alan iş yeri tasarımları yapmakta, dinlenme, spor, oyun gibi aktiviteleri iş yerinden çıkmadan yapabilecekleri olanakları tesis içinde barındırmaya yönelmektedir. Türkiye’de de bazı gelişmiş firmaların bu tür faaliyetleri bulunmakla birlikte sanayinin geneli için bu yaklaşımlardan uzak olduğunu söylemek pek de yanlış olmayacaktır. Bu kapsamda katılımcılardan iş yerinin fiziki koşullarına çok önemli ve ‘önemli’ görüşünü verenlerin oranı %81’dir. ‘Önemli değil’ ve ‘hiç önemli değil’ görüşünde olanların oranı %5 iken çekimser kalanların oranı %14’tür.

İş yerinin OSB, teknopark, kent merkezi veya kent çevresinde olması çalışanlara farklı avantaj ve dezavantajlar getirmektedir. OSB’ler genel olarak kent dışında olmaları ve sosyal donatılarının yeterli seviyede olmaması veya aktif olmaması nedeniyle dezavantajlar yaratırken, diğer firmaları izleme ve iş birliği yapılan firmalarla etkileşim düzeyi açısından avantajlar sağlayabilmektedir. Buna karşın teknoparkların genellikle üniversite kampüslerinde olması sosyo-kültürel açıdan daha nitelikli bir kitle içinde olmayı, üniversite ile ilişkilerin güçlenmesini sağlayabilmektedir. Diğer taraftan kent merkezleri ise ulaşım kolaylıkları, kentteki mesleki, sanatsal ve diğer boş zaman aktiviteleri için çeşitli avantajları içinde barındırırken kent çevresindeki çalışanların sadece firma iş yeriyle sınırlı bir çevreleri bulunmaktadır.

Ar-Ge çalışanlarının iş yerinin konumuna ‘çok önemli’ ve ‘önemli’ görüşünü verenlerin oranı %75’tir. ‘Önemli değil’ ve ‘hiç önemli değil’ görüşünde olanların oranı %8 iken çekimser kalanların oranı %17’dir.

Hangi kentte çalışıldığı tüm çalışanlarda olduğu gibi yenilikçi sınıf için de önemli bir alandır. Ar-Ge çalışanları genel olarak büyük kentlerde yaşamayı ve çalışmayı tercih etmektedirler. Özellikle genç yaşlarda gelişmiş firma ve bu firmaların genelde bulunduğu yer olan büyük kentler önemli bir tercih olurken, orta yaş civarında ise yaşam koşulları, çocukların eğitimi, güvenlik ve kültürel faaliyetlerin gelişmişliği gibi konular Ar-Ge çalışanlarını kendilerine çekmektedir. Gelişmiş kentlerin diğer önemli özelliği ise diğer kentlere göre daha etkin bir bölgesel yenilik sistemlerine sahip olmalarıdır. Ekosistemdeki aktörlerin iş birliğinin gelişmiş olması, iş yapma biçimlerini geliştirirken onların sosyal ve beşerî sermaye kapasitelerini artırmaktadır. Metropoller bir ülkenin dışa açılan penceresi olması, uluslararası bağlantıların bu kentlerde daha yüksek olması ise diğer bir tercih sebebi olmaktadır. Bu çekici özelliklerinin tersi ise daha küçük kentlerdeki itme koşulları olarak değerlendirilebilir. Bu husus bir sonraki bölümde daha detaylı olarak ele alınacaktır.

Katılımcılar içinde iş yerinin bulunduğu kent için ‘çok önemli’ ve ‘önemli’ görüşünü verenlerin oranı %76’dır. ‘Önemli değil’ ve ‘hiç önemli değil’ görüşünde olanların oranı %7 iken çekimser kalanların oranı %17’dir.

14.1.3 Ar-Ge Çalışanlarının İş Yaşamındaki Duygu Durumları

Ar-Ge çalışanlarının yaratıcılığını etkileyen diğer bir parametre ise içinde bulundukları iş ortamlarının duygularını nasıl etkilediği ve stres düzeylerinin ne ölçüde olduğu ile ilişkilidir. Çalışma hayatında duygular iş ve sosyal yaşamı yoğun bir şekilde etkileyebilmektedir. Bu husus bazen verimlilik artışı sağlarken bazen de aşırı stresli çalışma ortamı ile iş ve yaşam kalitesini düşürmektedir (Florida, 2005). Bu çerçevede Ar-Ge çalışanlarının iş yerinde başarısızlık, işsiz kalma korkuları ile işteki stresin psikolojik etkileri konusundaki görüşleri Tablo 14.17, Tablo 14.18 ve Tablo 14.19’da özetlenmektedir.

Tablo 14.17’de 1352 anket katılımcısının işyerinde başarısız olma korkularına ilişkin veriler derlenmiştir. Bu tür korku ve kaygılar iş yaşamında çalışanların motivasyonunu, verimliliğini ve iletişim becerilerini etkilemektedir (Cansız, Karanfil ve Üstün, 2023). İş yerinde başarısızlık korkusunun ortalama değeri 2,5 olup ‘katılmıyorum’ ve ‘ne katılıyorum ne katılmıyorum’ görüşlerinin tam ortasında kalmıştır. Bu kapsamda Ar-Ge çalışanlarının %25,4’ü başarısızlık korkusunu yaşarken %55,4’ü ise yaşamadığını ifade etmiştir. %19,2’lik kesim ise ne korktuğunu ne de korkmadığını ifade ederek çekimser kalmıştır.

Tablo 14.17: İşyerinde Başarısız Olmaktan Korkuyorum İfadesine İlişkin Görüşler

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	349	25,8
Katılmıyorum	400	29,6
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	259	19,2
Katılıyorum	247	18,3
Kesinlikle Katılıyorum	97	7,2
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	344	25,4
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	749	55,4
Toplam	1352	100
Ortalama	2,5	
1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle katılıyorum		

Çalışanların iş kaybetme korkusunun hiç olmaması onları rehavete itebilir. Benzer şekilde bu duygunun çok güçlü olması ise performansı düşürebilir, inisiyatif almayı azaltabilir ve

dolayısıyla firma çalışanın yeteneklerinden yeterince yararlanamayabilir. Dolayısıyla bu alanda firmalarca bir denge sağlanabilmesi için, kurum kültürünün geliştirilerek çalışanlarca benimsenmesi, çalışan bağlılığı ve aidiyetini artıracak uygulamaların artırılması gibi politikaların faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Böylelikle yenilikçi sınıfın iş kaybetme korkusu veya işini kaybetmeyi önemsiz görmesi arasındaki makas kendini değerli hissedeceği ve firmayı benimseyeceği uygulamalarla azaltılabilecektir.

Tablo 14.18’de işsiz kalmaktan korkulup korkulmadığına ilişkin görüşler derlenmiştir. İşsiz kalmaktan korkanların ortalama değeri ise 2,3’tür. Katılımcıların %21’i işsiz kalmaktan korkmakta iken %19’u ne korktuğunu ne de korkmadığını ifade etmiştir. %60,4’lük bir kesim ise korkmamaktadır. Buna göre Ar-Ge çalışanlarının çoğunluğunun işsiz kalmaktan korkmadığı diğer bir ifadeyle yeni bir iş bulacaklarına dair güven duydukları söylenebilir. Bu veri beşerî sermaye ve iş tecrübelerinin tartışıldığı üçüncü bölümünde değinilen bulgularla tutarlı bir tablo ortaya koymaktadır.

Tablo 14.18: İşsiz Kalmaktan Korkuyorum İfadesine İlişkin Görüşler

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	349	25,8
Katılmıyorum	400	29,6
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	259	19,2
Katılıyorum	247	18,3
Kesinlikle Katılıyorum	97	7,2
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	344	25,4
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	749	55,4
Toplam	1352	100
Ortalama	2,5	
1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle katılıyorum		

Tablo 14.19’da işteki stres düzeyinin psikolojik etkileri sorulmuş ve bu konudaki görüşler derlenmiştir. İşteki stresin psikolojik duruma etkisinde ortalama değer 2,9’a çıkmakta

ve ‘ne katılıyorum ne katılmıyorum’a yakınsamaktadır. Ar-Ge çalışanlarının bir kısmı iş yerindeki stresin psikolojik durumlarını olumsuz etkilediğini ifade ederken, daha büyük bir grup bu görüşe katılmamaktadır.

Tablo 14.19: İsteki Stres Psikolojik Durumumu Olumsuz Etkiliyor İfadesine İlişkin Görüşler

Görüş	Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	224	16,6
Katılmıyorum	358	26,5
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	327	24,2
Katılıyorum	293	21,7
Kesinlikle Katılıyorum	150	11,1
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	443	32,8
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	582	43,0
Toplam	1352	100
Ortalama	2,9	
1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle katılıyorum		

Tablo 14.20’de çalışma hayatında duygulara yönelik görüşlerin cinsiyet, girişimcilik tecrübesi ve yabancı dil bilgisi gibi bazı fark yaratan değişkenlere göre ortalama değerler verilmiştir. Buna göre genel olarak erkekler kadınlara göre, girişimcilik tecrübesi olanlar olmayanlara göre ve dil bilenler bilmeyenlere göre başarısızlık, işsiz kalmak ve stresin etkilerinden daha az korkmakta ve etkilenmektedirler. Bu da bize Bourdieu’ya paralel olarak beşerî ve kültürel sermayesi güçlü olan çalışanların “kendine güven” konusunda ön planda olduğunu göstermektedir.

Tablo 14.20: Çalışma Hayatında Çeşitli Değişkenlere Göre Farklılaşan Duygular

Değişkenler	Genel	Cinsiyet		Girişimcilik Tecrübesi		Yabancı Dil	
		Kadın	Erkek	Evet	Hayır	Bilmeyen	Bilen
Başarısızlıktan Korkma	2,3	2,7	2,5	2,3	2,6	2,7	2,4
İşsiz Kalmaktan Korkma	2,3	2,5	2,3	2	2,5	2,7	2,3
İşteki Stres Psikolojik Durumumu Olumsuz Etkiliyor	2,9	2,9	2,8	2,6	2,9	3,2	2,7

Çalışma hayatı konusu nicel analize dayalı şekilde toplu olarak değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılabilmektedir;

- Katılımcıların çalışma hayatında yaratıcı olması, yenilik yaratabilmesi için çalışma hayatında çeşitli aktörlerin etkisi mevcuttur. Bu etki olumsuz olduğunda Ar-Ge çalışanlarının yaratıcılığı kötü yönde etkilenirken, olumlu olması durumunda ise tam tersi bir etki göstermektedir. Olumlu ya da olumsuz olacak aktörler ya da unsurlar ise, yönetim, firma/fırma türü, firmanın bulunduğu mekân olarak sıralanabilir
- Ar-Ge çalışanlarına çalışmalarında serbestlik tanınmaktadır. Aynı zamanda firmanın Ar-Ge çalışanlarının yenilikçiliğini teşvik etmesinde olumlu bir rolü vardır. Burada firma Ar-Ge çalışanlarının projelerini desteklemesi ve onlara çeşitli kurum ve kuruluşlarda çalışanlarına eğitimler sağlaması son derece önemlidir. Ancak bazı katılımcıların yöneticilerin işlerine müdahalesi konusunda olumsuz görüşleri bulunmaktadır. Bu durum Ar-Ge çalışanlarının yaratıcılığının gelişmesini engellemektedir.
- Firma girişimciliği desteklemesi açısından da önem arz etmektedir. Burada firmanın türü ve özellikleri ön plana çıkmaktadır. Çünkü ihracat yapmayan ve patenti olmayan firmalar katılımcıların girişimcilik yönünü daha fazla desteklemektedirler. Bu nedenle sırasıyla teknopark, tasarım ve Ar-Ge merkezleri çalışanlarını girişimcilik açısından desteklemektedirler. Mekânsal olarak bakıldığında ise girişimciliği en fazla destekleyen büyük kent ve hinterlandta yer alan firmalar ile teknoparklardır. Burada girişimciliği en az destekleyen bölge ise yeni sanayi odaklarıdır.
- Çalışma hayatının Ar-Ge çalışanlarını destekleyip desteklemediğini ölçen diğer bir kriter yeni iş arayışı ile ilgilidir. Katılımcıların büyük kısmı yeni bir iş arayışında

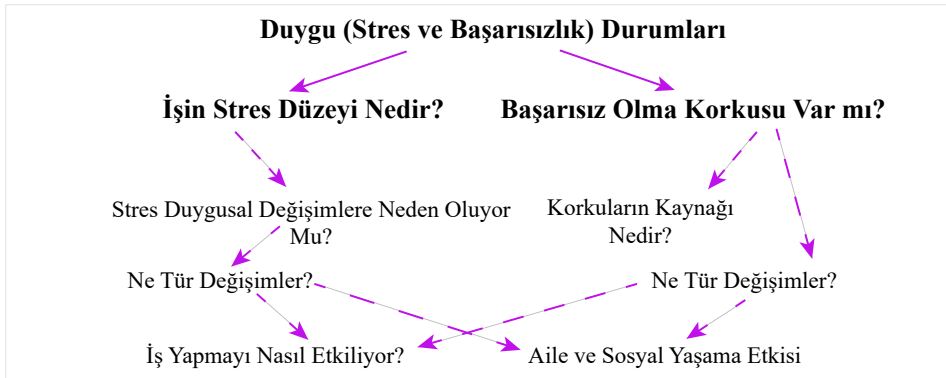
olmamasına rağmen, bir kısmı yeni iş arayışını olumlamaktadır. Diğer taraftan kamuda çalışma özellikle büyük kentlerde çalışan katılımcılar tarafından kabul edilmemektedir. Çünkü kamuda çalışma yetenek ve yaratıcılığın kullanılmasını desteklemeyen bir alandır. Bu durumda yaratıcı sınıf için kabul edilmeyecek bir durumdur. Kamuda çalışma isteği olan katılımcıların ise daha çok hinterlandlarda ve yeni sanayi odaklarında yüksek olduğu görülmekle birlikte, kadınların bu konudaki oranı da erkeklere göre daha yüksektir.

- Yeni bir iş teklifini değerlendiren Ar-Ge çalışanlarının önceliklerine bakıldığında ise, liyakate önem, mesleki gelişim, yenilikçi proje geliştirme ve hayat tarzına müdahale edilmemesi öne çıkmaktadır.
- Ar-Ge çalışanlarının birçoğu işlerini kaybetmekten korkmamakta ve kendilerine güvenmektedirler. Bu durum katılımcıların beşerî sermayesi ile doğru orantılıdır.
- Katılımcıların iş stres düzeyi ise değişmekte ve bazıları bundan olumsuz etkilenirken bazıları ise stresten etkilenmemektedirler.
- Çalışma hayatında farklılaşan duygulardan etkilenme derecesi cinsiyete göre farklılaşmakla birlikte, beşerî sermaye ve girişimcilğe sahip olanların değişken durumlardan daha az etkilenmektedir.

14.2 Ar-Ge Çalışanlarının Çalışma Hayatındaki Duygu Durumları: Nitel Perspektif

Duygular iş yeri ortamı, yönetici ve iş yeri sahibi/ortaklarının yaklaşımı kısaca iş ortamının yenilikçi olmasıyla yakından ilişkilidir. Ar-Ge çalışanlarının işteki stres düzeyi, bununla baş etme yolları, sosyal ve iş hayatına yansımaları ile başarısızlık ve işten atılma korkusunun olup olmaması ve bunlarla baş etme yöntemlerine ilişkin görüşleri alınmıştır. Şekil 14.1’de konuya ilişkin yapılan nitel araştırma tasarımı verilmiştir. Şekil 14.2’de ise bu kapsamda yapılan mülakatların değerlendirilmesi sonucunda bu bölümdeki kodların illere ve çalışma hayatına göre dağılımı dikey eksen bazlı görünümle verilmiştir.

Şekil 14.1: Çalışma Hayatındaki Duygu Durumları: Nitel Tasarım



Şekil 14.2: Çalışma Hayatına İlişkin Kodların Genel Dağılımı

Kod Sistemi	Ankara	İstanbul	İzmir	Kocaeli	Bursa	Tekirdağ	Sakarya	Manisa	Konya	Kayseri	Denizli	Mersin	Eskişehir	Antalya	TOPLAM
ANALİZ KODLARI															0
Çalışma Hayatı (Duygular)															0
İşteki stres düzeyi ve etkileri															0
Yüksek stres															119
Orta düzey stres															87
Düşük stres															54
Stresin iş ve sosyal yaşama etkisi															499
İş kaybetme/başarısızlık korkusu															0
Evet															68
Hayır															162
Kısmen															22
Korkuların hayata etkisi															124
Korkuların kaynakları															77
TOPLAM	170	254	100	100	102	47	55	60	42	60	50	59	62	51	1.212

14.2.1 İş Yerindeki Stres Düzeyi ve Etkileri

İş yerindeki stres düzeyinin aşırı yüksek olması iş yapma biçimlerini, çalışanların, yöneticilerin, girişimcilerin davranışlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Literatürde yönetilebilecek kadar stresin hayatın tüm alanları için başarı sağlayacak bir dışsallık olduğu konusunda bir konsensüs bulunmaktadır. Belirli bir düzeydeki stres rekabet gücünü artırmaktadır. Ancak bu düzey aşıldığında ise çeşitli olumsuz sonuçlar ortaya çıkmaktadır.

Şekil 14.3'de Ar-Ge çalışanlarının iş yerlerindeki stres düzeylerine ilişkin görüşleri ve bunların iş ve sosyal yaşama etkileri konusundaki görüşleri verilmektedir. Buna göre katılımcıların yaklaşık %47'si yüksek stres altında çalıştıklarını ifade ederken orta düzey ve düşük düzey cevaplarını verenlerin oranları sırasıyla %34 ve %19'dur.

Yani bazen iyi bazen kötü. Artıları var, eksileri var. Çünkü üzerinizde belli bir baskı olması, belli bir stres seviyesi olması insanı motive eden, zorlayan, çalıştıran bir şey. Dolayısıyla belirli bir seviyeye kadar olmalı bence. Ama aşırıya kaçtığı zaman tatsız olabiliyor. (İstanbul-1208)

Stresin iş yaşamına farklı düzeylerde ve farklı etkileri bulunmaktadır. Stresin yüksekliğine, çalışanın tecrübesine, psikolojik ve sosyal özelliklerine göre etkileri değişmektedir. Katılımcıların stresin iş yaşamına etkilerine ilişkin görüşleri üç kategoride incelenmiştir. Birinci grup stresten etkilenmemektedir.

Tecrübeliyim. Senelerdir böyle bir ortamda çalıştığım için benim üzerimde hiç yok işimizin gerçeği bu, onu yönetmek lazım. Ama tabi genç arkadaşlar biraz daha sıkıntılı onları da yetiştirmeye çalışıyoruz (İzmir-923)

İkinci grup stres karşısında, motivasyon artışı sağladığını, daha iyi öğrendiğini, daha yenilikçi olduğunu ve tolerans düzeyinin arttığını ifade etmektedir.

Stresle çalışınca öğreniyorsunuz ve daha olumlu işler yapabiliyorsunuz. (Mersin-1473)

Daha toleranslı olmayı öğreniyorsunuz, daha sabırlı olabiliyorsunuz. (İzmir-1428)

İş kapasitemi belli oranlarda artırır, dikkat seviyemi yüksek tutmamı sağlar. (İstanbul-1496)

Üçüncü ve en yoğun grubu ise stresin iş yaşamını olumsuz etkilediğini savunanlar oluşturmaktadır.

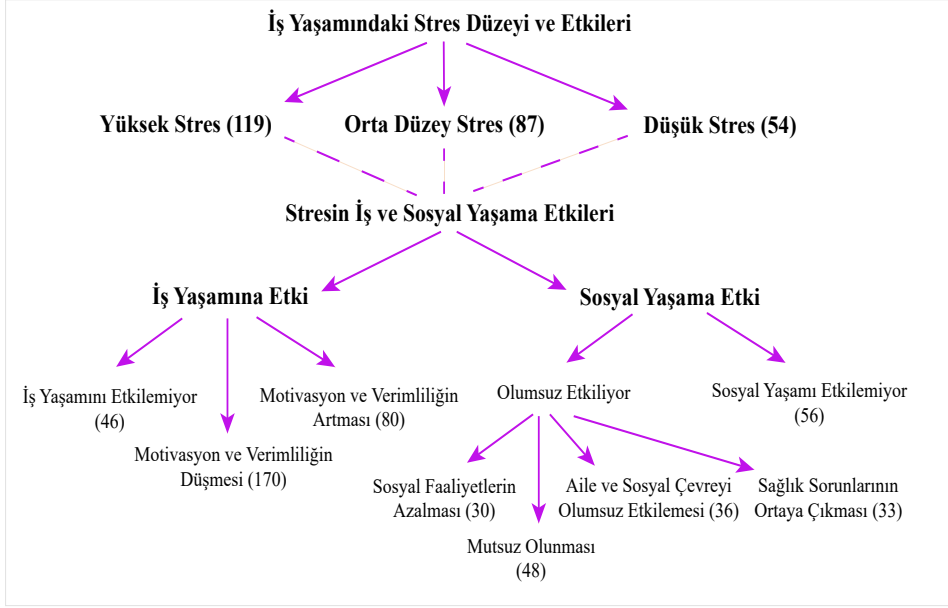
Stres iş yapma kapasitenizi etkiler tabii. Mutlaka etkiler. Stresin vermiş olduğu durumdan kaynaklı olarak hata yapabilirsiniz. Yanlış karar verebilirsiniz. Hızlı ve acele karar vermek zorunda olduğunuz durumlar olabilir, bu da size hata yapmanıza neden olabilir. (İstanbul-34)

Stresli olmadığım zaman ise daha yaratıcı olabilirsiniz, daha yenilikçi olabilirsiniz. Üzerinizde bir baskı olduğunda hemen bitsin, sonraki işe başlayayım modu oluyor (Kayseri-62)

Baskı altında kaldığım zaman yaratıcılığın önüne geçilmiş olur ve iş yapamam. Rahat olmam lazım ki bir şeyler yapabileyim. Baskı altında, olmam gereken ben olamam. (Sakarya-406)

Daha rahat bir ortamda çalıştığımda daha yaratıcı olabiliyorum. Aşırı stres olduğunda artık o stres kontrol edilemeyecek noktaya geldiğinde üretilen iş daha kalitesiz oluyor. (İstanbul-1344)

Şekil 14.3: İş Yerindeki Stres Düzeyi ve Etkileri



Bazı katılımcılar ise düşük stres ortamında rahat çalıştıklarını ve bunun olumlu etkilerini ifade etmişlerdir.

Olumlu etkiliyor işyerime bağımlılığımı arttırıyor düşük stresde çalıştığım için yani aidiyetini şirket bağımlılığımı arttırıyor. (Ankara-1705)

İş yerindeki stres çoğunlukla sosyal yaşamı olumsuz etkilemektedir. Aşırı stresli bir gün veya sürekli gergin ortamlarda çalışmak genellikle insanları mutsuz etmektedir. Bu mutsuzluk bazen de sosyal çevreye olumsuz olarak yansımaktadır. Sosyal çevre ve ailedeki olumsuzluklar iş yerinde stresle birleştiğinde verimsizlikler ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla iş yerindeki aşırı stres hem sosyal hayatı bozmakta hem de bununla birlikte yine iş yerine verimsizlik olarak dönmektedir.

Stresin yarattığı bir yorgunluk, o gün eve gittiğinizde daha bir yorgun gidiyorsunuz stresli bir günün arkasından. Öyle bir yorgunluk oluyor, bir negatiflik, mutsuzluk oluyor. (İstanbul-502)

Olumsuz etkiliyor. Sosyal hayatımda da insanların tepkilerinden anlayabiliyorum bunu; “değişmişsin”, “daha böyle rahat olabileceğin bir iş bulsan” önerileri gibi. (Antalya-1411)

İş yetiemediği zaman stres yapıyoruz. Eve geldiğimde stresli olabiliyorum, arkadaşlarıma karşı biraz daha sert olabiliyorum. (Sakarya-992)

Mutsuz oluyorum. Hoşgörü seviyemi ve davranışlarımı olumsuz etkiliyor. (İstanbul-1547)

Stres seviyesinin yüksekliği bazı kişilerde sağlık sorunları yaratmakta ve tedavi edilmesi gereken sinir sistemi kaynaklı rahatsızlıklar ortaya çıkabilmektedir.

Yoğun stres ve baskı altında olduğum için, depresif haller oluşturuyor. (Kayseri-1984)

Olumlu etkilediğini söyleyemem. Zaman zaman medikal destek alıyorum. (İzmir-944)

Bazı kişiler ise stresle mücadele yöntemini içselleştirmiş ve işi işte bırakmayı öğrenebilmiştir.

Ben işten çıkarken işteki duygularımı ofiste bırakarak çıkıyorum. Gayet moraliyim bozuk olabilir, gülerken çıkabiliyorum. Kendim, böyle bir yapım var (İzmir-678)

14.3 Başarısızlık ve İş Kaybetme Korkusu

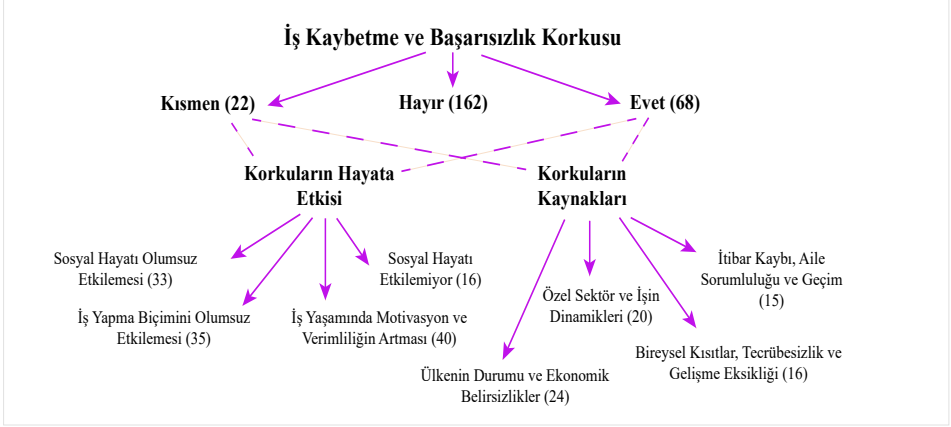
Çalışma ilişkilerinin ve sürelerinin giderek değiştiği (tam zamanlı ömür boyu iş garantili işlerden yarı-zamanlı, güvencesiz, mevsimlik, sözleşmeye dayalı, kayıtsız ve geçici işlerin norm haline geldiği) istihdam piyasasının esnekleşerek güvencesizleştiği ve son derece kırılgan hale geldiği, işsizliğin önemli sorun olduğu günümüzde sadece işsiz olan kişiler değil, hali hazırda çalışma hayatında aktif bir şekilde yer alanlar da geleceklerinden endişe etmektedirler. Yenilikçi sınıfın nitelikli özellikleri bu korkuları ve güvensizliği daha az hissetmelerine neden olsa da, onlar da yarınlardan tam emin olamamaktadırlar.

İşgüvencesi olmayan çalışanlar kendilerini istihdam/çalışma ile işsiz/çalışmayan arasında kalan bir alacakaranlık bölgesinde hissederler. İş güvencesi olmayan kişiler doğal olarak çoklu strese bağlı reaksiyonlar olan bir dizi semptomla endişe, korku, depresyon ve anksiyete gibi bozukluklar gösterebilirler.

Bu kapsamda Ar-Ge çalışanlarının iş kaybetme ve başarısızlık korkusuna ilişkin katılımcıların görüşleri Şekil 14.4'te gösterilmektedir. Buna göre yenilikçi sınıfın yaklaşık %64'ünün herhangi bir başarısızlık veya iş kaybetme korkusu bulunmazken, %36'sının kısmen ya da tamamen korkusu bulunmaktadır. Söz konusu korkular; hayatı etkilemesi ve kaynakları bağlamında incelenmiştir.

Korkular, hayatı iş, sosyal ve ekonomik yaşam olarak etkilemektedir. Korkuların kaynaklarına bakıldığında ise bireysel özellikler, iş yerinin özellikleri, genel ekonomik durum ve aile ile itibar kaybı ön plana çıkmaktadır.

Şekil 14.4: Başarısızlık ve İş Kaybetme Korkusu Etkileri



Başarısızlık ve iş kaybetme korkusunun doğal sonucu yine en çok iş yerindeki davranış ve faaliyetleri etkilemektedir. Korku hali iş yerinde olumlu ve olumsuz etkileri beraberinde getirmektedir.

Bazı katılımcılar bu korkular dolayısıyla kendini başarılı olmak zorunda hissederek daha fazla motive olmaktadır. Bu motivasyon kendilerini geliştirmeyi, iş yerinde faaliyetler için alternatifler geliştirmeyi, kısacası işlerine odaklanarak ve daha fazla çalışarak onu sahiplenmelerine neden olmaktadır.

İş hayatını etkiliyor. Alternatifleri ve yurt dışına açılma fırsatları kolluyoruz. (Ankara-130)

İş hayatını olumlu etkiliyor. Kaybetme korkusuyla daha çok sarılanabilir. (İstanbul-329)

Yani çalışırken başarısız olurum, işimi kaybederim gibi bir korku ile hiç çalışmadım. Sonuçta alternatif oluşturmak zorundasınız. Bundan dolayı da iş yerindeyken bile kendinizi bir şekilde sürekli geliştirme ihtiyacı duyuyorsunuz. (İstanbul-34)

Ar-Ge çalışanlarından bazıları ise bu korkuların altında ezilmekte ve motivasyonlarını kaybederek; işleri geçiştirmek, yenilikçiliklerini kaybetmek, yönetici veya patron karşısında görüşlerini yeterince savunmamak, daha az risk almak ve yeni iş aramak gibi davranışlara yönelebilmektedirler.

İş yerinde bir kere, o bağlılığı etkiliyor. İş yerine artık o eski gözle bakamıyorsun. Şirkete bu kadar emek vermiş birinin bir anda kapı dışarı edilmesi, acaba benim de başıma aynı şey gelir mi korkusunu insana veriyor. (İstanbul-646)

Bu korkular bir zaman sonra insanın yaşamını derinden etkileyebilir. Ne olurdu? Yenilikçilikten uzak olurdunuz her şeyden önce. Daha başarılı ürünler ortaya koyamazdınız, her zaman belli bir seviyenin altında çalışırdınız. (Sakarya-1370)

Hayata geçiremiyorsunuz çünkü kaybetmekten korkuyorsunuz, çok net bir şekilde ifade edemiyorsunuz. Beğenilmezse yapamazsam başaramazsam, tamamen hayatta kalma mücadelesi yani. (Tekirdağ-1443)

Şöyle bir yan etkisi oluyor boyun eğmenize sebep oluyor yani yaptırımlara hakkınız olan şeyi isteyememe bu tür patronun güçlü olmasına sebep oluyor çünkü bu işten ayrılma korkusu hakkınız olan şeyi bile isteyemiyorsunuz onun takdirine kalır (İzmir-670)

Korkular sosyal ve ekonomik alanda da etkili olmaktadır. Korkuların bir tür belirsizliği beraberinde getirmesi diğer bir deyişle her an işsiz kalınabileceği anlayışı insanların orta ve uzun vadeli plan yapmalarını engellemektedir.

Şöyle uzun vadeli borçların altına girmemeye çalışıyorum. Uzun vadeli planlar yapmıyorum, her an her şey olabilir gibi davranıyorum. (Kayseri-60)

Korkulardan dolayı bireylerin gerek kafa gerekse fiziksel olarak işlerine odaklanmaları, çok çalışmaları onların sosyal alanlarını daraltmaktadır.

Sosyal hayatıma dediğim gibi işe daha fazla konsantre olacağım için kendime ayırdığım dinlenme saatleri ve sosyal hayata zaman azalıyor. (İstanbul-1496)

Yani sürekli kafam orada oluyor, yaptığım ürün denemesinde oluyor. Bu da olumsuz etkiliyor sosyal yaşamımı. (Tekirdağ-1199)

Bazı katılımcılar ise bu durumlara daha alışkın ve yatkın oldukları için sosyal hayatlarının korkulardan etkilenmesine izin vermemektedirler.

Sosyal hayatımı etkilemiyor. Arkadaşlarımla dostlarımla ilişkiyi yürütüyorum. (Kocaeli-1325)

Ar-Ge çalışanlarının korkularının kaynaklarının başında ülkenin içinde bulunduğu ekonomik koşullar gelmektedir. Bu koşullar doğal olarak iş dünyasını yakından ilgilendirmesi, firmaların daha kırılgan olmaları ve sürekli insan kaynaklarında revizyona gitmeleri bireylerden bağımsız bir korku oluşturmaktadır. Firmaların bir yandan eleman çıkarmasının yanında iş bulma zorlukları temel korku kaynağı olarak ortaya çıkmaktadır.

Bizim dışımızda sürekli mesela şirket içerisinde bir şeyler değişebiliyor. Ben geldiğimden beri mesela iki kere CEO değişti, mesela bir anda 12 yıllık direktörü bir anda işten attılar. Onun gönderilmesi hiç kimsenin garantisinin olmadığını gösteriyor. (İstanbul-646)

İşsiz kaldığınız zaman, ülkenin de içinde bulunduğu durumlardan dolayı aynı seviyede bir iş bulmak çok da kolay değil. (Sakarya-1371)

Diğer taraftan özel sektörün başarısızlığa tahammül edememesi ve her zaman başarılı olmak zorunda kalınmasının getirdiği bireysel korkular da bulunmaktadır.

Sürekli kendimi geliştirmem gereken bir meslek. Sürekli yenilikçi olan bir meslek. Bu yenilikçiliğin arkasında kalındığı zaman, gerisinde kalmaktan

korkuyorum. Kaldığım zamanda da gittiğim ortamdaki başarısızlık ve iş kaybından korkuyorum. (İstanbul-673)

Özgüven eksikliği olarak düşünüyorum. Altından kalktığım işlerde bile acaba daha iyisini yapamaz mıydım korkusu yaşıyorum. Kişisel olarak zaman zaman yaşıyorum. (Kocaeli-2126)

Son olarak itibar kaybı ve geçim sıkıntısı olarak aileden dolayı genel bir korku da bulunmaktadır.

Aile önemli bir sebep. Siz işsiz kaldığınızda çok sorun değil ama ailenizi yaşatamama ya da şu anda var olan standardı sağlayamamak korku sebebidir. Bana göre işsizlik korkusunun arkasında yatan en önemli sebep ailedir. (İstanbul-21)

Emeğin elden gitmesidir bu. Kazandığınız parayı kaybetmektir. Yol ortasında giderken düşürmektir. Deneyiminizde olsa onu yenilemek kolay değildir. İtibar kaybı yaşıyorsunuzdur (Eskişehir-2207).

14.4 Bölüm Sonu Değerlendirmesi

Duygular ve hisler kişilerin yaşamını biçimlendiren doğrudan etkilerdir. Duyguların ve hislerin çalışma hayatında önemsenmesi 2000’li yıllardan sonra ortaya çıkan bir olgudur. Ancak bu olgu özellikle yaratıcılık içeren işlerde daha fazla öne çıkmaktadır. Çünkü yaratıcı olma durumu ancak belirli ortam koşullarında artmaktadır. Bu ortam koşullarını belirleyen en önemli duygu durumları ise temelde kaygı ve stres olarak ifade edilmektedir. Ortamın/çevrenin/yerin kişilerin duygu durumunu etkilemesi Darwin ve çevresel psikologların ekolojik teorisine kadar geri gitmektedir. Ekolojik teorisyenler “organizmaların mekânsal olarak sınırlı alanda bulunan nesnel uyaranlara karşı tepki verdiğini ve bu tepkilerin farklılaştığını” savunmaktadırlar (Bitner, 1992: 58; Rosenbaum, 2006: 60; Rosenbaum ve Massiah, 2011:472). Buradaki ortam-organizma-tepki üçlüsü gerek pazarlama literatüründe gerekse insan-ortam ilişkisini kuran disiplinlerde kullanışlı bir çerçeve sunmaktadır. Bu durumun yaratıcı sınıf ile ilişkisini çevre/mekân-birey-yaratıcılık arasında görmek mümkündür. Buradaki ilişki, çevresel psikologların söylediği doğal/fiziksel ortamdan oldukça farklı, karmaşık bir yapıya sahiptir. Yaratıcı sınıfın ilişkili olduğu ya da olacağı kişiler, firma, işyeri, işyeri bölgesi, kent gibi birçok farklı mekânsal ölçeğin içiçe geçtiği yapı ile bu mekânların sahip olduğu özellikler, yenilik-yaratıcılık için sunduğu sosyal, teknolojik ve kültürel özellikleri içermektedir. Bu kompleks yapı yaratıcı bireyin duygu durumunu etkileyerek bireyin yaratıcılığını ne kadar ortaya çıkaracağını da belirlemektedir. Florida’nın (2002a, 2012) çalışma hayatı-yaratıcı sınıf arasındaki ilişki için belirlediği temel faktörler bu yapıyı kanıtlar niteliktedir.

Bu çalışmanın bulgularında, katılımcıların işyerlerindeki stres düzeyi, yüksek ve orta düzeydedir. Bu stres düzeylerinin bazı katılımcılarda olumlu ve olumsuz etkileri olmakla birlikte, bazılarında ise herhangi bir etkisinin mevcut olmadığı görülmektedir. İş hayatının

yarattığı stresin Ar-Ge çalışanını etkilememe durumu alışkanlık ve deneyimle ilgilidir. Yaratıcı işlerde uzun süre çalışan kişiler stres ortamını ve düzeyini yönetme durumu, işe yeni başlayan ya da kısa süreli çalışma deneyimine sahip olanlardan daha fazladır. Bu nedenle deneyime sahip olanların çalışma hayatına bağlı stres durumu etkisizleşmektedir. Bir diğer durum stresin bireye yaptığı olumlu etkidir. Stres altında olan yaratıcı sınıf daha motivasyonlu, daha toleranslı ve daha yenilikçi olmaktadır. Bu durumda işyerinin ve çevrenin yarattığı stres bireyde olumlu davranışsal tepkilere olanak sağlamaktadır. Ancak bazı katılımcılarda ise işyerinin yarattığı stresin yaratıcılığı azalttığı, motivasyon ve verimliliği düşürdüğü görülmektedir. Çünkü stres katılımcıların sosyal yaşamını verimsizleştirmektedir. Sosyal yaşamdaki verimsizlik bireyin mutsuzluğuna neden olmakta ve bunun olumsuz yansımaları aile ve sosyal çevre üzerinde etkili olmaktadır. Bu olumsuz hissetme durumu sosyal faaliyetlerin azalmasına neden olmakta ve kişinin sağlık sorunları yaşamasına yol açmaktadır. Katılımcıların hissettiği bu olumsuz duygu durumları yaratıcılık ve yenilikçiliğini etkileyen bir duruma dönüşmektedir. Bu durum Florida'nın ifade ettiği yaratıcı sınıfın farklı bir yaşam tarzına, tavır ve davranışa sahip olmasını engelleyici bir yapıdır.

Yaratıcı sınıfı etkileyen ikinci önemli durum, işte başarısız olma ve işi kaybetme korkusudur. Bu durum günümüzün çalışma koşulları ile de ilgilidir. Çalışma ilişkileri, çalışma süreleri ve istihdam piyasasının esnekleşmesi ile meydana gelen birçok değişim çalışan insanlarda bir güvensizliğe neden olmaktadır. Bu bağlamda dünyada yaratıcı sınıfın yaklaşık yarısı için, çalıştıkları işin görece olarak stabil ve güvenceli olmasının önemli olduğu görülmektedir. Yaratıcı sınıf her ne kadar Florida tarafından hipermobil bir sınıf olarak tanımlansa da, yaratıcı sınıf bu hareketliliğin içerisinde durağan ve stabil bir yaşam tarzı da istemektedir. Yaratıcı sınıf ve görece güvenceli iş durumu arasındaki ilişki iki şekilde tanımlanmaktadır. Bunlardan ilki, yaratıcı işyerlerinin giderek stres ve kaygının arttığı güvencesiz iş yerleri olması ve buraların “beyaz yakalı ter atölyesi” olarak tanımlanmasıdır. Bir diğer ilişki ise, yaratıcı işyerlerinin çalışanlarını destekleyen, özen gösteren bir nosyonla davranmalarıdır. Florida bu iki yaklaşımı da kabul eden bir tanımlama yaparak, yaratıcı işyerlerinin hem daha fazla stres yaratan hem de daha özenli alanlar haline geldiğini ifade etmektedir (Florida, 2002a, 2012). Yaratıcı sınıfın kendini güvende hissetmemesi birçok duygusal deformasyonları da beraberinde getirmektedir. Ancak bununla birlikte başarısızlık ve işini kaybetme korkusu yaratıcı sınıf için iki farklı duygu durumu yaratmaktadır. Bunlardan biri olumlu olarak tanımlayabileceğimiz korku ve endişenin daha fazla çalışmayı ve daha fazla odaklanmayı sağlamasıdır. İkincisi ise olumsuz olarak nitelendireceğimiz odaklanma problemleri, geleceğe ilişkin plan yapma eksikliği, sosyal alanın daralması gibi faktörler ön plana çıkmaktadır. Bu etkilerin olumlu ya da olumsuz etki yaratmasında altta yatan faktörlerin genelden özele doğru olduğu ifade edilebilir. Yaratıcı sınıfın güvensiz hissetmesinde bireysel, firmasal ve ülkesel koşulların etkisi bulunmaktadır. Bu kaynaklar daha çok olumsuz bir anlam taşıırken, korkunun sosyal ve iş yaşamına etkisi iki yönde olmaktadır. Korku ve endişe iş yapma biçimini olumsuz etkilerken, diğer yandan iş yaşamında motivasyon ve verimliliğin artmasını sağlamalıdır. Ortaya çıkan bu etkiler

bireysel düzeyde olduğu için kişinin bulunduğu ortam, risk alma yeteneği, sahip olduğu aile ve yakın çevresi, büyüme koşulları gibi birçok kişisel karakteri ve yapıyı biçimlendiren özelliklerle ilişkilidir. Bu bağlamda yaratıcı sınıfın işyerlerinden etkilenme durumu Florida'nın sentezine benzeyen bir yapıya sahiptir.

Duygu durumu açısından değerlendirildiğinde Türkiye'de yer alan Ar-Ge çalışanları da Florida'nın sentezini doğrulayan bir yapıya sahiptir. Yaratıcı işlerde çalışanlar hem çok fazla stres altında çalışırken hem de yaratıcı sınıf olmanın motivasyonunu ve desteğini görmektedirler. Buradaki önemli nokta yaratıcı sınıfın korku ve endişe duyacağı koşulların olumlu etkiye dönüşerek, yaratıcı sınıfın daha girişimci, yaratıcı, motivasyonlu şekilde iş yapma ve rekabetçi olma yönünü desteklemesi gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle bağlamsal faktörlere göre değişen duygu durumlarının yaratıcı sınıfın özelliklerini olumlu anlamda etkileyecek ve öne çıkaracak bir etkiye sahip olmaları gerekmektedir. Her şeyden önce yaratıcı sınıfın dış koşullara bağlı (iş kaybetme korkusu, geleceği planlayamama gibi) faktörlerin yapılacak düzenlemelerle en aza indirilmesi gerekmektedir. Çünkü stres ve kaygının yaratıcılığı geliştirmesinde olumlu etkiye sahip olabilmesi için işin doğasından kaynaklanan stres ve kaygıya sahip olması gerekmektedir. Dışsal koşullardan doğan olumsuz duyguların yaratıcılığa çevrilmesi oldukça zor bir süreçtir. Çünkü yaratıcı olmanın ilk ve temel koşulu kişilerin kendini güvende hissetmesidir. Güven ve istikrar olmadığı sürece yaratıcı sınıfın duygusal durumları sürekli dalgalanacaktır ve bu da çalışma hayatının daha verimsiz olmasına yol açacaktır. Bu da kişinin hem sosyal hem de beşerî sermayesi ile bağlarını zayıflatacaktır.



15

15. MEKÂN

Florida'nın (2002a) yaratıcı sınıf teorisine göre, kentsel ve bölgesel ekonomik büyümeyi belirleyen üç önemli faktör, Teknoloji (1T: Technology), Yetenek (2T: Talent) ve Tolerans (3T: Tolerance)'dır (Şekil 15.1). Buna göre, bilgiye dayalı yaratıcı bir ekonomik gelişme düzeyine erişmek isteyen ülkelerin, kentlerin ve bölgelerin ekonomik kalkınması için bu üçlü mekânizmadan herbirine sahip olması gereklidir. Bu üçlü bileşenden birinin bulunmaması veya eksik olması durumunda yaratıcı insanları çekmek, yenilik üretmek ve uzun vadeli ekonomik büyümeyi sağlamak mümkün değildir. Dolayısıyla “bir yerin/mekânın” üçüne de sahip olması gerekmektedir.

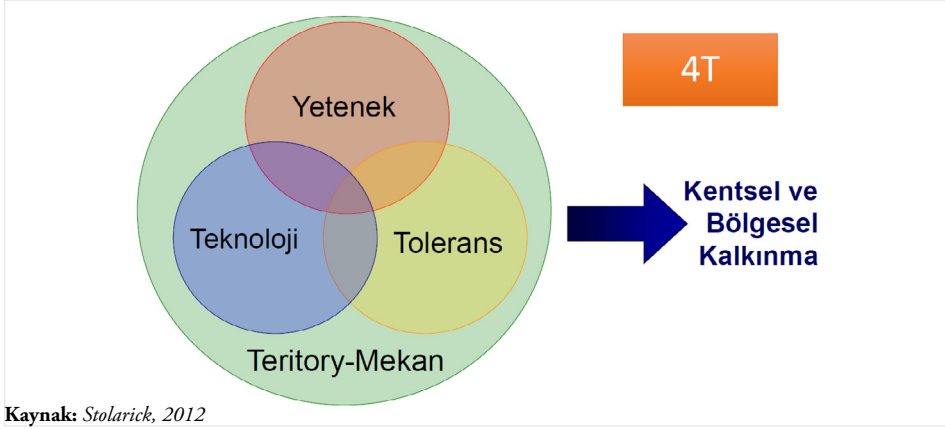
15.1 Florida'nın Yaratıcı Sınıf Kuramında Mekân

Florida, 3T kuramını ortaya koyduğu 2002 yılında “Yer”in (place) ya da “Mekân”ın (space) yaratıcı sınıfın seçiminde temel belirleyici faktör olduğunu, yaratıcı sınıfın yaşamak ve çalışmak için tercih ettiği lokasyonların başında “mekân kalitesi”nin geldiğini çok vurgulu bir şekilde açıklamıştır (Florida, 2002a:231-232). Nitekim Florida'ya göre rekabetçiliğin kaynağı mekânın sahip olduğu teknoloji, yetenek ve tolerans düzeyine bağlıdır ve yaratıcı sınıfın oluşumu 3T mekânizmasının mekânda işlerlik kazanması ve mekândaki tüm bileşenlerle kurduğu diyalektik ilişkilerin gelişmesiyle mümkündür. Dolayısıyla yer/mekân Florida'nın teorisinde en baştan beri en önemli unsurlardan biridir. Ancak Florida yaratıcı sınıfın anlaşılmasında yer/mekân meselesinin hayati olduğunun altını kalın şekilde çizmesine ve bunun için “yer/mekân kalitesi” kavramını icat etmesine rağmen mekân boyutunu 3T kuramına açık bir şekilde 2012 yılında dahil etmiştir. Florida (2012:280; 2014:203) kitabını ve kuramını revize ettiği yeni baskısında zaman içinde yerin/mekânın ne denli temel, kritik bir faktör olduğunun –küreselleşmecilerin teknolojiyle mekânın öneminin ortadan kalktığı/kalkacağı kehanetine rağmen- daha iyi kavradığını belirterek mekânın önemini vurgulamak için 3T modeline 4. T olarak teritoryal/mekânsal varlıklar (4T: Territorial Assets) boyutunu eklemiş ve böylece önceki “mekân kalitesi” kavramını 4T olarak yeniden adlandırmıştır. Sonuç olarak Florida (2012) “Dördüncü T” (mekânsal varlıklar) kavramsallaştırmasıyla orijinal kuramına mekân boyutunu çok daha açık biçimde eklemiştir. Şekil 15.1 Florida'nın 3T'li yaratıcı sınıf modelinin revize edilmiş ve mekânsallaşmış yeni 4T'li halini göstermektedir.

Florida (2012:188), mekânın önemi vurgulamak için, “günümüzde mekânın, kilit önemdeki sosyal ve ekonomik organizasyon birimi olan endüstriyel şirketlerin yerini aldığını” dolayısıyla bölgelerin ve kentsel mekânların her zaman ekonomik büyümenin en önemli itici gücü olduğunu, ancak günümüz bilgiye dayalı inovasyon ekonomisinde mekâna dayalı ekosistemlerin yaratıcılığın, inovasyonun ve yeni endüstrilerin yatağı olarak ekonomik büyüme için her zamankinden daha kritik ve daha büyük bir önem kazanmakta olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda özellikle yetenekli ve yaratıcı insanları kendine çeken, onlara yataklık eden, onların bir araya gelerek kümelenmesini sağlayan yer ve

mekânların büyük rekabet avantajı kazanmakta ve çarpan etkileri nedeniyle diğer yerlere göre çok daha hızlı zenginleşmektedir (Florida, 2012:193).

Şekil 15.1: Florida'nın 4T'li Yaratıcı Sınıf Teorisi: Bölgesel Ekonomik Kalkınmanın 4T'si Kuramı



Kaynak: Stolarick, 2012

Florida'ya (2012) göre mekân kalitesi ya da mekânsal varlıklar yani 4. T üç boyuta sahiptir:

- *Mekânda (Orada) Neler Var:* Yapılı çevre ile doğal çevrenin birleşimi; yaratıcı yaşam sürdürmek için uygun bir ortamın varlığı.
- *Mekânda (Orada) Kimler var:* herkesin o toplulukta hayat kurabileceğinin ipuçlarının ve etkileşimlerin olduğu çeşitli türde insanların ve toplulukların varlığı.
- *Mekânda (Orada) Neler oluyor:* Cadde ve sokak yaşamının canlılığı, kafe kültürü, sanat, müzik ve açık hava aktivitelerine katılan insanlar- tamamen aktif, heyecan verici, yaratıcı çabaların varlığı.

Görüldüğü gibi mekânsal varlıklar yerin kalitesiyle ilişkili bir deneyim seti olarak özetlenebilir. Sonuç olarak Florida (2012), “bir yeri tanımlayan ve cazip kılan benzersiz özellikler ve özgün nitelikler kümesi” olarak tanımladığı yerin/mekânın kalitesine/varlıklarına yaratıcı sınıfın büyük önem verdiğini belirterek başarılı kentlerin ve bölgelerin yukarıda belirtilen özelliklerden sadece birini değil tümünü sunan yerler olduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda yaratıcı insanların mekânda aradıkları kalite/değer, bol miktarda yüksek kaliteli olanaklar ve deneyimler, her türlü çeşitliliğe açıklık ve her şeyden önce yaratıcı insanlar olarak kimliklerini doğrulama fırsatı sunan kozmopolit ve özgün mekânlardır. Ancak bu durum mekâna ait diğer niteliklerin içerilmediği anlamına gelmemektedir. Zira mekân, fiziki çevreden yapıli çevreye, iklimden konuta, ekonomiden ticarete, eğitimden ulaşım, kültürden sağlığa, rekreasyonel faaliyetlerden suç, kirlilik ve çevresel standartlara kadar uzanan çok geniş yelpazedeki unsurların bir pota içinde birbiriyle etkileşim halinde organize olduğu bir bütünlüktür. Dolayısıyla mekân kalitesi yaratıcı sınıf için öncelikli olan belli parametreleri parlatsa da mekânın bizatihi kendisinin çok geniş bir kap ve bu

kap içindeki maddi ve manevi özelliklerin ilişkisel olarak birbiriyle ağ şeklinde örülmüş diyalektik bir bütünlükten oluştuğu unutulmamalıdır.

Yani mekân veya mekânsal boyut, yalnızca kentsel ve bölgesel kalkınma faaliyetlerinin ve uygulamalarının ortaya çıktığı bir zemin, platform veya taval değildir (Scott ve Storper 2003). Çünkü ne bölgesel kalkınma ne de kentsel gelişme bir mekânsal boşlukta, bir vakum içinde ilerlemez. Aksine mekân, “açıklayıcı bir faktör” ve “coğrafi örüntünün açıklanması”nın aktif bir parçası olarak anlaşılmaktadır ki bu ekonomik faaliyetlerin mekânsal ilişkiler tarafından şekillendirildiği anlamına gelir. Dolayısıyla mekân sadece olayların olduğu, meydana geldiği yer/zemin değil, aynı zamanda olayların niçin orada olduğu, neden orada gerçekleştiğinin açıklanmasıdır (Coe vd., 2013: 5).

Florida (2002a, 2012) yaratıcı sınıfı neyin çektiğini, yaratıcı insanların yaşamak ve çalışmak için tercih ettiği mekânların temel özelliklerinin neler olduğunu 8 faktöre odaklanarak açıklamaktadır. Buna göre yaratıcı sınıf (1) büyük emek piyasasının olduğu –çeşitlenmiş iş fırsatlarının bulunduğu, (2) yaşam stili/tarzı sunan–para sadece yeterli değil lokasyona bağlı sosyal ve kültürel olanaklar, çekicilikler ve hizmetlerin olduğu, (3) sosyal etkileşimin yüksek olduğu – kafe, restoran ve kitapçı gibi konuşma/muhabbetin temel aktivite olduğu üçüncü yerlerin varlığına sahip, (4) çeşitlilik arz eden –farklı birey, grup ve kimliklere açık, onları varlığına hoşgörölü ortamın bulunduğu, (5) otantikliği olan – eşsiz, özgün standart dışı yerlerin ve ortamların varlığı, (6)¹⁵ kimlik yaratan – statü kaynağı ve yer kimliği olan yerlerin varlığı, (7) Eşleşme/partner bulma piyasası olan –flört etme veya eş bulmak ya da birlikte yaşamak için partnerlerin/insanların olduğu yerlerin varlığı, (8) faaliyet alanları/ortamların varlığı-Yetenekli insanların birbirleriyle işbirliği yapmalarını, değerlerini paylaşmalarını ve rekabet etmelerini sağlayacak farklı deneyim alanlarının, sahnelerin, aktivite ortamlarının bulunduğu mekânları, kentleri tercih ederler.

Florida’ya göre yaratıcı sınıfın yer seçiminde etkili olan yukarıdaki sekiz faktörün hepsinin özeti aslında “*Yerin/mekânın kalitesi*” demektir ya da diğer ifadeyle Florida yukarıdaki 8 faktörün toplamından oluşan bütünlüğe *mekân/yer kalitesi* (quality of place) adını vermektedir ve bu kavramın geleneksel yaşam kalitesi kavramının tersi olduğunu vurgulamaktadır. Florida’ya göre bir yeri yer yapan sadece ona has/özgü başka yerlerde bulunmayan özelliklere sahip olan ve bu yönüyle o mekânı çekici kılan özellikler yer/ mekân kalitesini ortaya koyarlar.

15 Florida, 2012 yılında revize ettiği kitabına bu 6 faktöre ayrıca 2 tane daha eklemiştir. Bunlardan biri eş/partner bulma piyasası diğer ise faaliyet alanları/sahne türü ortamların varlığıdır. Florida (2012) büyük ve heyecan verici bir şehrin, zaman ve mekân üzerinde değişen sayısız sahneyi yaratıcı sınıfa sunan ve o sahneleri canlandırabileceğimiz yaratıcı bir ortam sunması gerektiğini belirtir. Sahneler veya faaliyet-aktivite alanları, yetenekli insanların birbirleriyle işbirliği yapmalarını ve birbirleriyle rekabet etmelerini sağlar - ilham aramak, birbirlerinin işlerine bakmak ve öğrenmek için. Sahneler, deneyimlerin yapıldığı ve zevk alındığı yerlerdir bu yüzden sahnelerin değeri, yaşam ve çalışma mekânlarından daha fazla insanların yaşamına dokunup anlam katmasıdır ki böylece sahneler “duyguları, duyarlılıkları ve değerleri paylaşmak, kabul etmek ya da reddetmek için duyuşsal arenalar” haline gelir ve “bir dizi sembolik anlam” sağlar ki bu deneyim (sahneler/faaliyet alanları) sıradan mekânları yer yaparak onları önemli ve unutulmaz hale getirir.

Özetle, Florida'ya göre yaratıcı sınıf öncelikle kalitesi yüksek, çeşitli, toleranslı, otantik, kimliği olan, iş fırsatları sunan bir yaşam yeri/mekânı seçmektedir. Yaratıcı sınıfın yer/mekân seçiminde orada ne olduğunu, kimlerin orada yaşadığını ve orada nelerin/hangi hizmetlerin, olanakların, çekiciliklerin ve faaliyetlerin olduğuna bakmaktadır. Yani bu insanlar öncelikle yaşamak istedikleri şehirleri daha sonra ise bu şehirlerde kendilerine uygun olan işleri seçerler. Florida insanlar için “iş” mi (job) önce gelir yoksa yer mi (place) önce gelir ikiliğini reddederek, yaratıcı insanların çok sayıda yaşam tarzı çekicilikleri ve olanakları bulunan, çeşitli-hoşgörülü-toleranslı-özgür, aynı zamanda yeterince ekonomik/iş fırsatlarının bulunduğu yerleri tercih ettiğini ortaya koymaktadır. Ancak Florida son kertede kentlerin ve bölgelerin gelişiminde esas önemli olanın iş ikliminden (business climate) çok insan iklimine (people climate) ihtiyaç duyduğunu, yaratıcı insanları mekâna esas çeken ve tutanın kaliteli insan iklimini yaratan nitelikler olduğunu belirtmektedir (Florida, 2002a, 2012). Özü itibarıyla yaratıcı sınıf teorisine göre belirli yüksek niteliklere sahip birey/insanlar her nereye gidip yerleşecek olursa o yörenin ayırt edici bir refah artışına sahne olacağı varsayımı bulunmaktadır. Dolayısıyla bu tip insanlar nerede kümelenirse o yörenin sosyoekonomik olarak gelişmesi mümkün ve daha hızlı olacaktır. Bu süreçte şirketlerin temel amacı en iyileri çekmek olurken, söz konusu yeteneği kendi bulunduğu yere çekmektense onun bulunduğu yerlerde tesislerini kurmayı tercih ederler.

Florida'nın yaklaşımında; yaratıcı sınıf olarak adlandırılan belli meslek gruplarının oluşturduğu insanların/işgücünün işyeri seçiminden çok “mekân ve hayat tarzı seçimi” yaptığı savunulmaktadır. Yani insanlar öncelikle yaşamak istedikleri şehirleri daha sonra ise bu şehirlerde kendilerine uygun işleri seçerler.

Florida, klasik yer seçimi (lokasyon) teorisinin firma yer seçimini ve bölgesel gelişmeyi açıklamakta yetersiz kaldığını, ekonomik rekabetin artık hammadde ve pazara yakınlık, ulaşım altyapısının varlığı ve hatta işgücü maliyet avantajları üzerinden yapılmadığını, aksine yaratıcı varlıkları çekmeye, yetiştirmeye ve harekete geçirmeye dönüştüğünü belirtmektedir. Lucas'da (1988) benzer şekilde verimlilik ve rekabet gücü için kentleşmeye, insanların coğrafi yoğunlaşmasına vurgu yapmıştır. Ayrıca Florida kümelenme, yeni sanayi odakları ve yenilikçi çevre yaklaşımları gibi ekonomik coğrafyaya dayalı bölgesel kalkınma kuramlarının işletmelerin yer seçimini açıklarken işgücünün yer seçiminin firmaların yer seçimini takip ettiğini kabul ettiğini ileri sürerek geleneksel yaklaşımlara eleştiri getirmektedir.

15.2 Yenilikçi Sınıf Araştırmasında Mekânın Analizi

Florida'nın yaratıcı sınıf teorisinde “Mekân”ın yeri ve önemini ortaya koyan yukarıdaki kuramsal açıklamalardan sonra bu bölümde bizim çalışmamız içinde mekân boyutun analiz edilmesinde nasıl bir yol ve yaklaşım izlendiğine geçebiliriz. Bu bağlamda mekânsal boyutun analizinde coğrafi bir kavram olan “mekânsal ölçek” kavramı çok önemlidir. Mekânsal olarak ölçek kavramı, belirli bir mekânın/alanın boyutlarını ve alansal büyüklüğü ifade eder, kısacası mekânsal düzeyini belirler. Ölçekler, sosyo-ekonomik süreçlerin

ve kurumsal uygulamaların faaliyet gösterdiği coğrafi menzil ve aralıklardır (MacKinnon 2011). Ölçek, aktörlerin egemenlik, otorite ve güç kullanma iddiasında oldukları mekânsal düzeyin ve sınırları belli coğrafi alanın tanımlanmasında bölge kavramlarının merkezinde yer almaktadır. Ölçekler küreselden ulusala, bölgeselden kent-bölgeye, yerelden mahalleye, işyerinden/firmadan hanehalkı ve bireye kadar uzanmaktadır. Mekânsal ölçekler arasındaki ilişki hiyerarşik değildir, üst ölçek her zaman alt ölçektekini belirlemez, ölçekler arasındaki ilişkiler, süreçler ve aktörler her iki yönde de olabilir, ölçekler birbiriyle ilişkilidir ve bu nedenle çok ölçekli çok aktörlü bir süreç vardır. Bölgeler, coğrafi olarak sınırları olan ve mekânsal devamlılık gerektiren üniteler olarak değil, etkileri kendi sınırlarının ötesine geçen, başka yerler ve insanlarla daha geniş mekânsallaşmış sosyal ilişki ağlarıyla bağlantılı olan ve bu nedenle bölgelerin sınırsız bir ilişkisel alana sahip olduğunu öne süren ilişkisel bir bölge yaklaşımına sahiptir. İlişkisel mekânsal döngüler ve ağlar coğrafi ölçekleri birbirine bağlar ve keser (MacKinnon 2011; Pike vd., 2017).

Bu araştırmanın temel amaçlarından biri de –giriş bölümünde de vurgulandığı gibi– yenilikçi sınıfın mekânsal tercihlerini analiz etmek ve farklı mekânsal birimlerin (firma-işyeri, işyeri bölgesi, kent) yenilikçi sınıf üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Bu bağlamda araştırmaya katılan nitelikli insanların ya da diğer ifadeyle Ar-Ge çalışanlarının çalıştıkları firma ve işyeri bölgesinden ve yaşadıkları kentten ne şekilde etkilendikleri, hangi mekânsal birimin onların verimliliklerini ve yaratıcılıklarını artırdığı, hangisinin azalttığı, hangi mekânsal koşulların onların çalışma ve özel yaşamlarına daha uygun olduğu, hem makro ölçekte kentler düzeyinde (metropoller, hinterlandlar ve yeni sanayi odakları) hem de mezo ölçekte kentiçi iş bölgeleri düzeyinde (sanayi bölgesi vs teknoloji bölgesi gibi ya da daha somut ifadesiyle OSB, teknopark, kent merkezi ve kent çeperi/çevresi gibi) ele alınmıştır.

Kitabın bulgular bölümünde her bir bölümün içinde yukarıda bahsedilen mekânsal etkiler ve farklılıklar ayrı ayrı verilmiştir. Bu bağlamda bu bölümün amacı, mekânsal etkileri ve mekânsal farklılıkları sözkonusu tekil, parçaçıl, ayrı ayrı ele alışı tarzından kurtararak mekâna bütünsel şekilde odaklanma, münferit incelemede görünmeyen ve gözden kaçan boyutları (ilişkileri, ağları) üst ölçekten makro bir bakış açısıyla coğrafi olarak analiz etmektir. Burada mekân üç farklı coğrafi ölçekte ele alınmakta ve analiz edilmektedir: (1) firma/işyeri ölçeğinde, (2) işyeri bölgesi/küme/yerel ölçekte, (3) kent ölçeğinde.

Mekânsal etkiyi/boyutu yakalamak için tipik ve basit bir mekânsal analiz iki şekilde yapılabilir: (1) dikey ölçekte mekânsal analiz ve (2) yatay ölçekte mekânsal analiz.

Dikilde mekân analizi: Burada mekânsal analiz temelde hiyerarşik bir şekilde ölçekler-arası mekân incelemesidir: Üç coğrafi ölçek düzeyinde mekân analiz edilmektedir. Bunlar;

- Makro mekânsal ölçek: Kentler/bölgeler arası farklılıklar: *Metropoller, Hinterlandlar ve Yeni Sanayi Odakları*
- Mezo mekânsal ölçek: Kent/bölge içi iş bölgesine göre farklılıklar: *OSB, Teknopark, Kent Merkezi ve Kent Çeperi/Çevresi*

- Mikro mekânsal ölçek: *İşyeri – firma-iş mekânı*

Bu analiz biçiminde her coğrafi ölçek ayrı mekânsal birim kabul edilerek her bir mekânın özellikleri incelendiğinde mekânlar arasındaki farklar kendiliğinden ortaya çıkmış olur. Bu bölüm özelinde mekânın etkilerini yakalamak ve farklı mekânsal birimlerin yarattığı farkları ortaya koymak için dikey ölçekte mekânsal analiz yapılmıştır. Bunun anlamı üç farklı mekânsal birimin her biri kendi başına alt ölçekte mekân iken, tamamı/bütünü de aynı zamanda üst ölçekte bir mekândır.

Yatayda mekân analizi: Mekânsal analiz ölçek-içi coğrafi özellikleri, mekânsal dağılımı, yayılımı, yoğunlaşma ve kümelenme etkilerini incelemektir. Özetle bu analiz biçimi her bir mekânsal birimin kendi içinde alt ölçekler bazında incelenmesidir. Örneğin işyeri bölgesini bir kent içinde fonksiyonel özelliklerine göre sanayi bölgesi (OSB) vs teknoloji bölgesi (teknopark) ayrımı şeklinde incelemek ya da sanayi veya teknoloji bölgelerini kentler ve bölgelere göre farklılaştırarak kentlerarası/bölgelerarası ilişkiler bazında mekânsal farklılıklar, benzerlikler ve kümelenmeler şeklinde incelemek gibi.

15.3 Mekânsal Analizin Üç Boyutu/Ölçeği: Kent, Bölge ve İşyeri

Ar-Ge çalışanları vakitlerinin önemli bir kısmını iş yerinde ve iş yerinin bulunduğu konumda geçirmektedir. Diğer taraftan hayatlarını ise yaşadıkları kentte idame ettirmektedirler. Ar-Ge çalışanlarının çalıştıkları iş yeri, iş yerinin bulunduğu konumun (OSB, teknopark, kent merkezi, kent çevresi) ve kentin etkilerinin ne olduğu konusu bu başlık ile analiz edilecektir.

Ar-Ge çalışanları için sürekli güncel kalmak, kendini yenilemek ve yeteneklerini geliştirebilmek kritik bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Yenilikçilik kapasitesi, Ar-Ge faaliyetleri, teknolojik gelişme, ticarileşme, yenilik düşüncesinin gelişmesi olarak değerlendirilirken girişimcilik ise firma yönetimi, organizasyon kabiliyeti, risk alabilme, piyasayı tanıma gibi özellikleri içermektedir. Mesleki beceri yapılan işlerde gerekli olan sistem tasarımı, makinelerin ve yeni yazılımların kullanımı ile satış, üretim, lojistik, yönetim alanlarındaki bilgi ve deneyimin artması olarak tanımlanmaktadır.

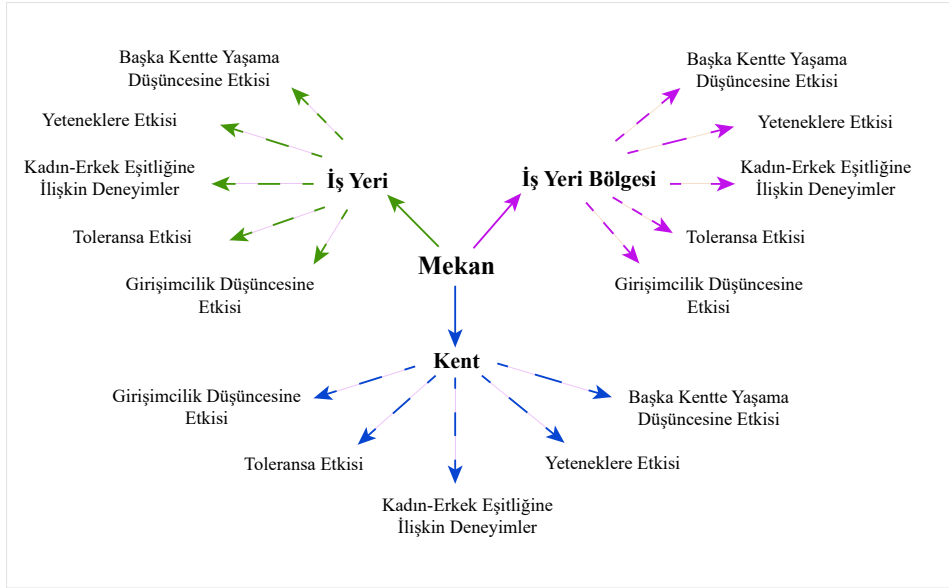
Bunların yanında mekânın tolerans düzeyi ile sosyal ve kültürel faaliyetlere katkı sağlama da yenilikçi sınıf için önem arz etmektedir. Bu kesimin en önemli özellikleri baskı altında çalışmaktan ziyade daha rahat ve özgür ortamları tercih etmeleridir.

Bu çalışmada Ar-Ge çalışanlarının yaşadıkları ve çalıştıkları mekâna¹⁶ dair görüşleri nicel ve nitel olmak üzere iki şekilde analiz edilmiştir. Bu bağlamda mekân üç farklı coğrafi ölçekte yani işyeri (mikro mekân), iş yeri bölgesi (mezo mekân) ve kent (makro mekân) düzeyinde sözkonusu mekânların yenilikçi sınıfın tolerans, yenilikçilik, girişimcilik, sosyal

¹⁶ Bu çalışmanın her bir bölümünde mekânsal etkiler yatay ölçekte analiz edildiği için burada yatayda meydana gelen mekânsal dağılım ve yoğunlaşma ile mekânsal benzerlik ve farklılıklar tekrar analiz edilmemektedir yani her bir mekânsal birim kendi içinde alt mekânsal kırılımlarda incelenmemektedir.

ve kültürel faaliyetleri ve mesleki yeterliliklerine etkisi çerçevesinde nicel olarak incelenmiştir. Nitel olarak ise, yukarıda da vurgulandığı gibi işyeri (firma), işyeri bölgesi (OSB ve teknopark gibi) ve kent bazında kitaptaki her bir bölümün içinde tekil, ayrı ayrı parçalar şeklinde ele alınan mekânsal etkiler üç farklı coğrafi ölçekte fakat mekâna bütünsel bir odaklanma yapılarak Şekil 15.2’de resmedilen nitel çerçevede analiz edilmiştir.

Şekil 15.2: Mekânsal Etkilerin Analiz Edilmesinde Kullanılan Nitel Araştırma Tasarımı



15.4 Kent: Nicel Analiz

Mekân ilk olarak en makro düzeyde en geniş coğrafi birim olarak “*kent ölçeği*”nde kendini göstermekte ve fark ettirmektedir. Kentsel mekânın sahip olduğu özellikler, varlıklar, nitelikler, sunduğu imkân, fırsat ve olanaklar içinde bulunduğu şartlar ve koşullar yenilikçi sınıfın yeteneklerini (tecrübe-teknoloji-bilgi kapasite, yetkinlik ve birikimini), tolerans düzeyini, toplumsal cinsiyete bakışını, girişimcilik düşüncesini ve göç eğilimini etkilemekte hatta çoğu zaman belirlemektedir. Nicel araştırma kapsamında elde edilen 1.352 anket verisinin analiz sonuçlarına göre yaşanan kentin tolerans düzeyi ile sosyal ve kültürel faaliyetler üzerindeki etkilerine yönelik bilgiler Tablo 15.1’de gösterilmektedir. Tolerans düzeyinin ortalama değeri 3,5 olup ‘katılıyorum’ ile ‘ne katılıyorum ne katılmıyorum’ arasında yer almaktadır. Katılımcıların %57,6’sı kentin kendilerinin tolerans düzeyini artırdığını ifade ederken %19,2’lik kesim toleranslarını düşürdüğünü ifade etmişlerdir. Ar-Ge çalışanlarının yaklaşık %23,2’sine göre ise kent tolerans düzeyini etkilememektedir.

Kentlerde sunulan hizmetler ve olanakların çekici özelliklere sahip olması, yaşam kalitesini artıran unsurların varlığıyla birlikte, eğlence ve gece hayatından sosyo-kültürel tesislere kadar uzanan ve belirli bir yaşam tarzını destekleyen altyapı, ürün ve hizmetlerin sağlanması,

yetenekli bireylerin şehir tercihlerinde önemli bir rol oynar (Glaeser vd., 2001; Shapiro, 2006). Kentin sosyal ve kültürel faaliyetlere katkısı incelendiğinde; Ar-Ge çalışanlarının %65'i 'katılıyorum' ve 'kesinlikle katılıyorum' cevabını vermiş iken aksini düşünenlerin oranı %14'tür. Yaklaşık %21'lik bir kesim ise 'ne katılıyorum ne katılmıyorum' yanıtını vermiştir. Kentin kişinin sosyal ve kültürel faaliyetlerine katkı sağlamasına yönelik ortalama puan 3,6 olup 'katılmıyorum'a yakınsamaktadır.

Tablo 15.1: Kentin Etkileri: Tolerans ile Sosyal ve Kültürel Faaliyetler

Görüş	Tolerans Düzeyimi Artırıyor Değer	Yüzde (%)	Sosyal ve Kültürel Faaliyetlerimi Geliştiriyor Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	89	6,6	56	4,1
Katılmıyorum	170	12,6	138	10,2
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	314	23,2	282	20,9
Katılıyorum	544	40,2	632	46,7
Kesinlikle Katılıyorum	235	17,4	244	18
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	779	57,6	876	64,8
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	259	19,2	194	14,3
Toplam	1352	100	1352	100
Ortalama	3,5		3,6	

Tablo 15.2'de Ar-Ge çalışanların yenilikçilik ve girişimcilik kapasitesi ile mesleki becerilerine kentin ne düzeyde katkı sağladığına ilişkin veriler sunulmaktadır. Kentin yenilikçilik kapasitesine katkısının ortalama puanı 3,5 olup 'ne katılıyorum ne katılmıyorum'a yakınsamaktadır. Çalışanların %57'si kentin yenilikçilik kapasitesine olumlu katkı yaptığını ifade ederken %17'lik kesim ise gelişime bir katkısı olmadığını vurgulamıştır. Ar-Ge çalışanlarının %26'sı ise katkı olup olmadığı konusunda kararsız kalmıştır.

Kentin girişimcilik kapasitelerini geliştirdiğini düşünenlerin oranı %54'tür. %19'luk kesim ise kentin girişimcilik kapasitesine bir faydası olmadığını düşünmektedir. Bu konuda ne katılan ne de katılmayanların oranı ise %27 ve ortalama değerde buraya yakınsamakta olup 3,4'tür.

Ar-Ge çalışanlarının %57'si kentin mesleki gelişime katkı sağladığını düşünmektedir. %26'lık kesim kararsız kalırken Ar-Ge çalışanlarının %17'si ise kentin mesleki gelişime katkı sağlamadığını düşünmektedir. Bu dağılım itibarıyla ortalama değer 3,5 olup 'ne katılıyorum ne katılmıyorum'a yakınsamaktadır.

Tablo 15.2: Kentin Etkileri: Yenilikçilik, Girişimcilik ve Mesleki Beceri

Görüş	Yenilikçilik Kapasitemi Geliştiriyor Değer	Yüzde (%)	Girişimcilik Kapasitemi Geliştiriyor Değer	Yüzde (%)	Mesleki Yeteneklerimi Geliştiriyor Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	68	5	73	5,4	68	5
Katılmıyorum	165	12,2	187	13,8	166	12,3
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	352	26,0	365	27,0	345	25,5
Katılıyorum	588	43,5	564	41,7	581	43
Kesinlikle Katılıyorum	179	13,2	163	12,1	192	14,2
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	767	56,7	727	53,8	773	57,2
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	233	17,2	260	19,2	234	17,3
Toplam	1352	100	1352	100	1352	100
Ortalama	3,5		3,4		3,5	

Tablo 15.3'de farklı kent gruplarına göre tolerans, yenilikçilik, girişimcilik, mesleki beceri ile sosyal ve kültürel faaliyetlere yönelik Ar-Ge çalışanlarına katkılarının ortalama puanları verilmektedir. Tüm değişkenler düzeyinde yeni sanayi odakları içinde ayrı bir grup oluşturan Eskişehir, Antalya ve Mersin'in büyük kentleri geçen düzeyde çalışanlara katkı sağladığı görülmüştür. Tolerans değişkeninde yeni sanayi odakları ön plana çıkmaktadır. Bunun nedenine daha detaylı girildiğinde ise bu grubun içinde bulunan Eskişehir, Antalya ve Mersin kentlerinin tolerans düzeyini yukarı çektiği görülmektedir.

Tablo 15.3: Kentin Etkisi: Tolerans, Yenilikçilik, Girişimcilik, Mesleki Beceri ile Sosyal ve Kültürel Faaliyetler

Yaşanan Kent	Genel Ort.	Metropol	Hinterlant	Yeni Sanayi Odakları		
		Ankara İstanbul İzmir	Tekirdağ Kocaeli Sakarya Bursa Manisa	Denizli Kayseri Konya Eskişehir Antalya Mersin	Denizli Kayseri Konya (1. Grup)	Eskişehir Antalya Mersin (2. Grup)
Tolerans	3,5	3,4	3,4	3,7	3,4	4
Yenilikçilik	3,5	3,6	3,3	3,4	3,1	3,7
Girişimcilik	3,4	3,5	3,3	3,3	3,1	3,5
Mesleki Beceri	3,5	3,6	3,3	3,4	3,2	3,6
Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	3,6	3,8	3,3	3,6	3,2	3,9

15.5 Kent: Nitel Perspektif

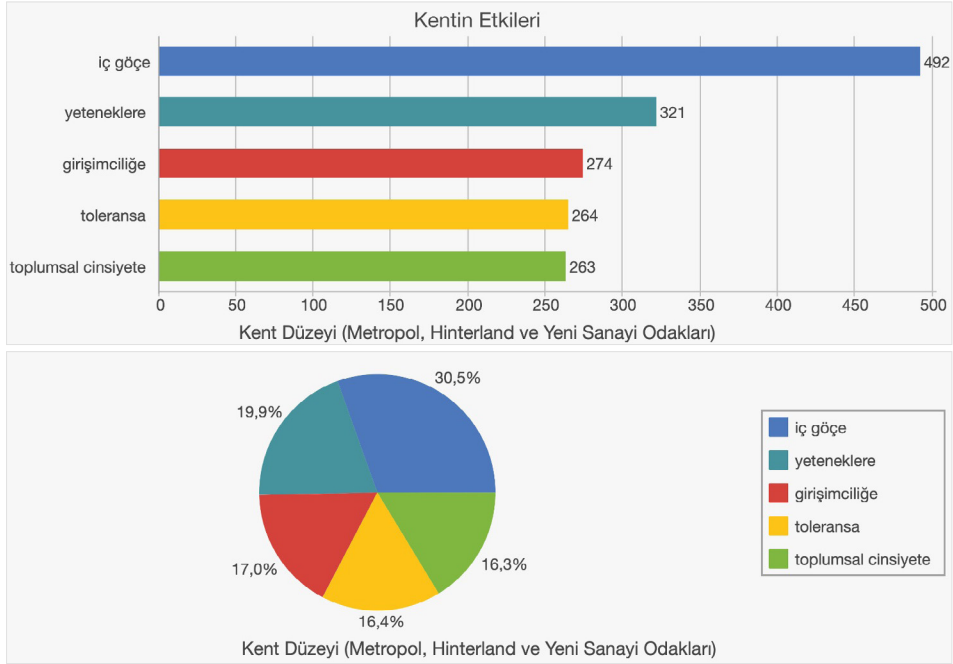
Kentsel varlıkların yenilikçilik üzerinde oldukça önemli etkisi vardır. Florida (2002a, 2005), yetenekli bireylerin belirli bir bölgede kalması veya başka bir yere göç etmesinde şehirlerin sunduğu yaşam kalitesi ve kültürel olanakların kritik bir rol oynadığını öne sürer. Nitekim bu bölümün sonunda yer alan Şekil 15.12 kentsel mekânın yenilikçi sınıfı üzerinde en büyük etkiye (%36) sahip mekân olduğunu göstermektedir.

Bu bağlamda Şekil 15.3 incelendiğinde kentlerin yenilikçi sınıfın üzerinde en büyük etkisinin (%30) göç etme konusunda olduğu dikkati çekmektedir. Florida'nın teorisiyle paralel olarak kentlerin yaşam kalitesindeki eksikliklerin yenilikçi sınıfın başka yerlere yönelmesine neden olduğunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların yarısından fazlası yaşadığı kentten başka bir kent-bölgede çalışmak ve yaşamak istediğini çünkü oturduğu özellikle şehrin yaşam kalitesinin yetersiz olduğunu birçok soruna sahip olduğunu belirtmektedir (Şekil 15.4). Dolayısıyla göç etme eğilimi yenilikçi sınıfın yaşadığı yerin/mekânın kalitesizliğinden ötürü en başta gelen gündemidir.

Öte yandan kentler yaratıcı sınıfın yetenekleri üzerinde de (%20) oldukça önemli etkiye sahiptir (Şekil 15.3). Bu etkilerin büyük bölümü kentin yenilikçi sınıfın yeteneklerini kullanabileceği, deneyim ve birikiminini geliştirebileceği farklı iş imkânlarına ve yenilik-teknoloji kapasitesine sahip olmasıyla ilişkidir (Şekil 15.4). Ancak bu imkânı sunamayan kısıtlı ekonomik koşullara sahip kentler ise tam tersine yaratıcı bireylerin yeteneklerini köreltici olumsuz etkiler sunmaktadır. Genel olarak yaratıcı sınıfın yeteneklerini

gerçekleştirme konusunda kentin sahip olduğu çeşitlenmiş iş imkânlarının ve yenilikçi firma yoğunluğunun varlığının kentin sahip olduğu sosyal-kültürel olanaklardan çok daha güçlü bir role sahip olduğu görülmektedir (Burada Florida'nın iş mi yoksa yer mi önce gelir hipotezine Türkiye'dekilerin cevabının "sadece yetenek [tabi teknolojiyle birlikte] hesaba katılırsa"-ceteris paribus- önce iş çıkıyor).

Şekil 15.3: Kentlerin Yenilikçi Sınıf Üzerindeki Etkileri

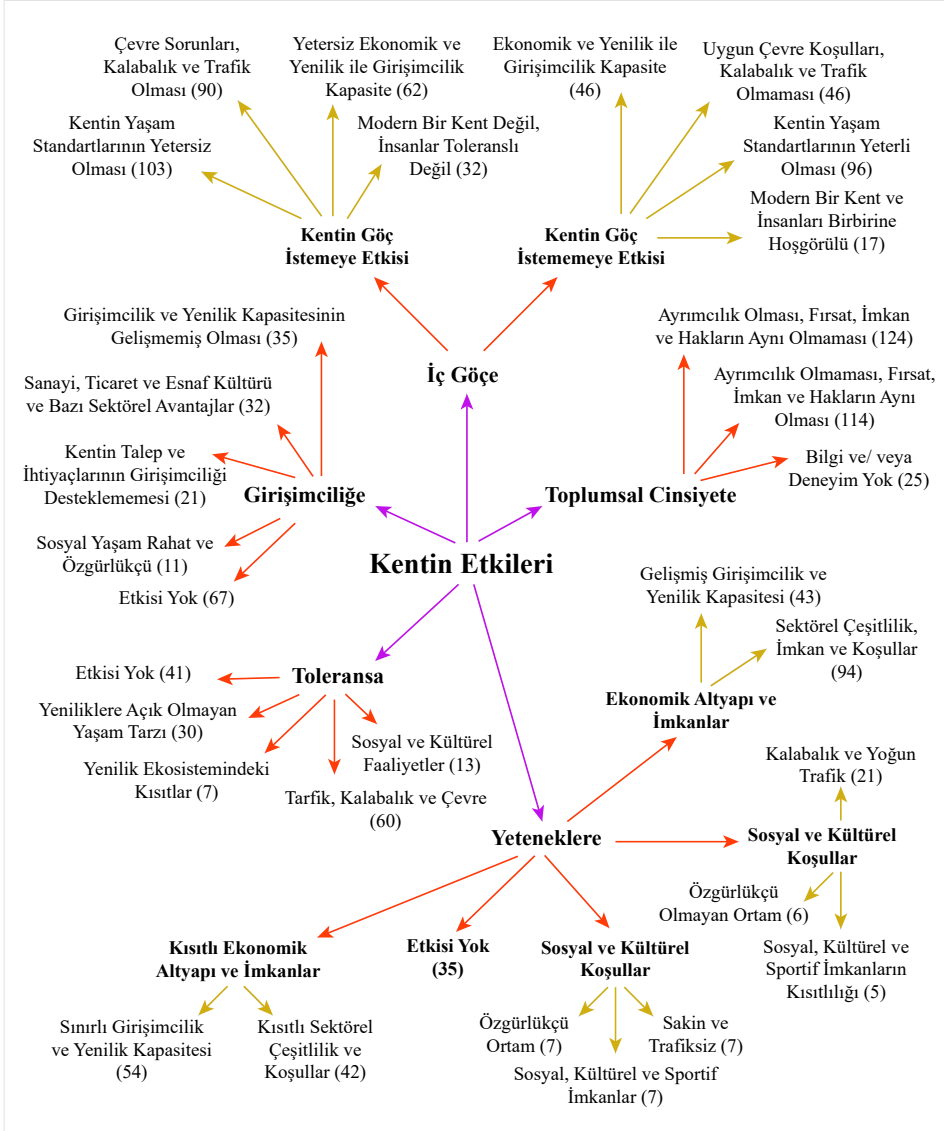


Yaratıcı bireylerin yaşadıkları kentlerin onların aynı zamanda girişimcilik davranışlarına, tolerans düzeylerine ve kadın-erkek eşitliği konusundaki deneyimlerine (%16-17) hemen hemen eşit düzeylerde olumlu veya olumsuz şekilde etkide bulunduğu görülmektedir. Örneğin girişimcilik alanında ekonomisi büyük ve çeşitli, yenilik ekosistemi gelişmiş ve girişimciliği destekleyen bir kültüre sahip olan kentlerin yaratıcı sınıfın girişimcilik potansiyelini pozitif etkilediği görülmektedir. Burada özellikle mevcut ve potansiyel iş kurma ve yenilik yapma fırsatlarının yoğunlaştığı kentlerin yaratıcı sınıfın girişimcilik kapasitesini ve dolayısıyla da girişimci olma potansiyelini artırdığı dikkat çekmektedir.

Kentin sahip olduğu tolerans düzeyinin yaratıcı sınıf üzerinde önemli etkilerinin bulunduğu bilinen bir gerçektir. Bu çalışmada tolerans kapsamında önplana çıkan iki husustan biri ve en önemlisi Jacobs'un (1961) ifade ettiği gibi çok kültürlü, rahat, özgürlükçü ve hoşgörülü insanların yaşadığı modern kentlerin yenilikçi sınıf üzerinde ve ekonomik büyüme üzerinde pozitif yönde büyük etkiye sahip olması iken, diğeri yeniliklere açık olmayan yaşam tarzına sahip aynı zamanda kentsel yaşam ve çevre kalitesi düşük kentlerin yenilikçi sınıfı caydırmasıdır. Yaratıcı sınıf toleransı sadece bir özgürlük, yaşam tarzı ve

hoşgörü ortamı olarak değil aynı zamanda mekânın iyi yaşam ve çevre kalitesine sahip olması ve buna sosyo-kültürel hizmet ve olanakların eşlik etmesi şeklinde bütünleşik bir mekânsal kombinasyon olarak görmektedir. Toplumsal cinsiyetin görece kentsel düzeyde en az etkiye sahip olduğu dikkati çekmektedir ki bu Türkiye'nin koşulları gözönüne alındığında normal olarak görülebilir.

Şekil 15.4: Kentin Yaratıcı Sınıfın Farklı Özellikleri Üzerindeki Etkileri



Sonuç olarak yaratıcı sınıfın yaşadığı kentten ne ölçüde etkilendiğini ortaya koymak için 1352 yenilikçi Ar-Ge çalışanına bulunduğu “kentin etkilerine ilişkin değerlendirmeleri sorulmuştur. 5’li likert tipi ölçek kullanılarak yapılan anketlerde ölçekte yer alan maddeler

(1) kesinlikle katılmıyorum ile (5) kesinlikle katılıyorum arasında değerler almaktadır. Bu aralıklar temel alınarak yaratıcı sınıfın yaşadığı kentin yenilikçilik/teknoloji, yetenek, tolerans ve girişimcilik düzeyine yaptığı etkiyi ortaya koyan Tablo 15.4'deki maddelerin ortalamaları incelendiğinde, yenilikçi sınıfın verdiği cevapların 5 üzerinden ortalama 3,47 puan ile “katılıyorum” aralığına karşılık geldiği görülmektedir.

Tablo 15.4: Kentin yaratıcı sınıfın teknoloji, yetenek, tolerans ve girişimcilik düzeyine etkisi

Değişken	Puan
Yaşadığım kent genel olarak çevreme hoşgörü/tolerans düzeyimi artırıyor	3,5
Yaşadığım kent yenilikçilik kapasitemi geliştiriyor	3,5
Yaşadığım kent girişimcilik kapasitemi geliştiriyor	3,4
Yaşadığım kent mesleki yeteneklerimin gelişmesini sağlıyor	3,5
Yaşadığım kent sosyal ve kültürel faaliyetlerimin gelişmesini sağlıyor	3,6
Ortalama	3,5
Not: 1352 ankete dayalı, likert tipi 5 ortalama üzerinden değerlendirilmiştir. “1-Kesinlikle katılmıyorum”, “2-Katılmıyorum”, “3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum”, “4-Katılıyorum” ve “5-Kesinlikle katılıyorum”.	

Bu bulgulara göre, yaratıcı sınıfın kentin etkilerine dair değerlendirmelerine ilişkin ortalamalar incelendiğinde, kentsel boyutta yer alan maddelerin hepsi için “katılıyorum” seçeneğinin işaretlendiği görülmektedir. Ortalamalar incelendiğinde, en yüksek ortalamaya “yaşadığım kent sosyal ve kültürel faaliyetlerimin gelişmesini sağlıyor” maddesinin sahip olduğu görülürken, en düşük ortalamanın ise “yaşadığım kent girişimcilik kapasitemi geliştiriyor” maddesine ait olduğu görülmektedir. Sonuç olarak araştırmada kapsanan Türkiye’deki kentlerin genel anlamda yaratıcı sınıfın kapasitesine ve gelişimine ortalamanın üstünde “önemli” düzeyde etki yaptığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 15.4’teki anketten (nicel veri) elde edilen bulgular Şekil 15.4’teki mülakattan elde edilen (nitel veri) bulgular bir arada değerlendirildiğinde, sonuçların oldukça uyumlu olduğu görülmektedir. Ancak yaratıcı sınıfın yaşadığı kentin Ar-Ge çalışanları üzerinde yarattığı etki farklı illere (Şekil 15.9), kentlere (Şekil 15.10) ve kent içindeki iş bölgelerine (Şekil 15.11) göre önemli farklılıklar göstermektedir. Bu durum, Storper ve Scott’un (2009) çalışmalarında vurguladığı gibi, coğrafi farklılıkların ekonomik ve sosyal yapı üzerindeki etkisini ön plana çıkarmaktadır. Yaratıcı sınıfın etkisi, bulunduğu bağlamın özgün koşullarıyla şekillenmekte, bu da bölgesel kalkınma ve mekânsal kümelenme dinamiklerinin önemini ortaya koymaktadır. Buna göre kentin etkisi Metropolde yer almasıyla,

Metropollerin arkasında konumlanan Hinterland şehirleriyle Anadolu'nun içinde yer alan orta-büyük ölçekli sanayi kentlerinde yer almasına göre önemli farklar ortaya koymaktadır. Metropol olan büyük kentlerde yaratıcı sınıfın iç göçe dair eğilimi Hinterland ve Yeni Sanayi Odaklarında yer alan kentlerden çok daha fazladır (Şekil 15.9). Nitekim sözkonusu etkinin özellikle İstanbul ve Ankara'da çok bariz olduğu, Kocaeli, Bursa ve İzmir'in de görece onlara benzediği, burada Sakarya'nın dikkatlerden kaçmayan bir göç eğilimi (olumlu veya olumsuz) olduğu görülmektedir (Şekil 15.10). Tolerans ve yetenek konusunda da metropoller açık şekilde öndedir. Girişimcilik alanında Yeni Sanayi Odakları ön plana çıkarken, toplumsal cinsiyet alanında tüm kentlerin hemen hemen benzer örüntü sergilediği görülmektedir. Diğer yandan Şekil 15.11 incelendiğinde kentin yaratıcı sınıfa etkileri firmanın OSB'de ya da teknoparkta bulunmasına göre farklılıklar göstermektedir. Nitekim Şekil 15.11 incelendiğinde teknoparkların tüm kategorilerde OSB'lerden daha fazla yaratıcı sınıfın teknoloji, yetenek, tolerans ve girişimcilik düzeyine etkisi olduğunu görülmektedir. Kent merkezi normalde çok küçük etkiye sahipken, göç konusunda ön plana çıkmaktadır. OSB'ler kent çevresindeki sanayi bölgelerinden daha güçlü ancak teknoparklardan daha zayıf bir etkiye sahiptir.

15.6 Bölge: Nicel Analiz

Mekânsal etkilerin mezo düzeyde incelendiği ikinci coğrafi ölçek/mekânsal birim “işyeri bölgesi” ya da diğer adıyla kentiçindeki sanayi, ticaret ve teknoloji “bölge”leridir. Araştırma tasarımı yapılırken temel araştırma sorularından birini firmaların faaliyet gösterdiği bölgelerin Ar-Ge çalışanlarına ne tür etkiler yaptığı ve bunların birbirlerinden nasıl farklılaştığı konusu oluşturmıştır.

Türkiye'de sanayi ve teknoloji bölge politikalarının geçmişi 1960'lı yıllara dayanmaktadır. Bölgelerin yenilikçi sınıfa ne tür etkileri olabileceği ve bunlardan hareketle daha etkili politikalar tasarlanıp uygulanabileceği gerçeğinden hareketle araştırma tasarımında bu konuya özel önem verilmiştir.

Türkiye'de Ar-Ge yapan firmaların bulundukları mekânları dört grupta toplamak mümkündür. Çok önemli kısımları OSB'ler ve teknoparklarda bulunan bu firmalar kent merkezleri ve kent çevrelerinde konumlanmaktadır.

Türkiye'de sanayi ve teknoloji politikalarını yönlendirmek, kentleşmeye katkı sağlamak, kümelenme ekonomisinden yararlanmak, sanayici için uygun arsa sağlamak, sanayinin verimlilik düzeyini artırmak amacıyla 1960'lı yıllardan itibaren OSB'ler kurulmaktadır. Türkiye'nin hemen her ilinde bulunan OSB'lerin toplam sayısı 360'ı geçmiştir. OSB'ler genel olarak kentlerin biraz dışında kurulmakla birlikte, sosyal donatıları da beraberinde kurulan bölgelerdir.

Teknoparklar ise genellikle üniversite kampüslerinde yer almaktadır. Girişimciler ve start-uplar için uygun iş ortamı yaratmak, üniversite sanayi iş birliğini kolaylaştırmak, Ar-Ge ve yenilikçilik kapasitesini geliştirmek ve teknoloji ile sanayi arasında bağlantılar

kurabilmek amacıyla ise 2000’li yıllardan beri teknoparklar kurulmaktadır. Mevcut durumda Türkiye’de 100’den fazla teknopark bulunmaktadır.

Çalışma kapsamında kent merkezi, merkez ilçe olarak değerlendirilmiş ve bu bölgelerde faaliyet gösteren firmaların konumu kent merkezi olarak ele alınmıştır. Kent çevresi ise daha çok diğer ilçelerin muhtelif sanayi planlamaları içinde faaliyet gösteren firmaları içermektedir. Örneğin Ankara’da Havelsan’ın bulunduğu Çankaya bölgesi kent merkezi iken Aselsan’ın Gölbaşı ilçesinde bulunan tesisleri kent çevresi olarak görülmektedir.

1.352 anket verisinden elde edilen işyeri bölgesinin tolerans düzeyi ile sosyal ve kültürel faaliyetler üzerindeki etkilerine yönelik bilgiler ise Tablo 15.5’te gösterilmektedir.

Tablo 15.5: İş Yeri Bölgesinin Etkileri: Tolerans ile Sosyal ve Kültürel Faaliyetler

Görüş	Tolerans Düzeyimi Artırıyor Değer	Yüzde (%)	Sosyal ve Kültürel Faaliyetlerimi Geliştiriyor Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	74	5,5	149	11
Katılmıyorum	164	12,1	245	18,1
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	336	24,9	341	25,2
Katılıyorum	567	41,9	460	34
Kesinlikle Katılıyorum	211	15,6	157	11,6
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	778	57,5	617	45,6
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	238	17,6	394	29,1
Toplam	1352	100	1352	100
Ortalama	3,5		3,2	

Florida’nın (2002a) yaratıcı sınıf teorisi, tolerans düzeyinin inovasyon ve yaratıcılık için kritik olduğunu belirtir. Tolerans düzeyinin ortalama değeri 3,5 olup ‘katılıyorum’ ile ‘ne

katılıyorum ne katılmıyorum’ arasında yer almaktadır. Katılımcıların %58’i işyerleri bölgesinin kendilerinin tolerans düzeyini artırdığını ifade ederken %18’lik aksi yönde görüş vermişlerdir. Ar-Ge çalışanlarının yaklaşık %25’ine göre ise firmanın faaliyet gösterdiği bölge tolerans düzeyini etkilememektedir (Bkz. Tablo 15.5).

İşyeri bölgesinin sosyal ve kültürel faaliyetlere katkısı incelendiğinde; Ar-Ge çalışanlarının %46’sı ‘katılıyorum’ ve ‘kesinlikle katılıyorum’ cevabını vermiş iken aksini düşünenlerin oranı %29’dur. Yaklaşık %25’lik bir kesim ise ‘ne katılıyorum ne katılmıyorum’ yanıtını vermiştir. İşyeri bölgesinin kişinin sosyal ve kültürel faaliyetlerine katkı sağlamasına yönelik ortalama puan 3,2 olup ‘ne katılıyorum ne katılmıyorum’a yakınsamaktadır.

Tablo 15.6’da Ar-Ge çalışanlarının yenilikçilik ve girişimcilik kapasitesi ile mesleki becerilerine işyeri bölgesinin ne düzeyde katkı sağladığına ilişkin veriler sunulmaktadır. İşyeri bölgesinin yenilikçilik kapasitesine katkısının ortalama puanı 3,4 olup ‘ne katılıyorum ne katılmıyorum’a yakınsamaktadır. Çalışanların %54’ü işyeri bölgesinin yenilikçilik kapasitesine olumlu katkı yaptığını ifade ederken %21’lik kesim ise gelişime bir katkısı olmadığını vurgulamıştır. Ar-Ge çalışanlarının %25’i ise katkı olup olmadığı konusunda kararsız kalmıştır.

Tablo 15.6: İş Yeri Bölgesinin Etkileri: Yenilikçilik, Girişimcilik ve Mesleki Beceri

Görüş	Yenilikçilik Kapasitemi Geliştiriyor Değer	Yüzde (%)	Girişimcilik Kapasitemi Geliştiriyor Değer	Yüzde (%)	Mesleki Yeteneklerimi Geliştiriyor Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	83	6,1	99	7,3	90	6,7
Katılmıyorum	195	14,4	205	15,2	190	14,1
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	343	25,4	356	26,3	329	24,3
Katılıyorum	531	39,3	506	37,4	516	38,2
Kesinlikle Katılıyorum	200	14,8	186	13,8	227	16,8
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	731	54,1	692	51,2	743	55,0
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	278	20,6	304	22,5	280	20,7
Toplam	1352	100	1352	100	1352	100
Ortalama	3,4		3,4		3,4	

İşyeri bölgesinin girişimcilik kapasitelerini geliştirdiğini düşünenlerin oranı %51'dir. %26'lık kesim ise bölgenin girişimcilik kapasitesine bir faydası olmadığını düşünmektedir. Bu konuda ne katılan ne de katılmayanların oranı ise %26'dır ve ortalama değerde buraya yakınsamakta olup 3,4'tür.

Ar-Ge çalışanlarının %55'i işyeri bölgesinin mesleki gelişime katkı sağladığını düşünmektedir. %24,3'lük kesim kararsız kalırken Ar-Ge çalışanlarının %20,7'si ise bölgenin mesleki gelişime katkı sağlamadığını düşünmektedir. Bu dağılım itibarıyla ortalama değer 3,4 olup 'ne katılıyorum ne katılmıyorum'a yakınsamaktadır.

Tablo 15.7'de tolerans, yenilikçilik, girişimcilik, mesleki beceri ile sosyal ve kültürel faaliyete farklı bölge tiplerinin katkılarının ortalama puanları verilmektedir. Buna göre; tüm değişkenlerde teknoparkların en yüksek ortalama değere sahip oldukları bunları OSB'lerin izledikleri görülmektedir. Bu sonuçlar çok kabaca sanayi ve teknoloji bölge politikalarının anlamını ortaya koymakla beraber karşılaştırmalı olarak nasıl iyileştirilebileceği üzerine de ipuçları vermektedir.

Teknoparklar ile OSB'ler arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Ar-Ge çalışanlarına göre en büyük iki farklılığın olduğu alan sosyal ve kültürel faaliyetler (0,6 puan fark) ve girişimcilik (0,5 puan fark) iken bunları sırasıyla tolerans (0,4 puan fark), yenilikçilik (0,4 puan fark) ve mesleki beceri izlemektedir.

Bu sonuçlar Türkiye'nin geleceğinde önemli etkileri bulunabilecek bir sınıfın OSB'lere kıyasla teknoparklardan daha büyük bir fayda sağlamalarının nedenleri üzerinde düşünülmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 15.7: İşyeri Bölgesinin Etkisi: Tolerans, Yenilikçilik, Girişimcilik, Mesleki Beceri ile Sosyal ve Kültürel Faaliyetler

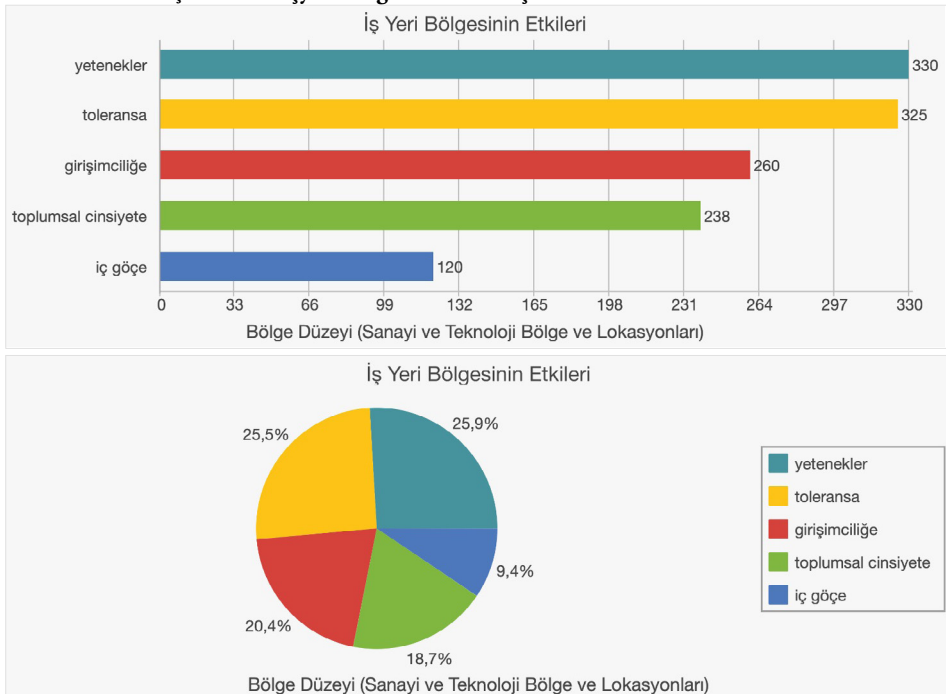
Değişken/Değer	Genel Ort.	Çalışılan Firmanın Konumu (İşyeri Bölgesi)			
		OSB	Teknopark	Kent Çevresi	Kent Merkezi
Tolerans	3,5	3,3	3,7	3,3	3,2
Yenilikçilik	3,4	3,2	3,6	3,0	2,9
Girişimcilik	3,4	3,1	3,6	2,9	2,8
Mesleki Beceri	3,4	3,3	3,6	3,1	2,9
Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	3,2	2,8	3,4	2,9	2,9

15.7 Bölge: Nitel Perspektif

Yaratıcı sınıfın yaşadığı ve çalıştığı mekânın/yerin kalitesine çok büyük önem attığı daha önce de vurgulanmıştı. Gerçekten de yaratıcı sınıfın sadece yaşadığı kentten ve oturduğu semt/mahalleden değil, aynı zamanda zamanın büyük bölümünü geçirdiği, yeteneklerini gerçekleştirdiği işinin kent içindeki bulunduğu yerin, kısacası çalışma/işyeri bölgesinin yaratıcılık ve yenilikçilik düzeyi üzerinde önemli bir etkisinin olduğu görülmektedir (Şekil 15.12).

Bu çalışmada yaratıcı sınıfın kent içinde mekânsal olarak dört farklı iş bölgesinde kümелendiği dikkate alınarak yaratıcı sınıfın çalıştığı işyeri bölgelerinin (Sanayi Bölgesi: OSB, Teknoloji Bölgesi: Teknopark, Kent Merkezi: MİA ve Kentiçi İş/Plazalar ve Kent Çeperi/Çevresi: Kentin Çeperinde Yer Seçen Münferit/Toplu Diğer Sanayi Mekânları) konumlarının, sahip olduğu özelliklerin, sunduğu imkân ve şartların yenilikçi sınıfın yeteneklerini (tecrübe-teknoloji-bilgi kapasite, yetkinlik ve birikimini), tolerans düzeyini, toplumsal cinsiyete bakışını, girişimcilik düşüncesini ve göç eğilimini nasıl etkilemekte olduğu ortaya konulmaktadır. Bu bağlamda Şekil 15.5 incelendiğinde iş bölgelerinin yenilikçi sınıf üzerinde en büyük etkisinin (%26) yetenek ve tolerans konusunda olduğu dikkati çekmektedir. Katılımcıların yarısı çalıştığı bölgenin yeteneklerini ve toleransını etkilediğini söylerken, %19-20'si girişimciliğine ve toplumsal cinsiyet algısına katkıda bulunduğunu belirtmektedir. Kent ölçeğinde ilk sırada gelen göç etme eğiliminin işyeri bölgesi bağlamında yaratıcı sınıf üzerinde pek etkisinin olmadığı görülmektedir.

Şekil 15.5: İşyeri Bölgesinin Yenilikçi Sınıf Üzerindeki Etkileri



Şekil 15.5 ve 15.6 birlikte incelendiğinde işyeri bölgesinin yenilikçi sınıf üzerindeki en büyük etkisinin %26'şarlık paylar ile yetenek ve tolerans konusunda olduğu görülmektedir. İş bölgelerinin yaratıcı sınıfın yetenekleri üzerindeki en önemli etkisi sağladığı iş birliği, bilgi ve tecrübenin paylaşımından gelmektedir. Bu yerler sahip olduğu mekânsal imkânlar ve özellikler bakımından firmalar ve çalışanlar arasında nitelikli temasın kurulması, ortaklığa dayalı ilişkilerin yaratılması ve hayata geçmesi için uygun fiziksel konum (coğrafi yakınlık), donanım (ortak kullanım ve faaliyet alanlarının varlığı) ve şartlara sahiptir. Bu bağlamda gerek OSB gerekse teknopark yönetimlerinin firmaların ihtiyaçlarına yönelik düzenlediği nitelikli etkinliklerin ve sosyal faaliyetlerin yaratıcı sınıfın yeteneklerini geliştirme konusunda önemli role sahip olduğu görülmektedir (Şekil 15.6). Ancak bu mekânsal imkânları sunamayan, yetersiz fiziksel ve sosyal donatıya sahip olan, aynı zamanda firmalar ve çalışanlar arasında sınırlı temasın olduğu, iş birliği ve deneyim paylaşımının olmadığı iş bölgelerinin ise yaratıcı sınıfın yeteneklerini köreltici olumsuz etkiler sunduğu dikkati çekmektedir.

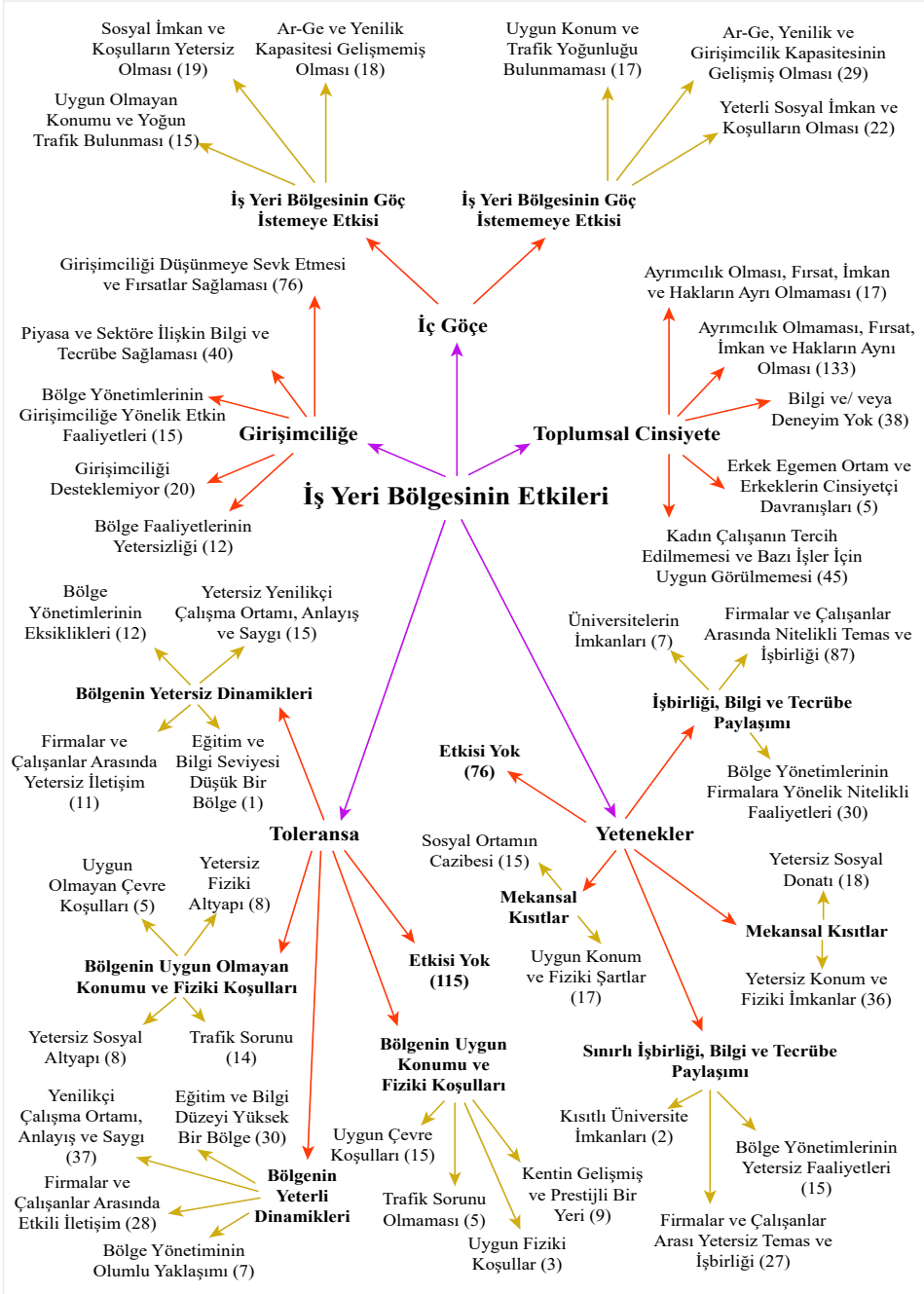
İşyeri bölgelerinin yaratıcı sınıf üzerindeki ikinci önemli etkisi sahip olduğu tolerans düzeyinin artmasında oynadığı roldür. Bu kapsamda her ne kadar katılımcıların 1/3'ü çalıştığı iş bölgesinin yaratıcı sınıfın toleransı üzerinde herhangi bir etkisi olmadığını belirtmiş olsa da, kalan 2/3'ü bölgenin sahip olduğu çeşitli dinamiklerin ve uygun mekânsal konum ve koşulların yenilikçi sınıf üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Burada özellikle yenilikçi ve anlayışlı çalışma ortamına sahip, eğitim ve bilgi düzeyi yüksek insanlardan oluşan, firmalar ve çalışanlar arasında etkili iletişimin bulunduğu iş bölgelerinin, bilhassa teknoparkların yenilikçi sınıfa daha özgürlükçü ve hoşgörülü ortamlar sunarak onların tolerans düzeylerini artırdığı görülmektedir.

İşyeri bölgelerinin yaratıcı sınıf üzerindeki üçüncü etkisi onların girişimcilik davranışlarına olumlu düzeyde etkide bulunmasıdır. Özellikle girişimciliği düşünmeye sevk eden ortam ve faaliyetlerin bulunduğu, piyasa ve sektöre ilişkin bilgi ve deneyim sağlayan ve girişimciliğe ilişkin fırsatlar barındıran işyeri bölgelerinin yaratıcı sınıfın girişimcilik kapasitesini ve dolayısıyla da girişimci olma potansiyelini arttırdığı dikkat çekmektedir.

İşyeri bölgelerinin toplumsal cinsiyet konusunda da hem olumlu hem de olumsuz etkiye sahip olduğu dikkati çekmektedir. Bu bağlamda bazı işyeri bölgeleri örneğin özellikle Teknoparklar ayrımcılık olmaması, fırsat, hak ve imkânların erkek ve kadın için aynı olması nedeniyle yenilikçi sınıfın toplumsal cinsiyet algısına pozitif katkı yaparken, diğer sanayi bölgelerinin kadın çalışan tercih etmemesi, erkek egemen cinsiyetçi ve ayrımcı ortam ve koşullar barındırması nedeniyle negatif yönde etkiye sahip olduğu görülmektedir.

İşyeri bölgelerinin yaratıcı sınıf üzerinde en az etkiye sahip olduğu parametrenin göç etme konusunda olduğu dikkati çekmektedir. Bu durum göçe katılım meselesinin daha çok yaşanan kentin kalitesi ve yapılan işin niteliğiyle ilgili bir mesele olduğu gözönüne alındığında işyeri bölgelerinin yenilikçi sınıfın göç etme eğiliminde çok sınırlı role sahip olduğunu düşündürmektedir.

Şekil 15.6: İşyeri Bölgesinin Yaratıcı Sınıfın Farklı Özellikleri Üzerindeki Etkileri



Sonuç olarak yaratıcı sınıfın çalıştığı iş bölgesinden ne ölçüde etkilendiğini ortaya koymak için 1352 yenilikçi Ar-Ge çalışanına bulunduğu “işyeri bölgesinin etkilerini” ilişkin değerlendirmeleri sorulmuştur (Tablo 15.8). 5’li likert ölçeğiyle elde edilen verilerin anali-

zine göre yaratıcı sınıfın çalıştığı iş bölgesinin yenilikçilik/teknoloji, yetenek, tolerans ve girişimcilik düzeyine yaptığı etkiyi ortaya koyan Tablo 15.8’deki maddelerin ortalamaları incelendiğinde, yenilikçi sınıfın verdiği cevapların 5 üzerinden ortalama 3,38 puan ile “Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum” aralığına karşılık geldiği görülmektedir. Bu kapsamda en yüksek ortalamaya “işin bulunduğu yer çevreme hoşgörü/tolerans düzeyimi artırıyor” maddesinin sahip olduğu görülürken, en düşük ortalamanın ise “işin bulunduğu yer sosyal ve kültürel faaliyetlerimin gelişmesini sağlıyor” maddesine ait olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre Türkiye’deki iş bölgelerinin yaratıcı sınıfın kapasitesine ve gelişimine orta düzeyde “biraz önemli” derecede etki yaptığını işaret etmektedir.

Tablo 15.8’de anketten (nicel) elde edilen sonuçların Şekil 15.5’te mülakatta elde edilen (nitel) sonuçlarla çok uyumlu olduğu dikkati çekmektedir. Yaratıcı sınıfın çalıştığı iş bölgesinin onların en fazla yeteneklerinin gelişiminde ve tolerans düzeyinin artmasında rol oynarken, bunları yenilikçilik ve girişimcilik kapasitesinin gelişmesi izlemektedir. Kuşkusuz bu ortalamalar/etkiler Ar-Ge çalışanının OSB mi yoksa teknoparkta mı çalıştığına göre ciddi farklılıklar göstermektedir. Teknoparkların tüm alanlarda/kategorilerde OSB’lerden çok daha fazla yaratıcı sınıfın teknoloji, yetenek, tolerans ve girişimcilik düzeyine etkisi olduğunu özellikle de yetenek ve tolerans alanında bu etkinin en büyük olduğunu göstermektedir (Bkz. Şekil 15.11). Öte yandan sözkonusu işyeri bölgelerinin etkilerinin metropol bir kentte yer almasıyla orta-büyük ölçekli sanayi kentlerinde yer alması bakımından da önemli farklar yarattığı görülmektedir. Metropolde bulunan iş bölgeleri ister OSB ister teknopark olsun yaratıcı sınıfın kapasitesine ve gelişimine Hinterland ve Yeni Sanayi Odaklarında yer alan kentlerden daha fazla olumlu etki yapmaktadır (Şekil 15.10). Sözkonusu etkinin bilhassa İstanbul ve Ankara’da çok bariz olduğu, İzmir’in beklentilerin tersine diğer sanayi odaklarına benzediği dikkatlerden kaçmamaktadır (Şekil 15.9).

Tablo 15.8: İşyeri Bölgesinin Yaratıcı Sınıfın Teknoloji, Yetenek, Tolerans ve Girişimcilik Düzeyine Etkisi

Değişken	Puan
İşin bulunduğu yer genel olarak çevreme hoşgörü/tolerans düzeyimi artırıyor	3,5
İşin bulunduğu yer yenilikçilik kapasitemi geliştiriyor	3,4
İşin bulunduğu yer girişimcilik kapasitemi geliştiriyor	3,4
İşin bulunduğu yer mesleki yeteneklerimin gelişmesini sağlıyor	3,4
İşin bulunduğu yer sosyal ve kültürel faaliyetlerimin gelişmesini sağlıyor	3,2
Ortalama	3,3
Not: 1352 ankete dayalı, likert tipi 5 ortalama üzerinden değerlendirilmiştir. “1-Kesinlikle katılmıyorum”, “2-Katılmıyorum”, “3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum”, “4-Katılıyorum” ve “5-Kesinlikle katılıyorum”.	

15.8 İş Yeri: Nicel Analiz

Nicel araştırmadan elde edilen 1.352 anketin analiz sonuçlarına göre iş yeri ortamının tolerans düzeyi ile sosyal ve kültürel faaliyetler üzerindeki etkilerine yönelik bilgiler

Tablo 15.9'da gösterilmektedir. Buna göre tolerans düzeyinin ortalama değeri 3,9 olup 'katılıyorum' ifadesine yakınsamaktadır. Katılımcıların %73,7'si işyerlerinin kendilerinin tolerans düzeyini artırdığını ifade ederken, %6,2'lik kesim aksi yönde görüş vermiştir. Ar-Ge çalışanlarının %20'sinin ise tolerans düzeyini çalıştıkları firmalar etkilememektedir (Bkz. Tablo 15.9).

Tolerans düzeyini artıran işyeri ortamları, çalışanlar arasında daha güçlü sosyal bağlar kurarak sosyal yakınlığı destekler (Boschma, 2005). Bu bağlamda iş yerinin Ar-Ge çalışanlarının tolerans düzeyini olumlu yönde etkilemesi iş yeri ortamındaki hoşgörü ve anlayışın bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Yönetim başta olmak üzere çalışanlarla beraber inşa edilen toleranslı ortamların çalışanların verimine ve mutluluklarına daha fazla katkı sağlayabileceği değerlendirilmektedir.

İş yerinin sosyal ve kültürel faaliyetlere katkısı incelendiğinde; Ar-Ge çalışanlarının %56,7'si 'katılıyorum' ve 'kesinlikle katılıyorum' cevabını vermiş iken aksini düşünenlerin oranı %18,7'dir. Yaklaşık %25'lik bir kesim ise 'ne katılıyorum ne katılmıyorum' yanıtını vermiştir. İş yerinin kişinin sosyal ve kültürel faaliyetlerine katkı sağlamasına yönelik ortalama puan 3,5 olup tarafsız ile 'katılıyorum'un tam ortasında yer almaktadır.

İş yerinin sosyal ve kültürel faaliyetlerinin arttırması aidiyet bağlarını güçlendirebilmektedir. Granovetter'ın (1973) "zayıf bağlar" (weak ties) teorisi, sosyal ağlardaki zayıf bağların bireyler arasında bilgi akışını artırdığını ve yenilikçi fikirlerin yayılmasını sağladığını belirtir. İşyerindeki sosyal ve kültürel etkinlikler bu tür bağları güçlendirebilir. Aynı zamanda çalışanların iş ortamıyla daha güçlü bir bağ kurmasına yardımcı olur (Feldman ve Florida, 1994).

Tablo 15.9: İşyerinin Etkisi: Tolerans ile Sosyal ve Kültürel Faaliyetler

Görüş	Tolerans Düzeyimi Artırıyor Değer	Yüzde (%)	Sosyal ve Kültürel Faaliyetlerimi Geliştiriyor Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	23	1,7	78	5,8
Katılmıyorum	61	4,5	175	12,9
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	271	20	332	24,6
Katılıyorum	674	49,9	563	41,6
Kesinlikle Katılıyorum	323	23,9	204	15,1
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	997	73,7	767	56,7
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	84	6,2	253	18,7
Toplam	1352	100	1352	100
Ortalama	3,9		3,5	

Tablo 15.10’da Ar-Ge çalışanlarının yenilikçilik ve girişimcilik kapasitesi ile mesleki becerilerine iş yerlerinin ne düzeyde katkı sağladığına ilişkin veriler sunulmaktadır. İş yerlerinin yenilikçilik kapasitesine katkısının ortalama puanı 4 olup katılıyorumdur. Çalışanların %78’i iş yerlerinin yenilikçilik kapasitesine olumlu katkı yaptığını ifade ederken %5,9’luk kesim ise gelişime bir katkı olmadığını vurgulamıştır. Ar-Ge çalışanlarının %16’sı ise katkısı olup olmadığı konusunda kararsız kalmıştır.

Tablo 15.10: İşyerinin Etkisi: Yenilikçilik, Girişimcilik ve Mesleki Beceri

Görüş	Yenilikçilik Kapasitemi Geliştiriyor Değer	Yüzde (%)	Girişimcilik Kapasitemi Geliştiriyor Değer	Yüzde (%)	Mesleki Yeteneklerimi Geliştiriyor Değer	Yüzde (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	24	1,8	42	3,1	15	1,1
Katılmıyorum	56	4,1	111	8,2	55	4,1
Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	222	16,4	286	21,2	196	14,5
Katılıyorum	696	51,5	604	44,7	685	50,7
Kesinlikle Katılıyorum	354	26,2	309	22,9	401	29,7
T2B (Katılıyorum ve Kesinlikle Katılıyorum)	1050	77,7	913	67,5	1086	80,3
B2B (Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum)	80	5,9	153	11,3	70	5,2
Toplam	1352	100	1352	100	1352	100
Ortalama	4		3,8		4	

Daha önce ifade edildiği gibi, Ar-Ge çalışanlarının önemli bir kesiminin gelecekte girişimci olma hedefi bulunmaktadır. Bu hedef kapsamında çalıştıkları firmalarda kendilerini geliştirmek istemektedirler. Bu kapsamda mevcut firmalarda girişimcilik kapasitelerinin geliştiğini düşünenlerin oranı %68’dir. %11’lik kesim ise firmanın girişimcilik kapasitesine bir faydası olmadığını düşünmektedir. Bu konuda ‘ne katılan ne de katılmayanların’ oranı ise %21’dir.

Son olarak; dijitalleşme ve istihdam piyasasındaki gelişmeler çalışanların kendilerini sürekli geliştirmeleri ve mesleki becerilerini artırmaları gerektiğini ortaya çıkarmaktadır. Bu kapsamda çalışılan firmadaki ortamın çalışanları geliştirmesi tüm alanlarda olduğu gibi Ar-Ge çalışanları için de önemlidir.

Bu çerçevede çalışanların %80’ni işyerlerinin mesleki gelişime katkı sağladığını düşünmektedir. %15’lik kesim kararsız kalırken Ar-Ge çalışanlarının %5’i ise firmanın mesleki gelişime katkı sağlamadığını düşünmektedir. Bu dağılım itibarıyla ortalama değer 4 olup ‘katılıyorum’a karşılık gelmektedir.

Tablo 15.11’de tolerans, yenilikçilik, girişimcilik, mesleki beceri ile sosyal ve kültürel faaliyete firmaların katkısının ortalama puanları verilmektedir. Genel olarak çok önemli farklılıklar bulunmamaktadır. Buna göre tolerans açısından en yüksek ortalama puan firma türü açısından tasarım merkezleri, ortaklık açısından yabancı firmalar ve patenti bulunan firmalardır. İhracat yapma açısından tolerans bir farklılık göstermemektedir. Yenilikçilik ve mesleki becerilerin geliştirilmesi açısından yine tasarım merkezlerinin ortalama değeri en yüksektir. İhracat yapmayan firmalarda çalışanlar, hemen hemen her alanda ihracat yapan firmalarda çalışanlara göre kendi firmalarının söz konusu değişkenlerde daha iyi olduğunu vurgulamışlardır. Patenti olan ve olmayan firmalar da ise tüm değerler birbirine yakın ya da aynı seviyededir.

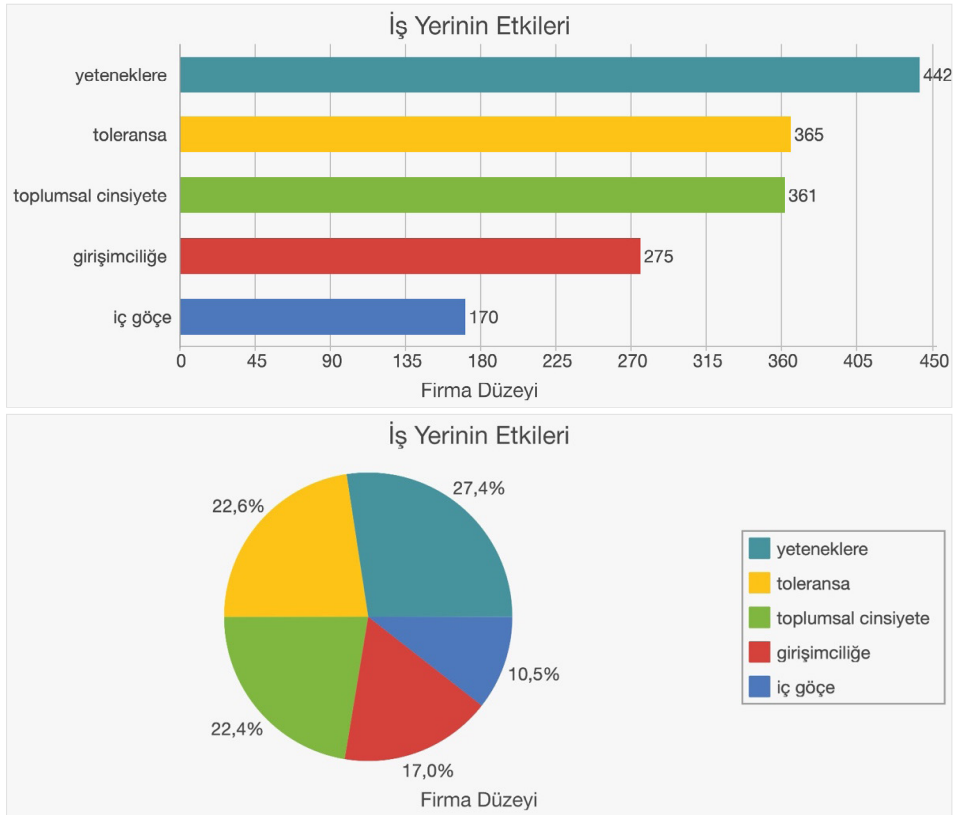
Tablo 15.11: İşyerinin Etkisi: Tolerans, Yenilikçilik, Girişimcilik, Mesleki Beceri ile Sosyal ve Kültürel Faaliyetler

Değişken/ Değer	Genel Ort.	Firma Türü			Firma Ortaklık Yapısı			İhracat		Patent	
		Ar-Ge Merkezi	Teknopark	Tasarım Merkezi	Yabancı	Yabancı Ortaklı	Türk	Evet	Hayır	Var	Yok
Tolerans	3,9	3,9	3,9	4,1	4	3,9	3,9	3,9	3,9	4	3,9
Yenilikçilik	4	3,9	4	4,2	4	4	4	3,9	4	4	4
Girişimcilik	3,8	3,6	3,8	3,8	3,7	3,7	3,8	3,7	3,8	3,8	3,9
Mesleki Beceri	4	4	4,1	4,2	3,9	4	4	4	4,1	4	4,1
Sosyal ve Kültürel Faaliyetler	3,5	3,3	3,6	3,5	3,6	3,4	3,5	3,4	3,6	3,5	3,5

15.9 İş Yeri: Nitel Perspektif

Mekânsal etkinin mikro düzeyde incelendiği son coğrafi ölçek/birim ise “işyeri” veya diğer adıyla “firma”dır. İşyeri, çalışma ortamı ya da iş mekânı yaratıcı sınıfın gerek gündelik hayatının gerekse sosyal yaşamının çok önemli bir parçasıdır. İşyerinin ya da firmanın sahip olduğu özellikler ve nitelikler ile sunduğu imkân, fırsat ve olanaklar yenilikçi sınıfın yeteneklerini (tecrübe-teknoloji-bilgi kapasite, yetkinlik ve birikimini), tolerans düzeyini, toplumsal cinsiyete bakışını, girişimcilik düşüncesini ve göç eğilimini önemli ölçüde etkilemektedir. Bu bağlamda Şekil 15.7 incelendiğinde işyerinin yenilikçi sınıf üzerinde en büyük etkisinin (%27) yetenek alanında olduğu görülmektedir. Katılımcıların yarısına yakını (%45) ise çalıştığı işyerinin tolerans düzeyini ve toplumsal cinsiyete yönelik algısını etkilediğini söylerken, %17’sinin girişimciliğine katkıda bulunduğunu belirtmektedir. Kent ölçeğinde ilk sırada gelen göç etme eğiliminin işyeri bölgesinde olduğu gibi işyeri/firma ölçeğinde de yaratıcı sınıf üzerinde çok az etkisinin olduğu görülmektedir.

Şekil 15.7: İşyerinin Yenilikçi Sınıf Üzerindeki Etkileri



Şekil 15.7 incelendiğinde işyerinin yenilikçi sınıf üzerindeki en büyük etkisinin %27’lik pay ile yetenek konusunda olduğu görülmektedir. İşyerinin yaratıcı sınıfın yetenekleri üzerindeki en önemli etkisi sağladığı nitelikli çalışma ortamından gelmektedir (Şekil 15.8). Nitelikli çalışma ortamından kasıt, işyerinin/firmanın çalışanlara sağladığı kendini geliş-

tirmeye yönelik imkân ve faaliyetleri yani firma içi ve dışı nitelikli ilişkiler ve iş birlikleri yoluyla edinilen çevre, bilgi, beceri ve tecrübenin paylaşılması ile firmanın sahip olduğu mekânsal ortam, fiziki ve teknolojik donanım ile altyapı imkânlarının varlığıdır. Özellikle kendini geliştirmeye yönelik imkânlar yaratıcı sınıfın yetenek ve kapasite gelişiminde çok önemli bir role sahiptir. Ayrıca firmanın sahip olduğu nitelikli yenilik kapasitesinin de yaratıcı sınıfın yeteneklerini geliştirme konusunda önemli bir etkiye neden olduğu görülmektedir (Şekil 15.8). Burada işyerinin yenilikçi bir çalışma kültürüne ve Ar-Ge ve inovasyona yönelik projelere sahip olması öne çıkan temel etkenlerdir. Görüldüğü gibi firmaların çalışanları için sunduğu nitelikli çalışma mekânı/ortamı ve nitelikli yenilik kapasitesi yaratıcı sınıfın işyerinde yeteneklerini geliştiren en önemli iki temel faktördür. Öte yandan çalışanlarına uygun mekânsal ortam ve kendini geliştirme imkânları sunamayan, yetersiz fiziksel ve teknolojik donatıya ve Ar-Ge projesine sahip aynı zamanda firma içinde yenilikçi bir çalışma kültürü yaratamamış, çalışanlar arasında sınırlı temas, iş birliği, bilgi ve deneyim paylaşımının olduğu işyerlerinde ise yaratıcı sınıfın yeteneklerini geliştiremediği ve bu anlamda negatif etkiler sunduğu dikkati çekmektedir.

İşyerinin yaratıcı sınıf üzerindeki ikinci önemli etkisi sahip olduğu tolerans düzeyinin artmasında oynadığı roldür. Bu bağlamda anlayışlı çalışma ortamına sahip, yöneticilerin özgürlükçü ve hoşgörülü bir yaklaşım sergilediği, eğitim ve bilgi düzeyi yüksek insanlardan oluşan çalışanlar arasında karşılıklı toleransın bulunduğu işyerlerinin yaratıcı sınıfın tolerans düzeylerini artırdığı görülmektedir. Bunun yanı sıra çalışanlarına esnek mesai, izin, ücretler ve kendini geliştirme konusunda çeşitli sosyal imkânlar sağlayan firmaların yenilikçi sınıfın tolerans düzeyine pozitif etki yaptığı görülmektedir. Kuşkusuz anlayışsız çalışma kültürü ve yetersiz sosyal imkânların olduğu işyerlerinin ise toleransla negatif ilişkili olduğu görülmektedir.

İşyerinin toplumsal cinsiyet konusunda da hem olumlu hem de olumsuz etkiye sahip olduğu dikkati çekmektedir. Bu bağlamda bazı işyerleri örneğin özellikle teknoparklarda yer alan firmaların kadınlara pozitif ayrımcılık yapması, yetenek ve rekabetin önemsenmesi ve kadınların başarılı olması, fırsat, hak ve imkânların erkek ve kadın için aynı olması nedeniyle yenilikçi sınıfın toplumsal cinsiyet algısına pozitif katkı yaparken, diğer firmaların kadın çalışan tercih etmemesi ve kadınları sadece bazı işler için uygun görmesi, erkek egemen cinsiyetçi ve ayrımcı ortam ve koşullar barındırması, kadınlara erkeklerle aynı hak ve imkânları vermemesi gibi sebeplerden dolayı negatif yönde etki yaptığı görülmektedir.

İşyerinin yaratıcı sınıf üzerindeki bir diğer etkisi onların girişimcilik davranışlarına olumlu düzeyde etkide bulunmasıdır. Bu bağlamda her ne kadar katılımcıların 1/4'ü yaratıcı sınıfın çalıştığı işyerinin girişimcilik üzerinde herhangi bir etkisi olmadığını belirtmiş olsa da kalan 3/4'ü firmanın çalışanlarına piyasa ve sektöre ilişkin çevre, bilgi, beceri ve deneyim sağlaması onların girişimcilik kapasitesini ve girişimci olma potansiyelini artırdığını göstermektedir. Yaratıcı sınıfın girişimciliğini doğrudan destekleyen ve etkileyen firmaların da bulunduğu ancak bunların çok az sayıda olduğu dikkati çekmektedir.

Şekil 15.8: İşyerinin Yaratıcı Sınıfın Farklı Özellikleri Üzerindeki Etkileri



Son olarak işyerinin yaratıcı sınıf üzerinde en az etkiye sahip olduğu parametrenin göç etme konusunda olduğu görülmektedir. Firmanın sahip olduğu eksikler (yetersiz sosyal haklar ve imkânlar, yetersiz Ar-Ge ve yenilik kapasitesi, kurumsal bir işyeri olmaması ve kendini geliştirme imkânı vermemesi) yaratıcı sınıfın göç etme eğilimini tetiklerken, sosyal hak ve imkânları iyi olan, Ar-Ge ve yenilik kapasitesi doyurucu olan firmalarda çalışan yenilikçi kişilerin göç etmeme yöneliminin ağır bastığı görülmektedir.

Tablo 15.12: İşyerinin yaratıcı sınıfın teknoloji, yetenek, tolerans ve girişimcilik düzeyine etkisi

Değişken	Puan
Çalıştığım işyeri genel olarak çevreme hoşgörü/tolerans düzeyimi artırıyor	3,9
Çalıştığım işyeri yenilikçilik kapasitemi geliştiriyor (yenilikçi yönüm sürekli gelişiyor)	4,0
Çalıştığım işyeri girişimcilik kapasitemi geliştiriyor	3,8
Çalıştığım işyeri mesleki yeteneklerimin gelişmesini sağlıyor (yeni vasıflar/ yetenekler kazandırmakta)	4,0
Çalıştığım işyeri sosyal ve kültürel faaliyetlerimin gelişmesini sağlıyor	3,5
Ortalama	3,84
Not: 1352 ankete dayalı, likert tipi 5 ortalama üzerinden değerlendirilmiştir. “1-Kesinlikle katılmıyorum”, “2-Katılmıyorum”, “3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum”, “4-Katılıyorum” ve “5-Kesinlikle katılıyorum”.	

Sonuç olarak yaratıcı sınıfın çalıştığı işyerinden ne ölçüde etkilendiğini ortaya koymak için 1352 Ar-Ge çalışanına bulunduğu “işyerinin etkilerini” ilişkin değerlendirmeleri sorulmuştur (Tablo 15.12). 5’li likert ölçekle elde edilen verilerin analizine göre yaratıcı sınıfın çalıştığı işyerinin yenilikçilik/teknoloji, yetenek, tolerans ve girişimcilik düzeyine yaptığı etkiyi ortaya koyan Tablo 15.12’deki maddelerin ortalamaları incelendiğinde, yenilikçi sınıfın verdiği cevapların 5 üzerinden ortalama 3,84 puan ile “katılıyorum” aralığına karşılık geldiği görülmektedir. Bu bulguya göre, yaratıcı sınıfın çalıştığı işyerinin etkilerini içeren maddelerin çoğu (4 madde) için “katılıyorum” seçeneğinin işaretlendiği görülmürken 1 madde için “ne katılıyorum ne katılmıyorum” aralığının belirlenmiş olduğu görülmektedir. Ortalamalar incelendiğinde, en yüksek ortalamaya “çalıştığım işyeri mesleki yeteneklerimin gelişmesini sağlıyor (yeni vasıflar/yetenekler kazandırmakta)” maddesinin sahip olduğu görülürken, en düşük ortalamanın ise “çalıştığım işyeri sosyal ve kültürel faaliyetlerimin gelişmesini sağlıyor” maddesine ait olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre yenilikçi sınıfın çalıştığı işyerleri yaratıcı sınıfın kapasitesine ve gelişimine ortalamanın üstünde oldukça “önemli” derecede etki yaptığını işaret etmektedir.

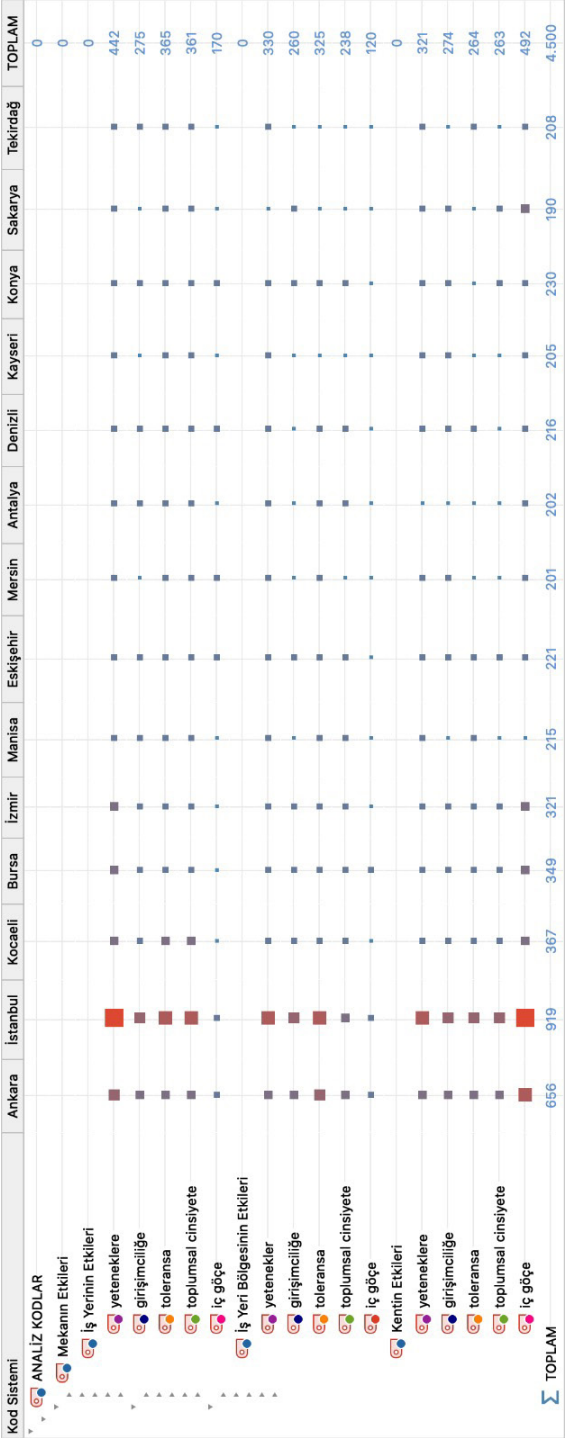
Tablo 15.12’de anketten (nicel) elde edilen sonuçların Şekil 15.8’de mülakatta elde edilen (nitel) sonuçlarla çok uyumlu olduğu dikkati çekmektedir. Buna sonuçlara göre yaratıcı sınıfın çalıştığı işyeri en fazla mesleki yeteneklerinin gelişiminde rol oynarken,

bunu yenilikçilik kapasitesinin gelişmesi ile hemen ardından tolerans düzeyinin artması izlemektedir. Bu üç alanda firmalar yenilikçi sınıfın davranışlarını ve yetkinliklerini önemli düzeyde etkilemektedir. Ancak firmaların yaratıcı sınıfın girişimcilik düzeyini yetenek, yenilik ve tolerans kadar etkilemediği, dolayısıyla firmaların çalışanlarının girişimci olmasına pek fazla ya da yeterince sıcak bakmadığı sonucuna ulaşabiliriz.

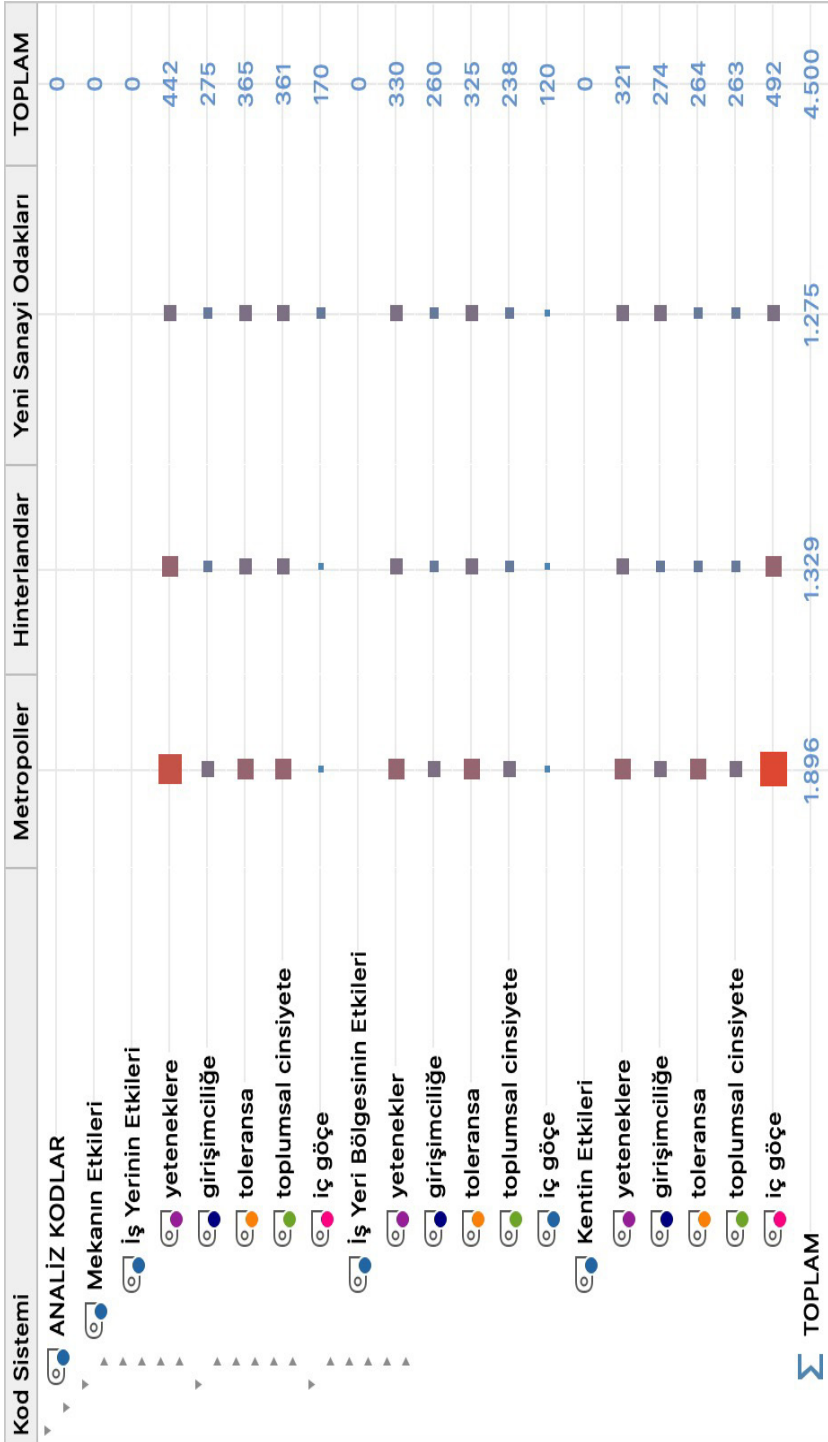
Öte yandan işyerinin yaratıcı sınıf üzerindeki etkisi illere (Şekil 15.9), kentlere (Şekil 15.10) ve kent içindeki iş bölgelerine (Şekil 15.11) göre anlamlı farklılıklar göstermektedir. Buna göre söz konusu işyerinin etkisi metropol bir kentte yer almasıyla orta-büyük ölçekli sanayi kentlerinde yer almasına göre önemli farklar ortaya koymaktadır. Şekil 15.10'da da görüldüğü gibi metropolde yer seçen işyerleri yaratıcı sınıfın kapasitesine ve gelişimine Hinterland ve Yeni Sanayi Odaklarında yer alan kentlerden daha fazla etki yapmaktadır. Söz konusu etkinin özellikle İstanbul'da çok belirgin olduğu, İstanbul'u uzaktan Ankara ve Kocaeli'nin izlediği dikkati çekmektedir (Şekil 15.9). Ayrıca işyerinin yenilikçi sınıfa etkileri bakımından da parametreler arasında önemli mekânsal farklılıklar vardır. Mesela yetenek alanında Metropoller Hinterland ve Yeni Sanayi Odaklarından çok daha üstün iken, girişimcilik konusunda neredeyse aralarında fark yoktur. Burada özellikle yetenek alanında İstanbul başta olmak üzere Ankara, İzmir, Bursa ve Kocaeli'nin diğer kentlere göre bariz üstünlüğü vardır (Şekil 15.9). Ancak tolerans ve toplumsal cinsiyet alanlarında Metropoller diğer kent gruplarından belirgin farkla yine üstün gelmektedir (Şekil 15.10). Fakat burada da İstanbul'dan sonra Ankara ve Kocaeli'nin ön plana çıktığı görülmektedir. Kocaeli'ndeki firmalar İzmir'den çok daha fazla hatta Ankarayı'da geçen ölçüde toleranslı ve toplumsal cinsiyete duyarlıdır. Fakat göç eğilimi konusunda Yeni Sanayi Odakları, Metropoller ve Hinterlandlara göre bariz üstünlüğe sahiptir. Bu durum Yeni Sanayi Odaklarında yaşayan Ar-Ge çalışanlarının bu kentlerin ve firmaların sunduğu yetersiz imkânlar nedeniyle göç etmeye meyilli olduğunu ortaya koymaktadır. Öte yandan dikkati çeken bir diğer husus da yetenek ve göç etme eğilimi dışında Hinterland ve Yeni Sanayi Odaklarının birbirine oldukça benzer bir yapı göstermesidir (Şekil 15.10).

Diğer yandan Şekil 15.11 incelendiğinde işyerinin Ar-Ge çalışanlarına etkileri firmanın OSB'de mi yoksa teknoparkta mı bulunduğuna göre önemli farklılıklar göstermektedir. Teknoparkların tüm alanlarda OSB'lerden çok daha fazla yaratıcı sınıfın yeteneklerine, toleransına, girişimcilik düzeyine, toplumsal cinsiyet algısına ve göç etme eğilimine etkisi olduğunu göstermektedir (Şekil 15.11). Bu fark özellikle de yetenek, tolerans ve toplumsal cinsiyet alanında çok büyüktür. Teknopark firmaları OSB'deki, kent merkezi ve çeperindeki firmalardan yaratıcı sınıfın kapasite ve yetkinlik gelişimde bariz biçimde üstündür. OSB'ler ise kent merkezi ve çeperindeki sanayi bölgelerinden daha üstündür. Bu durum özellikle OSB'lerin değişen üretim ve teknolojik gelişme ve endüstri 4.0 sürecinde kendini yeniden yapılandırması ve dönüştürmesi gerektiğine işaret etmektedir.

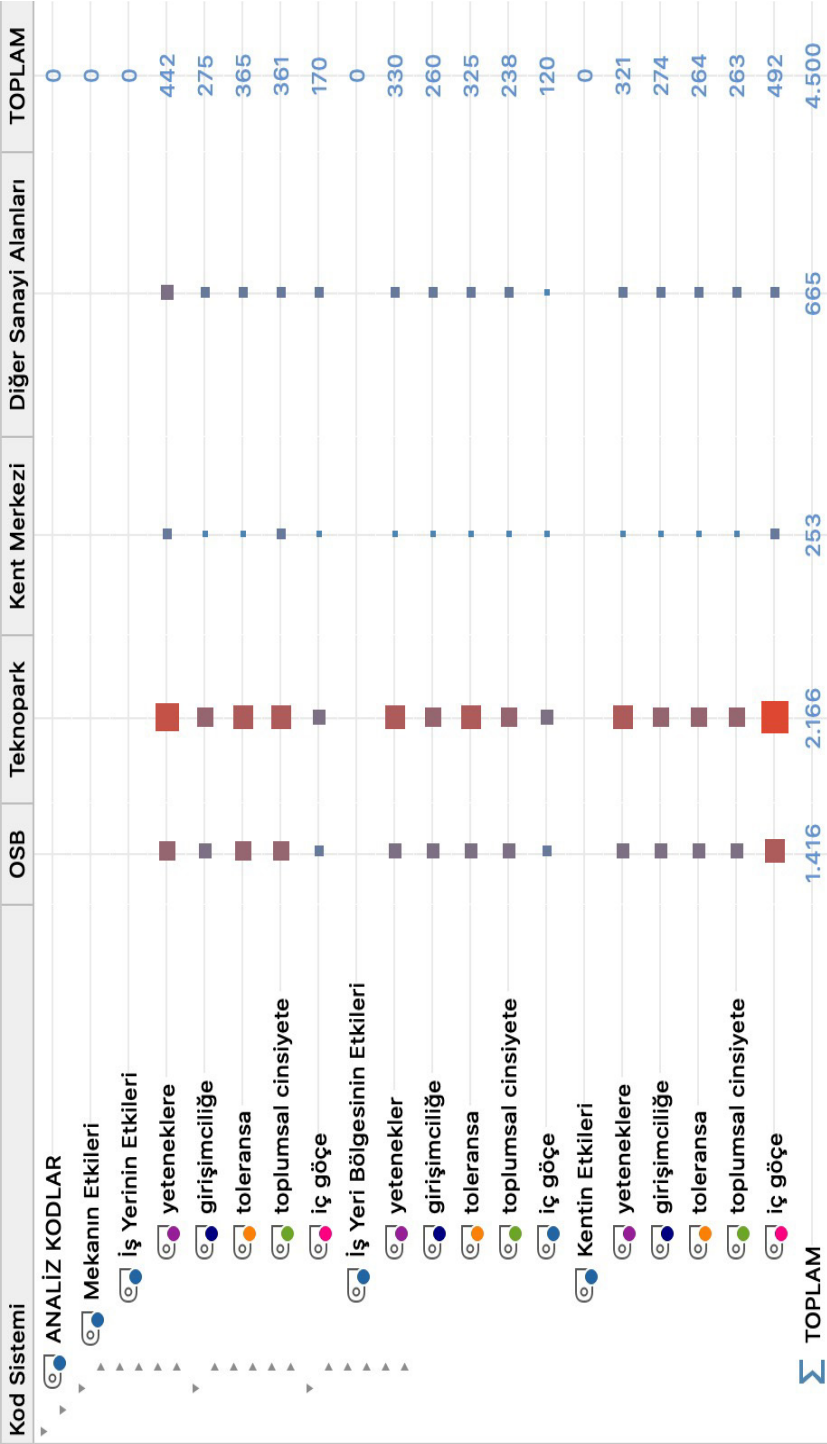
Şekil 15.9: İllere Göre İşyerinin, İş Bölgesinin ve Kentin Yaratıcı Sınıfın Farklı Özellikleri Üzerindeki Etkileri



Şekil 15.10: Kentlere Gruplarına Göre İşyerinin, İş Bölgesinin ve Kentin Yaratıcı Sınıfın Farklı Özellikleri Üzerindeki Etkileri



Şekil 15.11: Kentiçi İşyeri Bölgelerine Göre İşyerinin, İş Bölgesinin ve Kentin Yaratıcı Sınıfın Farklı Özellikleri Üzerindeki Etkileri



15.10 Bölüm Sonu Değerlendirmesi

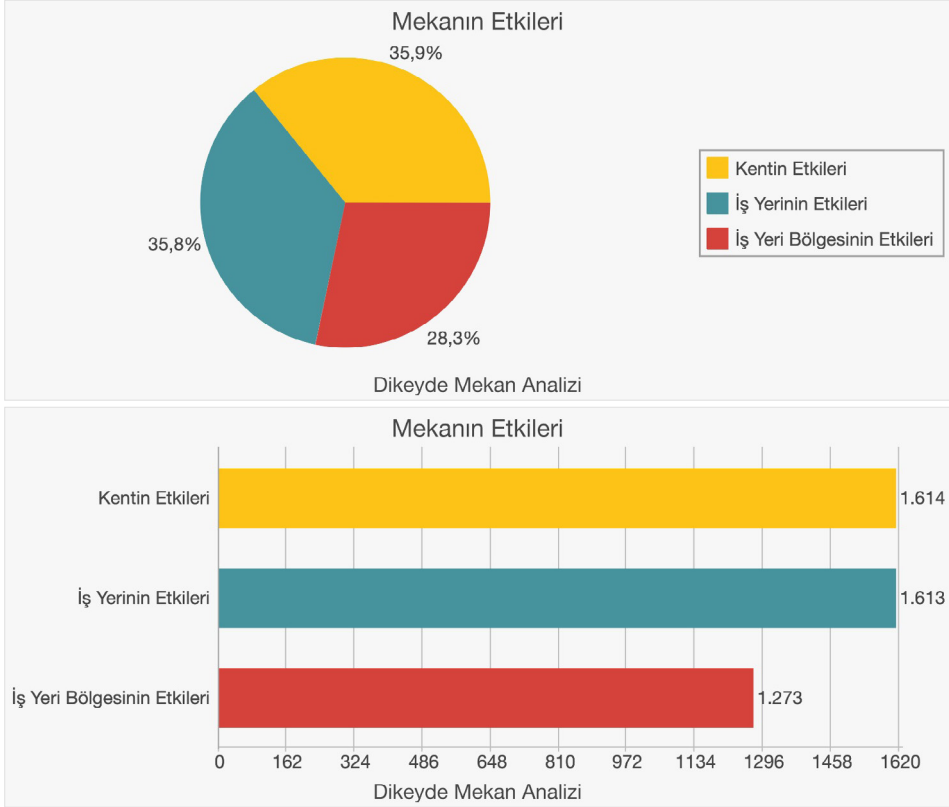
Tablo 15.13 mekân konusunda ortaya konulan nicel sonuçları karşılaştırmalı olarak sunmaktadır. Bulgular kıyaslandığında, işyerinin yaratıcı sınıfın yenilikçilik/teknoloji, yetenek, tolerans ve girişimcilik düzeyine yaptığı etkinin hem kentten hem de iş bölgesinden daha yüksek, daha etkili olduğu dikkati çekmektedir. Sadece sosyo-kültürel yaşam bakımından kentler yaratıcı sınıfın gelişimine işyerinden daha fazla etki yapmaktadır. İş bölgesinin tüm parametrelerde kent ve işyerinden daha az etkiye sahip olduğu görülmektedir. Ancak eğer sözkonusu iş bölgesi teknopark gibi özellikle de metropollerdeki teknokentlerin mekânsal ortam ve imkânları şeklinde örgütlendiğinde iş bölgesi tüm parametrelerde çok önemli hale gelmektedir. Tablodaki verilerden çıkarılabilecek bir diğer değerlendirme ise, Türkiye'deki yaratıcı sınıfın önem sırasında ilk olarak işin geldiği, sonra kentin, daha sonra da çalışılan iş bölgesinin olduğu söylenebilir. Ancak sonuçlar yaratıcı sınıf için yaşam ve mekân kalitesinin de en az iş kadar önemli olduğunu, yaşanılan kentin niteliklerinin ve sahip olduğu mekânsal ortam ve imkânların yaratıcı sınıf tercihinde çok belirleyici olduğunu gösteriyor. Öte yandan parametreler kendi aralarında değerlendirildiği zaman, işyerinin, kentin ve iş bölgesinin yaratıcı sınıfın en çok mesleki yetenek gelişimine katkı sağladığı, bunu tolerans düzeyinin artmasının izlediği ve üçüncü sırada da yenilikçilik kapasitesindeki gelişmenin bulunduğu görülmektedir. Girişimcilik ve sosyo-kültürel zenginleşmenin ise ortalamanın altında kaldığı dikkati çekmektedir.

Tablo 15.13: İşyerinin, kentin ve iş bölgesinin yaratıcı sınıfın teknoloji, yetenek, tolerans ve girişimcilik düzeyine etkisinin karşılaştırılması

Değişken	İşyeri	Kent	İş Bölgesi	Ort.
Çalıştığım işyeri/Yaşadığım kent/İşin bulunduğu yer, genel olarak çevreme hoşgörü/tolerans düzeyimi artırıyor	3,9	3,5	3,5	3,63
Çalıştığım işyeri/Yaşadığım kent/İşin bulunduğu yer, yenilikçilik kapasitemi geliştiriyor	4	3,5	3,5	3,63
Çalıştığım işyeri/Yaşadığım kent/İşin bulunduğu yer, girişimcilik kapasitemi geliştiriyor	3,8	3,4	3,4	3,53
Çalıştığım işyeri/Yaşadığım kent/İşin bulunduğu yer, mesleki yeteneklerimin gelişmesini sağlıyor	4	3,5	3,4	3,63
Çalıştığım işyeri/Yaşadığım kent/İşin bulunduğu yer, sosyal ve kültürel faaliyetlerimin gelişmesini sağlıyor	3,5	3,6	3,2	3,43
Ortalama	3,84	3,5	3,38	3,57
Not: 1352 ankete dayalı, likert tipi 5 ortalama üzerinden değerlendirilmiştir. “1-Kesinlikle katılmıyorum”, “2-Katılmıyorum”, “3-Ne katılıyorum ne katılmıyorum”, “4-Katılıyorum” ve “5-Kesinlikle katılıyorum”.				

Hangi mekânın yaratıcı sınıf üstünde daha fazla etkiye sahip olduğunu nitel olarak gösteren Şekil 15.12 incelendiğinde ise, Ar-Ge çalışanlarının en çok yaşadıkları kentten ve çalıştıkları işyerinden/firmadan etkilendikleri, buna karşılık işyerinin bulunduğu bölgenin kentin bütünü ve firmanın özelliklerinden daha az etkili olduğu görülmektedir. Nitekim yenilikçi sınıfın mülakatlarda kent ve işyerine sıklıkla referans vermesi sonucu bu mekânsal birimlerin her biri 1600'ün üzerinde kod alırken, işyeri bölgesinin 1273 kodda kaldığı dikkati çekmektedir.

Şekil 15.12: Mekânın Kent, İşyeri Bölgesi ve İşyeri/Firma Ölçeğinde Etkisi



Mekân hususu toplu olarak değerlendirildiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılabilmektedir;

- İşyeri Ar-Ge çalışanlarının mesleki becerilerini ve yeteneklerini gerçekleştirmesinde önemlidir. İşyerindeki tolerans düzeyinin yüksek olması katılımcıların kendini rahat ve güvende hissetmesini sağlamakta, bu da yaptıkları işin niteliğini arttırmaktadır. İşyerinin sosyal ve kültürel faaliyetleri desteklemesi katılımcıların aidiyetlerini güçlendirmektedir.
- Ar-Ge çalışanlarını etkileyen bir diğer mekânsal faktör işyeri bölgesidir. İşyeri bölgesinin tolerans düzeyine, sosyal kültürel faaliyetlerin gelişimine ve yenilikçilik

kapasitesine etkisi olmakla birlikte, işyeri kadar etkili değildir. Bununla birlikte çalışılan firmanın konumuna yani işyeri bölgesine göre değerlendirildiğinde teknoparkların tolerans düzeyine, sosyo-kültürel faaliyetlerin gelişimi ve yenilikçilik kapasitesine etkisi konusunda birinci sırada yer almaktadır. Bu durum teknoparkların yaratıcılığın ve yeniliğin gelişiminde önemli katkı sunacak alanlardan biri olduğunu göstermektedir.

- Yaşanan kentin Ar-Ge çalışanlarının yenilikçiliğine katkı yapacak faktörlere etkisine bakıldığında tolerans, sosyal ve kültürel faaliyetler ve yenilikçilikte yeni sanayi odağı olan Eskişehir, Antalya ve Mersin'in etkisi hinterland ve büyük kentlere göre daha fazladır. Yenilikçilik ve girişimcilikte Denizli, Kayseri ve Konya'nın etkisi ortalamanın altında kalmaktadır. Bu değerlendirme yenilik politikalarının hangi kentlere daha fazla eğilmesi gerektiğine olanak sağlamaktadır.
- Sonuç olarak mekâna ilişkin bulgular, yenilikçi sınıfın çalıştığı firma ya da işyerinin ötesinde, içinde yaşadığı kent ve çalıştığı bölgenin sunduğu olanaklarla şekillendiğini göstermektedir. Bu kapsamda mekân, yenilikçi sınıf açısından pasif bir arka plan değil, yeteneğin gelişmesini, tutulmasını ve üretkenliğe dönüşmesini etkileyen "aktif" bir bileşendir.

Tüm bulgular genel olarak değerlendirildiğinde kısaca yaratıcı sınıfın kentler/bölgeler arası farklılıklara çok duyarlı olduğu, yenilikçi sınıfın hayatını sürdürdüğü yerin Metropol, Hinterland kent veya Yeni Sanayi Odağı olup olmamasının onlar için çok önemli olduğu sonucu çıkarılabilir. Ayrıca yine buradan yaratıcı sınıf için birincil mekânsal tercihin yaşam yerinin yani kentin seçimi olduğu, ancak aynı derecede İşyeri – firma yani işin de çok önemli olduğu dikkati çekmektedir. Dolayısıyla genel olarak Türkiye'de yaratıcı sınıfın mekân ve iş tercihinin atbaşı gittiğini de pekâlâ söyleyebiliriz. Öte yandan yaratıcı sınıf için iş bölgesinin/mekânının seçimi ise ikinci derecede önemli bir tercih olarak gözükmektedir. Yaratıcı sınıf, kent seçimini yaptıktan sonra kenti iş bölgesi farklılıklara (OSB, Teknopark, Kent Merkezi ve Kent Çeperi/Çevresi) duyarlı hale gelmekte ve farklı türde iş bölgelerinin (sanayi, teknoloji, ticaret bölgesi) ve bunların lokasyonel konumlarının (kent merkezi vs kent çeperi) mekânsal tercihlerinde belirleyici olduğu görülmektedir.



16

16. SONUÇ VE POLİTİKA ÖNERİLERİ

Tarım, sanayi, bilgi toplumu derken günümüzde dijital toplum kavramı da tartışılmaya başlanmıştır. Bilgi toplumuna geçişle birlikte belirleyici rol oynayan, Ar-Ge, yenilik ve girişimcilik konuları dijital toplumda önemi artarak devam edecek hususlar arasında yer almaktadır. Ar-Ge, yenilik ve girişimcilik ekosisteminde hem özne hem de nesne olarak yenilikçi sınıfın önemi gün geçtikçe artmaktadır.

Bu bölümde saha çalışmasından elde edilen bulgular, birey, firma, bölge ve kent ölçeklerinin kesişiminde bütüncül ve ilişkisel bir yaklaşımla değerlendirilmektedir. Çalışmanın ortaya koyduğu ana sonuç, yaratıcı sınıfın yenilik üretme potansiyelinin yalnızca bireysel beceri ve sermayelerle sınırlı kalmadığı, aksine çalıştığı firmanın yetkinliği ve yönetim kültürü, içinde bulunduğu bölgenin etkileşim ağı ve yaşadığı kentin sunduğu yaşam kalitesiyle dinamik bir etkileşim içinde biçimlendiğidir. Bu nedenle Türkiye'nin yenilik kapasitesini geliştirmeye dönük strateji ve politikalar, insanı/bireyi, firmayı, bölgeyi ve kenti eş zamanlı kapsayan çok ölçekli bir ekosistem perspektifine dayanmak durumundadır.

Daha iyi Ar-Ge yapan, daha yenilikçi ve daha girişimci bireyler konusunda literatürde yapılan çalışmalar çoğalmaktadır. Diğer taraftan bu alanda ülkeler arasında rekabet devam etmektedir. Hem gelişmiş ülkeler hem de gelişmekte olan ülkeler tüm dünyadaki yenilikçi sınıfa mensup rekabetçi bireyleri ülkelerine çekmek için çeşitli politika ve programlar uygulamaktadırlar.

Bu konularda yapılan çalışmalar incelendiğinde ilk etapta akla gelen sorular şunlardır: Yenilikçi insanların nereden (aile, eğitim, yaşanılan yerler) geldiği? Teknoloji, yetenek ve tolerans konusundaki eğilimlerinin neler olduğu? Girişimcilik, yenilik, Ar-Ge kavramlarına yaklaşımlarının nasıl olduğu? Hangi ortamlarda daha başarılı oldukları? Nasıl firma ve bölgelerde çalışmak istedikleri? Yaşamak için tercih ettikleri kentlerin özelliklerinin ne olduğu? Neden göç ettikleri/etmeyi düşündükleri? İş hayatındaki stres düzeyleri ve korkularının neler olduğu ve bunun hayatlarını (iş, aile, sosyal) nasıl etkilediği'dir.

Bu sorulara verilecek cevaplar ise ülkemize yenilikçi sınıfa yönelik makro, mezo ve mikro düzeyde politika ve program geliştirmek için bilimsel mesnet oluşturabilecektir. Söz konusu nedenlerle Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından desteklenen ve fonlanan, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı ile UNDP tarafından uygulanan "OSB'lerde Teknoloji Geliştirme Projesi" kapsamında "Türkiye'de Yenilikçi Sınıf" araştırması yapılmaya karar verilmiş ve Türkiye'de ilk kez yenilikçi sınıfa yönelik kapsamlı bir araştırma yapılmıştır.

Yenilikçi sınıfın özel sektör Ar-Ge çalışanları kısmına odaklanılarak onların ekonomik, sosyal ve kültürel özellikleri, beklentileri ile yenilik ve girişimcilik ekosistemi ve çalıştıkları firmalar ve bölgeler ile yaşadıkları kentler, göç, toplumsal cinsiyet ve çalışma hayatına dair konularındaki görüşleri ve eğilimleri sistematik bir şekilde ekonomik coğrafya ve ekonomik sosyoloji perspektiflerinden beslenen Florida'nın yaratıcı sınıf kuramı ile Bourdieu'nun sermaye kuramı çerçevelerinden analiz edilmiştir.

Araştırmada “yakınsayan paralel karma yöntem” benimsenmiş, geniş bir örneklemden nitel ve nicel veriler eş zamanlı toplanarak saha çalışması tamamlanmıştır. Konuya ilişkin anket ve mülakat çalışmaları durum tespiti yapılmış ve bunların nedenlerine inilerek Ar-Ge çalışanlarından daha detaylı bilgiler alınmıştır. Bu çerçevede Ar-Ge çalışanlarının, teknoloji/yenilik, yetenek, tolerans, toplumsal cinsiyet, girişimcilik, göç ve çalışma hayatı (iş yerinde stres ve korkular) konusundaki tutum, yaklaşım ve görüşleri alınmış, buna göre gelecek beklentileri ve eğilimleri incelenmiştir.

Analiz sürecinde öncelikle nitel bölümden başlanarak 255 mülakat incelenmiş ve Maxqda programı kullanılarak analizler tamamlanmıştır. İkinci aşamada 1.352 Ar-Ge çalışanına uygulanan anket doğrultusunda nicel analiz yapılmış ve anketler Stata programı kullanılarak analiz edilmiştir. Nicel çalışmanın analiz edilmesi sonrasında ise iki çalışma bir arada değerlendirilerek araştırmanın sonuçları ve politika önerileri ortaya konulmuştur.

Bağlam: İlk olarak küresel düzeyde yenilikçilik ve yaratıcılık faaliyetlerinin kentler ve bölgeler düzeyinde coğrafi dağılımı incelendiğinde, kentlerin ve bölgelerin inovasyon ve verimlilik artışının kilit unsuru olduğu ve bu anlamda mal ve hizmet, sermaye ve yatırım çekmenin ötesine geçen, bunun yerine özellikle yaratıcı insanları çeken, tutan ve geliştiren, yetenekli beşerî sermaye akışlarını sağlayan kent ve bölgelerin tartışmasız küresel ekonomide kazanan ve yükselen yıldızlar olduğu vurgulanmalıdır. İnovasyon konusunda yapılan bilimsel araştırmalar açıkça göstermektedir ki yenilik ulusal ya da ülke düzeyinde bir mesele olmaktan ziyade yerelde gelişen dolayısıyla kentsel ve bölgesel düzeyde meydana gelen bir olgudur. Bu nedenle yenilik/inovasyon çalışmalarının odağı ulusal ölçekten kentlere ve bölgelere doğru bir kayma ve odaklanma içerisindedir. Dolayısıyla kentler ve bölgeler inovasyonun dinamiklerinin anlaşılmasında, yenilik süreçlerinin belirlenmesinde ve inovasyona yönelik politikalar oluşturulmasında temel öneme sahiptir.

İnovasyonun coğrafyası incelendiğinde, yenilik sürecinde bölgesel/kentsel düzeyin çok önemli olduğuna dair bazı önemli bulgular vardır (Crescenzi vd., 2019): İlk olarak, dünya çapında inovasyonun dağılımı coğrafi olarak çok ‘sivri/dikenli’ şekilde devam etme eğilimindedir yani dünyada az sayıda yer (bölgeler, şehirler veya yerel sistemler) inovasyon varlıklarını, yeteneklerini ve finansmanını coğrafi olarak yoğunlaştırmaktadır. Örneğin dünya çapında yaratılan tüm teknoloji ve inovasyonun %60’ının Kuzey Amerika, Batı Avrupa ve Uzakdoğu Asyada yer alan 80 civarındaki yenilik ve yaratıcılık kümesinde bulunduğu görülmektedir ki ABD 31 teknoloji kümesi ile tüm kümelerin 1/3’üne sahiptir (WIPO, 2019). İkinci olarak Çin’de ve diğer bazı gelişmekte olan ekonomilerde yeni yenilik kümeleri/mekânları ortaya çıkmaktadır. Örneğin Çin’deki Pekin ve Shenzhen-Hong Kong bölgeleri ile Kore’deki Seul bölgesi dünyanın en büyük 2., 3. ve 4. bilim ve teknoloji kümeleri olup Silikon Vadisi’nden daha büyük yenilik hacmine sahiptir (WIPO, 2019). Ve son olarak yerel/bölgesel inovasyon sistemleri gittikçe artan bir şekilde “uluslararasılaşmaktadır” yani inovasyon ve iş organizasyonu için dünyanın diğer bölgeleri ve şehirleriyle iş birliğine dayalı güçlü ilişkiler ve etkileşimler kurarak yerel/bölgesel yenilik sistemlerinin

küresel inovasyon ağlarıyla bağlanmasını sağlamaktadır.

Sonuç olarak dünyadaki en iyi bilim, inovasyon, yaratıcılık ve teknoloji kümeleri coğrafi olarak çok az sayıda kent ve bölgenin elinde toplanmış dolayısıyla söz konusu dağılım son derece eşitsiz biçimde dağılmıştır. Bu coğrafi eşitsizliğin bazı ülkelerdeki bazı kentsel alanlarla sınırlı olduğu vurgulanmalıdır. Ayrıca coğrafi olarak yenilikçi ve yaratıcı faaliyetlerin tümü de aynı kalitede de değildir, yani bazı yeni inovasyon yapan bölgeler uluslararası teknoloji düzeyinin çok gerisinde olabilirken, eski inovasyon bölgeleri çok yaratıcı ve yeniliğe liderlik ediyor olabilmektedir (Crescenzi vd., 2019).

Türkiye: Öte yandan dünyada ülkelerin ve bölgelerin teknoloji düzeyini ve inovasyon performansını ortaya koyan WIPO’nun Küresel İnovasyon Endeksi (KİE) Raporuna göre Türkiye, “*kalkınmışlık düzeyine göre beklenen seviyenin altında inovasyon performansı sergileyen ülkeler*” arasında yer almaktadır (WIPO, 2019: xxii). WIPO’nun KİE endeksinde Türkiye 2019 yılında 129 ülke arasında kendisine 49. sırada yer bulmuştur. Ancak 2024 yılına gelindiğinde Türkiye’nin 133 ülke arasında 37. sıraya yükseldiği dikkati çekmektedir ki WIPO (2024:65) bu sefer Türkiye’nin kalkınmışlık düzeyine göre (kurumlar hariç) beklenen seviyede inovasyon performansı sergileyen ülkeler arasında yer aldığını vurgulamıştır. Her iki WIPO (2019, 2024) Raporu da Türkiye’nin özellikle “kurumlar” alt bileşeninde gelişmişlik seviyesinin çok altında kaldığını göstermektedir. Nitekim ülke bu boyutta 133 ülke arasında 100. sırada yer alarak en az gelişmiş ülkeler kategorisinde bulunmaktadır. Türkiye’nin dünya sıralamasında kurumlar bileşeninde en gerilerde yer aldığı ve bu durumun uzun süredir değişmediği gözönüne alındığında Ar-Ge ve yenilik yapan yaratıcı sınıfı ülkeye çekmek ve burada tutmak konusunda herşeyden önce kurumsal ortamın iyileştirilmesi gerekmektedir.

Florida vd.’nin (2011, 2015) teknoloji, yetenek ve tolerans (3T) göstergelerinden oluşan “Küresel Yaratıcılık Endeksi” hesaplamasına göre ise Türkiye 2015 yılında 139 ülke arasında küresel yaratıcılık sıralamasında 88. sırada yer almaktadır. En son yapılan 2023 yılı analizinde ise 160 ülke içinde 73. sırada yer almıştır (Florida ve Mellander, 2023). Güney Kore’nin 20., Polonya’nın 31. Brezilya’nın 45. ve Rusya’nın 51. olduğu sıralamada, Türkiye’nin Hindistan (81.) Meksika (82.) ve Çin (86.) gibi ülkelerle aynı ligde olması olduğu dikkati çekmektedir. Küresel Yaratıcılık Endeksinde Türkiye’nin yeri incelendiğinde, ülke teknoloji ve yetenek sıralamasında 50. sıralarda yer alan ve bu anlamda WIPO tarafından açıklanan dünya küresel inovasyon sıralamasına oldukça yakın bir konumda bulunurken, tolerans boyutunun işin içine girmesiyle sıralamada Türkiye’nin yerinin az gelişmiş ülkeler arasına gerilediği görülmektedir. Nitekim tolerans/hosgörü endeksi sıralamasında 123. sıra ile dünyada sondan 15. sırada yer alan Türkiye’nin yaratıcı sınıfı çekme, ülkede tutma ve böyle bir sınıfı bizzat kendi yaratma ve geliştirmesi konusunda karşısında duran en büyük engellerden birinin kökeninde toleransın yatmakta olduğu görülmektedir. Bu alt göstergeler Türkiye’nin 3T’nin tüm alanlarında iyileştirilmesi gereken yönlerinin olduğunu ancak özellikle teknolojiye patent alanında, yetenekte yaratıcı sınıf konusunda

ve tolerans da da azınlık ve farklı etnik kimliklere karşı hoşgörü alanlarında ciddi yol kat etmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Ayrıca yaratıcı sınıfın küresel ölçekteki coğrafi dağılımı içinde Türkiye'nin yeri incelen-
diğinde ise 2015 yılı itibarıyla 93 ülke içinde 62. sırada yer aldığı görülmektedir. Gelişmiş
ülkelerin çoğunda iş gücünün %40'ından fazlası yaratıcı sınıfa mensupken, Türkiye'de
yaratıcı sınıfın toplam istihdam içindeki payı sadece %19'dur. Bu sonuçlar açık bir biçimde
Türkiye'de yaratıcı sınıfın gelişmiş ülkelere nazaran çok düşük bir paya sahip olduğunu
göstermektedir ki bu durum sözkonusu sınıfın analizinin ülke için son derece elzem
olduğunu da ortaya koymaktadır.

Bu bağlamda yapılan bu çalışma ile yenilik ve girişimcilik alanındaki kamu politikalarının,
STK, özel sektör ve üniversitelerin strateji ve operasyonlarının belirlenmesine bütüncül
bir bilimsel altlık oluşturulmuştur. Çalışmanın temel bulgu ve sonuçları ile çıkarsanan
politika önerileri aşağıda özetlenmiştir:

Kuram: Bu çalışma teorik olarak Florida'nın yaratıcı sınıf yaklaşımı ile Bourdieu'nun
sermaye kuramını bir arada kullanan, bildiğimiz kadarıyla, **ilk özgün kuramsal ve ampi-
rik çalışmadır.** Çalışmada yenilikçi sınıf bireylerinin sermayeleri (kültürel, beşerî, sosyal,
ekonomik) mikro ölçekte Bourdieu'nun sermaye kuramı ile analiz edilirken, yaratıcı sınıfın
yetenek, yenilikçilik, girişimcilik ve tolerans düzeyleri ile çalışma hayatı dinamikleri üç farklı
coğrafi ölçekte (makro-mezo-mikro) Florida'nın yaratıcı sınıf kuramı ile analiz edilmektedir.
Bu bağlamda çalışma Bourdieu'nun yaklaşımıyla *ekonomik sosyoloji* perspektiften yararlanırken,
Florida'nın yaklaşımıyla da *ekonomik coğrafya* perspektiften yararlanmaktadır. Bu
haliyle çalışma iki farklı disipliner ve kuramsal gelenekten beslenmektedir. Bourdieu'nun
yaklaşımı, bireylerin toplumsal konumlarını ve eğilimlerini onların sahip olduğu sermaye
türleri özellikle de kültürel sermaye (eğitim, ailevi köken, beğeni ve yatkınlıklar/habitus)
ve sosyal sermaye (ilişki ağları, çevre, bağlantılar) birikimleri ile açıklarken, bireysel düzey-
deki bu kültürel ve sosyal sermayelerin neden belirli coğrafyalarda yoğunlaştığını, kentsel
mekânla nasıl bütünleştiğini veya mekansal dinamiklerle nasıl şekillendiğini doğrudan ele
almaz, dolayısıyla coğrafi boyutu eksik bırakır. Buna karşın, Florida'nın yaklaşımı, yetenekli
ve yenilikçi insanların (yaratıcı sınıf) neden belirli mekânlarda/kentlerde toplandığını,
hoşgörülü kentlerin niçin yaratıcı insanları çektiğini açıklayarak yaratıcı sınıfın yer seçim
tercihlerini ve mekansal örüntülerini ortaya koyar. Ancak Florida'nın kuramı, yenilikçi
bireylerin neden ve nasıl bu toleransa veya yaratıcı kapasiteye sahip hale geldiğini (içsel
mekanizmaları) birey ölçeğinde açıklayamamakta ve bu bağlamda eksik kalmaktadır. **Bu
doğrultuda bu çalışmanın literatüre özgün kuramsal katkısı, sözkonusu iki kuramı
basitçe yan yana koyması ve ayrı ayrı saha bulgularına uygulaması değil, birini diğ-
erinin açıklayamadığını açıklamakta kullanmasında yatmaktadır.** Yani bir kuramın
kara kutu olarak bıraktığı yeri diğer kuramla açarak iki teorik yaklaşımı sentezlemesi
ve iki farklı analiz ölçeğini (makro ve mezo düzeyde coğrafi olanla mikro-bireysel
düzeyde sosyolojik olanı) birleştirilmesidir.

Daha somut ve açık şekilde ifade edilirse, Florida'nın yaklaşımı, yeniliğin neden belirli kentlerde yoğunlaştığını mekân ölçeğinde gösterir ama bunu birey düzeyinde (yeterince) açıklayamaz. Diğer taraftan Bourdieu'nun yaklaşımı, bireyin neden yenilikçi olduğunu sermayeleri bağlamında açıklar ancak bunu coğrafyaya (gerektiği düzeyde) bağlayamaz. Bu çalışmanın yaklaşımı ve bulguları tam da bu iki ölçeğin kesiştiği yeri görünür kılarak Florida ile kentsel bağlamı ve mekânsal örüntüleri haritalandırır, Bourdieu ile de bu örüntülerin altında yatan bireysel, sosyo-ekonomik, kurumsal ve hatta sınıfsal mekanizmaları çözümleyerek kuramsal bir senteze ulaşır. Örneğin Florida, toleransı kentlerin hazır/verili bir özelliği veya bireylerin rastgele bir tutumu gibi ele alma eğilimindeyken, Bourdieu onu hoşgörülü aile ortamı, çok kültürlü kentte yaşam ve nitelikli eğitim gibi kültürel ve sosyal sermaye birikimleriyle kazanılmış bir sermaye-habitus olarak görür. Böylece kent ölçeğindeki “tolerans” eksikliğinin (Florida'nın makro değişkeni) aslında bireysel düzeydeki “kültürel ve sosyal sermaye” dağılımının (Bourdieu'nun mikro değişkenleri) bir sonucu olduğu ortaya çıkar. **Yani makro ölçekteki tolerans açığı, mikro ölçekteki sermaye eşitsizliklerinin coğrafyaya yansımasıdır.** Böylelikle, sosyal bilimlerin en büyük teorik açmazlarından biri olan *yapı-fail* ikilemi ve *mikro-makro* ayrımı aşarak bireysel aktörlerin sermayeleri ile kentsel/bölgesel/mekansal yapının özellikleri arasında nedensel bir bağ kurulur. Sonuç olarak **bu çalışma, (ekonomik) sosyoloji ve (ekonomik) coğrafyanın iki temel yaklaşımını birbirinin eksikliğini kapatacak şekilde eklemleyen son derece güçlü bir “kuramsal sentez” sunmaktadır.**

Genel Bulgular: Firmanın konumu Ar-Ge çalışanlarının iş tercihlerinde belirleyici ve motivasyonlarında etkileyici olmaktadır. Türkiye’de özel sektör Ar-Ge çalışanların %83’ü planlı sanayi ve teknoloji bölgelerinde (OSB ve teknopark) faaliyet göstermektedir. Yenilikçi sınıfın bu alandaki en net beklentisi iş, sosyal ve çevresel ekosistem ve ağların gelişmiş olmasıdır. İş anlamında firmalar arası iş birliği ve bölgenin eğitim, panel, fuar gibi faaliyetlerle zenginleşmesi iken çevresel anlamda yeterli sosyal donatıların bulunduğu bir çalışma ortamı talep edilmektedir. Dolayısıyla yenilikçi sınıfın beklenti ve ihtiyaçlarının karşılanması bağlamında bu bölgelerin üstelenebilecekleri rol ve sorumluluklar bulunmaktadır. Özellikle büyük kentler dışındaki teknopark ve OSB’lerdeki fiziki ve çevresel koşulların yenilikçi sınıfın sosyal ve kültürel beklentilerine daha uygun hale getirilmesi bölgelerin çekeceği nitelikli insanları daha da artırabilecektir.

Yenilikçi sınıfın yoğunlaştığı sektörler Türkiye’nin atılım yapabileceği alanları işaret etmektedir. Ar-Ge çalışanlarının çoğu bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmalarda çalışmaktadır. Bilişim sektöründen sonra sırasıyla otomotiv, elektronik ve makine sektörleri Ar-Ge çalışanlarının en çok istihdam edildiği sektörlerdir. Dijitalleşme uygulamaları ve sektörlerin yakın iş birliği düşünüldüğünde bilişim, otomotiv, makine ve elektronik sektörlerindeki bu yoğunluğun artırılması ve Ar-Ge çalışanlarının birbirleriyle etkileşimlerinin geliştirilmesi için izlenecek politika ve uygulamaların sanayinin yenilikçi sınıf emme kapasitesini artırarak daha büyük kümelenmeler için gerekli olan insan kaynağının yetişmesi sağlanabilecektir.

Porter (1990) ulusal rekabet avantajı teorisinde ulusal ve bölgesel ekonomilerin rekabet gücünün yenilikçi firmalar ve bu firmaların kurumsal altyapıları ile doğrudan bağlantılı olduğunu savunur. Yenilik ve Ar-Ge faaliyetleri, sadece firmaların iç süreçlerini değil, aynı zamanda bu firmaların bulunduğu bölgelerin ekonomik coğrafyasını da şekillendirir. Bu bağlamda kurumsallaşma, uluslararasılaşma ile yenilik kültürü birbirini destekleyen hususlar arasındadır. Ar-Ge çalışanlarının yarısından fazlası çalıştıkları firmaları kurumsal firma olarak tanımlamaktadır. Ar-Ge faaliyetleri ve yenilik bilinci kurumsallaşmaya katkı sağlamaktadır. Ayrıca, kurumsallaşmış firmalarda teknolojik faaliyetler diğerlerine göre daha kolay yapılabilir. Dolayısıyla firmaları yenilik ve Ar-Ge'ye yönlendirmek kendi iç süreçlerinde kurumsallaşmaya dönük çalışmaları da beraberinde getirebilmektedir. Ayrıca, firmaların %36'sının farklı ülkelerde yatırımı bulunmakta olup yaklaşık yarısı ise ihracatçıdır. Dünyayla rekabet gerçek anlamda Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerini geliştirmesine bağlıdır. Bu nedenler yenilikçi sınıfı bu firmalara ayrıca çeken hususlar arasında yer almaktadır.

Patent sahibi olmanın önemi firmaların yenilik bilincindeki gelişmeler ve pazardaki etkilerle birlikte artmaktadır. Firmaların yaklaşık %25'nin en az bir patenti bulunmaktadır. Firma başına ortalama patent ise yaklaşık 14'tür. Ayrıca firmaların %34'ünün (462'sinin) yeni patent başvurusu bulunmaktadır. Bu firmaların %31'inin ise (144'ünün) daha önce patenti bulunmamaktadır.

Kültürel Sermaye: Kültürel sermaye bireyin tarihsel ve mekânsal olarak nereden geldiğini göstermektedir. Aile ve onun çevresinde yaşanan yerler incelenmiştir. **Yenilikçi sınıfın tüm dünyadaki genel özellikleri sahip oldukları yetenek ve aldıkları iyi eğitimidir. Bunlar içinde Bourdieu (1986)'nın ifade ettiği gibi aile temel çıkış noktası olmaktadır. Türkiye'de Ar-Ge çalışanlarının ebeveynlerin eğitim ve meslekleri açısından Türkiye'deki orta sınıfa yakınsadığı görülmüştür. Ancak son yıllarda Türkiye'de kalkınma anlamında sağlanan ilerlemelerle annelerin çalışma oranı ve eğitimi, babalara oranla daha fazla yükselmiştir.** Türkiye'de Ar-Ge çalışanlarının ailelerinin gerek anne gerekse babaların mesleği açısından genel olarak kamu çalışanları olduğu görülmektedir. Ar-Ge işinde eğitim ve tecrübenin yanı sıra sabrın ve azimli çalışmanın gerekliliği kanaatkâr ancak başarı arayan kişileri daha fazla bu alana çekmektedir. Bu gibi nedenler eğitime önem veren memurların da dahil olduğu orta sınıf ailelerden gelen çocukları bu alana daha fazla çekmektedir. Toplumdaki girişimci (esnaf, sanayici, tüccar ve teknolojik girişimci) kesimlerin payı değerlendirildiğinde ise bu kesimlerin çocuklarının Ar-Ge alanında yeterince temsil edilmediği görülmektedir.

Florida'nın (2005) dikenli dünya metaforu, inovasyon, ekonomik üretim ve kültürel faaliyetlerin belirli bölgelerde yoğunlaştığını ve bu bölgelerin yaratıcı sınıfın en yoğun olduğu yerler olduğunu ortaya koyar. Bu çalışma da, gelişmiş kentlerin yenilikçi sınıfı kendine çektiğini doğrulamaktadır. **Türkiye'de metropoller Ar-Ge çalışanlarının çalıştığı, sosyal ve kültürel olarak daha rahat yaşadığı kentlerdir.** Büyük kentler (İstanbul, Ankara

ve İzmir) Ar-Ge çalışanların %35'inin doğduğu, %45'inin üniversite öncesi hayatlarını geçirdiği, %49'unun üniversite eğitimi aldığı ve %55'i ise çalıştığı yerlerdir. Bu artış eğilimi devam etmektedir. Gelişmiş kentlerde üniversiteler, sanayi ve teknoloji faaliyetlerinin yoğunlaşmış olması, girişimciliğin gelişmiş olması, uluslararası alanlara bağlantı, yaşam kalitesinin daha yüksek olması gibi hususlar büyük kentlerin başarısını artırmaktadır. Bu nedenle, büyük kentler imkânı olan öğrencileri ve sonrasında da Ar-Ge çalışanlarını kendine çekmektedir. Yenilikçi sınıfa dahil kişiler daha nitelikli işler bulabilmekte, daha iyi ve etkin eğitim olanaklarına da bu kentlerde sahip olabilmektedirler.

Sosyal ve kültürel faaliyetler tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yenilikçi sınıf için önemlidir. Türkiye'de Ar-Ge çalışanları ayda ortalama; 2,3 kez konser ve sinema gibi faaliyetlere, 1,6 kez tiyatro opera ve baleye, 7,4 kez dışarıda yemek ve 3,3 kez bar gibi yerlere gitmektedirler. Spor ve sanatsal faaliyetlerde ise ayda ortalama; 8,2 saat spor yapılırken 4,9 saat sanatsal faaliyetler yapılmaktadır. Diğer taraftan katılımcıların yaklaşık %30'u yurtdışı tatil yapmayı tercih ederek yeni yerler keşfedip yeni kültürleri tanımak istemektedirler. **Dolayısıyla bu imkânlarla ulaşmak bağlamında büyük kentler son derece önemlidir.**

Türkiye'de Ar-Ge çalışanları diğer insanlarla karşılaştırıldığında iş hayatı ve sosyal hayatından çok daha mutludur. Ar-Ge çalışanları 5 üzerinden 3,8 ortalama ile mutluya yakınsamıştır ve genel olarak hayatlarından mutlu/memnun oldukları anlaşılmaktadır. 'Mutluyum' ve 'çok mutluyum' diyenlerin oranı her iki alanda da %70 civarındadır. TÜİK çalışmalarında 2019 yılında bu oran %51-52 düzeylerindedir.

Beşerî sermaye: Beşerî sermaye aktörün eğitimi, bilgisi ve tecrübelerinin bileşeni olarak yetenek ve onu kullanabilme kapasitesidir. Bu kapsamda eğitim ve iş tecrübesi incelenmiştir. **Ar-Ge çalışanlarının ortalama olarak eğitim düzeyleri ve nitelikleri Türkiye'nin iyi üniversitelerinden mezun olmuş olması ile dünyaya takip edecek dil yetkinliğine sahip olmaları Türk sanayisi için önemli bir fırsat olarak görülmektedir.** Doktora düzeyinde eğitime sahip olanların oranı %5 iken yüksek lisans ise yaklaşık %24'tür. Doktora derecesine sahip olanların %27'si, yüksek lisans düzeyindekilerin ise %13'lük bir bölümü yurt dışında eğitim almışlardır. Ar-Ge çalışanlarının %23'ü İstanbul, %21'i ise Ankara'da yer alan üniversitelerden mezun olmuşlardır. Ankara ve İstanbul'daki üniversitelerden mezun olanların oranı %44'tür. Uluslararası başarıları bulunan ODTÜ, İTÜ, Bilkent ve Boğaziçi üniversitelerinden mezun olanların oranı ise %17'dir. Çalışanların yaklaşık %78'i mühendislik fakülteleri mezunu iken bunu %11 ile fen bilimleri mezunları takip etmektedir. Bölümler incelendiğinde ise; bilgisayar, makine, elektrik-elektronik ve kimya mühendisliklerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Katılımcıların sadece %8'inin herhangi bir yabancı dil bilmediği buna karşın %10'luk kısmının ise 2 ve daha fazla sayıda yabancı dil bildiği anlaşılmaktadır.

Tecrübe ve onu kullanabilme imkânı geliştikçe yenilikçi sınıfın başarısı artmaktadır. Ar-Ge çalışanları işsiz kalmamakta, aynı yerde orta ve uzun vadeli işleri yürütebilecek kadar çalışabilmekte ve bunların azımsanamayacak kesiminin yurtdışı tecrübesi

bulunmaktadır. Ar-Ge çalışanları ortalama 11 yıl önce üniversiteden mezun olmuştur. Buna karşın ortalama çalışma süreleri 9 yıl olup bu süre içinde yaklaşık ortalama 1,4 yıl işsiz kalmışlardır. Mezuniyet sonrası ortalama iş değiştirme sayısı ise 2,5'tir. Ar-Ge çalışanlarının mevcut firmalarda ortalama çalışma süresi yaklaşık 58 aydır. Bu veri bugüne kadar çalıştıkları işler arasında ortalama olarak en fazla çalıştıkları yer olma özelliğini göstermektedir. Önceki işlerinde çalışma süresi ise ortalama 34 ay ile 44 ay arasında değişmektedir. Erkekler kadınlara göre, eğitim düzeyi yüksek olanlar düşük olanlara göre, birden fazla yabancı dil bilenler diğerlerine göre, girişimcilik, yurt dışı eğitim ve yurt dışı çalışma tecrübelerine sahip olanlar diğerlerine göre ve büyük kentlerden yaşayanlar diğer kentlere göre daha fazla iş değiştirmektedirler. Ayrıca Ar-Ge çalışanlarının %12'sinin daha önce yurt dışında çalışma deneyimi bulunmaktadır. Yurt dışı çalışma deneyimi olan Ar-Ge çalışanlarının yaklaşık %50'si ABD, İngiltere ve Fransa'da çalışmışlardır.

Ekonomik Sermaye: Ekonomik sermaye doğrudan para veya paraya çevrilebilen kaynaklardır. **Türkiye'de Ar-Ge çalışanlarının gerek birikimleri gerekse aylık ücretleri yeterli düzeyde olmayıp artırılması gerekmektedir.** Ar-Ge çalışanlarının %30'unun toplam birikimi 50 bin TL altında %11'i ise 50 bin ile 100 bin TL arasındadır. Katılımcıların %30'u ise bu soruya yanıt vermemiştir. 500 Bin TL üzeri %12 düzeyindedir. Diğer taraftan Ar-Ge çalışanlarının %48'i 6 Bin TL'nin altında aylık ücret alırken, 8 Bin TL üzerinde ücreti olan %13'lük bir kesim bulunmaktadır. Mevcut işinde aldıkları ücretten memnun olanların oranı %60'tır. Araştırmanın yapıldığı 2019 yılı baz alındığında uluslararası alanla karşılaştırma yapıldığında ise Ar-Ge çalışanlarının %80'inin 1.000 doların altında ücret aldığı görülmektedir. Bu ücret düzeyleri Ar-Ge çalışanları için çok düşük olmakla beraber bölgesel bir rekabet avantajını da beraberinde getirmektedir. Özellikle büyük kentlerde yer alan teknoparklarda ve Ar-Ge merkezlerinde sağlanan vergisel teşviklere rağmen ücretler düşük seyretmektedir. Türkiye'de Ar-Ge çalışanlarının büyük bir kısmının İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirlerde yoğunlaşması, bu şehirlerde ekonomik faaliyetlerin çekim gücünü destekler. Ancak, Krugman'ın Yeni Ekonomik Coğrafya (YEC) teorisi, ücretlerin düşük olduğu durumlarda yetenekli bireylerin daha cazip koşullar sunan başka bölgelere veya ülkelere göç etme riskine de dikkat çeker (Pike vd., 2017). Bu durum yenilikçi sınıfın göç etme nedenlerinden sadece biri olmakla birlikte, Türkiye'nin ekonomik merkezlerindeki inovasyon potansiyelini zayıflatan bir faktör olarak ortaya çıkabilir.

Sosyal Sermaye: Sosyal sermaye, kültürel, beşerî ve ekonomik sermayeyi işlevsel kılan ve etkin hale getiren bir sermayedir. Güven, etkili çevre (zayıf ve güçlü bağlar) ve tolerans en önemli belirleyicileridir. **Ar-Ge'nin doğası gereği riskli bir uğraşı olmasının da etkisiyle yenilikçi sınıf için güven duygusu son derece önemlidir. Türkiye'de Ar-Ge çalışanları en çok çalışma arkadaşlarına, iş yerindeki yöneticilere ve akademisyenlere güvenirken en az siyasete ve bürokrasiye güvenmektedir.** Türkiye'deki son 20 yıldaki Ar-Ge ve yenilik politika ve uygulamaları yenilikçi sınıf tarafından yeterince değerlendirilmemiş olabilir veya güven konusundaki soru değerlendirilirken daha geniş düşünülmüş olabilir. Halbuki teknoparklara ve Ar-Ge merkezlerine sağlanan destek ve imkânlar sayesinde Türkiye'nin

Ar-Ge çalışan sayısında çok önemli artışlar sağlanmıştır. Teknopark ve Ar-Ge merkez sayılarındaki artış zamanla Ar-Ge çalışan sayısını arttırmış ve önemli bir iş alanı oluşmasını sağlamıştır. Dolayısıyla siyaset ve kamu kurumu tarafından Türkiye'nin Ar-Ge ve yenilikle kalkınma misyonu, yerleştirme politikaları, savunma ve sağlık gibi sektörlerdeki yatırımlar ve düzenlemelerinden bağımsız olarak bu kurumlara güven düzeyinin 'güvenmiyorum'a yakınsaması tarafların üzerine odaklanabileceği bir sorun alanı olduğuna işaret etmektedir. OECD (2018), gelişmiş ülkelerde siyaset ve bürokrasiye duyulan güven, iş birliğini, etkileşimi ve bunlara bağlı olarak yenilik ve girişimcilik ekosistemini de güçlendirmekte, daha etkin hale getirmektedir. Türkiye'de bu tür bir güven eksikliği, inovasyonun hızını ve etkinliğini sınırlayabilir. **Ar-Ge, yenilik ve girişimcilikte piyasa düzenleyici, destekleyici ve yapıcı olarak siyaset kurumu ve nispeten gelişmekte olan ülkelerde siyasetin uzantısı olarak konumlanan bürokrasi kurumuna olan güvenin Türkiye'de artırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu kapsamda karar alıcıların kendilerini özellikle teknoparklar ve OSB'lere anlatmaları için karşılıklı görüş alışverişlerinin olabileceği platformların geliştirilmesi bir ihtiyaç olarak karşımızda durmaktadır.**

Türkiye'de Ar-Ge çalışanlarının ekosistem aktörleriyle bağlantısı zayıf olup geliştirilmeye ihtiyacı vardır. Yenilikçi sınıfın ekosistemin diğer aktörleriyle etkileşim halinde olması bilginin ve tecrübenin yayılmasını artırarak ekosistemin de başarısını beraberinde getirmektedir. Networklerin geliştirilmesi gerektiğini ortaya koyarken bu sürecin yenilik ara yüzlerince dikkate alınması gerektiğini göstermektedir. Özellikle teknopark, TTO ve OSB'lerin bu konularda daha etkili faaliyetler yürütmeleri gerekmektedir.

Teknoloji/Yenilik: Ar-Ge çalışanlarının yaptıkları işin anlamına ve felsefesine hâkim oldukları ve dolayısıyla kavramsal düzeyde yeniliğin anlamını bildikleri anlaşılmaktadır. **Girişimcilik, yenilikçilik ve teknoloji kapasitesi yenilikçi sınıfın temel karakteristikleridir. Ar-Ge çalışanlarının girişimcilik tecrübeleri ve eğilimlerinin yüksekliği etkin bir yönlendirme ve destekleme sistemiyle Türkiye için muazzam imkânlar yaratma potansiyeline sahiptir.** Ar-Ge çalışanlarının %69'u kendisinin girişimcilik özelliklerine sahip olduğunu düşünmektedir. %59'u ise gelecekte kendi işlerini yapmak ve girişimci olmak istemektedirler. Ancak şu ana kadar %21'i girişimci olmuşken bunların %64'ünün yeni bir girişim fikri bulunmaktadır. Ar-Ge çalışanları yaklaşık %88'i kendilerini yenilikçi görmektedir. Yenilikçilik ve teknoloji kapasitesinin en çok beslendiği alanlar ise iş çevresi, müşteriler, firmalar, akademik araştırmalar ve arkadaş çevresidir. Dijital topluma dönüşüm sürecinde Ar-Ge çalışanları bir taraftan üretimin geliştirilmesi, yeniliklerin bulunması ve Ar-Ge çalışmalarının sürdürülmesi için tüm sektörlerde istihdam edilirken, diğer taraftan girişimcilik için de önemli bir potansiyeli oluşturmaktadır.

Ar-Ge çalışanları yeniliği hem mevcut ürünlerin, hizmetlerin ve süreçlerin geliştirmesi olarak, hem de yeni ürün, hizmet ve süreçlerin oluşturulması olarak tanımlamaktadır. Bu açıdan yenilik mevcut olan ile yeni olan arasında gerçekleşmektedir. Ar-Ge çalışanlarını

yenilikçi ya da yaratıcı kılan ise, birikimsel olarak edindikleri beşerî, kültürel ve sosyal sermayeleridir. Bu sermayeler kişinin yenilikçi mi yoksa girişimci mi olacağını belirlemektedir. Türkiye'deki Ar-Ge çalışanlarının büyük kısmı orta ve alt-orta sınıfta yer almaktadır.

Çalışma kapsamında yenilikçi insanların; Ar-Ge tarafı baskın olan, yaratıcılık ve sorunlara etkili çözümler geliştirenler (Ar-Ge'ci tip) ile girişimciliğe yatkın olanlar daha açık ifadeyle risk alan, harekete geçen ve daha dışa dönük insanlar (girişimci tip) olmak üzere iki farklı tanımlama yapılmıştır. Ar-Ge'cilerin yani bilimsel tarafta kalma eğiliminde olanların oranı yaklaşık %84 iken, girişimciliğin daha baskın olduğu ticari tarafa eğilimli olanların oranı ise %16'dır. Yenilikçi kişiler kendilerini Ar-Ge'ci ya da girişimci olarak tanımlamasının yanında, hem Ar-Ge'ci hem de girişimci olarak tanımlayanlar da mevcuttur. Ancak yukarıda da ifade edildiği gibi yenilikçilerin büyük kısmı Ar-Ge tarafında yer almakta ve yarattıkları yeni fikirleri, ürünleri ve hizmetleri piyasaya sunma konusunda eksik kalmaktadır. Diğer bir ifadeyle girişimci olamamaktadırlar. Bu noktadan bakıldığında **Ar-Ge çalışanlarının girişimci olabilmeleri için destekleyici bir ortamın ya da girişimcilik ekosisteminin güçlendirilmesi ve bunun için de ilk olarak girişimcilik, ticarileşme ve network geliştirme gibi konularda eğitim, danışmanlık ve mentörlük verilmesi gerekmektedir** (Cansız, Kurnaz ve Yavan, 2018; Yavan, Cansız ve Karanfil, 2023). **Bu, çalışanların işlerindeki başarılarını artıracak gibi, girişimcilik konusunda da kapasite oluşturulmasına katkı sağlanabilecektir.**

Teknolojik yeniliğin üretilmesi ve sürdürülmesinde birey, firma, işyeri bölgesi ve kent gibi birçok mekânsal ölçeğin etkisi bulunmaktadır. Yenilikçiliği üreten ve geliştiren temel aktör Ar-Ge çalışanlarıdır. Ar-Ge çalışanlarının eğitimi, bilgisi, tecrübesi ve sosyal ağ ilişkileri ne kadar güçlüyse yeniliği de o oranda desteklemektedirler. Bu konuda çalışanların her ne kadar beşerî ve sosyal sermayesi etkili olsa da, ekonomik sermayenin kısıtlılığı da yenilik yaratımını etkileyen bir faktördür. Bu açıdan Ar-Ge çalışanlarının beşerî, sosyal ve ekonomik sermayelerini arttıran bir ortama ihtiyaç duyulmaktadır. Bunu etkileyen ilk yapı firmadır, yani işyeridir.

Var olan yenilikçiliğin kapasitesinin artırılması kritik bir gelişim alanıdır. Katılımcıların kendilerini geliştirmek için yüzde 25'inin uygun şartlara sahip olmadığını ifade ederken uygun şartlara sahip olanların oranı yüzde 45 ve kısmen uygun şartlara sahip olanların oranı yüzde 30'dur. Uygun olmayan ve kısmen cevabını verenlerin nedenleri incelendiğinde çok önemli bir kısmının firma kaynaklı sorunlar olduğu, bunları ekosistem ve bireysel nedenlerin izlediği anlaşılmaktadır. Firmanın yenilik kapasite ve bilinci, etkin olmayan ortamı, yetersiz teçhizat ve ekip bunların başında gelmektedir. Ar-Ge merkezi olan veya teknopark firması olan örneklem değerlendirildiğinde firmaların yenilik bilinci ve Ar-Ge proje kapasitelerinin geliştirilmesi temel hedefler olarak görülmektedir. Diğer bir açıdan ise firmanın yenilikçiliği desteklemesi ve geliştirilmesini sağlayacak en önemli katkılardan biri yenilikçi insanlara gerek iş kuralları gerekse çalışma ortamı açısından esnek ve özgür

bir ortam sağlamasıdır. Çünkü yenilikçi insanlar ancak böyle bir ortamda yeni fikirler üretebilecektir. **Özellikle Ar-Ge çalışanlarının, bazı faaliyetlerde (Ür-Ge gibi) anlık ya da geçici olarak bulunmasının engellenmesi gerekmektedir.**

Yenilikçiliğin gelişmesinde diğer önemli faktör Ar-Ge çalışanlarının firma içi ve dışın-da meydana gelen yenilikleri takip etmesidir. Türkiye'deki Ar-Ge çalışanlarının yenilik takibinde kullandıkları araçlar sosyal medya ve web siteleri olmaktadır. Bunun yanında Gertler (2003)'in vurguladığı yenilikçi kişilerin yüz yüze iletişimi ve etkileşimiyle ortaya çıkabilecek, örtük olan yenilikçi bilgiyi takip etmesi ise oldukça zayıf kalmaktadır. Ancak Ar-Ge çalışanlarının yenilikçi örtük bilgiye erişmesinde sosyal iletişimin ve sosyal yakınlığın oldukça önemli bir yeri vardır O nedenle özellikle yenilikçi ve yaratıcı sınıfı biraraya getiren etkinliklerin ve üçüncü yerlerin/mekânların yaratılması (Yavan ve Kurtar Anlı, 2023) son derece önem taşımaktadır. Aynı zamanda böyle bir yakınlığın sağlanması yeni fikirlerin yayılmasını, çeşitlenmesini ve gelişmesini sağlayacaktır.

Yetenek: Yetenek, beşerî sermayenin dönüştürüldüğü, eyleme geçirildiği alan olan meslek ile ilişkilidir. Diğer bir ifadeyle yetenek eğitim, bilgi ve tecrübenin birleşimi meslekte ortaya çıkmaktadır.

Kültürel sermayenin yetenek üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Ailenin yönlendirici ve destekleyici olması, kaliteli eğitim imkânına erişilmesi ve büyük kentlerde yaşama şansının yakalanmış olması bu alanda en fazla katkıyı sağlayan öğeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Sosyal sermayeye bakıldığında; siyasi ve bürokratik çevrenin etkisi bulunmamakta, iş ve sosyal çevre ise yetenek, teknoloji ve yenilik kapasitesini geliştirmektedir. Özellikle sosyal çevrenin çeşitlendiği durumlarda bu fayda üst düzeye çıkmaktadır. Ar-Ge çalışanlarının yurtdışında bir çevreye ya da bağlantıya sahip olması yeteneği geliştiren bir sosyal sermaye olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu açıdan güçlü bir iş çevresine ve yurtdışı bağlantılara sahip olan yaratıcı sınıfın yeteneğini geliştirmede ve bunu pratik alana kanallendirmesi, diğer yenilikçi kişilere göre daha kolay olmaktadır.

Çalışılan firmanın yenilik kapasitesi ve çalışma ortamının uygunluğu çalışanların kapasitesini olumlu yönde etkilemektedir. Burada fuar, konferans, eğitim ve yurtdışı faaliyet gibi olanaklar, firmanın yenilik ortamı ve proje çeşitliliği ön plana çıkmaktadır. Ters durumdaki yetersizlikler ise yenilikçi sınıfın gelişimini negatif etkilemektedir. Firmaların yenilik kapasitelerinin geliştirilmesi için çıktıları fark yaratabilecek Ar-Ge projelerinin desteklenmesi gerekmektedir. Bununla birlikte firmaların/işyerlerinin Ar-Ge çalışanlarını destekleyici bir çalışma kültürüne sahip olması da son derece önemlidir. Ar-Ge çalışanlarının esnek mesai saatlerine sahip olması, fikir özgürlüğünün sağlanması, demokratik bir tartışma ortamına sahip olması onların yaratıcı yeteneklerinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Bunun tersi bir ortamda çalışan Ar-Ge çalışanlarının yenilikçi düşünce üretme yeteneklerini sınırlı olarak kullanmasına neden olmakta ve ilerleyen aşamalarda bu yeteneklerini kaybetmektedirler.

Yeteneklere diğer önemli katkı iş yeri bölgesinin imkânlarından gelmektedir. İş yeri bölgesinde üniversiteyle ilişkiler, firmalar ve çalışanlar arasındaki tecrübe paylaşım ortamı, bölge yönetimlerinin faaliyetleri ve sosyal donatı imkânları gibi hususlar yenilikçi sınıfı olumlu etkilemektedir. İş yeri bölgesinin yeteneklere katkısı açısından sanayi 2.0 felsefesine göre konumlandırılan OSB'ler, sanayi 3.0 anlayışına göre konumlandırılan teknoparklara göre dezavantajlıdır. Teknopark firmalarında çalışanlar bu ortamların yeteneklerini daha fazla olumlu etkilediğini vurgulamışlardır. Çünkü Teknoparklar OSB'lere göre daha elverişli, iletişim kurmaya odaklı mekânsal imkânlar sunmaktadır. Bununla birlikte teknoparkların teknoloji bölgelerine, OSB'lerin ise kent merkezine ve üniversitelere uzak olması nedeniyle yeniliğin ve yeteneğin geliştirilmesini olumsuz yönde etkilemektedir. Çünkü yeniliğe katkıda bulunacak olan tüm aktörlerin (firma, üniversite, yaratıcı sınıf vb.) ilk olarak mekânsal yakınlığa sahip olmaları gerekmektedir. Coğrafi yakınlığın sağlanamadığı durumlarda ise, coğrafi uzaklığı tolere edebilecek sosyal yakınlıkların kurulması gerekmektedir. Bu açıdan, sanayi ve teknoloji bölgelerinin kapasitelerinin artırılması, firmaların teknoloji yeteneklerine dokunabilmeleri ve mekânsal düzenlemelere önem verilmesi gerekliliği devam etmektedir.

Kentlerin gelişmişliği de yenilikçi sınıfın gelişimini hayli etkilemektedir. Ekonomik açıdan sektörel çeşitlilik, yenilik, girişimcilik ve Ar-Ge kapasitesinin gelişmişliği ile yetenek gelişimi arasında doğru orantı bulunurken, kalabalık ve trafik yoğunluğu ile ters orantılıdır. Sosyal ve kültürel açıdan ise kentteki özgürlük alanının yetersizliği ve kültürel faaliyetlerin kısıtlılığı yenilikçi sınıfı olumsuz etkilemektedir. Kentin sahip olduğu imkânlar, Ar-Ge çalışanlarının hem çalışma hem de sosyal yaşamlarını düzenleyen donatılardır. Diğer bir ifadeyle mekânsal varlıklardır. Bu mekânsal varlıklar yaratıcı sınıfın yeteneğini, yeni fikirler üretmesini ve bunları hayata geçirmesini doğrudan etkileyen özelliklerdir. Kentin fiziksel ve yapısal çevresi, orada yaşayan insanlar ile kentin sunduğu sosyal ve kültürel olanakların hepsi yaratıcı sınıf için oldukça önemlidir. Bu açıdan kentlerin yenilik kapasitelerinin artırılması, sektörel çeşitliliğin geliştirilmesi ve nüfusun çeşitlendirilmesi kalkınma odaklı bir perspektif kazandırılması gerekmektedir. Özellikle Sakarya, Konya ve Kayseri gibi daha muhafazakâr kentlerdeki özgürlüklerin artmasıyla Ar-Ge ve yenilik kapasitesinin artması arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Bu nedenle yerel yönetimlerce bilinçlendirme çalışmaları da önerilmektedir.

Tolerans: Tolerans birçok açıya genişletilebilen bir kavram olmasına rağmen, kavramın odak noktası kişiler ve kişiler arası ilişkilerdir. Bu ilişki farklılıkların kabülünü içermektedir. Diğer bir ifadeyle, kişinin formel (insan hakları, demokratik haklar vb.) ve enformel açıdan karşısındaki kişiye saygı duyma ve kabullenme biçimidir. Toleransı formel olarak biçimlendiren ulusal ve ulusal ölçekte verilen haklar olmasına rağmen, enformel olarak ise bireyin sahip olduğu kültürel, beşerî ve sosyal sermaye ile şekillenmektedir. Bu çalışmada daha fazla üzerinde durulan toleransı oluşturan enformel etkilerdir.

Türkiye'de Ar-Ge çalışanlarının tolerans düzeyinin yüksek olması onları daha başarılı kılmaktadır. Tolerans düzeyi gerek sosyal yaşamda gerekse iş yaşamında en kritik

hususların başında gelmektedir. Yenilikçi sınıf dünyada tolerans düzeyi yüksek bölgeleri tercih etmektedir. Ar-Ge çalışanlarının farklı yaşam tarzlarına ve farklı düşünce, ideoloji ve inanışlara karşı tolerans düzeyleri son derece yüksektir. Yenilikçi sınıfa dahil insanlar diğer insanların kimliğine, ideolojisine, inanışına ve yaşam tarzına oldukça saygılı ve anlayışlıdır. Gerek toplumdaki gerekse sanayicilerin tolerans düzeyi arttıkça yapılan Ar-Ge çalışmalarının başarısının da artması beklenmektedir. Hata yapmaktan korkmayan bir mühendisin alacağı risk ve ulaşacağı kazanımların daha yüksek olacağı değerlendirilmektedir.

Ailenin hoşgörülü yetiştirme tarzı, çok kültürlü ve büyük kentlerde yaşam ve çok kültürlü ve yabancı dille eğitim verilen okullarda okumak tolerans düzeyini artırmıştır. Geleneksel kentlerde yaşam ise tolerans düzeyini azaltmıştır. Kültürel sermayenin bu etkilerinin yanı sıra sosyal sermaye de tolerans düzeyini etkilemektedir. Saygılı ve hoşgörülü arkadaşlara sahip olmak ve eğitilmiş ve yetenekli insanlarla etkileşimin yoğun olması tolerans düzeyini artırmıştır. Siyasi çevrenin ise tolerans düzeyine bir etkisi bulunmamaktadır. Yenilik ekosistemi oluşturmak isteyen şirketlerin Ar-Ge personeli seçiminde hoşgörü ve tolerans kavramlarını dikkate almaları ve toleranslı bir ortam oluşturmaları başarıları için vazgeçilmezdir. Bu kapsamda hem personel seçimi hem de üst yönetimin Ar-Ge bilincinin geliştirilmesi önem kazanmaktadır.

İş yeri ortamı tolerans düzeyini en çok etkileyen değişkenlerden birisidir. Burada yönetimin toleranslı yaklaşımı ve çalışanların birbirlerine karşı hoşgörülü davranışı, esnek mesainin olması, düzenli ödeme ve izin alınabilmesi gibi hususlar iş yerinde toleransı artırmaktadır. Bu durum yaratıcı ya da yenilikçi sınıfı firmaya çeken etkenlerden biri olmaktadır. Aynı zamanda işyerinde farklı ülkelerden gelen çalışan varlığı kişilerin birbirlerine karşı toleranslı olmalarını desteklemektedir. İşyerindeki insan çeşitliliği ve bununla birlikte yaratılan tolerans ortamı kaliteli, eğitilmiş, nitelikli kişileri çekerek yaratıcı sınıfın bu alanda kümelenmesini sağlamaktadır.

Ar-Ge'nin doğasında sabır ve tolerans bulunmaktadır. Sonuçların kısa vadede alınmadığı, doğrudan ve hızlı bir şekilde paraya çevrilemeyen, günlük işlerin dışındaki yenilikçi faaliyetler Türk sanayicisi için nispeten yeni ve öğrenilmesi gereken bir süreçtir. Bu süreçte yenilikçi sınıfın ne düşündüğü, nasıl davrandığı nelere ihtiyaç duyduğunun iyi kavranması iş yerindeki yenilik ekosisteminin gelişmesini ve Ar-Ge faaliyetlerinde başarıyı sağlayacaktır. Genel olarak teknopark firmaları ile kurumsallaşmış Ar-Ge firmalarında bu anlayış nispeten gelişmiş ve gelişmektedir. Bu kapsamda yenilik bilinci ve yenilikçi sınıftan nasıl daha etkin yararlanılabileceği gibi hususlarda sanayicinin ve firma yöneticilerinin bilinçlendirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu kapsamda Ar-Ge projelerinin bir bileşeni olarak firmalarda yenilik kültürünü geliştirici faaliyetlerin desteklenmesi faydalı olacaktır.

İş yeri bölgesinin toleransa etkisinin olmadığını ifade edenlerin oranı %45'tir. Katılımcıların yaklaşık diğer yarısı ise etkili olduğunu vurgulayarak, bölgenin dinamikleri ile konumu ve fiziki koşullar tolerans düzeyini etkilemektedir. Yenilikçi çalışma ortamı, insanların birbirlerine saygılı olması, eğitim bilgi düzeyinin yüksekliği ve firmalar arası

ile çalışanlar arası etkileşimin fazla olması toleransı olumlu etkilemektedir. Diğer bir ifadeyle yaratıcı sınıfın kendi yaşam tarzına uygun, bilgi ve yetenek açısından eşit düzeylere sahip, esnek bir çalışma ortamına sahip alanlarda daha açık bir tavır geliştirdikleri ve bir habitusa sahip oldukları için tolerans düzeyleri yüksek olmaktadır. Bu özellikler genelde teknoparklarda çalışanların ifadeleridir. Teknoparkların genellikle üniversiteler içerisinde olması da toleransı artırmaktadır. OSB’lerde ise genellikle yetersiz sosyal donatı, yenilikçi olmayan bölge koşulları ve uygun olmayan altyapılar toleransı olumsuz etkilemektedir. Bu çerçevede mevcut teknopark ve OSB’lerde çalışanlar arası iş birliğini artıracak, sosyal donatı imkânları geliştirebilecek, firmaların yenilik düzeylerini artıracak programların geliştirilmesi faydalı olacaktır.

Kentin yenilikçi sınıfın tolerans düzeyine önemli etkisi bulunmaktadır. Bir kentteki “çeşitlilik, açıklık ve tolerans” ne kadar fazlaysa orada yaratıcı sınıf, yenilikçi ortam da o oranda fazladır (Florida, 2002b). Çok kültürlü, rahat ve özgürlükçü insanların yaşadıkları kentler ile yenilik ekosistemin gelişmiş olduğu kentler tolerans düzeyini artırmaktadır. Trafik sorunları ve yeniliklere yeterince açık ve yatkın olmayan kentler ise bireyin tolerans düzeylerini düşürmektedir. Dolayısıyla bir kentte teknoloji ve yeniliği artırabilmek için buraya yenilikçi sınıfı çekecek cazibe yaratacak ortam sağlamak gerekmektedir. Özgürlükçü, sosyal ve yeniliklere açık kentler her zaman daha avantajlıdır. Bu açıdan belediyelerin yenilikçiliğini artırıcı politikalar geliştirmeleri ve bu alana daha fazla dahil olmaları gerekmektedir.

Yaratıcı sınıfın tolerans düzeyini etkileyen içsel ve dışsal koşullar bulunmakla birlikte, bu koşullar birbiriyle bağlantılı, birbirlerini olumlu ya da olumsuz anlamda dönüştirebilen koşullardır. Yaratıcı sınıfın bireysel toleransa katkıda bulunan en önemli faktörleri ise kişinin sahip olduğu sosyal sermaye ile içinde yer aldığı mekânın toplumsal, kültürel bağlamıdır. O nedenle bu üç faktör tolerans düzeyini etkilemekle birlikte yaratıcı sınıfın ne kadar yenilikçi ve üretken olduğunu da belirlemektedir.

Toplumsal Cinsiyet: Ar-Ge ve yenilikçilik ekosisteminde toplumsal cinsiyete ilişkin diğer alanlardaki gibi sorun ve ayrıştırıcı bakış açısı gözükmemektedir. Yenilik ekosistemi ise bu alandaki en ileri konumdaki alanlardan birisidir. Mevcut iş yerinde kadınlara ve erkeklere eşit davranılması konusunda Ar-Ge çalışanlarının çok büyük bir kısmı katılmakta olup bu alandaki erkek ve kadınların cevaplarında neredeyse bir farklılık görülmemesi verilen cevapların inandırıcılığını artırmaktadır. Benzer şekilde iş yerinde kadın terfi almak için erkekten daha iyi performans göstermek zorunda mı ifadesine de %74’lük bir kesim katılmamaktadır. Bunun yanı sıra kadın ve erkek yöneticilik için eşit derecede uygundur ifadesine Ar-Ge çalışanlarının neredeyse tamamına yakını katılıyor görüşündedir. Son olarak kadın ve erkek aynı işi eşit ölçüde gerçekleştirir ifadesine Ar-Ge çalışanlarının %79’u katılmaktadır. Diğer taraftan, işe girebilmek için erkeklerin kadınlardan daha fazla şansa sahip olduklarına Ar-Ge çalışanlarının %63’ü katılmaktadır. Gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye’de eğitim, sağlık, kültür, adalet ve insan hakları konusunda son yıllarda önemli gelişmeler kaydetmiştir. Çalışılan konunun Ar-Ge ve ye-

nilik olması, Ar-Ge ve yenilikçilik konularda aktif olan firma sahiplerinin bilinç düzeyinin yüksekliği ile yenilikçi sınıfın beşerî, sosyal ve kültürel sermaye kapasitesine bağlı olarak bu alandaki ortalama değerlerin genel sanayi ve iş dünyasına göre daha yüksek olması beklenmektedir. Genel olarak toplumsal cinsiyet eşitliği konularındaki gelişmişlik düzeyi kentlerin, bölgelerin ve firmaların yenilik ve gelişmişlik kapasitesiyle doğru orantılıdır. Kent merkezi ve teknopark firmalarındaki kadın ve erkeğin iş hayatındaki konumuna yönelik eşitlikçi algının daha güçlü ve pozitif olduğu görülmektedir.

Yaratıcılığın ve yeniliğin gelişmesinde önemli olan faktörlerden bir diğeri ise tüm cinsiyet kimliklerinin kapsanmasıdır. Burada özellikle kadınların yaratıcı sınıf içindeki konumları önem teşkil etmektedir. Kadının yaratıcı sınıf içerisindeki önemi genel bir sorunun sadece bir parçasını oluşturmaktadır. Diğer bir ifadeyle kadının sahip olduğu yetenek ve potansiyelin görünürlük kazanması tüm iş sektörlerinde varolan bir sorun olmasına rağmen, bu sorun yaratıcılığın ve yeniliğin gelişmesinde daha fazla önem teşkil etmektedir.

Yaratıcı sınıf içerisinde toplumsal cinsiyete ilişkin temel sorun alanı, kadın çalışanların eksik bir temsiliyet göstermesi değildir. Hatta yaratıcı sınıf içerisinde kadın çalışanların oranı erkeklerin oranından fazladır. Ancak buradaki temel problem çalışma hayatı içerisinde kadınların karşılaştıkları eşitsizlikler ile ilgilidir.

Çalışma hayatında kadın erkek eşitliğine ilişkin ciddi olumsuz deneyimler bulunmaktadır. Olumsuz deneyimlerin başında kadın çalışanların tercih edilmemesi, erkekler ile kadınlar arasında aynı pozisyonlarda bile ayrımcılık yapılarak daha az ücret verilmesi ve erkek egemen ortamın getirdiği olumsuz koşullar (argo konuşma, cinsel obje olarak görülme gibi) olarak sıralanmıştır. Kadınların aynı pozisyonda erkeklere göre daha düşük ücret alması ve tercih edilmemesi, cam tavanın klasik örneklerindendir (Cotter vd., 2001). Türk sanayisinde kadından mühendis olmaz anlayışı yaygındır. Gerek doğum ve çocuk bakımı gibi sorumluluklar, gerekse çalışma saatlerinin erkeklere göre daha az esnek olması gibi koşullar yukarıdaki eşitsizlikleri de artırmaktadır. Yaratıcı sınıfın ve yaratıcı işlerin yükselmesine bağlı olarak kadınlar için yeni yollar açmasına rağmen, cinsiyet rolleri arasındaki farklılığa son verememiştir.

Yaratıcı sınıf içerisinde kadınların yaşadıkları olumlu deneyimlerde ise kadınlara pozitif ayrımcılık uygulanması, kadınların başarısı ve yeteneği ile rekabetinin önemsenmesi ve ayrımcılık yapılmaması olarak sıralanmıştır. Ancak bu alanda dikkat çeken husus; kadınların başarısının artmasıyla çalışma hayatında toplumsal cinsiyet konularında ilerleme sağlanmaya başlanmıştır. Diğer taraftan çalışanların geçmiş tecrübeleriyle şimdiki işyerleri toplumsal cinsiyet açısından karşılaştırıldığında koşulların iyileştiği, olumsuz tecrübelerin azaldığı görülmektedir.

Firmaların daha çok Ar-Ge yapmaya başlaması, Ar-Ge kültürünün yaygınlaşmaya başlaması, yenilik ortamının getirdiği koşullara uyum sağlamaya çalışılması sonucunda firmaların rekabet gücü artmaktadır. Aynı süreçte çalışma hayatında rekabet ve yetenekler

önemsenmeye başlanmaktadır. Bu aşamada kimin neyi nasıl yaptığı, verimlilik, yenilik ve firmaya katkıya bakıldığı için firmaların yenilikçi ortamları geliştikçe kadın ve erkek gibi cinsiyetçi bir yaklaşımdan ziyade çalışanları birey olarak algılama eğilimi ön plana çıkmakta ve bireyin iş yapma kapasitesiyle ilgilenilmektedir. Diğer bir ifadeyle, firma, eğer yenilikçi, rekabetçi ve yaratıcı bir vizyona sahipse, kadın-erkek eşitsizliğinin daha az olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Tüm bu süreçler çalışanların koşullarının iyileşmesine ve toplumsal cinsiyet eşitliğine katkı sağlamaktadır.

Çalışılan yerin özellikleri, kültürü, gelişmişlik derecesi toplumsal cinsiyete bakışı şekillendirmektedir. Dolayısıyla mekânın toplumsal cinsiyet eşitsizliği üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Firmaların yapısı, çalışan insanların kültürel düzeyi, yenilikçi ve rekabetçi olma durumları firmayı şekillendiren unsurlar olmaktadır. Özellikle OSB ve teknoparklarda bu etkiler farklılaşmaktadır. OSB’lerde muhasebe, tanıtım pazarlama, temizlik, yemek ve üretime aktif katılan kadınlar bulunurken, teknoparklarda ise Ar-Ge ve yenilikten sorumlu kadınlar ön plana çıkmaktadır. Bu açıdan teknoparkta konumlanan firmalarla OSB’de yer alan firmalar karşılaştırıldığında, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin teknoparklarda daha az olduğu görülmektedir. Teknoparkta çalışan kadınların yetenek ve potansiyellerini yeniliğe kanallı etme ortamları bulunurken, OSB’de çalışan kadınlar ise yenilikçilik yaratımı dışında yer alan hizmet bölümlerinde yer almaktadırlar. Bu durum OSB’de yer alan firmaların yenilik yaratımını eksik kılmakta ve olumsuz yönde etkilemektedir.

Kentlerin gelişmişliği ve yeniliklere açıklık düzeyi artıkça kadın istihdamı artmaktadır. Çünkü kentin sahip olduğu gelişmiş beşerî, sosyal ve ekonomik sermayeler temelinde, toplumsal cinsiyet eşitsizliğinin diğer kentlere göre daha az olduğu görülmektedir. Kadın bu özelliklere sahip kentlerde çalışma hayatı ve yaratıcı sınıf içerisinde sürece dahil olan, aktif bir role sahip olmaktadır. Buna bağlı olarak İstanbul, Ankara, İzmir, Eskişehir ve Denizli gibi çalışma hayatında yaratıcı kadınların aktif rol aldığı kentlerde eşitlik konusunda önemli ilerlemeler sağlanmıştır.

Kadının genel olarak iş yaşamında, özel olarak Ar-Ge ve yenilik alanlarında daha fazla rol alması bu alandaki ön yargıların ve kültürel kodların kırılmasına bağlıdır. **Bu kapsamda başta eğitim süreçleri olmak üzere iş dünyasında kadının rolü ve önemine ilişkin konuların daha fazla gündeme getirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu durum Türkiye’deki yaratıcı sınıfın çeşitlilikleri kapsamı bakımından da olumlu bir yöne sahip olmasını sağlayacaktır. Aynı zamanda Türkiye’deki yaratıcı sınıfta yer alan herkesin potansiyelinin ve yeteneğinin kullanılmasını sağlayacak olup, yaratıcılığın gelişimine zemin hazırlayacaktır.**

Girişimcilik: Girişimcilik, yaratıcı ve yenilikçi fikirleri eyleme geçirme durumudur. Ancak her yaratıcı fikir girişimcilik ile sonuçlanmamaktadır. Yaratılan fikirlerin uygulamaya konulması yenilikçi kişinin özellikleri ile ilişkilidir. Yenilikçi sınıfın %59’u kendisini gelecekte girişimci olarak görürken %27’si görmemektedir. %14’lük bir kesim ise hem

görmekte hem de görmemektedir. Girişimcilik hem firma içinde hem de firma dışında gelişebilmektedir. Ancak her iki girişimcilik türünde yaratıcı sınıfın sahip olduğu sermayeler kadar, yaratıcı sınıfı girişimciliğe iten ekosistem de önem taşımaktadır. Yaratıcı sınıfın yer aldığı yaş grubu, ekonomik olanakları ve piyasa koşulları girişimci olmasını etkileyen faktörlerdir. Özellikle yaratılan fikir ve ürünlerin sunulabileceği bir piyasa ortamının olması girişimciliği destekleyen en önemli parametrelerden biridir. Bunun yanında işyerinin yaratıcı sınıfa sağladığı çevre, bilgi ve tecrübenin de girişimci olmada payı büyüktür. Çünkü yenilikçi kişilerin tecrübe edindikleri, deneyim kazandıkları ve sürekli etkileşimde bulundukları yerler işyerleridir. Diğer taraftan firmaların girişimcilik ekosistemini destekleyen bir kümelenme yaratması da oldukça önemlidir. **Girişimcilik ekosisteminin sahip olduğu bilgi, tecrübe, yüz yüze ilişkiler gibi birçok ilişkisel ağın geliştirilmesi de yaratıcı sınıfı piyasaya yönlendiren yapılar olmaktadır. Bu nedenle Türkiye için önümüzdeki dönemde etkili politikalar belirlenecek alanlardan birisi de bu konudur. Girişimcilik destekleri sağlanırken girişimcilerin mesleki tecrübelerinin geliştiği sınıfın göz önüne alınması desteklerin başarısını artıracaktır.**

Genel olarak Türk sanayicisinin çalışanların girişimci olmasını destekleme gibi bir eğilimi bulunmamaktadır. Ancak iş yapma, sektörü tanıma, çevre edinme gibi birçok dışsallık çalışanların girişimcilik kapasitesini ve eğilimini artırmaktadır. Teknoparklarda faaliyet gösteren yeni nesil teknoloji tabanlı bazı girişimciler ise kendi çalışanlarının girişimci olmasını desteklemektedirler. Sanayi bölgelerindeki aynı büyüklükteki firmalara nazaran teknopark firmaları çalışanlarına daha fazla önem verebilmekte ve onların yeteneklerini geliştirmesine fırsatlar sunabilmektedir. Bölge olarak ise girişimciliğe yönlendirme ve teşvik edicilik açısından teknoparklar ön plana çıkarken piyasa ve sektöre ilişkin bilgilenme, üretim konusunda tecrübe kazanma noktasında OSB'ler daha etkindir. Bu kapsamda bölge yönetimlerine sosyal ortamlarını geliştirmek, tecrübe paylaşımlarını artırmak ve bölgelerine yüksek teknolojiyi çekebilecek ekosistemler oluşturmak gibi önemli görevler düşmektedir.

Göç: Göç, dünyada yenilikçi sınıfın sürekli değerlendirdiği bir husustur. Yaratıcı sınıfın hareketliliği bağlama ve duruma göre değişmektedir. Yaratıcı sınıfın iki tür hareketliliğinden bahsedilebilir. Bunlardan ilki yurtdışına göç iken, ikincisi ülke içindeki şehirlerarası göçtür. Gelişmiş tüm ülkeler dünyadaki en yenilikçi ve yetenekli insanları ülkelerine çekmek isterken kendi insanlarını da kaybetmemek için uygun ekosistem hazırlama konusunda çalışmalar yapmaktadırlar. Dünya genelinde ABD gibi bazı teknoloji ve girişimcilik merkezleri bu kesim için çekim merkezi olmuştur. Hem ABD içinden hem de dünyanın birçok ülkesinden yetenekler Silikon Vadisi başta olmak üzere gelişmiş bölgelere akmaktadır. Yenilikçi sınıfın göç ederken temelde üç kriteri bulunmaktadır. Bu kriterlerden ilki çalışacağı firmanın gelişmişlik düzeyi olup bu yeteneklerini kullanabilmesini ve iyi bir gelir sağlamayı içermektedir. İkincisi gideceği bölgedeki özgürlükler, tolerans düzeyi ve insan hakları iken sonuncusu ancak en önemlilerden biri olan yaşam kalitesidir. Yaşam kalitesinden kasıt ekonomik, güvenlik, eğitim, sağlık ve kültürel imkân ve kabiliyetlerin yüksek olmasıdır. İç göç olarak bakıldığında ise benzer durum yani yukarıdaki ülkeler arasındaki

hususlar aynı ülkede kentler arasında yaşanmaktadır. Genel olarak daha gelişmiş kentlere göç eğilimi bulunmaktadır. Daha az gelişmiş kentler ya önemli bir tecrübe ya da yüksek bir ücret ile çok uzun bir süre kalmamak üzere tercih edilebilmektedir. Bazen de kamu gerek vergisel gerekse doğrudan destekleme ile az gelişmiş bölgelerin kalkındırılması için politikalar uygulamaktadır. Her ne şekilde olursa olsun yaratıcı sınıfı diğer yerlere iten ve çeken faktörlerin başında iş olanaklarının aksine yaşam tarzı gelmektedir. Çünkü yaratıcı sınıf için önemli olan yaşayabileceği ve kendini geliştirebileceği yerlere doğru hareket eğiliminde olmasıdır. O nedenle yaratıcı sınıf için çalışma yeri ikinci faktör olmaktadır.

Katılımcıların yaklaşık %47'si göç etmeyi kesinlikle düşünürken, %37'si kesinlikle düşünmemektedir. Veri daha detaylı incelendiğinde ise farklı bir kente göç etmek istemeyenlerin genellikle zaten gelişmiş şehirlerde yaşadığı anlaşılmaktadır. Son olarak %16'lık bir kesim ise şartlara bağlı olarak düşünebileceğini/ düşünmeyeceğini ifade etmiştir.

İç göç için iki farklı durum yaşanmaktadır. İlk grubu İstanbul ve Ankara gibi mega kentleri tercih edenler ve bu şehirlerde yaşamaya devam edenler oluştururken, ikinci grubu daha uygun yaşam koşulları, daha az trafik bulunan yine nispeten büyük şehirleri tercih edenler ve bu kişiler, istedikleri şehirlerde yaşamayı tercih edenler oluşturmaktadır. Göçü en fazla etkileyen koşulların başında kentlerin koşulları gelirken, bunu iş yeri ve iş yeri bölgesinin etkileri izlemekte, bireysel nedenler son sırada yer almaktadır.

İstanbul ve Ankara için yenilikçi sınıfı kentten iten yaşam koşulları iken, kente çeken ise uygun çalışma ortamı ve koşullarıdır. Ar-Ge çalışanları; kaliteli şirketlerde çalışmak ve sosyal anlamda daha geniş imkânları olan bir kentte mi yoksa daha sakin daha az stresli bir hayat sürebileceği kentte mi yaşamalı ikilemine düşmektedir. Daha rekabetçi ve nitelikli kişiler İstanbul ve Ankara'yı tercih etmektedirler.

Mekânsal anlamda göç etmek isteyenlerin en önemli nedenleri incelendiğinde ise; tek-noparklarda fiziksel mekân ve sosyal ortamların eksikliği ön planda iken OSB'lerde sosyal alan sıkıntısı ve kent merkezine uzaklık öne çıkmaktadır.

Yanıtlar incelendiğinde katılımcıların yaklaşık yarısı yüksek ücret karşılığında göç etmeyeceğini ifade etmiştir. Bunları %30 ile şartlara göre olabilir de olmayabilir de cevabını verenler izlerken, yaklaşık %20'lik kesim yüksek ücret ile yer değiştirebileceğini belirtmiştir. Daha yüksek bir ücret genellikle bir kentten taşınmak için yeterli bir sebep olmamaktadır. Çünkü Bourdieu'nun (1986) ifade ettiği gibi ekonomik sermaye diğer sermayelerle birlikte bir anlam kazanmaktadır ve bu nedenle gidilen kentin beşerî, kültürel ve sosyal sermayesi önemli olmaktadır. Evli olanlar için eşin iş durumu, çocukların eğitimi, kurulu düzenin bozulmaması gibi nedenler ücretten daha önemli koşullar olmaktadır. Yüksek ücrete rağmen göç edilmemesinin temel nedenleri yaşam standartları, sosyal ve kültürel faaliyetler ve özgürlüğü ortamıdır. Dolayısıyla az gelişmiş bölgelerde Ar-Ge ve yenilik kültürünün geliştirilmesi yüksek ücretten ziyade kentsel alanda uygulanacak politikalara bağlıdır.

İç göçle karşılaştırıldığında dış göç ülkenin toplam beşerî ve sosyal sermayesinin yurtdışına transferi anlamına da gelmektedir. Özellikle gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkeler için yaratıcı sınıfın göçü beyin göçü olarak yorumlandığı için bu durum daha olumsuz olabilmektedir. Bu nedenle genel olarak tüm ülkeler kendi kaynaklarını korumanın yanında dışarıdan nitelikli insanları çekebilmek için çaba harcamakta, bu alanda önemli sosyal, ekonomik ve kültürel politikalar oluşturmakta ve uygulamaktadırlar.

Yurtdışında çalışmak isteyenlerin oranı oldukça yüksektir. Ar-Ge çalışanlarının neredeyse 2/3'ünün bunu istemesi yaklaşık beşte birinin ise her an iş bulup gidebilecek olması Türkiye'nin yenilik politikaları için ciddi bir risk oluşturabilecek düzeyde görülmektedir. Yurtdışında başarılı olabileceğini düşünenlerin oranı %47, çalışmak isteyenlerin oranı %58 ve aktif olarak iş arayanların yani her an taşınabileceklerin oranı ise %19'dur. Yurtdışına göç edilmesi durumunda hangi ülkelerin tercih edilebileceği bilgisi bulunmaktadır. Buna göre en çok AB ülkeleri tercih edilirken ikinci ve üçüncü tercihler sırasıyla Kuzey Amerika ile Avustralya olmaktadır. Son yıllarda Türkiye'den girişimcilik yapmak ve teknoloji şirketlerinde çalışmak üzere gerçekleşen göçlerde başta ABD, İngiltere, Almanya ve diğer AB ülkeleri çekim bölgeleri olmaktadır. Bu riski pozitifte dönüştürmek için, yaratıcı sınıfın dış göçü "beyin göçü" olarak nitelendirmesi yerine, gidilen ülke ile bir köprü kurarak (yeni Argonotlar), bilgi transferi yapmaları ve beyin sirkülasyonunu sağlayıcı bir ekosisteme ihtiyaç bulunmaktadır (Saxenian, 2006).

Dış göçün azaltılması sadece Ar-Ge ve yenilik politikalarına bağlı değildir. Ekonomik refah, yaşam kalitesi, güven, tolerans, adalet ve eğitim koşullarının iyileştirilmesine bağlıdır. Göç etmek istemenin en önemli nedenleri olarak ekonomik yapı ve fırsatlar öne çıkarken, eğitim ile Ar-Ge, yenilik altyapı ve imkânları ikinci sırayı paylaşmaktadır. Üçüncü sırada demokrasi ve adalet sistemi sonra ise özel sektörün yönetim anlayışı ve zihniyeti ile beşinci sırada Türkiye'nin sosyal ve kültürel yapısı gelmektedir. Türkiye'de uygulanmakta olan Ar-Ge ve yenilikçilik politikaları ile hem yurtdışına beyin göçünün engellenmesi için çaba sarf edilmekte hem de daha önce gidenler veya farklı ülke vatandaşları için bir ekosistem oluşturulmaya çalışılmaktadır. **Dış göçün mümkün olduğunca azaltılması, gidenlerin bir kısmının geri dönerek orada kazanmış olduğu tecrübelerin ülkemize aktarılması ve diğer ülkelerden de yeteneklerin çekilmesinin sağlanması Türkiye'nin Ar-Ge ve yenilik alanındaki gelişimi açısından itici bir güç olacaktır.**

Dış göç eğilimi ise ülkemiz için önemli bir risk oluşturmaktadır. Ar-Ge çalışanlarının yaklaşık %60'ı yurt dışına göç etmek istediğini, %16'sı duruma göre göç edebileceğini düşünmektedir. Buna karşın göç etmek istemeyenlerin oranı sadece %24'tür. Bu oranlar fırsat bulunduğu Türkiye'nin yenilikçi sınıfından önemli bir potansiyeli kaybedebileceği anlamına gelmektedir. Göç etmek isteyenler için en önemli itme (Türkiye koşulları) sebebi yetersiz adalet, demokrasi, özgürlük ve tolerans iken, en önemli çekme (gidilmesi düşünülen ülke koşulları) sebebi ise yaşam kalitesi ve ekonomik gelişmişlik olarak ifade

edilmiştir. Türkiye'nin yetmişmiş insan kaynağını ülkede tutabilmek için; girişimcilik ve yenilik ekosistemini güçlendirmesi, Ar-Ge altyapısını güçlendirmesi, ticarileşme konusunda konusundaki problemlere odaklanması ve her şeyden önce hukukun üstünlüğü ve adalet mekânizmasını düzenleyerek daha gelişmiş ülke standartlarına taşınması gerekmektedir.

Çalışma Hayatı: İş hayatı, yenilikçi sınıfın çalıştıkları firmaların yönetimlerini değerlendirdikleri, yeni iş arayışları ve iş ararken neleri dikkate aldıkları konularını içermektedir.

Ar-Ge çalışanları genel olarak firmaların işe müdahale, yenilikçilik, girişimcilik, mesleki gelişim, liyakat ve hayat tarzına yönelik yaklaşımlarından memnundurlar. Ar-Ge çalışanlarına iş yaparken sürekli müdahale edilmesinden ziyade onlara esneklik kazandırılması, işleri sahiplenmelerini ve yeteneklerinin de daha yüksek kapasitede kullanılmasını sağlayacaktır. Çalışanların yenilikçilik kapasitelerinin firma imkânları ve yöneticileri tarafından desteklenmesi, çeşitli eğitim, seminer, yurtdışı ve yurtiçi fuarlara katılım, mesleki organizasyonlarla networkler oluşturma faaliyetlerini desteklemesi, etkili bir ekip ve destekleyici bir iş ortamıyla çalışanların yenilikçiliğine katkı sunacaktır. Bu nedenlerle firmaların Ar-Ge çalışanları gibi kritik personellere yatırım yapması, onları desteklemesi, iş yaparken özerklikler vermesi, başarıyı ödüllendirmeleri ve en önemlilerinden birisi de yaşam tarzlarına müdahale etmemeleri firmanın yenilikçilik kapasitesini dolaylı ve doğrudan artıracaktır. Dolayısıyla sanayicinin veya teknolojik girişimcilerin bu kesimin sahip oldukları özellikler ve düşüncelerini daha iyi anlaması ve bu koşulları daha da iyileştirilmesi gerekmektedir.

Yenilikçi sınıfa dahil insanlar sahip oldukları yetenekler ve geliştirecekleri yönlerle kendilerini gerçekleştirebilecekleri ve tatmin olacakları işlerde çalışmak istemektedirler. Bazen firmadan memnun olsalar da çalıştıkları bölgeleri kendilerine göre uygun bulmazken bazen de yaşadıkları kenti ve ülkeyi değiştirmek için yeni iş arayışında olabilmektedirler. Ar-Ge çalışanlarının %73'ü sürekli bir iş arayışı içinde olmadıklarını vurgulamıştır. Ayrıca Ar-Ge çalışanlarının %61'i kamuda çalışmak istemediklerini ifade etmişlerdir. Kamuda çalışmak bir taraftan garanti ve düzenli bir iş anlamına gelirken diğer taraftan daha geleneksel işlerin yapıldığı, yenilikçi uygulamaların çok daha az olduğu, liyakat ve yeteneklerin özel sektörle karşılaştırıldığında daha az etkisi olan uzun bir memuriyeti ifade etmektedir. Bu nedenlerle yenilikçi sınıfın önemli bir kısmının kamuda çalışmak istemediği değerlendirilmektedir. Ayrıca yeni bir iş teklifini değerlendirirken firmada liyakate önem verilmesi, mesleki gelişim imkânları ve yenilikçi proje geliştirme imkânı ile hayat tarzına müdahale edilmemesi olarak öne çıkmaktadır. Hatta bu sayılan konular ücret ve sosyal haklardan daha önemli görülmektedir.

Duygular ve stres çalışma hayatını ve sosyal yaşamı yoğun bir şekilde etkileyebilmektedir. Bu konu işyerinde başarısızlık korkusu, iş kaybetme korkusu ve iş yerindeki stresin etkisi bağlamında incelenmiştir. **Ar-Ge çalışanlarının daha nitelikli hizmetler verebilmeleri firmaların onlara daha güvenli ve toleranslı ortam sağlayarak üzerlerindeki stres ve baskıyı azaltmasına bağlıdır. Bu konudaki ortalama değerler incelendiğinde firma**

ortamlarının iyileştirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Ar-Ge çalışanlarının %25'i iş yerinde başarısızlık korkusunu yaşarken %55'i ise yaşamadığını ifade etmiştir. %19'luk kesim ise çekimser kalmıştır. Diğer taraftan katılımcıların %60'ı işsiz kalmaktan korkmazken 21'i korkmaktadır. %19'u ne korktuğunu ne de korkmadığını ifade etmiştir. Ayrıca, Ar-Ge çalışanlarının %33'ü işteki stresin psikolojik durumunu olumsuz etkilediğini ifade ederken %43'lük kesim ise aksini düşünmektedir. %24'lük kesim ise ne etkilediğini ne de etkilemediğini ifade etmiştir. Çalışanların iş kaybetme korkusunun hiç olmaması onları rehavete itebilir. Benzer şekilde bu duygunun çok güçlü olması ise performansı düşürebilir, inisiyatif almayı azaltabilir ve dolayısıyla firma çalışanın yeteneklerinden yeterince yararlanamayabilir (Cansız, Karanfil ve Üstün, 2023). Dolayısıyla bu alanda firmalarca bir denge sağlanabilmesi için, kurum kültürünün geliştirilerek çalışanlarca benimsenmesi, çalışan bağlılığı artıracak daha fazla uygulamanın gerçekleştirilmesi gibi politikaların faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Çalışma koşulları ve buna bağlı olarak gelişen olumlu ve olumsuz etkiler yaratıcı sınıfın yenilikçi olmasını etkilemektedir. Yaratıcı sınıfın çalışma hayatında yaratıcı olmasını sağlayan temel faktörler bulunmaktadır. Bunlar, işin yaratıcılığı, çalışma kurallarının esnekliği, iş güvenliğinin görece stabil olmasıdır. Tüm bu faktörler yaratıcılığı olumlu etkilemektedir. Bu olumlu etkilerin çalışma hayatında bulunmaması yaratıcılığı sınırlandıran ve engelleyen bir duruma dönüşmektedir. Bu etkinin en önemlisi çalışma hayatından kaynaklanan stres ve kaygı durumudur. İş yerindeki stres düzeyinin yüksek olması iş yapma biçimlerini, çalışanların, yöneticilerin ve girişimcilerin davranışlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Belirli bir düzeydeki stres rekabet gücünü artırmaktadır. Ancak bu düzey aşıldığında ise çeşitli olumsuz sonuçları ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların yaklaşık %47'si yüksek stres altında çalışmaktadır. Orta düzey ve düşük düzey stres oranları sırasıyla %34 ve %19'dur. Yüksek düzeyde stres iş yerindeki verimi, kaliteyi ve toleransı düşürürken ayrıca sosyal hayata zaman bırakmaması, sosyal çevre ve aileyi olumsuz etkilemesine ve sağlık sorunlarına neden olmaktadır.

İşsizliğin önemli sorun olduğu günümüzde sadece işsiz olan kişiler değil, hali hazırda çalışma hayatında aktif bir şekilde yer alanlar da geleceklerinden endişe etmektedirler. Yenilikçi sınıfın yaklaşık %64'ünün herhangi bir başarısızlık veya iş kaybetme korkusu bulunmazken, %36'sının kısmen ya da tamamen korkusu bulunmaktadır. Yenilikçi sınıfın nitelikleri bu korkuları ve güvensizliği daha az hissetmelerine neden olsa da, bir kısmı yarınlardan tam emin olamamaktadırlar. Korkular hayatı; iş, sosyal ve ekonomik yaşam olarak etkilemektedir. Korkuların kaynaklarını ise bireysel, iş yeri, genel ekonomik durum, aile ve itibar kaybı oluşturmaktadır. **Buradaki önemli nokta yaratıcı sınıfın korku ve kaygı duyacağı koşulların olumlu etkiye dönüşerek, yaratıcı sınıfın daha girişimci, yaratıcı, motivasyonlu şekilde iş yapma ve rekabetçi olma yönünü desteklemesi gerekmektedir. Diğer bir ifadeyle bağlamsal faktörlere göre değişen duygu durumlarının yaratıcı sınıfın özelliklerini olumlu anlamda etkileyecek ve öne çıkaracak bir etkiye sahip olması gerekmektedir. Her şeyden önce yaratıcı sınıfın dış koşullara bağlı (iş**

kaybetme korkusu, geleceği planlayamama gibi) faktörlerin yapılacak düzenlemelerle en aza indirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda yaratıcı sınıfın içinde yer aldığı çalışma ortamı ter atölyeleri olduğu kadar, stres ve kaygı duydukları konularında desteklendiği, çözüldüğü ortamlar olması gerekmektedir.

Mekân: Mekân, yenilikçi sınıf için vazgeçilmez öneme sahiptir ve alan ile habitusu oluşturmaktadır (Bourdieu, 1986). Ar-Ge çalışanlarının çalıştıkları iş yeri, iş yerinin bulunduğu bölge/konumun (OSB, teknopark, kent merkezi, kent çevresi) ve yaşadıkları kentin etkilerinin ne olduğu konusu incelenmiştir.

İş yerinin etkilerine bakıldığında katılımcıların %74'ü işyerlerinin kendilerinin tolerans düzeyini artırdığını, %57'si ise sosyal ve kültürel faaliyetlere katkı sağladığını, %78'i iş yerlerinin yenilikçilik kapasitesine olumlu katkı yaptığını, %68'i girişimcilik kapasitesine katkı sağladığını, %80'ni işyerlerinin mesleki gelişime katkı sağladığını düşünmektedir. İş yerinin Ar-Ge çalışanlarının tolerans düzeyini olumlu yönde etkilemesi iş yeri ortamındaki hoşgörü ve anlayışın bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Yönetim başta olmak üzere çalışanlarla beraber inşa edilen toleranslı ortamların, çalışanların verimine ve mutluluklarına daha fazla katkı sağlayabileceği değerlendirilmektedir. İş yerinin sosyal ve kültürel faaliyetleri artırması aidiyet bağlarını güçlendirebilmektedir. Son olarak; dijitalleşme ve istihdam piyasasındaki gelişmeler çalışanların kendilerini sürekli geliştirmeleri ve mesleki becerilerini artırmaları gerektiğini ortaya çıkarmaktadır. Bu kapsamda çalışılan firmadaki ortamın çalışanları geliştirmesi tüm alanlarda olduğu gibi Ar-Ge çalışanları için de önemlidir.

Genel olarak teknoparklar özel olarak ise gelişmiş olanlar ve mekânsal olarak canlı olanların sahip olduğu imkân ve koşulların OSB'lerde oluşturulması gerekmektedir. İşyeri bölgesi; katılımcıların %58'i tolerans düzeyini artırdığını, %46'sı sosyal ve kültürel faaliyetlerini artırdığını %54'ü yenilikçilik kapasitesine olumlu katkı yaptığını %51'i girişimcilik kapasitesini artırdığını, %55'i mesleki gelişime katkı sağladığını düşünmektedir. Tolerans, yenilikçilik, girişimcilik, mesleki beceri ile sosyal ve kültürel faaliyete farklı bölge tiplerinin katkılarının ortalama puanları verilmektedir. Buna göre; tüm değişkenlerde teknoparkların en yüksek ortalama değere sahip oldukları, bunları OSB'lerin izledikleri görülmektedir. Bu sonuçlar çok kabaca sanayi ve teknoloji bölge politikalarının anlamını ortaya koymakla beraber karşılaştırmalı olarak nasıl iyileştirilebileceği üzerine de ipuçları vermektedir. Türkiye'nin geleceğinde önemli etkileri bulunabilecek bir sınıfın OSB'lere kıyasla teknoparklardan daha büyük bir fayda sağlamalarının nedenleri üzerinde düşünülmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Kentsel ölçekte, çalışanların; %58'i kentin kendilerinin tolerans düzeyini artırdığını, 65'i sosyal ve kültürel faaliyetlerini artırdığını, %56'sı yenilikçilik kapasitesine, %54'ü girişimcilik kapasitesine, %57'si mesleki gelişime katkı sağladığını düşünmektedir. Genel olarak büyük kentler (İstanbul, Ankara ve İzmir) tüm alanlarda daha geniş imkânlar sağlarken hinterlandlar (Tekirdağ, Kocaeli, Sakarya, Bursa ve Manisa) en düşük değerlere

sahiptir. Tüm değişkenler düzeyinde yeni sanayi odakları içinde ayrı bir grup oluşturan Eskişehir, Antalya ve Mersin'in büyük kentleri geçen düzeyde çalışanlara katkı sağladığı görülmüştür. Tolerans değişkeninde yeni sanayi odakları (Denizli, Kayseri, Konya, Eskişehir, Antalya ve Mersin) ön plana çıkmaktadır. Bunun nedenine daha detaylı girildiğinde ise bu grubun içinde bulunan Eskişehir, Antalya ve Mersin kentlerinin tolerans düzeyini yukarı çektiği görülmektedir.

Yenilikçi sınıfın mekânsal tercihleri ve farklı mekânsal birimlerin (işyeri, işyeri bölgesi-OSB ve teknokent-, kent,) yenilikçi sınıf üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. Buna göre Ar-Ge çalışanlarının en çok yaşadıkları kentten ve çalıştıkları işyerinden/firmandan etkilendikleri, buna karşılık işyerinin bulunduğu bölgenin kentin bütünü ve firmanın özelliklerinden daha az etkili olduğu görülmektedir.

Mekân ilk olarak en makro düzeyde en geniş coğrafi birim olarak “**kent ölçeği**”nde kendini göstermekte ve fark ettirmektedir. Nitekim kentsel mekânın sahip olduğu özelliklerin, niteliklerin, sunduğu imkân, fırsat ve olanakların yenilikçi sınıfın yetenekleri (tecrübe-teknoloji-bilgi kapasite, yetkinlik ve birikimini), tolerans düzeyi, toplumsal cinsiyete bakışı, girişimcilik düşüncesi ve göç eğilimi üzerindeki etkisi incelendiğinde, kentlerin yenilikçi sınıf üzerinde en büyük etkisinin (%30) göç etme konusunda olduğu dikkati çekmektedir. Katılımcıların yarısından fazlası yaşadığı kentten başka bir kent-bölgede çalışmak ve yaşamak istediğini çünkü özellikle oturduğu şehrin yaşam kalitesinin yetersiz olduğunu ve birçok soruna sahip olduğunu belirtmektedir. Diğer bir ifadeyle Florida'nın (2002a) orada ne var, kimler var ve neler oluyor olarak tanımladığı yerin kalitesi yaratıcı sınıf için birincil önemdedir. Dolayısıyla yenilikçi sınıfın göç etme eğiliminde en başta gelen gündemini yaşadığı yerin/mekânın kalitesizliği oluşturmaktadır. Ayrıca Türkiye'deki kentlerin genel anlamda yaratıcı sınıfın kapasitesine ve gelişimine ortalamanın üstünde “önemli” düzeyde etki yaptığı sonucuna ulaşılmıştır.

Yaratıcı sınıfın yaşadığı kentin Ar-Ge çalışanları üzerinde yarattığı etki farklı illere, kentlere ve kent içindeki iş bölgelerine göre de önemli farklılıklar göstermektedir. Buna göre Metropol olan kentlerde yaratıcı sınıfın iç göçe dair eğilimi Hinterland ve Yeni Sanayi Odaklarında yer alan kentlerden çok daha fazladır. Tolerans ve yetenek konusunda da metropoller açık şekilde öndedir. Girişimcilik alanında Yeni Sanayi Odakları ön plana çıkarken, toplumsal cinsiyet alanında tüm kentlerin hemen hemen benzer örüntü sergilediği görülmektedir. Diğer yandan kentin yaratıcı sınıfa etkileri firmanın OSB'de mi yoksa teknoparkta mı bulunduğuna göre farklılıklar göstermektedir. Buna göre teknoparkların tüm kategorilerde OSB'lerden daha fazla yaratıcı sınıfın teknoloji, yetenek, tolerans ve girişimcilik düzeyine etkisi olduğu görülmektedir.

Mekânsal etkilerin mezo düzeyde incelendiği ikinci coğrafi ölçek/mekânsal birim “işyeri bölgesi” ya da diğer adıyla kent içindeki sanayi, ticaret ve teknoloji bölgeleridir. Yaratıcı sınıfın çalıştığı işyeri bölgelerinin (sanayi bölgesi: OSB, teknoloji bölgesi: teknopark, kent

merkezi: MİA ve kent çeperi: çeperdeki diğer sanayi mekânları) konumlarının, sahip olduğu özelliklerin, sunduğu imkân ve şartların yenilikçi sınıf üzerindeki en büyük etkisinin (%26) yetenek ve tolerans konusunda olduğu dikkati çekmektedir.

İş bölgelerinin yaratıcı sınıfın yetenekleri üzerindeki en önemli etkisi sağladığı iş birliği, bilgi ve tecrübenin paylaşımından gelmektedir. Bu yerler sahip olduğu mekânsal imkânlar ve özellikler bakımından firmalar ve çalışanlar arasında nitelikli temasın kurulması, ortaklığa dayalı ilişkilerin yaratılması ve hayata geçmesi için uygun fiziksel konum (coğrafi yakınlık), donanım (ortak kullanım ve faaliyet alanlarının varlığı) ve şartlara sahiptir. Bu bağlamda gerek OSB gerekse teknopark yönetimlerinin firmaların ihtiyaçlarına yönelik düzenlediği nitelikli etkinliklerin ve sosyal faaliyetlerin yaratıcı sınıfın yeteneklerini geliştirme konusunda önemli role sahip olduğu görülmektedir. Ancak bu mekânsal imkânları sunamayan, yetersiz fiziksel ve sosyal donatıya sahip aynı zamanda firmalar ve çalışanlar arasında sınırlı temas, iş birliği ve deneyim paylaşımının olduğu iş bölgelerinin ise yaratıcı sınıfın yeteneklerini köreltici olumsuz etkiler sunduğu dikkati çekmektedir. Tolerans bakımından ise özellikle yenilikçi ve anlayışlı çalışma ortamına sahip, eğitim ve bilgi düzeyi yüksek insanlardan oluşan, firmalar ve çalışanlar arasında etkili iletişimin bulunduğu iş bölgelerinin bilhassa teknoparkların yenilikçi sınıfa daha özgürlükçü ve hoşgörülü ortamlar sunarak onların tolerans düzeylerini artırdığı görülmektedir.

Öte yandan mekânsal etkilerin boyutu Ar-Ge çalışanının OSB’de mi yoksa teknoparkta mı çalıştığına göre ciddi farklılıklar göstermektedir. Teknoparkların tüm alanlarda OSB’lerden çok daha fazla yaratıcı sınıfın yeteneklerine, toleransına, girişimcilik düzeyine, toplumsal cinsiyet algısına ve göç etme eğilimine etkisi olduğunu göstermektedir. Bu fark özellikle de yetenek, tolerans ve toplumsal cinsiyet alanında çok büyüktür. OSB’ler ise kent merkezi ve çeperindeki sanayi bölgelerinden daha üstündür. Bu durum özellikle OSB’lerin değişen üretim ve teknolojik gelişme ve endüstri 4.0 sürecinde kendini yeniden yapılandırması ve dönüştürmesi gerektiğine işaret etmektedir. Ayrıca işyeri bölgelerinin etkilerinin metropol bir kentte yer almasıyla orta-büyük ölçekli sanayi kentlerinde yer alması bakımından da önemli farklar yarattığı görülmektedir. Metropolde bulunan iş bölgeleri ister OSB ister teknopark olsun yaratıcı sınıfın kapasitesine ve gelişimine Hinterland ve Yeni Sanayi Odaklarında yer alan kentlerden daha fazla olumlu etki yapmaktadır.

Mekânsal etkinin mikro düzeyde incelendiği son coğrafi ölçek/birim ise “işyeri” veya diğer adıyla firmadır. İşyerinin yenilikçi sınıf üzerinde en büyük etkisinin (%27) yetenek alanında olduğu görülmektedir. Katılımcıların yarısına yakını (%45) ise çalıştığı işyerinin tolerans düzeyini ve toplumsal cinsiyete yönelik algısını etkilediğini söylerken, %17’sinin girişimciliğine katkıda bulunduğunu belirtmektedir. Kent ölçeğinde ilk sırada gelen göç etme eğiliminin işyeri bölgesinde olduğu gibi işyeri/firma ölçeğinde de yaratıcı sınıf üzerinde çok az etkisinin olduğu görülmektedir.

İşyerinin yaratıcı sınıfın yetenekleri üzerindeki en önemli etkisi sağladığı nitelikli çalışma ortamından gelmektedir. Özellikle kendini geliştirmeye yönelik imkânlar yaratıcı sınıfın

yetenek ve kapasite gelişiminde çok önemli bir role sahiptir. Ayrıca firmanın sahip olduğu nitelikli yenilik kapasitesi bilhassa da yenilikçi bir çalışma kültürüne ve Ar-Ge ve inovasyona yönelik projelere sahip olması öne çıkan temel etkenlerdir. Görüldüğü gibi firmaların çalışanları için sunduğu nitelikli çalışma mekânı/ortamı ve nitelikli yenilik kapasitesi yaratıcı sınıfın işyerinde yeteneklerini geliştiren en önemli iki temel faktördür.

İşyerinin yaratıcı sınıf üzerindeki etkisi mekânsal farklılığına bakıldığında ise, Metropolde yer seçen işyerleri yaratıcı sınıfın kapasitesine ve gelişimine Hinterland ve Yeni Sanayi Odaklarında yer alan kentlerden daha fazla etki yapmaktadır. Ancak tolerans ve toplumsal cinsiyet alanlarında Metropoller diğer kent gruplarından belirgin farkla yine üstün gelmektedir. Göç eğilimi konusunda Yeni Sanayi Odakları Metropoller ve Hinterlandlara göre bariz üstünlüğe sahiptir. Bu durum Yeni Sanayi Odaklarında yaşayan Ar-Ge çalışanlarının bu kentlerin ve firmaların sunduğu yetersiz imkânlar nedeniyle göç etmeye meyilli olduğunu ortaya koymaktadır.

İşyerinin yaratıcı sınıfın yenilikçilik/teknoloji, yetenek, tolerans ve girişimcilik düzeyine yaptığı etkinin hem kentten hem de iş bölgesinden daha yüksek, daha etkili olduğu dikkati çekmektedir. Sadece sosyo-kültürel yaşam bakımından kentler yaratıcı sınıfın gelişimine işyerinden daha fazla etki yapmaktadır. İş bölgesinin tüm parametrelerde kent ve işyerinden daha az etkiye sahip olduğu görülmektedir. Ancak eğer söz konusu iş bölgesi teknopark gibi özellikle de metropollerdeki tekno-kentlerin mekânsal ortam ve imkânları şeklinde örgütlendiğinde iş bölgesi tüm parametrelerde çok önemli hale gelmektedir. Ayrıca Türkiye'deki yaratıcı sınıfın önem sırasında ilk olarak işin geldiği, sonra kentin, daha sonra da çalışılan iş bölgesinin olduğu söylenebilir. Ancak sonuçlar yaratıcı sınıf için yaşam ve mekân kalitesinin de en az iş kadar önemli olduğunu, yaşanan kentin niteliklerinin ve sahip olduğu mekânsal ortam ve imkânların yaratıcı sınıf tercihinde çok belirleyici olduğunu gösteriyor. Öte yandan işyerinin, kentin ve iş bölgesinin yaratıcı sınıfın en çok mesleki yetenek gelişimine katkı sağladığı, bunu tolerans düzeyinin artmasının izlediği ve üçüncü sırada da yenilikçilik kapasitesindeki gelişmenin bulunduğu görülmektedir. Girişimcilik ve sosyo-kültürel zenginleşmenin ise ortalamanın altında kaldığı dikkati çekmektedir.

Tüm mekânsal bulgular genel olarak değerlendirildiğinde kısaca yaratıcı sınıfın kentler/bölgeler arası farklılıklara çok duyarlı olduğu, yenilikçi sınıfın hayatını sürdürdüğü yerin Metropol, Hinterland kent veya Yeni Sanayi Odağı olup olmamasının onlar için çok önemli olduğu sonucu çıkarılabilir. Ayrıca yine buradan yaratıcı sınıf için birincil mekânsal tercihin yaşam yerinin yani kentin seçimi olduğu, ancak aynı derecede İşyeri – firma yani işin de çok önemli olduğu dikkati çekmektedir. Dolayısıyla genel olarak Türkiye'de yaratıcı sınıfın mekân ve iş tercihinin atbaşı gittiğini de pekâlâ söyleyebiliriz. Öte yandan yaratıcı sınıf için iş bölgesinin/mekânının seçimi ise ikinci derecede önemli bir tercih olarak gözükmektedir. Yaratıcı sınıf, kent seçimini yaptıktan sonra kent içi iş bölgesi farklılıklara (OSB, teknopark, kent merkezi ve kent çeperi/çevresi) duyarlı hale gelmekte ve farklı türde

iş bölgelerinin (sanayi, teknoloji, ticaret bölgesi) ve bunların lokasyonel konumlarının (kent merkezi vs kent çeperi) mekânsal tercihlerinde belirleyici olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak; Türkiye'deki yenilikçi sınıfın en önemli kısımlarından olan Ar-Ge çalışanlarının genel olarak ihtiyaçları tespit edilmiştir. Bu kesim basitçe;

- Kendilerini Ar-Ge, girişimcilik ve yenilikçilik açısından geliştirmek ve daha nitelikli işler yapmak istemektedir. Bunu yaparken iş yerinde, güven, tolerans ve liyakate dayalı çalışma dinamiği ile özel hayata müdahale olmamasını tercih etmektedir. Dolayısıyla firmalara düşen en önemli görev yukarıda sayılan kriterleri içeren iş ortamını oluşturmaktır. Bunun için de kurumsallaşma ve yenilikçilik kültürünün firma içinde geliştirilmesi gerekmektedir.
- Yenilikçi sınıf çalıştıkları firmaların konumları konusunda da hassastır. Özellikle İTÜ Teknokent, ODTÜ Teknokent ve Cyberpark gibi bölgelerde çalışmayı tercih etmektedirler. Bu bölgeler gerek sosyal ve fiziki imkânlarıyla bu kesimin çalışma ve yaşama biçimine uygundur gerekse yapılan panel, eğitim, tartışma, kongre gibi faaliyetler eşliğinde firmalar arası iş birliği yapma potansiyeli daha yüksek bölgeler olarak bu kesimin kendini daha iyi yetiştirmesini sağlayabilmektedirler. Bu kapsamda diğer teknoparklar ve özellikle OSB'lerin yenilikçi sınıfın ihtiyaçlarını karşılayacak proje ve programlar uygulaması faydalı olacaktır.
- İnsanın gelişmesine katkısının yanında iş dışındaki yaşamını geçirdiği kentlerin de yenilikçi sınıf için önemi büyüktür. Bu kapsamda büyükşehir belediyeleri başta olmak üzere bisiklet yolları, 24 saat ulaşım imkânı, sosyal, sportif ve sanatsal faaliyetlerin geliştirmesi kentin yenilikçi sınıfı çekme potansiyelini artıracaktır.
- Son olarak en önemli görev kamuya düşmektedir. Girişimcilik ve yenilik ekosisteminde etkinliği artırmanın yanında, toplumun eğitim ve tolerans düzeyini yükseltecek, birbirine güvenen insanların yetişmesini sağlayacak, toplumsal cinsiyete her alanda önem verecek, adalet ve demokrasinin sürekli geliştirilmesine yönelik politika ve uygulamalara devam edilmesine ihtiyaç bulunmaktadır. Ancak bu yolla beyin göçünün tersine çevrilebileceği ve diğer ülke yeteneklerinin de ülkemize çekilebileceği düşünülmektedir. Bu doğrultuda, **aşağıda sıralanan öneriler, yaratıcı sınıfın çekilmesi, korunması ve geliştirilmesi için politika yapıcılara önemli bir rehber sunmaktadır.**

Önerilen politika seti, mikro düzeyde firmaları, mezo düzeyde OSB, teknopark ve arayüz kuruluşlarını, makro düzeyde ise kamu politikaları, kent/belediye yönetimleri ve ulusal yetenek stratejilerini kapsayan birbiriyle etkileşimli üçlü bir ölçek hiyerarşisi içinde değerlendirilmelidir. Bu çok ölçekli ilişkisel yaklaşım, önerilerin yalnızca tekil müdahaleler olarak değil, yenilikçi sınıfın yetiştirilmesi, çekilmesi, tutulması ve üretken kılınmasına yönelik bütünlük bir (bölgesel) “ekosistem programı” olarak ele alınmasını sağlayacaktır.

P1: Metropoller dışındaki teknopark ve OSB'lerin fiziki ve çevresel koşulları, yenilikçi sınıfın sosyal ve kültürel beklentilerine uygun şekilde iyileştirilmelidir. Bu tür düzenlemeler, bölgelerin cazibesini artırarak nitelikli insan gücünü çekme potansiyelini önemli ölçüde yükseltebilir. Bu doğrultuda, yaşam kalitesini artırıcı projeler, sosyal alanların geliştirilmesi ve kültürel etkinliklerin teşvik edilmesi gibi adımlar atılabilir.

P2: Dijitalleşme uygulamaları ve sektörlerin yakın iş birliği dikkate alındığında, bilişim, otomotiv, makine ve elektronik sektörlerindeki yoğunluğun artırılması hedeflenmelidir. Bu sektörlerdeki Ar-Ge çalışanlarının etkileşimlerini geliştirecek politika ve uygulamalar tasarlanarak sanayinin yenilikçi sınıfı çekme ve entegre etme kapasitesi güçlendirilebilir. Bu süreç, daha büyük kümelenmelerin oluşmasını destekleyecek insan kaynağının yetişmesine ve sürdürülebilir bir inovasyon ekosisteminin oluşmasına katkı sağlayacaktır.

P3: Türkiye'de Ar-Ge, yenilik ve girişimcilik alanlarında siyaset kurumuna ve bürokrasinin düzenleyici, destekleyici ve yapıcı rollerine duyulan güvenin artırılması önemlidir. Bu doğrultuda, karar alıcıların teknoparklar ve OSB'lerle daha etkili iletişim kurabilmesi için karşılıklı görüş alışverişine olanak tanıyan platformların geliştirilmesi gerekmektedir. Bu platformlar, politika yapımcıların ihtiyaç ve beklentileri daha iyi anlamasını, aynı zamanda teknoparklar ve OSB'lerin politik süreçlere aktif katılımını sağlayarak yenilik ekosistemini güçlendirecektir.

P4: Türkiye'de Ar-Ge çalışanlarının ekosistem aktörleriyle bağlantılarının güçlendirilmesi bir öncelik olarak ele alınmalıdır. Yenilikçi sınıfın ekosistemin diğer aktörleriyle etkin bir etkileşim içinde olması, bilgi ve tecrübe paylaşımını artırarak ekosistemin genel başarısına katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda, teknoparklar, Teknoloji Transfer Ofisleri (TTO) ve Organize Sanayi Bölgeleri'nin (OSB) yenilik ara yüzü olarak daha etkili faaliyetler yürütmesi teşvik edilmelidir. Bu süreçte, ağ oluşturma (networking) kapasitesini artıracak politikalar geliştirilerek ekosistemin sürdürülebilirliğini ve dinamizmini destekleyecek adımlar atılmalıdır.

P5: Ar-Ge çalışanlarının yalnızca anlık veya geçici faaliyetlerde (örneğin, Ür-Ge gibi) yer almasının önüne geçilmesi önem taşımaktadır. Bunun yerine, Ar-Ge çalışanlarının uzun vadeli projelerde, sürekli öğrenim ve gelişim sağlayacak süreçlerde aktif rol almasını teşvik edecek politikalar geliştirilmelidir. Bu doğrultuda, firmalara yönelik rehberlik, teşvik mekânizmaları ve stratejik planlama süreçleriyle Ar-Ge çalışmalarının sürekliliği ve derinliği artırılmalıdır. Bu yaklaşım, yenilikçilik kapasitesinin sürdürülebilir şekilde gelişmesine katkı sağlayacaktır.

P6: Ar-Ge çalışanlarının yenilikçi örtük bilgiye erişimini artırmak amacıyla sosyal iletişim ve sosyal yakınlığı teşvik eden stratejiler geliştirilmelidir. Bu bağlamda, yenilikçi ve yaratıcı sınıfı bir araya getiren etkinliklerin düzenlenmesi ve etkileşimi artıracak üçüncü yerlerin/mekânların oluşturulması büyük önem taşımaktadır. Bu tür sosyal yakınlık or-

taamları, yeni fikirlerin yayılmasını, çeşitlenmesini ve gelişmesini destekleyecek, böylece yenilik ekosisteminin genel başarısını artıracaktır. Bu doğrultuda, teknoparklar, OSB'ler tarafından organize edilecek ortak etkinlikler ve iş birliklerini destekleyen politikalar öncelikli olarak ele alınmalıdır. Bölge yönetimlerine sosyal ortamlarını geliştirmek, tecrübe paylaşımlarını artırmak ve bölgelerine yüksek teknolojiyi çekebilecek ekosistemler oluşturmak gibi önemli görevler düşmektedir

P7: Yeniliğe katkıda bulunacak olan tüm aktörlerin (firma, üniversite, yaratıcı sınıf vb.) ilk olarak mekânsal yakınlığa sahip olmaları gerekmektedir. Coğrafi yakınlığın sağlamadığı durumlarda ise, coğrafi uzaklığı tolere edebilecek sosyal yakınlıkların kurulması gerekmektedir. Bu açıdan, sanayi ve teknoloji bölgelerinin kapasitelerinin artırılması, firmaların teknoloji yeteneklerine dokunabilmeleri ve mekânsal düzenlemelere önem verilmesi gerekmektedir. Kentlerde teknoloji ve yeniliği artırabilmek için buraya yenilikçi sınıfı çekecek cazibe yaratacak ortam sağlamak gerekmektedir. Özgürlükçü, sosyal ve yeniliklere açık kentler her zaman daha avantajlıdır. Bu açıdan belediyelerin yenilikçiliğini artırıcı politikalar geliştirmeleri ve bu alana daha fazla dahil olmaları gerekmektedir.

P8: Türkiye'nin yetişmiş insan kaynağını ülkede tutabilmek için; girişimcilik ve yenilik ekosistemini güçlendirmesi, Ar-Ge altyapısını güçlendirmesi, ticarileşme konusunda konusundaki problemlere odaklanması ve her şeyden önce hukukun üstünlüğü ve adalet mekânizmasını düzenleyerek daha gelişmiş ülke standartlarına taşınması gerekmektedir.

P9: Teknoparkların, özellikle gelişmiş ve mekânsal olarak canlı olanlarının sunduğu imkân ve koşulların, OSB'lerde de oluşturulması gerekmektedir. Bu durum, sanayi ve teknoloji bölge politikalarının Türkiye'nin geleceğinde önemli etkileri olabilecek yenilikçi sınıfın, OSB'lere kıyasla teknoparklardan daha fazla fayda sağlamasının nedenleri üzerine düşünülmesi ve bu farkı azaltacak stratejilerin geliştirilmesi kritik bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır.

P10: Türkiye'de yaratıcı sınıfın göçüne yönelik politikalar, beyin göçünü pasif bir "önleme" mantığından çıkarıp dinamik bir "mekânsal hareketlilik/mobilité" olarak kavramalı ve süreci "yetenek dolaşımı ve mobilité yönetimi" temelinde yapılandıran bütüncül bir modele kavuşturmalıdır. Bu doğrultuda politika tasarımı, yaratıcı sınıfın ülke içindeki varlığını desteklemenin yanı sıra yurt dışına giden nitelikli insan kaynağıyla üretken ağları sürdürmeyi, esnek geri dönüş kanallarını açık tutmayı ve uluslararası birikimi ülkeye bilgi transferi olarak kazandıracak beyin sirkülasyonu mekânizmalarını kurmayı hedeflemelidir. Dijital çağın yetenek politikası, yaratıcı sınıfı sadece sınırlı bir coğrafyada çekme ve tutma anlayışını aşarak, bu kitlenin küresel ölçekteki akışkan dolaşımını ülke yenilik ekosistemi lehine yönetme düzeyine ulaşmalıdır.

Sonuç olarak Türkiye'nin yenilikçilik kapasitesi, yalnızca teknolojiye yatırım yapan değil, yenilikçi insanı anlayan, geliştiren, elde tutan ve üretken kılan bir (bölgesel/ mekânsal) "ekosistem" yaklaşımıyla güçlenebilir. Ar-Ge çalışanları ve teknoloji odaklı

profesyoneller, sanayi ve teknoloji politikalarının pasif yararlanıcıları değil, bu dönüşümün en asli unsurlarıdır. Bu nedenle Türkiye'nin gelecek dönem sanayi ve teknoloji politikası, insanı, firmayı, bölgeyi ve kenti birlikte ele alan, güveni, öğrenmeyi, cinsiyet eşitliğini ve toleransı merkeze koyan, yenilikçi sınıfı stratejik bir kalkınma aktörü olarak konumlandıran kapsayıcı bir anlayışla tasarlanmalıdır.



KAYNAKÇA

- Acemoğlu, D. ve Robinson, J. A. (2013). *Ulusların Düşüşü*. (FR Velioğlu Çev.). Doğan Kitap.
- Acs Z. J., Bosma N. & Sternberg R. (2011) Entrepreneurship in world cities. İçinde Minniti M. (Ed.) *The Dynamics of Entrepreneurial Activity*, s. 125-152. Oxford University Press.
- AKA (2014) *Ankara Bölge Planı 2014-2023*. Ankara Kalkınma Ajansı. https://www.ankaraka.org.tr/tr/ankara-bolge-planı-2014-2023_2604.html.
- Aksoy, A. ve Enlil, Z. (2011) *Kültür Ekonomisi Envanteri İstanbul 2010*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Alan, H. (2019). Girişimcilik Ekosistemi ve Dinamikleri. İçinde Z. Nas (Ed). *Yönetim ve İnovasyon-Sosyokültürel, Sosyoekonomik Gelişmeler*, s. 245-276. İKSAD Yayınevi.
- Alfken, C. (2015). Ich will nicht nach Berlin!—Life course analysis of inter-regional migration behaviour of people from the field of design and advertising. *Environment and Planning A*, 47(10), 2187-2203.
- Amin, A. ve Thrift, N. (1995). Living in the global. İçinde Amin, A., & Thrift, N. (Eds). *Globalization, Institutions, and Regional Development in Europe*. s. 1-22. Oxford University Press.
- Antoncic, B. ve Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), 7-24.
- Ariss, A. A. ve Syed, J. (2011). Capital Mobilization of Skilled Migrants: A Relational Perspective. *British Journal of Management*, 22, 286–304.
- Asheim, B. (2009). Guest editorial: Introduction to the creative class in European city regions. *Economic Geography*, 85(4), 355-362.
- Asheim, B., & Hansen, H. K. (2009). Knowledge Bases, Talents, and Contexts: On the Usefulness of the Creative Class Approach in Sweden. *Economic Geography*, 85(4), 425-442.

- Asheim, B. T., Fritsch, M., Hansen, H. K. & Isaksen, A. (2023). Creativity, knowledge, and institutions: A European perspective on Florida's the rise of the creative class 20 years later. İçinde A. A. Batabyal & P. Nijkamp (Eds.), *The creative class revisited: New analytical advances*, s. 325–342. World Scientific Publishing.
- Atkinson, R., & Easthope, H. (2009). The consequences of the creative class: The pursuit of creativity strategies in Australia's cities. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(1), 64-79.
- Baldwin, R. (2016). *The great convergence: Information technology and the new globalization*. Harvard University Press.
- Barro, R.J. (1991). Economic growth in a cross section of countries. *The Quarterly Journal of Economics*, 106, 407-443.
- Barro, R.J. & Sala-i-Martin, X. (2004). *Economic Growth*. Second Edition, The MIT Press.
- Batabyal, A. A., & Nijkamp, P. (2023). *The Creative Class Revisited: New Analytical Advances*. World Scientific Publishing.
- Bell, D. (1973). *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. Basic Books.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71.
- Boschma, R. (2005). Proximity and innovation: a critical assessment. *Regional Studies*, 39(1), 61-74.
- Boschma, R.A. ve Fritsch, M. (2009), Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries, *Economic Geography*, 85, 4, 392-423.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. İçinde J. Richardson, (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*. s. 241-258. Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (2013). *Seçilmiş Metinler*. (L. Ünsaldı, Çev.). Heretik Yayınları.
- Bourdieu, P. ve Wacquant, L. (2012). *Düşünsel bir antropoloji için cevaplar*. (Çev. Nazlı Ökten), 6. Baskı. İletişim.

- Boyle, M. (2006). Culture in the rise of tiger economies: Scottish expatriates in Dublin and the ‘creative class’ thesis. *International Journal of Urban and Regional Research*, 30(2), 403-426.
- Brown, J. (2015). Home from home? Locational choices of international “creative class” workers. *European Planning Studies*, 23(12), 2336-2355.
- Cansız, M. (2016). *Türkiye’de Akademik Girişimciliğin Sosyolojik Analizi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Cansız, M. (2017). *2023’e Doğru Türkiye Teknoparkları*. Kalkınma Bakanlığı.
- Cansız, M., Karanfil, N., & Üstün, F. K. (2023). Yaratıcı Sınıfın (Ar-Ge Çalışanlarının) Çalışma Hayatlarına İlişkin Duyguları: Stres, Korku/Kaygı. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 13(1), 768-796.
- Cansız, M., Özbaylanlı, B., & Çolakoğlu, M. H. (2018). Türkiye’de kültürel sermayenin öğrenim başarısı üzerine etkisi. *Journal of Economy Culture and Society*, (58), 127-152.
- Cansız, M., Ulusoy, M. (2017a). Yenilik Kümelerinde Girişimciliğin Kaynakları Olarak Yerleşik Firmaların Rolünün Sosyolojik Analizi: Türkiye Örneği. *Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları*, 26, 69-92.
- Cansız, M., Ulusoy, M. (2017b). Teknoloji Tabanlı Girişimcilerin Başarısında Yapısal, Ekonomik, Sosyal, Kültürel ve Beşerî Sermayenin Etkileri: Türkiye Örneği. *Sosyoloji Konferansları: Istanbul Journal of Sociological Studies*, 56, 117-153.
- Cansız, M., Kurnaz, Z. ve Yavan, N. (2018) Girişimcilik Ekosisteminde Türkiye İçin Yeni Bir Araç: Bölgesel Yenilik Merkezleri/Ağları, *Verimlilik Dergisi*, 4, 7-69.
- Castells, M. (1996). *The information age: Economy, society and culture*. Blackwell.
- Chow, Y. F. (2017). Exploring creative class mobility: Hong Kong creative workers in Shanghai and Beijing. *Eurasian Geography and Economics*, 58(4), 361-385.
- Clifton, N. (2008). The “creative class” in the UK: an initial analysis. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(1), 63-82.

- Coe, N. M., Kelly, P. F., & Yeung, H. W. (2013). *Economic Geography: A Contemporary Introduction*. Second Edition. John Wiley & Sons.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Cotter, D. A., Hermsen, J. M., Ovadia, S., & Vanneman, R. (2001). The glass ceiling effect. *Social Forces*, 80(2), 655-681.
- Crescenzi, R., Iammarino, S., Ioramashvili, C., Rodriguez-Pose, A., & Storper, M. (2019). The geography of innovation: local hotspots and global innovation networks. *Economic Research Working Paper*, 57. WIPO.
- Creswell, J. W. (2014). *Araştırma Deseni: Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları*. (S. B. Demir, Çev.). Eğiten Kitap.
- Dai, J., Zhou, S., Keane, M., & Huang, Q. (2012). Mobility of the creative class and city attractiveness: A case study of Chinese animation workers. *Eurasian Geography and Economics*, 53(5), 649-670.
- DCMS (1998) *Creative Industries Mapping Document*. Department for Culture, Media and Sport. Londra.
- Dicken, P. (1998). *Global shift: Transforming the world economy*. 3. Baskı, The Guilford Press.
- Dicken, P. (2015). *Global shift: Mapping the contours of the changing world economy*. 7. Baskı, The Guilford Press.
- Doğrul, H. G. & Çelikkol, M. M. (2017). Türkiye’de Yaratıcı Sınıfın Coğrafi Durumunu Etkileyen Faktörler Üzerine Bir İnceleme. *Finans, Politik Ekonomik Yorumlar*, 54, 35 - 50.
- Doğrul, H. G., Çelikkol, M. M., & Murat, M. (2016). İllerin ekonomik gelişmişliği üzerinde yaratıcı sınıfın etkisi: Türkiye örneği. *Business and Economics Research Journal*, 7(4), 79-95.
- Doloreux, D., & Melançon, Y. (2008). On the dynamics of innovation in Quebec’s coastal maritime industry. *Technovation*, 28(4), 231-243.
- Drucker, P. (1993). *Post-Capitalist Society*. HarperCollins.
- Drucker F. P. (1994) *Yeni Gerçekler*. (Birtane Karanakçı Çev.), İş Bankası Kültür Yayınları.

- Drucker, F. P. (1991). The New Productivity Challenge. *Harvard Business Review*, 69(6), 69–90.
- Drucker, P. (1998). The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review*, 76(6), 149-157.
- Dubina, I. N., Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. (2012). Creativity economy and a crisis of the economy? Coevolution of knowledge, innovation, and creativity, and of the knowledge economy and knowledge society. *Journal of the Knowledge Economy*, 3(1), 1-24.
- Dündar, Ş. G. (2016) Kültür Endüstrileri ve Bölgesel Kalkınma. İçinde Mızırak, Z., & Mercan, B. (Eds) *Bölgesel Kalkınmada Yeni Trendler*. s. 247-272. Çizgi.
- Enlil, Z. M., Evren, Y., & Dinçer, I. (2011). Cultural triangle and beyond: A spatial analysis of cultural industries in Istanbul. *Planning, Practice & Research*, 26(2), 167-183.
- Enlil, Z. ve Evren, Y., (2011). *Yaratıcı İstanbul: Yaratıcı Sektörler ve Kent*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Esen, Ü. B., & Atay, Ö. (2020). Türkiye'nin yaratıcı şehirleri. *Bilig: Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 92, 29-54.
- European Commission, (2006). *The economy of culture in Europe*. European Commission Directorate-General for Education and Culture. Prepared by KEA European Affairs. https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf
- Falcioğlu, P., & Kurtoglu, A. (2016). Yaratıcı Sınıfın Şehirlerde Yaşam ve İş Yeri Tercihleri: İstanbul Örneği. *Research Journal of Business and Management*, 3(1), 42-58.
- Feldman, M. P., & Florida, R. (1994). The geographic sources of innovation: technological infrastructure and product innovation in the United States. *Annals of the Association of American Geographers*, 84(2), 210-229.
- Fidanboy, C. Ö., & Sargut, A. S. (2021). Ar-Ge Yönetimi Üzerine Stratejik Düşünceler: Temel Yetenek Tabanlı Bir Yönetişim Modeli Önerisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (46), 89-107.
- Flew, T. (2011). *The creative industries: Culture and policy*. Sage.

- Florida, R. (2002a) *The Rise of the Creative Classes*. Basic Books.
- Florida, R. (2002b) The Economic Geograpy of Talent, *Annals of the Association of American Geographers*, 92(4), 743-755.
- Florida, R. (2002c) Bohemia and Economic Geography, *Journal of Economic Geography*, 55-71.
- Florida, R. (2005) *Cities and the Creative Class*. Routledge.
- Florida, R. (2012). *The Rise of the Creative Class Revisited*. Basic Books.
- Florida, R., (2011). *Yaratıcı Sınıf Adres Değiştiriyor: Yetenek için Küresel Rekabet*. (Z. Kökkaya Chalar Çev.). MediaCat.
- Florida, R. (2014). The creative class and economic development. *Economic Development Quarterly*, 28(3), 196-205.
- Florida, R. (2017). *The New Urban Crisis*. Basic Books.
- Florida, R. (2023). The theory and analytics of the creative class. İçinde Batabyal, A. A., & Nijkamp, P. (Eds). *The Creative Class Revisited: New Analytical Advances*. s. 343-362. World Scientific Publishing.
- Florida, R. ve Gates, G. (2001). Technology and Tolerance: The Importance of Diversity to High-Technology Growth, The Brookings Institution, Center on Urban and Metropolitan Policy, Washington DC.
- Florida, R. & Tinagli, I. (2004). Europe in the Creative Age. <http://redbcm.com.br/arquivos/cidadescriativas/europa%20criativa.pdf>
- Florida, R., Mellander, C., & Stolarick, K. (2008). Inside the black box of regional development: human capital, the creative class and tolerance. *Journal of Economic Geography*, 8(5), 615-649.
- Florida, R., Mellander, C. P., & Stolarick, K. M. (2010). Talent, technology and tolerance in Canadian regional development. *The Canadian Geographer*, 54(3), 277-304.
- Florida, R., Mellander, C. ve Rentfrow, J. (2011), The creative Class, Post-industrialism and the Happiness of Nations, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 5(1), 31-43.

- Florida, R., Mellander, C., & Stolarick, K. (2011). *The global creativity index 2015*. Martin Prosperity Institute.
- Florida, R., Mellander, C., & Qian, H. (2012). China's development disconnect. *Environment and Planning A*, 44(3), 628-648.
- Florida, R., Mellander, C., & King, K. (2015). *Creativity and prosperity: The global creativity index*. Martin Prosperity Institute.
- Florida, R., Adler, P., King, K., & Mellander, C. (2020). The city as startup machine: the urban underpinnings of modern entrepreneurship. İçinde İftikhar, M. N., Justice, J. B., & Audretsch, D. B. (Eds.). *Urban studies and entrepreneurship*. s. 19-30. Springer.
- Florida, R., & Mellander, C. (2023). The global creativity index: National creativity ecosystems and their relationship to economic development and inequality. İçinde Virani, T. E. (Ed.). *Global creative ecosystems: A critical understanding of sustainable creative and cultural production*. s. 173-196. Springer Nature.
- Freeman, M., & Perez, C. (1988). Structural crises of adjustment, business cycles and investment behaviour. İçinde G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg, L. Soete (Eds.). *Technical change and economic theory*. s. 38-66. Pinter.
- Friedman, T. L. (2005). *The World Is Flat*. Penguin Books.
- Fritsch, M., & Sorgner, A. (2014). Entrepreneurship and creative professions: A micro-level analysis. İçinde Sternberg, R., & Krauss, G. (Eds.). *Handbook of research on entrepreneurship and creativity*. s. 145-174. Edward Elgar.
- Gabe, T. & R. Florida & C. Mellander (2013), The Creative Class and The Crisis, *Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 6(1), 37-53.
- Gibson, C. (2012). Cultural economy: Achievements, divergences, future prospects. *Geographical Research*, 50(3), 282-290.
- Gibson, C., & Kong, L. (2005). Cultural economy: A critical review. *Progress in Human Geography*, 29(5), 541-561.
- Glaeser, E.L. (1998). Are cities dying? *Journal of Economic Perspectives* 12, 139-160.

- Glaeser, E. (2005). Review of Richard Florida's the rise of the creative class. *Regional Science and Urban Economics*, 35 (5), 593–596.
- Glaeser, E.L. ve Maré, D.C. (2001). Cities and skills. *Journal of Labor Economics* 19: 316–342.
- Glaeser, E.L. , Kolko, J., & Saiz, A. (2001). Consumer city. *Journal of Economic Geography* 1, 27–50.
- Göker, E. (2007). Ekonomik indirgemeci mi dediniz? İçinde G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı ve Ü. Tatlıcan (Eds.) *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*. s. 272-302. İletişim.
- Göktaş, D. (2016), Yaratıcı Sınıfın Teorisi ve Yaratıcı Sınıfın Yer Seçimi: Genel Bir Bakış. İçinde Mızırak, Z., & Mercan, B. (Eds) *Bölgesel Kalkınmada Yeni Trendler*. s. 207-220. Çizgi.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Gül, M. (2019) *Küçük ve orta ölçekli kentlerde dayanışma temelli yaratıcılık potansiyelinin değerlendirilmesi: Sinop örneği*. (Basılmamış Doktora Tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Güran, M. C., & Seçilmiş, İ. E. (2013). *Ankara kültür ekonomisi sektörel büyüklüklerin değerlendirilmesi*. TC Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Hansen, H. K., & Niedomysl, T. (2009). Migration of the creative class: evidence from Sweden. *Journal of Economic Geography*, 9(2), 191-206.
- Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity*. Blackwell.
- Hocaoğlu, D. (2015). Yaratıcı endüstrilerin yerel ekonomilerdeki önemi ve tasarımın bu endüstrilere katkısı. *Planlama*, 25(3), 189-194.
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin.
- Hoyman, M., & Faricy, C. (2009). It takes a village: A test of the creative class, social capital, and human capital theories. *Urban Affairs Review*, 44(3), 311-333.

- İSTKA (2014) *2014-2023 İstanbul Bölge Planı*. İstanbul Kalkınma Ajansı. <https://www.istka.org.tr/media/1063/2014-2023-İstanbul-bölge-planı.pdf>
- İZKA (2014) *İzmir Bölge Planı 2014-2023*. İzmir Kalkınma Ajansı. http://izka.org.tr/wp-content/uploads/pdf/01_bolgeplani_1.pdf
- İZKA (2013) *İzmir 2012 Kültür Ekonomisi ve Kültür Altyapısı Envanteri ve İzmir Kültür Ekonomisi Gelişme Stratejisi*. İzmir Kalkınma Ajansı. https://izka.org.tr/wp-content/uploads/pdf/10_izmir_kultur_ekonomisi_envanteri_ve_kultur_ekonomisi_stratejisi.pdf
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. Random House.
- Jacobs, J. (1969). *The Economy of Cities*. Vintage.
- Jameson, F. (1991). *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*. Duke University Press.
- Juhnke, S., (2016). *Locating the Creative Class: Diversity and Urban Change in London and Berlin*. (Unpublished PhD Thesis). The University of Manchester, Manchester.
- Karataş Ünverdi, N. (2016) Yaratıcı Ekonomi, Yaratıcı Endüstriler ve Yaratıcı Kentler, İçinde Mızırak, Z., & Mercan, B. (Eds) *Bölgesel Kalkınmada Yeni Trendler*. s. 221-246. Çizgi.
- Karataş-Özkan, M. (2011). Understanding relational qualities of entrepreneurial learning: Towards a multi-layered approach. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(9-10), 877-906.
- Karataş-Özkan, M. ve Chell, E. (2015). Gender inequalities in academic innovation and enterprise: A Bourdieuan analysis. *British Journal of Management*, 26(1), 109-125.
- Kaufmann, A., & Tödtling, F. (2001). Science–industry interaction in the process of innovation: the importance of boundary-crossing between systems. *Research Policy*, 30(5), 791-804.
- Kemeny, T., Nathan, M., & O'Brien, D. (2020). Creative differences? Measuring creative economy employment in the United States and the UK. *Regional Studies*, 54(3), 377-387.

- Kirbitçioğlu, A. (1998). İktisadi Büyümenin Belirleyicileri ve Yeni Büyüme Modellerinde Beşerî Sermayenin Yeri. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 53, 207-230.
- Kong, L. (2014). From cultural industries to creative industries and back? Towards clarifying theory and rethinking policy. *Inter-Asia Cultural Studies*, 15(4), 593-607.
- 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*, 34(4), 835-853.
- Kuçuradi, I. (1995). Hoşgörü: Kavramı ve sınırları. İçinde Onur, B. (Ed.) *Hoşgörü ve Eğitim*, s. 18-36. Türk Eğitim Derneği Yayınları.
- Kumral, N. (2010), Yaratıcılık ve İzmir Üzerine, Ege University Working Papers in Economics, No.10/01.
- Lang, R. E. ve Danielsen, K. (2005). Review roundtable: Cities and the creative class. *Journal of the American Planning Association* 71(2), 203-220.
- Lawton, P., Murphy, E., & Redmond, D. (2013). Residential preferences of the 'creative class'?. *Cities*, 31, 47-56.
- Lazzeretti, L., Capone, F., & Seçilmiş, İ. E. (2014). Türkiye'de yaratıcı ve kültürel sektörlerin yapısı. *Maliye Dergisi*, 166 (1), 195-220.
- Lee, S. Y., Florida, R., & Acs, Z. (2004). Creativity and entrepreneurship: A regional analysis of new firm formation. *Regional Studies*, 38(8), 879-891.
- Lloyd, R., & Clark, T. N. (2001). The city as an entertainment machine. İçinde K. F. Gotham (Ed.), *Critical perspectives on urban redevelopment*. s. 357-378. Elsevier.
- Lorenzen, M., Scott, A. J. ve Vang, J. (2008). Geography and the cultural economy. *Journal of Economic Geography* 8(5), 589-592.
- Lucas, R. E. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of Monetary Economics* 22, 3-42.
- Lundvall, B.-Å. (Ed.) (1992). *National Innovation Systems: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. Pinter Publishers.

- Lyotard, J. F. (2000). *Postmodern Durum*. (3. Baskı, Ahmet Çiğdem Çev.). Vadi Yayınları.
- MacKinnon, D. (2011). Reconstructing scale: Towards a new scalar politics. *Progress in Human Geography*, 35(1), 21-36.
- Madrid-Guijarro, A., Garcia, D., & Van Auken, H. (2009). Barriers to innovation among Spanish manufacturing SMEs. *Journal of Small Business Management*, 47(4), 465-488.
- Markusen, A. (2006) Urban development and the politics of a creative class: Evidence from a study of artists. *Environment and Planning A* 38, 1921-1940.
- Markusen, A., Wassal, G. H., DeNatale, D., & Cohen, R. (2008). Defining the creative economy: Industry and occupational approaches. *Economic Development Quarterly*, 22(1), 24-45.
- Marlet, G. A., & van Woerkens, C. (2005). Tolerance, aesthetics, amenities or jobs? Dutch city attraction to the creative class. Discussion Paper Series/Tjalling C. Koopmans Research Institute.
- Marlet, G., & Van Woerkens, C. (2007). The Dutch creative class and how it fosters urban employment growth. *Urban Studies*, 44(13), 2605-2626.
- Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*. Macmillan.
- Martin-Brelot, H., Grossetti, M., Eckert, D., Gritsai, O., & Kovacs, Z. (2010). The spatial mobility of the 'creative class': A European perspective. *International Journal of Urban and Regional Research*, 34(4), 854-870.
- Martin, R., & Sunley, P. (1998). Slow convergence? The new endogenous growth theory and regional development. *Economic Geography*, 74(3), 201-227.
- Massey, D. (1994). *Space, place and gender*. Polity Press.
- Mayer, H., Hackler, D., & McFarland, C. (2007). Skills, Capital and Connections, Too: A Regional Social Environment Perspective of Women Entrepreneurs. *Canadian Journal of Regional Science*, 30(3), 411-432.
- Mayrhofer, W., Steyrer, J., Meyer, M., Erten, C., Hermann, A., Iellatchitch, A., Mattl, C., & Strunk, G. (2000). Towards a habitus based concept of managerial careers. Paper presented at *the Annual Meeting of the Academy of Management*, Toronto, Canada.

- McGranahan, D. A., Wojan, T. R., & Lambert, D. M. (2011). The rural growth tri-
fecta: outdoor amenities, creative class and entrepreneurial context. *Journal of Economic Geography*, 11(3), 529-557.
- McGranahan, D., & Wojan, T. (2007). Recasting the creative class to examine
growth processes in rural and urban counties. *Regional Studies*, 41(2),
197-216.
- Mellander, C., Florida, R., Asheim, B. T., & Gertler, M. (Eds.). (2014). *The crea-
tive class goes global*. Routledge.
- Müldür, S. K. (2020). Postmodern Kentleşme ve Yaratıcı Ekonomi: İstanbul'da
Medya Endüstrileri. *İdealkent*, 11, 1023-1048.
- Nas Özen, E. (2014). Türkiye'nin Yenilikçi Sınıfı-1: Yenilikçi Sınıf ve Bölgesel
Gelişme İle İlişkisi, TEPAV Politika Notu. TEPAV.
- Nathan, M., & Lee, N. (2013). Cultural diversity, innovation, and entrepreneur-
ship: Firm-level evidence from London. *Economic Geography*, 89(4),
367-394.
- Niedomysl, T., & Hansen, H. K. (2010). What matters more for the decision to
move: Jobs versus amenities. *Environment and Planning A*, 42(7), 1636-
1649.
- OECD, (2008). *International Migration Outlook: SOPEMI 2008 Edition*. OECD.
- OECD, (2015) *OECD innovation strategy 2015: An agenda for policy action*.
OECD
- Østbye, S., Moilanen, M., Tervo, H., & Westerlund, O. (2018). The creative class:
do jobs follow people or do people follow jobs?. *Regional Studies*, 52(6),
745-755.
- O'callaghan, C. (2010). Let's audit Bohemia: A review of Richard Florida's
'creative class' thesis and its impact on urban policy. *Geography Com-
pass*, 4(11), 1606-1617.
- Özsöz, C ve Baran, A. (2011). Pratik, Kültür, Sermaye, Habitus ve Alan
Teorileriyle Pierre Bourdieu Sosyolojisi. İçinde Suğur, S. ve Baran, A.
(Eds), *Sosyolojide Yakın Dönem Gelişmeler*. s. 2-21. Anadolu Üniversi-
tesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.

- Palabıyık, A. (2011). Pierre Bourdieu Sosyolojisinde “Habitus”, “Sermaye” ve “Alan” Üzerine. *Liberal Düşünce*, 16 (61-62), 121-141.
- Peck, J. (2005) Struggling with the creative classes. *International Journal of Urban and Regional Research* 29, 740-770.
- Perez, C. (2010). Technological revolutions and techno-economic paradigms. *Cambridge Journal of Economics*, 34(1), 185-202.
- Petrov, A. N. (2007). A Look beyond Metropolis: Exploring Creative Class in the Canadian Periphery. *Canadian Journal of Regional Science*, 30(3), 451-474.
- Pike, A., Rodríguez-Pose, A., & Tomaney, J. (2017). *Local and regional development*. 2. Baskı. Routledge.
- Piore, M. J., & Sabel, C. F. (1984). *The second industrial divide*. Basic Books.
- Pohl, T. (2008). Distribution Patterns of the Creative Class in Hamburg: Openness to Diversity as a Driving Force for Socio-Spatial Differentiation? *Erdkunde*, 62(4), 317-328.
- Porter, M. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
- Porter, M. (1998). Clusters and the new economics of competition. *Harvard Business Review*. 76 (6), 77-90.
- Power, D., & Scott, A. J. (Eds.). (2004). *Cultural industries and the production of culture*. Routledge.
- Pratt, A. C. (1997). The cultural industries production system: a case study of employment change in Britain, 1984-1991. *Environment and Planning A*, 29(11), 1953-1974.
- Pratt, A. C. (1999). The cultural industries: the case of new media in world cities. *Journal of Cultural Economics*, 1(4), 1-10.
- Pratt, A. C. (2004). The cultural economy: A call for spatialized ‘production of culture’ perspectives. *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 117-128.
- Pratt, A. C. (2005). Cultural industries and cultural policy: an oxymoron. *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), 31-44.

- Pratt, A. C. (2008). Creative cities: the cultural industries and the creative class. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 90(2), 107-117.
- Pratt, A. C. (2011). An economic geography of the cultural industries. İçinde Leyshon, A., Lee, R., McDowell, L. & Sunley, P. (Eds) *The SAGE Handbook of Economic Geography*, s. 322-337. Sage.
- Pret, T., Shaw, E., & Drakopoulou Dodd, S. (2016). Painting the full picture: The conversion of economic, cultural, social and symbolic capital. *International Small Business Journal*, 34(8), 1004-1027.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster.
- Qian, H., Acs, Z. J., & Stough, R. R. (2013). Regional systems of entrepreneurship: the nexus of human capital, knowledge and new firm formation. *Journal of Economic Geography*, 13(4), 559-587.
- Quigley, J. M. (1998). Urban diversity and economic growth. *Journal of Economic Perspectives*, 12(2), 127-138.
- Rauch, J. E. (1993). Productivity gains from geographic concentration of human capital: evidence from the cities. *Journal of Urban Economics*, 34(3), 380-400.
- Romer, P. M. (1986). Increasing returns and long-run growth. *Journal of Political Economy*, 94(5), 1002-1037.
- Rosenbaum, M. S. (2006). Exploring the social supportive role of third places in consumers' lives. *Journal of Service Research*, 9(1), 59-72.
- Rosenbaum, M. S., & Massiah, C. (2011). An expanded servicescape perspective. *Journal of Service Management*, 22(4), 471-490.
- Savage, M., Devine, F., Cunningham, N., Taylor, M., Li, Y., Hjellbrekke, J., Le Roux, B., Friedman, S. and Miles, A., (2013), A new model of social class? Findings from the BBC's Great British Class Survey experiment', *Sociology*, 47 (2), 219-250.
- Saxenian A. (2000). *Silicon Valley's new immigrant entrepreneurs*. Public Policy Inst of California Working Paper No. 15, University of California-San Diego. <https://escholarship.org/uc/item/88x6505q>

- Saxenian, A. (2006). *The new argonauts: Regional advantage in a global economy*. Harvard University Press.
- SBB (2019). *On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)*. Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/07/On_Birinci_Kalkinma_Planı-2019-2023.pdf.
- Schumpeter, J. A. (1954) *History of Economic Analysis*. George Allen and Unwin.
- Schumpeter, J. A. (1961) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, Oxford University Press.
- Scott, A. J. (1988). Flexible production systems and regional development: the rise of new industrial spaces in North America and Western Europe. *International Journal of Urban and Regional Research*, 12(2), 171-186.
- Scott, A. J. (1997). The cultural economy of cities. *International Journal of Urban and Regional Research*, 21(2), 323-339.
- Scott, A.J. (2003). *The Cultural Economy of Cities: Essays on the Geography of Image Producing Industries*. Sage.
- Scott, A. J. (2004). Cultural-products industries and urban economic development: prospects for growth and market contestation in global context. *Urban Affairs Review*, 39(4), 461-490.
- Scott, A. J. (2006). Creative cities: Conceptual issues and policy questions. *Journal of Urban Affairs*, 28(1), 1-17.
- Scott, A. J. (2010). Cultural economy and the creative field of the city. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, 92(2), 115-130.
- Scott, A.J. (2014) Beyond the creative city: cognitive-cultural capitalism and the new urbanism. *Regional Studies* 48, 565-578.
- Seçilmiş, E. İ. (2015). Türkiye’de yaratıcı endüstrilerin kümelenmesi. *Ege Akademik Bakış*, 15(1), 9-18.
- Shapiro, J. M. (2006). Smart cities: quality of life, productivity, and the growth effects of human capital. *The Review of Economics and Statistics*, 88(2), 324-335.

- Simon, C. J. (1998). Human capital and metropolitan employment growth. *Journal of Urban Economics*, 43(2), 223-243.
- Solow, R. M. (1956). A contribution to the theory of economic growth. *The Quarterly Journal of Economics*, 70(1), 65-94.
- Spigel, B. (2016). Bourdieu, culture, and the economic geography of practice: entrepreneurial mentorship in Ottawa and Waterloo, Canada. *Journal of Economic Geography*, 17 (2), 287-310.
- STB (2019). *2023 Sanayi ve Teknoloji Stratejisi*. T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. <https://www.sanayi.gov.tr/assets/pdf/SanayiStratejiBelgesi2023.pdf>
- Sternberg, R. (2009). Regional dimensions of entrepreneurship. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(4), 211-340.
- Stimson, R., Stough, R. R., & Salazar, M. (2009). *Leadership and Institutions in Regional Endogenous Development*. Edward Elgar Publishing.
- Stolarick, K. (2012) 3T Overview RSM 2115. January 23, 2012 Tarihli Sunum, Toronto: Martin Prosperity Institute.
- Stolarick, K. (2014). The Creative Class ‘Down Under’: Exploring the Creative Class Theory in Australia. İçinde Florida, R., & Mellander, C. (Eds). *The creative class goes global*. s. 243-261. Routledge.
- Stolarick, K., Lobo, J., & Strumsky, D. (2011). Are creative metropolitan areas also entrepreneurial?. *Regional Science Policy & Practice*, 3(3), 271-287.
- Stoper, M. (1997). *The Regional World: Territorial Development in a Global Economy*. The Guilford Press.
- Storper, M. (2013), *Keys to the City: How Economics, Institutions, Social Interactions, and Politics Shape Development*. Princeton University Press.
- Storper, M. & Walker, R. (1989). *The Capitalist Imperative: Territory, Technology, and Industrial Growth*. Basil Blackwell.
- Storper, M. and Scott, A.J. (2009) Rethinking human capital, creativity and urban growth. *Journal of Economic Geography* 9, 147-67.
- Stough, R.R., Stimson, R.J. ve Nijkamp, P. (2011), An Endogenous Perspective on Regional Development and Growth. İçinde Kourtiti, K., Nijkamp, P. ve Stough, R. R., (Eds.) *Drivers of Innovation, Entrepreneurship and*

- Sunata, U. (2014). Tersine Beyin Göçünde Sosyal Ağların Rolü: Türkiyeli Mühendislerin Almanya'dan Geriye Göç Deneyim ve Algıları. *Türk Psikoloji Yazıları*, 17(34), 85.
- Tiruneh, E. A., Sacchetti, S., & Tortia, E. C. (2021). The effect on economic development of creative class versus human capital: panel evidence from German regions. *European Planning Studies*, 29(1), 75-93.
- Tiruneh, E.A., Sacchetti, S., Totia, E. (2018), Do Art Experts (Bohemians) Attract High-Skilled Professionals? Evidence From Panel Data in German Regions, *Competition & Change*, 22 (1), 81-97.
- Töre-Özkan, E. (2010), *İstanbul'da Kültür Ekonomisine Yön veren Dinamikler: İstanbul Film Endüstrisi*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Ullman, E.L. (1958). Regional development and the geography of concentration. *Papers and Proceedings of the Regional Science Association* 4, 179-198.
- Ulusoy, G., Alpkan, L., Kılıç, K., & Öner, A. (2008). İmalat sanayiinde inovasyon modelleri ve uygulamaları. TÜBİTAK Proje No: SOBAG-105K105, İstanbul.
- UNCTAD & UNDP. (2008). *Creative economy report 2008: The challenge of assessing the creative economy: Towards informed policy-making*. United Nations.
- UNCTAD & UNDP (2010). *Creative economy report 2010: Creative economy: A feasible development option*. United Nations.
- UNDP (2019). *2019 İnsani gelişme raporu: 21. yüzyılda insani gelişmedeki eşitsizlikler*. UNDP.
- UNESCO & UNDP. (2013). *Creative Economy Report 2013 Special Edition: Widening Local Development Pathways*. UNDP & UNESCO.
- van Aalst, I., Atzema, O., Boschma, R., & van Oort, F. (2014). The Creative Class, Related Variety and Economic Growth in Dutch City-Regions. İçinde Mellander, C., Florida, R., Asheim, B. T., & Gertler, M. (Eds.). *The creative class goes global*. s. 164-182. Routledge.
- Vossen, D., Sternberg, R., & Alfken, C. (2019). Internal migration of the 'creative class' in Germany. *Regional Studies*, 53(10), 1359-1370.

- Westlund, H. & Calidoni, F. (2010), The Creative Class, Social Capital and Regional Development in Japan. *Review of Urban & Regional Development Studies*. 22 (2/3), 89-108.
- Westlund, H., & Calidoni, F. (2014). Regional development and the creative class in Japan. İçinde Mellander, C., Florida, R., Asheim, B. T., & Gertler, M. (Eds.). *The Creative Class Goes Global*. s. 262-282. Routledge.
- WIPO, (2019) *The Global Innovation Index 2019: Creating Healthy Lives-The Future of Medical Innovation*. Cornell University, INSEAD, and World Intellectual Property Organization (WIPO), Geneva.
- WIPO, (2024). *Global Innovation Index 2024: Unlocking the Promise of Social Entrepreneurship*. World Intellectual Property Organization (WIPO).
- Wojan, T. R., Lambert, D. M., & McGranahan, D. A. (2007). Emoting with their feet: Bohemian attraction to creative milieu. *Journal of Economic Geography*, 7(6), 711-736.
- WOS Veri Tabanı, (2025). Web of Science (WOS) database. <https://www.webof-science.com/wos/woscc/summary/dabe0af4-c4dc-4ac6-9eba-2d4b0a-8a18b2-26bec2dc/relevance/1>
- Wright, E. O. (2015). *Understanding class*. Verso.
- Yardımcı, A. (2016). İçerdiği Faaliyet Gruplarına Göre Türkiye'deki Yaratıcı Endüstri Üzerine Bir Çalışma. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 53(613), 65-77.
- Yavan, N. (2006) *Türkiye'de Doğrudan Yabancı Yatırımların Lokasyon Seçimi*. İktisadi Araştırmalar Vakfı Yayınları.
- Yavan, N. (2011) Teşviklerin Bölgesel Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Ampirik Bir Analiz, *Ekonomik Yaklaşım*, 22, (81), 65-104.
- Yavan, N. (2013). Küresel kriz sonrası bölgesel kalkınma politikalarında yeni yaklaşımlar: Dünya Bankası, Avrupa Birliği ve OECD'nin yaklaşımları. İçinde A. Demirci ve Y. Arı (Eds) *Coğrafyacılar Derneği Yıllık Kongresi Bildiriler Kitabı*. s. 520-534). Coğrafyacılar Derneği.
- Yavan, N. (2014) Örneklem ve Örnekleme Yöntemleri. İçinde Y. Arı ve İ. Kaya (Eds) *Coğrafya Araştırma Yöntemleri*, s. 155-174, Coğrafyacılar Derneği.

- Yavan, N. (2018) *KOP Bölgesi Girişimcilik ve Yenilik İhtiyaç Analizi*. Kalkınma Bakanlığı KOP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı.
- Yavan, N., Cansız, M., & Karanfil, N. (2023). Yaratıcı Sınıfın Girişimcilik Potansiyeli: Demografi, Beşerî Sermaye ve Mekân. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 22(3), 619-663.
- Yavan, N., & Anlı, C. K. (2023). Tüketim mekânlarının ve üçüncü yerlerin analizinde yeni bir kavram ve çerçeve önerisi: “mekânyer”. *Türk Coğrafya Dergisi*, (84), 7-26.
- Zhang, C. (2020). Skill diversity of cities and entrepreneurship. *Regional Studies*, 54(3), 403-414.
- Zhao, K., Zhang, Y., & Zhao, J. (2020). Exploring the Complexity of Location Choices of the Creative Class in Europe: Evidence from the EU Labor Force Survey 1995–2010. *Sustainability*, 12(4), 1687.
- Zukauskaitė, E., Trippl, M., & Plechero, M. (2017). Institutional thickness revisited. *Economic Geography*, 93(4), 325-345.



EKLER

EK 1: YENİLİKÇİ SINIF ARAŞTIRMASI ANKET SORULARI

BÖLÜM 1 - FİRMA BİLGİLERİ VE KİŞİSEL BİLGİLER

S1. Cinsiyet SORMADAN İŞARETLEYİNİZ	
Kadın	
Erkek	

S2. Yaşınızı öğrenebilir miyim? YAŞI GİRİNİZ: -----	
20 yaş altı	
20-29	
30-39	
40-49	
50+	

S3. Eğitim düzeyinizi teyit edebilir miyim? EN AZ DÖRT YILLIK ÜNİVERSİTE MEZUNU OLMALIDIR	
Üniversite	
Yüksek Lisans	
Doktora	
Diğer	

S4. Firmanızın açık adı: ----- TAM ADI YAZINIZ	
---	--

S5. Mevcut işinizde ne kadar süredir çalışıyorsunuz?	
NOT: 1 YIL ALTINDA KIDEMİ OLANLARLA RANDEVU ALINMAMIŞ OLMALIDIR	
Yıl:..... Ay:	

S6. Unvanınız: ----- Bu göreviniz çerçevesinde yöneticilik yapıyor musunuz?	
Yönetici	
Diğer	

S7. Firmanızın türü: -----	
AR-GE Merkezi	
Teknopark	
Tasarım Merkezi	

S8. Firmanız kaç yılından beri AR-GE Merkezidir /Teknoparkta faaliyet göstermektedir/Tasarım Merkezidir? YIL OLARAK YAZINIZ	
.....	

S9. Firmanın bulunduğu il (SORMADAN CEVAPLAYIN. TEK CEVAP)

1 Ankara	2 Bursa	3 Eskişehir	4 İstanbul	5 İzmir	6 Kayseri	7 Kocaeli
8 Konya	9 Manisa	10 Sakarya	11 Tekirdağ	12 Antalya	13 Mersin	14 Denizli

S10. Firmanızın faaliyet gösterdiği mekân (SORMADAN İŞARETLEYİN. RANDEVU ALIMINDA BU BİLGİ GİRİLMİŞ OLMALIDIR)

1 OSB (Organize Sanayi Bölgesi)	2 TGB (Teknoloji Geliştirme Bölgesi, Teknopark, Teknokent)	3 Plaza/İş Merkezi
4 Diğer Sanayi Bölgesi	5 Kent Merkezi (Merkez İlçeler)	6 Kent Çevresi (Çevre İlçeler vs.)
7 Diğer ...(Belirtiniz)		

(S10'DA 1'İ İŞARETLEYENLER İÇİN) -TEYİT AMAÇLI**S11. Firmanızın bulunduğu Organize Sanayi Bölgesi'ni açık olarak****belirtin:.....****(S10'DA 2'Yİ İŞARETLEYENLER İÇİN) -TEYİT AMAÇLI****S12. Firmanızın faaliyet gösterdiği Teknoparkı açık olarak****belirtin:.....****S13. Çalıştığınız firma yapısını belirtir misiniz?**

Yabancı firma	1
Yabancı ortaklı firma	2
Tüm ortakları Türk vatandaşı olan firma	3
Diğer (Lütfen Belirtiniz:.....)	4

S14. Aşağıdakilerden hangisi çalıştığınız firmayı en iyi şekilde tasvir eder?

Aile işletmesi mi?	1 Evet 2 Hayır
Yöneticileri profesyonel mi?	1 Evet 2 Hayır 3 Kısmen (hem aile hem profesyonel)
Kurumsal bir şirket mi?	1 Evet 2 Hayır 3 Kısmen
Firmanın farklı ülkelerde yatırımı var mı?	1 Evet 2 Hayır

S15. Çalıştığınız firmada kaç kişi çalışmaktadır? Lütfen firmanızı tümüyle düşünerek bir sayı veriniz. SAYI GİRİNİZ:.....

1-9 Kişi Çalışan	1	10-49 Kişi Çalışan	2	50-249 Kişi Çalışan	3
250+ Kişi Çalışan	4				

S16. Firma çalışanlarından kaç AR-GE/ TASARIM/TEKNOLOJİ konusunda çalışmaktadır? SAYI GİRİNİZ:.....

S17. Çalıştığınız firma düzenli olarak ihracat yapmakta mıdır?

Evet	1	Hayır	2
------	---	-------	---

S18. Çalıştığınız firmanın kendine ait veya ortak patenti varsa sayısını belirtir misiniz? SAYI GİRİNİZ:.....

Bilmiyorum/fikrim yok	99	Şirketimize ait bir patent yok	98
-----------------------	----	--------------------------------	----

S19. Yeni patent başvurusu ya da kısa zamanda yapılacak patent başvurusu var mı?

Bilmiyorum/fikrim yok	99	Şirketimize ait bir patent yok	98
(Yeni) Patent Başvurusu:	Var (1)	Yok (2)	
Kısa Zamanda Yeni Patent Başvurusu Yapılacak (Çalışılıyor)	Var (1)	Yok (2)	

S20. Çalıştığınız firma hangi sektörde faaliyet göstermektedir? (ÇOK CEVAP)

Denizcilik	1	Kimya	20
Havacılık	2	Kozmetik	21
Sağlık	3	Lastik-Plastik	22
Ambalaj	4	Madencilik	23
Bankacılık ve Finans	5	Makine ve Teçhizat İmalatı	24
Bilişim, Bilgi ve İletişim Teknolojileri	6	Medya ve İletişim	25
Cam ve Seramik Ürünleri	7	Mobilya	26
Çimento ve Çimento Ürünleri	8	Otomotiv	27
Dayanıklı Tüketim Malları	9	Otomotiv Tasarımı ve Mühendislik	28
Demir ve Demir Dışı Metaller	10	Otomotiv Yan Sanayi	29
Deri Teknolojileri	11	Perakendecilik	30
Elektrik-Elektronik	12	Petrol ve Petrol Ürünleri	31
Enerji	13	Savunma Sanayi	32
Gıda	14	Tarım	33
Hayvancılık	15	Tekstil	34
İklimlendirme	16	Tıbbi Cihazlar	35
İlaç	17	Ulaştırma ve Lojistik	36
İnşaat	18	Yazılım	37
Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri	19	Diğer (belirtiniz:.....)	38

BÖLÜM 2: DEMOGRAFİ VE KÜLTÜREL SERMAYE: Şimdi sizi ve ailenizi biraz daha yakından tanımaya yönelik birtakım sorularımı yanıtlamanızı rica ederim.

S21. Doğum yeriniz?

İl:

S22. Üniversite eğitimi öncesi yaşadığınız şehir hangisidir? (birden fazla ise en son yaşadığınız)

İl:.....

S23. Medeni durumunuz?

Evli 1 Bekar 2 Dul/Boşanmış 3

S24. Çocuğunuz var mı?

Evet var 1 Hayır yok 2

S25. İkamet ettiğiniz ilçe neresidir? (açık yazınız) :

S26. Annenizin eğitim durumunu nedir?

S27. Babanızın eğitim durumunu nedir?

	S26	S27
Okula gitmemiş	1	1
İlkokul	2	2
Ortaokul	3	3
Lise	4	4
Yüksek Okul	5	5
Üniversite	6	6
Yüksek Lisans	7	7
Doktora	8	8

S28. Anneniz çalışıyorsa mevcut işini veya son olarak gerçekleştirdiği işini belirtir misiniz?

(CEVAPLARI OKUMAYIN. TEK CEVAP) Emekli ise daha önceki işini sorun.

S29. Babanız çalışıyorsa mevcut işini veya son olarak gerçekleştirdiği işini belirtir misiniz?

(CEVAPLARI OKUMAYIN. TEK CEVAP) Emekli ise daha önceki işini sorun.

AÇIK OLARAK YAZINIZ:	S28	S29
		...
Sanatçı (Tiyatro, bale, ressam, müzik ve diğer)	1	1
Sporcu	2	2
Akademik personel (araştırmacı, bilim insanı)	3	3
Girişimci (KOBİ, büyük işletme veya esnaf)	4	4

Kendi Adına Çalışan (Muhasebe, avukat, mali müşavir vs.)	5	5
Kamu Çalışanı (Memur, kamu işçisi, sözleşmeli personel)	6	6
Kamuda Yönetici (Şube müdürü, daire başkanı, genel müdür yardımcısı, genel müdür ve üstü kadrolar)	7	7
Özel Sektör Çalışanı	8	8
Özel Sektörde Yönetici (En az 10 kişinin yöneticisi olma)	9	9
Çiftçi, Hayvancılık /Tarım Sektörü	10	10
Ev Hanımı	11	11
Emekli DAHA ÖNCEKİ İŞİNİ BELİRTİNİZ: K08----- K09-----	12	12
İşsiz	13	13
Diğer (Lütfen Belirtiniz:.....)	14	14

BÖLÜM 3: BEŞERİ SERMAYE ve YETENEK ile TOPLUMSAL CİNSİYET ve ÇALIŞMA HAYATI: Şimdi sizi daha iyi tanıyabilmek adına eğitim ve mesleki tecrübeleriniz ile toplumsal cinsiyet ve çalışma yaşamınıza dair sorular yönelteceğim.

S30. Notlarımızda (S3 SORUSUNDA BELİRTİLEN) mezunu olduğunuz var, doğru mudur?

S31. Liseden mezun olduktan sonra hiç yurtdışında okudunuz mu? Yurtdışı olanlar var ise işaretleyiniz

S32. Üniversite/yüksek lisans / doktora eğitimlerinizi hangi üniversite ya da üniversitelerde tamamladınız?

S33. Üniversite/yüksek lisans / doktora eğitimlerinizi hangi bölüm ya da bölümlerde tamamladınız? (AÇIK UÇLU)

S34. Üniversite/yüksek lisans / doktora eğitimlerinizi hangi yıllarda tamamladınız

	S30	S31	S32	S33	S34
Üniversite	1	Evet 1 Hayır 2			
Yüksek Lisans	2	Evet 1 Hayır 2			
Doktora	3	Evet 1 Hayır 2			

S35. İyi derecede bildiğiniz yabancı dil sayısı kaçtır: Açık olarak yazınız

S36. (S35'DE İYİ DERECEDE BİLDİĞİ BİR YABANCI DİL VARSA SORUNUZ) Hangi dilleri iyi derecede bildiğinizi belirtir misiniz?

Almanca	1
Arapça	2
Flemenkçe	3
İngilizce	4

İtalyanca	5
Japonca	6
Rusça	7
Diğer.....(yazınız)	8

S37. Üniversite mezuniyetinizden sonra mevcut işinizi de saydığımızda toplamda kaç farklı iş yerinde çalıştınız? AÇIK GİRİN.....

S38. Şimdiki işinizden önceki işleriniz hangi ilde ya da illerdeydi?

S39. Şimdiki işinizden önceki işlerinizde ne kadar süre çalıştınız?

S40. Üniversite mezuniyetinizden sonra toplamda ne kadar süredir çalışıyorsunuz?

	S37	S38	S39	S40
Bir	1	Hangi Kent:	Ay.....Yıl	Toplam Süre:..... Ay.....Yıl
İki	2	Hangi Kent:	Ay.....Yıl	Toplam Süre:..... Ay.....Yıl
Üç	3	Hangi Kent:	Ay.....Yıl	Toplam Süre:..... Ay.....Yıl
Dört	4	Hangi Kent:	Ay.....Yıl	Toplam Süre:..... Ay.....Yıl
Beş	5	Hangi Kent:	Ay.....Yıl	Toplam Süre:..... Ay.....Yıl
Altı	6	Hangi Kent:	Ay.....Yıl	Toplam Süre:..... Ay.....Yıl
Yedi	7	Hangi Kent:	Ay.....Yıl	Toplam Süre:..... Ay.....Yıl
Sekiz	8	Hangi Kent:	Ay.....Yıl	Toplam Süre:..... Ay.....Yıl
Dokuz	9	Hangi Kent:	Ay.....Yıl	Toplam Süre:..... Ay.....Yıl
On	10	Hangi Kent:	Ay.....Yıl	Toplam Süre:..... Ay.....Yıl

S41. Üniversite öğrenciliğiniz döneminde AR-GE ya da yenilikçilik ile ilgili bir işte çalıştınız mı?

Evet	1
Hayır	2

S42. (S41'DE EVET DİYENLERE SORUNUZ) Ne kadar süre çalıştınız?

.....Ay.....Yıl

S43. Mevcut iş yerinize dönecek olursak, iş yerinizde yönetici pozisyonunda mısınız?

Evet 1 Hayır 2

(S43'TE EVET DİYENLERE SORUNUZ)

S44. Size okuyacağım hangi yöneticilik seviyesi size uygundur?

<u>Alt düzey yönetici:</u> (5-10 kişiyi yöneten, birim amiri, proje koordinatörü vb.)	1
<u>Orta düzey yönetici:</u> (Birden fazla alt düzey yöneticiyi yöneten, müdür, amir program koordinatörü vb.)	2
<u>Üst düzey yönetici:</u> (Daire başkanı, genel müdür yardımcısı gibi birden fazla orta düzey yöneticiyi yöneten)	3

S45. Bugüne kadar Türkiye dışında bir ülkede maaşlı ya da serbest olarak çalıştınız mı? (EVET DİYENLERE SORUN)

S46. Öyleyse toplamda ne kadar süre yurtdışında çalıştınız?

S45	S46
Evet 1 Hayır 2	Yıl:.... / Ay:.....

S47. Hangi ülke ya da ülkelerde çalıştınız?

S48. Daha önce girişimcilik deneyiminiz oldu mu?

Evet Hayır

S49. (S48'DE EVET DİYENLERE SORUNUZ)

Girişimcilik deneyiminizde devlet desteği (girişimcilik, tekno-girişimcilik gibi) aldınız mı?

Evet Hayır

S50. (S48'DE EVET DİYENLERE SORUNUZ) Yeni bir girişim fikriniz var mı?

Evet Hayır

S51. (S48'DE HAYIR DİYENLERE SORUNUZ)

Girişimci olarak hayata geçirmeyi düşündüğünüz bir fikriniz var mı ?

Evet Hayır

S52. Şu andaki işinizi düşünerek, size okuyacağım ifadelere ne derece katıldığınızı 1 ile 5 arasında puanlar mısınız?

ROTASYON UYGULA	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılmıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Sürekli yeni iş arayışı içindeyim	1	2	3	4	5
Kamuda çalışmak isterim	1	2	3	4	5
Mevcut işimde maaşımdan memnunum	1	2	3	4	5

S53 Size okuyacağım ifadeler yeni bir iş/iş teklifini değerlendirirken sizin için ne derece önemlidir? “1- Hiç önemli değil” “5-Çok önemli” olacak şekilde 1 ile 5 arasında puanlar mısınız?

ROTASYON UYGULA	Hiç Önemli Değil	Önemli Değil	Ne Önemli Ne Değil	Önemli	Çok Önemli
Ücret ve sosyal haklar (sağlık sigortası, giyim yardımı gibi)	1	2	3	4	5
İşyerinin bulunduğu kentin gelişmişlik düzeyinin yüksekliği	1	2	3	4	5
İşyerinin fiziki koşulları	1	2	3	4	5
İşin yerinin bulunduğu yerin (teknopark/OSB/plaza/iş merkezi gibi/sanayi bölgesi gibi) ekonomik, sosyal ve ulaşım imkânları	1	2	3	4	5
Hayat tarzıma müdahale edilmeyecek bir iş ortamı	1	2	3	4	5
Yeterlilik (liyakat) ve başarıya önem veren bir yönetim anlayışı	1	2	3	4	5
Yenilikçi ve yeni projeler geliştirmeye imkân sağlayan bir iş ortamı	1	2	3	4	5
Yeteneklerimin, mesleki bilgi ve donanımın gelişebileceği bir iş ortamı	1	2	3	4	5
Kurumsallaşmış bir şirket olması	1	2	3	4	5
Mesai kavramının esnek olması	1	2	3	4	5
Yurt dışı imkânlarının olması (toplantı, fuar, staj, eğitim vs.)	1	2	3	4	5
Yönetimin sürekli işe müdahale etmediği bir iş ortamı	1	2	3	4	5

S54 Mevcut iş yerinizi düşünerek size okuyacağım ifadeler ne derece katıldığınızı “1- Kesinlikle katılmıyorum” “5-Kesinlikle katılıyorum” olacak şekilde 1 ile 5 arasında puanlar mısınız?

ROTASYON UYGULA	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Yönetim işime sürekli müdahale eder	1	2	3	4	5
Yönetim farklı özelliklerime saygı duyar, yaşam tarzıma göre davranabilirim	1	2	3	4	5
Yönetim çalışanların işle ilgili yenilikçi olmasını teşvik eder	1	2	3	4	5
Yönetim çalışanların girişimci olmasını teşvik eder	1	2	3	4	5
Yönetim çalışanların mesleki yeteneklerini geliştirmesine imkân sağlar	1	2	3	4	5

Yönetim liyakat ve başarıya önem verir	1	2	3	4	5
İşyerinde başarısız olmaktan korkuyorum	1	2	3	4	5
İşsiz kalmaktan korkuyorum	1	2	3	4	5
İşteki stres psikolojik durumumu olumsuz etkiliyor	1	2	3	4	5

S55. Şimdi iş yerinizde çalışan kadın ve erkekleri düşünmenizi rica ediyoruz. İş yerinizi düşündüğünüzde kadın ve erkeklerle ilgili size okuyacağım ifadelere ne derece katıldığınızı 1 ile 5 arasında puanlar mısınız?

ROTASYON UYGULA	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Çalıştığım yerde kadınlarla erkeklerle eşit davranılmaktadır.	1	2	3	4	5
Çalıştığım yerde bir kadın terfi almak için bir erkekten daha iyi performans göstermek zorundadır.	1	2	3	4	5
Çalıştığım yerde bir erkek aynı işe girebilmek için bir kadından daha fazla şansa sahiptir.	1	2	3	4	5
Bence kadınlarla erkekler yöneticilik pozisyonları için eşit derecede uygundur.	1	2	3	4	5
Bence kadın ve erkekler aynı işi eşit ölçüde gerçekleştirebilirler.	1	2	3	4	5

BÖLÜM 4: SOSYAL SERMAYE -GÜVEN ve NETWORK: Mesleğiniz ve mevcut işinizle ilgili verdiğiniz bilgiler için teşekkür ederim. Şimdi de güven, ilişkiler ve çevreniz hakkındaki bazı konular üzerine görüşmemize devam etmek istiyorum.

S56. Size okuyacaklarıma genel olarak ne derece güvendiğinizi “1- Hiç güvenmiyorum” “5-Çok güveniyorum” olacak şekilde 1 ile 5 arasında puanlar mısınız?					
ROTASYON UYGULA	Hiç güvenmiyorum	Güvenmiyorum	Ne güveniyor ne güvenmiyorum	Güveniyorum	Çok güveniyorum
İş dünyası/özel sektör/patronlar	1	2	3	4	5
Sivil toplum kuruluşları (Vakıf, dernek, sendika gibi)	1	2	3	4	5
Üniversiteler/akademisyenler	1	2	3	4	5
İşyerimdeki (diğer) çalışanlar	1	2	3	4	5
İşyerimdeki (diğer) yöneticiler	1	2	3	4	5
Kamu yöneticileri (bürokrasi)	1	2	3	4	5
Siyaset kurumu	1	2	3	4	5

S57. Size okuyacağım ifadelere ne derece katıldığınızı “1- Kesinlikle Katılmıyorum” “5-Kesinlikle Katılıyorum” olacak şekilde 1 ile 5 arasında puanlar mısınız?					
ROTASYON UYGULA	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
İşlerimi kolaylaştıran etkili/güçlü bir <u>sosyal çevrem</u> vardır	1	2	3	4	5
İşlerimi kolaylaştıran etkili/güçlü bir <u>iş çevrem</u> vardır	1	2	3	4	5
İşlerimi kolaylaştıran etkili/güçlü bir kamu (<u>bürokrasi</u>) <u>çevrem</u> vardır	1	2	3	4	5
İşlerimi kolaylaştıran etkili/güçlü bir <u>siyasi çevrem</u> vardır	1	2	3	4	5

İşlerimi kolaylaştıran etkili/güçlü bir <u>yurtdışı çevrem</u> vardır	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

(S57'DE 4 YA DA 5 İŞARETLİ İFADELER İÇİN SORUNUZ) HER BİR CEVABIN SIRASINI İŞARETLEYİN. İKİ CEVAP VERİLDİĞİNDE DE İKİ CEVAP ARASINDAKİ SİRALAMAAALINSIN

S58. Size okuyacaklarımdan hangi üçü sosyal çevrenize en fazla katkı sağlamaktadır? Cevaplarınızı lütfen en fazla katkı sağlayan 1 olacak şekilde; 1,2 ve 3 olarak sıralayınız.

S59. Size okuyacaklarımdan hangi üçü iş çevrenize en fazla katkı sağlamaktadır? Cevaplarınızı lütfen en fazla katkı sağlayan 1 olacak şekilde; 1,2 ve 3 olarak sıralayınız.

S60. Size okuyacaklarımdan hangi üçü bürokrasi çevrenize en fazla katkı sağlamaktadır? Cevaplarınızı lütfen en fazla katkı sağlayan 1 olacak şekilde; 1,2 ve 3 olarak sıralayınız.

S61. Size okuyacaklarımdan hangi üçü siyasi çevrenize en fazla katkı sağlamaktadır? Cevaplarınızı lütfen en fazla katkı sağlayan 1 olacak şekilde; 1,2 ve 3 olarak sıralayınız.

S62. Size okuyacaklarımdan hangi üçü yurtdışındaki çevrenize en fazla katkı sağlamaktadır? Cevaplarınızı lütfen en fazla katkı sağlayan 1 olacak şekilde; 1,2 ve 3 olarak sıralayınız

	S58 Sosyal Çevre	S59 İş Çevresi	S60 Bürokrasi Çevresi	S61 Siyasi Çevre	S62 Yurtdışı Çevresi
Aile çevresi	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3
Arkadaş çevresi	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3
İş çevresi	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3
Sivil toplum kuruluşları	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3
Sanat, spor ve kitap kulüpleri	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3
Siyasi faaliyet ve gruplar	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3	1,2,3

S63. Herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye misiniz? (mesleki zorunluluk dışındaki üyelikler, STK üyelikleri, sanat, kitap ve/veya spor kulübü üyeliği gibi)

S64. Herhangi bir sendikaya üye misiniz?

	S63	S64
Evet	1	1
Hayır	2	2

BÖLÜM 5: GÖÇ / MOBİLİTE ve YURTDIŞINDA ÇALIŞMA: Şimdi de göç ve yurtdışında yaşamak ve çalışmak ile ilgili bir iki soru ile devam etmek istiyorum.

S65. Size okuyacağım ifadelerle ne derece katıldığınızı “1- Kesinlikle katılmıyorum” “5-Kesinlikle katılıyorum” olacak şekilde 1 ile 5 arasında puanlar mısınız?

ROTASYON UYGULA	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Uygun Değil

1.Daha yüksek bir ücret ile Türkiye’de bulunduğum kentten daha az gelişmiş kentlerde çalışmak isterim	1	2	3	4	5	9
2. Türkiye’de bulunduğum kentten daha gelişmiş kentlerde çalışmak isterim	1	2	3	4	5	9
3.Aktif olarak Türkiye’de daha gelişmiş kentlerde iş ararım	1	2	3	4	5	9
4.Türkiye’de daha gelişmiş kentlerde daha başarılı olurum	1	2	3	4	5	9
5.Yurtdışında çalışmak isterim	1	2	3	4	5	9
6.Aktif olarak yurtdışında iş ararım	1	2	3	4	5	9
7.Yurtdışında daha başarılı olurum	1	2	3	4	5	9

(S65’TE 5 VE 6. SORULARDAN HERHANGİ BİRİNDE 3 YA DA 4 YA DA 5 CEVABI VAR İSE DEVAM EDİNİZ, AKSİ HALDE S68’E GEÇİNİZ)

S66. Şimdi size sayacağım hangi ülke/ülkelerde çalışmayı tercih edersiniz? EN ÇOK ÇALIŞMAK İSTEDİĞİNİZ ÜÇ ÜLKE YA DA BÖLGEYİ SIRASI İLE BELİRTİNİZ (ÇOK CEVAP)

Kuzey Amerika (ABD, Kanada gibi)	Avrupa Ülkeleri (Almanya, İngiltere, İsveç, Fransa gibi) ...
Avustralya	Asya (Japonya, Kore, Çin gibi)
Orta Doğu (Dubai, Arap Emirlikleri gibi)	Diğer : (Lütfen Belirtiniz:.....)

S67. Yurtdışında çalışmak istediğinizi ifade ettiniz, bunun sebebini düşündüğünüzde, size sayacağım Türkiye koşullarının ne kadar etkili olduklarını “1 -Hiç etkili değil “ “ 5 - Çok etkili “ olacak şekilde değerlendirmenizi rica ediyorum.

ROTASYON UYGULA	Hiç etkili değil	Etkili değil	Ne etkili ne değil	Etkili	Çok etkili
Ekonomik yapı ve fırsatlar	1	2	3	4	5
Kamunun hizmet kapasitesi	1	2	3	4	5
Eğitim, öğretim ve kendini geliştirme imkânı	1	2	3	4	5
Özel sektörün yönetim anlayışı ve zihniyeti	1	2	3	4	5
Ar-Ge, yenilik ve teknolojik yapı	1	2	3	4	5
Sosyal ve kültürel yapı	1	2	3	4	5
Demokrasi ve adalet sistemi	1	2	3	4	5
Siyaset kurumunun yapısı	1	2	3	4	5

Sivil Toplum Kuruluşlarının yapısı ve işleyişi	1	2	3	4	5
Diğer : (Lütfen Belirtiniz:.....)	1	2	3	4	5

BÖLÜM 6: TOLERANS, TEKNOLOJİ, GİRİŞİMCİLİK ve YENİLİK: Şimdi de tolerans düzeyi, teknoloji ve yenilik alanı ile girişimcilik konularındaki görüşlerinizi almak istiyorum

S68. Size okuyacağım ifadelere ne derece katıldığınızı “1- Kesinlikle katılmıyorum” “5-Kesinlikle katılıyorum” olacak şekilde 1 ile 5 arasında puanlar mısınız?

ROTASYON UYGULA	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
TOLERANS-HOŞGÖRÜ					
Farklı yaşam tarzlarına karşı toleranslıyım/hoşgörülüymdür	1	2	3	4	5
Farklı düşünce, ideoloji ve inanışlara karşı toleranslıyım/hoşgörülüymdür	1	2	3	4	5
TEKNOLOJİ					
Teknolojiyi yakından takip ederim (iş ilgili, makale, fuar, organizasyon, seminer takip vb.)	1	2	3	4	5
Bir yerde karşılaştığım teknolojiyle işim arasında hızla bağlantı kurar uygulamaya geçerim	1	2	3	4	5
GİRİŞİMCİLİK					
Girişimcilik özelliklerine sahibim (girişken, risk alabilen, yeniliklere açık vb.)	1	2	3	4	5
Gelecekte kendi işimin patronu olacağım	1	2	3	4	5
YENİLİK					
Yaptığım işleri sürekli daha nitelikli ve verimli nasıl yapacağımı araştırırım	1	2	3	4	5
Her durumda yeni bir şeyler düşünür, tartışır ve yapmaya çalışırım	1	2	3	4	5

S69. Yenilikçi ve yaratıcı düşüncelerinizin beslendiği kaynaklara ilişkin olarak aşağıdaki kaynakları puanlar mısınız? “1- Hiç Beslemiyor” “5-Çok Besliyor” olacak şekilde 1 ile 5 arasında puanlar mısınız?

ROTASYON UYGULA	Hiç Beslemiyor	Beslemiyor	Ne besliyor ne beslemiyor	Besliyor	Çok Besliyor
Akademik araştırmalar	1	2	3	4	5

Sosyal medyadan	1	2	3	4	5
Arkadaş çevresinden	1	2	3	4	5
Aile çevresinden	1	2	3	4	5
İş çevresinden	1	2	3	4	5
Müşterilerden	1	2	3	4	5
Diğer firmalardan (tedarikçi ve yüklenici gibi)	1	2	3	4	5
Üniversite ve üniversite araştırma merkezlerinden	1	2	3	4	5
Kamu ve kamu araştırma merkezlerinden	1	2	3	4	5
Kurs, seminer, kongre ve eğitim faaliyetlerden	1	2	3	4	5
Çalıştığım işyeri	1	2	3	4	5
Çalıştığım işyerinin bulunduğu mekân (OSB, teknopark, kent merkezi, sanayi bölgesi gibi.)	1	2	3	4	5
Yaşadığım şehir	1	2	3	4	5
Diğer (yazınız lütfen)	1	2	3	4	5

S70. İşinizle ilgili dünyadaki gelişmeleri hangi kanallardan takip ettiğinize ilişkin puanlama yapar mısınız?

“1- Hiç takip etmiyorum” “5- Yakından takip ediyorum” olacak şekilde 1 ile 5 arasında puanlar mısınız?

ROTASYON UYGULA	Hiç Takip Etmiyorum	Takip Etmiyorum	Ne takip ediyorum ne etmiyorum	Takip Ediyorum	Yakından Takip Ediyorum
Akademik araştırmalar	1	2	3	4	5
Sosyal medyadan	1	2	3	4	5
Uluslararası medya	1	2	3	4	5
Firmaların açık inovasyon faaliyetleri	1	2	3	4	5
İnternet araştırmaları (teknik siteler vb.)	1	2	3	4	5
İş çevresi	1	2	3	4	5
Uluslararası kuruluşlar	1	2	3	4	5
Sosyal çevre	1	2	3	4	5
Diğer (yazınız lütfen)....	1	2	3	4	5

BÖLÜM 7: MEKÂN: Bu bölümde yaşadığınız kente, çalıştığınız bölgeye ve işyerinize dair mekânsal ve lokasyonel tercihlerinizi öğrenmek istiyoruz.

S71. Şimdi iş yerinizi düşünmenizi rica ediyoruz. İş yerinizi düşündüğünüzde size okuyacağım ifadelere ne derece katıldığınızı “1- Kesinlikle Katılmıyorum” “5-Kesinlikle Katılıyorum” olacak şekilde 1 ile 5 arasında puanlar mısınız?

ROTASYON UYGULA	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Çalıştığım işyeri genel olarak çevreme hoşgörü/tolerans düzeyimi artırıyor	1	2	3	4	5
Çalıştığım işyeri yenilikçilik kapasitemi geliştiriyor (yenilikçi yönüm sürekli gelişiyor)	1	2	3	4	5
Çalıştığım işyeri girişimcilik kapasitemi geliştiriyor (girişimcilik tecrübesi, piyasayı tanıma, işlerin nasıl yapıldığını öğrenme, satış ve pazarlama konusunda bilgim artıyor)	1	2	3	4	5
Çalıştığım işyeri mesleki yeteneklerimin gelişmesini sağlıyor (yeni vasıflar/yetenekler kazandırmakta)	1	2	3	4	5
Çalıştığım işyeri sosyal ve kültürel faaliyetlerimin gelişmesini sağlıyor	1	2	3	4	5

S72. Şimdi ise işinizin bulunduğu yeri (OSB, teknopark, sanayi bölgesi gibi içinde bulunulan lokasyonu ve bölgedeki imkânlar, restoran-cafe-pub) düşünmenizi rica ediyoruz. İşinizin bulunduğu yeri düşünerek size okuyacağım ifadelere ne derece katıldığınızı “1- Kesinlikle katılmıyorum” “5-Kesinlikle katılıyorum” olacak şekilde 1 ile 5 arasında puanlar mısınız?

ROTASYON UYGULA	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
İşin bulunduğu yer genel olarak çevreme hoşgörü/tolerans düzeyimi artırıyor	1	2	3	4	5
İşin bulunduğu yer yenilikçilik kapasitemi geliştiriyor	1	2	3	4	5
İşin bulunduğu yer girişimcilik kapasitemi geliştiriyor	1	2	3	4	5
İşin bulunduğu yer mesleki yeteneklerimin gelişmesini sağlıyor	1	2	3	4	5
İşin bulunduğu yer sosyal ve kültürel faaliyetlerimin gelişmesini sağlıyor	1	2	3	4	5

S73. Yaşadığınız yeri düşünerek (kentin; sağladığı yaşam koşulları, ekonomik, sosyal ve kültürel altyapısı, üniversitelerinin faaliyetleri, sanatsal ve kültürel imkânlar, sivil toplum kuruluşlarının faaliyetleri, restoran-cafe-pub gibi mekânların bulunması gibi) size okuyacağım ifadelere ne derece katıldığınızı “1- Kesinlikle katılmıyorum” “5-Kesinlikle katılıyorum” olacak şekilde 1 ile 5 arasında puanlar mısınız?

ROTASYON UYGULA	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Yaşadığım kent genel olarak çevreme hoşgörü/tolerans düzeyimi artırıyor	1	2	3	4	5
Yaşadığım kent yenilikçilik kapasitemi geliştiriyor	1	2	3	4	5
Yaşadığım kent girişimcilik kapasitemi geliştiriyor	1	2	3	4	5
Yaşadığım kent mesleki yeteneklerimin gelişmesini sağlıyor	1	2	3	4	5
Yaşadığım kent sosyal ve kültürel faaliyetlerimin gelişmesini sağlıyor	1	2	3	4	5

BÖLÜM 8: SOSYAL YAŞAM VE MUTLULUK: Bu bölümde sosyal hayatınıza dair birkaç soru yanıtlamanızı rica ediyorum.

S74. Size okuyacağım aktivitelerden hangilerini yaptığınızı, yapma sıklığınız ile birlikte belirtir misiniz?

Sinemaya, konser, gösteri gibi etkinliklere gitmek	1. Hiç Katılmam	2 Ayda ortalama kez
Tiyatro, opera, bale, resim sergisi gibi etkinliklere katılma	1. Hiç Katılmam	2 Ayda ortalama kez
Dışarıda yemek yeme (aile ve ya arkadaşlarla)	1. Hiç Katılmam	2 Ayda ortalama kez
Bar-Pub-Gazino gibi eğlence yerlerine gitme	1. Hiç Katılmam	2 Ayda ortalama kez
Sportif aktiviteler (spor yapma)	1. Hiç yapmam	2 Ayda ortalama saat
Sanatsal Faaliyetler (icra etme)	1. Hiç yapmam	2 Ayda ortalama saat
Yurtdışı tatil	1. Hiç yapmam	2 Yılda ortalama kez

S75. Sosyal ve kültürel yaşamınızı düşündüğünüzde genel olarak ne kadar mutlu olduğunuzu “1- Hiç mutlu değilim” “5-çok mutluyum” olacak şekilde 1 ile 5 arasında puanlar mısınız?

Hiç Mutlu Değilim	Mutlu Değilim	Ne Mutluyum Ne Değilim	Mutluyum	Çok Mutluyum
1	2	3	4	5

S76. İş yaşamınızı düşündüğünüzde genel olarak ne kadar mutlu olduğunuzu “1- Hiç mutlu değilim” “5-Çok mutluyum” olacak şekilde 1 ile 5 arasında puanlar mısınız?

Hiç Mutlu Değilim	Mutlu Değilim	Ne Mutluyum Ne Değilim	Mutluyum	Çok Mutluyum
1	2	3	4	5

BÖLÜM 9: EKONOMİK SERMAYE: Bu bölümde gelirinize ilgili bazı sorular soracağız, tekrar hatırlatmak isterim ki bizimle paylaştığınız tüm veriler gizli kalacak ve sadece analiz amaçlı kullanılacaktır.

S77. Menkul ve gayrimenkul değerler dâhil sahip olduğunuz varlıklarınızın toplam ekonomik değeri yaklaşık hangi aralıktadır? (Arsa, ev araba, tüm nakdi ve gayri nakdi menkulleri düşününüz)	50 Bin TL ve Altı	1
	50.001 - 100.000 TL	2
	100.001 – 500.000 TL	3
	500.001 – 1.000.000 TL	4
	1.000.001- 5.000.000 TL	5
	5.001.000 ve üstü TL	7

S78. İş yerinizden elde ettiğiniz aylık net geliriniz (ek kazançlarınız, kira ve faiz gelirleriniz hariç) size okuyacağım hangi tutar aralığına girer?

4.000 TL ve altı	1	12.001 – 16.000 TL	5
4.001 – 6.000 TL	2	16.001 – 20.000 TL	6
6001 – 8.000 TL	3	20.001 TL ve üstü	7
8.001 – 12.000 TL	4	Cevap yok	99

S79. Değerli görüşleriniz ve vaktiniz için teşekkür ederiz. Çalışmanın başında da belirttiğimiz gibi, bu çalışmada bizimle paylaştığınız tüm veriler kişisel bilgilerinizden bağımsız olarak sadece analiz amaçlı kullanılacaktır. Ancak eğer siz izin vererseniz, bu çalışmada verdiğiniz cevapları üçüncü partilerle paylaşmamız mümkün olabilecektir. Bu cevaplarınız doğrultusunda yine araştırma konusu ile ilgili olarak başka toplantılara davet edilebilirsiniz ya da yine bu izin çerçevesinde başka araştırmalara davet edilebilir, konu ile ilgili olarak tekrar aranabilirsiniz. Buna izin veriyor musunuz?

Evet	1	
Hayır	2	

EK 2: Yenilikçi Sınıf Araştırması Derinlemesine Görüşme (Mülakat) Soruları

Merhaba,

Öncelikle görüşmeyi kabul ettiğiniz için tekrar teşekkür ederiz. Bu araştırmaya yapacağınız katkılar için şimdiden teşekkür ederiz. Çalışmada vereceğiniz bilgilerin ESOMAR kodları gereğince gizli kalacağını ve sadece toplu olarak analiz amaçlı kullanılacağını hatırlatmak isteriz.

Müsaadenizle görüşmemimize genel birkaç soru ile başlamak istiyorum

Görüşülen Kişinin Detayları	
Görüşülen kişinin adı:	
Görüşülen kişinin soyadı:	
Görüşme tarihi:	
Görüşme yeri:	
Görüşme başlangıç saati:	
Görüşülen kişinin unvanı:	
Görüşülen kişinin çalıştığı il:	
Görüşülen kişinin çalıştığı yer:	1 Teknopark 2 AR-GE Merkezi 3 Tasarım Merkezi
Görüşülen kişinin cinsiyeti:	1 Kadın 2 Erkek
Görüşülen kişinin yaşı	1 - 20 -29 2 - 30 -39 3 - 40 -49 4 - 50 +
Görüşülen kişinin görevi	1 Yönetici 2 Diğer

1. A) Sizce “yenilikçilik” nedir? Yenilikçi insanlar dediğimizde kafanızda neler canlanıyor? B) Bu yenilikçi insanları diğerlerinden ayıran özellikler nelerdir?

2. A) Kendinizi yenilikçi olarak tanımlar mısınız? B1) (Evet ise) Sizi yenilikçi kılan unsurlar neler? B1) (Hayır ise) Kendinizi neden yenilikçi olarak tanımlamazsınız? Yenilikçi olmak için nelere ihtiyacınız var?

3. A) Yenilikçiliğinizi koruyabilmek ya da geliştirebilmek için şu an uygun şartlara sahip misiniz? B) Sahip olduğunuz şartlar nelerdir, anlatabilir misiniz? B) Sahip olmadığınız şartlar nelerdir, anlatabilir misiniz?

4. A) Alanınızdaki teknolojik gelişmeleri/yenilikleri takip eder misiniz? B) (Evet ise) Nasıl ve hangi kanallardan takip edersiniz?

5. A) Mevcut işyerinizin sizin yeteneklerinize ile teknoloji ve yenilik kapasitenize olumlu/olumsuz etkisi nedir? B) Mevcut işyeri bölgenizin (teknopark, OSB, sanayi bölgesi, kent merkezi v.b.) etkisi nedir? C) Yaşadığınız kentin etkisi nedir?

6. A) Mevcut işyerinizin sizin tolerans/hışgörü düzeyinize olumlu/olumsuz etkisi nedir? B) Mevcut işyeri bölgenizin (teknopark, OSB, sanayi bölgesi, kent merkezi v.b.) etkisi nedir? C) Yaşadığınız kentin etkisi nedir?

7. A) Çalışma hayatınızda karşılaştığınız kadın-erkek eşitliği konusundaki olumlu/olumsuz deneyimlerinizi anlatabilir misiniz? B) Mevcut iş yerinizdeki kadın-erkek eşitliğine ilişkin olumlu/olumsuz deneyimlerinizi anlatabilir misiniz? C) Mevcut iş yeri bölgenizdeki (teknopark, OSB, sanayi bölgesi, kent merkezi vd.) durum nasıldır? D) Yaşadığınız kent için nasıldır?

8. A) Sizce kadın ve erkekler çalışma koşulları, yöneticilik kapasiteleri, terfi ve maaş açısından eşitler mi? B) Eşit olma/olmama nedenleri sizce nelerdir? C) Nasıl olmalıdır?

9. A) Girişimcilik hakkında ne düşünüyorsunuz? B) Girişimci olmak size uygun mudur? Kendinizi gelecekte girişimci olarak düşünüyor musunuz? Neden?

10. A) Mevcut işyerinizin girişimcilik ile ilgili düşüncelerinize etkisi nedir? B) Mevcut işyeri bölgenizin (teknopark, OSB, sanayi bölgesi, kent merkezi vd.) etkisi nedir? C) Yaşadığınız kentin etkisi nedir?

11. A) Türkiye’de farklı bir kentte çalışmak ve yaşamak ister misiniz? B) Neden istersiniz/istememezsiniz? C) Bu isteğinizde çalıştığınız işyerindeki hangi koşulların nasıl etkili olduğunu anlatabilir misiniz? D) Mevcut işyeri bölgenizdeki (teknopark, OSB, sanayi bölgesi, kent merkezi vd.) hangi koşulların nasıl etkili olduğunu anlatabilir misiniz? E) Yaşadığınız kentteki hangi koşulların nasıl etkili olduğunu anlatabilir misiniz?

12. A) Daha yüksek ücretlerle daha az gelişmiş kentlerde çalışır mısınız? B) Neden çalışırsınız/çalışmazsınız?

13. A) Farklı bir ülkede çalışmak ve yaşamak ister misiniz? B) Neden istersiniz/istememezsiniz? C) Bu isteğinizde ülkemizin hangi koşullarının etkili olduğunu anlatabilir misiniz? D) Çalışmak/yaşamak istediğiniz ülkelerin hangi koşullarının etkili olduğunu anlatabilir misiniz?

14. Ailenizi (anne-baba), aldığınız eğitimi ve yaşadığınız yerleri (kültürel sermayenizin) düşündüğünüzde bunların, sizin yetenekleriniz ile teknoloji ve yenilikle ilişkinize ve tolerans/hoşgörü düzeyinize etkisi nasıldır, anlatabilir misiniz?

15. Sahip olduğunuz sosyal, iş, siyaset ve bürokrasi çevrenizin (sosyal sermayenizin) kapasitesini ve gücünü düşündüğünüzde bunların, sizin yeteneklerinize, teknoloji ve yenilikle ilişkinize ve tolerans/hoşgörü düzeyinize etkisi nasıldır, anlatabilir misiniz?

16. A) Yaptığınız işin stres düzeyi nedir? B) İş yerinizdeki stres düzeyi sizde bir duygusal değişikliğe neden olmakta mıdır? C) (Olmakta ise) Ne tür değişimler yaşamaktasınız? D) Bu durum sizin iş yapma kapasitenizi ve hayatınızı nasıl etkilemektedir?

17. A) Başarısız olma, işini kaybetme korkularınız var mı? B) (Varsa) Korkularınızın kaynağı nedir? C) Bu durum sizin iş ve sosyal hayatınızı nasıl etkilemektedir?

Değerli görüşleriniz ve bize ayırdığınız vakit için çok teşekkür ederiz.

Görüşme Detayları	
Görüşmenin bitiş saati:	
Görüşmecinin adı:	
Görüşmecinin soyadı:	
Görüşmecinin unvanı:	
Görüşmenin kayıt numarası:	
Görüşmecinin gözlemleri:	
Görüşmeciye not: Lütfen buraya görüşmenin genel tonu, görüşülen kişinin tavır ve davranışları ile eğer sordu ise araştırma ile ilgili sorularını yazınız.	
Görüşmecinin beyanı:	
Görüşmecinin imzası:	
Tarih:	

Makinelerden Önce İnsanları Anlamak: Türkiye'nin Geleceğini Kimler İnşa Edecek?

Türkiye'nin sanayi ve teknoloji odaklı dönüşümü yalnızca üretim altyapısı ve teknolojik kapasiteyle sınırlı değildir. Bu dönüşümün arkasındaki temel itici güç, yenilik üretme potansiyeline sahip insan kaynağının niteliği, tercihleri ve mekânsal hareketliliğidir. Peki “Yenilikçi Sınıf” olarak tanımlanan bu yapı kimlerden oluşuyor? Hangi şehirlere ve hangi ekosistemlere kök salıyor? Hangi koşullar onları üretmeye teşvik ediyor, hangi koşullar ise göçe zorluyor?

Bu eser, teorik tartışmaların ötesine geçerek Türkiye'nin sanayi ve teknoloji bölgelerinde yürütülen kapsamlı bir saha araştırmasına dayanıyor. 1.352 Ar-Ge çalışanıyla gerçekleştirilen anket çalışması ve 255 derinlemesine görüşme aracılığıyla, yenilikçi insan kaynağının sermaye bileşimi, girişimcilik eğilimleri, toplumsal tolerans algısı ve mekânsal tercihleri çok boyutlu (ekonomik coğrafya, ekonomik sosyoloji ve iktisat yaklaşımıyla) bir perspektifle inceleniyor.

Prof. Dr. Mehmet Cansız ve Prof. Dr. Nuri Yavan, Türkiye ekonomisinin temel yapısal sorun alanlarından biri olan yetenek yönetimi ve bölgesel kalkınma dinamiklerini disiplinler arası (coğrafya, sosyoloji ve iktisat) bir yaklaşımla ele alıyor. Richard Florida'nın yaratıcı sınıf kuramsal yaklaşımından hareketle Türkiye bağlamına özgü bir analiz sunan çalışma, yenilikçi insan kaynağının oluşumu, gelişimi ve mekânsal konumlanma dinamiklerini kapsamlı biçimde analiz ederek “Yenilikçi Sınıf”ın DNA'sını ortaya çıkarıyor.

Sanayi politikaları, bölgesel kalkınma stratejileri ve yenilik ekosistemleri üzerine çalışan araştırmacılar, politika yapımcılar ve uygulayıcılar için bütüncül bir perspektif sunan bu eser; Türkiye'nin rekabet gücünün merkezinde yer alan nitelikli insan kaynağının hangi koşullarda geliştiğini ve nasıl korunabileceğini bilimsel bulgularla ortaya koyuyor. Ve okuru şu kritik soruyla baş başa bırakıyor: Şehirlerimizi binalarla doldurduk; peki içindeki zekâyı tutabilecek miyiz?