

KENT KÜLTÜRÜNÜN KENTSEL GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN TEMEL BİLEŞENLERİ

The Main Components of Urban Culture Affecting Urban Entrepreneurship

ARAŞTIRMA MAKALESİ /RESEARCH ARTICLE

Geliş Tarihi/Received:

02.11.2023

Kabul Tarihi/Accepted:

10.01.2024

Uğur KARAMAN

Doktora Öğr.,

Harran Üniversitesi,

Sosyal Bilimler Enstitüsü,

Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı,

ugrkrmn2020@gmail.com

 [0000-0002-1378-4137](https://orcid.org/0000-0002-1378-4137)

Mithat Arman KARASU

Prof. Dr.,

Harran Üniversitesi,

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,

Kamu Yönetimi Bölümü,

makarasu@harran.edu.tr

 [0000-0003-3477-5843](https://orcid.org/0000-0003-3477-5843)

*Bu çalışma Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalı'nda hazırlanan "Kentsel Girişimciliğin Gelişiminde Kent Kültürünün Etkisi Şanlıurfa-Gaziantep Örneğinde Karşılaştırmalı Bir Analiz" isimli Doktora Tezinden Üretilmiştir.

Abstract

Today, the urban scale is at least as decisive as the national scale in discussing the facts such as economic growth, innovation, technological progress, human resources, power and management issues. The crisis that global capital entered after the 1970s, was tried to be overcome with new urban policies that made cities compete with each other. The leading cities in this competition are called entrepreneurial cities in the literature.

The concept of the entrepreneurial city, which expresses the integration of entrepreneurship with the city, is based on three basic elements. The first is to develop a competitive and market-oriented discourse while determining the image of the city. The second one is, giving priority to policies based on economic development, attracting investments and relatively wealthy social groups to the city. The third is to ensure the transition from the classical local administration approach to management approaches such as partnership between public administration and private sector, and while doing this, giving privileges to the private sector in determining the local public interest, priorities and management style, the designation and implementation of projects in the city.

There is a direct relationship between the cultural structure of the city and entrepreneurship. The culture of any city is a factor that determines its entrepreneurial success. Social attitudes, behaviors, values and norms that determine urban culture can affect entrepreneurship. This relationship between urban culture and entrepreneurship necessitates seeking an answer to the question of what kind of urban culture should be for a successful urban entrepreneurship.

This study aims to examine the relationship between urban culture and urban entrepreneurship through cultural elements that affect entrepreneurship, such as geographical location, history, language, religion, economic structure, public policies, family structure, gender, education and awareness of the city.

Keywords: Culture, entrepreneurship, urban culture, urban entrepreneurship, components of urban culture

Ozet

Kent ölçeği bugün; ekonomik büyüme, inovasyon, teknolojik ilerleme, insan kaynağı, güç ve yönetim denklemleri gibi olguların tartışılmasında en az ulusal ölçek kadar belirleyicidir. 1970'ler sonrası küresel sermayenin içine girdiği kriz, kentleri birbiri ile yarışır hale getiren yeni kentsel politikalarla aşılmaya çalışılmıştır. Bu rekabette ön alan kentler, literatürde girişimci kent olarak adlandırılmaktadır.

Girişimciliğin kentle bütünleşmesini ifade eden girişimci kent kavramı, üç temel unsura dayanmaktadır. İlki, kentin imajı belirlenirken rekabetçi ve piyasacı bir söylemin geliştirilmesidir. İkincisi, ekonomik kalkınmaya, yatırım ve nispi olarak refah düzeyi daha yüksek olan sosyal grupları kente çekmeye dayalı politikalara öncelik tanınmasıdır. Üçüncüsü ise klasik yerel yönetim anlayışından kamu-özel sektör ortaklıkları gibi yönetim anlayışlarına geçişi sağlamak ve bunu yaparken kentteki yerel kamu yararının, önceliklerin, yönetim biçimlerinin belirlenmesinde, projelerin tayininde ve uygulanmasında, özel sektöre imtiyazlar vermektir.

Kentin kültürel yapısı ve girişimcilik arasında bir ilişki vardır. Her bir kentin kültürü, onun girişimcilik başarısını belirleyen bir faktördür. Kent kültürünü belirleyen toplumsal tutum ve davranışlar ile değer ve normlar, girişimciliği etkileyebilmektedir. Kent kültürü ve girişimcilik arasındaki bu ilişki, başarılı bir kentsel girişimcilik için nasıl bir kent kültürünün olması gerektiği sorusuna cevap aranmasını zorunlu kılmaktadır.

Bu çalışma, kentsel kültürle kentsel girişimcilik arasındaki ilişkiyi; coğrafi konum, tarih, dil, din, ekonomik yapı, kamu politikaları, aile yapısı, toplumsal cinsiyet, eğitim ve kentin bilinirliği gibi girişimciliği etkileyen kültürel unsurlar üzerinden incelemeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültür, girişimcilik, kent kültürü, kentsel girişimcilik, kent kültürü bileşenleri

GİRİŞ

Kentsel girişimciliğin başarısında, kentin kültürel değerleri belirleyici olabilmektedir. 20. yüzyılda, ekonomik rekabet büyük şirketler arasında gerçekleşmekteydi. Yeni dönemde ise bu rekabet, kentler arasında gerçekleşmektedir. Kentler bu rekabette avantaj elde etmek için piyasa merkezli stratejiler uygulamaktadır. Bu süreçte öne çıkan kentlerin, kentsel girişimciliği olumlu etkileyen bir kent kültürüne sahip olduğu kabul edilmektedir.

Kentin kültürel değerleri, girişimciliği olumlu ve olumsuz etkileyebilmektedir. Kent kültürünün tutum-davranışları (attitude-behaviours), risk alma eğilimi ve değer-normları (values-norms) girişimciliği etkileyen birer kültürel değerdir. Çalışmada cevap aranan, kentsel girişimcilik başarısını belirleyen kent kültürünün nasıl olması gerektiği sorusu, kentsel girişimciliği etkileyen kent kültürünün bileşenleri üzerinden cevaplanmaya çalışılmıştır. Kentin coğrafi konumu, tarihi, etnik yapısı, dini değerlere karşı tutumu, dili, ekonomik yapısı, aile yapısı, kamu politikaları, toplumsal cinsiyet, eğitim ve kentin bilinirliği, kentsel girişimciliği etkileyen kent kültürü bileşenleridir.

Kültür ve girişimcilik arasındaki ilişki birçok akademik çalışmaya konu olmuştur. Hofstede, Weber, Schwartz, Morales Hayton, Daviddson ve Palacio gibi yazarların çalışmalarında, girişimcilik ulusal ve bölgesel kültür kodlarıyla ilişkilendirilmiştir. Ancak bu çalışmalar, Gaziantep-Şanlıurfa ve Kayseri-Sivas örneğinde olduğu gibi, iki komşu kentten birinde neden kentsel girişimciliğin geliştiği diğerinde neden kentsel girişimciliğin gelişemediği sorusuna cevap verememektedir.

Çalışmanın amacı, kentsel girişimciliğin başarısında belirleyici olan kent kültürü bileşenleri özelinde bir değerlendirme yaparak kent kültürü ve kentsel girişimcilik ilişkisinin analizine olanak tanıyan kuramsal bir analiz çerçevesi oluşturmaktır. Çalışmada ilkin girişimcilik, kültür, kent kültürü ve girişimci kentin kavramsal tanımları yapılmış daha sonra kent kültürü bileşenlerinden hareketle, kentsel girişimcilik ve kent kültürü ilişkisi incelenmiştir.

1. Girişimcilik

Girişimcilik kavramı, Orta Çağ'dan günümüze başta işletme ve ekonomi bilimlerinin incelediği konulardan biri olmuştur. Teorik açıdan girişimcilik kavramını ilk kez 18. yüzyılda ekonomist Cantillon kullanmıştır. Cantillon girişimciliği, fırsatları tanımlama ve risk üstlenme olarak tanımlamıştır (Kennard, 2021: 4). İkinci sanayi devriminin başlaması, yeni teknoloji ve ekonomik faaliyetlerinin ortaya çıkması ile birlikte girişimcilik kavramı 19. yüzyılın sonlarına doğru yeniden tanımlanmıştır. Marshall, girişimciliği işletmelerin risk almanın yanı sıra denetim ve yönetim organizasyonlarında yenilikçi olma olarak tanımlamıştır (Kerstenetzky, 2010: 569).

Schumpeter, girişimcilik kavramına teorik katkı yapan bir diğer isimdir. Schumpeter, girişimciliği ekonomik amaç için birbiri ile bağlantılı olmayan kaynakları bir araya getirme, üretim ve üretim tekniklerinden, pazar ve tedarik kaynaklarından yeni fırsatlar oluşturma olarak tanımlamıştır (Schumpeter, 2003: 81-85). Girişimcilik, ekonominin ana gücüdür. Belirsiz süreçlerden ekonomik yarar sağlama için çözüm üretme sürecidir (Harper, 1996: 3). Bu süreç iktisadi, sosyolojik ve psikolojik riskleri üstlenerek yeni bilginin yaratılmasına karşılık gelmektedir (Hisrich ve Peters, 2002: 47).

Girişimcilik, işsizliği azaltma ve yeni pazarla oluşturarak istihdamı artırma amacı taşıyan (Caree ve Thurik, 2003: 443) ve topluma değişim dinamizmi katan (Marangoz, 2020: 63) ekonomik ve sosyal fonksiyonu olan bir kavramdır. Denilebilir ki girişimcilik; risk alan, fırsatlardan yararlanan, yenilik yaratılan, ekonomik fonksiyonu yanında topluma hizmet sunma gibi sosyal fonksiyona da sahip bir olgudur.

2. Kültür

Kültür tanımlanması en güç kavramlardan biridir. Williams, bu tanımlanma zorluğunu kültürün tarihsel süreç içinde yaşadığı anlam dönüşümlerine bağlar. Williams'a göre kültür, tarihsel süreç içinde üç farklı anlamda kullanılmıştır. İlk kültür kişinin, topluluk veya toplumun düşünsel, estetik ve dinsel ilerlemesini ifade eder. İkinci olarak kültür, düşünsel ve sanatsal etkinliklere sahip çıkmayı ifade eder. Üçüncü olarak kültür, kişinin, toplumun ve topluluğun yaşam tarzını ifade eder (Williams, 1997: 80).

UNESCO'nun düzenlediği Dünya Kültür Politikaları Konferansı Sonuç Bildirgesi'nde kültürün tanımı yapılmıştır. UNESCO'ya göre en geniş anlamda kültür, bir toplumu yahut toplumsal grubun ayırt edici manevi, maddi, duygusal ve zihinsel verilerin tümüdür (UNESCO, 1982). Kültür, insani bir eylemdir. Doğada hazır halde bulunmayıp üretilip oluşturulan bir yapıya sahiptir. Bu açıdan kültür, genler aracılığıyla aktarılamayan her şeyi ifade etmektedir (Eagleton, 2000: 46).

Kroeber ve Kluckhohn; kültürün betimsel, tarihsel, kuralcı, psikolojik, yapısal ve genetik tanımı olduğunu ifade etmiştir. Betimsel tanımda kültür, sosyal yaşamı oluşturan bir olgudur. Tarihsel tanımda kültür, nesiller boyu aktarılan bir mirastır. Kuralcı tanımda kültür, insanoğlunun davranışlarını belirleyen kuralları bütünüdür. Psikolojik tanımda kültür, duygusal ihtiyaçların giderilmesinde bir araçtır. Genetik tanımda kültür ise insanoğlunun nesiller boyu devam eden etkileşiminden elde edilen bir üründür (Smith, 2001: 2-3). Denilebilir ki kültür, insanoğlunun tarihsel süreç içinde deneyimlerle öğrenmiş olduğu ve öğretmiş olduğu şeylerin bütünüdür.

3. Kent Kültürü

Kent kültürü, esasında kentli kimliğini olumlu ya da olumsuz etkileyen özelliklerin varlığıdır. Uygarlaşma, uzmanlaşma, bilimsel ve sanatsal gelişimi destekleyen sosyal ortam, çoğulcu değerlerin varlığı ve hoşgörü kent kimliğini etkileyen olumlu özelliklerdir. Yabancılaşma, yoksulluk, toplumsal, ahlaki vb. kentsel sorunlar ise kent kimliğini olumsuz etkileyen özelliklerdir (Mutlu, 2010: 57).

Karasu, kent kimliğini korumanın kentin değerlerine sahip çıkmaktan geçtiğini ifade etmiştir. Üretim sürecine katılmayan kenttaşın; legal olmayan siyasi yapılara, hemşeri derneklerine ya da tarikatlara katılması, kentlilik bilincinin oluşmasını engellemektedir. Kentlilik bilinci hem kentte karşılaşılan suçları azaltmakta hem de kentsel yaşam kalitesini artırmaktadır (Karasu, 2007).

Kent kültürü; kente, kentsel hayata ve insanların barış içinde birlikte yaşayabilmesine yönelik bilinç, değer, tutum-davranışlar (attitude-behaviours) ile bunların kaynağı konumunda olan kente ait iktisadi, politik ve sosyal yapılar, estetik-sanatsal-mimari eserler ve yapıları da içine alan bir bütün biçiminde tarif edilebilir (Mutlu ve Batmaz, 2020: 29).

Kent kültürünün maddi ve manevi niteliğe sahiptir. Bir kenti ortaya çıkaran altyapı-üstyapı unsurları, sanatsal-estetik-mimari eserler, ulaşım-haberleşme olanakları, barınma ile kamusal amaçla üretilen tüm yapılar kent kültürünün maddi unsurlarını oluşturur. Kişiler arası ilişki sistemi, ritüeller, düşünceler, sanatsal üslup, mimari tarz, tarihsel süreçte kentle bütünleşen değerler ve inançlar kent kültürünün manevi unsurlarını oluşturur (Mutlu, 2020: 22-23).

Kent kültürü, kentlinin birlikte ürettiği maddi ve manevi değerlerin tümünü ifade eder. Kent kültürü, özgün yerel değerler ile evrensel değerlerden oluşur. Kent kültürü, durağan olmayıp sürekli gelişir. Bu gelişimde iktisadi, toplumsal, bilimsel ve teknolojik unsurlar etkilidir (Mutlu ve Batmaz, 2020: 29-30).

4. Girişimci Kent

1980'li yıllarla beraber başta kapitalist ülkedeki kentler ve daha sonra diğer ülke kentlerinde uygulanması amacıyla birtakım stratejiler belirlendi. Bu stratejiler hem uluslararası hem de ulusal sermayeyi kentlere çekmeyi amaçladı. Sermayenin karar alma mekanizmalarına katılımını sağlamak için yeni kurumsallaşma modeli, kamu-özel ortaklık modeli, girişimci devlet modeli ve kentlerin pazarlama mantığıyla hareket edilmesi istendi. Yine vergi indirimleri ve afları, ucuz ve örgütsüz bir işgücü yapısı, hammadde ve teknolojinin sunulması, mal ve üretimin kolay dolaşımı için ulaşım eksenli altyapı projeleri, kentsel dönüşüm projeleri ve sosyal politikaların terki yeni kentsel politikaların çerçevesini oluşturan stratejilerdir (Swyngedouw, Moulaert ve Rodriguez, 2002: 548; Cox, 1995: 214).

Yeni kentsel politikaların özünde, kentlerin birbiri ile rekabet düzeni ve yerel kalkınma yer alır. Cox, rekabetin şirketler arasından kentler arasına kaydığını ifade eder. Chapin ise girişimci kenti, yenilikçi politikaların uygulandığı kent olarak tanımlar (Cox, 1995: 217; Chapin, 2002: 567).

Kentin girişimci misyona sahip olabilmesi için beş temel özelliği taşıması şarttır. İlk özellik, yeni kentsel mekân üretimidir. Teknokent, çok kültürlü kent, bilgi kent, sınır-ötesi kent vb. kent modelleri çalışma, hizmet ve tüketime dayanan yeni kentsel mekânlara örnektir. İkinci özellik, yeni mekân üretimi yöntemleridir. Katma değer yaratıcı ekonomi yapıları özendirme; fiziksel, sosyal ve siber altyapıları tesis etme ve yatırım politikalarını teşvik etme yeni mekân üretimi yöntemlerine örnektir. Üçüncü özellik, kentsel yaşam için yeni pazarlardır. Kenttaşın ya da turistlerin hayat kalitesini artırmaya yönelik dönüşüm, yenileme ve soylulaştırma vb. mekânsal müdahale yöntemleri ile gökdelen gibi gösterişli yapılar inşa etme ve kültürel etkinlikler düzenleme kentsel yaşam için yeni pazarlara örnektir. Dördüncü özellik, hizmetler için yeni kaynakların bulunmasıdır. Merkezden fon alma, sermayeyi ve nitelikli işgücünü kente çekme ve kültürel çeşitliliği artırma yeni kaynak yaratım araçlarıdır. Beşinci ve son özellik ise kentsel konumun yeniden tanımlanmasıdır. Girişimci olma amacıyla olan kentler dünya-küresel kent hiyerarşisi içindeki konumunu artırmayı amaçlamaktadır (Özgül, 2020: 134-135).

Kentler, girişimci kent olabilme amacıyla kentsel girişimcilik stratejileri geliştirmektedir. Bu stratejiler, literatürde üç sınıfa ayrılmıştır. Ekonomik gelişimle güçlenen yerel yönetim, yerel karar alma süreçlerine dâhil olan özel kesim ve sivil toplum kuruluşları, küreselleşme ilk sınıflandırmanın aktörleridir. İkinci sınıflandırma, kentsel rekabette avantaj edinimi için sosyal ve piyasa merkezli stratejileri yürütmeyi içermektedir. Üçüncü sınıflandırma, hem kentsel yönetimin kurumsal yapılarında hem de karar alma süreçlerinde belirleyici olan işletmecilik yaklaşımı yerini girişimcilik yaklaşımına bırakmakta ve sermayeyi kente çekme için kentsel imajın yeniden şekillendirilmesini içermektedir (Özgül, 2020: 17-138).

Keyman ve Koyuncu-Lorasdağı'na göre kentsel girişimcilik stratejilerinin aktörleri, özel sektör, yerel aktörler, finans kuruluşları, inşaat ve emlak firmalarıdır. Bu aktörler, kentin insan faktörünü yeterince önemsememektedir (Keyman ev Koyuncu-Lorasdağı, 2020: 19-25).

Kentlerin ekonomik yapıları girişimciliğe bir başka değişle neoliberalleştikçe kentte mekânsal ayrışma, işçi ücretlerinde gerileme, refah devlet uygulamaları çözülmekte ve alt gelir kesimi zorlanmaktadır (Karasu, 2020: 19). Devletin yeni işlevi, sermayenin önündeki engelleri kaldırma eğilimindedir. Bu süreçte kentlerin girişimci olabilmesi için, doğa adata bir metaya dönüştürülmektedir. Kentsel alanlarda gelir eşitsizliği ve yoksulluk, girişimci kentin perdelenen yüzleri olmaktadır.

5. Kentsel Girişimciliği Etkileyen Kent Kültürü Bileşenleri

Kent kültürü ve kentsel girişimcilik kavramlarının yorumlanması, ölçülmesi ve ilişkilendirilmesi kolay değildir. Bundan dolayı kültür ve girişimcilik ilişkisini ele alan çalışmaların incelenmesi, çalışmanın amacı olan kent kültürü ve kentsel girişimcilik ilişkisinin analizine olanak tanıyan kuramsal bir analiz çerçevesinin oluşturulması için zaruridir.

Girişimcilik kültürünün tesisinde; kültürel yapı, aile yapısı, eğitim yapısı ve din belirleyici olmaktadır (Güney ve Çetin, 2003). Toplumun güven düzeyi, belirsizlik dönemlerinde risk alma eğilimi ve eğitimin niteliği girişimciliğin başarısında önem taşımaktadır (Demirel ve Tikici, 2004). Kişisel değer yargıları, yaş, iş tecrübesi, çevrenin niteliği, siyasal sistem, din ve hukuki yapı girişimciliği etkileyen kültürel bileşenlerdir (Kara, 2007).

Güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, toplumcu-bireyci olma, erillik-dişilik durumu ve kısa-uzun vadeli oryantasyon kültür ve girişimcilik çerçevesinde önem taşıyan unsurlardır (Hofstede, 2001). Endüstri, aile yapısı, ekonomik yapı, eğitim, din ve kamu politikaları girişimsel faaliyetlerin ortaya çıkmasında belirleyicidir (Morales, Aquilar ve Morales, 2022: 3-4). Hükümet kararları, dijital teknolojinin durumu, bilimsel araştırmalara verilen önem, eğitim olanakları, finansal şartlar ve kültürel boyutlar girişimcilik ve kültür ilişkisi bağlamında öne çıkmaktadır (Lauzikas ve Mokseckiene, 2013: 58-59).

Yukarıdaki çalışmalardan hareketle, kentsel girişimciliği etkileyen kent kültürü bileşenlerinin niteliği analiz edilmiştir. Bu bileşenler; coğrafi konum, tarih, dil, din, ekonomik yapı, kamu politikaları, aile yapısı, toplumsal cinsiyet, eğitim ve kentin bilinirliğidir.

5.1. Coğrafi Konum

Girişimcilik, coğrafi bir olaydır. Girişimci kentlerin en belirgin özelliklerinden biri de uluslararası ticarete belirleyici olan liman, kanal, boğaz vb. yapılara sahip olmaları gelmektedir. İstanbul, Halep, Beyrut, Panama, Hürmüz, Cebelitarık, Süveyş vd. kentleri öne çıkaran da uluslararası ticarete belirleyici olan yapılara sahip olmalarıdır. Nitekim Musso vd. liman kentleri üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada, ihracat ve kişi başına düşen gelirin diğer kentlere görece iyi olduğu ve finans kuruluşlarının da bu kentlerde yoğunlaştığı sonucuna varmıştır (Musso, Benacchio ve Ferrai, 2000: 3-19).

Merkezi ve yerel yönetimler, kentin coğrafi konumunun avantajlarını artırıcı politikaları ulusal ve uluslararası ticarete önemli bir aktör olmak için uygulamaktadır. Örneğin Osmanlı; İzmir, İstanbul, Beyrut, İskenderiye vd. kentlerde karayolu ve demiryolu hattı ile bu kentlerin coğrafi konumundan yararlanma yoluna gitmiştir (Sternberg, 2021: 2-6 ve Yıldız, 2019: 63-71).

Girişimcilik ve coğrafi konum arasındaki ilişki, yüksek teknoloji üreten işletmelerin belli bir coğrafi alanda yığılma nedenleri üzerinde de okunabilmektedir. Torre, işletmelerin inovasyon süreçlerine ve üretime katılma isteği, inovasyon ağlarına ve yüksek teknoloji üreten birliklere yakın olmalarını zorunlu kıldığını ifade etmiştir (Torre, 2014: 7-9). Hjelm ve Borgman, İsveç'teki saha

çalışmasında işletmelerin; ulaşım ağlarının uygunluğu ve ham madde kaynaklarına yakınlığı öncelendiğini saptamıştır (Hjelm ve Borgman, 2014: 930-932).

Turizm ve girişimcilik ilişkisi, kentin coğrafi konumu üzerinde okunmalıdır. İklim, bitki örtüsü ve deniz kimi kentlerin turizmden daha çok pay almalarına olanak tanımıştır. Örneğin Türkiye’de Antalya ve Muğla, İspanya’da Sevilla ve Barcelona, İtalya’da Venedik, Yunanistan’da Atina öne çıkan kentlerdir. Nitekim 2004’te Atina’da, 1992’de Barcelona’da ve 1960’ta Roma’da yaz olimpiyatları yapılmıştır.

5.2. Tarih

Kent kültürünü şekillenmesinde tarih, belirleyici bir role sahiptir. Masters, kentlerin tarihini kentlerin ekonomik yapısında belirleyici olan aktörlerin tarihi olarak yorumlamıştır. Halep’in 1600-1750 Dönemi’nde merkantilizm ve İslami ekonomi ilişkisini ele alan Masters, Akdeniz ve İskenderun Limanına yakınlık, İpek Yolu üzerinde olma, pamuk ve zeytin gibi ürünlerin üretimi Halep’te belirleyici aktörün tüccar olmasına olanak tanıdığını ifade etmiştir (Masters, 1988).

Bütün topluluklar, belirli bir şekilde örgütlenirler. Kültür, toplumsal örgütlenmenin temelidir. Aşiret temeli yapıda toplumsal ilişkileri düzenleyen kurallar, tarihe dayanan geleneklerin oluşturduğu tüm alışkanlıklardır (Uluç, 2010: 37-39). Şanlıurfa’da aşiret kent ekonomisinde belirleyici olan tarihsel bir aktördür. Tanzimat’tan sonra Urfa Kaymakamı Ömer Nuri Paşa’nın azline sebep olan hususlardan biri, Suruç Berazi Aşireti ağasının safkan atına el konulmasıdır. Aşar ihalelerinde yine yerelde olan mültezimlere öncelik verilmesi, bugün Şanlıurfa için büyük bir sorun olan büyük toprak sahipliğinin tarihselliğini işaret etmektedir (Öğüt, 2011: 335-337).

1927 Sanayi Sayımı verileri, Gaziantep’te belirleyici aktör olan sanayinin tarihsel kökenleri olduğunu göstermektedir. 426 dokuma, 185 kimya ve 199 makine imalatında faaliyette bulunan işletme vardır (DİE, 1969). 16. yy ’da Halep ve Şam’da üretilen pamuk, Anadolu’ya Gaziantep üzerinden dağıtılmış, 18. yy’da Halep ile rekabete giren Gaziantep, Cumhuriyet döneminde gerçekleştirilen yatırımlarla sanayide önemli bir güce kavuşmuştur.

Halep ve Gaziantep kent ekonomisinde belirleyici aktör iş dünyasıdır. Şanlıurfa’da ise aşirettir. Kentlerin tarihsel süreç içinde geçirdiği dönüşüm, ekonomik yapıda belirleyici olan aktöre bağımlıdır. Bugünün girişimci kentlerin tarihte edindikleri kazanımlar üzerine inşa edildiği düşünüldüğünde, Gaziantep ve Halep gibi kentler önemli bir avantaja sahiptir.

5.3. Din

Bir kültürel bileşen olarak din, insanların ekonomik ilişkilerinde belirleyici olabilmektedir. Literatürde din ve girişimcilik ilişkisi Weber’in; sermayedar, işveren ve işçi sınıfında yüksek düzeyde teknik ve ticari eğitim gören personelin, Protestan olduğu tezi üzerine yapılmaktadır. Weber’e göre Batı dışında burjuva ve burjuvazi gelişmedi. Çünkü işletmede ussal örgütlenme Kalvenizm’e dayanmaktadır. Kalvenizm; asketizmi, çalışma ahlakını ve daha fazla para kazanmanın zeminin yarattı. Protestanlık ise bu zemine en uygun formdu. Weber’in bu tezine olgusal ve epistemolojik eleştiri günümüze değin devam etmektedir. Olgusal eleştiri, kapitalizmin bir dini inanca özgü olarak ele alınması ve epistemolojik eleştiri, yöntemin Batı ve oryantalizm merkeziliği yer almaktadır (Cengiz, 2013: 25-33).

Nüfusunun %97-98’si Katolik olan Belçika, Avrupa’nın en büyük imalat merkezlerin başında gelmektedir. Belçika’daki Protestanların, Weber’in iddia ettiği gibi ekonomik yaşama ve mesleki eğitime ilgi gösterdiğine yönelik bir kanıt bulunmamaktadır. Katolik Belçika’nın başarısı, Weber’in iddiasına ters düşmektedir. Zira Belçika örneği, ekonomik gelişimde Protestanlık inancının zorunlu bir aktör olmadığını kanıtlamaktadır (Samuelson, 1961: 120).

Türkiye’de dinin ekonomik yaşamda değişen rolünün incelenmesi, İslam ve girişimcilik arasındaki ilişkinin yorumlanması bakımından önem taşımaktadır. Demirpolat, 1970’lerden sonra Konyalı sanayiciler özelinde İslami sermayenin, kazanç temelli ekonomik rasyonaliteyi benimsemesi, Batı’ya karşı tekrar bir güç istenci sonucu olarak yorumlamıştır. Yavuz ise Nakşibendi Tarikatı özelinde, cihat sadece devlet ve siyaset ilişkisinden değil aynı zamanda sivil toplum ve pazara da yöneliktir. MÜSİAD, Anadolu sermayesi için din ve girişimciliğin karmaşık bir kesişim alanını simgelemektedir (Demirpolat, 2003; Yavuz, 2003: 81-96).

İslam, Protestan ahlakı ile serbest piyasada buluşur. Bu buluşma, İslam’ın kapitalist iktisadi ilerlemeyi sınırladığı tezine karşılığı ifade etmektedir. Durak’ın değişiyile, İslam araçsallaşmıştır.

Konya'daki saha çalışmasında Durak; işçi-işveren ilişkilerinin özel değerlerden, rasyonel değerlere geçtiğini saptamıştır (Durak, 2018: 38-59).

5.4. Dil

Dil, kültürün taşıyıcısıdır. Bu açıdan kültürel farklılıkların gözlemlendiği ilk bileşen, dildir. Dilin bu önemi girişimcilik bağlamında iki başlıkta incelenmektedir. Bu başlıklardan ilki girişimcinin dilidir. Girişimcinin dilini göçmenler üzerinde aktaran Evans, göçmenlerin girişimci olamamasındaki en büyük engelin göç edilen ülkenin dilini akıcı ve ikna edici bir şekilde konuşmama bağlamaktadır (Evans, 2015: 951).

İkinci başlık ise girişimin dilidir. Girişimin dilinde, girişim faaliyetinin rekabetçi ve verimli bir şekilde gerçekleşmesi, ticaret yapılan ülkenin dilini bilmekten geçmektedir. Ticari faaliyetlerde küresel bir dil konumunda olan İngilizce öne çıkmaktadır. İngiliz Doğu Hindistan Kumpanyası, Hindistan'da İngilizceyi bir ticari aktör olarak kullanmıştır. Latin Amerika'da İspanyolca ve Afrika'da Fransızca dilin ekonomik araçsallığı açısından önem taşıyan örneklerdir.

Küreselleşen dünyada, girişimci olmak isteyen kentler dil eğitimine önem vermektedir. Turizm, ticaret, finans, moda vd. sektörlerde öne çıkan kentler; İngilizcenin yanında diğer dillerin ön-lisans ve lisans programı olarak okutmakta, çevrimiçi ve yüz yüze dil kurslarını vermektedir.

Dilin dijital teknoloji ile birleşmesi, kentlerin geleneksel iletişim tarzlarının değiştirmesine neden olmuştur. Kentler internet altyapılarını yenilemekte, ulaşımdan markete değin tüm hizmet alanları uygulamalardan takip edilmektedir. Denilebilir ki kentsel girişimciliğin dili, dijitalleşmektedir.

5.5. Etnisite

Kent kültürünü etkileyen bileşenlerden biri de etnisitedir. Türk Dil Kurumu etnisiteyi, "İrk, ulus, din, dil ve kültürel mirası paylaşan insan topluluğu anlamına gelir." şeklinde tanımlamıştır (TDK, 2023).

Etnisite ve girişimcilik ilişkisi, bireysel ve sosyolojik temelde incelenmiştir. Bireysel temelde etnisite, yüksek eğitim beşeri sermayenin bir ölçütü olarak merkeze alınmıştır. Yüksek eğitim hem üretkenliğin hem de ekonomik başarının ana motorudur. Sosyolojik temelde etnisite, iktisadi başarı kültürel normlarla kurulan ilişkiye bağlıdır (Siqueira, 2007: 32).

Mardinlilerin midye sektöründe, Süryanilerin şarapçılıkta, Hatay'da Arapların taksicilikte ve Karadenizlilerin inşaat sektöründe öne çıkması, belli etnik grupların belli sektörlerde girişimde bulduklarını göstermektedir.

Etnisite ve girişimcilik başlığı altında değinilmesinde yarar görülen bir diğer örnek Yahudi girişimciliğidir. Tarih boyunca birçok zulüm yaşayan Yahudiler, her an sürülme olasılığına karşı toprakla ilgilenmemiştir. Yahudi toplumu ticaretle ilgilenmiştir. Borsa simsarlığı, emlak, eğlence sektörü, çek, senet ve mağazacılık sektöründe öne çıkmıştır (Kurt, 2006: 448).

Kentte bulunan farklı etnik gruplar, kent ekonomisine olumlu katkı yapabilmektedir. Örneğin Gaziantep'te Kürt ve Arapların, Irak ve Suriye ile gerçekleştirilen ticarete belirleyici aktör konumundadır. Yine aynı ırktan, gelenekten ya da dini inançtan gelen gruplar arasında ticari faaliyetler daha yoğun olabilmektedir. Örneğin Türkiye-Azerbaycan ve Türkiye diğer Türki Cumhuriyetler arasında kurulan ticari ilişkiler bu çerçevede değerlendirilebilmektedir.

5.6. Ekonomik Yapı

Kent kültüründeki farklılıklar, kentin ekonomik yapısındaki farklılıklarla ilintilidir. Geleneksel üretime bağlı kentin kültürü ile piyasa ekonomisine bağlı kentin kültürü farklılık göstermektedir. Kent ekonomisi sanayiden yoksun tarıma dayalı bir kentte; kentlinin kente kalış süresi azalmakta, kentli davranış kalıpları yerini kırsal davranış kalıplarına bırakmakta, mevsimlik işçi çalışma oranı ve işsizlik yüksek olduğundan kentle bütünleşmemektedir.

Kent ekonomisinin yapısı, insan ilişkilerini de belirlemektedir. Büyük toprak sahipleri kentte feodal ilişkilerin çözümlenmesi önünde engeldir. Bu kentler girişimci çekememekte ve ekonomik yapı esnaflığa dayanmaktadır. Uluç ve Karasu'nun 2015'te gerçekleştirdikleri saha çalışmasında, Şanlıurfa'da kentte göç eden aşiret üyelerinin %90,8'i kadının çalışmasına karşı olduğunu, %57'si görücü usulü ya da akrabasıyla evlendiğini ve %56,3'ü kavga anında akrabasına ya da aşiretine ilkin haber vereceğini paylaşmıştır (Uluç ve Karasu, 2015: 214-215).

Şanlıurfa ilinde yapılan bir araştırmada, kentleşmenin tarıma dayalı olarak gelişmesi gerek kentleşmenin sağlıklı gelişimini etkilediği gerekse aşiret ve cemaat gibi kapalı toplum yapılarının kent içinde etkinliğini devam ettirmeleri için bir zemin hazırladığı sonucuna varılmıştır. Kırsala bağımlı ekonomik yapı, kent kültürünün oluşması önünde bir engeldir. Köy kimliği şekil değiştirerek kendisini kentte de devam ettirmektedir. Bu durumda tarıma dayalı kentleşme ataerkil aile biçiminin ve aşiret tipi toplumsal örgütlerin çözülmesini zorlaştırmaktadır (Karasu, 2012: 79-81).

Kentin ekonomik yapısı, tarihsel bir sürecin ürünüdür. Manchester, Liverpool, Münih gibi kentler erken dönemde sanayileşmiş olmalarının avantajını kullanmaktadır. Bu tarihsel süreçten yoksun olan kentler, bugün teknoloji transferi ile bu eksiliği gidermeye çalışmaktadır. Kentler akıllı ve marka kent olma hedefiyle tarımdan altyapıya, trafikten konuta değin yenilenmektedir.

Ekonomisi balıkçılığa dayanan Dubai'nin, son yarım yüzyılda geçirdiği dönüşüm, ekonomik yapı ve girişimcilik ilişkisi bağlamında önemli bir örnektir. Kentin ekonomik yapısı bugün ticaret, lojistik, finans, emlak, sigortacılık, tamir ve onarım hizmetleri eksenli bir yapıdadır. Bu dönüşüm, neoliberal ekonomik politikalara uygun kamu politikaları ve yüksek düzeyde teknoloji transferinin marka ve akıllı kent inşasında başarılı bir şekilde kullanımıyla mümkün olmuştur.

5.7. Aile Yapısı

Kültür ve girişimcilik, ilkin aileden edinilir. Ailedeki çocuk sayısı, ailenin kentte kalma süresi, ailedeki üyelerin eğitim düzeyi, ebeveynlerin ekonomik durumu, ailedeki üyelerin işyeri sahipliği vb. unsurlar bireyin girişimci olmasında belirleyici unsurlardır.

TÜSİAD'ın 1987'de gerçekleştirdiği çalışmada girişimcilerin %62'si, girişimci özelliklerinin aileden edindiği ifade etmiştir (TÜSİAD, 1987). TÜSİAD'ın 2002'de yaptığı çalışmada girişimcilerin %24'ü kayıtlı ekonomide ve %59'u kayıt dışı ekonomide finans kaynaklarının aile olduğunu paylaşmıştır (TÜSİAD, 2002). Ankara'daki girişimcilik yapan 100 eczacı ile gerçekleştirilen görüşmelerde elde edilen veriler, aile yapısı ve girişimcilik arasındaki ilişki özelinde önem taşımaktadır. Girişimcilerin %77'si çekirdek aile, %68'si de güven verici ve serbest aile üyesidir.

Kentte kuşaklardır bulunan aile yapılarında, bireyin girişimci özellikleri daha kolay bir şekilde fark edilebilmektedir. Bu ailedeki bireyler; kırsalda yaşayan, otoriter ve baskıcı baba figürünün egemen olduğu ve geleneksel ailelerdeki bireylere nazaran girişimci olma şansları daha yüksektir.

Aile yapısı ve girişimcilik arasındaki ilişkide belirleyici olan bir diğer unsur, ailedeki üyelerin iş yeri olması ve kuşaklardır girişimcilikle uğraşmasıdır. İş hayatı ile erken tanışan aile üyeleri, iş hayatı ile erken tanışmayan aile üyelerine görece girişimci olma şansları yüksektir.

Ailenin yapısı girişimci olmada belirleyici olmasına karşın her türlü aile yapısında girişimcinin ortaya çıkması, literatürde aile yapısı ve girişimcilik üzerine bir uzlaşımın olmasını engellemiştir.

5.8. Kamu Politikaları

Kamusal politikalar, kentsel girişimciliği ve kentsel kültürü direkt etkilemektedir. Teşvik, vergiden indirim ve muafiyet, üniversite ve hastane gibi kamusal kurum ve kuruluşların tesisi, altyapı çalışmaları, kredi olanakları, bölgeler arası eşitsizliği azaltma, istihdamı artırma ve kalkınmada öncelikli yer ilan etme öne çıkan kamusal müdahalelerdir.

Kamu politikalarının kentsel girişimciliği ne düzeyde etkileyebileceğini öğrenmek için Geç-Osmanlı ve Erken-Cumhuriyet döneminde kamusal müdahale örneklerine bakmakta yarar vardır. Geç-Osmanlı döneminde sanayileşme hamleleri, fabrika, sanayi mektepleri ve liman kentleri arasında bağlantıyı sağlayan ulaşım eksenlidir. Avrupa sanayisinin ham maddesi olan pamuk başta olmak üzere üzüm, incir, tahıl vd. ürünler İzmir, Selanik, Beyrut, Halep vd. limanlardan ihraç edilmesini kolaylaştırmak için modern demiryolu ve karayolu yapılmıştır. Buradaki amaç bu kentleri dünya kapitalist sistemle bütünleştirmektir (Keyder, Özveren ve Quataert, 1994: 121-132; Ahmad, 2010: 39; Berkes, 2013: 451).

Erken-Cumhuriyet döneminde sanayileşme hamleleri, fabrika kurma özelinde gerçekleşmiştir. Kayseri'de Tayyare, Sümerbank Bez ve Bunyan Halı fabrikası; Malatya'da Bez ve İplik Fabrikası; Eskişehir'de Tayyare fabrikası Erken-Cumhuriyet Dönemi'nde gerçekleştirilen kamusal yatırımlara örnektir. Yine bu kentlerin sonraki süreçte kalkınmada öncelikli yer ilan edilmesi, organize sanayi bölgelerinin kurulması, ulaşım eksenli altyapı çalışmaları önemli kamusal yatırımlar olarak öne çıkmaktadır (Keyman ve koyuncu-Lorasdağı, 2020).

Bugün kentler arasında ekonomik gelişim farklılıklarının nedenlerinden biri de kamusal yatırımların, merkeze ve yerel yönetim birimleri tarafından politik bir tutum ile gerçekleştirilmesidir. Bugün iktidarlar istisnasız en çok oy aldığı yerlere daha çok bütçe ayırmaktadır. Merkez ve yerel arasında kurulan patronaj ilişkiler, iktidarların kendi sermaye grubunu kurma isteği ve büyük projelerin belli kent alanlarında gerçekleştirilmesi, kamusal politikaların kent üzerinde ne kadar belirleyici olabileceğini göstermektedir.

5.9. Toplumsal Cinsiyet

Toplumsal cinsiyet, toplumun bireyin cinsiyetinden bağımsız olarak cinsiyete yüklediği anlama karşılık gelmektedir. Toplumsal cinsiyet; ailelerin kız ve erkek çocuklarına yönelik davranış biçimi, sosyalleşme süreçleri, kimlik, aile kurmada davranış kalıplarına kadar birçok konu ile ilgilenmektedir (Bölükbaşı, 2022: 53-54).

Kentin kültürü, kadına yüklediği anlam üzerinde okunabilmektedir. Kadının kent yaşamına birey, girişimci, yönetici vb. pozisyonlarda katılması kent kültürüne olumlu katkı yapmaktadır. Ancak kadın işveren oranına ve işgücü piyasalarına katılma oranlarına bakıldığında, birçok ülkede kadının çalışma hayatında önemli sorunlar yaşadığı görülmektedir.

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 2017'de gerçekleştirdiği çalışmada, Türkiye'de kadın işveren oranı %8 iken bu oran Avrupa Birliği ülkelerinde %27, İran'da %6 ve Filistin'de %5'tir (ILO, 2017). Ortadoğu ülkelerinde kadının işgücüne katılım oranına bakıldığında; Birleşik Arap Emirlikleri'nde %46,7, İsrail'de %66,7, Katar'da %51,7 iken İran'da %12, Suriye'de %14,5 ve Irak'ta 15,8'dir. Kadının istihdam edildiği sektöre bakıldığında Irak'ta tarım; Katar, Kuveyt, Birleşik Arap Emirlikleri ve Sudi Arabistan'da hizmet sektörü öne çıkmaktadır (World Bank, 2014).

Türkiye Kadın Girişimci Endeksi 2019 Raporuna göre Girişimci kadınların %40'ı ailesinden destek almakta ve işletmelerin %56'sında 1-5 kişi çalışmaktadır. Yukarıdaki veriler kadınların Türkiye'de ve Ortadoğu'da girişimci olarak iş hayatına katılması önünde önemli engeller bulunduğunu göstermektedir (Türkiye Kadın Girişimci Endeksi Raporu, 2019).

Kadının girişimci olarak iş hayatına katılması önünde önemli engeller vardır. Kadın bedeni üzerinde tesis edilen namus, erken yaşta evlilik, okula gönderilmeme ya da okuldan erken alınma, yerel ve merkezi seçimlerde aday gösterilme ve seçilme oranının azlığı, doğurganlık oranının fazlalığı ve dini inanç eksenli davranış kalıpları öne çıkmaktadır.

5.10. Eğitim

Kent kültüründe eğitim belirleyici bir unsurdur. Girişimcilik de eğitimle beraber kültürel bir unsura dönüşür. Girişimcinin bireysel eğitimi ve eğitimde girişimciliğin önemi, girişimcilik ve eğitim ilişkisinin iki yönlü olduğunu göstermektedir. Girişimci, girişimciliği anlamaya dönük eğitimini tamamlamalıdır (Kuratko, 2005: 579-580).

İnovasyon, yöneticilik, risk üstlenme, liderlik ve yenilik gibi girişimcilikle ilgili konular kamu ve özel olmak üzere tüm okul müfredatında yer almalıdır. Ayrıca girişimcilikle ilgili uygulamalı eğitimlerde verilmelidir (Lacatus ve Stăiculescu, 2016: 439-442). Oosterbeek vd. yaptığı çalışmada; girişimcilik yeteneği, girişimcilik eğitimi ve motivasyonu arasında bir ilişki olduğunu saptamıştır. Girişimcilik eğitimi alan bireylerin diğer bireylere görece daha esnek, özerk, risk alabilen, yaratıcı düşünen ve özgüvenli olduğu sonucuna varılmıştır (Oosterbeek, Praag ve Ljsselstein, 2010: 443-446).

Girişimcilik ve eğitim ilişkisinde önem taşıyan bir diğer unsur ise kentin beşeri ve sosyal sermayesidir. Kentsel üretime katılan işgücünün bilgi ve birikimi, ortak amaçlar için birlikte hareket edebilme kabiliyeti, kentsel girişimciliğin başarısını belirleyen beşeri ve sosyal sermaye unsurlarıdır.

5.11. Kentin Bilinirliği

Kent kültürü sadece yerel dinamiklerden değil aynı zamanda küresel dinamiklerden de etkilenebilmektedir. Kentin bilinirlik düzeyi, kentin kültüründe bir değişim ve dönüşüm yaratmaktadır. Örneğin sanat akımlarının filizlendiği, Birleşmiş Milletler, Dünya Sağlık Örgütü vb. uluslararası önemi olan kurum ve kuruluşların bulunduğu, siyasal ve dinsel ideolojilerinin ortaya çıktığı kentler daha bilinirdir. Bu bilinirlik, kent kültürünü ve kentsel girişimciliği etkilemektedir.

Kentin bilinirlik düzeyi, yerel ve merkezi yönetimlerin birlikte hareket etmesiyle gerçekleşir. Rekabet, yatırım ve proje merkezli birliktelik kentleri bilinir hale getirmektedir. Akıllı kent, marka kent,

küresel kent, sakin kent gibi misyona sahip olma kentin bilinirlik düzeyini artırma ve küresel ekonomide pay alabilme doğrultusunda yapılmaktadır.

Girişimci kentler, coğrafi işaret olarak gastronomi ve kültürel mirası öne çıkararak bilinir olma arayışındadır. Kentsel yönetimin medya harcamaları, kentin bilinir olma arzusuna paralel artmaktadır. Festivaller, karnavallar, olimpiyat oyunları başta olmak üzere spor organizasyonlarına ev sahibi olma özünde kenti küresel düzeyde bilinirliğini artırma, sermaye ve yatırım çekme amacını taşır.

Kentin bilinirliği artık kentte farklı ırktan, dinden ve ideolojiden insan bir arada yaşamaya başlar. New York, İstanbul, Londra, Tokyo vd. küresel kentlerde, kentsel kültürde de küreselleşir.

SONUÇ

Girişimcilik, kentin kültürel bileşenlerinden etkilenir. Kentin kültürü, girişimciliği olumlu ve olumsuz etkileyebilmektedir. Bundan dolayı bir kentin girişimcilikte başarılı olması, girişimciliği etkileyen kültür bileşenlerinin niteliğiyle ilintilidir.

Kentin coğrafi konumu, girişimciliği etkilemektedir. Ticaret yollarına ve ham maddeye yakınlık kentsel girişimciliği olumlu etkilemektedir. Beyrut, İstanbul, Halep, İzmir vb. kentlerin önemli ticaret noktaları olması, girişimciliğin bu kentlerde gelişimine zemin hazırlamıştır.

Kent; yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası olayların dönüşümü ile şekillenir. Ekonomik politikalarının ve ticaret yollarının değişimi, kamu yatırımlarının uygulanışı kentsel girişimciliği etkileyen tarihsel olaylara örnektir. Örneğin Türkiye’de; Gaziantep, Malatya, Kayseri, Denizli ve Eskişehir’de Erken Cumhuriyet döneminde gerçekleşen kamu yatırımları bu kentlerde girişimcilik kültürünün tesis edilmesinde belirleyici olmuştur.

Kentteki etnik kimliklerin varlığı, girişimciliği etkilemektedir. Mardin’de şarapçılık denince Süryaniler; Hatay’da taksicilik denince Araplar; İstanbul’da inşaat denince Karadenizliler aklı gelmektedir. Yahudiler çek, senet, altın ve mücevher sektöründe ve Hintliler mühendislikte öne çıkmaktadır. Etnik kimlik bir bakıma girişimci kimliği de olabilmektedir. Bu bakımdan farklı etnik kimliklere ev sahipliği yapan kentler, girişimcilikte bir adım öne çıkmaktadır.

Din, kentsel girişimciliği olumlu ve olumsuz etkileyebilmektedir. Örneğin Yahudilerin tarihsel süreç içinde maruz kaldığı kısımlar, Yahudi toplumunun ekonomik olarak güçlü olmalarının ana sebebi olmuştur. Türkiye’de ise dinin girişimciliğe etkisi iki şekilde olmuştur. İlk din, ekonomik yaşamda bir araca dönüşmüştür. İkincisi ise İslam’ın hırsı tasvip etmeyip ve azla yetinebilme düşüncesi, girişimci ruhu ötelemiştir.

Dil, girişimciliğin başarısını belirleyen bir aktördür. Küreselleşen dünyada girişimcilerin ekonomik yaşamda öne çıkmaları pazar alanlarını genişletmekten geçmektedir. Bu açıdan ticaret yapılan ülkenin ve girişimcinin ana dilini bilmek, önemli kazanımların edinmesini kolaylaştırmaktadır. Ayrıca girişimcilerin ticaret hayatında ikna edici bir dil becerisine sahip olması da önem taşımaktadır.

Kentin kültürel yapısı, kentin ekonomik yapısından etkilenmektedir. Tarıma dayalı bir ekonomik yapıya sahip bir kentin kültürü ile sanayi ve hizmete dayalı bir ekonomik yapıya sahip kentin kültürü bir olmayacaktır. Zira ekonomik yapı insan ilişkilerinin nasıl olacağına belirlenmesinde önem taşımaktadır. Ekonomik yapının kent kültürüne bir diğer önemli etkisi, kentte kalış süresi ve kentleşme üzerinedir. Tarıma dayalı bir ekonomik yapıda kentli, kentle bütünleşmemekte ve kentli bilincine erişmemektedir.

Aile, girişimcilik kültürünün ediniminde ana aktördür. Anne ve babanın eğitim düzeyi, ailedeki kişi sayısı, aile üyelerinin ticaretle ilişkisi ve kentte kalış süresi bu edinimin kazanılmasında belirleyici unsurlardır. Ayrıca tutucu, baskıcı ve sorumluluk paylaşımından uzak bir aile yapısında, bireyin girişimci yeteneklerinin farkına varması da kolay değildir.

Kamu politikalarının yönü, girişimciliğin yönüne karşılık gelmektedir. Yatırım, teşvik, vergi indirimi, başta ulaşım eksenli alt yapı kökenli kamusal yatırımlar, kimi kentlerin ticari yaşamda önemli kazanımlar edinmesini sağlamıştır. Girişimci olma hedefi taşıyan kentlerin, kamusal yatırımları çekmek için mücadele etmektedir. New York, Londra, İstanbul, Tokyo vb. kentlerin ekonomik yaşamda belirleyici oluşunun en önemli unsurlarından biri de hem merkezi hem yerel kamu politikalarında önemli pay almalarıdır.

Kentte kadına ve erkeğe yüklenen roller, kentsel girişimciliğin başarısında belirleyicidir. Geleneksel, muhafazakâr ve tutucu özelliği öne çıkan kentlerin, ekonomik hayatta kadının katılımına olanak tanımamaktadır. Kadının kent hayatına girişimci olarak katılmadığı bir kent, kadının kent

hayatına girişimci olarak katılan bir kent ile rekabet edemeyecektir. Ayrıca, kadının ekonomik hayatta var olması ailede ve kentsel yaşamda girişimci bir kültür oluşmasında da belirleyici olacaktır.

Kentteki eğitimin niteliği, kentteki girişimcinin niteliğini belirler. Bireysel gelişime olanak tanıyan ve girişimcilik eğitime aileden başlayarak ilköğretimden üniversiteye yaymayı başaran kentler öne çıkmaktadır. Ayrıca kent yönetimlerinin girişimcilerin nitelikli çalışan ihtiyacını gidermeye yönelik bir eğitim programı uygulamaları da kentsel girişimciliğin başarısından anahtar rol oynayacaktır.

Kentsel girişimin kent üzerindeki ilk etkisi kentin bilinir oluşunu sağlamaktır. Girişimcilik, kentin sahip olmuş olduğu potansiyelin diğer girişimcilerce de fark edilme sürecini hızlandırmaktadır. Ayrıca merkezi ve yerel yönetimler kentin özgün yanlarını öne çıkaracak tanıtıcı çalışmalarla hem yeni girişim alanları yaratma hem de yeni girişimcileri kentte çekme isteğindedir. Bu durum kentin bilinirliğinin, ekonomik kazancı artırmanın kapısını aralamasından kaynaklanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Ahmad, F. (2010). *Bir kimlik peşinde Türkiye*. Çev. Sedat Cem Karedeli. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Berkes, N. (2013). *Türkiye’de çağdaşlaşma*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bölükbaşı, A. (2022). Ailede toplumsal cinsiyet rollerinin dönüşümü: erkeklik ve akrabalık. *Düşünce Dergisi*, 16(1), 51-70.
- Caree, M. A. ve Thurik, A. R. (2003). The impact of entrepreneurship on economic growth. Z.J. Acs ve D.B. Audretsch (Ed.), *Handbook of entrepreneurship research* (pp.437-471). Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Cengiz, K. (2013). *Yav işte fabrikalaşsak, Anadolu sermayesinin oluşumu: Kayseri Hacılar örneği*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Chapin, T. (2002). Beyond the entrepreneurial city: municipal capitalism in San Diego. *Journal of Urban Affairs*, 24(5), 565-581.
- Cox, K. (1995). Globalization, competition and politics of local economic development. *Urban Studies*, 32(2), 213-224.
- Demirel, E. T. ve Tikici, M. (2004). Kültürün girişimciliğe etkisi. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 49-58.
- Demirpolat, A. (2003). Türkiye’de İslami iktisat ahlakının yükselişi, rasyonalite ve kapitalizm: Konya örneği. *Selçuk İletişim*, 2(4), 194-201.
- DİE. (1969) *Sanayi sayımı 1927*. Ankara: Yayın No: 584.
- Durak, Y. (2018). *Emeğin tevekkülü, Konya’da işçi-işveren ilişkileri ve dindarlık*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Eagleton, T. (2000). *Kültür yorumları*. Çev. Özge Çelik. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Evans, D.J. (2015). Technical entrepreneurship, strategy and experience. *International Small Business Journal*, 14(3), 15-39.
- Güney, S. ve Çetin, A. (2003). Kültürün girişimciliğe etkisi ve Türkiye’de girişimcilik kültürü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 189-210.
- Harper, D. A. (1996). *Entrepreneurship and the market process*, London: Routledge.
- Hisrich, R. D. ve Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*. USA: [McGraw-Hill/Irwin](http://www.mcgraw-hill.com).
- Hjelm P. B. ve Borgman, B. (2014). Geographical concentration, entrepreneurship and regional growth: evidence from regional data in Sweden, 1975–99. *Regional Studies*, 38(8), 929-947.
- Hofstede, G. (2001). *Culteral consequences*. London: Sage Publications.
- ILO. (2017). *ILO 2017 istihdam raporu*. Cenevre: ILO Yayınları.
- KAGİDER. (2019). *Türkiye Kadın Girişimci Endeksi Raporu 2019*. İstanbul: KAGİDER.
- Kara, M. (2007). Sosyal ve kültürel yapının girişimcilik üzerine etkileri ve Türk toplumundan örnekler. *Khazar Journal of Humanities and Social Sciences*, 12(1), 465-485.
- Karasu, M. (2012). Kent kültürünün suç etkisi-Şanlıurfa örneği. *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 20(2), 71-103.
- Karasu, M. A. (2007). *İmar uygulamaları bağlamında kente karşı suç*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi: Ankara.
- Karasu, M. A. (2020). Şanlıurfa’da kamu personelinin kentsel mekânda ayrışma biçimleri. *Kent ve Çevre Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 5-39.
- Kennard, M. (2021). *Innovation and entrepreneurship*. London: Routledge.
- Kerstenetzky, J. (2010). Alfred Marshall on big business. *Cambridge Journal of Economics*, 34(3), 569-586.
- Keyder, Ç., Özveren, Y. E. ve Quataert, D. (1994). *Doğu Akdeniz’de liman kentleri*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Keyman, E. F. ve Koyuncu-Lorasdağı, B. (2020). *Sekiz kentin hikâyesi*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-597.
- Kurt, A. O. (2006). İkinci Mabad Dönemi Yahudiliğine genel bir bakış. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 10(2), 440-455.
- Lacatus, M. L. ve Staiculescu, C. (2016). Entrepreneurship in education. *International Conference Knowledge -Based Organization*, 22(2), 438-443.

- Lauzikas, M. ve Mokseckiene, R. (2013). The role of culture on entrepreneurship in Lithuania. *Socialliniai Tyrimai*, 2(31), 55-69.
- Marangoz, M. (2020). *Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Masters, B. (1988). *The origins of western economic dominance in the Middle East*. New York: New York University Press.
- Morales, G. L, Aquilar, J. C. R. ve Morales, K. Y. L. (2022). Culture as an obstacle for entrepreneurship. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(46), 1-14.
- Musso, E. Benacchio M. ve Ferrai, C. (2000). Ports and employment in port cities. *IJME*, 2(4), 283-311.
- Mutlu, A. (2020). *Kenti anlamak, kent kültürü sorunu ve politikası*. Ankara: Palme Yayınevi.
- Mutlu, A. ve Batmaz, N. Y. (2020). *Kent hakkı*. Ankara: Orion Kitapevi.
- Mutlu, A.(2010). *Kentli hakları ve Türkiye*. Konya: Çizgi Kitapevi.
- Oosterbeek, H, Praag, M. V. ve Ljsselstein, A. (2010). *European Economic Review*, 54 (2010) 442–454.
- Öğüt, T. (2011). Urfa’da Tanzimat’a geçiş sürecinde idari ve mali yapı. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 325-344.
- Özgül, C. G. (2020). *Yeni kent paradigması*. Ankara: İdeal Kent Yayınları.
- Samuelson, K. (1961), *Religion and economic action*. London: Scandinavian University Books/William Heinemann.
- Schumpeter, J. A. (2003) *Capitalism, socialism and democracy*, Introduction by Richard Swedberg, London: Routledge.
- Siqueira, A. C. (2007). Entrepreneurship and ethnicity: the role of human capital and family social capital. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(1), 31-46.
- Smith, P. (2001). *Cultural theory: an introduction*. Blackwell: Oxford University Press.
- Sternberg, R. (2021). Entrepreneurship and geography-some thoughts about a complex relationship. *The Annals of Regional Science*, 1(1), 1-26.
- Swyngedouw, E, Moulaert, F. ve Rodriguez, A. (2002). Neoliberal urbanization in Europe. *Large-Scale Urban Development Projects and New Urban Policy*, 34(3), 542- 577.
- TDK (2023). *Genel açıklamalı sözlük*. Ankara: TDK Yayınları.
- Torre, A. (2014). Proximity relationship and entrepreneurship: some reflections based on an applied case study. *Journal of Innovation Economics and Management*, 2(14), 83-104.
- TÜSİAD. (1987). *TÜSİAD ekonomik araştırmaları raporu*. İstanbul: TÜSİAD Yayınları.
- TÜSİAD. (2002). *TÜSİAD 2022 yılı çalışmaları*. İstanbul: TÜSİAD Yayınları.
- Uluç, A. V. (2010). Kürtlerde sosyal ve siyasal örgütlenme: aşiret. *Mukaddime*, 2(2), 35-52.
- Uluç, A. V. ve Karasu, M. A. (2015). Kente yerleşmiş aşiret üyelerinin kentleşme eğilimleri üzerine bir çalışma: Şanlıurfa örneği. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 13(25), 201-232.
- UNESCO. (1982). *Mexico City Declaration on cultural policies*. Paris: UNESCO.
- Williams, R. (1997). *Culture and society: 1780-1950*. Middlesex: Penguin Books.
- World Bank. (2014). *World development indicators*. Washington: World Bank Publications.
- Yavuz, M.H. (2003). *Oppurtunity spaces, identity and İslamic meaning in Turkey*. İndiana: İndiana Univertsty Press.
- Yıldız, Ö. (2019). 20. yüzyıl başlarında Beyrut Limanında deniz ticareti. *Atatürk ve Türkiye Cumhuriyeti Tarihi Dergisi*, 2(4), 59-82.