



İsmail SEKİ

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İ.İ.B.F., İktisat Bölümü

ismailseki@comu.edu.tr

ORIGINAL ARTICLE

**SPORTİF FAALİYETLERİN BÖLGELERİN YARATICILIKLARI ÜZERİNE ETKİSİ:
TÜRKİYE ANALİZİ**

Abstract

Creativity is a factor that encourages entrepreneurship, increases the innovation development capacity and causes development in productivity. As a result, creativity is a factor that works as if an accelerator for economic growth. To determine the creativity levels of regions is very important while making regional development policies because the importance of creativity in regional development increases recently. In this paper, regional creativity index, which bases on creative industry concept, is calculated. According to this regional development index, the most creative region is Istanbul. Other regions are Aegean, East Marmara and West Anatolia, respectively. There is a big difference between the creativity levels of Istanbul and its followers. Also there is a big gap between the west and east of the country. When we look at the creativity index, we can see that there are sharp decreases in creativity level after economic crises. In another words, we can say that financial crises have negative effects on regional creativity. In creative economy literature, there is a consideration that says there is no relationship between regional creativity and professional sports activities like football and basketball. When this opinion is checked by an empirical analysis, it is seen that there is a positive and statistically significant relationship between professional sports activities and regional development in Turkey.

Key Words: Creative Economics, Regional Creative Index, Sports Economics, Regional Development.

Özet

Yaratıcılık ekonomik açıdan girişimciliği teşvik eden, yenilik geliştirme kapasitesini artıran, verimlilik artışına neden olan ve ekonomik büyümeyi hızlandıran bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaratıcılığın bölgelerin kalkınma süreçlerindeki ağırlığı gün geçtikçe artmaktadır. Bu bakımdan bölgelerin kalkınma stratejilerini belirlerken o bölgenin yaratıcılık seviyelerinin belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Çalışmada yaratıcı endüstri kavramı temel alınarak bir bölgesel yaratıcılık endeksi hesaplanmıştır. Buna göre incelenen dönemde ortalama olarak en yaratıcı bölge İstanbul iken bu bölgeyi sırasıyla Ege, Doğu Marmara ve Batı Anadolu takip etmektedir. Yaratıcılıkta görece diğer bölgelerden daha iyi olan bu bölgeler arasında bile İstanbul ile takipçileri arasındaki büyük fark dikkat çekmektedir. Hesaplanan endeks yaratıcılık bakımından ülkenin bölgeleri arasındaki derin uçurumu göstermesi bakımından da önemlidir. Ülkenin doğusu ile batısı arasındaki uçurum burada da dikkat çekici boyuttadır. Ciddi ekonomik krizleri takip eden dönemde yaratıcılık endeksinde büyük düşüşler gözlenmiştir. Bir başka deyişle finansal istikrarsızlıkların bölgelerin yaratıcılıklarını olumsuz etkilediği görülmüştür. Yaratıcı ekonomi literatüründe bir bölgenin yaratıcılığı ile o bölgedeki profesyonel sportif faaliyetler arasında pozitif bir ilişki olmadığını vurgulayan görüşün Türkiye için geçerliliğini sınanan ampirik analiz sonucunda teorinin tam aksine Türkiye’de yaratıcılık ile profesyonel sportif faaliyetler arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı Ekonomi, Bölgesel Yaratıcılık Endeksi, Spor Ekonomisi, Bölgesel Kalkınma

1. Giriş

Howkins (2001) ve Florida (2002) tarafından iktisat yazınına kazandırılan ve giderek önemi artan “yaratıcı ekonomi” kavramı ulusal ve bölgesel kalkınma kuramlarına yeni bir boyut kazandırmıştır. UNCTAD (2008)’e göre yaratıcılık; yeni fikirlerin geliştirilmesi ve bu fikirlerin özgün sanatsal ve kültürel ürünler, fonksiyonel tasarımlar, bilimsel buluşlar ve teknolojik yenilikler geliştirmek üzere kullanılmasıdır. Bu bakımdan yaratıcılık ekonomik açıdan girişimciliği teşvik eden, yenilik geliştirme kapasitesini artıran, verimlilik artışına neden olan ve ekonomik büyümeyi hızlandıran bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaratıcılığın bölgelerin kalkınma süreçlerindeki ağırlığı gün geçtikçe artmaktadır. Bu bakımdan bölgelerin kalkınma stratejilerini belirlerken o bölgenin yaratıcılık seviyelerinin belirlenmesi büyük önem taşımaktadır.

Bölgelerin yaratıcılık seviyelerinin belirlenmesi ve karşılaştırılmasında bölgesel yaratıcılık endeksleri kullanılmaktadır. Bu bakımdan çalışmada öncelikle Türkiye için İBBS Düzey 1 seviyesinde bölgesel yaratıcılık endeksi oluşturulmuştur. Yaratıcı ekonomilerin özünde yaratıcı endüstriler bulunmaktadır. Yaratıcı endüstriler Howkins (2001) tarafından “ekonomik değer yaratabilecek yeni fikirler geliştiren, entelektüel koruma altında olan (yani fikri mülkiyet hakları tarafından korunan) endüstriler” olarak tanımlanır. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere yaratıcı ekonominin merkezinde bulunan yaratıcı endüstrilerin ürettiği yaratıcı ürünlerin en önemli özelliği fikri mülkiyet haklarına konu olmalarıdır. Bu bakımdan bölgesel yaratıcılık endeksinin oluşturulmasında temel dayanak noktamız fikri mülkiyet haklarıdır.

Çalışmanın ikinci bölümünde yaratıcı sınıf, yaratıcı endüstri ve fikri mülkiyet haklarının açıklandığı kavramsal çerçeveye yer verilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde oluşturulan bölgesel yaratıcılık endeksi ve kullanılan parametrik yöntem açıklandıktan sonra, dördüncü bölümde elde edilen bölgesel yaratıcılık endeksi analiz edilecektir. Beşinci bölümde elde edilen yaratıcılık endeksi vasıtasıyla Türkiye’de yaratıcılık ile sportif faaliyetlerin ilişkisi ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Altıncı ve son bölümde ise çalışma ile ilgili genel bir değerlendirme yapılmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

Gerek çalışmanın kapsamının belirlenmesi gerekse yaratıcı ekonomi yaklaşımının bakış açısını ortaya

koyması açısından yaratıcı sınıf, yaratıcı endüstriler ve fikri mülkiyet hakları kavramlarının açıklanması gerekmektedir.

2.1 Yaratıcı Sınıf

Günümüzdeki küresel ekonomik sistemde bilgi ve iletişim teknolojilerindeki (BİT) gelişmeyle birlikte üretim süreçleri artık mekâna değil, maliyete bağlı hale gelmiştir. Böylece endüstriyel üretim daha da serbestleşmiştir ancak aynı koşullar bilgi yoğun üretim için geçerli değildir. Bunun nedeni ise bilgi yoğun firmaların yerleşim yerlerinin üretim maliyetlerinden çok kültür, coğrafi yakınlık, kurumsal farklılıklar gibi faktörlerin çeşitliliği tarafından belirlenmesidir. Bu faktörler yeni bilginin yaratılması bakımından hayati öneme sahiptir. Bilgi ekonomisi ne kadar yoğun ise servetin belirleyicisi olarak yenilik de o kadar etkilidir. Yüksek oranda yenilik üretmek için ise büyük ve sabit oranda yetenekli ve yaratıcı insana ihtiyaç vardır. Yetenekli ve yaratıcı insan tanımı ile belirtilmek istenen insan tipi kendi profesyonel meslek hayatlarında karşılaştıkları sorunları kendi yaratıcı zihniyetlerini kullanarak çözebilen insanlardır. Yaratıcı sınıf birçok batı ülkesinde toplam işgücünün %30 – 45'ini oluşturur. Yaratıcı sınıf içerisinde birçok farklı meslek grubundan insanları barındırır. Bu insanlar araştırmacılar, tasarımcılar, mühendisler, sanatçılar, mimarlar, özel sektör ya da kamu sektöründeki liderler, sağlık çalışanları ve öğretmenlerdir (Hansen, 2007).

UNCTAD (2008)'e göre yaratıcı sınıfın değerleri şu alt başlıklar altında toplanabilir:

- Bireysellik (individuality)
- Meritokrasi (meritocracy); yönetim erkinin, yetenek ve kişilerin bireysel üstünlüğüne dayandığı yönetim biçimi
- Farklılık/çeşitlilik (diversity)
- Açıklık (openness)

Yetenekler ve yaratıcı insanlar bilgi yoğun üretim için çok önemli bir kaynak olma özelliğini sürdürdüğü sürece yetenek ve yaratıcı insan arayışının artması yaratıcı sınıf görüşünün arkasındaki temel mantıktır. Geleneksel kaynakların aksine yetenek ve yaratıcı insanlar hareketlidir. Sonuç olarak bölgeler işletmeleri çekebilmek için yetenekleri kendine çekip elinde tutabilmelidir. Artık yaratıcı sınıftaki kişiler işe doğru hareket etmemekte, firmalar konumlarını kaliteli işgücüne (yaratıcı sınıfa) doğru hareket ettirme eğilimine girmektedirler. Bu nedenlerden ötürü bölgesel büyüme mekânın (bölgenin) kalitesiyle ve o bölgenin yetenekli ve yaratıcı işgücünü çekecek (çekecek) faktörleriyle

yakından ilişkilidir (Hansen, 2007: 2).

Yaratıcı ekonomi yaklaşımında bölgesel büyümenin üç önemli dayanağı bulunmaktadır. Bunlar 3T olarak da adlandırılan Teknoloji, Yetenek ve Tolerans (Technology, Talent and Tolerance)'dır (Florida, 2005: 6). Bu üç etkenden yetenek ekonomik büyümeye yön verirken, tolerans da beşeri sermayenin bölgeye çekilmesi için gerekli bir etmendir (UNCTAD, 2008). Bu etkenlerin hepsi gerekli ancak tek başlarına yetersizdir. Yani etkenlerden her birinin tek tek bölgesel büyüme üzerindeki etkileri pozitif olmakla birlikte sınırlıdır. Ancak bu etkenlerin aynı anda bulunması bir sinerji yaratır ve anlamlı büyüklükte bir etki ortaya çıkar. Sonuç olarak bir bölgenin sahip olması gereken üç özellik şöyledir:

- 1 – Yaratıcı insanları çekme
- 2 – Yenilik yaratma
- 3 – Ekonomik büyümeyi uyarma

Yüksek eğitim almış insanların yoğunluğunda meydana gelecek bir artış bölgesel büyümeyi sürükler. Yaratıcı sınıf tezine göre bölgesel büyümeyi ilerleten sadece yüksek eğitilmiş insanlar değildir. *Bölgesel büyüme gücünü farklı, hoşgörülü ve yeni fikirlere açık yerleri tercih eden yaratıcı sınıftan alır* (Hansen, 2007).

2.2 Yaratıcı Endüstriler

Yaratıcı endüstriler yaratıcı ekonominin en önemli bileşenlerindedir. Çünkü yaratıcı ekonominin kapsamı yaratıcı endüstrilerin büyüklükleri tarafından belirlenir. Yaratıcı endüstrilerin literatürde açık bir tanımlaması olmamasına karşın *yaratıcı mal ve hizmetler üreten sektörler* olarak tanımlanabilir. Yaratıcı mal ve hizmetler ise *insan yapımı olan ve üretiminde yüksek seviyede yaratıcılığa gereksinim duyulan mal ve hizmetler* olarak tanımlanabilir. Bilgisayar yazılımları yaratıcı mal ve hizmetlere örnek verilebilir. Yaratıcı endüstri kavramı ülkeler arasında farklılık göstermektedir. Asıl dikkate alacağımız tanımlama Howkins (2001) tarafından yapılan tanımlamalardır. Buna göre yaratıcı endüstriler *“ekonomik değer yaratabilecek yeni fikirler geliştiren, entelektüel koruma altında olan (yani fikri mülkiyet hakları tarafından korunan) endüstriler”* dir.

2.3 Fikri Mülkiyet Hakları

Ürünleri büyük oranda fikri mülkiyet haklarına konu olan endüstriler olan yaratıcı endüstrilerin kapsamını belirlemek için fikri mülkiyet haklarının da açıklanması yerinde olacaktır.¹

Fikri Mülkiyet Hakları: Endüstriyel, bilimsel, edebi ve sanatsal alanlardaki fikri aktivitelerin sonucu olarak ortaya çıkan yasal haklardır. Fikri mülkiyet hakları çerçevesinde uygulanan korumalar 5 ana başlık altında toplanmıştır:

- 1 – Patent ve faydalı model
- 2 – Marka
- 3 – Endüstriyel tasarım
- 4 – Coğrafi işaretler
- 5 – Entegre devre topografyaları

2.3.1 Patent ve Faydalı Model

Patent ve faydalı model tanımlamalarını yapmadan önce buluş kavramını açıklamak gerekmektedir.

Buluş: Teknoloji alanındaki belirli bir sorunun çözümü olarak tanımlanır. Buluş kavramı, patent hukukunun temelini oluşturur. Buluşlar; buluş yapma faaliyetini özendirir, sanayiye uygulanması ile teknik, ekonomik ve sosyal ilerlemenin gerçekleştirilmesini sağlamak için patent ve faydalı model belgesi verilerek korunur.

Patent: Bir buluş için buluş sahibine verilen bir patent, fikri mülkiyet haklarından biri olup, buluş sahibinin izni olmadan başkalarının buluşu üretmesini, kullanmasını veya satmasını belirli bir süre

boyunca engelleme hakkı vermektedir.

Faydalı Model: Türkiye ve Dünyada yeni olan, sanayiye uygulanabilen buluşların sahiplerine koruma sağlayan bir sistemdir. Faydalı model belgesi verilmesi işlemler, patent verilmesine oranlara, hem zaman hem de masraf açısından daha elverişlidir.

Faydalı modeller özellikle KOBİ'lerin ve küçük ve orta ölçekli araştırma kuruluşlarının buluş yapmalarını ve bunları sanayiye kazandırmalarını özendirmeyi amaçlamaktadır. Faydalı model ile KOBİ'lerin buluşlarının korunarak bu firmaların ekonomik varlıklarını sürdürmelerine yardımcı olunmaktadır.

Patent ve Faydalı Model Arasındaki Farklar

- Faydalı modeller için buluş basamağı kıstası (**Bir buluşun buluş basamağı içermesi**, buluşun ilgili olduğu teknik alanda uzman bir kişi tarafından, tekniğin bilinen durumundan “açık bir şekilde” çıkartılamayacak nitelikte olmasıdır.) aranmamaktadır. Ayrıca, usuller, bu usuller sonucu elde edilen ürünler ve kimyasal maddelere faydalı model koruması sağlanmamaktadır.
- **Yenilik** mutlak olmalıdır. Bir başka deyişle buluş, dünyada herkesin ulaşabileceği şekilde yazılı olarak veya bir başka yolla açıklanmamış ya da kullanılmamış olmalıdır.
- **Sanayiye uygulanabilirlik**, buluşun tümüyle kuramsal olmak yerine pratiğe uygulanabilir özellik taşıması demektir.
- Faydalı model belgesi alınması maliyet ve sürecin kısalığı açısından başvuru sahibinin lehinedir ve araştırma inceleme, işlemlerinin olmaması nedeniyle daha kolaydır.

2.3.2 Marka

Marka, bir teşebbüs tarafından sunulan mal ya da hizmetlerin diğer teşebbüslerinkinden ayırt edilebilmesini sağlayan işaretlerdir. Malları veya hizmetleri ayırmak için kullanılan ayırt edici kelimeler, harfler, rakamlar, çizimler, resimler, şekiller, renkler, logolar, etiketler veya bunların kombinasyonları marka olarak tescil edilebilir.

Marka koruması esas olarak tescil yoluyla elde edilebilir. Bir markanın tescil ettirilmesi, özellikle aynı

ya da karıştırılabilecek derecede benzer bir marka ile ihtilaf oluşması halinde daha güçlü koruma sağlayacaktır.

2.3.3 Endüstriyel Tasarım

Günlük hayatımızın her anında bize eşlik eden, hayatımızı kolaylaştıran her türlü ürün veya ürün parçaları; hayatımıza renk katan, estetik duyularımıza hitap eden desenler, süslemeler *endüstriyel tasarım*dır.

Bir endüstriyel tasarımın tescil edilerek korunması ile inhisari haklara sahip olur. Yani bu sayede üçüncü kişiler tasarım hakkı sahibinin izni olmadan bu tasarımları üretmez, piyasaya sunamaz, satamaz, ithal edemez, sözleşme yapmak için icapta bulunamaz, ticari amaçla kullanamaz veya bu amaçlarla elde bulunduramaz.

2.3.4 Coğrafi İşaretler

Coğrafi işaretler, belirli bir bölgeden kaynaklanan bir ürünü tanımlayan ya da kalitesi, ünü veya diğer karakteristik özellikleri itibariyle coğrafi kaynağına atfedilebilen bir bölgeyi işaret eden fikri mülkiyet hakkıdır.

Bir yörenin herhangi bir ürünü, meyvesi, taşı, madeni diğer yörelerde üretilenlerden farklı olabilir veya bir yörede üretilen halı, kilim, kumaş, çini vb. herhangi bir nedenle ün kazanmış olabilir. Bu ürünlerin üzerinde o yörenin adının kullanılması, tüketiciler tarafından o ürünün benzerlerinden farklı özelliklere sahip olduğu şeklinde algılanabilir. Tüketiciler söz konusu yöre adıyla satılan ürünleri o yörenin adına duydukları güvenle, aynı türdeki diğer ürünlere tercih edebilirler. Bu anlamda *coğrafi işaretler*, geleneksel bilginin bir ürün gibi şekillendirildiği, paketlenildiği, alındığı ve satıldığı bir boyuttadır; ürünün kalitesi, geleneksel üretim metodu ve coğrafi kaynağı arasında kurulan sıkı bağı simgeleyen bir güvencedir.

2.3.5 Entegre Devre Topografyaları

Çip, mikroçip, silikon çip, bilgisayar çipi olarak da bilinen *entegre devreler*, nanometre boyutlarında üretilmiş elektronik devrelerdir. Genel olarak yarı iletken, iletken ve yalıtkan katmanlardan oluşur. Kanunda entegre devre, içeriğinde en az bir aktif eleman barındırması ve ara bağlantılarından bir kısmının yada tümünün bir parça malzeme içerisinde ve/veya üzerinde bir araya getirilmiş ara veya son formdaki bir ürün olarak tanımlanmıştır. Entegre devreyi oluşturan tabakaların üç boyutlu dizilimini gösteren görünüm ise *entegre devre topografyasını* oluşturmaktadır.

Yarı iletken teknolojisinin elektronik devre elemanlarının üretiminde kullanılması ve minyatürleşme çağımızın en önemli teknolojik yeniliklerindedir. Bu gelişmeler sayesinde, günlük hayatımızda kullandığımız cihazlara ve taşıtlara, birçok elektronik özellik - sistemin boyutları değişmeden – eklenebilmektedir. 1950’lerde çok basit bir bilgisayar bir oda boyutunda iken, bugün bir dizüstü bilgisayar ile çok büyük hızlarda ve hacimlerde işlemler yapabilmekteyiz. İşte tüm bu teknolojik ilerlemenin en önemli parçası entegre devrelerdir. Birkaç santimetrelik bir çip içerisine milyonlarca transistör, direnç, kondansatör vb. devre elemanlarının yerleştirilmesi sayesinde elektronik içeriğe sahip sistemler gün geçtikçe küçülmekte veya aynı boyutlarda kalarak performanslarını artırmaktadırlar. Günümüz teknolojisinin temelini oluşturan entegre devreler de tüm bu özellikleri nedeniyle 2004 yılından itibaren fikri mülkiyet hakları ile korunmalıdırlar.

3. Veri Seti ve Yöntem

Çalışmada iki aşamalı bir ampirik analiz uygulanmıştır. İlk aşamada Aklın ve diğerleri (2007) tarafından iller arası rekabetçilik endeksinin hesaplanmasında uygulanan yöntem esas alınarak Türkiye için İBBS Düzey 1 için bölgesel yaratıcılık endeksi hesaplanmıştır. İkinci aşamada ise elde edilen bu yaratıcılık endeksinin bağımlı değişken olarak kullanıldığı ve yaratıcılık ile sportif faaliyetlerin ilişkisini göstermeye çalışan panel EKK rassal etki modelinin kullanıldığı bir ekonometrik analiz yapılmıştır.

3.1 Bölgesel Yaratıcılık Endeksinin Hesaplanması

Endeks hesaplamasında yaratıcı endeks değerinin hesaplanabilmesi için alt değişkenleri tanımlanmıştır. Tablo 1’de alt değişkenlerin tanımı verilmiştir. Bu değişkenlerin hepsinin endekse eşit ağırlıkta katkı yaptığı varsayılmıştır.

Tablo 1. Yaratıcılık endeksi alt değişkenleri

Değişken Adı	Endekse Katkısı (%)
Patent Sayısı	20
Faydalı Model Sayısı	20
Marka Tescil Sayısı	20
Endüstriyel Tasarım Sayısı	20
Coğrafi İşaret Sayısı	20

Hesaplama yöntemi sonucu elde edilen veriler, [0, 100] değerleri arasında normalize edilerek alt endeks değerlerine ulaşılmıştır. Verilerin normalizasyonu şöyle yapılmıştır:

$$\text{Normalize X} = 100x \left[\frac{x - \text{DeğişkenVeri sin inEnküçükDeğeri}}{\text{DeğişkenVeri sin inEnbüyükDeğeri} - \text{DeğişkenVeri sin inEnküçükDeğeri}} \right] \quad (1)$$

Daha sonra yaratıcılık endeksi alt endekslerin ortalaması alınarak hesaplanmıştır:

$$YE = (PS + FMS + MS + ETS + CİS)/4 \quad (2)$$

Burada; YE yaratıcılık endeksini, PS patent sayısı alt endeksini, FMS faydalı model sayısı alt endeksini, MS marka sayısı alt endeksini, ETS endüstriyel tasarım sayısı alt endeksini ve CİS de coğrafi işaret sayısı alt endeksini göstermektedir.

3.2 Panel En Küçük Kareler Rassal Etki Modeli

Panel veri regresyon modellerinin tahmininde en çok kullanılan iki yöntem rassal etki modeli (REM) ile sabit etki modelidir (SEM)ⁱⁱ.

$$YE_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 X_{4it} + \beta_5 X_{5it} + \epsilon_{it} \quad (3)$$

Yukarıdaki regresyonun hangi model ile tahmin edileceğine Hausman Testi ile karar verilmiş ve bu test sonucunda uygun olan modelin rassal etki panel EKK olduğu görülmüştür. Eğer modelde gözlenemeyen bireysel etkiler modelde yer alan açıklayıcı değişkenlerle ilişkili değil ise REM'in kullanılması daha uygundur. Burada yapılacak varsayım *birimlere özgü sabit terimlerin birimlere göre rassal dağıldığıdır* (Greene, 2003). Eğer panel veri analizinde tahmin edilen modelde sabit ve tesadüfi etki olmadığı varsayımı altındaki modeli şöyle gösterirsek:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{it} + \epsilon_{it} \quad (4)$$

REM'i de aşağıdaki gibi ifade edebiliriz:

$$u_{it} = \mu_i + \lambda_t + \epsilon_{it} \quad (5)$$

$$Y_{it} = \beta_1 X_{it} + u_{it} \quad (6)$$

Rassal etkiler modelinin hata terimleri hem birim ve dönem etkilerini hem de hem Panel EKK hata

terimlerini içermektedir (Zengin ve Kurt, 2007).

3.3 Veri Seti

Yaratıcılık endeksi hesaplamasında kullanılan fikri mülkiyet haklarına ilişkin veriler 1995 – 2009 dönemini kapsayan, İBBS Düzey 1 seviyesinde panel verilerdir. Bu veriler Türk Patent Enstitüsü'nün veri tabanından derlenmiştir. Ekonometrik analizde kullanılan açıklayıcı değişkenlere ilişkin veriler ise 2006 – 2009 dönemine ilişkin, İBBS Düzey 1 seviyesinde panel verilerdir. Söz konusu veriler yazar tarafından şu kaynaklardan derlenmiştir: Sportif faaliyetlere ilişkin veri Türkiye Futbol ve Basketbol Federasyonları internet sitelerinden derlenmiştir. Kültür, yüksek eğitim ve seçimlere katılım oranı verileri Türkiye istatistik kurumu veri tabanından derlenmiştir. Sivil toplum kuruluşlarına ilişkin veriler ise e-devlet uygulaması veri tabanından derlenmiştir.

4. Bölgesel Yaratıcılık Endeksi

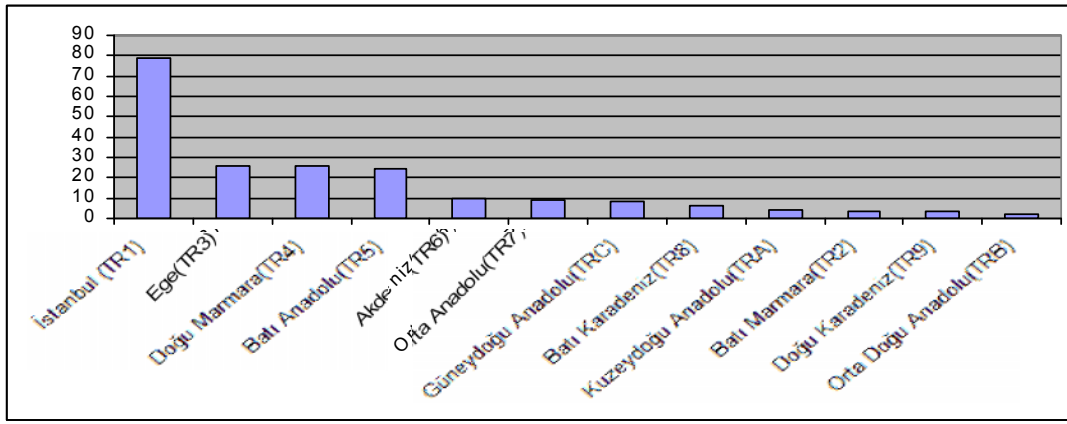
Günümüzde yaratıcılık ekonomik açıdan girişimciliği teşvik eden, yenilik geliştirme kapasitesini artıran, verimlilik artışına neden olan ve ekonomik büyümeyi hızlandıran bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaratıcılığın bölgelerin kalkınma süreçlerindeki ağırlığı gün geçtikçe artmaktadır. Bu bakımdan bölgelerin kalkınma stratejilerini belirlerken o bölgenin yaratıcılık seviyelerinin belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Çalışmanın bu bölümünde Türkiye için İBBS Düzey 1 seviyesinde hesaplanan yaratıcılık endeksi ile bölgelerin yaratıcılık seviyelerinin incelenen dönem için belirlenmesi amaçlanmıştır.

Çalışmadaki bölgesel yaratıcılık endeksini oluşturan değişkenlerin belirlenmesinde fikri mülkiyet hakları esas alınmıştır. Çünkü yaratıcı ekonominin kapsamı yaratıcı endüstrilerin büyüklükleri tarafından belirlenir. Howkins (2001) tarafından yapılan tanımlamaya göre yaratıcı endüstriler “ekonomik değer yaratabilecek yeni fikirler geliştiren, entelektüel koruma altında olan (yani fikri mülkiyet hakları tarafından korunan) endüstriler” dir. Bu bakımdan bir bölgedeki yaratıcı faaliyetleri ölçebilmek için o bölgedeki yaratıcı endüstriler tarafından üretilen ve fikri mülkiyet haklarına konu olan yaratıcı ürünlerin miktarına bakmamız gerekmektedir. Bir bölgede fikri mülkiyet hakları

yoğunluğu ne kadar fazla ise o bölgenin yaratıcılığı da o kadar fazla olacaktır.

Tablo 2’de 1995 – 2009 yıllarına ilişkin İBBS Düzey 1 seviyesinde yaratıcılık endeksleri verilmiştir. Buna göre incelenen dönemde ortalama olarak en yaratıcı bölge İstanbul (78,80) iken bu bölgeyi sırasıyla Ege, Doğu Marmara ve Batı Anadolu ($\approx 25,6$) takip etmektedir.

Grafik 1. Ortalama yaratıcılık endeksi değerleri (1995 – 2009)

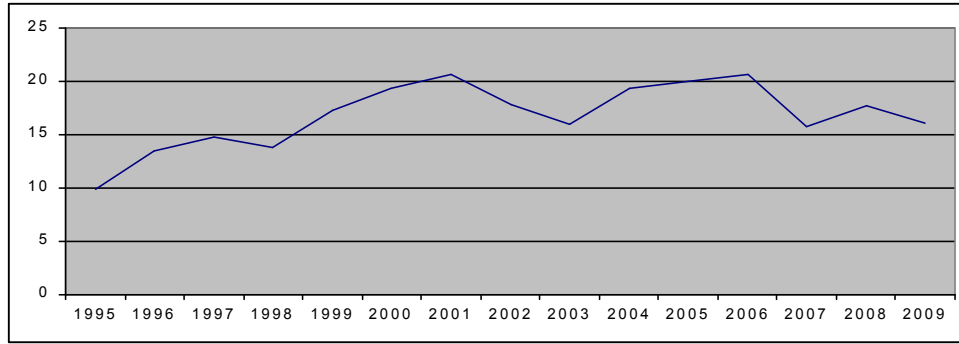


Tablo 2. İBBS 1 düzeyinde bölgesel yaratıcılık endeksi değerleri

İBBS1	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Ortalama
İstanbul (TR1)	40.000	58.462	97.368	80.000	80.000	72.727	80.000	80.000	80.000	80.000	93.333	80.000	80.000	80.000	100.000	78.793
Batı Marmara (TR2)	1.928	2.282	1.315	2.930	1.055	2.167	4.605	3.144	1.748	11.619	1.418	15.728	1.644	2.288	2.931	3.787
Ege (TR3)	14.369	13.458	12.285	13.045	33.747	39.745	19.779	23.515	39.415	34.298	31.177	36.843	19.509	37.241	16.476	25.660
Doğu Marmara (TR4)	21.796	19.179	15.609	30.598	50.043	44.034	35.341	42.713	18.583	20.430	22.476	16.518	13.857	17.032	15.778	25.599
Batı Anadolu (TR5)	22.788	46.983	36.490	19.491	30.287	19.818	21.132	23.612	18.966	21.636	19.357	34.586	17.000	17.847	18.999	24.599
Akdeniz (TR6)	1.422	6.126	2.559	7.523	4.377	6.454	4.709	15.931	7.508	27.209	18.777	20.191	5.852	13.920	7.731	10.019
Orta Anadolu (TR7)	10.978	10.695	6.576	5.468	3.300	3.964	27.531	11.314	6.482	10.169	7.151	11.702	10.606	5.384	5.448	9.118
Batı Karadeniz (TR8)	2.108	0.597	1.668	2.788	1.802	1.337	1.502	4.227	3.690	6.712	20.974	8.095	1.894	14.986	21.343	6.248
Doğu Karadeniz (TR9)	0.395	0.317	0.265	1.501	0.274	0.724	10.803	1.262	0.786	15.940	8.121	7.927	0.725	7.084	0.596	3.781
Kuzeydoğu Anadolu (TRA)	0.000	1.595	0.000	0.000	0.000	20.026	20.000	2.857	0.000	0.571	6.667	0.000	10.000	0.000	0.122	4.122
Orta Doğu Anadolu (TRB)	0.049	0.055	2.160	0.093	0.457	0.268	10.081	0.497	0.170	0.683	0.726	6.953	5.255	0.229	0.204	1.859
Güneydoğu Anadolu (TRC)	2.517	1.503	1.601	1.713	1.563	21.549	12.027	5.464	14.477	3.455	10.260	9.819	22.890	17.045	3.238	8.608
Ortalama	9.862	13.438	14.825	13.763	17.242	19.401	20.626	17.878	15.985	19.394	20.037	20.697	15.769	17.755	16.072	16.850

Yaratıcılıkta görece diğer bölgelerden daha iyi olan bu bölgeler arasında bile İstanbul ile takipçileri arasındaki büyük fark dikkat çekmektedir. Yaratıcılık endeksine göre bu lider bölgelerin takipçileri ve bu bölgelere ilişkin ortalama endeks değerleri şöyledir: Akdeniz (10), Orta Anadolu (9,1), Güneydoğu Anadolu (8,6), Batı Karadeniz (6,2), Kuzeydoğu Anadolu (4,1), Batı Marmara (3,8), Doğu Karadeniz (3,8) ve Orta Doğu Anadolu (1,9). Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde Gaziantep ilinin etkisi gözlenmektedir. Buna karşın endeks değerleri bize yaratıcılık bakımından ülkenin bölgeleri arasındaki derin uçurumu göstermesi bakımından da önemlidir. Ülkenin doğusu ile batısı arasındaki uçurum burada da dikkati çekmektedir.

Grafik 2. Yıllar itibariyle ortalama yaratıcılık endeksi değerleri



Yıllar itibariyle ortalama yaratıcılıktaki değişim izlendiğinde genel olarak bir yükseliş eğilimi gözlenmekle beraber 2001 sonrasındaki dönem ile 2006 sonrasında ciddi düşüşler yaşandığı görülmektedir. Yaratıcılık endeksindeki düşüşlerin ciddi ekonomik krizleri takip ettiği çıkarılması yanlış olmayacaktır. Finansal istikrarsızlık bölgelerin yaratıcılıklarını olumsuz etkilemektedir.

5. Türkiye’de Bölgesel Yaratıcılık ile Spor İlişkisi Üzerine Ampirik Bir Analiz

Yaratıcı ekonomi yaklaşımında 3T olarak da adlandırılan Teknoloji, Yetenek ve Tolerans (Technology, Talent and Tolerance) bölgesel büyümenin üç önemli dayanağını oluşturmaktadır (Florida, 2005). Bu üç etkenden yetenek ekonomik büyümeye yön verirken, tolerans da beşeri sermayenin bölgeye çekilmesi için gerekli bir etmendir (UNCTAD, 2008). Buradaki anahtar faktör

bölgenin farklı, hoşgörülü ve yeni fikirlere açık yerleri tercih eden yaratıcı sınıf için bir cazibe merkezi olabilmesidir. Yani bir bölge yaratıcı sınıfı çekebildiği ölçüde yaratıcıdır ve yaratıcı olduğu ölçüde de ekonomik büyümesini sürdürebilir.

Çalışmanın bu bölümünde Florida (2002) tarafından geliştirilen bu yaklaşım ekseninde Türkiye'nin yaratıcılık süreçlerinde etkili olan bölgesel özellikler ekonometrik bir yöntem kullanılarak belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca bu analizde Florida (2005) tarafından odak grup çalışmaları sonucunda ortaya konan görüşün Türkiye için geçerli olup olmadığı da sınanacaktır. Söz konusu görüşe göre yaratıcı sınıfa dâhil olan kişiler aktif olarak katılım sağladıkları eğlenceye dayalı spor dallarını (örn. ekstrem sporlar), izleyici kitlesi büyük olan futbol ve basketbol gibi profesyonel spor dallarına tercih etmektedirler (Florida, 2005).

Bu yaklaşımdan yola çıktığımızda - ekstrem spor dallarına ilişkin herhangi bir ölçüt ya da veri olmadığı için - test edeceğimiz hipotezimiz şöyle olmaktadır:

Bir bölgenin yaratıcılığı ile o bölgedeki profesyonel ve kitlesel sportif faaliyetler arasında pozitif bir ilişki yoktur.

Buna göre ekonometrik model şöyledir:

$$YE_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 STK_{it} + \alpha_2 KULTUR_i + \alpha_3 TURİZM_i + \alpha_4 ULAŞIM_{it} + \alpha_5 US_{it} + \alpha_6 SPOR_{it} + \varepsilon_{it} \quad (7)$$

$$i=1, \dots, 12; t=1, \dots, 4.$$

Burada YE yaratıcılık endeksini göstermektedir. STK ise bölgenin toleransını ölçmek için kullanılan ve o bölgedeki sivil toplum kuruluşları merkezlerinin (vakıf, dernek, sendika ve meslek kuruluşları) sayısını gösteren değişkendir. KULTUR değişkeni ise o bölgedeki müze, sinema, tiyatro ve kütüphane sayısının toplamını göstermektedir. TURİZM değişkeni ise bölgenin turizm kapasitesini gösteren ve turizm tesisi sayısını gösteren değişkendir. ULAŞIM değişkeni ise hava meydanlarındaki uçak trafiğini gösteren ve bölgenin ulaşım imkânlarının göstergesi olarak modele dâhil edilen değişkendir. US değişkeni bölgedeki üniversite sayılarını gösteren değişkendir. SPOR değişkeni bölgedeki

profesyonel sportif faaliyetlerin göstergesi olan profesyonel liglerdeki futbol ve basketbol kulüplerinin sayısını göstermektedir. Bu değişken futbol süper lig ve birinci ligdeki kulüp sayıları ile basketbol birinci lig ile bayan basketbol ligindeki kulüp sayılarının toplamından elde edilmiştir.

Tablo 3’de görülen tahmin sonuçlarına göre Türkiye’de bölgelerin yaratıcılıkları üzerinde bölgenin toleransının pozitif bir katkısı olduğuna yönelik ampirik bir bulguya rastlanmamıştır. Aynı şekilde Florida (2005)’de vurgulanan yaratıcı sınıf yaklaşımının öngörüsüne aykırı olarak bölgedeki kültürel faaliyetlerin bölgenin yaratıcılığı üzerine pozitif bir etkisi olduğuna yönelik de ampirik bir bulguya ulaşılamamıştır. Bunlara ek olarak üniversite sayısının da bölgelerin yaratıcılıkları üzerine pozitif bir katkısı olduğuna yönelik bir bulguya ulaşılamamıştır. Bu durum teorideki “bir bölgedeki yüksek eğitilmiş kişilerin sayıları arttıkça o bölgenin yaratıcılığının artacağı” yönündeki beklentileri karşılamamaktadır. Bunun nedeni olarak ülkemizdeki yüksek eğitim sisteminde üniversitelerin yenilik ve yaratıcılık üzerindeki etkilerinin değil, o bölgenin fiziksel altyapısını ve toplam talebini artırıcı etkisinin ön planda tutulmasını gösterebiliriz. Bu bakımdan özellikle incelenen dönemde (2006 – 2009) uygulanan her ilde en az bir üniversite kurulması politikası her ilde yenilik ve yaratıcılık odaklı çalışmalar yapabilmek için gerekli altyapıdan yoksun olan üniversitelerin kurulmasına neden olmuştur. Analizde yaratıcılık ile turizm potansiyeli arasında negatif, ulaşım ile pozitif bir ilişki olduğu göze çarpmaktadır. Bu bulgu bize Türkiye’de yaratıcı sınıfın turizm bölgelerinden kaçındığı buna karşın ulaşım imkânları görece daha iyi yerlerde yoğunlaştığına yönelik sinyaller vermesi bakımından önemlidir.

Tablo 3. EKK (Rassal Etki) tahmin sonuçları

Bağımlı Değişken YE	Gözlem Sayısı = 48	Olasılık > Ki - Kare = 0,000		
	Grup Sayısı = 12			
Bağımsız Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	z	p> z
STK	0.0394983	0.0712381	0.55	0.579
KÜLTÜR	0.0235599	0.0249714	0.94	0.345
TURİZM	-0.0002093*	0.0000863	-2.4	0.015
ULAŞIM	0.0001319**	0.0000514	2.56	0.01
US	0.1898662	1.020834	0.19	0.852
SPOR	1.696723*	0.8614632	1.97	0.049
SABİT	-4.84515	6.339814	-0.8	0.445

Not: * %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı.

** %1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı

Tahmin edilen modeldeki sportif faaliyet değişkeninin pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olması bize çalışmada asıl test ettiğimiz hipotezin Türkiye için geçerli olmadığı göstermektedir. Yani Florida (2005)'de vurgulanan ve *bir bölgenin yaratıcılığı ile o bölgedeki profesyonel sportif faaliyetler arasında pozitif bir ilişki olmadığını* vurgulayan görüş Türkiye için geçerli değildir. Tam aksine Türkiye'de yaratıcılık ile profesyonel sportif faaliyetler arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki gözlenmiştir.

6. Sonuç

Yaratıcılığın bölgelerin kalkınma süreçlerindeki ağırlığı gün geçtikçe artmaktadır. Bu nedenle bölgelerin kalkınma stratejilerini belirlerken o bölgenin yaratıcılık seviyelerinin belirlenmesi büyük

önem taşımaktadır. Bu bakımdan yaratıcı endüstriler kavramından yola çıkılarak Türkiye için İBBS Düzey 1 seviyesinde hesaplanan yaratıcılık endeksi ile bölgelerin yaratıcılık seviyeleri belirlenmeye çalışılmıştır. Buna göre incelenen dönemde ortalama olarak en yaratıcı bölge İstanbul (78,80) iken bu bölgeyi sırasıyla Ege, Doğu Marmara ve Batı Anadolu ($\approx 25,6$) takip etmektedir. Yaratıcılıkta görece diğer bölgelerden daha iyi olan bu bölgeler arasında bile İstanbul ile takipçileri arasındaki büyük fark dikkat çekmektedir. Hesaplanan endeks değerleri bize yaratıcılık bakımından ülkenin bölgeleri arasındaki derin uçurumu göstermesi bakımından da önemlidir. Ülkenin doğusu ile batısı arasındaki uçurum burada da dikkati çekmektedir. Yıllar itibariyle ortalama yaratıcılıktaki değişim izlendiğinde genel olarak bir yükseliş eğilimi gözlenmekle beraber 2001 sonrasındaki dönem ile 2006 sonrasında ciddi düşüşler yaşandığı görülmektedir. Yaratıcılık endeksindeki düşüşlerin ciddi ekonomik krizleri takip ettiği çıkarsaması yanlış olmayacaktır. Finansal istikrarsızlık bölgelerin yaratıcılıklarını olumsuz etkilemektedir.

Çalışmanın en önemli bulgularından biri de Florida (2005)'de vurgulanan ve *bir bölgenin yaratıcılığı ile o bölgedeki profesyonel sportif faaliyetler arasında pozitif bir ilişki olmadığını* vurgulayan görüşün Türkiye için geçerliliğini sınavan ampirik analiz sonucunda teoreminin tam aksine Türkiye'de yaratıcılık ile profesyonel sportif faaliyetler arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunun ortaya konmuş olmasıdır.

¹ Fikri Mülkiyet Haklarının tanımları Türk Patent Enstitüsünden alınmıştır (<http://www.turkpatent.gov.tr>).

¹ Panel EKK ile ilgili ayrıntılı bilgi için bkz. Baltagi, B. H. (2005).

Kaynaklar

Aklin, K., Bulu, M. ve Kaya, H. (2007) .İller arası rekabet endeksi: Türkiye'deki illerin rekabetçilik seviyelerinin göreceli olarak ölçülebilmesi için bir yaklaşım. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11): 221-235.

Baltagi, B. H. (2005). *Econometric analysis of panel data 3rd Edition*. West Sussex, England: John

Wiley & Sons Ltd. Publications.

Florida, R. (2002). *The rise of the creative class and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York, USA: Basic Books Publications.

Florida, R. (2005). *Cities and the creative class*. New York, USA: Routledge Publications.

Greene, W. H. (2003). *Econometric analysis 5th edition*. USA: Prentice Hall Publications.

Hansen, H. K. (2007). Technology, talent and tolerance - the geography of the creative class in Sweden. *Lund University Department of Social and Economic Geography Report*, No. 169.

Howkins, J. (2001). *The creative economy*. London, England: The Penguin Press Publications.

UNCTAD, (2008). *Creative economy report the challenge of assessing the creative economy: towards informed policy making*. New York, USA: UNCTAD Publications.

Zengin, H. ve Kurt, H. (2007). OECD ülkelerinde kamu-özel sektör tüketim ve dış ticaret malları fiyatlarının enflasyon üzerindeki belirleyiciliği: panel veri analizi. 8. *Türkiye Ekonometri ve İstatistik Kongresi*, Mayıs, Malatya.

<http://www.turkpatent.gov.tr>

<http://www.tuik.gov.tr>

<http://www.dpt.gov.tr>