

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**BİLGİ ÇAĞI KENTİNİN YAPILANMASINDA ÜRETİCİ HİZMETLERİN
YERSEÇİM KRİTERLERİ: İSTANBUL'DA BANKACILIK SEKTÖRÜ
ÖRNEĞİ**

**DOKTORA TEZİ
Barış ONAY**

Anabilim Dalı : Şehir ve Bölge Planlaması

Programı : Şehir ve Bölge Planlaması Doktora

HAZİRAN 2011

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

**BİLGİ ÇAĞI KENTİNİN YAPILANMASINDA ÜRETİCİ HİZMETLERİN
YERSEÇİM KRİTERLERİ: İSTANBUL'DA BANKACILIK SEKTÖRÜ
ÖRNEĞİ**

DOKTORA TEZİ

Bariş ONAY

(502032911)

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 14 Ocak 2011

Tezin Savunulduğu Tarih : 14 Haziran 2011

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Mehmet OCAKÇI (İTÜ)

Diğer Jüri Üyeleri : Prof. Dr. Hüseyin Cengiz (YTÜ)

Prof. Dr. Hale Çıracı (İTÜ)

Prof. Dr. Deniz İNCEDAYI (MGSÜ)

Prof. Dr. İsmet KILINÇASLAN (İTÜ)

HAZİRAN 2011

Değerli Ailem'e,

ÖNSÖZ

Kentlerin yaşam süreci içerisinde yaşanan büyük değişimler ve bu değişimleri tetikleyen makro-ekonomik etmenler her zaman ilgimi çekmiştir. Teknoloji geliştikçe ekonomik modellerde yaşanan değişimler ve kent makroformunda izlenebilen yansımalarının incelenmesi, bu tez çalışmasının ilk fikri altyapısını oluşturmaktadır.

Kentlerin tarihinde, teknolojik gelişmeler ile tetiklenen makro-ekonomik değişimlerden üç tanesi belirgin olarak izlenebilmektedir: Tarım Devrimi ile kentlerin meydana gelmesi, Sanayi Devrimi ile metropoliten kentleşmenin oluşması ve günümüzde yaşanmakta olan Bilgi Devrimi.

Tez çalışmasının çıkış noktası Bilgi Devrimi'nin günümüz kentlerine ne tür değişiklikler getireceğinin ortaya koyulması oldu. Bu genel temanın içerisinde ise, üretici hizmetlerin yerseçim kriterleri ana araştırma konusu olarak seçilmiştir. Üretici hizmetlerin göstergesi olarak Bankacılık sektörünün seçilmesi ile birlikte, tezin araştırma alanı tanımlanarak çalışmalar başlatıldı.

Tezin sonuç çıktısında bankacılık sektörünün yerseçim kriterleri ortaya konmuş ve yüz yüze iletişimin vazgeçilmez önemi, hem üretici hizmetler hem de metropoliten kentler ve MİA'ları için perçinlenmiştir. Çalışmanın çıktılarının üretici hizmetlerin yerseçim kriterleri için yeni bir bakış açısı koyduğuna inanılmakta ve daha sonraki araştırmalar için bir girdi oluşturmaları beklenmektedir.

Tezin hazırlanması sürecinde birçok kişinin çok değerli katkıları oldu. İlk olarak yıllar boyunca bana ihtiyacım olan serbestiyi tanıyıp, doğru yönlendiren tez danışmanım Prof. Dr. Mehmet Ocakçı'ya, yapıcı yorumları ile tezi şekillendiren tez izleme jüri üyelerim Prof. Dr. İsmet Kılınçaslan ve Prof. Dr. Deniz İncedayı'ya son derece değerli katkıları için teşekkür ediyorum.

Ayrıca yıllar boyunca profesyonel çalışma hayatımın yanı sıra tez çalışmama zaman ayırmamı destekleyen Yapı-Endüstri Merkezi yönetimine ve değerli yönetim kurulu başkanı Doğan Hasol'a, hergün bana olan inançlarını hissettiren değerli aileme ve tezin yazımı sırasındaki yadsınamaz katkısı için sevgili İrem Ayrancı'ya teşekkürü bir borç bilirim.

Ocak 2011

Barış ONAY

(Yük. Mimar)

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ	v
İÇİNDEKİLER	vii
KISALTMALAR	ix
ÇİZELGE LİSTESİ.....	xi
ŞEKİL LİSTESİ.....	xiii
ÖZET	xvii
SUMMARY	xix
1. GİRİŞ	1
1.1 Tezin Amacı.....	2
1.2 Tezin Kapsamı	3
1.3 Tezin Yöntemi	4
2. KENTLERDE HİZMET SEKTÖRÜNÜN DEĞİŞİM SÜRECİ.....	5
2.1 Kentlerde Ekonomik Değişimler	5
2.1.1 Sanayi öncesi dönem	6
2.1.2 Sanayi dönemi.....	7
2.1.3 Sanayi sonrası bilgi kenti dönemi	9
2.2 Hizmet Sektörünün Tanımları ve Yerseçim Kriterleri	12
2.2.1 Hizmet sektörünün güncel tanımları.....	14
2.2.1.1 Üretici hizmetler	14
2.2.1.2 Dağıtıcı hizmetler	15
2.2.1.3 Kişisel hizmetler	16
2.2.1.4 Sosyal hizmetler.....	16
2.2.2 Hizmet sektörünün yerseçim kriterleri	17
2.2.2.1 Kuruluş yeri seçiminde etmenler	20
2.2.2.2 Üretici hizmetlerde yerseçim kriterleri	21
2.3 Bilgi Kenti ve Üretici Hizmetler.....	24
2.3.1 Bilgi kentlerinde yeni kavramlar ve yaklaşımlar	25
2.3.1.1 Teknolojik determinist yaklaşım	25
2.3.1.2 Ütopik ve distopik yaklaşım	25
2.3.1.3 Teknoloji yoluyla sosyal ve politik yapılanma yaklaşımı	26
2.3.1.4 Kentlerin desantralizasyonu.....	27
2.3.1.5 Yeni ekonomi.....	28
2.3.2 Bilgi kentinde üretici hizmetler	28
2.3.3 Bilgi kentinde yeni sosyal yapı.....	29
2.3.3.1 Bilgi kavramı ve bilgi toplumunun ortaya çıkışı	30
2.3.3.2 Bilgi toplumunun sosyal yapısı.....	31
2.4 Merkezi İş Alanları ve Üretici Hizmetler	33
2.4.1 MİA ve alt merkez tanımları.....	33
2.4.2 İstanbul'da MİA'nın gelişimi	35

3. İSTANBUL'DA BANKACILIK SEKTÖRÜNDE YER SEÇİM KRİTERLERİ ARAŞTIRMASI.....	39
3.1 Üretici Bir Hizmet Olarak Bankacılık	40
3.1.1 Türkiye’de bankacılık sektörünün kısa tarihçesi.....	40
3.1.2 Bankacılık iş modeli ve hizmet birimleri	43
3.2 Bankacılık Sektörü Alan Araştırması	48
3.2.1 İstanbul’da bankacılık sektörünün dağılımı	48
3.2.1.1 Genel Merkezlerin yıllara göre yerseçimi.....	48
3.2.1.2 Banka Şubelerinin yıllara göre yerseçimi	58
3.2.1.3 Banka Çağrı Merkezlerinin yerseçimleri	64
3.2.1.4 Banka Operasyon Merkezi ve İnternet Şubesi Hizmet Merkezlerinin yerseçimleri	70
3.2.2 Bankacılık sektörü yerseçim kriterleri anket çalışması.....	71
3.2.2.1 Banka Genel Merkezleri için yerseçim kriterleri	74
3.2.2.2 Banka Şubeleri için yerseçim kriterleri.....	81
3.2.2.3 Banka Çağrı Merkezleri için yerseçim kriterleri.....	88
3.2.2.4 Banka Operasyon Merkezleri için yerseçim kriterleri	95
3.2.2.5 Banka İnternet Şubesi Hizmet Merkezleri için yerseçim kriterleri..	102
3.2.3 Bankacılık sektöründe iş yoğunluğu araştırması	109
3.3 Bölüm Sonuçları	114
4. SONUÇLAR VE ÖNERİLER	119
KAYNAKLAR	125
EKLER.....	129

KISALTMALAR

AR-GE	: Araştırma Geliştirme
BİT	: Bilgi İletişim Teknolojileri
CBS	: Coğrafi Bilgi Sistemleri
GAWC	: Globalization And World Cities
GSYH	: Gayri Safı Yurtiçi Hasıla
IP	: Internet Protocol
İMKB	: İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
MİA	: Merkezi İş Alanı
OECD	: Organisation for Economic Co-Operation and Development

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 2.1 : Ekonomik gelişmenin evreleri	6
Çizelge 2.2 : Eski ve yeni yerseçim kriterleri	18
Çizelge 2.3 : Yerseçim kararlarını etkileyen faktörler	19
Çizelge 3.1 : GaWC100 on firma ve uluslararası toplam uluslararası şube sayıları	49
Çizelge 3.2 : Bankaların çağrı merkezlerinin durumu.	66
Çizelge 3.3 : Aktif bilanço büyüklüklerine göre bankaların sıralaması	68
Çizelge 3.4 : Türkiye’deki ilk yirmi bankanın çağrı merkezleri	69
Çizelge 3.5 : Bankacılık sektöründe işlem adedi	110
Çizelge 4.1 : Bankacılık sektörü yerseçim kriterleri önem ağırlıkları	120
Çizelge A.1 : Yıllara göre İstanbul ilçelerindeki banka genel merkezi sayısı.....	130
Çizelge B.1 : Yıllara göre İstanbul ilçelerindeki banka şube sayısı.....	131

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 2.1 : Hizmet sektörünün GYSH içindeki payı.	10
Şekil 2.2 : Hizmet sektörünün GYSH içindeki payı, ÷lkere göre	10
Şekil 2.3 : Ekonomik gelişme sürecinde sektörlerdeki işgücünün değışimi	11
Şekil 2.4 : Clark ve Fourastié’ye göre sektörler kuramı.....	13
Şekil 2.5 : Üretici hizmetlerin toplam istihdam yüzdesi içindeki yeri	15
Şekil 2.6 : Dağıtıcı hizmetlerin değışimi	15
Şekil 2.7 : Kişisel hizmetlerin değışimi	16
Şekil 2.8 : Sosyal hizmetlerin değışimi	17
Şekil 2.9 : Teknolojik determinist yaklaşım.....	25
Şekil 2.10 : Ütopik yaklaşım.	25
Şekil 2.11 : Distopik yaklaşım.	26
Şekil 2.12 : Sosyal ve politik yapılanma yaklaşımı.....	26
Şekil 3.1 : Bankacılık sektöründeki temel birimler	39
Şekil 3.2 : Bankacılık sektörü genel yapılanma analizi.....	47
Şekil 3.3 : Türkiye Bankalar Birliğine göre Türk Bankacılık Sistemi.	47
Şekil 3.4 : GaWC Dünya Kentleri Haritası	50
Şekil 3.5 : GaWC İstanbul dağılımı.	51
Şekil 3.6 : Yıllara göre İstanbul ilçelerindeki banka genel merkez sayısının çizgisel grafik olarak ifadesi	53
Şekil 3.7 : 1961 yılında İstanbul ilçelerinde banka genel merkezlerinin dağılımı. ...	54
Şekil 3.8 : 1980 yılında İstanbul ilçelerinde banka genel merkezlerinin dağılımı. ...	56
Şekil 3.9 : 1990 yılında İstanbul ilçelerinde banka genel merkezlerinin dağılımı. ...	56
Şekil 3.10 : 2000 yılında İstanbul ilçelerinde banka genel merkezlerinin dağılımı. .	57
Şekil 3.11 : 2007 yılında İstanbul ilçelerinde banka genel merkezlerinin dağılımı. .	58
Şekil 3.12 : Yıllara göre İstanbul ilçelerindeki banka şube sayısının çizgi grafik olarak ifadesi.	59
Şekil 3.13 : 1961 yılında İstanbul ilçelerinde banka şubelerinin dağılımı.	60
Şekil 3.14 : 1970 yılında İstanbul ilçelerinde banka şubelerinin dağılımı.	61
Şekil 3.15 : 1980 yılında İstanbul ilçelerinde banka şubelerinin dağılımı.	62
Şekil 3.16 : 1990 yılında İstanbul ilçelerinde banka şubelerinin dağılımı.	62
Şekil 3.17 : 2000 yılında İstanbul ilçelerinde banka şubelerinin dağılımı.	63
Şekil 3.18 : 2007 yılında İstanbul ilçelerinde banka şubelerinin dağılımı.	64
Şekil 3.19 : Bankaların çağrı merkezlerinin dağılımı.....	65
Şekil 3.20 : Bankaların genel merkezleri yoğunluğu haritası ve çağrı merkezleri....	70
Şekil 3.21 : Bankacılık sektöründe yerseçim kriterleri anket soruları.	73
Şekil 3.22 : Banka genel merkezlerinin yüz yüze iletişim ihtiyacı.	74
Şekil 3.23 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “prestij”in önemi.	74
Şekil 3.24 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “arazi değeri”nin önemi.....	75
Şekil 3.25 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “genel merkeze yakınlık”ın önemi.....	75
Şekil 3.26 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “güvenlik”in önemi.	76
Şekil 3.27 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “havalimanına yakınlık”ın.....	

önemi.....	76
Şekil 3.28 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “toplu taşımaya yakınlık”ın	
önemi.....	77
Şekil 3.29 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “şehir merkezine yakınlık”ın	
önemi.....	77
Şekil 3.30 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “elektronik iletişim altyapısı”nın	
önemi.....	78
Şekil 3.31 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gündüz	
nüfusu” nun önemi.	78
Şekil 3.32 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gece.....	
nüfusu” un önemi.	79
Şekil 3.33 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki nüfusun	
ekonomik gücü” nün önemi.	79
Şekil 3.34 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki çalışanların	
niteliği” nin önemi.....	80
Şekil 3.35 : Banka genel merkezleri yerseçimi kriterleri.	80
Şekil 3.36 : Banka şubelerinin yüz yüze iletişim ihtiyacı.....	81
Şekil 3.37 : Banka şubeleri yerseçimi için “prestij” in önemi.....	81
Şekil 3.38 : Banka şubeleri yerseçimi için “arazi değeri” nin önemi.	82
Şekil 3.39 : Banka şubeleri yerseçimi için “diğer banka şubelerine mekansal	
yakınlık”ın önemi.....	82
Şekil 3.40 : Banka şubeleri yerseçimi için “güvenlik”in önemi.....	83
Şekil 3.41 : Banka şubeleri yerseçimi için “havalimanına mekansal yakınlık”ın	
önemi.....	83
Şekil 3.42 : Banka şubeleri yerseçimi için “toplu taşımaya mekansal yakınlık”ın	
önemi.....	84
Şekil 3.43 : Banka şubeleri yerseçimi için “kent merkezine mekansal yakınlık”ın	
önemi.....	84
Şekil 3.44 : Banka şubeleri yerseçimi için “elektronik iletişim altyapısı”nın önemi.....	85
Şekil 3.45 : Banka şubeleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusu” nun	
önemi.....	85
Şekil 3.46 : Banka şubeleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gece nüfusu”nun	
önemi.....	86
Şekil 3.47 : Banka şubeleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik	
gücü” nün önemi.	86
Şekil 3.48 : Banka şubeleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliği”	
nin önemi.....	87
Şekil 3.49 : Banka şubeleri yerseçimi için yerseçim kriterleri.....	87
Şekil 3.50 : Banka çağrı merkezlerinin yüz yüze iletişim ihtiyacı.	88
Şekil 3.51 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “prestij” in önemi.	88
Şekil 3.52 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “arazi değeri” nin önemi.....	89
Şekil 3.53 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “diğer banka çağrı merkezlerine	
yakınlık” in önemi.....	89
Şekil 3.54 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “güvenlik” in önemi.	90
Şekil 3.55 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “havalimanına mekansal.....	
yakınlık” in önemi.....	90
Şekil 3.56 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “toplu taşımaya mekansal.....	
yakınlık” in önemi.....	91
Şekil 3.57 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “kent merkezine mekansal.....	
yakınlık” in önemi.....	91

Şekil 3.58 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “elektronik iletişim altyapısı” nın önemi.	92
Şekil 3.59 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusu” nun önemi.	92
Şekil 3.60 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gece nüfusu” nun önemi.	93
Şekil 3.61 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücü” nün önemi.	93
Şekil 3.62 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliği” nin önemi.	94
Şekil 3.63 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için yerseçim kriterleri.	94
Şekil 3.64 : Banka operasyon merkezlerinin yüz yüze iletişim ihtiyacı.	95
Şekil 3.65 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “prestij” in önemi.	95
Şekil 3.66 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “arazi değeri” nin önemi.	96
Şekil 3.67 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “diğer banka operasyon merkezlerine yakınlık” in önemi.	96
Şekil 3.68 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “güvenlik” in önemi.	97
Şekil 3.69 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “havalimanına mekansal yakınlık” in önemi.	97
Şekil 3.70 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “toplu taşımaya mekansal yakınlık” in önemi.	98
Şekil 3.71 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “kent merkezine mekansal yakınlık” in önemi.	98
Şekil 3.72 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “elektronik iletişim altyapısı” nın önemi.	99
Şekil 3.73 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusu” nun önemi.	99
Şekil 3.74 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gece nüfusu” nun önemi.	100
Şekil 3.75 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücü” nün önemi.	100
Şekil 3.76 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliği” nin önemi.	101
Şekil 3.77 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için yerseçim kriterleri.	101
Şekil 3.78 : Banka internet şubesi hizmet merkezlerinin yüz yüze iletişim ihtiyacı.	102
Şekil 3.79 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “prestij” in önemi.	103
Şekil 3.80 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “arazi değeri” nin önemi.	103
Şekil 3.81 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “diğer banka internet şubesi hizmet merkezlerine mekansal yakınlık” in önemi.	104
Şekil 3.82 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “güvenlik” in önemi.	104
Şekil 3.83 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “havalimanına ... mekansal yakınlık” in önemi.	105
Şekil 3.84 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “toplu taşımaya mekansal yakınlık” in önemi.	105
Şekil 3.85 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “kent merkezine mekansal yakınlık” in önemi.	106

Şekil 3.86 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “elektronik iletişim altyapısı”nın önemi.	106
Şekil 3.87 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusu”nın önemi.	107
Şekil 3.88 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gece nüfusu”nın önemi.	107
Şekil 3.89 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücü”nın önemi.	108
Şekil 3.90 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliği”nin önemi.	108
Şekil 3.91 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için yerseçim kriterleri.	109
Şekil 3.92 : Bankaların internet şubesi müşteri sayısı.	110
Şekil 3.93 : Bankaların internet şubelerinde üç ayda yapılan toplam işlem adedi. .	111
Şekil 3.94 : Bankaların internet şubelerinde kullanıcı başına yapılan işlem adedi. .	111
Şekil 3.95 : Bankaların çağrı merkezlerine gelen üç aylık toplam çağrı sayısı.	112
Şekil 3.96 : Bankaların internet şubelerinde yapılan toplam işlem ve çağrı merkezine gelen çağrı adetlerinin karşılaştırılması.	113
Şekil 3.97 : Türkiye toplam banka şube sayısı.	113
Şekil 3.98 : İnternet şubesi kullanıcı sayısı ve banka şube sayısı karşılaştırması. ..	114
Şekil 4.1 : Bankacılık yerseçim kriterleri önem ağırlıkları.	120
Şekil 4.2 : Banka işlem birimlerinin yüz yüze iletişim ihtiyacı.	121
Şekil C.1 : İstanbul’da yer alan banka genel Merkezlerinin Coğrafi Dağılımı.	132
Şekil D.1 : İstanbul’da yer alan banka şubelerinin coğrafi dağılımı.	139
Şekil E.1 : Bankacılık sektörü yerseçim kriterleri anket formu.	146

BİLGİ ÇAĞI KENTİNİN YAPILANMASINDA ÜRETİCİ SERVİSLERİN YERSEÇİM KRİTERLERİ: İSTANBUL’DA BANKACILIK SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ

ÖZET

20. yüzyıl içerisinde bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı ilerlemelerin sonucu olarak sanayi toplum modeli, sanayi sonrası “Bilgi Toplumu” olarak tanımlanan yeni modele doğru hızla ilerlemektedir. Bilginin üretim ve tüketim hızı, miktarı, bu bilgiye ulaşım hızı ve kolaylığı artık günümüz toplumunun ekonomik üretim modelini değiştirecek bir eşiğe ulaşmıştır.

Günümüz metropoliten kentleri yarının bilgi çağı kentlerine dönüşürken içerdikleri bazı fonksiyonlar ortadan kalkmakta, bazıları değişmekte ve yeni bazı fonksiyonlar da kente eklenmektedir. Bu değişim ile birlikte tarım, sanayi ve hizmet olarak tanımlanan geleneksel sektörler sınıflandırması da farklılaşmakta ve hizmet sektörü kendi içerisinde uzmanlaşarak bölünmektedir.

Hizmet sektöründe yaşanan bu uzmanlaşma metropoliten kentlerin yapılarında köklü değişimler yaratma potansiyeline sahiptir; keza günümüz metropoliten kentleri üç sektörlü eski yapıdaki hizmet sektörünün mekansal yerleşimleri ile tanımlanan yapılanmalardır. Günümüzde ise kendi içerisinde dört ana kola bölünen hizmet sektörü tek bir birlik olarak değil, farklı parçalarının farklı dinamikler gösterdiği bir küme olarak tanımlanmaktadır.

Yeni hizmet sektörünün alt açılımları Üretici Servisler, Dağıtıcı Servisler, Kişisel Servisler ve Sosyal servisler olarak kabul görmüştür. Bunlardan bilgiyi işleyerek ürün haline getiren, diğer bir deyişle hem girdisi hem çıktısı bilgi olan üretici hizmetler bu tez çalışmasının konusunu oluşturmaktadır.

Çalışmada üretici hizmetlerin yerseçim kriterlerini ortaya koymak ve bu sektörde yaşanacak gelişmelerin günümüz kentlerinde yaratacağı olası mekansal ve sosyal değişimleri öngörmek amaçlanmaktadır.

Araştırma konusu olarak Bankacılık sektörünün yerseçim kriterleri seçilmiş ve üretici hizmetlerin yerseçimleri bankacılık sektörü üzerinden açıklanmıştır.

Araştırma sonucunda bankacılık sektörü yerseçim kriterlerinin farklı hizmet birimlerine göre farklılaştığı ve farklı birimlerin yerseçim karakterleri arasındaki asıl ayırd edici faktörün yüzyüze iletişim ihtiyacı olduğu bulunmuştur.

LOCATION CHOICES OF THE SERVICES SECTOR IN THE INFORMATION AGE: BANKING SECTOR CASE STUDY

SUMMARY

Following the fast paced changes in the information communication technologies (ICT) in the 20th century, the industrial society is changing into the informational society. The speed of the production and consumption of data, and the ease of reach and distribution to it has reached a critical mass, enough to change the economic model of our society today.

The metropolitan cities of today, in their methamorphosis to the informational cities of tomorrow, will loose some of their functions, gain new ones and experience drastic changes. With this change the traditional breakdown of economic sectors, agriculture, industry and services is changing and the services sector is undergoing further divisions in itself.

This division of the services sector has the potential to create far-reaching changes, as the formation of the cities of today is dominated by the dynamics of the industrial economic model. Today, the services sector is divided into four sub-sectors that form a cloud with mixed dynamics.

This new breakdown of the services sector is adopted as: Producer, Distributor, Personal and Social Services. Producer services forms the subject of this thesis study.

It is aimed to point out the location choice factors of the producer services and estimate the potential changes their new dynamics can form on the cities.

In order to test these hypotheses, the following studies are carried out: the mapping of bank branches and headquarters by geographical information Systems, a survey on location choice preferences of banks and operational weight of non face to face communicating models in banking.

It is evidenced that the banking system is divided into five major units that show different location choice characteristics: Headquarters, branches, call centers, operation centres and online banking branches. The location choice of headquarters and branches are clustered, whereas the others are not.

It is concluded that the need for face-to-face communication is the main distinguisher between these two sets of banking units, thus affects the location preferences of business units by way of clustering.

1. GİRİŞ

Toplumların sosyal yapıları ve kentleri, tarih boyunca toplumların üretim modelleri ile birlikte evrimleşmişlerdir. Bir toplumun üretim modeli değişmediği sürece kentlerinde yaşanan evrimler ne kadar ileri de olsa, bilinen yapının kırılmasını sağlayacak devrimler niteliğine erişmezler. Tarihte bu tip devrim niteliği taşıyan birkaç kırılma noktasından bahsedilebilir.

İlk kırılma noktası olan Tarım Devrimi'nde Neolitik Dönem'deki avcı-toplayıcı üretim modelinden, tarım sosyo-ekonomik modeline geçiş ile birlikte göçebe topluluklar yerleşmiş ve ilk kentler ortaya çıkmıştır. Bu kırılımın üstünden binlerce yıl geçmiş ve Ortaçağ, Rönesans ve Merkantilist dönemlerde kentler yüzyıllar boyunca evrimleşmiştir. Fakat kentlerde yeni bir devrim ancak Sanayi Devrimi'nde yaşanan üretim modeli değişimi ile birlikte yaşanmıştır. Günümüzde ise, geçtiğimiz yüzyıl içerisinde yaşanan iki savaş döneminde geliştirilen yönetim tekniklerinin ve yeni iletişim teknolojilerin iş dünyasına aktarılması ve bilgi iletişim teknolojilerinde (BİT) yaşanan hızlı gelişmeler sonucunda bilgi çağı üretim modeline geçiş devrini yaşamaktayız.

Günümüz metropoliten kentleri yarının bilgi çağı kentlerine dönüşürken içerdikleri bazı fonksiyonlar ortadan kalkmakta, bazıları değişmekte ve yeni bazı fonksiyonlar da kente eklenmektedir. Bu değişim ile birlikte tarım, sanayi ve hizmet olarak tanımlanan geleneksel sektörler sınıflandırması da farklılaşmakta ve hizmet sektörü kendi içerisinde uzmanlaşarak bölünmektedir.

Hizmet sektöründe yaşanan bu uzmanlaşma metropoliten kentlerin yapılarında köklü değişimler yaratma potansiyeline sahiptir; keza günümüz metropoliten kentleri üç sektörlü eski yapıdaki hizmet sektörünün mekansal yerleşimlerine göre yapılanmışlardır. Günümüzde ise kendi içerisinde dört ana kola bölünen hizmet sektörü tek bir birlik olarak değil, farklı parçalarının farklı dinamikler gösterdiği bir küme olarak tanımlanmaktadır.

Yeni hizmet sektörünün alt kırımları Üretici, Dağıtıcı, Kişisel ve Sosyal hizmetler olarak kabul görmüştür. Bunlardan bilgiyi işleyerek ürün haline getiren, diğer bir deyişle hem girdisi hem çıktısı bilgi olan üretici servisler bu tez çalışmasının konusunu oluşturmaktadır.

1.1 Tezin Amacı

Tez çalışmasının araştırma problemi “Bilgi çağı kentlerine geçişte, üretici hizmetlerin yer seçim kriterlerini etkileyen temel faktörler nelerdir?” olarak belirlenmiştir.

Çalışmada üretici hizmetlerin yerseçim kriterlerini ortaya koymak ve bu sektörde yaşanacak gelişmelerin kentlerde yaratacağı mekansal ve sosyal değişimleri öngörmek amaçlanmaktadır. Bu amaca ulaşabilmek için de bankacılık sektörü örneği üzerinden yapılan çalışmalar kullanılacaktır.

Yapısı gereği günümüzde geçerli ekonomik modelin en büyük parçası olan bankacılık sektöründen elde edilecek bulgular bilgi çağı üretim modeli üzerinde genellenebilecek çıkarımlara olanak yaratacaktır.

Tez kapsamında araştırma problemini derinleştirmek için sınanacak beş hipotez aşağıda sıralanmıştır:

Hipotez 1: “Üretici hizmetler mekansal olarak parçalanmaktadır.”

21.yy’da hızla gelişen BİT paralelinde hizmet sektöründe yaşanan hızlı değişimler, hizmetler sektörünün kendi içinde alt sektörlerle ayrışmasına yol açmıştır. Bu alt sektörlerden, tez çalışmasının asıl ilgi konusu olan üretici hizmetler ise, kendi içerisinde beş ana bölüme ayrışmaktadır. Bu bölümler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- 1- Perakende hizmet
- 2- Yönetim merkezi
- 3- Geri ofis hizmetleri
- 4- Çağrı merkezi
- 5- Çevrimiçi / Mobil hizmet

Hipotez 2: “Üretici servislerin farklı birimlerinin yerseçim kriterleri ve dolayısıyla kentlerde seçtikleri yerler farklıdır.”

Hipotez 3: “Bankacılık sektöründe, şube ve genel merkezlerin yerleşimlerinde kümelenme gözlemlenirken, çağrı merkezleri ve operasyon merkezlerinde kümelenme görülmemektedir. Bu iki durum arasındaki fark, birimlerin müşterileri ile etkileşimlerinde yüz yüze iletişime duydukları ihtiyaç ile açıklanabilir.”

Üretici servislerin girdi ve çıktısının bilgi olması ve güncel BİT’nin bilginin iletimini mesafeden bağımsız olanaklı ve kesintisiz hale getirmesi sonucunda, üretici servislerin hizmeti ürettiği yer ile bu hizmeti kullanan kullanıcının bulunduğu yer mekansal olarak ayrılmıştır. Bu durumda bile, üretici servislerin kent merkezinde halen yer seçiyor olması, ancak yüz yüze iletişim ihtiyacı ile açıklanabilir. Dolayısı ile 1. Bölümden (perakende hizmet) 5. Bölüme (çevrimiçi/mobil hizmet) doğru gidildikçe, yüz yüze iletişim ihtiyacı azalmakta ve üretici servis gittikçe kent merkezinden daha uzak bir yerleşimi yapabilmektedir.

Hipotez 4: “Üretici hizmetlerdeki işlem yoğunluğu gittikçe yüz yüze iletişim ihtiyacı olmayan faaliyetlere doğru kaymaktadır.”

Bu olgu da üretici servislerin iş yoğunluğunun gittikçe kentten bağımsız, yüz yüze iletişim ihtiyacı daha az olan prosesler ile çözüldüğünü ve kent merkezine yıllardır vermekte oldukları birincil önemin yakın zamanda azalabilme potansiyeli taşıdığını göstermektedir.

1.2 Tezin Kapsamı

Çalışmanın kapsamı, girdisi ve çıktısı bilgi olan ve OECD sınıflandırmasında “üretici hizmetler” olarak tanımlanan faaliyetler bütünü ile sınırlı tutulacaktır. Bu tip servislerin göstericisi olarak bankacılık sektörü ve vaka analizi için de İstanbul kenti seçilmiştir.

Çalışmanın giriş bölümünde tezin amacı, kapsamı ve araştırmada kullanılacak yöntem ortaya konulmaktadır.

İkinci bölümde ise kentlerde hizmet sektörünün değişim süreci detaylı bir şekilde irdelenmektedir. Bu bölümde sırasıyla kentlerde günümüze kadar ekonomik modeller ve bunları değiştiren devrimler aktarılmakta, bilgi kentleri ile ilgili literatürde yer alan tanımlar açıklanmakta, hizmet sektörünün güncel tanımları ortaya koyulmakta, Merkezi İş Alanları ve üretici hizmetlerin ilişkisi incelenmekte, üretici hizmetlerde mekansal parçalanma açıklanmakta ve üretici bir hizmet olarak bankacılık örneği tanımlanmaktadır.

Çalışmanın üçüncü bölümü üretici bir hizmet olarak Bankacılık özelinde yapılan çalışmaları içermektedir. Bu kapsamda ilk olarak Türkiye’de bankacılığın gelişimi ortaya konmaktadır. Daha sonra Bankacılık sektörünün yerseçim kriterleri ve üretici hizmetlerin mekansal parçalarının müşterileri ile iletişim modelleri arasındaki ilişkiyi açıklamak üzere yapılan sondaj çalışmasının sonuçları aktarılmaktadır.

Daha sonra Türkiye Bankalar Birliğinin yıllık istatistikleri üzerinde çalışılarak oluşturulan, İstanbul İli’nde, ilçeler bazında dağıtılmış, 1961-2007 yılları arasını kapsayan, bankacılık sektörünün yerseçimlerinin matematiksel olarak irdelendiği çalışmanın sonuçları tartışılmaktadır.

Bu bölümde son olarak sondaj çalışması ve matematiksel çalışma karşılaştırılarak bölüm sonuçları elde edilmektedir.

Son bölümde ise önceki bölümlerde elde edilen bilgiler değerlendirilerek tezin genel sonuçları ortaya konulmakta ve potansiyel gelecek araştırma konuları sıralanmaktadır.

1.3 Tezin Yöntemi

Tez çalışmasında öncelikle detaylı bir literatür araştırması yapılarak kentlerdeki hizmet sektörünün değişim süreci incelenmiş ve bu kapsamda ekonomik modeller, hizmet sektörünün güncel tanımları ve yerseçim kriterleri ayrıntılı olarak ortaya koyulmuştur.

Ayrıca bankacılık sektörü özelinde toplanan veriler üzerinde yapılan matematiksel çalışmalar vasıtasıyla üretici hizmetlerde mekansal parçalanma, yerseçimlerinde farklılaşma ve kümelenme dinamikleri ortaya konmuştur. Bu bulgular ise, mülakat ve anketlere temellenen bir araştırma yöntemi ile, bankacılık sektörü profesyonelleri arasında sınanmıştır.

2. KENTLERDE HİZMET SEKTÖRÜNÜN DEĞİŞİM SÜRECİ

Tez çalışmasının ikinci bölümünde ilk olarak kentlerin gelişiminde etkili olan ekonomik değişimler ve bunlara bağlı olarak kentlerde yaşanan mekansal değişimler incelenecektir. Bu kapsamda kent ekonomilerindeki değişim sanayi öncesi, sanayi dönemi ve sanayi sonrası bilgi kentleri olarak üç temel başlıkta ele alınacaktır. Kentlerde ekonomik değişimler ortaya koyulduktan sonra bilgi kentlerini temel alacak şekilde hizmet sektörünün güncel tanımları ve yerseçim kriterleri ele alınacaktır. Daha sonra ekonomik değişimlere bağlı olarak yeni kavramlar ve yaklaşımlar ele alınacak ve günümüz bilgi toplumunun sosyal yapısı incelenecektir. Bu bölümde son olarak hizmet sektörünün yerseçim kriterlerine bağlı olarak merkezi iş alanları ve MİA'nın gelişiminde üretici hizmetlerin rolü tanımlanacak ve İstanbul'da MİA'nın değişim ve gelişimi incelenecektir.

2.1 Kentlerde Ekonomik Değişimler

Çeşitli tarımdışı faaliyetlerin coğrafi mekanda kümелendikleri yerler olarak tanımlanan kentsel alanların ortaya çıkışı ilk kez doğayla üretim adı verilebilecek bir ilişkinin kurulması ile olmuştur (Kılınçaslan, 2010). Geçmişten günümüze kentlerin gelişimini etkileyen ekonomik değişimler sanayi öncesi dönem, sanayi dönemi ve sanayi sonrası bilgi kenti dönemi olmak üzere üç temel bölümde ortaya çıkmıştır. Sanayi öncesi dönemde temel ekonomik faktör emek yoğun olarak tarımken, diğer dönemlerde onu sermaye yoğun olarak sanayi ve son olarak da bilgi yoğun olarak hizmet sektörü izlemektedir (Dünya Bankası 2004). Tarım, sanayi ve hizmet sektörü temelli ekonomik gelişme evreleri Çizelge 2.1 de ayrıntılı olarak görülmektedir.

Çizelge 2.1 : Ekonomik gelişmenin evreleri (Dünya Bankası, 2004).

<i>Özellikler</i>	<i>Sanayi öncesi, tarımsal</i>	<i>Sanayi</i>	<i>Sanayi sonrası, bilgi esaslı</i>
Lider ekonomik sektör	Tarım	Sanayi	Hizmet
Baskın teknolojinin türü	Emek ve doğal kaynak yoğun	Sermaye yoğun	Bilgi yoğun
Tüketici ürünlerinin ana tipi	Yiyecek ve el yapımı kıyafetler	Sanayi malları	Bilgi hizmetleri
Üretim süreçlerinin ana yöntemi	İnsan-doğa etkileşimi	İnsan-makine etkileşimi	İnsan-insan etkileşimi
Ekonomik zenginliğin / büyümenin ana faktörü	Doğanın verimliliği (toprak verimliliği, iklim, biyolojik kaynaklar)	Emek verimliliği	İnovasyon/entelektüel verimlilik

2.1.1 Sanayi öncesi dönem

Tarım toplumu olarak adlandırılan sanayi öncesi dönem ekonomik açıdan da kentlerin ilk kurulduğu dönem olarak tanımlanmaktadır. Neolitik dönem başında buzulların çekilmesiyle ılıman iklim kuşağında gerek faunada gerekse florada yaşanan olumlu gelişmeler sonucunda insanlar, doğaya doğrudan müdahale ederek, besin olarak kullanılabilecek bitki türlerini yetiştirmeye ve bazı hayvan türlerini evcilleştirerek sürüler oluşturmaya başladılar. Tarımın (ve hayvancılığın) bu şekilde ortaya çıkışı insan topluluklarının beslenme ve yaşam tarzlarında kökten değişikliklere yol açmıştır. Bu devrim ile birlikte rastlantılara ve ileri derecede uzmanlaşmaya dayalı olan avcı-toplayıcı sosyo-ekonomik model yerini, beslenme ve yaşamı sürdürme açısından daha güvenli olan tarım sosyo-ekonomik modeline bırakmıştır. Tarım yapan toplumların da yerleşik düzene geçme ihtiyacı sonucunda ilk kentler oluşmuştur. Tarım modelinde toprak ve işgücü ekonomik üretimin iki önemli faktörü olarak ortaya çıkmıştır (Sjoberg, 1960).

Tarım yapan toplumlarda üretilen ürünün fazlasının el değiştirmesi ile birlikte ticaret olgusu gelişmeye başlamış ve ilerleme hız kazanarak yüzyıllar boyu devam etmiştir. Fakat tarım devriminin üstünden binlerce yıl geçmesine, birçok yeni teknoloji geliştirilmesine ve toplumsal ilerlemeler sağlanmasına rağmen sosyo-ekonomik modelde bir değişiklik yaşanması için 19.yy'ı beklemek gerekmiştir.

2.1.2 Sanayi dönemi

Sanayi Devrimi öncesinde, merkantilist dönemde başlattığı sömürgecilik hareketlerini devam ettiren Avrupa ülkelerinde büyük bir sermaye birikimi yaşanmaktadır. Aynı zamanda tıpta ve hayat şartlarında yaşanan ilerlemeler sonucu (16. yüzyıldan başlayarak) Avrupa'nın nüfusu hızla artmış, tarımda yaşanan teknolojik gelişmeler sonucunda da bu sektördeki nüfus kentlere göç etmiştir.

Sanayi Devrimi üretim alanında kullanılmaya başlananan teknolojik yeniliklerin ekonomik, sosyal, kültürel ve politik alanlara yansımaları kapsayan süreç olarak kabul edilmektedir (Erkan, 1994).

19.yy başında bazı Avrupa kentlerinde hem finans kaynakları, hem de tarımda makineleşme sonucu tarım sektöründe ihtiyaç duyulan işgücü miktarının azalmasını takiben çalışmaya hazır işgücü kritik bir eşik yaratacak kadar toplanmıştır. Bu eşiği kıran gelişmenin de James Watt'ın 1756 yılında buhar makinesini icat etmesiyle birlikte ortaya çıkan mekanik enerji üretiminin gerçekleştirilmesi olarak kabul edilir (Kılınçaslan, 2010).

Henry Ford'un öncülüğünü yaptığı seri üretim sistemleri ile gelen Fordizm ise, temelinde dört temel ilkeye dayanmaktadır (Murray, Ed.Hall ve Jacques,1996):

- Ürünler standartlaştırılmıştır; bu her parçanın ve her görevin de standartlaştırılabileceği anlamına gelmektedir. Zanaatçı üretimin tersine - orada her parça özel olarak tasarlanmak, yapılmak ve yerleştirilmek zorundadır- seri üretilmiş bir dizi otomobil için, aynı far lambası aynı modelde aynı biçimde yerleştirilebilir.
- Eğer görevler aynıysa, bazıları mekanize edilebilmektedir; böylece seri üretim işletmeleri her model için, çoğu üründen ürüne aktarılamayan özel amaçlı makineler geliştirmişlerdir.
- Geriye kalan görevler bilimsel idare ya da Taylorizm'e tabidir; burada her görev bileşenlerine ayrılmakta, iş-inceleme uzmanlarınca zaman ve hareket ilkesine göre yeniden tasarlanmakta ve elle çalışan işçilere işin nasıl yapılması gerektiği talimatı verilmektedir.
- Sabit tezgahın yerini yürüyen bant almıştır; böylece işçi bir üründen diğerine gitmek yerine, ürün işçinin önünden gelip geçecektir.

Tüm bu gelişmeler sonucunda, Avrupa’da 18. yüzyılda başlayıp 19. yüzyılın ortalarına kadar süren sanayileşme sürecinde demir ve kömür temel enerji kaynağı ve hammaddeyi oluşturmaktadır. Sanayi Devrimi ile birlikte Avrupa ekonomisi tarım sosyo-ekonomik modelinden, sanayi sosyo-ekonomik modeline, Avrupa toplumları da tarım işçileri toplumundan, (kentler ve kent kıyılarındaki) fabrikalarda eşya üreten sanayi nüfusuna doğru değişmiştir. 1870’li yılların sonrasında temel hammadde ve enerji kaynaklarında değişikliklerin ortaya çıktığı Sanayi Devriminde kömür ve demirin yanında çelik, elektrik, petrol ve diğer kimyasal maddelerin de üretim sürecine girmesiyle, sanayi sosyo-ekonomik modeli günümüz dünya üretim düzenini oluşturmuştur.

Bu kapsamda Sanayi Devrimi’nin ürünü olan sanayi toplumu ise devrimi yaratan teknolojilerin üretimde ve ekonomik alanda artan ölçüde kullanılması ile ortaya çıkan yeni sosyal yapılar olarak adlandırılmaktadır (Erkan, 1994).

Yaşanan hızlı metropolitenleşme sürecinde bazı sanayi kentleri, ölçekleri ve ulaşım imkânlarının doğrultusunda bölgelerinde bulunan diğer yerleşmeler üzerinde bir etkinlik alanı kurarak, kendi şemsiyesi altında bir işbölümü ve işlevsel bağımlılık ilişkisi kurmuş ve bir merkez özelliği kazanarak 20. yy metropoliten kentini oluşturmuştur (Kılınçaslan, 2010).

Metropoliten kentlerde nüfusun ve yaşama düzeyinin hızla artması hizmet sektöründe bir patlamaya neden olmuş ve zamanla 20.yy’da yaşanan birçok gelişmeyle birlikte kent merkezinin arazi fiyatları artıp, sanayi kurumları da kentten çıkmak zorunda kalmıştır. Gelişen tele iletişim ve bilişim teknolojileri de üretim ve yönetim birimlerin mekanda birlikte olmaları gerekliliğini ortadan kaldırınca üretim birimleri kent dışında çıkmış, yönetim birimleri kentte kalmış ve bugün tanıdığımız hizmet ağırlıklı metropol kent oluşmuştur. Hizmet ekonomisi de günümüze kadar hâkim ekonomik model olarak kalmıştır.

Sonuç olarak buhar makinesinin bulunması ile başlayan Sanayi Devrimi, kömür ve buhar motorunun kullanılması, demiryollarının yapılması, çelik, elektrik ve ağır mühendislik uygulamalarının başlaması, petrol, otomobil ve kitle üretiminin başlaması sonucunda çok sayıda ekonomik, teknolojik ve sosyolojik gelişme ile 20.yy ın sonuna kadar ulaşmıştır.

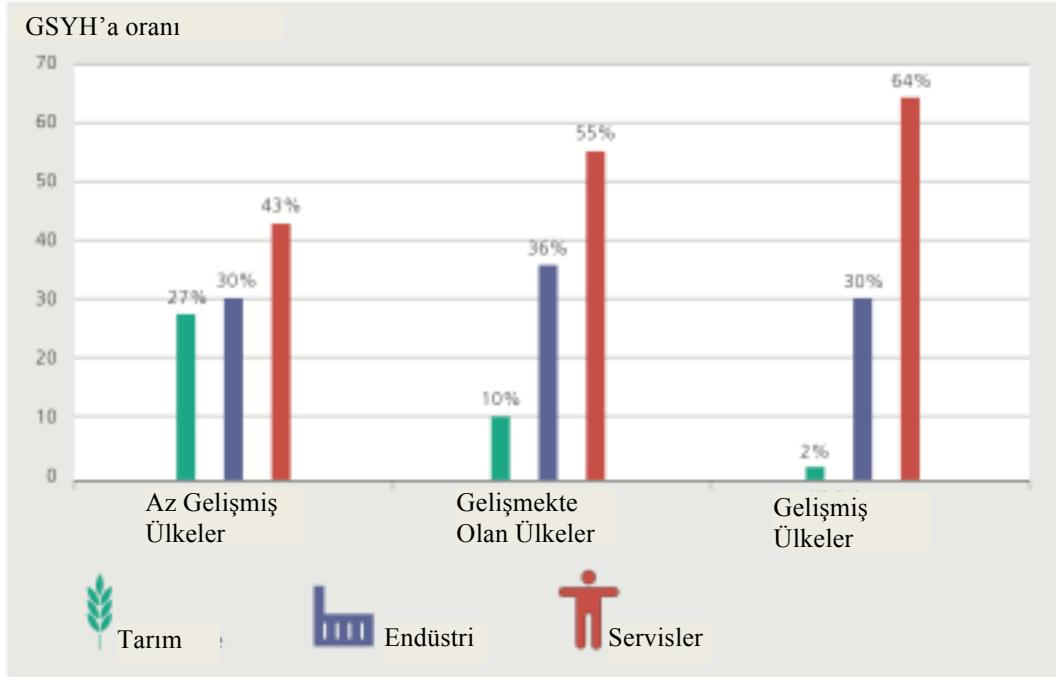
2.1.3 Sanayi sonrası bilgi kenti dönemi

21.yy'da, ilerleyen BİT'in (Bilgi İletişim Teknolojileri) etkisiyle hizmet sektörünün bazı kollarında faaliyetlerin mekâna bağıllığının azalmasını takiben, hizmet sektörü baskın karakterli metropoliten kentlerde bazı değişimler yaşanmaya başlamıştır. Eski ekonomik modelde (sanayi kentleri) gelişmişlik endeksleri hammadde, sanayide çalışan sayısı ve enerji ile ölçülürken, günümüzde BİT altyapısı, bilgi hizmetlerinin ekonomik gelirdeki oranı gibi kıstaslar öne çıkmaya başlamıştır.

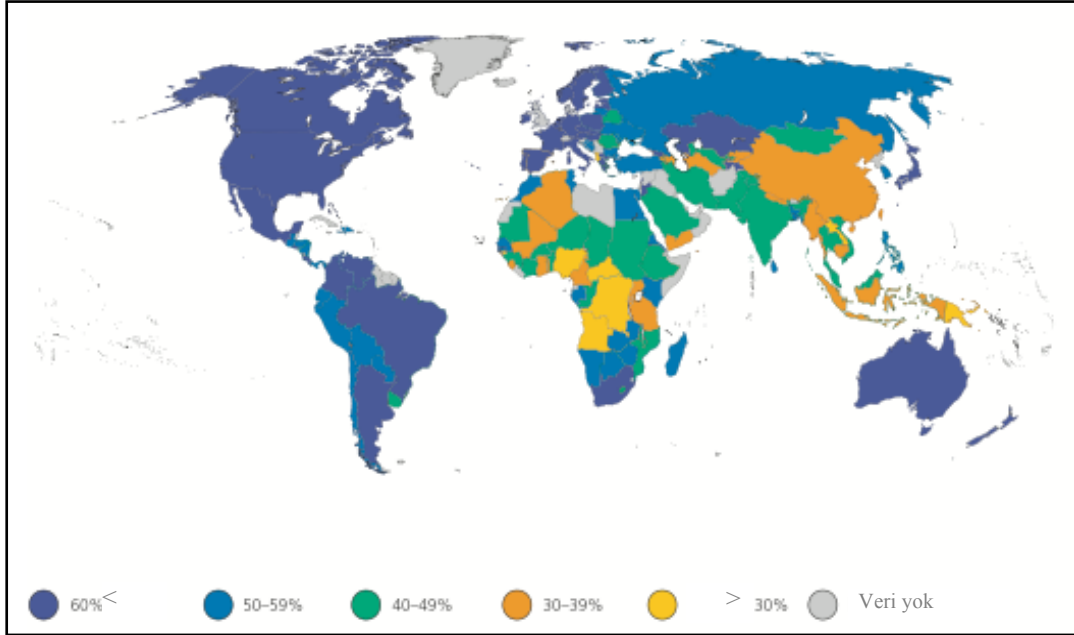
Üretimde kilit sözcük esneklik; işletmenin ve makine aksamının, aynı zamanda ürünün ve emeğin esnekliği olarak gösterilmektedir (Murray, Ed.Hall ve Jacques, 1996). Ekonomik modeldeki değişimin asıl iticisi, bilginin yaratılması ve dağıtılmasındaki hız artışı (kitle iletişimi ile birlikte) ve demokratikleşme (toplumdan en küçük birim olan birey'e kadar) olarak gösterilmektedir. Bu bilgi akış hızı ve oranının artışı bireysel ve toplumsal olarak algı düzeylerinde değişimler yaratmış ve günümüz toplumu sanayi dönemi toplumundan farklılaşmıştır. Yeni toplum yapısında farklı algı düzeyleri ve farklı tüketici davranışları sonucunda hizmet sektörü büyük önem kazanmıştır. Bu değişimin sonucu olarak da günümüz kentlerinde de hizmet sektörü ekonomik büyüklük olarak birinci sıraya yerleşmiştir (Kılınçaslan, 2010). Dolayısıyla BİT devriminin asıl etkisi hizmet sektörü üzerinde ortaya çıkmış ve hizmet sektörü kendi içerisinde alt sektörler ayrışmıştır. Şekil 2.1 ve Şekil 2.2'de hizmet sektörünün büyümesi GSYH oranlarındaki değişim ile açıklanmaktadır.

Tez çalışmasının ileriki bölümlerinde detaylı bir şekilde incelenecek olan hizmet alt sektörleri kısaca Üretici Hizmetler, Dağıtıcı Hizmetler, Kişisel Hizmetler ve Sosyal Hizmetler olarak sınıflandırılabilir.

İnsanların gelir düzeyindeki yükseliş, talepler oranlarını hizmet sektörüne doğru kaydırmaktadır. Diğer taraftan hizmet sektörü işçileri ve sektördeki verimlilik diğer sektörlerde olduğu kadar hızlı artmadığı için, hizmet sektörü ürünleri daha pahalı bir hale gelmiştir. Hem talebin artışı hem de ürün fiyatlarının artışı hizmet sektörünün payının ülkelerin gayri safi milli hasılları içinde daha büyük pay almasına yol açmıştır. Hizmetlerin fiyatlarındaki artış, gelişmiş ülkelerde hizmet sektörünün payının gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelere göre daha yüksek olması sonucunu doğurmuştur (Dünya Bankası, 2004).

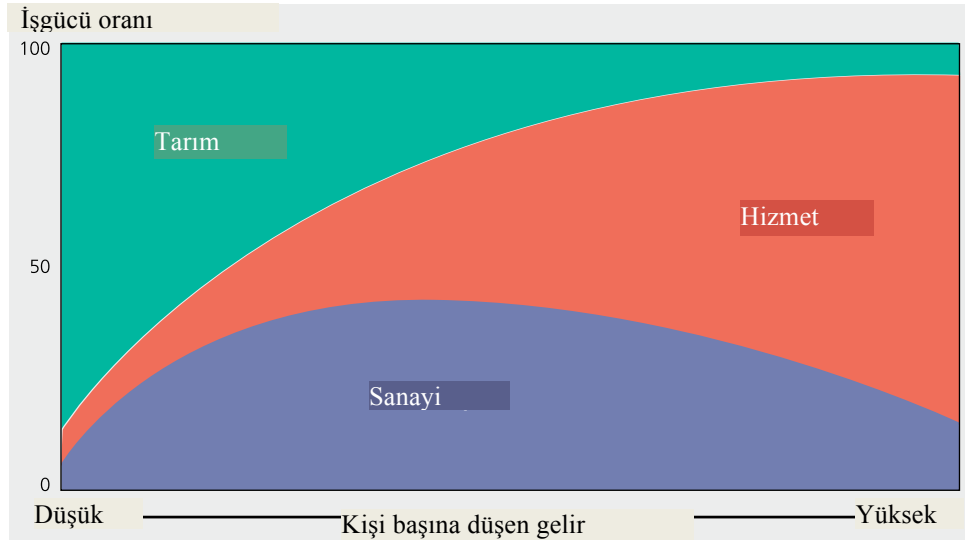


Şekil 2.1 : Hizmet sektörünün GSYH içindeki payı (Dünya Bankası, 2004).



Şekil 2.2 : Hizmet sektörünün GSYH içindeki payı, ülkelere göre (Dünya Bankası, 2004).

Yukarıda bahsedilen talep değişimi, hizmet sektörü çalışanlarını ve ticari büyüklük olarak hizmet sektörünü ekonominin lider gücü haline getirmiştir. Hizmet sektöründeki bu büyük ilerleme bilgi ekonomisine geçişi başlatmıştır.



Şekil 2.3 : Ekonomik gelişme sürecinde sektörlerdeki işgücünün değişimi (Dünya Bankası, 2004).

Bilgi iletişim teknolojilerinin gelişimi sonucu; dünyanın büyük bir bölümünde ihtiyaç duyulan bilgiye çok kısa sürede ulaşılabilmesi, toplumların birbirleriyle rahat ve geniş çapta ilişki kurabilmeleri, ekonomik, sosyal, kültürel ve politik alanlarda yeni işbirliği olanakları yaratmaktadır (Castells, 2000).

Sanayi dönemi ve sanayi sonrası dönem kıyaslandığında Aktan ve Tunç'a göre aşağıdaki farklılıklar ortaya çıkmaktadır (Aktan ve Tunç, 1998);

- Sanayi dönemindeki maddi sermayenin yerini sanayi ötesi dönemde bilgi ve insan sermayesi almaktadır.
- Mal ve hizmet üretiminde gelişmenin başlangıcı olan buhar makinesinin yerini bilgisayarlar almaktadır.
- Sanayi dönemindeki kol gücünün yerini, sanayi sonrası dönemde beyin gücü almaktadır.
- Sanayi döneminde üretimde insan sermayesi gerekliyken, sanayi sonrası dönemde yükseköğrenim görmüş nitelikli insan sermayesi önem kazanmıştır.
- Sanayi sonrası dönemde bilgi ağları ve veri bankaları önem kazanmaktadır. Dünyanın farklı yerlerinde üretilen bilgi, iletişim teknolojisi aracılığıyla anında her tarafa yayılmaktadır.
- Sanayi döneminde başlıca üretim faktörleri emek, tabiat, sermaye ve girişimci iken, sanayi sonrası dönemde üretim sürecinde bu üretim faktörlerinin yanı sıra beşinci üretim faktörü olan teknik "bilgi" ön plana çıkmaktadır.

- Sanayi döneminde üretilen mal ve hizmetlerin bir yerden bir yere taşınmasında uzaklık ve maliyet önemli iken, sanayi sonrası dönemde bilgi otoyolları ile tüketici ile bilgi arasındaki uzaklık önemini kaybetmekte ve maliyetler en aza inmektedir.

Günümüzün hizmet sektöründe rekabet sınırlar ötesinde, uluslararası boyutta yaşanmakta ve post-fordist üretim modelleri, sıfır stok ve tam zamanında üretim, giderek daha fazla sayıda firma tarafından benimsenmektedir. Tüm bu değişimler ise sanayi ekonomisinin şekillendirdiği ekonomik ve sosyal modellerin yeniden değerlendirilmesini gerektirmektedir.

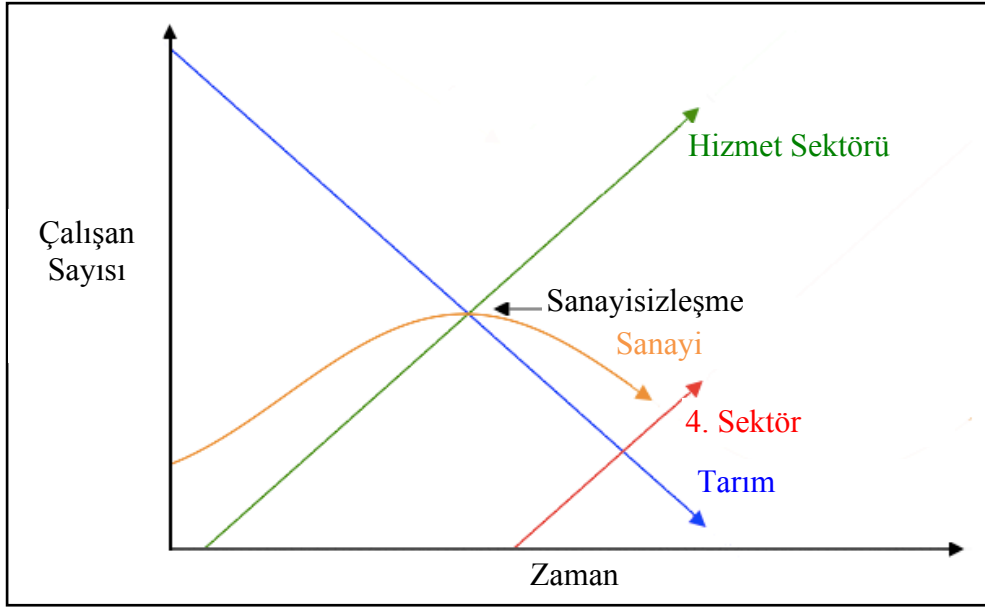
Yeni ekonomi üreticiye ürünlerini fiziksel sınırlara bağlı kalmaksızın uluslararası ortamda pazarlama ve satış maliyetlerini en aza indirme şansını vermektedir. Kullanıcı için ise ürünü aracısız tedarik edebilme ve mekandan bağımsız alış veriş yapabilme olanağını yaratmaktadır.

2.2 Hizmet Sektörünün Tanımları ve Yerleşim Kriterleri

Hizmet sektörü Adam Smith'e göre gerçekleşikten sonra yok olan, depolanamayan ve tekrar tekrar üretilen faaliyetler bütünü olarak tanımlanmaktadır (Smith, 2009). Hizmet sektörünün girdisi hammadde olmadığı gibi, çıktısı da çoğu örnekte somut elle tutulabilir ürünler değildir. Bu tanımlardan da anlaşılacağı üzere Hizmet Sektörünün ölçülebilmesi diğer somut sektörlerle görece daha zordur.

Klasik sektörler kuramı kentsel ekonomik aktiviteyi tarım, sanayi ve hizmetler olarak üçe böler. Fakat Colin Clark ve Jean Fourastié tarafından 1950'de geliştirilen bu hipotez, gittikçe karmaşılaşan 2000'li yılların dünyasında bilgi devriminin kompleks servis sektörünü artık tanımlayamamaktadır. Clark ve Fourastié çalışmalarında da dördüncü bir sektörün ileride ortaya çıkacağından söz edilmektedir.

Clark ve Fourastié dördüncü sektörün ortaya çıkışından önce, üçüncü sektör olan hizmetler sektöründe de çok büyük bir sıçrama yaşanacağını öngörmüştür.



Şekil 2.4 : Clark ve Fourastié'ye göre sektörler kuramı.

Güncel teorisyenler “3. Sektör” olarak bilinen hizmet sektörünü kendi içinde de üçe ayırarak toplam beş sektörden bahsederler:

- 3. sektör: ulaşım ve teknik altyapı (ulaşım, su, kanalizasyon vd.)
- 4. sektör: bilgiye dayalı faaliyetler (bankacılık, finans, sigorta vd.)
- 5. sektör: iletişime dayalı faaliyetler (eğitim, araştırma, yönetim vd.)

Bir diğer yaklaşım ise hizmet sektörünü şöyle ayırmaktadır:

- 3. sektör: genel hizmet sektörü (mekansal iletişimde dayalı hizmetler)
- 4. sektör: bilgiye dayalı faaliyetler (yüksek eğitim gerektiren içeriksel hizmetler, IP)
- 5. sektör: kar amacı gütmeyen faaliyetler (polis, hastahane, belediye hizmetleri, kültür vd.)

OECD ise hizmetleri şu şekilde sınıflar:

- Üretici hizmetler: İş ve profesyonel hizmetler; Finansal hizmetler; Sigorta hizmetleri
- Dağıtıcı hizmetler: Toptan ticaret; Perakende ticaret; Ulaşım; Haberleşme
- Kişisel hizmetler: Otel, Bar, Restoran, Rekreasyon, Kültürel, vd.
- Sosyal hizmetler: Sağlık, eğitim vd.

Görüldüğü üzere güncel literatürdeki sınıflandırmaların ortak noktası 4. Sektör “bilgiye dayalı faaliyetler” ya da üretici hizmetler olarak tanımlanan faaliyetler bütünüdür. Bilgiye dayalı faaliyetlerin ortak özellikleri olarak yüksek eğitilmiş işgücüne ihtiyaç duymaları, verdikleri hizmetin üst seviyede özelleşmiş olması sonucu olarak mekansal parçalanmalar göstermesi (ofis, geri-ofis, çağrı merkezi vd.), küresel sistemden birincil derecede etkilenmeleri ve bilgi iletişim ağları ve teknolojilerine üst düzeyde gereksinim duymaları sayılabilir.

Bilgiye dayalı faaliyetler bütününe diğer hizmet tiplerinden de bazı temel farkları bulunmaktadır. En temel fark bilgiye dayalı faaliyetlerin kullandığı ve işleyerek değer ürettiği hammadde bilgi olduğu için, üretim sürecinin tamamına yakınının soyut olmasıdır. Bilgiye dayalı üretim son derece az mekansal edim gerektirir ya da hiç gerektirmez. Üretilen hizmet içeriksel bir hizmettir, mekansal değil. Bunun bir sonucu olarak bilgiye dayalı faaliyetler diğer servislere oranla yüz yüze iletişimde daha az gerek duyarlar ve bilgi devriminden daha hızlı etkilenmeye yakın bir sektördür.

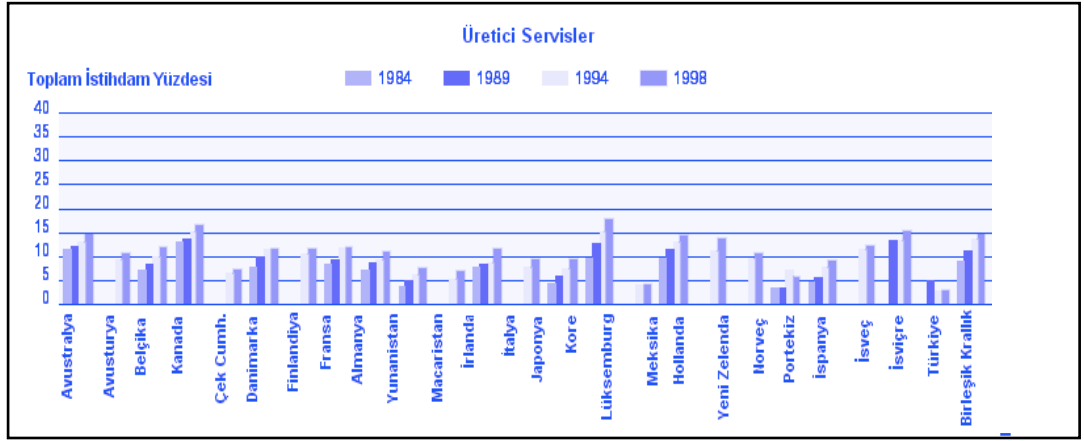
2.2.1 Hizmet sektörünün güncel tanımları

Tez çalışmasının bu bölümünde temel alınan OECD sınıflandırmasına göre yeni hizmet sektörünün alt sektörleri olan üretici hizmetler, dağıtıcı hizmetler, kişisel ve sosyal hizmetler incelenmektedir.

2.2.1.1 Üretici hizmetler

Farklı sınıflandırmalarda “bilgiye dayalı faaliyetler” olarak tanımlanan üretici sektör, tez çalışmasının asıl konusunu oluşturan faaliyetler bütünüdür. Finans, Sigorta, İş ve profesyonel hizmetler ve emlak hizmetlerini içermekte ve bilgiye dayalı faaliyetler için yukarıda tanımlanan tüm özellikleri yansıtmaktadır (OECD, 2004).

Üretici hizmetlerin bu tezin asıl konusu olmasını gerektiren temel özelliği ise, üretildiği yer ile tüketildiği yerin birbirinden farklı olabilmesidir. Büyük bir oranda beyaz yakalı ofis çalışanları tarafından üretilen üretici hizmetlerin, tez çalışmasında daha önce bahsedilen değişimler ve bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonucunda, “ofis” kavramının da değişmesine bağlı olarak, üretim modelleri, yerleri ve müşteri ile ilişki şekilleri büyük değişikliklere uğramıştır.

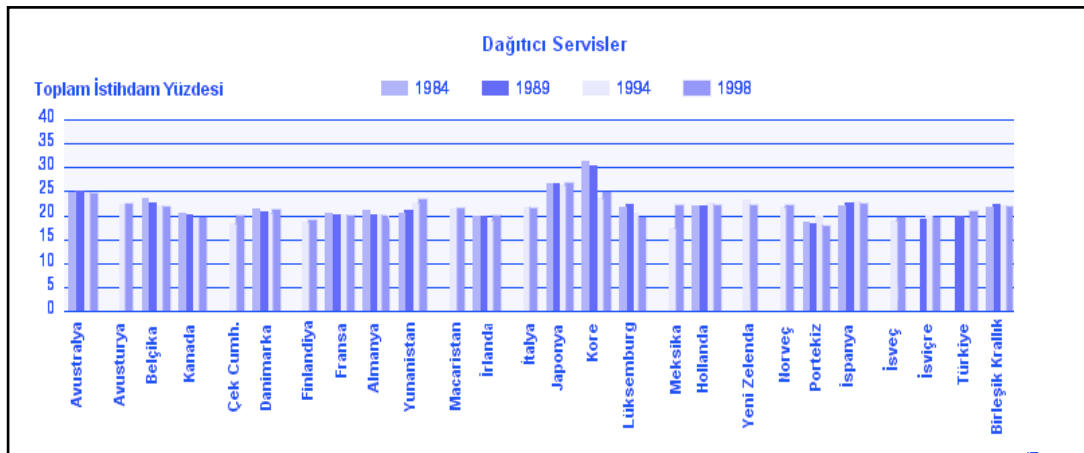


Şekil 2.5 : Üretici hizmetlerin toplam istihdam yüzdesi içindeki yeri (OECD, 2004).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde hizmet sektörü istihdamlarının dağılımlarında üretici hizmetlerin payı incelendiğinde değerlerin birbirinden farklı olduğu görülmektedir. Ancak Şekil 2.5'e bakıldığında üretici hizmetlerin genelde artma eğiliminde olduğu söylenebilir.

2.2.1.2 Dağıtıcı hizmetler

Haberleşme, ulaşım, toptan ve perakende ticareti kapsayan dağıtıcı hizmetler, ürünlerin, hammaddenin, bilginin ve bireylerin taşınmasını ve iletilmesini içermektedir (OECD, 2004). Bu kategorideki hizmetler, ürünleri, bilgiyi ve insanları bir yerden bir yere taşıyan faaliyetleri içermektedir. Dağıtıcı hizmetler daha çok başka bir son ürüne yardım eden hizmetlerdir (Bimtaş, 2005). Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde dağıtıcı hizmetlerin toplam hizmet istihdamı içindeki yerinin yıllara göre değişimi Şekil 2.6'da yer almaktadır.

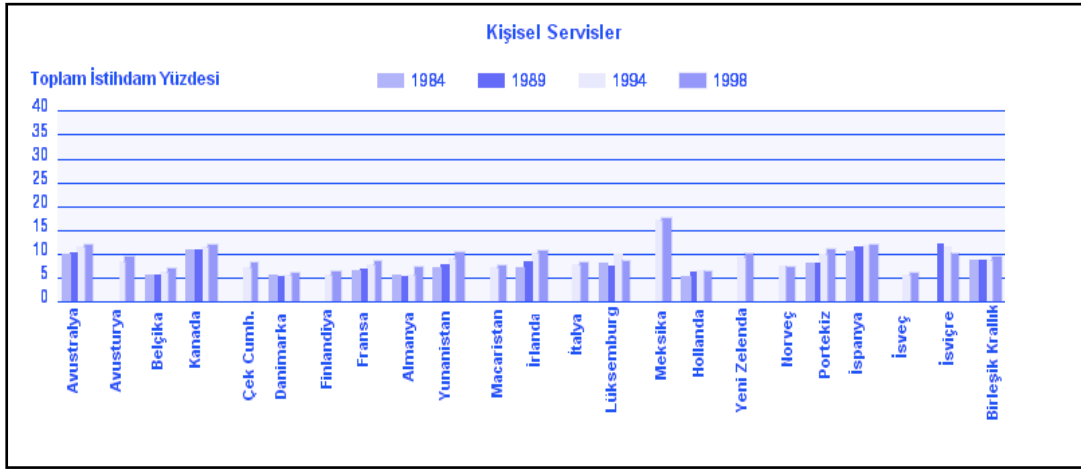


Şekil 2.6 : Dağıtıcı hizmetlerin değişimi (OECD, 2004).

Şekil 2.6'ya göre gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde hizmet sektörü istihdamı içinde dağıtıcı hizmetlerin genelde birbirine yakın değerler aldığı, ülke genelinde bir artma veya azalma eğilimi göstermediği dikkat çekmektedir.

2.2.1.3 Kişisel hizmetler

Yeni hizmet sektörünün en somut kümesini oluşturan kişisel hizmetler, yeme-içme, konaklama, rekreasyon, eğlence ve kültür alt sektörlerini içermektedir. Kişisel hizmetler yüz yüze yaratılan ve hizmetin üretildiği ve tüketildiği yerin ve zamanın aynı olduğu servislerdir. Bu hizmetlerin sonuç çıktıları diğerlerinden farklı olarak somut da (yeme-içme gibi) olabilir (OECD, 2004).

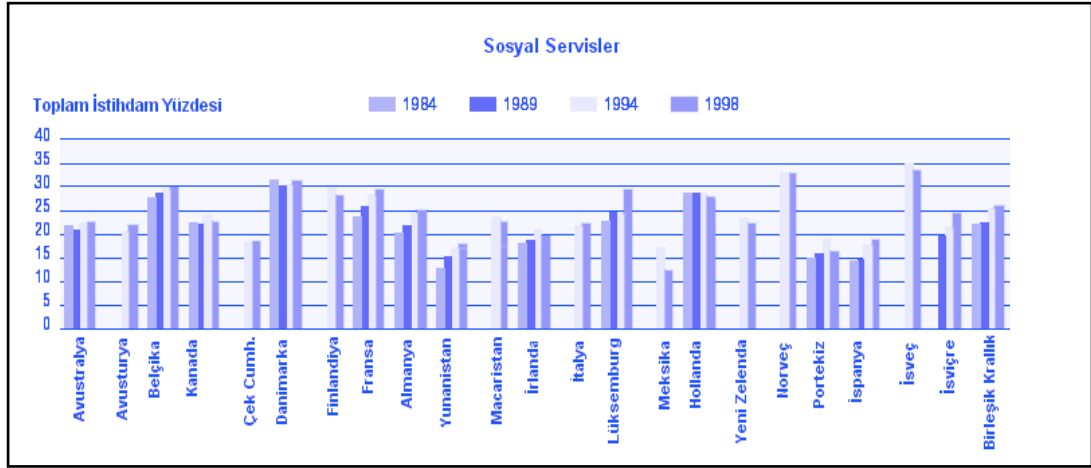


Şekil 2.7 : Kişisel hizmetlerin değişimi (OECD, 2004).

Şekil 2.7'ye göre gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinde hizmet sektörü istihdamında kişisel hizmetlerin payına bakıldığında en yüksek oran %18 civarı ile Meksika olduğu, genelin %5 ile %15 arasında değiştiği görülmektedir. Yıllara göre kişisel hizmetlerdeki istihdamda belirgin bir oranda artma ya da azalma dikkat çekmemektedir.

2.2.1.4 Sosyal hizmetler

Eğitim, sağlık ve kamu hizmetlerini içeren sosyal hizmetler belli bir pazarlarının bulunmaması sebebi ile diğer alt hizmet gruplarından farklılık göstermektedir. Tamamı kar amaçlı olmayan sosyal hizmetlerin toplam istihdam içindeki dağılımları ülke politikaları ile doğrudan ilişkilidir.



Şekil 2.8 : Sosyal hizmetlerin değişimi (OECD, 2004).

Şekil 2.8'e göre gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin hizmet sektörü istihdamlarında, sosyal hizmetlerin aldığı payın dağılımına bakıldığında değerlerin %35 ile % 10 arasında değiştiği göze çarpmakta, ülkeler içinde ise en yüksek oranın İsveç'de olduğu görülmektedir.

2.2.2 Hizmet sektörünün yerseçim kriterleri

Hizmet sektörünün yerseçim kriterleri küresel ve yerel ölçekte incelenebilir. Küresel ölçekte bakıldığında, hizmet sektörünün büyümesi, ve uluslararası bir nitelik kazanması, bu sektördeki büyük ölçekteki firmaların birçok ülkede birden faaliyet göstererek, uluslararası bir yapıya ulaşmalarına yol açmıştır.

Uluslararası yapıya ulaşan şirketler, karlarını maksimize etmek amacıyla, fiziksel parçalara ayırdıkları üretim süreçlerini, ülkelerden bağımsız olarak, ekonomik açıdan en verimli lokasyonlarda konumlandırmaktadırlar. Uluslararası bir bilgisayar şirketinin Amerika Birleşmiş Devletleri'nde kurulu olup, Çin Halk Cumhuriyeti'nde üretimini yapıyor ve çağrı merkezi servisini Hindistan'da konumlandırıyor olması günümüzde sıradan bir durumdur.

Gelişen iletişim teknolojisi çokuluslu şirketlere hizmet ve faydaların geleneksel sınırlarını aşma gücü vermekte, böylece dünya çapında pazar yaratma yaygınlaşmaktadır. Bilgi ve bilgisayar teknolojileri uzun mesafede yüz yüze görüşme ihtiyacı duymadan üretim kontrolü, koordinasyon, pazarlama ve finansal karar verme fırsatı tanımaktadır (Berköz, 1998).

M. Bachmann'ın Amsterdam, Barselona, Berlin, Brüksel, Kopenhag, Strasburg ve Viyana'yı kapsayan Avrupa Birliği fonlu COMET (rekabetçi metropoliten kentler) çalışmasının sonuç bölümünde kuruluş yerseçim etmenlerinin değişim süreci Çizelge 2.2'de gösterilmiştir.

Çizelge 2.2 : Eski ve yeni yerseçim kriterleri (Bachmann, 2003).

Eski yerseçim kriterleri	Yeni yerseçim kriterleri
1. Kent içi karayolu bağlantısı	1. Arazi değeri
2. Otopark imkanı	2. Mekan kalitesi
3. Müşteriye yakınlık	3. Otopark imkanı
4. Toplu taşıma	4. İşletme maliyetleri
5. Karayolu bağlantısı	5. Kent içi karayolu bağlantısı
6. Arazi değerleri	6. İletişim altyapısı

Aynı çalışmanın araştırma bölümünde ise kuruluş yerseçim kriterleri, çalışmaya konu olan tüm şehirler için Şekil 2.3'de ortaya koyulmuştur.

Çizelge 2.3 : Yerleşim kararlarını etkileyen faktörler (Bachmann, 2003).

Yerleşim faktörleri		Tüm Şehirler Ortalaması	Kentler						
			Amsterdam	Barselona	Berlin	Brüksel	Kopenhag	Strasbourg	Viyana
Yer	Arazi değerleri	■	■	■	■	■	■	■	■
	Ofis ve endüstri arazileri arzı	■	■	■	■	■	■	■	■
	Genişleme imkanı	■	■	■	■	■	■	■	■
Ulaşım	Havalimanı bağlantısı	■	■	■	■	■	■	■	■
	Trenyolu bağlantısı	■	■	■	■	■	■	■	■
	Karayolu bağlantısı	■	■	■	■	■	■	■	■
	Toplu taşıma	■	■	■	■	■	■	■	■
	Kent içi karayolu bağlantısı	■	■	■	■	■	■	■	■
	Otopark imkanı	■	■	■	■	■	■	■	■
İşgücü	Yetişmiş işgücü arzı	■	■	■	■	■	■	■	■
	Ücret skalası	■	■	■	■	■	■	■	■
	Araştırma Enstitülerine yakınlık	■	■	■	■	■	■	■	■
	Üniversitelere yakınlık	■	■	■	■	■	■	■	■
	Eğitim İmkani	■	■	■	■	■	■	■	■
Pazar Ortamı	Pazara giriş imkanı	■	■	■	■	■	■	■	■
	Müşteriye yakınlık	■	■	■	■	■	■	■	■
	Tedarikçilere yakınlık	■	■	■	■	■	■	■	■
	İş ortaklarına yakınlık	■	■	■	■	■	■	■	■
	Yerel yönetimle işbirliği	■	■	■	■	■	■	■	■
	Vergiler	■	■	■	■	■	■	■	■
	Teşvikler	■	■	■	■	■	■	■	■
Yumuşak faktörler	Kişisel sebepler	■	■	■	■	■	■	■	■
	Prestij	■	■	■	■	■	■	■	■
	Çekici konut imkanları	■	■	■	■	■	■	■	■
	Kültürel ve rekreasyon alanları	■	■	■	■	■	■	■	■
	Sosyal imkanlar	■	■	■	■	■	■	■	■
	Çevre kalitesi	■	■	■	■	■	■	■	■
Değerlendirme:		■ Çok önemli	■ Farksız	■ Önemsiz					

Tüm bu etmenlere ek olarak güvenlik kriteri de güncel yerleşim etmenlerinden biri olarak literatürde yer edinmiştir.

2.2.2.1 Kuruluş yeriseçiminde etmenler

Kuruluş yerine ilişkin ilk çalışma Von Thünen'in 1826 yılında tarımsal faaliyetlerin kuruluş yeri ile ilgili yaptığı çalışma olarak gösterilebilir. Bunu Christaller'in 1933 yılında merkezi hizmetlerin kuruluş yerine ilişkin çalışması ve Lösch'ün sanayi sektörü için 1944 yılında yaptığı çalışma izlemektedir. Lösch, sanayi yeri seçimine ilişkin modelinde taşınabilir malları dikkate alarak kuruluş yerlerini; faktör ve mal piyasalarının yapıları ile karşılıklı etkileşimleri açısından, ekonomik faaliyetlerin mekan içinde dağılımının organizasyon yapısı, üretim yapısı, taşıma masrafları ve dışsal ekonomiler açısından analizini yapmıştır. Christaller ise Lösch'den farklı olarak taşınmaz hizmetleri dikkate almış ve Merkezi Yerler Teorisi'ni kent hiyerarşisine dayandırmıştır (Erkan,1994).

Bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin sonucu olarak bilgi üretimi, derlenmesi ve tüketiminde verimlilik ve mekandan bağımsız eşzamanlılık ön plana çıkmıştır. Yeni ekonominin parçası olan şirketler, bu ilkeler çerçevesinde mekandan bağımsız bir verimlilik arayışının getirdiği esnek yerseçimler yapmaktadırlar.

Kılınçaslan'a göre firmalar ve kurumlar ilk kez yerseçimi yaptıklarında ya da yer değiştirme kararı aşamasında talep yoğunluğu, ulaşım maliyeti, iç ve dış girdiler, yerel özellikler, yerleşim yeri ölçeği ve yaygın etmenleri göz önüne almaktadır (Kılınçaslan, 2010). Bu kapsamda;

- Talep yoğunluğu, faaliyet biriminin ürettiği mal ve hizmetlere yönelik var olan ve var olması beklenen talep büyüklüğü ve yoğunluğu.
- Ulaşım maliyeti, faaliyet birimine gereken tüm mal ve hizmetleri taşıma maliyetlerini de içine alan ulaşım maliyeti.
- Dış ve iç girdiler, mekanda yerseçimi yapan üretim ve tüketim faaliyet birimlerine gerekli yerel ve yerel olmayan (dışarıdan getirilen) girdiler. Dışarıdan getirilen girdilerin her zaman temin edilememesi riski bulunmaktadır. Girdilerin maliyetlere yansımaları ve temin edilememesi riskleri bölge büyüklüğüne de bağlıdır. Kentsel mekan ölçeği büyüdükçe yerel ve taşınan girdilerin farkı azalmaktadır.
- Yerel özellikler, seçilecek yerin morfolojik ve topoğrafik özelliklerinin yanında kamu hizmetlerinin niteliği, toplumun sosyo-kültürel ve ekonomik yapısı gibi özellikler.

- Yerleşim yeri ölçeği, faaliyet kolu ile birlikte birime mekan olacak kent dokusunun büyüklüğü ve niteliği de etkilidir.

Sonuç olarak günümüz ekonomik ve sosyal yapısı içinde yaşanan yeniliklere bağlı olarak hem üretim sisteminde hem de kuruluş yeri seçiminde daha esnek bir yapı içinde olunduğu görülmektedir.

Erkan' a göre bu esneklik göreceli olup; bir yandan yerel yapılaşma diğer yandan bilişim iletişim ağ sisteminin sağladığı bağlantılara bağlı olarak kuruluş yerlerinin sürekli olarak yenilenmesi gündeme gelmektedir. Bu durumda dinamik ve yenilikçi kentlerle, bu yenilikleri besleyecek araştırma merkezlerine sahip kentler ve bunların bilişim-iletişim ağ sistemiyle ulaşılabilir olan sınırları; yeni kuruluş yerlerinin belirlenmesinde etkili unsurlardır (Erkan,1994).

2.2.2.2 Üretici hizmetlerde yerseçim kriterleri

Üretici hizmetler işin yapısal özelliklerine göre “ön ofis” ve “geri ofis” olarak iki gruba ayrılmaktadır. Ön ofis hizmetleri bankalar, hukuk, yönetim, çeşitli danışmanlık hizmetleri ve diğer mali hizmetleri kapsamakta ve yoğun yüz yüze görüşmeleri gerektirmektedir. Yüz yüze iletişim ihtiyacı bulunmayan geri ofis fonksiyonları kentin çevresine doğru desantralize olma eğiliminde iken, ön ofis fonksiyonları işin gereği merkezde kalma eğilimindedir (Gad, 1979).

Üretici hizmetlerin yerseçim tercihlerinde iletişimin yoğun olduğu yani yüz yüze görüşmelerin gerekli olduğu ön ofis faaliyetleri ile iletişimin daha az yoğun olduğu geri ofis fonksiyonları arasındaki ayrımın önemli olduğu vurgulanmaktadır (Code, 1983).

Berköz'e göre üretici hizmet ofislerinin yerseçimi tercihlerinde hizmetin türü ve iletişim düzeylerinin etkili olduğu belirtilmektedir. Yüzyüze iletişim ihtiyacı gösteren iş kalemleri müşteri ile ilişki kurulan, dolayısıyla dış taleplere duyarlı ve hızlı tepkiler gerektirecek işlerdir. Geri ofislerde yürütülen hizmetler ise tekrara dayalı, çok tanımlı ve iletişim oranı diğer hizmetlere kıyasla daha düşük, dolayısı ile dış dünya iletişimi çok sınırlı hizmetlerdir (Berköz, 1998-2).

Michalak ve Fairbairn ise üretici hizmetlerin kent içindeki yerseçimleri konusunda geliştirdikleri modelde pazarın büyüklüğü, faaliyetin türü, sermaye kaynaklarının yanında müşterilerle çalışanlar arasındaki yüz yüze görüşmenin yoğunluğu gibi değişkenler kullanılmaktadır (Michalak ve Fairbairn, 1993).

Çeşitli kaynaklara göre üretici hizmetlerin yerseçimi kriterlerine bakıldığında ilk ve en önemli faktörün çalışanlar ve müşteriler arasındaki yüz yüze iletişim ihtiyacı olduğu görülmektedir. Müşteriler ile iletişim modeli yüz yüze iletişime dayalı ise hizmetler müşterilere yakın yer seçmek durumdadır: Kent merkezinde konumlanılır.

Müşteriler ile iletişim modeli yüz yüze iletişime kapalı ise hizmetler yerseçimlerinde müşterilerinin mekansal durumları ile ilgilenmezler: En ucuz ve uygun yerde konumlanılır.

Hall ve Jacques' a göre firmaların yerseçiminde etkili olan faktörlerin önem sırasına göre değerlendirilmesi aşağıdaki gibidir (Hall ve Jacques, 1998):

- Ulaşım ve erişebilirlik
- Çevrede otopark imkanı
- İş piyasasına yakınlık
- Müşteri potansiyeli
- Yörenin prestiji
- Para sevkiyatı açısından merkezde yer alma
- Görülebilir bir yerde olma
- Tamamlayıcı iş kollarına yakınlık
- Aynı sektördekiyle bir arada bulunma
- Mülk sahibi olma arazi fiyatlarının uygun olduğu kent merkezi dışındaki alanlar.

Yukarıdaki sıralamaya göre değerlendirildiğinde de ilk faktörlerin yüz yüze iletişim ihtiyacı ile ilgili olduğu dikkat çekmektedir.

Günümüzde telekomünikasyon ve bilişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda üretici hizmet tanımındaki değişime bağlı olarak, üretici hizmet sektörünün yerseçim kriterleri farklılık göstermektedir. Üretici hizmetlerin genel yerseçiminde ilk sıralarda yer alan yüz yüze iletişim ihtiyacının, günümüz teknolojik ve ekonomik koşullarına bağlı olarak, üretici hizmetlerin bazı alt kollarında giderek önemini kaybettiği ve hatta tamamen ortadan kalktığı görülmektedir. Bu ortadan kalkış müşteri ile yüz yüze iletişim kurmayan üretim birimlerinde görülmektedir.

Berköz' e göre üretim birimlerinin yerseçimlerinde ulusal ve hatta uluslararası çapta en düşük maliyetli yerler araştırılırken, yönetim ofislerinin merkez yerlerde konumlandığı görülmekte ve bu durumda hizmet sektörünün yerseçiminde aşağıdaki ölçütler önem kazanmaktadır:

- İletişim maliyeti
- Yüz yüze iletişim
- Ulaşım
- Depolama
- Haberleşme

Bu kapsamda iletişim maliyeti, yüz yüze iletişim ihtiyacı ve ulaşım maliyeti minimize edilmeye çalışılırken, depolama ve haberleşme ile ilişkiler de dikkate alınmakta ve ayrıca insan kaynaklarının varlığı da üretici hizmetlerin seçiminde önem kazanmaktadır (Berköz, 1998). Sınıflandırmada da görüldüğü gibi üretici hizmetlerin yerseçim kriterlerinde yüz yüze iletişim ihtiyacının yanında iletişim maliyeti de ön plana çıkmaktadır.

Üretici hizmetler alanındaki kuruluşların yönetim ofisleri ve tedarikçileri arasındaki bağlantılar, hizmetin devamlılığı için yaşamsal önem arz etmektedir ve bu sebeple yüz yüze iletişim ihtiyacı duyulmaktadır. Bir başka yüz yüze iletişim ihtiyacı duyulan alan ise yönetim ofisleri ve üretim birimleri arasındadır. Bu iki bağ ise BİT yaşanan hızlı gelişmeler ve sürekli inovasyonun sonucu olarak elektronik altyapılar ile sağlanabilir hale gelmiştir (Berköz, 1998).

Farklı kaynakların değerlendirilmesi sonucunda üretici hizmetlerin yerseçim kriterleri fiziksel ve sosyo-ekonomik çevre özelliklerine göre iki başlık altında toplanabilir. Buna göre:

- Seçilen yerin mekansal çevresel özellikleri; Prestij, arazi değeri, güvenlik, yığışik etmenler, erişilebilirlik ve elektronik iletişim altyapısı.
- Seçilen yerin sosyal ve ekonomik özellikleri; Gündüz ve gece nüfusu, ekonomik çıktı ve eğitim seviyesi olarak değerdendirebilir.

2.3 Bilgi Kenti ve Üretici Hizmetler

Günümüz teknolojileri iletişim ağlarını geliştirerek bilginin iletimini saniyelere taşımasıyla ticari ürün listelerinde ‘bilgi’ yer almaya başlamıştır. 1950’lerden bu yana birçok akademisyen ve eleştirmen gelişmekte olan ülkelerde bilgi ve enformasyonun üretim ve dağıtımında yer alan teknolojilerin ekonominin gelişim kriteri olduğunu ve ekonomik gelişimin sınırlarını belirlediğini savunmaktadır (Castells 1989). Bu yeni teknolojiler çalışmanın doğası ve ekonomiyi yeniden yapılandırma konularında büyük bir potansiyele sahip olmuşlardır.

“Günümüzde gelişmekte olan ülkelerin milli gelirlerinin büyük bir çoğunluğunu oluşturan bilgi sektörü beraberinde yeni bir sosyal yapıyı da getirmiştir. Fritz Machlup’un “bilgi ekonomisi”; Brzezinski’nin “tenetronik çağ”; Rolf Dahrendorff’un “post kapitalizm”; Daniel Bell’in “post-endüstriyel” ve Peter F. Drucker’in “post business society” dediğı yeni toplum yapısı Porat tarafından “bilgi toplumu” olarak adlandırılmıştır” (Erkan,1994).

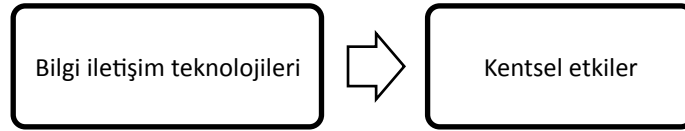
2.3.1 Bilgi kentlerinde yeni kavramlar ve yaklaşımlar

Günümüzde teknolojik gelişimler ve bilgi kentlerinin geleceğı ile ilgili farklı yaklaşımlar olduğu görölmektedir. Bunlar arasında teknolojinin gelişim hızını arttırarak devam ettireceğini ve geleceğın en büyük belirleyicisi olduğunu savunan teknolojik determinist yaklaşım, bugünkü dünya sorunlarının tamamının bilgi toplumunda çözüleceğini öngören ütöpk yaklaşım, yarının kentlerinin teknolojik gelişme yüzünden büyük bir çöküş olacağını öngören distöpk yaklaşım, BİT devrimi sonrasında kentlere bir ihtiyaç kalmayacağını düşünen desantralizasyon yaklaşımı ve bu tezde benimseyeceğimiz yukarıda sayılan tüm yaklaşımlardan bir parça içeren ve yarının kentlerinin bugünün kentlerinin yeniden yapılması ile oluşacağını savunan yeniden yapılanma yaklaşımı sayılabilir (Graham ve Marvin, 1996).

2.3.1.1 Teknolojik determinist yaklaşım

Teknolojik determinist yaklaşım kentler ve teknolojik gelişmeler arasındaki bağı basit ve lineer bir şekilde belirler: teknolojik gelişmeler kentlerde direkt etkiler yaratır. Bu yaklaşımda güncel bilgi iletişim teknolojilerinin olduğu gibi, tarihteki tüm diğer teknolojik gelişmelerin de aynı şekilde direkt etkilerinden bahsedilir (Mansell, 1994).

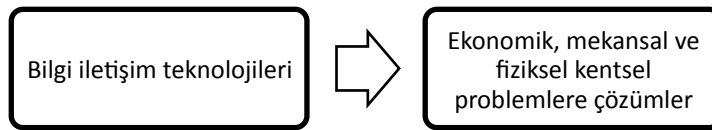
Teknolojik determinist yaklaşımda, yeni bir teknolojik devrimin topluma malolmasının (günümüzdeki tele iletişim devriminde olduğu gibi) toplumun her katmanında sürecektir. uzun süreli yenilik dalgaları yaratacağına ve bu dalgaların da yeni çalışma alanları ve ekonomik imkanlar yaratarak, kentsel ekonomilerin dokusu ve fonksiyonlarında değişimler yaratacağı düşünülür (Freeman, 1987).



Şekil 2.9 : Teknolojik determinist yaklaşım.

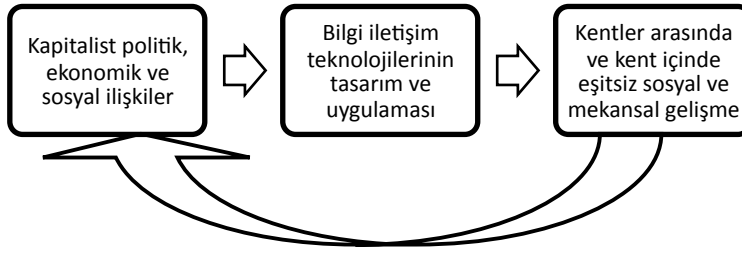
2.3.1.2 Ütopik ve distopik yaklaşım

Ütopik yaklaşımı benimseyen araştırmacılar kentlerin gelişimi ve geleceği ile ilgili genel olarak olumlu öngörülere sahiptirler. Elektronik ağlar ve mekanların öneminin artışının kentsel mekana yapıcı etkilerinin olacağı öngörülür. Olası negatif etkilerin ise yine gelişen teknolojinin yardımı ile çözülebileceği kabul edilir (Lyon, 1988).



Şekil 2.10 : Ütopik yaklaşım.

Kentlerin geleceği ve teknolojik gelişmeler arasında distopik ilişkiler kuran yaklaşımların sahipleri büyük oranda George Orwell'in 1984'ü, Ridley Scott'ın Blade Runner'ı ve William Gibson'ın Neuromancer isimli romanından etkilenmişlerdir. Bu edebi eserler ve akademik görüşlerin ortak noktası, bilgi iletişim teknolojilerinin varolmakta olan sınıf farklılıklarını (sayısal uçurum yoluyla) ve bireyler üzerindeki kontrolü (gizli yazılımlar ile) arttıracaktır (Graham ve Marvin, 1996).

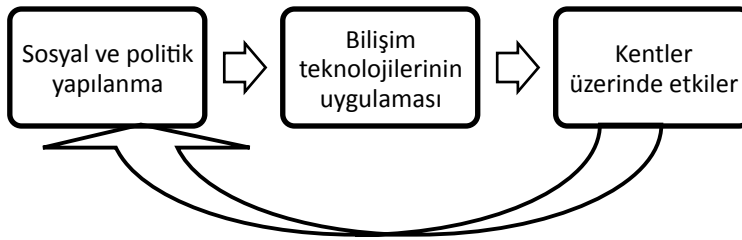


Şekil 2.11 : Distopik yaklaşım.

Distopik yaklaşımda bir diğer görüş de, kapitalist ekonominin maksimum kar, minimum risk düzeni içerisinde, alternatifli olmayan genişleme gereksinimini bilgi iletişim teknolojileri vasıtasıyla en az efor ile küresel bir boyuta taşıdığıdır (Harvey, 1988).

2.3.1.3 Teknoloji yoluyla sosyal ve politik yapılanma yaklaşımı

Teknolojik determinizm’e karşıt düşünürlerin savlarından biri olan teknoloji yoluyla sosyal ve politik yapılanma yaklaşımı, teknolojik gelişmeyi kendi içerisine kapalı, otonom bir süreç olarak değil, toplum ile birlikte evrilen kompleks bir yapı olarak tanımlar (Mackenzie ve Wajcman, 1985).



Şekil 2.12 : Sosyal ve politik yapılanma yaklaşımı.

“Teknolojik gelişim bir seçimler silsilesi olarak görülmedilir: bir alanda araştırma yapıp yapmamak seçimi ile başlar, tasarım süreci boyunca devam eder ve hayata geçirme noktası ile sona erer. Tasarım aşamasındaki seçimler bazı temel amaç ve değerlerin son halini belirler. Tasarımcıların seçim stratejileri ve bu sebeple hayata geçirilecek tasarımın temel amaçlarının ve performans kriterlerinin önem ağırlıkları, tasarımcıların içinde bulundukları ekonomik ve politik durum tarafından dikte edilir. Bu sebeple teknoloji tasarımı politik bir süreçtir (Graham ve Marvin, 1996).”

2.3.1.4 Kentlerin desantralizasyonu

Gold'a göre 60'lı ve 70'li yılların fütüristik vizyonlarının büyük bir çoğunluğu metropoliten kente karşı bir duruşu ve metropoliten toplumun dağılışını sağlayacak sosyal psikolojileri barındırırlar (Gold, 1990).

Ebenezer Howard ve Frank Llyod Wright gibi düşünürlerin ütopyalarında metropoliten kent bir “hasta adam” olarak ya da Sanayi Devrimi'nin yapay bir sonucu algılanmaktadır (Mason ve Jennings, 1982).

Marvin ve Graham ise kentlerin mekansal olarak sabit, fiziksel ağlardan oluştuğunu savunurlar (Marvin ve Graham, 1996). Kentler; parseller, binalar, sokaklar ve mahallelerden oluşmuş insan, mal ve kaynakların taşınmasına ve iletişimine hizmet eden ağlardır. Kentlerin tarihsel oluşum süreci zamanı aşmak üzere mekansal yakınlık kurulması prensibine dayandırılabilir. Geniş bir tanımla kentler zamansal problemleri yoğunlaşmış fiziksel yapılaşma yoluyla iletişimi kolaylaştırarak aşmak için varolmuşlardır.

Elektronik tele-iletişim, diğer bir deyişle bilgi iletişim teknolojileri, bir gerçeklik olmadan önce, tüm iletişim metodları fiziksel yerdeğiştirme gerektirmekteydi. Bu sebeple kentler tarih boyunca hizmetlerin, ofislerin, devlet kurumlarının, fabrikaların ve işgücünün yoğunlaştığı düğüm noktaları olarak servis ederek büyüdüler.

Bilgi çağında ise, hakim ekonomik güç olan bilgi, tamamen soyut ağlar üzerinden akabilmektedir. Bu sebeple bilgi ekonomisinin gücü, aynı anda farklı yerlerde bilgiyi sunarak mekansal zaman problemlerini mekansal yoğunlaşmaya gerek kalmadan aşmak olarak tanımlanabilir (Marvin ve Graham, 1996). Bu bağlamda bilgi ekonomisinin esas değeri olan bilginin, mekansal taşınma hızının ışık hızı ile eşdeğer olduğu hatırlanmalıdır.

Harvey'e göre bu değişim, kapitalist ekonominin devamlı genişleme politikasının bir sonucu olarak yeni kentsel ağlar yaratılmasını teşvik etmektedir (Harvey, 1985). Bahsi geçen yeni kentsel ağlar ise, mevcut metropoliten kentin aşırı desantralizasyonu sonucu çözülmesi ile ortaya çıkacak yeni yapılar olacaktır.

2.3.1.5 Yeni ekonomi

Bilgi toplumuna geçiş sürecinde yaşanan değişimlerin ekonomik sonuçları, Sanayi Devrimi ve sonrasındaki yüzyılda şekillenen bilinen ekonomik birçok kavramının anlamlarını yitirmesine yol açmıştır. Bugün gelinen noktada yaşanan ekonomik gerçekliğe Yeni Ekonomi adı verilmektedir.

Yeni ekonomide işletmeler, sürekli bir verimlilik, çevresel talebe cevap verebilme ve örgütsel değişim arayışı içerisinde olacaklardır (Akın, 1999).

Yeni ekonomide sanayi işçilerinin yerini bilgi işçisi olarak ifade edilen nitelikli, bilişim teknolojisini kullanan, uzmanlaşmış işgücü almaktadır (Bayraç, 2003).

Yeni ekonominin en önemli özelliklerinden biri, ana ekonomik değer olan bilgiye erişimin, küresel boyutta hızı ve kolaylığıdır.

Yeni ekonomide elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari faaliyetler; işten-işe, işten-tüketiciye, tüketiciden-tüketiciye ve tüketiciden-işe olarak sınıflandırılmaktadır (Bayraç, 2003).

Bilgi ekonomisi altyapı parametreleri; bin kişiye düşen günlük gazete sayısı, radyo alıcısı, televizyon alıcısı; haberleşme; bin kişiye düşen telefon alıcısı ve uluslararası konuşmaların sayısı, teleteks sayısı ve uluslararası görüşmelerin sayısı; bilgisayar donanımı; bin kişiye düşen bilgisayar sayısı; bilgisayar kullanan işletmelerin sayısı; bilgi teknolojileri harcamaları olmaktadır (Dura ve Atik, 2002).

Yeni ekonomide gelişim gittikçe daha az bir şekilde fiziksel kaynaklara ve daha çok yaratıcı fikirlere ve bu fikirleri yaratacak çalışanlara bağlıdır (Florida, 2005).

2.3.2 Bilgi kentinde üretici hizmetler

Sanayi ekonomisinin kenti, ürünü üreten, pazarlayan, dağıtan ve tüketen bir yapı olarak kurulmuşken, bilgi ekonomisinin kenti bilgiyi üreten, derleyen ve akışını kontrol eden bir yönetim merkezi olmak zorundadır. Günümüz metropoliten kentleri üzerinde bilgi toplumunun yarattığı asıl baskı bu iki model arasında yaşanması gereken geçiş sürecidir.

Sanayi kentinde değişim hızlı ulaşımın, sanayinin kentten kopmasına aracı olması ile başlamıştır. Aynı şekilde hızlı iletişiminin de hizmetler sektörünü kentten kopartabileceğini savunan tezler bulunmaktadır. Fakat günümüzde bu tezlerin tam aksine, girdisi ve çıktısı bilgi olan üretici hizmetler sektörü metropoliten kentlerinde ve hatta MİA’larda yoğunlaşmaya devam etmektedir (Es, 2010).

Bu yoğunlaşmanın sebepleri tarım kentlerinden sanayi kentlerine geçişte sanayinin kentlerde yoğunlaşma sürecinde aranabilir. Sanayinin gelişmesi için gerekli olan enerji ve insan kaynakları yoğunluğu sadece kentlerde bulunduğu bir anda başlayan bu değişim doğal olarak kentlerde yer seçmiştir. Aynı şekilde bilgi ekonomisinin temel prensipleri gereği ihtiyaç duyduğu bilgi birikimi ve üst düzey yetişmiş işgücü sadece kentlerde yerleşmiş durumdadır. Bu sebeple bilgi kentlerinin günümüz metropoliten kentleri üzerindeki yoğunluk baskısını arttırması kaçınılmazdır.

2.3.3 Bilgi kentinde yeni sosyal yapı

Bilgi toplumunda yaşam, bilginin üretimi, derlenmesi, paylaşılması ve aktarımında hızlı iletişim, değişim ve gelişmenin görüldüğü ve bu sürecin yaşamın tüm alanlarını etkilediğı yeni bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır (Kutlu, 2000).

Bilginin toplumsal ve ekonomik gelişmedeki yerini tespit eden OECD (1996), bilgi üretiminin, dağıtımının ve kullanımının baskın olarak ön plana çıktığı gerçekliğine dayanarak “Bilgi Ekonomisi” kavramını ileri sürmüştür. Florida, ekonominin ana bileşenlerini teknoloji, kabiliyet/yetenek, ve tolerans olarak sıralamakta ve bu üçleme içerisinde “Yaratıcı Sınıf”ın, yani insan kapitalinin, önemini vurgulamaktadır (Florida, 2002).

Birçok ekonomiste göre, ekonomik gelişimin itici faktörü olarak teknoloji gösterilirken, kabiliyet/yetenek ile ekonominin insan kapitali ile ilişkisi kurulmakta ve kentlerin bu kapitali bir araya getirici rolü vurgulanmaktadır (Florida, 2002; Gleaser, 2003; OECD, 1996).

Florida’ya göre ekonomik büyümenin temel kaynağı kabiliyetli ve üretici insanların (Yaratıcı Sınıf) kutuplaşması ve belli bölgelerde yoğunlaşmasıdır (Florida, 2008). Bu çerçevede kentleşmenin inovasyon ve üretimin büyümesindeki önemli rolü ortaya çıkmaktadır.

Bilgi toplumunu oluşturan insan kapitalinin kutuplaşması, üretici hizmet sektöründe yer alan bilgi bazlı firmaların ve Ar-Ge ünitelerinin kutuplaşması sadece bilgi ekonomisinin gelişimine katkı sağlamakla kalmamakta; aynı zamanda kentlerin gelişimine destek vermektedir.

2.3.3.1 Bilgi kavramı ve bilgi toplumunun ortaya çıkışı

19.yüzyılın sonlarından itibaren, sanayi dönemini belirleyen makineler ile birlikte kent algısı bir ölçüde değişmiştir. Tren, otomobil ve uçak gibi taşıma araçlarının yaygın kullanılmaya başlanması ile birlikte insan bedeninin özgün hareket etme biçimlerinden uzak hızlar algı koşullarına etki etmiş, kent içindeki yerler ve kentler arasındaki mesafelerin anlamları değişmeye başlamış, mekansal mesafe yerini zamana ilişkin bir mesafe anlayışına bırakmıştır.

20. yüzyılın sonlarından itibaren, enformasyon toplumuna geçildiğinin ifade edilmeye başlamasıyla birlikte ise kentlerin algılanışında çok daha köklü kırılmalar yaşanmaktadır. Çünkü çeşitli ortamlar tüm kentleri bu kez görünmez, küresel ağlarla birbirine bağlamakta ve yepyeni deneyim biçimleri aracılığıyla dünyanın her noktasını eşzamanlı olarak bile erişilebilir kılmaktadır.

Yeni ekonomik gelişme sonucu bilgi kavramında yaşanan değişim beraberinde işçi-işveren arasındaki ilişkiyi de etkilemiş, hizmet sektörü çalışanları diğer adıyla beyaz yakalı çalışanlar olarak adlandırılan bir sınıf ortaya çıkmıştır.

“Bilgi Toplumu” terimi ilk olarak 1959 yılında Peter Drucker tarafından çalışma mekanında “bilgi ile direkt çalışan” veya “bilgi üreten ve kullanan” grubu ifade etmek için kullanılmıştır. Ayrıca Drucker bilgi toplumunu çıkarları bakımından birbiriyle uyumlu bireylerden kurulu bir toplum olarak tanımlamakta ve elemanlarının kurumlar arasındaki esneklik ve hareketliliğini vurgulamaktadır (Drucker, 1969).

Daniell Bell ise sanayi toplumu olarak adlandırdığı sosyal yapıyı; dinamizmini bilgiden alan, merkezi ve öncü insanı toplumun ihtiyaç duyduğu özelliklerle donatılmış uzmanlardan oluşan, temel üretim sektörü hizmetler olan toplum olarak tanımlamıştır (Bell, 1973).

Van Winden, bilgi ekonomisinin yaratıcılık ile ilişkisinden yola çıkarak insan kapitaline ek olarak Ar-Ge çalışmalarının ekonomik gelişim teorileri ve ilkeleri için merkezi rolü olduğunu ileri sürmektedir. Gelişmekte olan bilgi ekonomisinin kentlerin rolünü kuvvetlendirdiği görülmektedir. Bu durum aşağıdaki bulgularla ispatlanabilir (Van Winden, 2010):

- Yeni fikirlerin üretimi ve inovasyon için çeşitli insan, kurum ve kültürlerin yer aldığı ortamların varlığı
- Yeni bilgi ve teknolojilerin hızlı yayılımı için Bilgi Toplumu ve Bilgi-Bazlı firmaların yüksek yoğunlukta olmaları ve kutuplaşmaları
- Büyük kentler daha fazla uzmanlaşmış iş gücü barındırmaları. Buna bağlı olarak, bilgi-bazlı firmaların bu alanları tercih etmeleri ve bilgi toplumunun da daha iyi kariyer olanaklarına kolaylıkla erişebilmesi
- Yükselen maaşlara paralel olarak tüketim gücünün artması ve lüks malzemelerin tüketilmeye başlanması ile kentlerin ‘tüketim gücü’nün artması

Günümüzde yeni teknolojilerin gelişimi ve bilgisayar kullanımının artmasıyla birlikte bilgi toplumu yerini iletişim toplumuna bırakmıştır. Bu iki kavram birbirine yakın olmakla birlikte aslında farklı anlamdadırlar. Bilgi toplumu kavramı, bütün teknolojilerin ve sosyal yaşamın, bilginin egemenliğinde oluşuna işaret ederken iletişim toplumu kavramı, bilgi iletişimi teknolojilerinin hakimiyetini, önemini ve dünyayı küçülten haberleşme olanaklarını vurgulamak amacıyla kullanılmaktadır (Kutlu, 2000).

2.3.3.2 Bilgi toplumunun sosyal yapısı

Bilgi toplumu, yeni yapısını ortaya çıkartan bilgi teknolojileri ve bunların sağladığı yeni imkanlar sayesinde sanayi toplumunun yaratmış olduğu problemleri çözme potansiyelini yakalamıştır.

AB’de bilgi toplumuna dönüşmek için bir çok çalışma yapılmaktadır. Bu çalışmalardan biri de 1994’de Bangemann grubunun yayınladığı Avrupa ve Küresel Bilgi Toplumu Raporu’nda yer alan öneriler (Çılga, 1997):

- Uzaktan çalışma
- Uzaktan öğrenme

- Üniversiteler ve araştırma merkezleri ile iletişim ağlarının kurulması
- Küçük işletmeler için uzaktan işleme merkezleri
- Karayolları trafik denetimi
- Hava trafik kontrolü
- Sağlık ağları
- Elektronik ihaleler
- Trans-Avrupa kamu yönetim ağı
- Kent içi bilgi otoyolları

Hizmet sektörünün öneminde yaşanan artışın paralelinde, profesyonel, idari, teknik meslekler ön plana çıkmıştır. Yüksek gelirli profesyoneller, idari işler üst kesimi ve düşük gelirli günlük, geçici, yarı zamanlı işlerde çalışanların bulunduğu bir sosyal kutuplaşma oluşmuştur. Profesyonel, yalnız yaşayan üst gelir mensupları, çocuksuz çiftler genellikle, farklı yaşam tarzlarını ve tarihi kent merkezlerinde çöküntü alanlarındaki farklı konut tiplerini tercih etmektedirler. Kentlerdeki yeni finans ve yönetim merkezlerinde bulunan işyerleri ile kültürel servislere yakın olan bu alanlarda, yeni orta sınıf eski evleri satın alıp yenileyerek farklılaşmış yaşam tarzlarını ve kültürel tercihlerini ortaya koymaktadır (Uzun, 2002).

Bilgi çalışanının istekleri/talepleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Yiğitcanlar ve diğ., 2007):

- perakende ticaret açısından zengin bir çevre;
- spor ve müzik aktiviteleri;
- kaliteli çocuk bakım servisleri;
- çocuklar için özel okul;
- özel sağlık hizmetlerine ulaşım;
- sanat mekanları;
- “özgün” ve “tarihi” yerler;
- doktora öğrencileri ve araştırmacılar için uygun konutlar
- refah seviyesi yüksek bir emeklilik

2.4 Merkezi İş Alanları ve Üretici Hizmetler

Üretici hizmetler tanımı, hizmet sektörünün yüksek derecede özelleşmiş, katma değeri yüksek, uzman iş gücüne ihtiyaç duyan, girdisi ve çıktısı bilgi olan parçasını tanımlar. Üretici hizmetleri tanımlayan her özellik, onları merkezi iş alanlarına yakın konumlandırarak bir kriterdir. Kentin MİA'sı, yüksek derecede uzmanlaşmış iş modellerinin toplandığı, yüksek arazi değerine ve erişilebilirliğe sahip bir karar merkezidir. Üretici hizmetler ve MİA, birbiri ile örtüşen talep ve arzları barındırmaktadırlar.

2.4.1 MİA ve alt merkez tanımları

Kentler tarım dışı ekonominin baskın olup, üst düzeyde ihtisaslaşma gösterdiği, art-bölge üretimlerinin yönetildiği kültürel ve ekonomik karar merkezleri olarak tanımlanır. Bu özelliklerin en yoğun gözlemlendiği mekansal yoğunlaşmalar kent merkezleridir.

Kent merkezleri, bahsedilen yönetim ve karar alma fonksiyonlarının yerine getirilmesinde en önemli faktör olan yüz yüze iletişimin kesintisiz yaşanabilmesi için özelleşmiş, yoğun altyapı ağlarına sahip, ulaşımın en iyi şekilde kurulduğu, en yoğun yapılaşmanın olduğu, vergi gelirleri ve dolayısı ile arazi fiyatlarının en yüksek olduğu mekansal yapılanmalardır.

Ruşen Keleş'in "Kentbilim Terimleri Sözlüğü"nde merkez alan "Bir kentin merkezinde yer alan yapılardan ve açık alanlardan oluşan kesimi" olarak tanımlanırken aynı kaynaktan merkez bölge "Bir kentin merkezinde yer alan ve genellikle kamusal ve özel kesim yönetim yapılarıyla, kentin ticaret ve servis işlevlerinin görüldüğü yapıların yoğunlaştığı kesim" ve merkezi iş alanı (MİA) ise "Bir kentin perakende ticaret, işyerleri ve çeşitli servis/hizmet fonksiyonlarının yoğunlaştığı merkez kesimi" olarak tanımlanmaktadır (Keleş,1980).

Merkezi iş alanı (MİA), büyük kentlerin kent merkezlerinde, ticaret ve hizmet fonksiyonlarının en yoğun olduğu bölge olarak tanımlanabilir. MİA'daki yapılaşma yoğunluğu fazla olmakla birlikte kentteki en yüksek yapıları da genelde yine bu bölgede bulunmaktadır.

Kent merkezi ve MİA karıştırılmaması gereken kavramlardır. Kentteki çeşitli semtlerin, mahallelerin merkezleri, ve hatta ikinci derece ekonomik alt merkezler sisteminin en üstünde MİA yer almaktadır. Bu hiyerarşide MİA çok merkezli olan kentteki merkezlerin merkezidir.

MİA yapısı itibariyle sınırları kolayca fiziksel olarak algılanan çizgilerle belirlenen bir olgu değildir. MİA'nın sınırlarının belirlenmesinde birçok yöntem olmakla birlikte, birçoğunun ortak notkaları arasında bina yükseklikleri, arazi değeri, arazi kullanımları ve ulaşım bağlantılarının ölçülmesi vardır.

Weiss MİA'daki fonksiyonları ve arazi kullanımlarını 7 kategoride toplamıştır (Weiss, 1992):

- Perakende satış
- Ofisler
- Otopark
- Yarı kamu kurumları
- Depolu toptan satış
- Sanayi
- Konut

“Merkezi iş alanı, merkezler bütünü dinamikleri bağlamında incelendiğinde de bazı çıkarımlara ulaşılabilmektedir. Özellikle 1990 sonrası hızla gelişen bilişim ve iletişim ağı; ulusal ölçekten dünya ölçeğine genişleyen bir pazarın oluşmasını da hızlandırmıştır. Bu süreçte büyük kentler, düğüm noktaları oluşturarak avantajlı bir konuma gelmektedirler. Bu nedenle bu yeni ekonomik koşullar ve teknolojiyi kullanan iş ve merkezler, metropoliten kentin merkezine yönelme eğilimindedirler. Uzmanlaşmış üretim hizmetlerinin merkeze yönelimi ve oluşturacağı yoğunluk ile konut alanları içi ve çevresinde de yaşam bulabilen tüketici hizmetlerin dışı itimi beklenen bir süreçtir. Sermayenin kentsel ölçekte artan hareketliliği ve bunu destekleyen bilişim teknolojisindeki gelişmeler doğrultusunda, kent-bölge ilişkileri değişmiş, ulusal ölçekten bağımsız hareket eden süreçler ve kurumlar ortaya çıkmaya başlamıştır (Gökçe, 2003).”

Özetle, MİA bir metropoliten kentin beyni ve kalbi olarak yüz yüze iletişim gereksiniminde bulunan işlevlerin toplandığı, yığılma ve dışsal ekonomilerin en üst düzeyde sağlandığı, arazi değerlerinin ve erişilebilirliğin yüksek olduğu bir alandır (Ocakçı, 1989).

Küreselleşmenin bir sonucu olarak, genel merkezinin kurulduğu devletten bağımsız politikalar üretecek kadar çokuluslu bir yapıya ulaşan dev şirketlerin ortaya çıkışı ve bunların gittikçe artan bir oranda yüksek teknoloji ve düşünsel güç gerektiren alanlarda faaliyet göstermesi (Wang ve Zhou 1999); kentleşme politikaları üzerinde değişim baskısı yaratmaktadır (Ulu ve Dökmeci, 2003).

Kentlerdeki ekonomik ve fiziksel yeniden yapılanma, kentin sosyo-ekonomik yapısının gelişimine bağlıdır. Dolayısı ile kentin ekonomik gelişiminin incelenmesi, kentin gelecekteki büyüklüğü ile ilgili ipuçları vereceği gibi, kentin mekansal yapılanması hakkında da açıklayıcı olacaktır (Ulu ve Dökmeci, 2003).

2.4.2 İstanbul’da MİA’nın gelişimi

Bilgi ekonomisine ve bilgi kentine geçişte, hizmet sektörünün ekonomideki genel ağırlığının artışı takiben, hizmet sektöründe çalışan sayısı ve beraberinde kent içindeki ofis ihtiyacı artmıştır (Dale,1999).

Ekonomide meydana gelen değişimler ve bilgi teknolojilerindeki yenilikler sonucu metropoliten alanların merkezi iş alanlarının dokusu değişikliğe uğramış ve bu kapsamda da merkezi iş alanlarında yer alan ofis binalarının sayısı artmıştır. Türkiye’nin ticaret ve finans merkezi olarak görülen İstanbul kent merkezi de 1980 yılından sonra değişim geçirmeye başlamıştır.

Çeşitli uygarlıklarca yerleşim merkezi olarak seçilmiş olan İstanbul Cumhuriyet Tarihi’ndeki ilk büyük değişimini 1950 yılında başlayan göç ile almıştır. İlk göç dalgası ile birlikte nüfus hızlı bir şekilde artmaya başlamış, kent genişlemiş ve gecekondular ortaya çıkmıştır. Kentteki ikinci büyük değişim ise 1980 sonrası liberal politikalarla birlikte dünyaya entegre olma isteği üzerine ortaya çıkmıştır (Ercoskun, 2004).

1980 sonrası ekonomik gelişime bakıldığında İstanbul'un gittikçe öne çıktığı görülmektedir. 2000 yılına girilirken Türkiye nüfusunun %15'i İstanbulda yaşamakta, sanayi üretiminin %34'ü, gelir vergilerininin %43'ü İstanbul'da üretilmektedir (Morton, 2000).

Bu durum üretici hizmetlerdeki ve bankacılık sektöründeki değişim ve gelişimi de beraberinde getirmektedir. 2000 yılına gelindiğinde Türkiye'de yer alan tüm firmaların %86'sının merkezi, finans ve banka kurumlarının %74,6'sı, emlak şirketlerinin %62'si İstanbul'da yer almaktadır (Dökmeci ve Berköz, 2000). Bankacılık sektörü için bakıldığında 2000 yılında Türkiye'de yer alan tüm bankaların %74'ü İstanbul'dayken, 2010 yılı için bu oran %86'ya çıkmıştır. Bunun yanında 2010 yılı Bankalar Birliği Raporu'na göre Türkiye'de yer alan Mevduat Bankalarının tümü İstanbul'da konumlanmıştır.

“İstanbul'daki merkezi iş alanlarının gelişimine bakıldığında 1960'lı yıllarda işyerleri ve bankalar kentin merkezi sayılan Eminönü ve çevresinde yer almaktaydı. Eminönü hem kentin merkezi hem de deniz, otobüs ve raylı ulaşım sisteminin kesişim noktasındaydı. Fakat merkezde aşırı sıkışıklık, parkyeri problemi , yeterli büyüklükte ofis alanının bulunmaması gibi sorunlar ortaya çıkmaya başlamıştır. 1970'lerin sonunda yabancı yatırımcıların da ülkeye gelmesi ile birlikte yeni ofis binalarının inşa edilebileceği alanla ihtiyaç duyulmuştur. Köprülerin yapılması, çevre yollarının kentin kuzeyinden geçmesi, çıkarılan ve ilan edilen turizm teşvik alanları ile şanslı aks olarak Maslak-Büyükdere Aksı ilan edilmiştir (Ercoşkun, 2004).”

1973'te Boğaziçi Köprüsü'nün hizmete açılması şehrin genişleme akslarında ve prestij alanlarının yerleşiminde değişiklikler yaratmıştır. Bu dönemde araba kullanımının artması desantralizasyonu arttırırken iş merkezleri hiyerarşisinde yarattığı etkiler Merkezi İş Alanı'nın kaymasına sebep olmuştur (Çıracı ve Kundak, 2000).

Beşiktaş ve Şişli ilçeleri, şehir merkezinden yeni açılan köprüye giden yolların yapılması ile birlikte, bir anda varolan MİA'ya (Eminönü, Beyoğlu aksı) yüksek derecedeki yollar ile bağlanmış ve ofis alanı olarak ilgi çekmeye başlamışlardır. Bu dönemde giderek artan araba kullanımına uygun olmayan merkezi iş alanı, yeni ofis binalarının gereksinimlerine cevap verememeye başlamış ve MİA özellikleri Beşiktaş ve Şişli ilçelerine doğru kaymıştır. Köprü ile Avrupa yakasına bağlanan Kadıköy ise yine bu dönemde, Anadolu yakasının merkezi olmuştur.

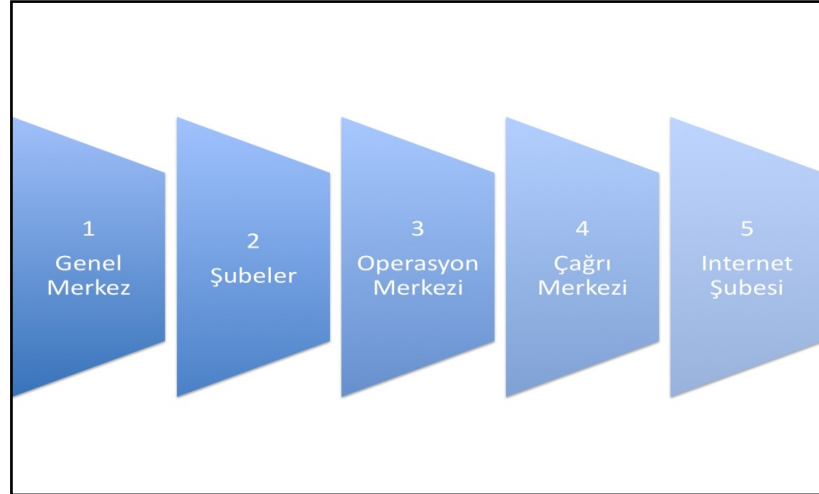
1987 yılında ise Fatih Sultan Mehmet Köprüsü'nün hizmete açılması, ondört sene önce İstanbul MİA'sı makroformunda yaşananların bir tekrarını getirmiş ve Eminönü-Şişli-Beşiktaş arasında yoğunlaşmış MİA'nın daha kuzeye kaymasına olanak vermiştir. Yine köprü bağlantı yollarının yapımı ile birlikte, bir anda yüksek erişilebilirlik (yeni açılan üst derecede önemli yollar) ile varolan MİA'ya (Şişli-Beşiktaş hattı) eklenilen Maslak bölgesi, ofisler için bir cazibe bölgesi olmuş ve kısa sürede MİA özelliklerini göstermeye başlamıştır. Bu şekilde MİA ikinci defa yer değiştirmeye başlamış ve kuzeye doğru kaymıştır.

Boğaz Köprüleri İstanbul makroformunu biçimlendirdiği gibi MİA'nın büyümesi ve genişlemesinde temel faktörlerdendir. Günümüzde yapılması planlanan üçüncü boğaz köprüsünün de şu anki MİA'dan kuzeye konumlandırılması, köprüye ulaşmak için yapılacak yeni yolların devreye alınması ile birlikte, MİA'yı Şişli-Maslak aksından, üçüncü defa kuzey yönünde kaydıracaktır.

3. İSTANBUL'DA BANKACILIK SEKTÖRÜNDE YERSEÇİM KRİTERLERİ ARAŞTIRMASI

Çalışmanın üçüncü bölümünde üretici hizmetlerin yerseçim kriterlerini etkileyen temel faktörlerin incelenmesi amacıyla ilk olarak bankacılık sektörü özelinde toplanan veriler üzerinde yapılacak haritalandırma çalışmaları yardımıyla üretici hizmetlerde mekansal parçalanma, yerseçimlerinde farklılaşma dinamikleri ortaya konacaktır. Daha sonra elde edilen bulgular, anketlere temellenen bir araştırma yöntemi ile, bankacılık sektörü profesyonelleri arasında sınanacaktır. Araştırma bölümünün son çalışması olarak da çağrı merkezleri ve internet bankacılığı işlem yoğunluklarındaki değişiklikler ele alınacaktır.

Araştırma kapsamında bankacılık sektörü beş ana bölümde incelenecektir. Bu birimler tezin daha önceki bölümlerinde de incelenmiş olan genel merkez, şubeler, operasyon merkezi, çağrı merkezi ve internet şubesi'dir (Şekil 3.1).



Şekil 3.1 : Bankacılık sektöründeki temel birimler.

Birinci ve ikinci hipotezler ve kısmen de üçüncü hipotez, İstanbul’da bankacılık sektörünün dağılımı bölümünde yapılacak haritalandırma çalışmasında ele alınacak ve bu bölümün sonuçlarında sınanacaktır. Bahsedilen haritalandırma çalışmasının detaylı yöntemi aynı bölüm içerisinde verilmiştir.

Tez çalışmasında yapılacak bankacılık sektörü yerseçim kriterleri anket çalışması ile de 3. hipotezde sorgulanan yüz yüze iletişim ihtiyacı açıklanacaktır. Anket çalışmasının detayları bu bölümde ortaya koyulmaktadır.

Daha sonra yapılacak bankacılık sektöründe iş yoğunluğu araştırması ile üretici hizmetlerdeki işlem yoğunluğunun gittikçe yüz yüze iletişim gerektirmeyen faaliyetlere kaymakta olduğu hipotezi sınanacaktır. Bu araştırmanın yöntemi de aynı bölüm girişinde yer almaktadır.

3.1 Üretici Bir Hizmet Olarak Bankacılık

Bankacılık OECD hizmetler sınıflandırmasında diğer finansal hizmetler, sigorta ve gayrimenkul hizmetleri ile beraber “üretici hizmetler” olarak tanımlanan iş modelleri arasında gösterilmektedir.

Bu bölümde Türkiye’de Bankacılık Sektörünün kısa bir tarihçesine yer verilecek ve ardından bankacılık sektörünün çalışma birimleri, Türkiye’nin aktif bilanço büyüklüğüne göre en büyük on bankasının organizasyon şemaları incelenerek ortaya koyulacaktır.

3.1.1 Türkiye’de bankacılık sektörünün kısa tarihçesi

Türkiye Bankalar birliğinin “50. Yılında Türkiye Bankalar Birliği ve Türkiye’de Bankacılık Sistemi 1957-2007” isimli kaynağında geniş bir şekilde yer verildiği üzere, Türkiye’de bankacılık sektörünün tarihi altı evreye ayrılarak incelenebilir.

- Osmanlı Dönemi(1847-1923)
- Ulusal Bankalar Dönemi(1923-1932)
- Özel Bankalar Dönemi(1945-1960)
- Planlı Dönem(1960-1980)
- Serbestleşme ve Dışa Açılma Dönemi (1981-2001)
- Yeniden Yapılanma Dönemi(2001-)

Tez çalışmasının alan araştırması kısmında Planlı Dönem, Serbestleşme ve Dışa Açılma Dönemi ve Yeniden Yapılanma Dönemi incelenmekte olduğu halde, bütün dönemlerin kısa bir tarihçesinin verilmesi konunun bütünlüğü açısından önemlidir. Bir sonraki bölümde incelenecek banka genel merkezleri, şubeleri ve diğer birimlerinin İstanbul ilçelerindeki mekansal dağılımını içeren haritalandırma çalışmasından bazı veriler ile bankacılık sektöründe yaşanan gelişmeleri karşılaştırmak bu sayıları yorumlamak için önemlidir.

Osmanlı Dönemi'nin ilk bankası "İstanbul Bankası" 1847 yılında ilk Osmanlı kâğıt parası olan "kaime"nin dış borçlanmadaki fiyatını sabit tutabilmek amacı ile kurulmuş fakat faaliyetlerine 1852 yılında son vermiştir.

Bu çok kısa faaliyet dönemi göz önüne alınmazsa, 1856 yılında kurulmuş olan "Osmanlı Bankası"nın Türkiye Bankacılık tarihinin ilk bankası olduğu kabul edilebilir. Bu banka Osmanlı ismine sahip olsa da, 1856 Paris anlaşmasını takiben artan Osmanlı dış borç girdilerini kontrol altında tutabilmek amacı ile İngiliz sermayesi tarafından kurulmuştur. Osmanlı Bankası'na daha sonra piyasalarda kaime'nin değerinin oynaklaşmasının önüne geçmek amacıyla, tam o sıralarda Avrupa devletlerinde görülmeye başlanan bir değişimi takiben, Merkez Bankası modeline yakın bir yetkilendirme ile 1863 yılında para basma hakkı tanınmıştır. Aynı anlaşma ile Osmanlı bütçesi de bu bankaya bağlanmış ve devlet tüm ekonomisini bu banka üzerinden kayıt altına alır ve kullanır duruma gelmiştir.

1875 yılında Osmanlı Devleti'nin borçlarını ödeyemez duruma gelmesi ve bunu takiben de 1881'de Düyun-u Umumiye'nin kurulmasından sonra İmparatorlukta birçok yabancı banka, genel olarak dış borç yapılandırması yapmak ve yabancı yatırımcıyı kredilendirmek amacı ile kurulmuştur. Bu sebepten Osmanlı dönemi bankacılığı için "borçlanma bankacılığı" nitelendirmesi kullanılmıştır. (Artun, 1983).

Borçlanma sürecinin içerisinde 1908 yılında II.Meşrutiyet'in ilanını takiben milliyetçi eğilimlerin artışının da etkisi ile küçük ulusal bankaların kurulduğu gözlemlenmektedir. Aynı dönem içinde ve aynı etkiler altında 1888 yılında Ziraat Bankası, ilk devlet bankası sıfatıyla kurulmuştur. Daha sonra 1914 yılında I. Dünya Savaşı'nın patlak vermesi ile Osmanlı Devleti çöküş yoluna girmiştir.

Kurtuluş savaşı sonrasında Türkiye'nin ekonomik canlanmasını sağlamak amacı ile 1923 İzmir iktisat kongresi düzenlenmiş ve burada özel sektörün henüz banka kuracak bir sermaye yapısına gelememişliği tespit edilerek, bankaların kurulması için devletin adım atması gerekliliği kabul edilmiştir. Kongrenin sonucunda 1924 yılında Türkiye İş Bankası kurulmuş ve Ziraat Bankası'nın sermaye yapısı güçlendirilmiştir. Bu süreçte bir önemli adım da 1930 yılında T.C. Merkez Bankası'nın kurulması olmuştur.

Aynı yıllarda yaşanan küresel ekonomik kriz, Türkiye'de özel sektörü canlandırma kredilerinin istenen sonucu yeteri kadar verememesine sebep olmuş ve sanayileşme hamlesinin devlet eliyle yapılması yoluna gidilmiştir. Bu dönemde özel amaçlarla devlet bankaları kurulmuş ve Kamu iktisadi teşekkülleri ile birlikte yüksek yatırım gerektiren sanayi hamlesini gerçekleştirmişlerdir. Sümerbank sanayi yatırımlarını, Etibank madencilik ve enerji işletmelerini, Belediyeler Bankası kentsel altyapı hizmetlerini, Denizbank deniz yolları işletmelerini ve Halk Bankası da küçük esnafın yatırımlarını finanse etmek üzere kurulmuşlardır.

II. Dünya savaşından sonra devlet iştiraklerinin yanında özel sektörün de büyük yatırımlar yapabileceği bir dönem başlamış ve özel bankacılık yükselişe geçmiştir. Bu dönemde milli gelir hızla artmış, nüfus artışı hızlanmış ve ekonomi gelişmiştir. Yapı ve Kredi Bankası (1944), Garanti Bankası (1946), Akbank (1948), ve Pamukbank (1955) bu dönemde kurulmuşlardır.

Özel ulusal bankaların sayılarının artması ve şubeleşmeye önem vermeleri, yerel ölçekteki küçük bankaların küçülerek kapanmasına yol açmıştır. Bu dönemde (1958) Türkiye Bankalar Birliği kurulmuştur.

1960 sonrasında ise kamunun tekrardan planlı bir şekilde ekonomideki rolünün ve kontrolünün arttığı bir dönem başlamıştır. İlki 1963'te uygulamaya alınmak üzere kalkınma planları yapılmaya başlanmış ve bu dönemde banka kurulumuna özel amaçlı bankalar haricinde izin verilmemiştir. Amerikan-Türk Dış Ticaret Bankası ve Arap-Türk Bankası gibi ticaret bankaları dışında beş adet de devlet yatırım bankası kurulmuştur.

Bu dönemde merkezi İstanbul'da bulunan bankaların genel olarak Beyoğlu ve Eminönü ilçelerini tercih ettikleri görülmektedir.

1980’lerde serbest piyasa ekonomisine geçilmesi ile birlikte bankacılık sektöründe de büyük değişimler yaşanmıştır. Yeni ekonomik model ile birlikte yüksek kamu sektörü açığı yaşanmasını takiben yüksek ve sürekli enflasyon ortamına girilmiştir. Yaklaşık yirmi yıl süren bu dönemde Türk ekonomisi serbest döneme geçiş sancılarında sonra da yetersiz finansal altyapıdan kaynaklanan sorunları yaşamış, birçok banka açılmış ve mevzuat eksiklikleriyle birlikte sıkıntılı bir dönem geçirilmiştir.

1980 döneminde Şişli İlçesi’ni genel merkezi için tercih eden banka sayısında, hem bankaların sayısının artması (yeni bankaların yerseçimine girmesi) hem de İstanbul’a genel merkezlerini taşıma konusundaki isteklilikleri büyük bir patlama yaratmıştır. 1980 yılında Şişli İlçesi’nde beş banka genel merkezi var iken, 1990 yılında bu sayı 28’e kadar gelmiştir. Aynı dönemde Beşiktaş İlçesi’nde aynı türden bir yükselişe girildiği görülmektedir. 1990 yılında on üç banka genel merkezi Beşiktaş İlçesi’nde iken bu sayı 2000 yılında yirmi dört’e çıkmıştır.

2000 yılının ağustos ayında BDDK (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu) ve TMSF (Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu) faaliyete geçmiştir. Bu kurumlardan önceki dönemde yaşanan sıkıntıların bir sonucu olarak yapılan düzenlemeler ile 2000 yılının sonunda (altı aylık bir sürede) Fon’a devredilen banka sayısı 11 olmuştur. Bu dönem 2001 Şubat ayında başlayan krizle birlikte Türkiye’de Bankacılık açısından birçok değişim yaşanmıştır.

Krizin zararlarını geri kazanmak için Nisan 2001’de “güçlü ekonomiye geçiş programı” uygulamaya koyulmuştur. Bu programın hedefi: ekonominin dış şoklara direncinin arttırılması, enflasyonun düşürülmesi, kamu borçlarının azaltılması, mali disiplinin sağlanması, yapısal reformların sağlanması ve bankacılık sisteminin güçlendirilmesi olarak ortaya koyulmuştur.

3.1.2 Bankacılık iş modeli ve hizmet birimleri

Tez çalışmasının temel probleminde daha önce açıklanan mekansal parçalanma sistematığında, bankacılık iş modeli Genel Merkez, Şubeler Ağı, Çağrı Merkezi, Operasyon Merkezi ve İnternet Şubesi olmak üzere işlem birimlerine ayrılmıştır. Bu birimler banka müşterilerinin banka ile iletişim kurdukları ve bankaların farklı yerleşim gösteren birimleridir.

Bankacılık iş modelinin ortaya koyulmasında Türkiye'nin aktif bilanço büyüklüğüne göre en büyük on bankasının organizasyon şemaları incelenmiştir. Şekil 3.2'de görüldüğü gibi Banka Genel Müdürlükleri içerisindeki birimlerin, Genel Müdüre bağlı Müdür Yardımcılarının altında, konularına göre gruplanarak yerleştirildiği gözlemlenmiştir. Aynı şekilde mekansal olarak Genel Müdürlük dışında kalan birimlerin de (şubeler, çağrı merkezi, operasyon merkezi) Genel Müdürlük içerisindeki genel müdür yardımcılara ve konularına göre gruplanarak bağlı olduğu görülmektedir.

Değerlendirmeye alınan ilk on bankanın genel müdür yardımcılara bağlı konular ve hizmet birimleri tam bir standartlaşma göstermemekle birlikte, bir araya toparlanabilecek konulardan oluşmaktadır. Ayrıca genel müdürlük organizasyon şemaları, bankaların özel ihtisas konularını yansıtır (Ziraat Bankası'nda Tarımsal Bankacılık Biriminin bulunması gibi) bölünmeler göstermektedir. Aşağıda çalışmada seçilen on bankanın işlem birimleri sıralanmaktadır.

Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş. işlem birimleri:

Kaynak Yönetimi, Ticari Bankacılık, Bireysel Bankacılık, Tarımsal Bankacılık, Kredi İzleme ve Takip, Fon Yönetimi, Kurumsal İletişim, Dış İlişkiler ve Stratejiler, İnsan Kaynakları, Muhasebe ve Mali Yönetim, Bankacılık Operasyonları, Destek Hizmetler.

Türkiye İş Bankası A.Ş. işlem birimleri:

Operasyon ve Bilgi Teknolojileri, Destek Hizmetler İnşaat ve İnsan Kaynakları, Finansal Yönetim, Hazine ve Uluslararası Bankacılık, İstihbarat ve Mali Analiz, Krediler, Kurumsal ve Ticari Bankacılık, Kurumsal İletişim ve Özel Bankacılık, Bireysel Bankacılık, Kurumsal Yönetim.

Türkiye Garanti Bankası A.Ş. işlem birimleri:

İç Kontrol & Risk Yönetimi, Stratejik Planlama Başkanlığı, Finans & Muhasebe, Bireysel Bankacılık, KOBİ Bankacılığı, Ticari Bankacılık, Finansal Kurumlar ve Kurumsal Bankacılık, Krediler, İnsan Kaynakları & Yatırım Bankacılığı, Teknoloji Operasyon Yönetimi & Merkezi Pazarlama, Hazine, Destek Hizmetleri, Uluslararası İş Geliştirme, Hukuk Hizmetleri, Proje Finansmanı, Ödeme Sistemleri & Risk İzleme.

Akbank T.A.Ş. işlem birimleri:

Bireysel Bankacılık ve Kurumsal İletişim, Kredi Takip ve Destek, Özel Bankacılık, Operasyon, Bilgi Teknolojileri, Kobi Bankacılığı, Krediler, Uluslararası Bankacılık, Finansal Koordinasyon ve Bireysel Bankacılık, Kurumsal Bankacılık, Strateji, İnsan Kaynakları, Ödeme Sistemleri, Hazine.

Yapı ve Kredi Bankası A.Ş. işlem birimleri:

Kurumsal ve Ticari Bankacılık Satış, Finansal Planlama ve Mali İşler, Alternatif Dağıtım Kanalları, Kurumsal İletişim, Kurumsal ve Ticari Bankacılık Yönetim, İnsan Kaynakları, Özel Bankacılık ve Varlık Yönetimi, Uyum, Perakende Bankacılık Satış, İç Denetim, Bilişim Teknolojileri ve Operasyon, Organizasyon ve Lojistik, Hukuk, Risk, Perakende Bankacılık, Hazine, Perakende Krediler, Kurumsal ve Ticari Krediler.

Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O. işlem birimleri:

Teftiş Kurulu, Hukuk, İç Kontrol, Risk Yönetimi, Hukuk İşleri, Takip İşleri, Kredi İzleme, Ticari Krediler, Kurumsal Krediler, Bireysel Krediler, Ticari Bankacılık, Bireysel Bankacılık, Kurumsal Bankacılık, Hazine, Özel Bankacılık, Yatırım Bankacılığı, İştirakler, Kurum Maaş Ödemeleri, İstihbarat, Kredi Kartları, Kart Ve Üye İşyeri Operasyonları, Uluslararası Ve Yatırımcı İlişkileri, Planlama Ve Performans, Genel Muhasebe Ve Mali İşler, İnsan Kaynakları, Hazine Ve Dış Operasyonlar, Bankacılık Operasyonları, Alternatif Dağıtım Kanalları, EbiS Destek Ve İş Analizi, Yazılım Geliştirme Ön Ofis, Yazılım Geliştirme Arka Ofis, EbiS Operasyonları, Destek Hizmetleri, Emekli Ve Sağlık Yardım Sandığı, Kurumsal İletişim.

Türkiye Halk Bankası A.Ş. işlem birimleri:

Finansal Yönetim ve Planlama, Hazine Yönetimi ve Uluslararası Bankacılık, Kurumsal ve Ticari Krediler, Risk Yönetimi ve İç Kontrol, İnsan Kaynakları - Organizasyon ve Destek Hizmetleri, Esnaf-KOBİ Bankacılığı-1, Kredi Politikaları, Bilgi Sistemleri ve Teknik Hizmetler, Esnaf-KOBİ Bankacılığı-2, Bireysel Bankacılık, Risk Takip ve Tasfiye, Operasyonel İşlemler, Teftiş Kurulu.

Finans Bank A.Ş. işlem birimleri:

Yasal Uyum, Teftiş Kurulu, Plastik Kartlar ve ADK Pazarlama, Perakende Pazarlama, Krediler, İnsan Kaynakları, Şube Satış, Hazine, Alternatif Dağıtım Kanalları ve Operasyon, Perakende Krediler, Alternatif Satış Kanalları ve Çağrı Merkezi, Bilgi Teknolojileri ve Süreç Yönetimi, Ticari - Kurumsal Bankacılık, Satınalma ve Teknik Hizmetler, Risk Yönetimi, Muhabir Bankacılık Yapılandırılmış Fonlama Nakit Yönetimi Trade Finance Finansal Kurumlar Kredi Yönetimi Bölümü ve Dış İlişkiler, Yatırım Bankacılığı, Özel Bankacılık.

Denizbank A.Ş. işlem birimleri:

Fon Yönetimi, İşletme ve Tarım Bankacılığı, Mali İşler, Merkezi Operasyon, Perakende Bankacılık, Kurumsal-Ticari Krediler ve Ticari Bankacılık, Yönetim Hizmetleri, Genel Müdür Yardımcısı - Bireysel, İşletme ve Tarım Bankacılığı Kredi Tahsis ve Yurt dışı İştirakler ve Şubeler, Kamu Proje Finansmanı ve Kurumsal Bankacılık, Operasyon ve Bilgi Teknolojisi.

ING Bank A.Ş. işlem birimleri:

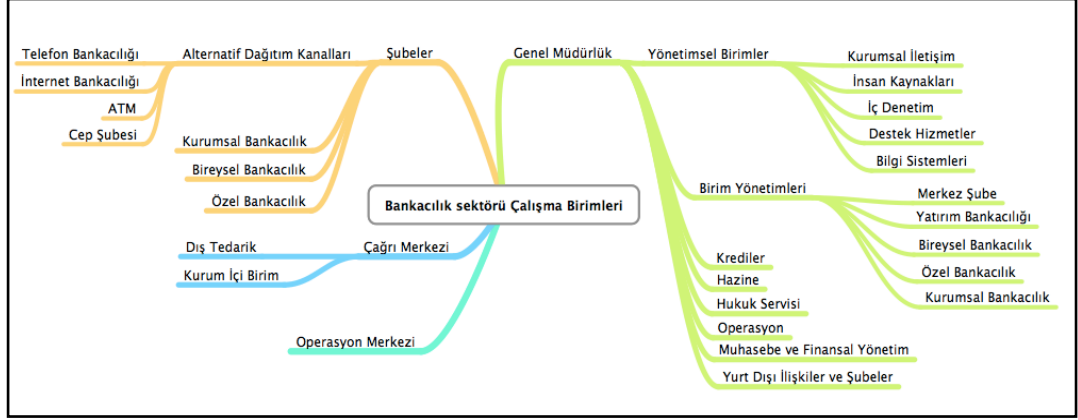
Bireysel Bankacılık, Finansal Kurumlar Ticaret Finansmanı ve Borç Sermaye Piyasaları, Kobi ve Ticari Bankacılık, Operasyon ve Organizasyon, Şube Yönetimi ve Satış, Bilgi Teknolojileri, Mali Kontrol, Bireysel Bankacılık Pazarlama & Özel Bankacılık, Kurumsal Müşteriler Satış ve Pazarlama, Hukuk, Risk Yönetimi, Teftiş Kurulu.

Listelenen bankaların genel müdürlük birimleri incelenerek Banka Genel Müdürlükleri'nin ortak olarak aşağıdaki birimleri barındırdığı sonucuna varılmıştır:

Krediler, Hazine, Hukuk Servisi, Operasyon, Muhasebe ve Finansal Yönetim, Yurt Dışı İlişkiler ve Şubeler, Kurumsal İletişim, İnsan Kaynakları, İç Denetim, Destek Hizmetler, Bilgi Sistemleri.

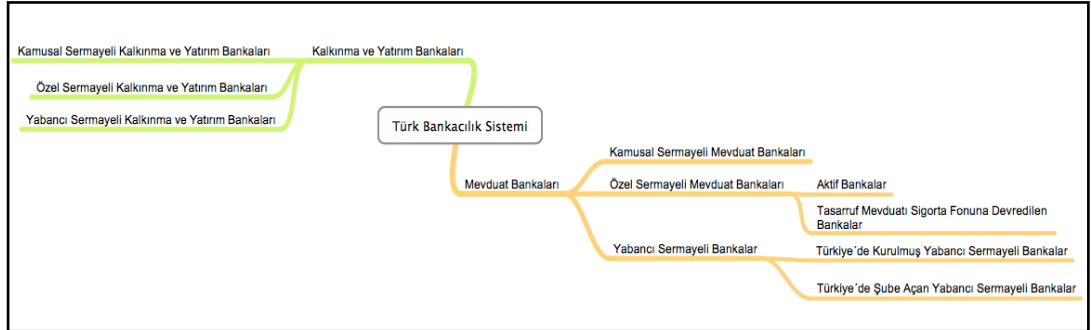
İncelenen bankalarda yönetim şemalarının bankacılık hizmet türlerine göre de yapıldığı gözlemlenmiştir. Yatırım Bankacılığı, Bireysel Bankacılık, Kurumsal Bankacılık, Özel Bankacılık olarak.

Ayrıca bankaların fiziksel şubeleri dışında kalan şubelerine (telefon bankacılığı, internet bankacılığı, ATM, cep şubesi) de Alternatif Dağıtım Kanalları ismini verdikleri görülmüştür. Yukarıda sıralanan iş birimlerine göre Bankacılık sektörü genel yapılanma analizi oluşturulmuştur.



Şekil 3.2 : Bankacılık sektörü genel yapılanma analizi.

Türkiye Bankalar Birliği ise bankaları Mevduat Bankaları ve Kalkınma ve Yatırım Bankaları olarak ikiye ayırmakta ve alt kırımlar getirmektedir. Bu sistematik Şekil 3.3'te özetlenmektedir.



Şekil 3.3 : Türkiye Bankalar Birliği'ne göre Türk bankacılık sistemi.

Bu sistem içerisinde Türkiye'de 10.12.2010 tarihi itibarıyla Kamusal Sermayeli Mevduat Bankaları üç adet, Özel Sermayeli Mevduat Bankaları onbir adet, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonuna Devredilen Bankalar bir adet, Türkiye'de Kurulmuş Yabancı Sermayeli Bankalar onbir adet, Türkiye'de Şube Açan Yabancı Sermayeli Bankalar altı adet, Kamusal Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankaları üç adet, Özel Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankaları altı adet, Yabancı Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankaları dört adet olmak üzere toplamda kırkbeş banka vardır.

Toplam kırkbeş bankanın içinde otuzdokuz adedinin genel merkezi İstanbul'da, altı adedininki ise Ankara'da bulunmaktadır. Ankara'da konumlanan bankalar Kamusal Sermayeli Mevduat Bankaları ve Kamusal Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankalarıdır. Özel ve yabancı sermayeli tüm bankaların genel merkezleri İstanbul'dadır.

3.2 Bankacılık Sektörü Alan Araştırması

Tezin Bankacılık Sektörü Alan Araştırması bölümü kapsamında İstanbul'da bankacılık sektörünün dağılımı CBS (coğrafi bilgi sistemleri) çalışması, bankacılık sektörü yerseçim kriterleri anket çalışması ve Bankacılık sektöründe iş yoğunluğu araştırması yer almaktadır.

3.2.1 İstanbul'da bankacılık sektörünün dağılımı

Tezin araştırma problemi olarak belirlenen “Bilgi çağı kentlerine geçişte, üretici hizmetlerin yerseçim kriterlerini etkileyen temel faktörler nelerdir?” sorusuna cevap verebilmek için ilk olarak Türkiye Bankalar Birliği'nin 1961-2010 yılları arasındaki yıllık istatistik verileri elde edilmiştir. Veriler işlenerek, yıllara göre İstanbul ilçelerindeki banka şubesi ve banka genel merkezi sayısı elde edilmiş ve bu sayede İstanbul'da ilçeler bazında banka şubeleri ve genel merkezleri dağılımlarından oluşan bir veri kümesi oluşturulmuştur.

Elde edilen veri kümeleri kullanılarak coğrafi bilgi sistemleri uygulamaları yardımı ile hazırlanan haritalarda 1961-2010 yılları arasında, İstanbul'da, ilçeler bazında banka şubesi ve genel merkez yoğunluğunu gösterilmektedir.

3.2.1.1 Genel Merkezlerin yıllara göre yerseçimi

Önceki bölümde belirtildiği üzere Türkiye'de bankaların genel merkezlerinin %86'sı İstanbul İli'ndedir. Bu oran özel sermayeli mevduat bankalarında ise %100'e ulaşmaktadır.

Aktif bilanço büyüklüklerine göre Türkiye'nin en büyük bankası olan, Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası'nın genel merkezi ise, kamu sermayeli bir mevduat bankası olarak Ankara ilinde yer almaktadır. Fakat Ziraat Bankası da 2009 yılı itibarıyla genel merkezini İstanbul'a taşıma kararı almıştır.

Tüm bu veriler banka genel merkezleri için İstanbul'un Türkiye'nin en uygun lokasyonu olduğunu göstermektedir. Bu durumun sebebini açıklamak için Taylor, Catalano ve Walker'ın "Measurement of the World City Network" isimli çalışmasından yararlanılacaktır.

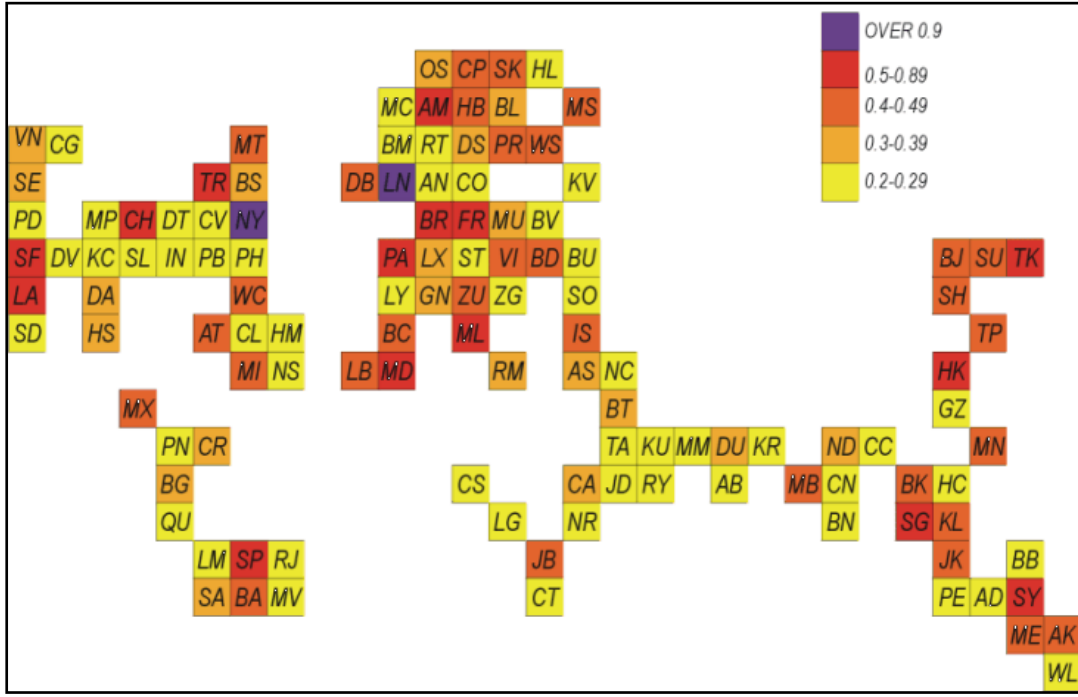
Çalışma Küreselleşme ve Dünya Kentleri Ağına (Globalization and the World Cities Network) üye akademisyenlerin ana kaynağıdır. Çalışmada amaç küreselleşen dünya kentleri arasındaki önem hiyerarşisini ortaya koymaktır. Metod olarak uluslararası arenada faaliyet gösteren hizmet firmalarının yerseçimleri takip edilmiştir. Çalışmanın uluslararası hizmet firması olma kriteri, sözügeçen firmanın dünya çapında en az onbeş ayrı kentte ofisinin olmasını ve her küresel konsantrasyon alanında (Kuzey Amerika, Batı Avrupa ve Pasifik Asya) en az bir ofisi bulunmasıdır.

Belirlenen kriter kullanılarak çalışmaya 18 muhasebe, 15 reklam, 23 bankacılık ve finans, 11 sigorta, 16 hukuk ve 17 danışmanlık firması seçilerek GaWC 100 endeksi oluşturulmuştur (Ek 4).

Çizelge 3.1 : GaWC 100 ilk on firma ve toplam uluslararası şube sayıları

Sıra	Firma	Sektör	Toplam
1	KPMG	Muhasebe	618
2	PricewaterhouseCoopers	Muhasebe	559
3	Arthur Andersen	Muhasebe	392
4	CitiGroup	Banka / Finans	377
5	Moore Rowland Int.	Muhasebe	367
6	HLB International	Muhasebe	357
7	BBDO Worldwide	Reklam	351
8	RSM International	Muhasebe	346
9	HSBC	Banka / Finans	345
10	PFK International	Muhasebe	341

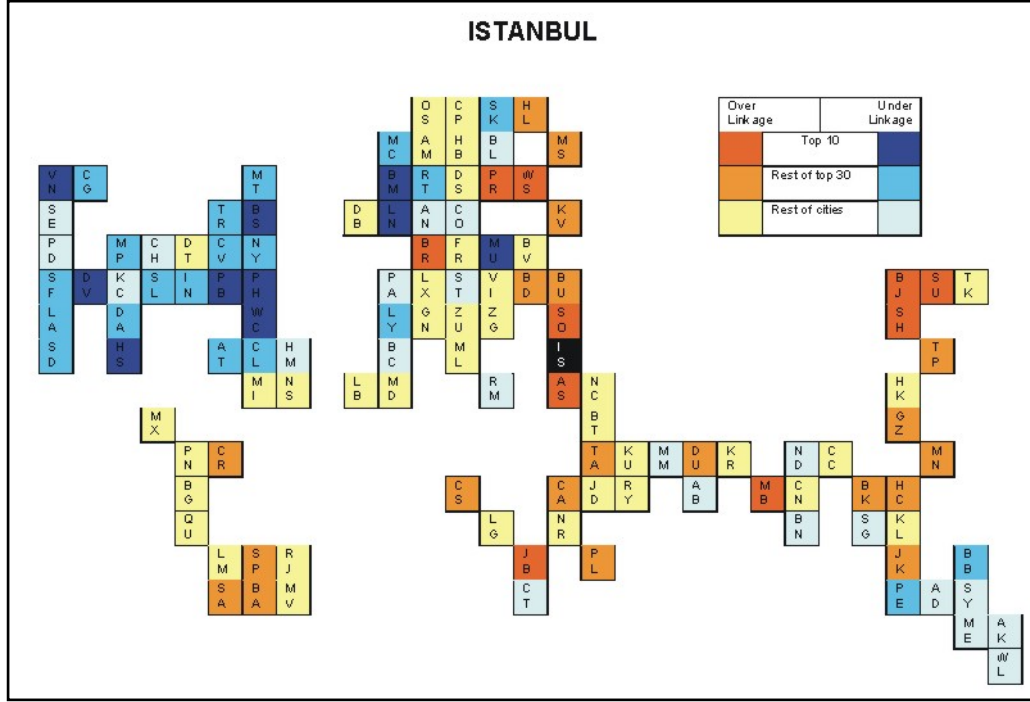
Çalışma firma adetleri ve birbirleri arasındaki ilişkileri ile derinleştirilerek dünya üzerinde etkili 123 kente indirgenmiştir. Kentler arasında Londra ve NewYork dünyanın küresel sisteme en bağlı ve en etkili kentleri olarak ortaya koyulmuş ve tüm kentler ağ hiyerarşisi içerisinde haritalandırılmıştır (Şekil 3.4).



Şekil 3.4 : GaWC Dünya Kentleri haritası

Çalışmanın yapılmış olduğu 2001 yılında, GaWC 100 listesinde bulunan firmaların İstanbul'da 110, Ankara'da ise 10 şubeleri bulunmaktadır. Bu sayı aynı yıl için Londra'da 368, New York'ta ise 357'dir.

Lejand: AB Abu Dubai; AD Adelaide; AK Auckland; AM Amsterdam; AS Athens; AT Atlanta; AN Antwerp; BA Buenos Aires; BB Brisbane; BC Barcelona; BD Budapest; BG Bogota; BJ Beijing; BK Bangkok; BL Berlin; BM Birmingham; BN Bangalore; BR Brussels; BS Boston; BT Beirut; BU Bucharest; BV Bratislava; CA Cairo; CC Calcutta; CG Calgary; CH Chicago; CL Charlotte; CN Chennai; CO Cologne; CP Copenhagen; CR Caracas; CS Casablanca; CT Cape Town; CV Cleveland; DA Dallas; DB Dublin; DS Dusseldorf; DT Detroit; DU Dubai; DV Denver; FR Frankfurt; GN Geneva; GZ Guangzhou; HB Hamburg; HC Ho Chi Minh City; HK Hong Kong; HL Helsinki; HM Hamilton(Bermuda); HS Houston; IN Indianapolis; IS Istanbul; JB Johannesburg; JD Jeddah; JK Jakarta; KC Kansas City; KL Kuala Lumpur; KR Karachi; KU Kuwait; KV Kiev; LA Los Angeles; LB Lisbon; LG Lagos; LM Lima; LN London; LX Luxembourg; LY Lyons; MB Mumbai; MC Manchester; MD Madrid; ME Melbourne; MI Miami; ML Milan; MM Manama; MN Manila; MP Minneapolis; MS Moscow; MT Montreal; MU Munich; MV Montevideo; MX Mexico City; NC Nicosia; ND New Delhi; NR Nairobi; NS Nassau; NY New York; OS Oslo; PA Paris; PB Pittsburg; PD Portland; PE Perth; PH Philadelphia; PN Panama City; PR Prague; QU Quito; RJ Rio de Janeiro; RM Rome; RT Rotterdam; RY Riyadh; SA Santiago; SD San Diego; SE Seattle; SF San Francisco; SG Singapore; SH Shanghai; SK Stockholm; SL St Louis; SO Sofia; SP Sao Paulo; ST Stuttgart; SU Seoul; SY Sydney; TA Tel Aviv; TP Taipei; TR Toronto; VI Vienna; VN Vancouver; WC Washington DC; WL Wellington; WS Warsaw; ZG Zagreb; ZU Zurich



Şekil 3.5 : GaWC İstanbul dağılımı.

GaWC çalışması İstanbul özelinde haritalandırıldığında, Şekil 3.5'deki dağılım gözlemlenmektedir. Haritada İstanbul kentinin küresel sisteme daha yüksek oranda bağlı olduğu kentler kahverengi tonlarında, daha az oranda bağlı olduğu kentler ise mavi tonlarında gösterilmiştir.

GaWC çalışmasının ortaya koyduğu bulgular, Türkiye'de uluslararası sisteme eklenmiş en ileri kentin İstanbul olduğu ve İstanbul'un da 315 kent arasında 35. sırada olduğunu göstermektedir. Ankara aynı listede 276. sıradadır. Bankacılık yapısı gereği uluslararası sisteme birinci derecede bağlı ve lokal ağların en üstünde bulunmak zorunda olan bir sektördür, bu sebeple Türkiye'de bankalar genel merkezleri için İstanbul'u tercih etmektedirler.

Ülke bütünündeki tüm bankalar ile ilgili ayrıntılı bilgilerin yer aldığı Türkiye Bankalar Birliği'nin yıllık raporları 1961 yılından itibaren her sene yıllık olarak düzenlenmektedir. Tez çalışmasında 1961-2010 yılları arasındaki tüm raporlar temin edilerek, her sene ayrı ayrı işlenerek bankaların genel merkezlerinin adreslerinden bulundukları il-ilçe bilgisi elde edilmiştir (Ek 1). Elde edilen bilgiler içerisinde İstanbul ilçelerine göre bankaların genel merkez ve şubelerinin dağılımları temel alınarak oluşturulan veri kümesi coğrafi bilgi sistemi uygulamaları kullanılarak haritalandırılmıştır (Şekil 3.7, 3.8, 3.9, 3.10, 3.11, 3.12).

Hazırlanan veri kümesinde görüldüğü gibi İstanbul'da 1961-2010 yılları arasında toplamda 8 ilçede banka genel merkezleri bulunmuştur. 2010 yılına gelindiğinde ise toplam yedi ilçede banka genel merkezi bulunduğu görülmektedir. Ayrıca banka genel merkezlerinin 1961 yılında Eminönü ve Beyoğlu ilçelerinde kümелendiği dikkat çekmektedir.

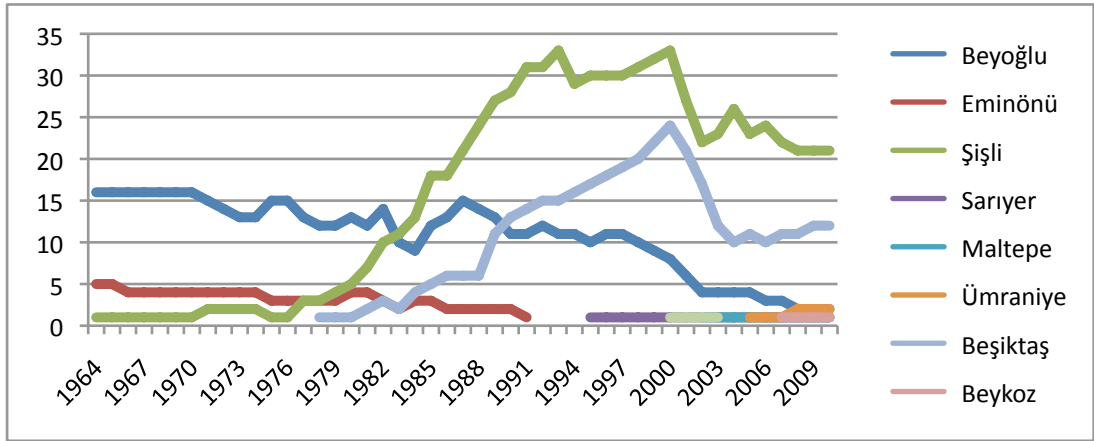
1980'lerde Türkiye'de mali serbestleşme ile birlikte başlayan ekonomik büyüme süreciyle bankacılık sektörü ve genel ekonomi hızlı bir büyüme içerisine girmiştir. Mali serbestleşme, 1980'lerde başlayan ekonomik açılım politikasına genel olarak verilen addır. Bu politika çerçevesinde faiz oranları üzerindeki devlet kontrolü kaldırılmış, bankacılık piyasasına giriş bariyerleri hafifletilmiş, bankalar arası para piyasaları başlatılmış, İstanbul Menkul Kıymetler borsası (İMKB) tekrar hayata geçirilmiş, Türk vatandaşlarına yurt dışında hesap açma olanağı getirilmiş, Türk Lirasının konvertibilitesi sağlanmış, devlet tahvilleri çıkartılmış ve birçok diğer düzenlemeye gidilmiştir (Denizer ve diğ., 2007).

Bu gelişim ve serbestleşme ivmesiyle birlikte Türkiye'de bankacılık sektörü büyük bir hızla büyümeye başlamış ve eş zamanlı olarak banka genel merkezleri Şişli İlçesi'nde yer seçmeye başlamıştır. Yeni bankaların piyasaya girişi, mevcut bankaların da Eminönü ve Beyoğlu ilçelerinden Şişli ilçesine yer değişimini getirmiştir.

Şişli'nin hızlı yükselişinin temel sebepleri tez çalışmasının ikinci bölümünde aktarılan İstanbul MİA'sının gelişimi ile aynıdır.

Gerçekleşen yer değişimleri sonucunda Eminönü ilçesindeki son banka genel merkezi de 1991 yılında ilçeyi terk etmiş, Beyoğlu İlçesi'nde ise sadece üç banka genel merkezi kalmıştır. Beyoğlu İlçesi'ndeki banka genel merkezleri için genel duruma bakıldığında 50 senede ilçede yer alan banka genel merkezlerinde %87,5'lik bir azalma olduğu dikkat çekmektedir.

Grafikte banka genel merkezi sayılarında görünen 2001 senesindeki büyük düşüş Türkiye'nin içine girdiği "2001 bankacılık krizi" olarak anılan ekonomik darboğaz sırasında kapanan bankaların yarattığı etkidir (Şekil 3.6).



Şekil 3.6 : Yıllara göre İstanbul ilçelerindeki banka genel merkez sayısının çizgisel grafik olarak ifadesi.

2010 senesine bakıldığında ise banka genel merkezlerinin en çok sayıda 21 merkez ile Şişli İlçesinde olduğu ve Şişli’yi 12 banka genel merkezi ile Beşiktaş İlçesinin takip ettiği görülmektedir.

İnceleme sırasında dikkat edilmesi gereken özel durum Şişli ve Beşiktaş ilçelerinin sınırını “Büyükdere Caddesi”nin oluşturduğudur. Büyükdere Caddesi’nin bir tarafı Şişli, diğer tarafı Beşiktaş İlçesi’nde kalmaktadır. 2010 senesinde gelinen son durumda 18 banka genel merkezi Büyükdere Caddesi ve onun yan yolu olan Eski Büyükdere Caddesi üzerinde yer seçmiştir. Ayrıca maslakta yer alan Oyak Bank Genel Merkezi, yine aynı cadde üzerinde olmasına rağmen Sarıyer İlçesi sınırları içinde yer almaktadır. Bu durum gözönüne alındığında banka genel merkezleri için Şişli ve Beşiktaş ilçelerinin önemi ve özel durum olarak da Büyükdere Caddesi’nin konumu dikkat çekmektedir.

Değerlendirmelerin yapılmasında kullanılan veri kümesi ARCGIS programı yardımı ile haritalara aktarılmış ve aşağıdaki haritalar elde edilmiştir. Haritaların oluşturulmasında GRID yöntemi ağırlık öncelikli olarak kullanılmış ve ilçe sınırlarının aşılmasına izin verilmiştir. Bu sayede haritalar ilçe sınırları içerisindeki veriyi yansıtmakla kalmayıp, birbirine komşu ilçeler arasındaki farklar da gösterime katılmıştır.

GRID yöntemi ile yaratılan haritalarda, bazı bölgelerde veri bulunmadığı halde renklendirme olması bazı algı hatalarına yol açabilir. GRID haritasında tanımlı sektörler (ilçeler) arasında yapılan ağırlıklandırma sonucu, bu iki sektörün arasında bulunan boş bir sektörün üzerinde renklendirme yapılması sonucunu doğurabilir. Bu tip durumlardan dolayı, GRID haritanlarının koyu bölgeleri kümelenme ve yoğunluk, açık bölgeleri ise eğilim göstergesi olarak algılanmalıdır.

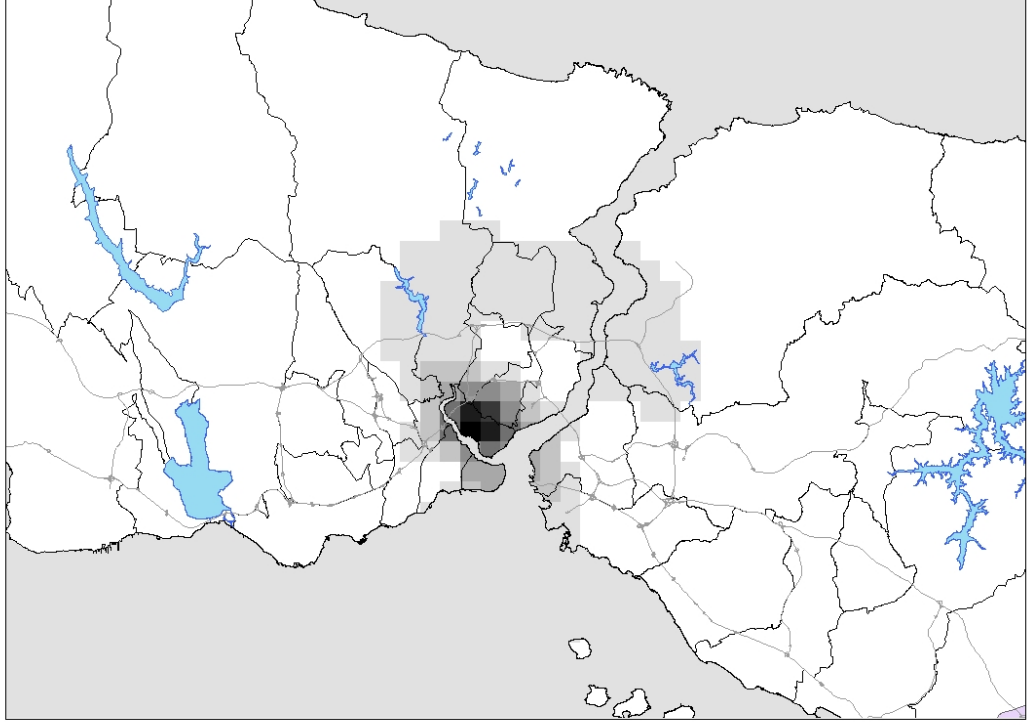
Haritaların oluşturulması sırasında temel alınan kararlardan biri de, yıllar arasında bir ağırlıklandırma yapılmaması olmuştur. Türkiye’de ekonominin ve nüfusun değişimi ile birlikte banka sayısında 1961-2010 senesi arasında büyük değişimler yaşanmıştır. Banka sayılarında yıllara göre yaşanan değişimlerin haritalardaki gösterimi etkilememesi için her senenin haritasının renk ağırlıklandırması kendi içerisinde bir bütün olarak yapılmıştır.

1961-2010 arasında her sene için üretilen haritalardan onar senelik periyotlar seçilerek 1961, 1970, 1980, 1990, 2000 ve 2010 haritalarına aşağıda yer verilmiştir.



Şekil 3.7 : 1961 yılında İstanbul ilçelerinde banka genel merkezlerinin dağılımı.

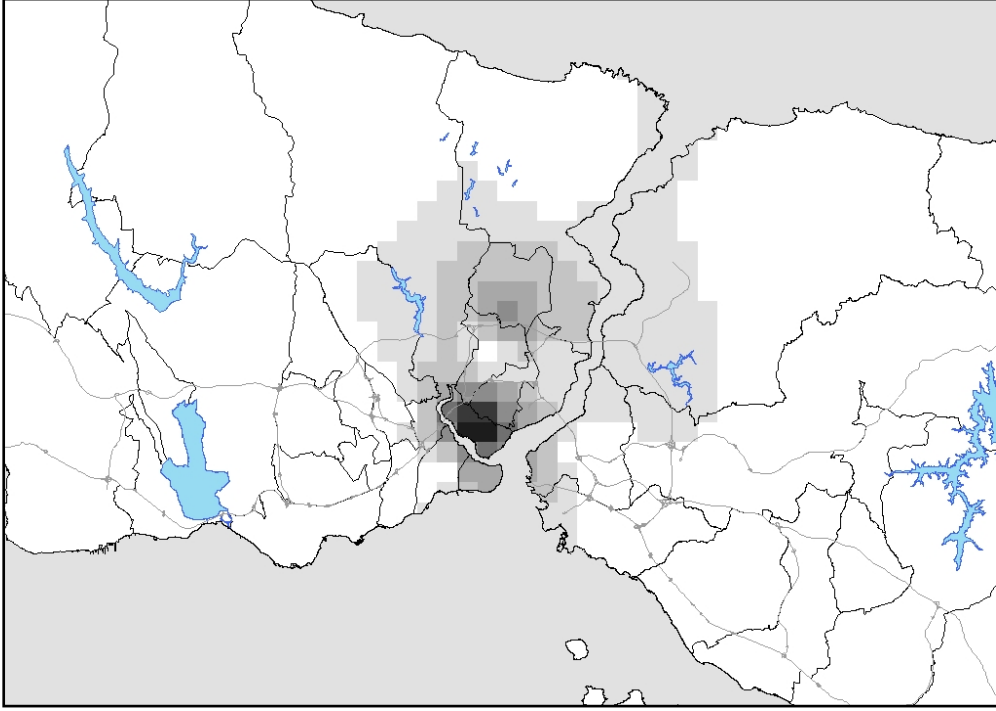
1961 senesinde Beyoğlu İlçesi’nde 16, Eminönü İlçesi’nde 5 banka genel merkezi bulunmaktadır. Beyoğlu’nda bulunan merkezlerin büyük bölümü Bankalar Caddesi ve Fındıklı bölgesinde kümelenmiştir (Şekil 3.7).



Şekil 3.8 : 1970 yılında İstanbul ilçelerinde banka genel merkezlerinin dağılımı.

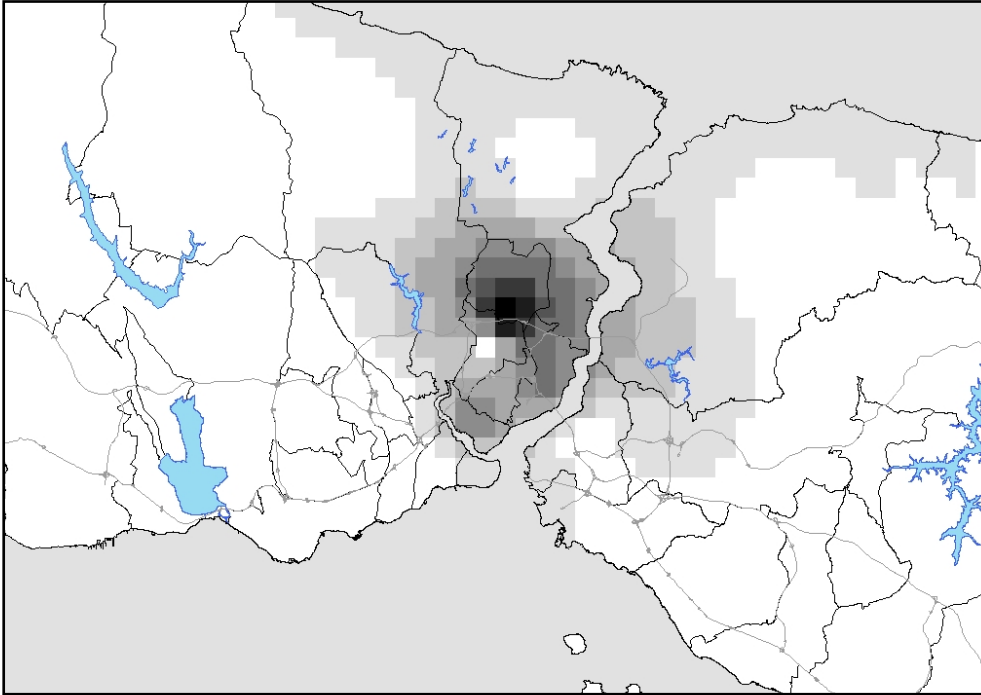
70’li yıllarda ise Eminönü İlçesi’nde yer alan banka genel merkezlerinin sayısı azalmaya başlamış ve genel merkezler Beyoğlu İlçesi’ne kaymışlardır. Bu yer değişim sırasında Bankalar Caddesi’ndeki genel merkezler yerlerini korurken, Beyoğlu İlçesi’ne yeni giren genel merkezler ise ağırlıklı olarak Fındıklı bölgesinde yer seçmişlerdir (Şekil 3.8).

80’li yıllar Türkiye ekonomisi için büyük önem taşıyan bir dönemdir. 1980 askeri darbesini takiben ithalat kotalarında yapılan genişlemeleri, 1984 yılında Türk Lirası’nın çevrilebilirliği serbestisi (konvertibilite) ve daha sonra da serbest ithalat dönemi izlemiştir. Süregelen değişimler ile birlikte Türkiye’de bankaların önemi ve sayısı artmıştır. 1980-1989 yıllarını kapsayan dönemde Şişli İlçesi’ne 23 yeni banka genel merkezi taşınmıştır. Bu sayı 1980 yılında İstanbul İli genelinde bulunan banka genel merkezi sayısına eşittir (Şekil 3.9).



Şekil 3.9 : 1980 yılında İstanbul ilçelerinde banka genel merkezlerinin dağılımı.

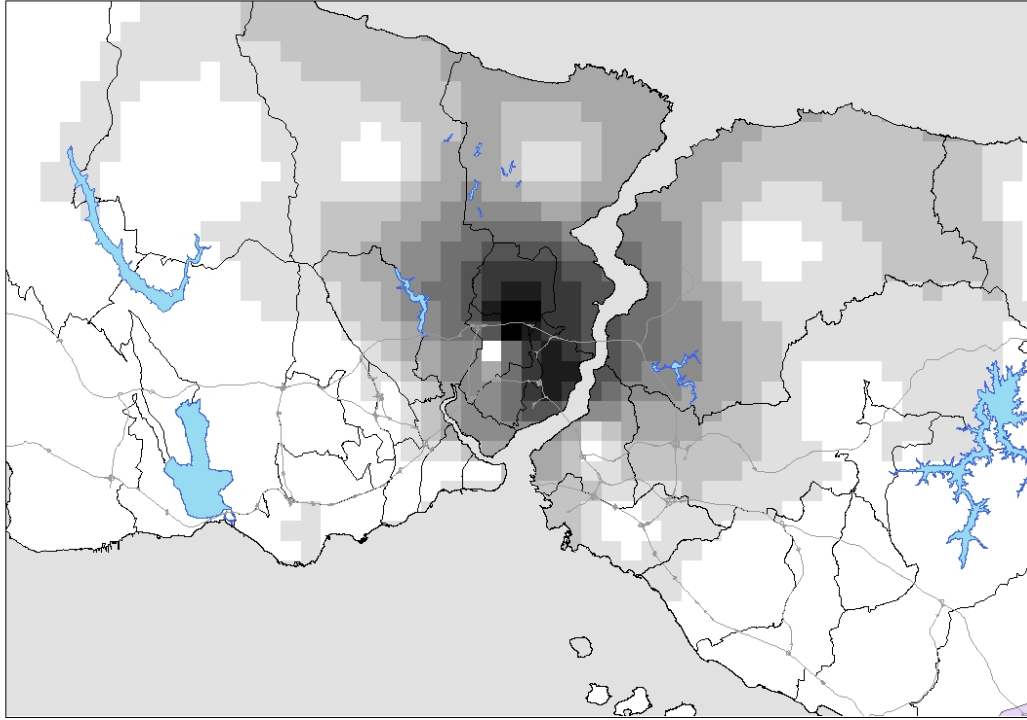
1990'lı yıllarda ise banka genel merkezleri açısından Şişli İlçesi'nin liderliğini sürdürdüğü görülmektedir. Bu dönemde en büyük değişiklik Beşiktaş İlçesi'nin birçok yeni banka genel merkezine mesken olmaya başlamasıdır (Şekil 3.10).



Şekil 3.10 : 1990 yılında İstanbul ilçelerinde banka genel merkezlerinin dağılımı.

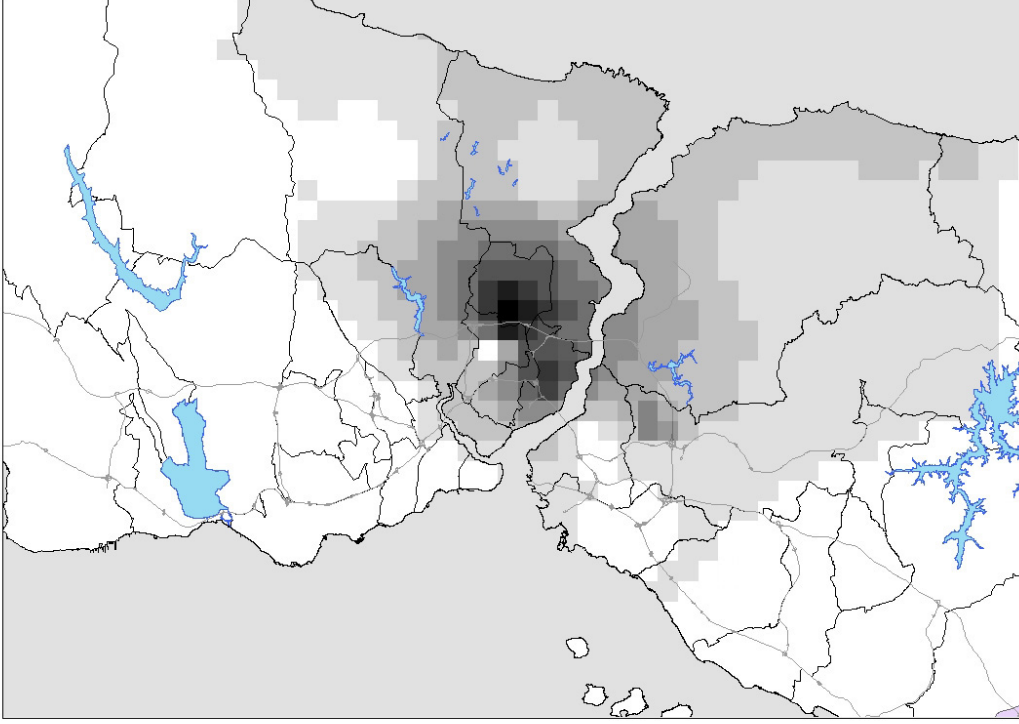
Bu dönemde Beşiktaş İlçesi'ne 11 yeni banka genel merkezinin Büyükdere Caddesi üzerinde taşındığı görülmektedir.

2000-2009 yılları arasındaki dönemde yaşanan en büyük değişim ise “2001 Türkiye Bankacılık Krizi” ile birlikte Türkiye’de bankacılık sektöründe gerçekleşen değişimdir. Ülke genelinde özel bankalar arasında büyük hasarlara yol açan, bir çoğunun batması ile sonlanan kriz, Türkiye’de bankacılık sektörüne bakışı değiştirmiş ve sektörün Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) çatısı altında sıkı kurallar ile yönetilmeye başlanması sonucunu doğurmuştur. 2001 krizi sonucunda el konulan, fona devredilen ve kapatılan bankalar ile birlikte İstanbulda bulunan toplam banka genel merkezi sayısı 2000 yılında 66 iken, 2010 yılında 40’a kadar düşmüştür. Aynı dönemde 2002 yılında İstanbul’un Anadolu yakasındaki ilk banka genel merkezi yer seçmiş bunu 2005 yılında bir diğeri takip etmiştir (Şekil 3.11).



Şekil 3.11 : 2000 yılında İstanbul ilçelerinde banka genel merkezlerinin dağılımı.

Bu bölümde banka genel merkezleri yerseçimi ile ortaya konulmuş olan 1961-2010 arasındaki değişim/gelişim, genel merkezlerin, kentin merkezi iş alanı ile birlikte hareket etmekte olduğunu göstermektedir.



Şekil 3.12 : 2010 yılında İstanbul ilçelerinde banka genel merkezlerinin dağılımı.

3.2.1.2 Banka şubelerinin yıllara göre yerseçimi

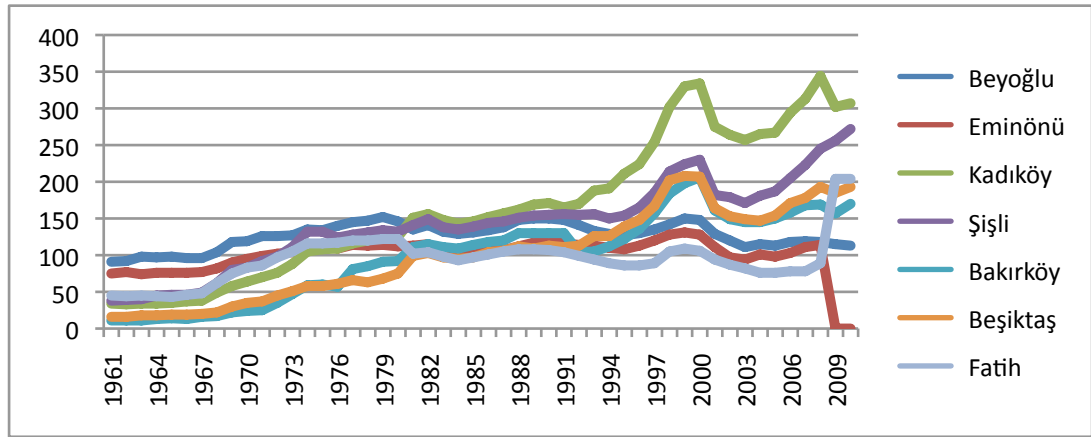
Türkiye Bankalar Birliği 1961 yılından beri ülke genelindeki tüm bankaların, tüm şubelerinin il ve ilçelere göre dağılımını yıllık olarak raporlamaktadır. Tez çalışmasının bu bölümünde Türkiye Bankalar Birliği'nin yıllık raporları içerisinde sadece İstanbul ilçeleri için olan bilgiler seçilerek ve tüm bankaların şube sayıları toplanarak yıl bazında İstanbul ilçelerinde bulunan banka şubesi sayısını içeren bir veri kümesi elde edilmiştir.

Elde edilen veri kümesinden çıkarılan ilk bulgu 2010 yılında en çok banka şubesi barındıran ilçelerin Kadıköy, Şişli, Fatih, Beşiktaş ve Bakırköy olduğudur. Bir diğer bulgu da 1961 yılında en yoğun olarak banka şubesi bulunduran Beyoğlu ve Eminönü ilçelerinin 2010 yılında bu konumlarını Kadıköy ve Şişli'ye bırakmış olduklarıdır.

Bu çıkarımları yorumlarken unutmamak gerekir ki İstanbul ilçeleri 2009 yılında yeniden düzenlenerek 32 olan ilçe sayısı 39'a çıkartılmıştır. 2009 yılında yapılan bu değişiklik, tez çalışmasının şubelerin yıllara göre yerseçiminin incelendiği bu bölümünde yanlış yorumlamalara yol açabilir. Örnek olarak 2008 yılında 114 banka şubesi içeren Eminönü İlçesi'nin kaldırılarak, aynı yılda 89 şube içermekte olan Fatih İlçesi'ne bağlanması sonucu, 2009 yılı sonu verilerinde Fatih İlçesi 204 şube ile, İstanbul genelinde en önde gelen ilçelerden biri olmuştur.

Banka Genel Merkezleri için yapılmış olan çalışmada elde edilen bulgularda da Eminönü ve Beyoğlu ilçelerinin, 1961 yılında birinci ve ikinci durumlarını 2010'da Şişli ve Beşiktaş'a bıraktıkları görülmektedir. Şubeler söz konusu olduğunda ise Eminönü ve Beyoğlu ilçelerindeki yoğunluğun yine sırasıyla Şişli ve Beşiktaş ilçelerine kaymış olduğu fakat Kadıköy İlçesi'nin banka şubelerinin yoğunluğu açısından Şişli ve Beşiktaş ilçelerini büyük bir farkla geçmiş olduğu göze çarpmaktadır.

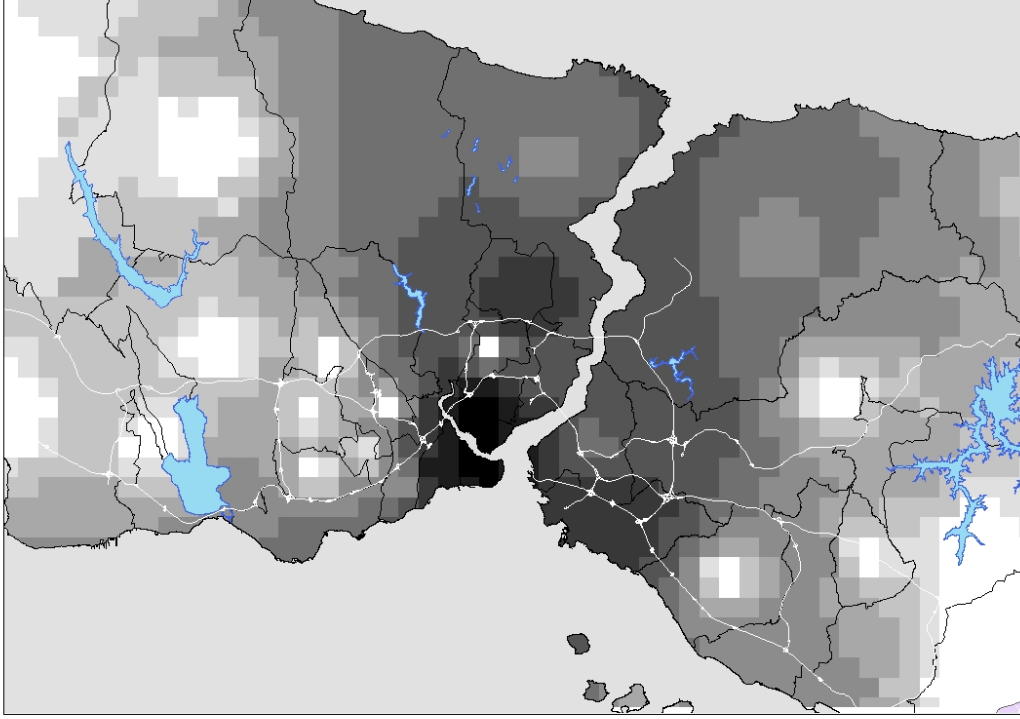
1961 yılına bakıldığında en çok banka şubesi bulunduran ilçe 91 şube ile Beyoğlu iken, Kadıköy ilçesinde 34 şube yer almaktadır. 2010 yılına gelindiğinde ise Kadıköy 307 şube ile İstanbul'da en çok banka şubesi bulunan ilçe durumundadır. Kadıköy'ün en yakın takipçisi Şişli İlçesi'nde 272 şube varken, 1961 yılında en çok banka şubesi bulunduran ilçe olan Beyoğlu'nda 119 şube yer seçmiştir (Şekil 3.13).



Şekil 3.13 : Yıllara göre İstanbul ilçelerindeki banka şube sayısının çizgi grafik olarak ifadesi.

Genel merkezler ile benzer dağılımlar gösteren şubeler, Kadıköy İlçesi'nde şube sayıları açısından 1980'li yıllardan itibaren öne çıkması ile birlikte genel merkezlerden anlamlı bir ayrışma göstermişlerdir.

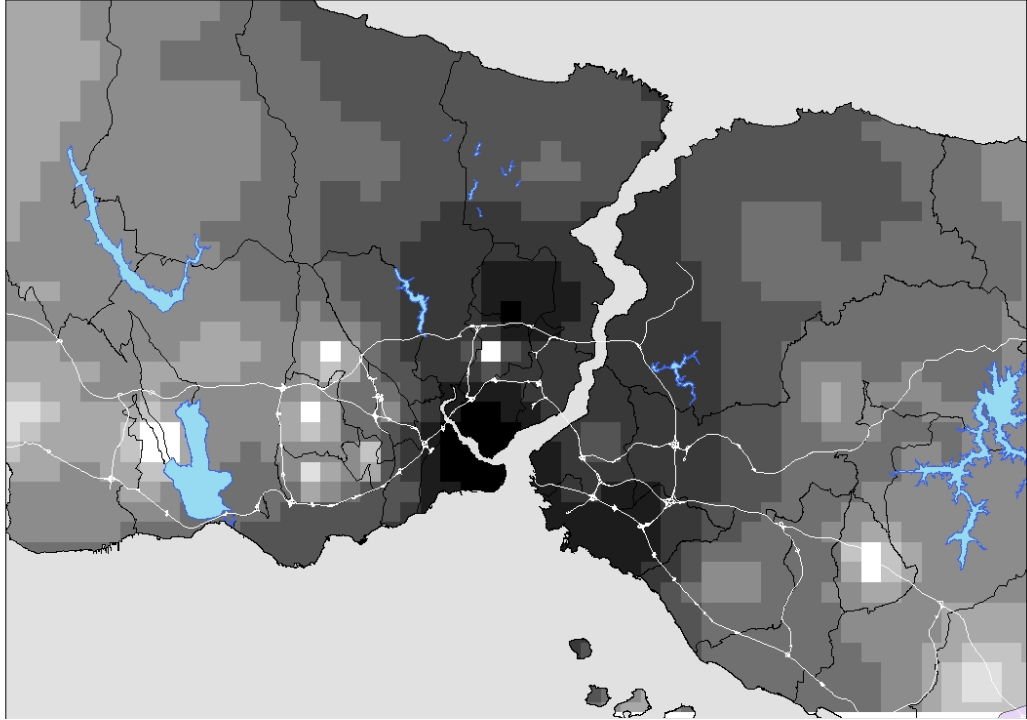
1960'lı yıllarda İstanbul'daki banka şubelerinin büyük bir bölümü Eminönü ve Beyoğlu ilçelerinde toplanmıştır. Bu dönemde banka genel merkezleri ile benzer bir gelişim izleyen şubeler, 60'lı yılların sonlarında Şişli'de banka şubesi sayısının artışı ile birlikte genel merkezlerden ilk ayrışma eğilimini göstermişlerdir. Genel merkezler arasında Şişli'de yoğunlaşma 1980'den önce başlamamıştır (Şekil 3.14).



Şekil 3.14 : 1961 yılında İstanbul ilçelerinde banka şubelerinin dağılımı.

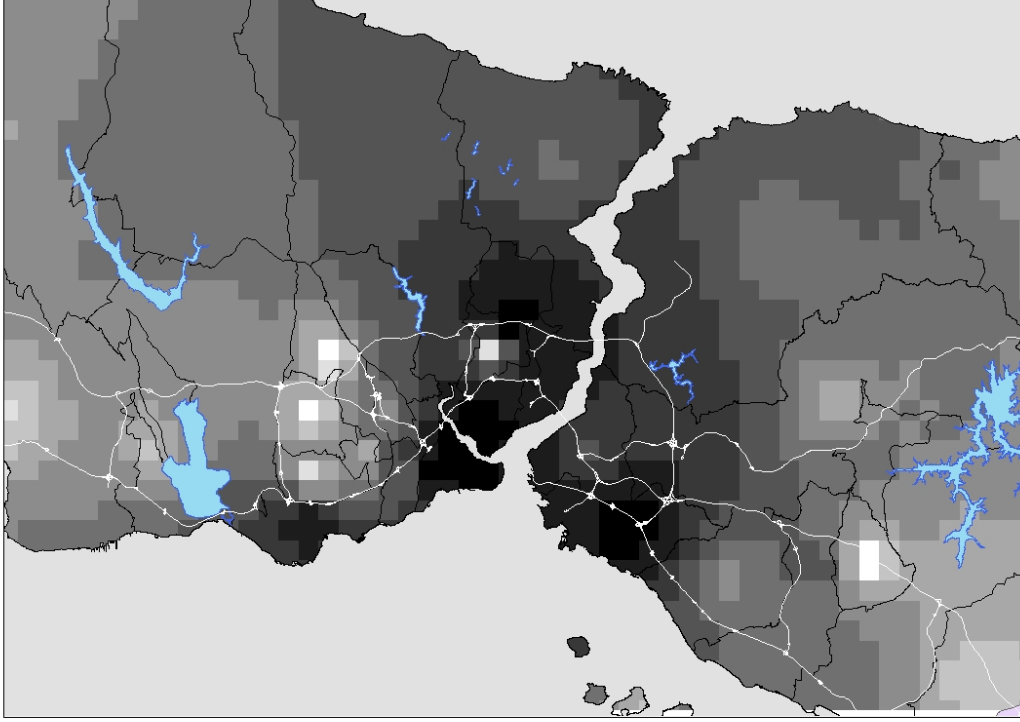
1970'li yıllarda banka şubeleri İstanbul'un Anadolu Yakası'nda da artmaya başlamıştır. Kadıköy İlçesi'nde toplanan bu artışlar 1970'li yılların sonunda ilçeyi Beyoğlu ve Şişli'nin ardından İstanbul'da en çok banka şubesi bulunduran ilçe konumuna getirmiştir. 1970-1979 yılları arasında Kadıköy ilçesinde bulunan banka şubesi sayısı 64 adetten 126 adede gelmiştir. Bu değişim on yıllık bir dönemde %96'lık bir artışı işaret etmektedir.

Aynı dönemde Şişli ilçesinde %61, Beşiktaş ilçesinde ise %94'lük bir artış yaşanmıştır. İstanbul İli genelinde banka şubesi sayısı artışı ise yeni açılan 495 şube ile %17 olarak gerçekleşmiştir. Şişli, Beşiktaş ve Kadıköy ilçeleri İstanbul ortalama gelişme hızının çok üzerinde bir gelişim göstermişlerdir. 1980'li yıllarda ise genel banka şubesi artışı ivmesi yavaşlamış, İstanbul İli'nde 1980-1989 yılları arasında %6 artışla, 188 banka şubesi açılmıştır. Bu dönem içerisinde ilçeler arasında artış oranları homojen bir dağılım göstermiş fakat Beşiktaş %49 ve Bakırköy'de banka şubesi sayısı %41 artış göstermiştir (Şekil 3.15).



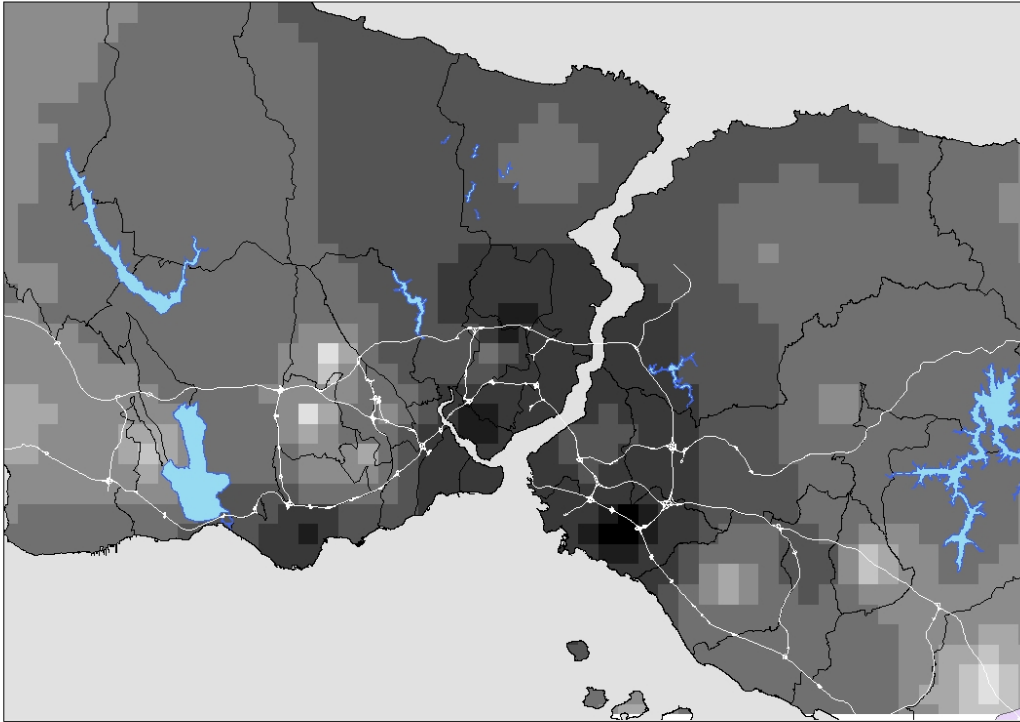
Şekil 3.15 : 1970 yılında İstanbul ilçelerinde banka şubelerinin dağılımı.

1980'li yıllarda %35 artış ile İstanbul'da tüm diğer ilçelerden sıyrılan, en çok banka şubesi barındıran ve en hızlı artışı gösteren Kadıköy İlçesi, günümüzde kadar banka şubeleri açısından liderliğini kaybetmemiştir.



Şekil 3.16 : 1980 yılında İstanbul ilçelerinde banka şubelerinin dağılımı.

Aynı dönemde Şişli İlçesi'ndeki banka şubesi sayısı sadece %16 artarak, diğer lider ilçelere göre oldukça yavaş bir artış göstermiştir (Şekil 3.16)



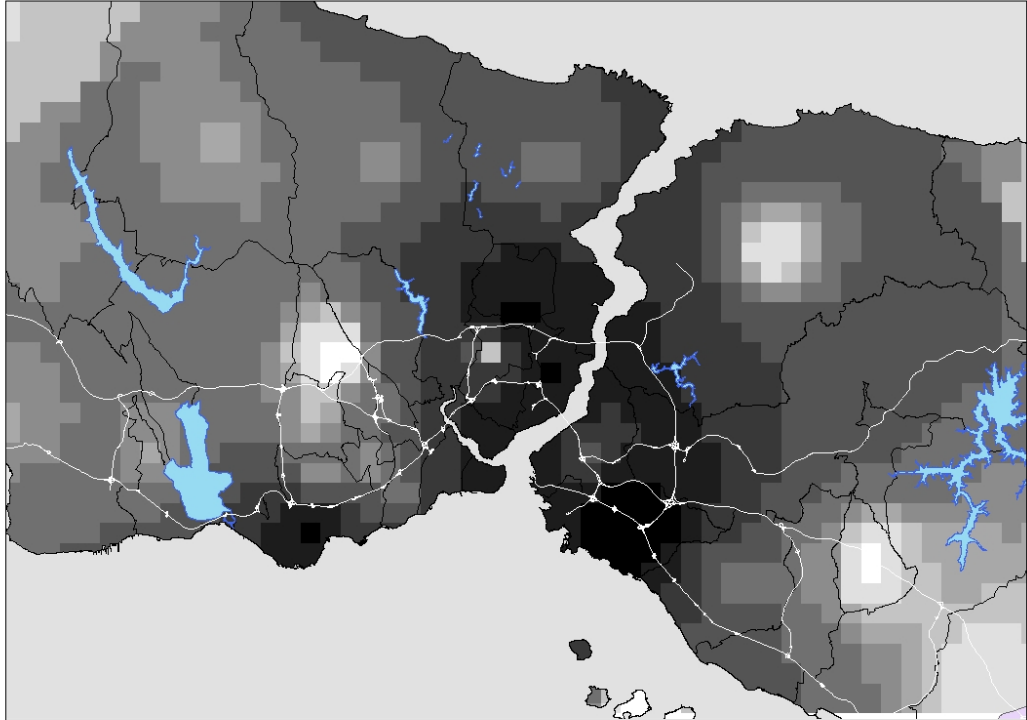
Şekil 3.17 : 1990 yılında İstanbul ilçelerinde banka şubelerinin dağılımı.

1990-1999 yılları arasında İstanbul İli genelinde banka şubesi sayısı 3323'ten 4144'e çıkarak %24 oranında bir artış göstermiş ve banka şube sayısı açısından en hızlı gelişen on yıl olmuştur. Dönem içerisinde İstanbul'da en çok banka şubesi bulunduran ilçeler Kadıköy, Şişli, Beşiktaş ve Bakırköy büyük artışlar gösterirken, Beyoğlu ve Eminönü ilçelerinde hemen hiç artış gözlemlenmemektedir.

1990-1999 yılları arasındaki dönemde banka şubesi sayısı Kadıköy'de %92, Şişli'de %44, Beşiktaş'ta %32 ve Bakırköy'de %52 artış göstermiştir (Şekil 3.17).

2000-2010 yılları arasında yaşanan en büyük gelişme “2001 bankacılık krizi” olarak adlandırılan ekonomik kriz sırasında Türkiye bankacılık sektöründe yaşanan radikal değişiktir. 2000 yılında İstanbul İli'nde 4214 banka şubesi varken, 2001 yılında bu sayı 8% düşüşle 3877'ye, 2002 de %2 3792'ye ve 2003'te de %1'den daha az bir düşüşle 3735 şubeye inmiştir.

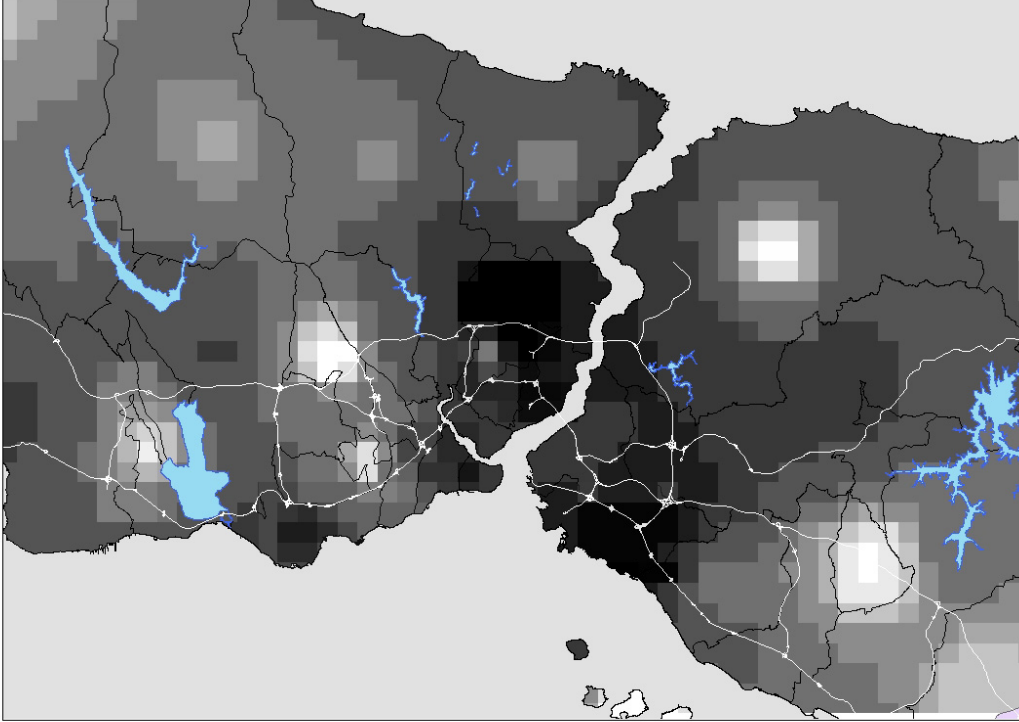
İstanbul'da toplam banka şubeleri sayısında yaşanan bu üç yıllık düşüş dönemi, 1961 yılından 2010'a kadar düşüş kaydedilen (2009 senesindeki küresel finans krizi sırasında, tüm İstanbul genelinde 39 şubelik bir azalma hariç) tek dönemdir. Bu dönemde (2000-2003) banka şubesi sayısında Kadıköy'de %23, Şişli'de %26, Beşiktaş'ta %29, ve Bakırköy'de %42 düşüş yaşanmıştır.



Şekil 3.18 : 2000 yılında İstanbul ilçelerinde banka şubelerinin dağılımı.

İstanbul’da toplam banka şubeleri sayısında yaşanan bu üç yıllık düşüş dönemi, 1961 yılından 2010’a kadar düşüş kaydedilen (2009 senesindeki küresel finans krizi sırasında, tüm İstanbul genelinde 39 şubelik bir azalma hariç) tek dönemdir. Bu dönemde (2000-2003) banka şubesi sayısında Kadıköy’de %23, Şişli’de %26, Beşiktaş’ta %29, ve Bakırköy’de %42 düşüş yaşanmıştır.

Tez çalışmasının veri kümesindeki son yıl olan 2010’da Kadıköy’de 307, Şişli’de 272, Beşiktaş’ta 193, Bakırköy’de 150 ve Beyoğlu’nda 113 banka şubesi bulunmaktadır (Şekil 3.19).

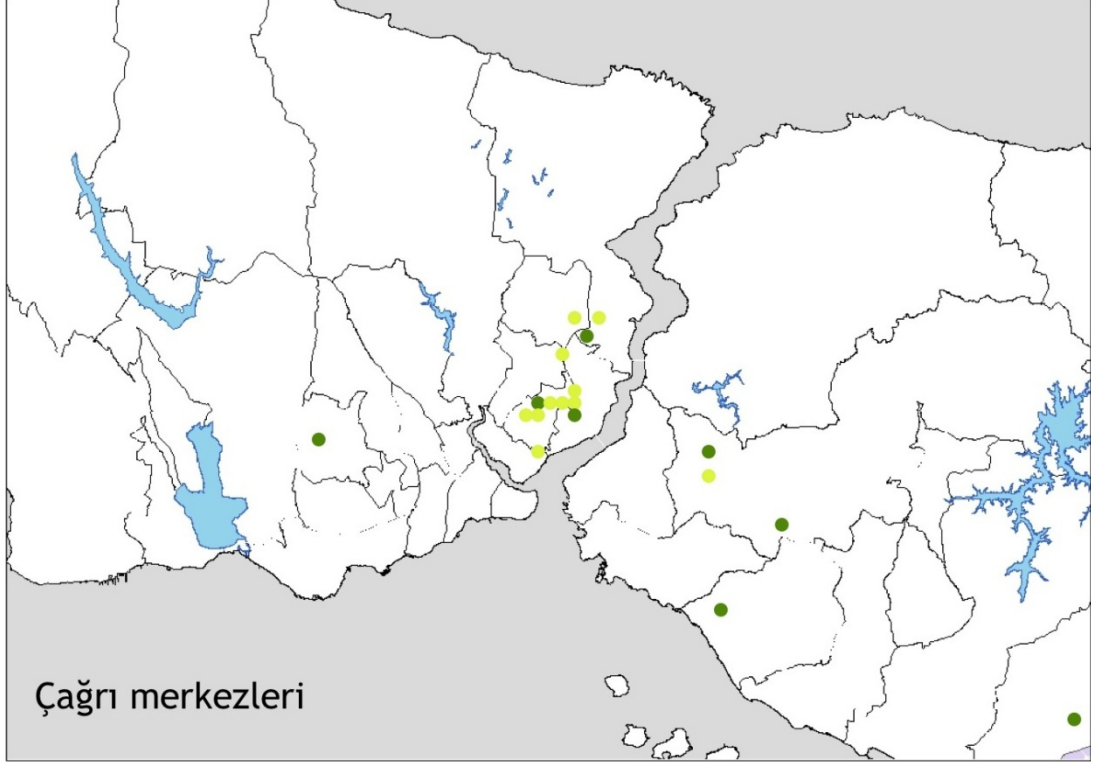


Şekil 3.19 : 2010 yılında İstanbul ilçelerinde banka şubelerinin dağılımı.

3.2.1.3 Banka çağrı merkezlerinin yerseçimleri

Çağrı merkezi iş modeli, yapısı gereği (çok büyük ölçekler haricinde) dış kaynak olarak tedarik edilmesi daha verimlidir. Bu sebeple orta ve küçük işletmeler çağrı merkezi ihtiyaçlarını profesyonel çağrı merkezi firmalarından tedarik etmektedirler.

Bankalar yapıları itibariyle büyük ölçekli ve yüksek sayıda müşteri ile çalışan işletmeler oldukları için, çağrı merkezi ihtiyaçlarını kendi bünyeleri içinde karşılamayı tercih ederler. Bankaların çağrı merkezleri ise banka genel merkezinde yer seçenler ve başka bir lokasyonda yer seçenler olarak ikiye ayrılabilir. Şekil 3.20’de açık yeşil ile ifade edilen merkezler banka genel merkezi ile birlikte yer seçenler, koyu yeşil ile ifade edilenler ise başka bir lokasyonda yer seçen banka çağrı merkezleridir.



Şekil 3.20 : Bankaların çağrı merkezlerinin dağılımı.

Tez çalışmasında ele alınan verilere konu olan bankalardan, 2010 senesinde aktif olanların, 19 adedinin çağrı merkezi bulunmamakta, 8 adedinin çağrı merkezi genel merkez binasında bulunmakta, 11 adedinin çağrı merkezi kendine özel ayrı bir binada bulunmakta ve 3 adedinin ise çağrı merkezinin yeri açıklanmamıştır.

Çizelge 3.2 : Bankaların çağrı merkezlerinin durumu.

BANKALAR	Çağrı Merkezi	Çağrı Merkezi Yer Seçimi
Mevduat Bankaları		
Kamusal Sermayeli Mevduat Bankaları		
Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş.	VAR	Açıklanmamış
Türkiye Halk Bankası A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.	VAR	Açıklanmamış
Özel Sermayeli Mevduat Bankaları		
Adabank A.Ş.	YOK	
Akbank T.A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
Alternatif Bank A.Ş.	YOK	
Anadolubank A.Ş.	VAR	Genel Merkezde
Şekerbank T.A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
Tekstil Bankası A.Ş.	VAR	Genel Merkezde
Turkish Bank A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
Türk Ekonomi Bankası A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
Türkiye Garanti Bankası A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
Türkiye İş Bankası A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
Tasarruf Mevduatı Sig. Fon. Devr. B.		
Birleşik Fon Bankası A.Ş.	VAR	Genel Merkezde
Yabancı Bankalar		
Türkiye’de Kurulmuş Yabancı Bankalar		
Arap Türk Bankası A.Ş.	YOK	
Citibank A.Ş.	VAR	Genel Merkezde
Denizbank A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
Deutsche Bank A.Ş.	YOK	
Eurobank Tefen A.Ş.	VAR	Genel Merkezde
Finans Bank A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
Fortis Bank A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
HSBC Bank A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
ING Bank A.Ş.	VAR	Genel Merkezde
Millennium Bank A.Ş.	VAR	Genel Merkezde
Turkland Bank A.Ş.	YOK	
Türkiye’de Şube Açan Yabancı Bankalar		
ABN AMRO Bank N.V.	YOK	
Bank Mellat	VAR	Genel Merkezde
Habib Bank Limited	YOK	
JPMorgan Chase Bank N.A.	YOK	
Société Générale (SA)	YOK	
WestLB AG	YOK	
Kalkınma ve Yatırım Bankaları		
Kamusal Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankaları		
İller Bankası	YOK	
Türk Eximbank	YOK	
Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş.	YOK	

Çizelge 3.2 (devam) : Bankaların çağrı merkezlerinin durumu.

BANKALAR	Çağrı Merkezi	Çağrı Merkezi Yer Seçimi
Özel Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankaları		
Aktif Yatırım Bankası A.Ş.	YOK	
Diler Yatırım Bankası A.Ş.	YOK	
GSD Yatırım Bankası A.Ş.	YOK	
İMKB Takas ve Saklama Bankası A.Ş.	YOK	
Nurol Yatırım Bankası A.Ş.	YOK	
Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.	VAR	Açıklanmamış
Yabancı Sermayeli Kalkınma ve Yatırım Bankaları		
BankPozitif Kredi ve Kalkınma Bankası A.Ş.	YOK	

Bankaların çağrı merkezlerinin dağılımında dikkat çeken unsur, mevduat bankalarında çağrı merkezlerinin bulunma oranının, kalkınma ve yatırım bankalarına oranla çok yüksek olmasıdır. Türkiye’deki 32 mevduat bankasının 22 adedinin çağrı merkezi bulunurken, 10 kalkınma bankasının sadece birinde çağrı merkezi bulunmaktadır.

Çağrı merkezi, alternatif bankacılık kanalları arasında, bankanın müşteri sayısı ile doğru orantılı iş yapan bir masraf merkezidir. Bu durumda çağrı merkezi olması ya da olmaması ve ikinci bir adımda bu merkezin banka genel merkezi içerisinde yer alması ya da ayrı bir binada konumlanması arasında, bankanın ticari büyüklüğü ile bir bağ olduğu düşünülebilir.

Türkiye’deki bankaların aktif bilanço büyüklüklerine göre sıralamasına bakıldığında bu bağ açıkça görülmektedir (Çizelge 3.3).

Çizelge 3.3 : Aktif bilanço büyüklüklerine göre bankaların sıralaması
(Aralık 2010).

	Banka	Kuruluş Yılı	Toplam Aktifler (Milyon TL)	Şube Sayısı	Personel Sayısı
1	Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş.	1863	132,869	1,357	22,051
2	Türkiye İş Bankası A.Ş.	1924	123,953	1,119	23,665
3	Türkiye Garanti Bankası A.Ş.	1946	108,136	808	17,262
4	Akbank T.A.Ş.	1948	105,532	873	14,946
5	Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	1944	75,017	847	14,438
6	Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.	1954	71,270	576	10,337
7	Türkiye Halk Bankası A.Ş.	1938	68,080	690	13,832
8	Finans Bank A.Ş.	1987	32,004	465	10,719
9	Denizbank A.Ş.	1997	23,519	451	8,086
10	ING Bank A.Ş.	1984	16,474	327	5,849
11	Türk Ekonomi Bankası A.Ş.	1927	15,964	334	5,858
12	HSBC Bank A.Ş.	1990	15,021	335	6,493
13	Fortis Bank A.Ş.	1964	12,429	294	4,943
14	Şekerbank T.A.Ş.	1953	10,492	260	3,649
15	İller Bankası	1933	8,813	19	3,011
16	Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.	1950	7,253	4	331
17	Türk Eximbank	1987	6,396	2	372
18	Citibank A.Ş.	1980	5,605	38	1,984
19	Anadolubank A.Ş.	1996	4,140	86	1,882
20	Eurobank Tekfen A.Ş.	1992	4,081	47	816
21	Alternatif Bank A.Ş.	1992	3,871	47	1,009
22	Deutsche Bank A.Ş.	1988	2,355	1	98
23	Tekstil Bankası A.Ş.	1986	2,083	44	912
24	İMKB Takas ve Saklama Bankası A.Ş.	1995	1,649	1	209
25	BankPozitif Kredi ve Kalkınma Bankası A.Ş.	1999	1,470	4	288
26	Turkland Bank A.Ş.	1991	1,340	27	497
27	Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş.	1975	1,325	1	732
28	The Royal Bank of Scotland N.V.	1921	1,274	8	144
29	Millennium Bank A.Ş.	1984	993	18	298
30	Arap Türk Bankası A.Ş.	1977	946	6	250
31	Turkish Bank A.Ş.	1982	937	23	269
32	Birleşik Fon Bankası A.Ş.	1958	773	1	254
33	Merrill Lynch Yatırım Bank A.Ş.	1992	752	1	32
34	Aktif Yatırım Bankası A.Ş.	1999	681	6	266
35	Bank Mellat	1982	668	3	50
36	JPMorgan Chase Bank N.A.	1984	540	1	54
37	Société Générale (SA)	1989	493	16	245
38	WestLB AG	1985	362	1	42
39	Nurol Yatırım Bankası A.Ş.	1999	183	2	46

Çizelge 3.3 (devam): Aktif bilanço büyüklüklerine göre bankaların sıralaması.

	Banka	Kuruluş Yılı	Toplam Aktifler (Milyon TL)	Şube Sayısı	Personel Sayısı
40	GSD Yatırım Bankası A.Ş.	1998	117	1	28
41	Diler Yatırım Bankası A.Ş.	1998	87	1	18
42	Habib Bank Limited	1983	69	1	16
43	Credit Agricole Yatırım Bankası Türk A.Ş.	1990	64	1	20
44	Adabank A.Ş.	1985	50	1	46
45	Taib Yatırım Bank A.Ş.	1987	22	1	17
	Toplam		870,150	9,149	176,364

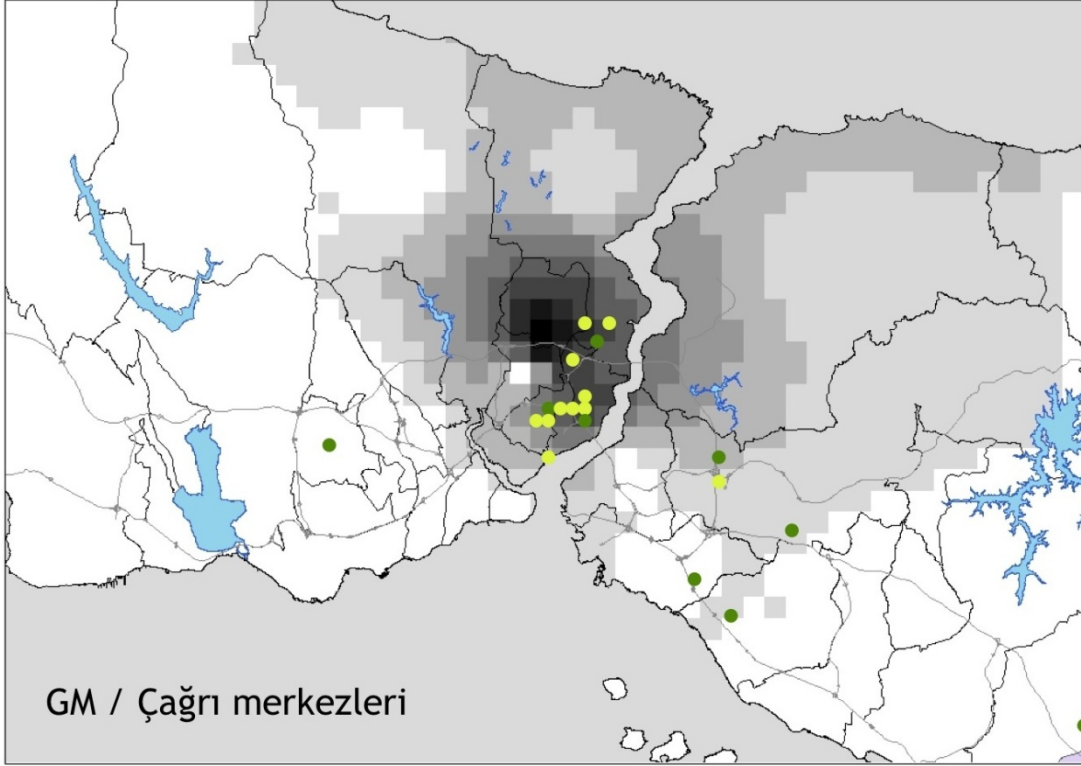
Çizelge 3.2 ve 3.3 bilanço büyüklüklerine göre ilk yirmi banka için karşılaştırıldığında Çizelge 3.4’deki sonuç ortaya çıkmaktadır.

Çizelge 3.4 : Türkiye’deki İlk Yirmi Bankanın Çağrı Merkezleri

Büyüklik	Banka	Çağrı Merkezi	Yeri
1	Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş.	VAR	Açıklanmamış
2	Türkiye İş Bankası A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
3	Türkiye Garanti Bankası A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
4	Akbank T.A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
5	Yapı ve Kredi Bankası A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
6	Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O.	VAR	Açıklanmamış
7	Türkiye Halk Bankası A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
8	Finans Bank A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
9	Denizbank A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
10	ING Bank A.Ş.	VAR	Genel Merkezde
11	Türk Ekonomi Bankası A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
12	HSBC Bank A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
13	Fortis Bank A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
14	Şekerbank T.A.Ş.	VAR	Ayrı Binada
15	İller Bankası	YOK	
16	Türkiye Sınai Kalkınma Bankası A.Ş.	VAR	Açıklanmamış
17	Türk Eximbank	YOK	
18	Citibank A.Ş.	VAR	Genel Merkezde
19	Anadolubank A.Ş.	VAR	Genel Merkezde
20	Eurobank Tekfen A.Ş.	YOK	

Türkiye’nin aktif bilanço büyüklüklerine göre en büyük ilk on bankasının, çağrı merkezi bulunmaktadır. Bu bankaların tamamı mevduat bankası olup sadece iki adedi kamu sermayelidir. Listedeki on çağrı merkezinden iki tanesinin yeri açıklanmamış ve sadece bir tanesi banka genel merkezinde yer almakta, geri kalanlar ise genel merkezlerinden ayrı binalarda yer seçmektedir.

Türkiye'nin aktif bilanço büyüklüklerine göre en büyük ikinci on bankasının arasında üç adedinin çağrı merkezi bulunmamaktadır. Bu üç bankanın ikisi kamu sermayeli kalkınma ve yatırım bankası, bir adedi de özel sermayeli mevduat bankasıdır.



Şekil 3.21 : Bankaların genel merkezleri yoğunluğu haritası ve çağrı merkezleri.

Haritalandırma çalışmasında çağrı merkezleri ve genel merkez yoğunlukları karşılaştırıldığında, durum Şekil 3.21'de görülmektedir.

3.2.1.4 Banka Operasyon Merkezi ve İnternet Şubesi Hizmet Merkezlerinin yerseçimleri

Banka operasyon merkezleri ve internet şubesi hizmet merkezleri bankalar için stratejik önemde birimlerdir. Bu sebeple operasyon merkezi ve internet şubesi hizmet merkezi birimlerinin yerseçimleri ile ilgili bilgilere ulaşılmasında güçlükler yaşanmıştır.

Operasyon merkezi bir bankanın tüm işlemlerinin banka içerisinde elektronik işleme tabi tutulduğu bir bilgi fabrikasıdır. Büyük mevduat bankalarının şubeleri ve operasyon merkezleri arasında iç müşteri ilişkisi yüz yüze iletişime büyük oranda kapalı olarak kurulmuştur.

İnternet şubesi hizmet merkezi ise, insan eli değmeden çalışan bir operasyon merkezidir. Direkt müşterileri ise internet şubesi kullanıcılarıdır. Buradaki çalışanlar bankaların bilgi işlem bölümü operatörleridir. Birim, kendi müşterisi ile her türlü direkt iletişime, (yüz yüze ya da sesli) kapalı olarak tasarlanmıştır.

Her iki birim de genel olarak banka genel merkezleri içerisinde kurulmaktadır. Banka büyüklüğüne göre işlem hacmi artmakta, bu artışla birlikte operasyon merkezi çalışan sayısı da artmakta ve banka genel merkezinden dışarı taşınmak durumunda kalmaktadır.

Operasyon merkezleri, banka genel merkezinden dışarı taşındıklarında, çağrı merkezleri ile benzer özellikler taşıyan bir iş modeli karakteristiği gösterirler.

İnternet şubesi hizmet merkezleri ise banka bilgi altyapısının merkezinde yer alırlar.

3.2.2 Bankacılık sektörü yerseçim kriterleri anket çalışması

Bankalarda yerseçimleri genel merkeze bağlı çalışan inşaat ve emlak daireleri tarafından yönetilmektedir. Türkiye genelinde 49 bankanın 31’inde inşaat ve emlak daireleri bulunmaktadır. İnşaat ve emlak dairesi bulunmayan bankalar ise daha küçük ölçeklerde faaliyet gösteren bankalardır.

Tez çalışmasının araştırma problemi “bilgi çağı kentlerine geçişte, üretici hizmetlerin yerseçim kriterlerini etkileyen temel faktörler nelerdir?” olarak belirlenmiş ve üretici hizmetlere örnek olarak da bankacılık sektörü seçilmiştir. Dolayısıyla araştırma sorusunu “Bankacılık sektöründe yerseçim kriterlerini etkileyen temel faktörler nelerdir?” olarak kurgulamak mümkündür.

Bu sebeple tezin CBS çalışmasını destekleyecek ikinci araştırması olarak, bankaların yerseçim kararlarını yöneten inşaat ve emlak birimlerinin yöneticilerine yöneltilen “Bankacılık sektöründe yerseçim kriterlerini etkileyen temel faktörler nelerdir?” konulu bir anket çalışması kurgulanmıştır.

Anketin hedef kitlesi olarak inşaat ve emlak birimlerinin yöneticileri seçilmiştir. Türkiye’de 49 adet banka ve bunların 31’inde inşaat ve emlak birimleri vardır. Anket bu 31 kişinin tamamına gönderilmiş ve 15 adedi tarafından yanıtlanmıştır.

Anket soruları 5'li Likert Ölçeği'ne göre (1: Çok Düşük, 2: Düşük, 3: Orta, 4: Yüksek ve 5: Çok Yüksek) düzenlenmiş ve anketlerden elde edilen veriler kullanılarak grafikler oluşturulmuştur. Bu grafikler ise Likert ölçeğindeki katsayılar ile cevap adetlerinin karşılaştırılması sonucu oluşturulan ağırlık puanları ile değerlendirilmiştir.

Anket soruları

Yöneltilen anketlerdeki sorular, seçilen yerin mekansal / çevresel özellikleri ve sosyal ve ekonomik özellikleri olmak üzere iki ana başlık altında toplanmıştır. Seçilen yerin mekansal özellikleri başlığı altında prestij, arazi değeri, diğer bankaların benzer birimlerine mekansal yakınlık, güvenlik, erişilebilirlik ve elektronik iletişim altyapısı ile ilgili sorular sorulmuştur. Seçilen yerin sosyal ve ekonomik özellikleri olarak ise gündüz nüfusu, gece nüfusu, nüfusun ekonomik gücü ve çalışanların niteliği sorulmuştur.

Anket soruları, bankacılık sektörünün birimlerinin (genel merkez, şubeler, operasyon merkezi, çağrı merkezi, internet şubesi) her biri için tekrarlanarak, yerseçim kriterlerinin önem ağırlığını birimler için karşılaştırma imkanı elde edilmiştir.

Oluşturulan anketler, bankaların destek hizmet birimleri altında konumlanan inşaat ve emlak dairelerinin yöneticilerine gönderilmiştir. İnşaat ve emlak daireleri bankaların tüm yerleşim kararlarında ve bu kararların uygulamasında aktif rol alan bir birimdir. Bu sayede anket genel bir örnekleme uygulanan bir algı araştırması olarak değil, konunun karar vericilerinden veri toplama aracı olarak tasarlanmıştır. Fakat bankaların ölçeklerine bağlı olarak bazı bankalarda inşaat ve emlak birimleri bulunmamaktadır.

Anket soruları yapılarında bu birimleri bulunduran 31 bankaya gönderilmiş ve 15'i tarafından yanıtlanmıştır. Bu sayı %48'lik bir orana karşılık gelmektedir. Cevap vermeyen bankalar ise, yerseçim kararlarının stratejik kararlar olması sebebiyle ticari sır kapsamında cevap vermemeyi uygun görmüşlerdir.

Ayrıca bu anketlere ek olarak, yüz yüze mülakatlar da gerçekleştirilmiş, bu mülakatlarda toplanan bilgiler tezin fikri oluşumuna destek olmuş, fakat edinilen ampirik bilgiler, mülakat yapılan deneklerin talebi üzerine gizlilik ilkesi işletildiği için tezin anket analizi bölümüne dahil edilememiştir.

Bankalara yöneltilen anketin birinci bölümü, belirlenen bir seri yerseçimi kriterinin önem derecesi ile ilgili sorunun genel merkezler, şubeler, çağrı merkezleri, operasyon merkezleri ve internet şubesi hizmet merkezleri için tekrarlanması ile oluşturulmuştur. Bu sayede belirli bir kriterin bir birim için önemi ortaya koyulurken, aynı anda tüm hizmet birimleri arasındaki önem derecesi farklılaşması da izlenebilecektir.

Anketin ikinci bölümünde ise yüz yüze iletişim ihtiyacının önemi tüm hizmet birimleri için ayrı ayrı sorulmuş ve kullanılan Likert Ölçeği'ne (1: Çok Düşük, 2: Düşük, 3: Orta, 4: Yüksek ve 5: Çok Yüksek) bir ek yapılarak, “Yok” seçeneği cevapların içine eklenmiştir. Anket genel merkezler, şubeler, çağrı merkezleri, operasyon merkezleri ve internet şubesi hizmet merkezleri için tekrarlanmak üzere Şekil 3.22’de yer alan sorulardan oluşmaktadır.

SORU: BANKANIZ YERSEÇİMİ İÇİN AŞAĞIDAKİ KRİTERLERİN ÖNEM AĞIRLIĞI NEDİR?

(1: ÇOK DÜŞÜK, 2: DÜŞÜK, 3: ORTA, 4: YÜKSEK VE 5: ÇOK YÜKSEK)

Seçilen yerin Fiziksel/Çevresel özellikleri:

Prestij

Arazi değeri

Diğer banka genel merkezlerine mekansal yakınlık

Güvenlik

Erişilebilirlik

Havalimanına mekansal yakınlık

Toplu taşımaya mekansal yakınlık

Kent Merkezine mekansal yakınlık

Elektronik İletişim Altyapısı

Seçilen yerin Sosyal ve Ekonomik özellikleri:

Bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusu

Bulunduğu ilçedeki gece nüfusu

Bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücü

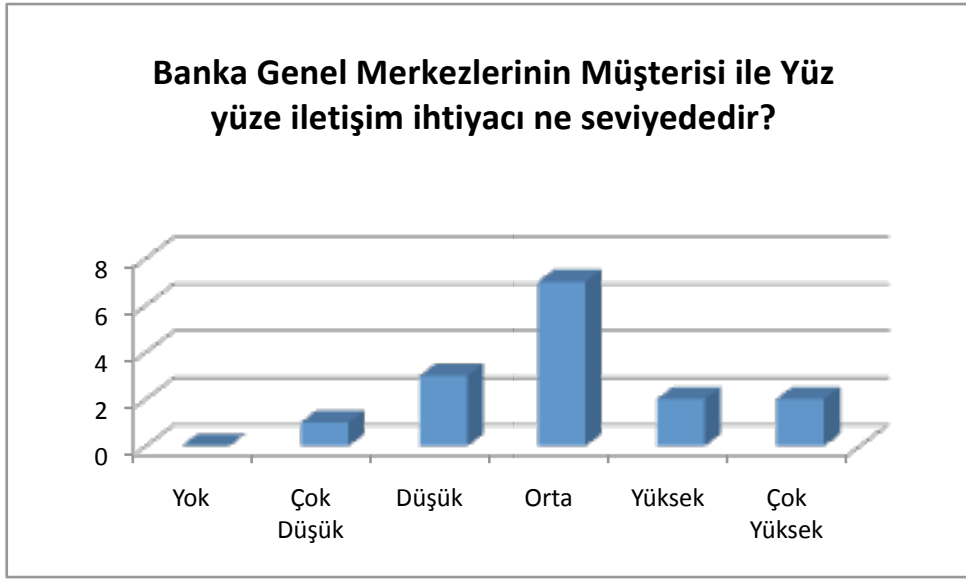
Bulunduğu ilçedeki Çalışanların niteliği (eğitim seviyesi, ...)

Seçilen yerde Yüzyüze İletişim özellikleri

Şekil 3.22 : Bankacılık sektöründe yerseçim kriterleri anket soruları.

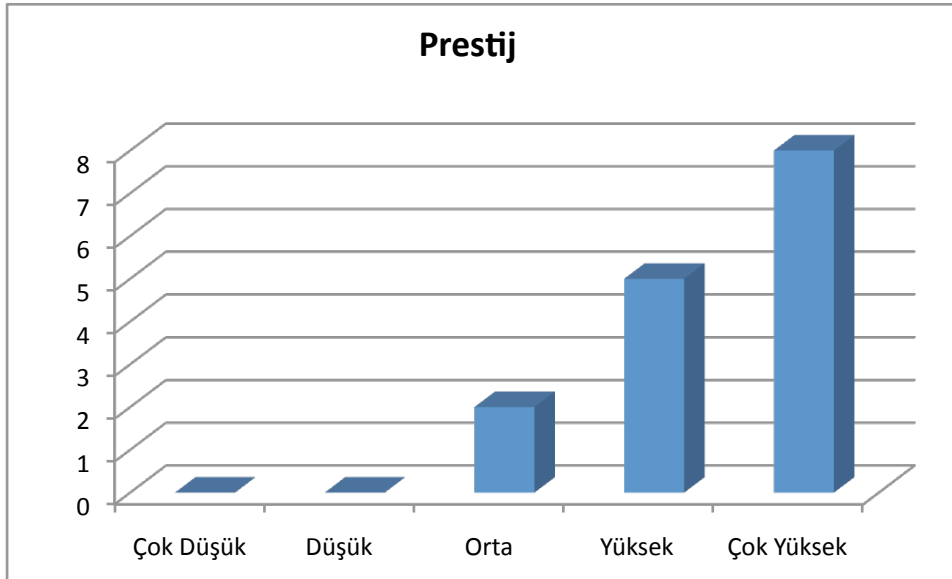
Şekil 3.22’de yer alan sorulara Likert Ölçeği’nde alınan cevaplar grafiklere yansıtılmış, daha sonra da katsayıları ile çarpılarak önem dereceleri bulunmuş ve bu dereceler çapraz sorgulanmalar ile tekrar grafiklerle ifade edilmiştir.

3.2.2.1 Banka Genel Merkezleri için yerseçim kriterleri



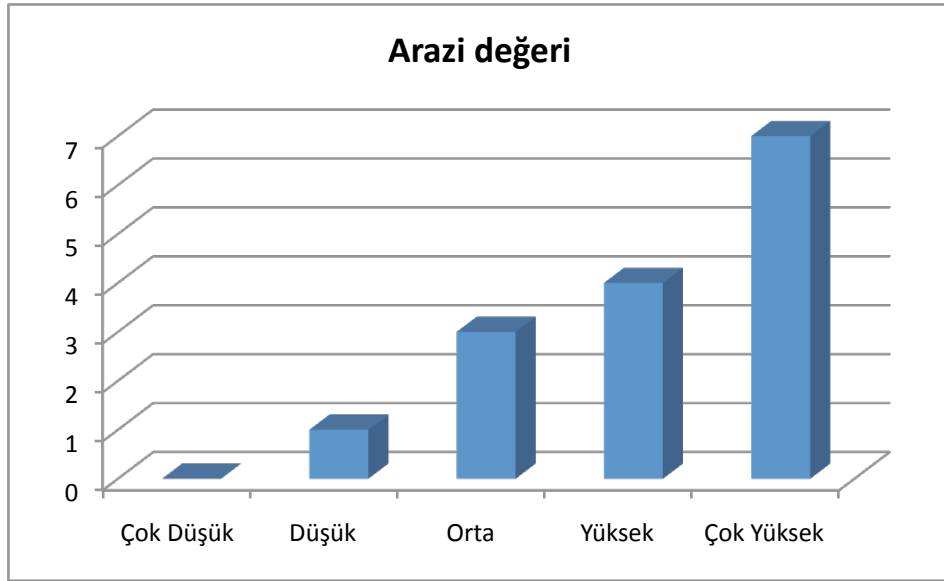
Şekil 3.23 : Banka genel merkezlerinin yüz yüze iletişim ihtiyacı.

Banka genel merkezleri için yerseçim kriterleri değerlendirmesinde, yüz yüze iletişim ihtiyacı önem ağırlığı 46 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.23).



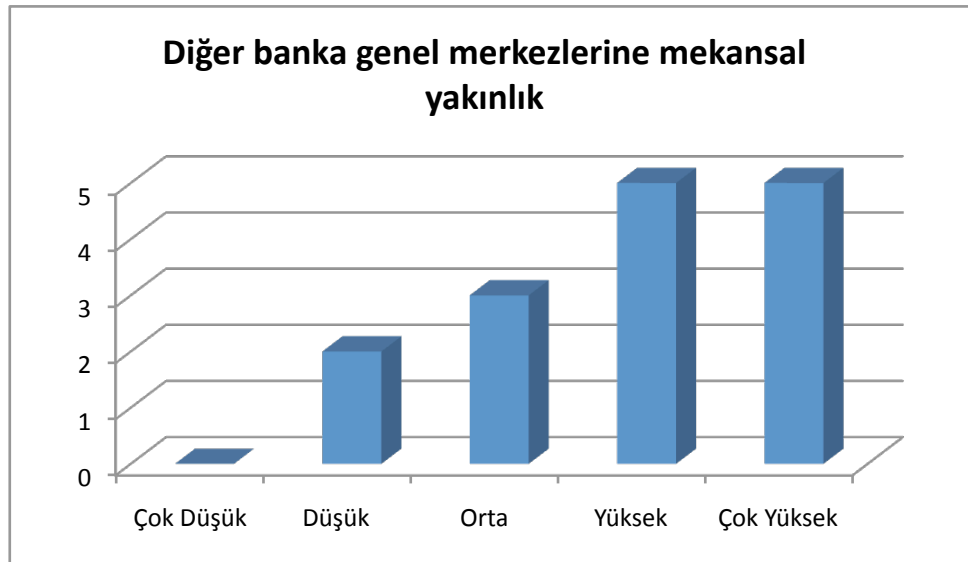
Şekil 3.24 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “prestij”in önemi.

Banka genel merkezleri için “prestij” yüksek ve çok yüksek önem arz etmektedir ve kriter önem ağırlığı 66 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.24).



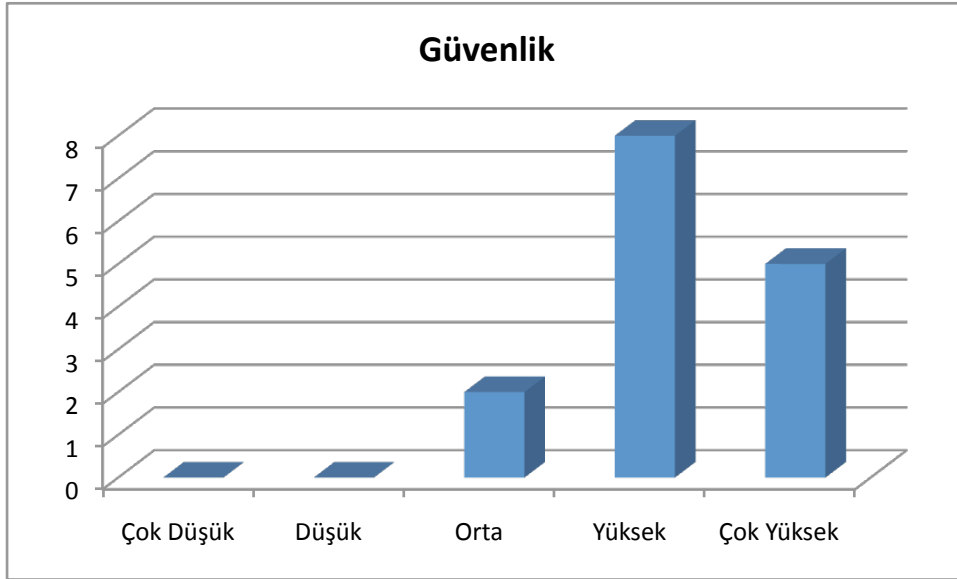
Şekil 3.25 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “arazi değeri”nin önemi.

Banka genel merkezleri için “arazi değeri” prestij kadar önemli olmasa da, yüksek ve çok yüksek önem arz etmektedir. Bu konudaki yaklaşımlar daha homojen dağılımlıdır. Arazi değerinin kriter önem ağırlığı 62 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.25).



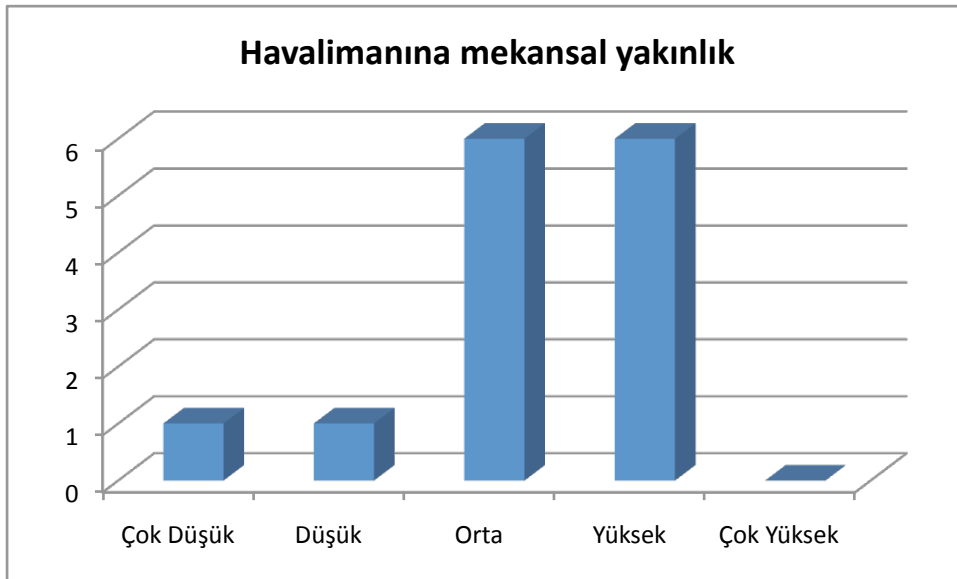
Şekil 3.26 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “genel merkeze yakınlık”ın önemi.

“Diğer banka genel merkezlerine mekansal yakınlık” bir yerseçim kriteri olarak yüksek ve çok yüksek öneme sahip olmakla birlikte “prestij” ya da “arazi değeri” kadar önemli bir ayrışma göstermemektedir. Diğer banka genel merkezlerine mekansal yakınlığın kriter önem ağırlığı 58 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.26).



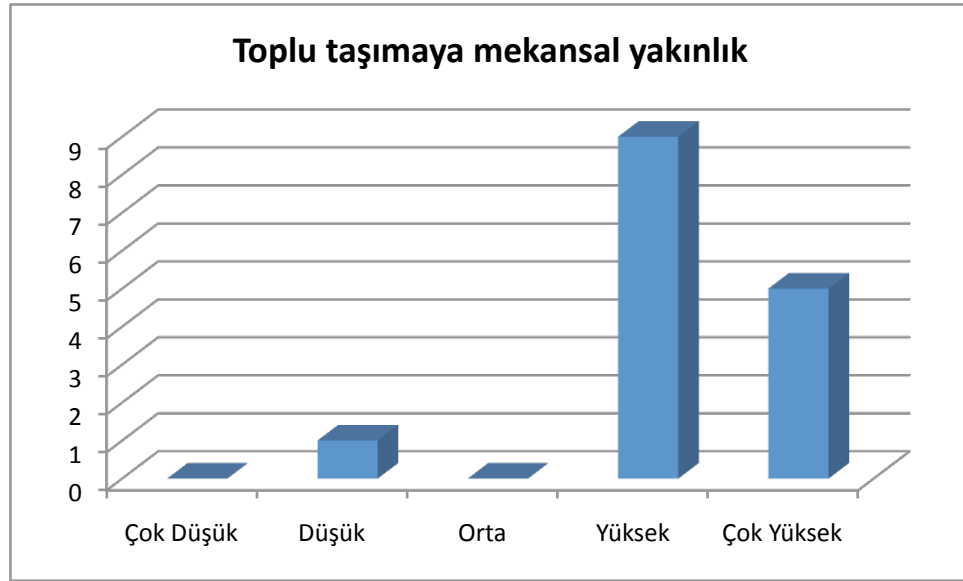
Şekil 3.27 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “güvenlik”in önemi.

Genel merkezlerin yerseçiminde “güvenlik” yüksek öneme sahiptir ve kriter önem ağırlığı 63 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.27).



Şekil 3.28 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “havalimanına yakınlık”ın önemi.

Anketin erişilebilirlik ile ilgili kriterlerinden “havalimanına mekansal yakınlık” denekler tarafından orta ve yüksek derecede eşit önemde değerlendirilmiş ve kriter önem ağırlığı 45 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.28).



Şekil 3.29 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “toplu taşımaya yakınlık”ın önemi.

Erişilebilirliğin ikinci kriteri olarak sorulan “toplu taşımaya mekansal yakınlık” yüksek ve çok yüksek önemde değerlendirilmiştir. Toplu taşımaya mekansal yakınlığın kriter önem ağırlığı 63 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.29).



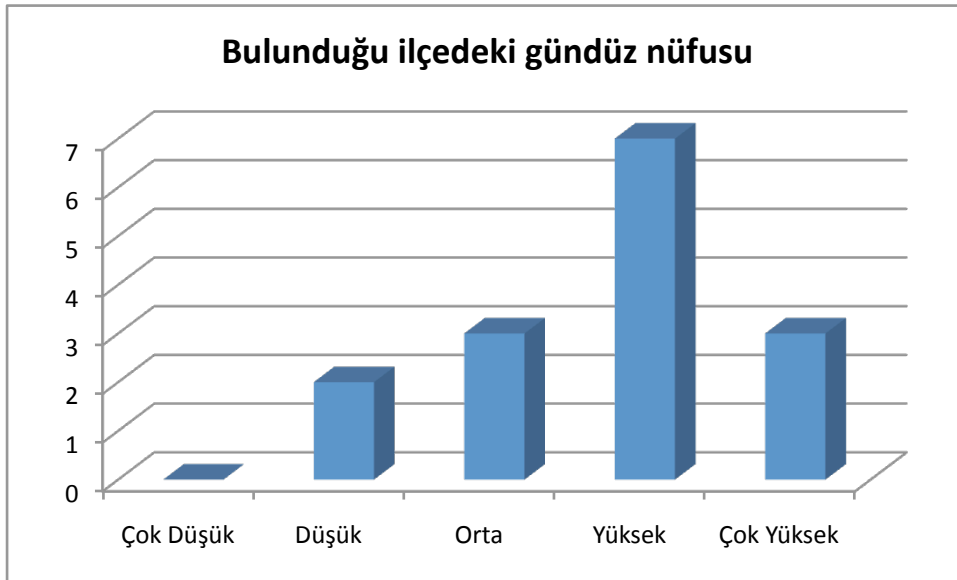
Şekil 3.30 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “şehir merkezine yakınlık”ın önemi.

Banka genel merkezleri için “kent merkezine mekansal yakınlık” yüksek ve çok yüksek derecede önemlidir ve kriter önem ağırlığı 60 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.30).



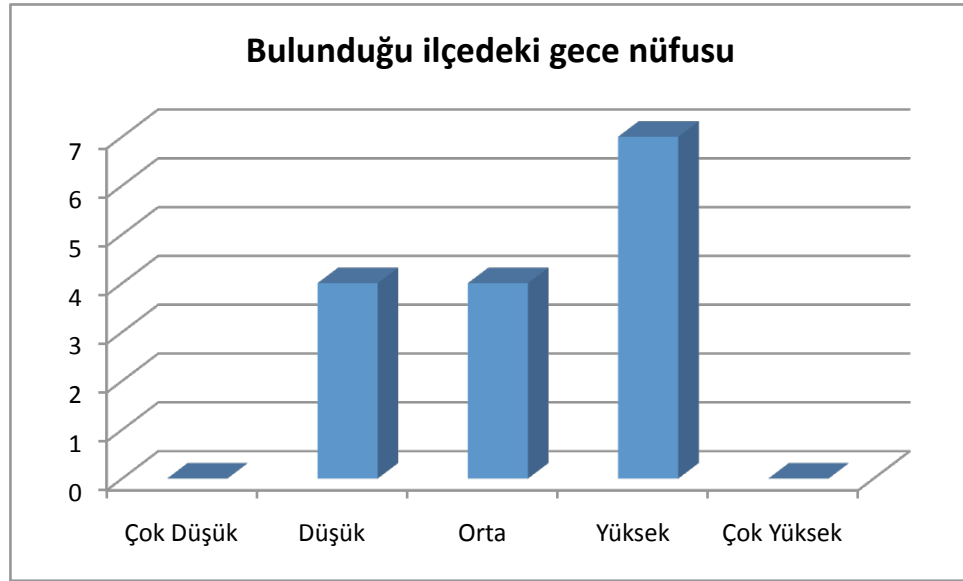
Şekil 3.31 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “elektronik iletişim altyapısı”nın önemi.

“Elektronik iletişim altyapısı” ankette genel merkezler için tüm kriterler arasında en yüksek oranla ayrılmıştır ve önem derecesi yüksek ve çok yüksek olarak belirlenmiştir. Yerseçim kriterleri arasında en belirleyici olarak, önem ağırlığı 69 olarak hesaplanmıştır. (Şekil 3.31).



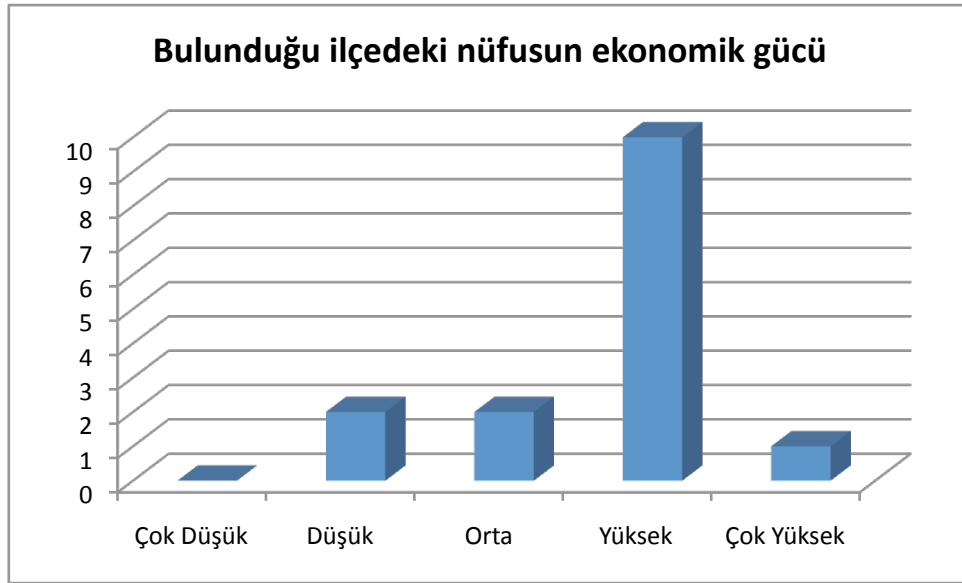
Şekil 3.32 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusu” nun önemi.

Sosyal ve ekonomik kriterlerin ilki olan “gündüz nüfusu”nun banka genel merkezleri için yüksek ve eşit derecede orta ve çok yüksek olarak değerlendirilmesi, banka genel merkezlerinin yüz yüze iletişim ihtiyacının göstergelerinden biridir. Bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusunun kriter önem ağırlığı 56 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.32).



Şekil 3.33 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gece nüfusu” un önemi.

Banka genel merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gece nüfusu” nun önemi ise yüksek ve eşit derecede düşük ve orta olarak değerlendirilmiştir. Hiçbir denekten “çok yüksek” cevabı alınmamıştır. Banka genel merkezleri yerseçimi için bulunduğu ilçedeki gece nüfusu kriter önem ağırlığı 48 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.33).



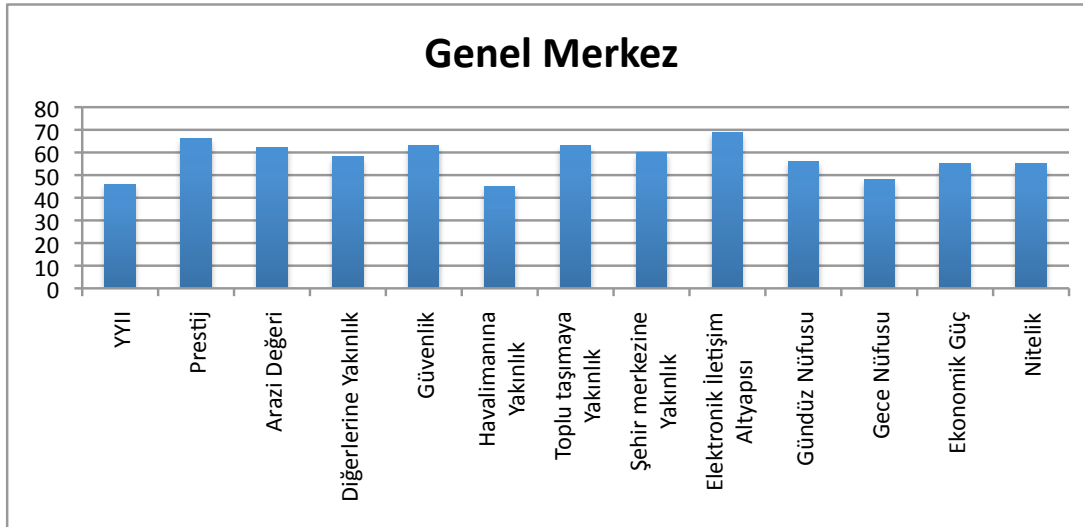
Şekil 3.34 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücü” nün önemi.

Yerseçimi yapılan bölgedeki “nüfusun ekonomik gücü” genel merkezler için yüksek derecede önem taşımaktadır. Kriter önem ağırlığı 55 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.34).



Şekil 3.35 : Banka genel merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliği” nin önemi.

Banka genel merkezleri için bulunduğu ilçe içerisindeki “çalışan niteliği” orta ve yüksek derecede önem arz etmektedir. Kriter önem ağırlığı 55 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.35).



Şekil 3.36 : Banka genel merkezleri yerseçimi kriterleri.

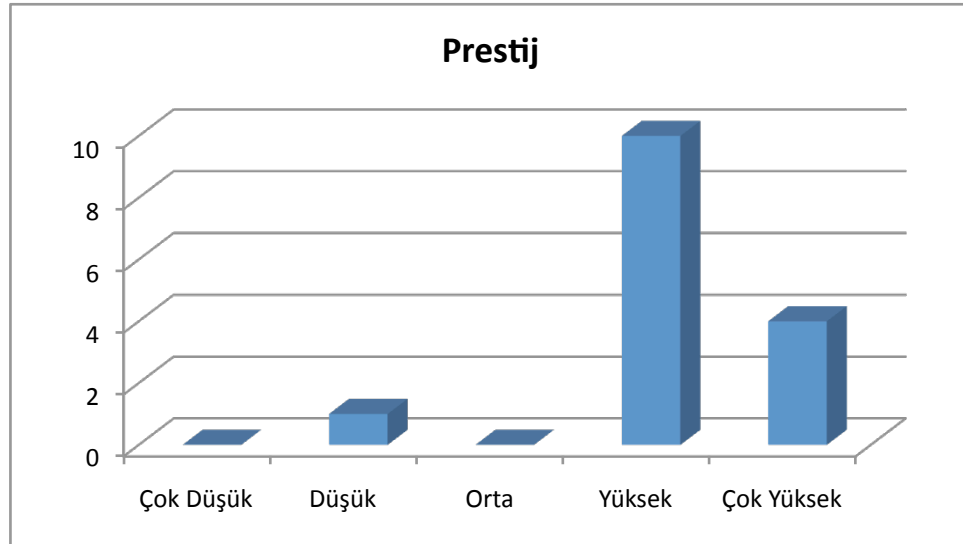
Genel merkezler için tüm kriterlerin dağılımı yukarıdaki gibidir. Görüldüğü üzere genel merkezler için genel olarak tüm kriterler orta ve yüksek önemde değerlendirilmiştir. Banka genel merkezleri elektronik işlem altyapısı en iyi, prestijli, toplu taşımaya yakın ve güvenli mekanlarda yer seçerler (Şekil 3.36).

3.2.2.2 Banka Şubeleri için yerseçim kriterleri



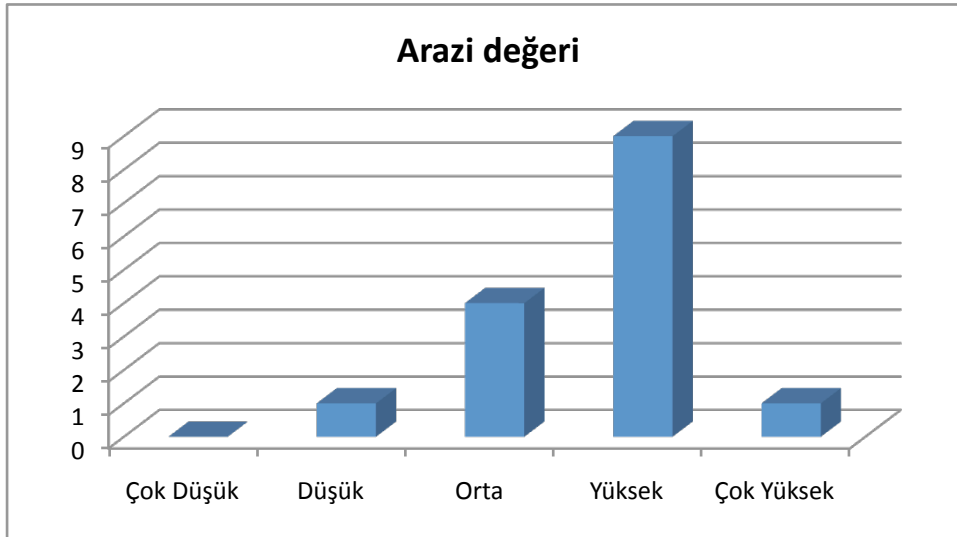
Şekil 3.37 : Banka şubelerinin yüz yüze iletişim ihtiyacı.

Banka şubeleri için yüz yüze iletişim ihtiyacı önem ağırlığı 69 olarak hesaplanmıştır ve (genel merkezler için elektronik iletişim altyapısı ile birlikte) tüm anketteki en güçlü cevaptır (Şekil 3.37).



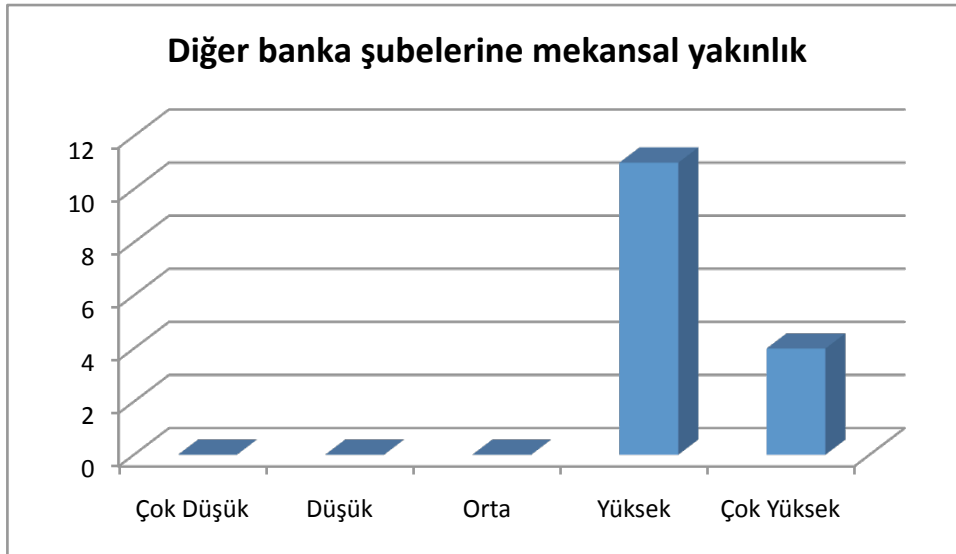
Şekil 3.38 : Banka şubeleri yerseçimi için “prestij” in önemi.

Banka şubelerinin yerseçiminde prestij yüksek ve çok yüksek önem taşımaktadır. Düşük cevabı sadece bir bankadan alınmıştır. Kriterin toplam önem ağırlığı 62 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.38).



Şekil 3.39 : Banka şubeleri yerseçimi için “arazi değeri” nin önemi.

Şube yerseçiminde arazi değeri orta ve yüksek derecede önemli görülmele beraber, genel merkezlerle kıyaslandığında, Arazi değerinin önem derecesi daha düşüktür. Kriter önem ağırlığı 55 olarak hesaplanmıştır. Bu haliyle bile şubeler için arazi değeri en yüksek öneme sahip dördüncü kriterdir (Şekil 3.39).



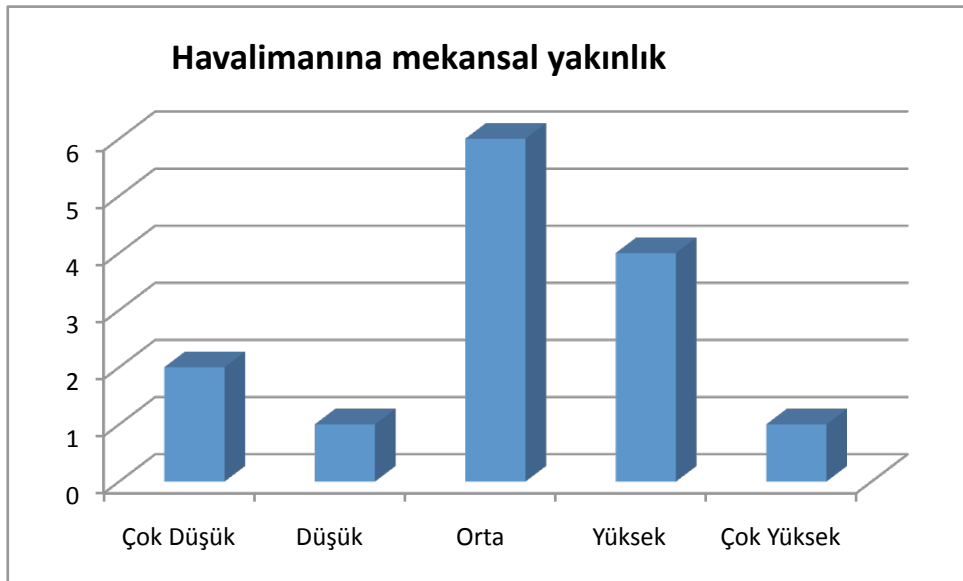
Şekil 3.40 : Banka şubeleri yerseçimi için “diğer banka şubelerine mekansal yakınlık”ın önemi.

Anketteki soruların en kuvvetli cevaplarından biri, banka şubelerinin birbirlerine mekansal yakınlığının önem derecesinde alınmıştır. Şubelerin yerseçimlerinde diğer bankaların şubelerine yakınlık tüm bankalar için yüksek ve çok yüksek derecede önem taşımaktadır. Kriter önem ağırlığı 64 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.40). Şubelerin birbirlerine yakınlığı, potansiyel müşteri kazanmada önem arz etmektedir.



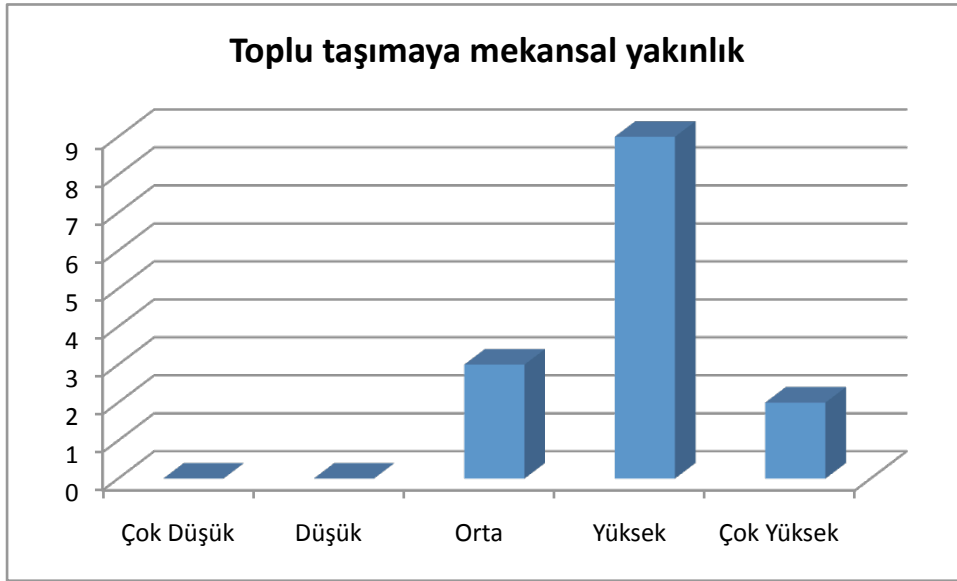
Şekil 3.41 : Banka şubeleri yerseçimi için “güvenlik”in önemi.

Güvenlik banka şubeleri için de, genel merkezler ile aynı derecede önemlidir. Kriter önem ağırlığı 63 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.41).



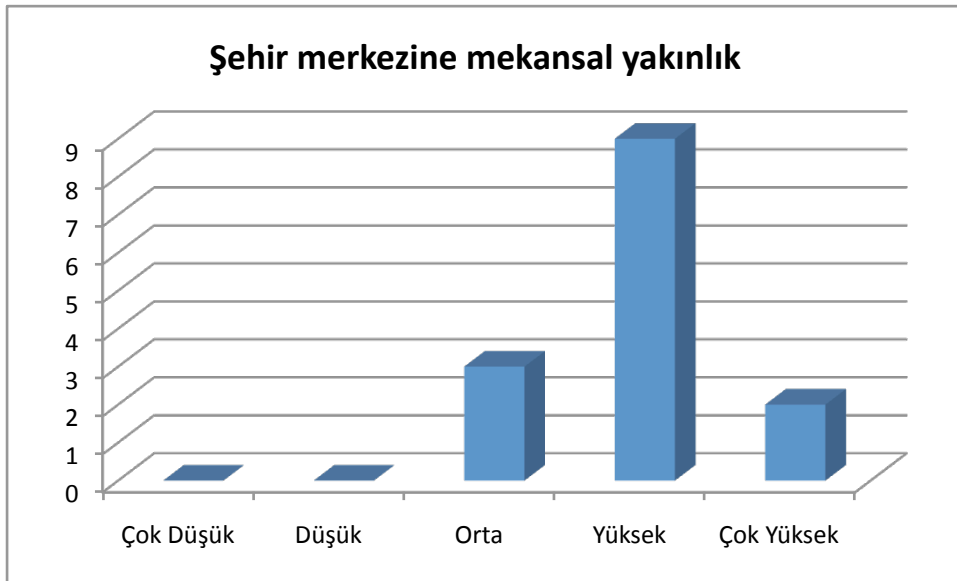
Şekil 3.42 : Banka şubeleri yerseçimi için “havalimanına mekansal yakınlık”ın önemi.

Şubeler için havalimanına mekansal yakınlık kriterinin önem ağırlığı, belirli bir kümelenme göstermemekle birlikte, orta derece en yüksek değeri içermektedir. Aynı kriter genel merkezler için orta ve yüksek olarak derecelendirilmiştir. Kriter önem ağırlığı 43 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.42).



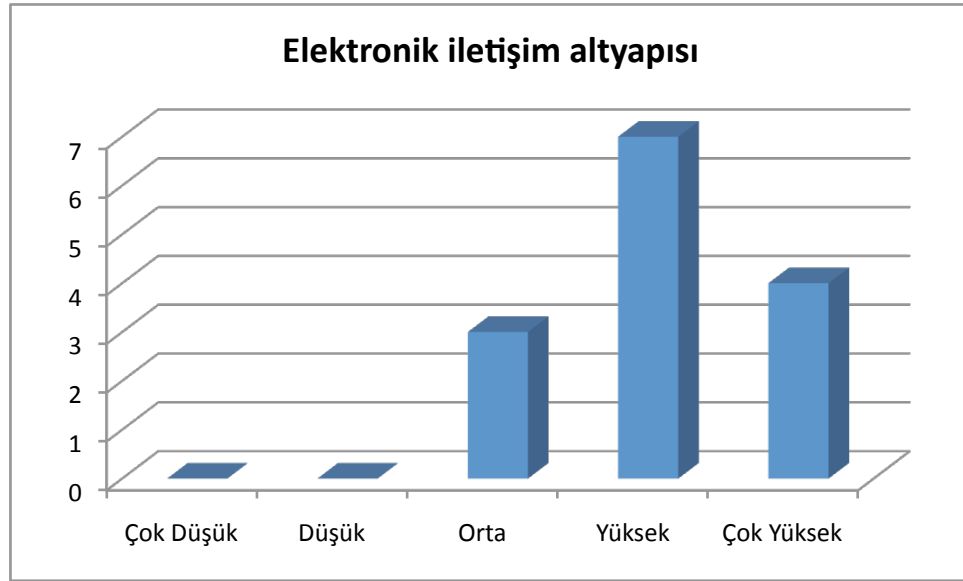
Şekil 3.43 : Banka şubeleri yerseçimi için “toplu taşımaya mekansal yakınlık”ın önemi.

Şubelerin toplu taşımaya mekansal yakınlığı yüksek önemde derecelendirilmiştir. Kriter önem ağırlığı 55 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.43).



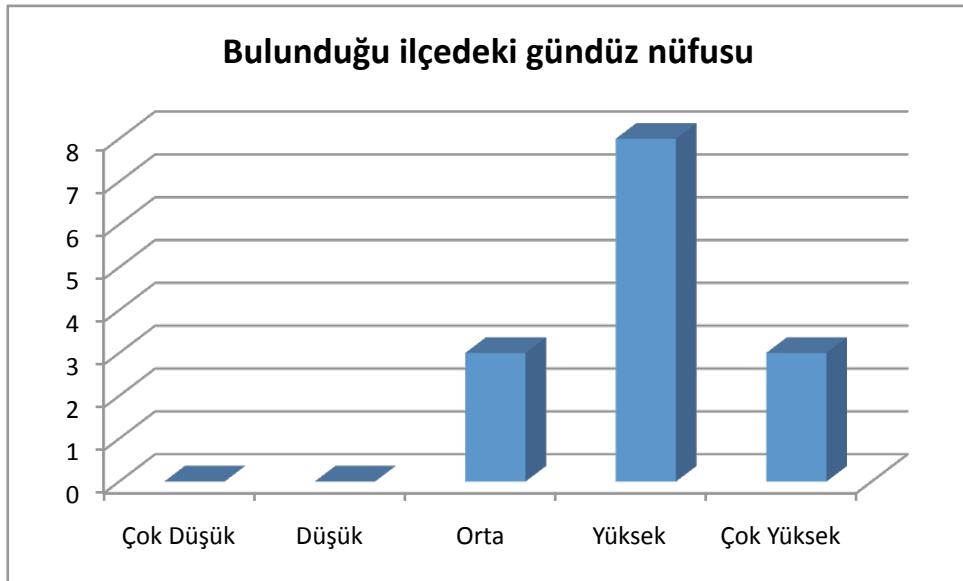
Şekil 3.44 : Banka şubeleri yerseçimi için “kent merkezine mekansal yakınlık”ın önemi.

Banka şubeleri için kent merkezine mekansal yakınlık orta yüksek derecede değerlendirilmiştir. Kriter önem ağırlığı toplu taşıma ile eşit olarak 55 değerinde hesaplanmıştır (Şekil 3.44).



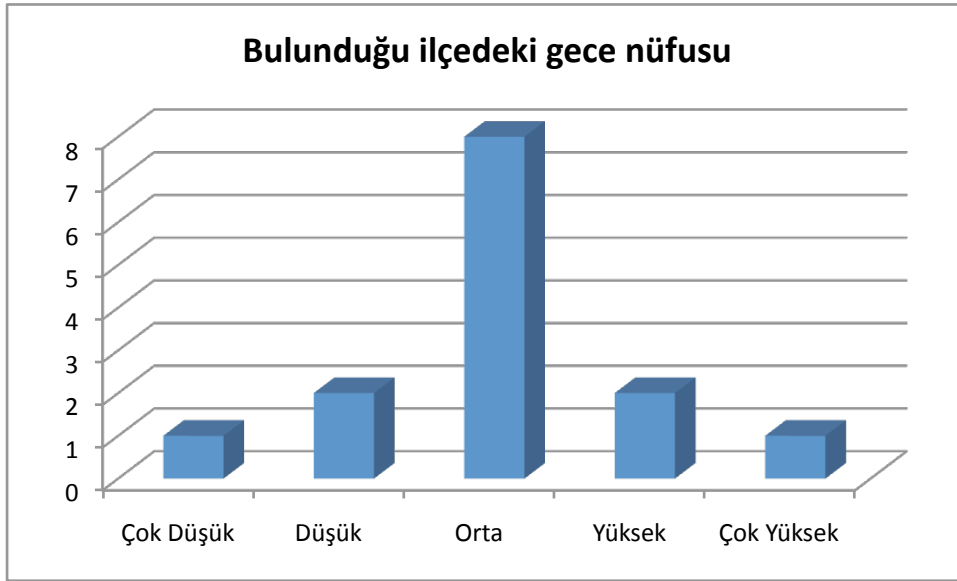
Şekil 3.45 : Banka şubeleri yerseçimi için “elektronik iletişim altyapısı”nın önemi.

Şubeler için elektronik işlem altyapısı orta yüksek ve çok yüksek dağılımında değerlendirilmiştir. Aynı kriter Genel merkezler için yüksek ve çok yüksek olarak derecelendirilmiştir. Önem ağırlığı 57 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.45).



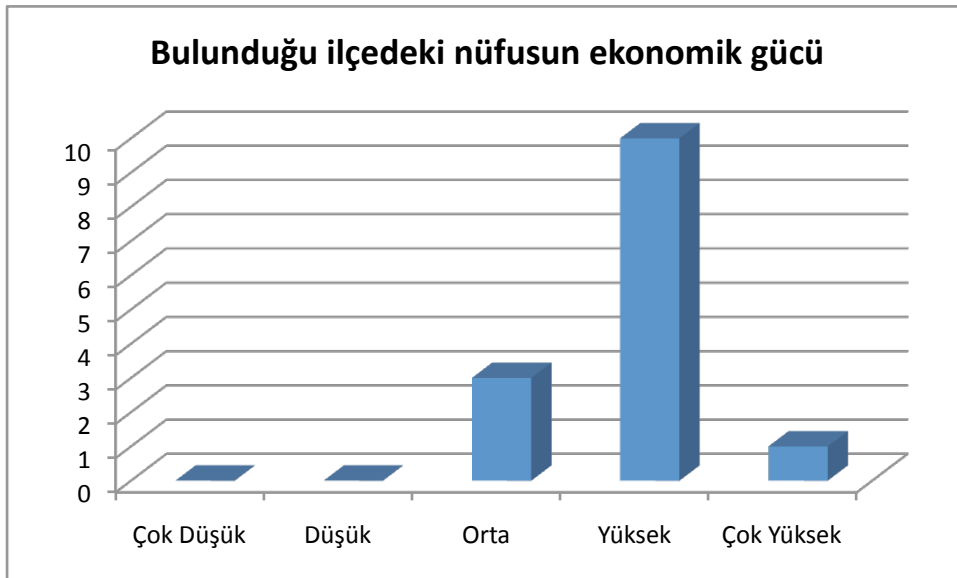
Şekil 3.46 : Banka şubeleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusu”nın önemi.

Şube yerleşim kriterleri arasında gündüz nüfusu yüksek önemdeki kriterlerden biridir. Kriter önem ağırlığı 56 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.46).



Şekil 3.47 : Banka şubeleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gece nüfusu”nun önemi.

Gece nüfusu orta önemde bir dağılım içermekle birlikte, her cevaptan en az bir adet gelmiş olması bu konuda bir dağılım olduğunun altını çizmektedir. Kriter önem ağırlığı 42 olarak hesaplanmıştır. Gündüz nüfusunun öneminin gece nüfusundan çok daha yukarıda olduğu görülmektedir (Şekil 3.47).



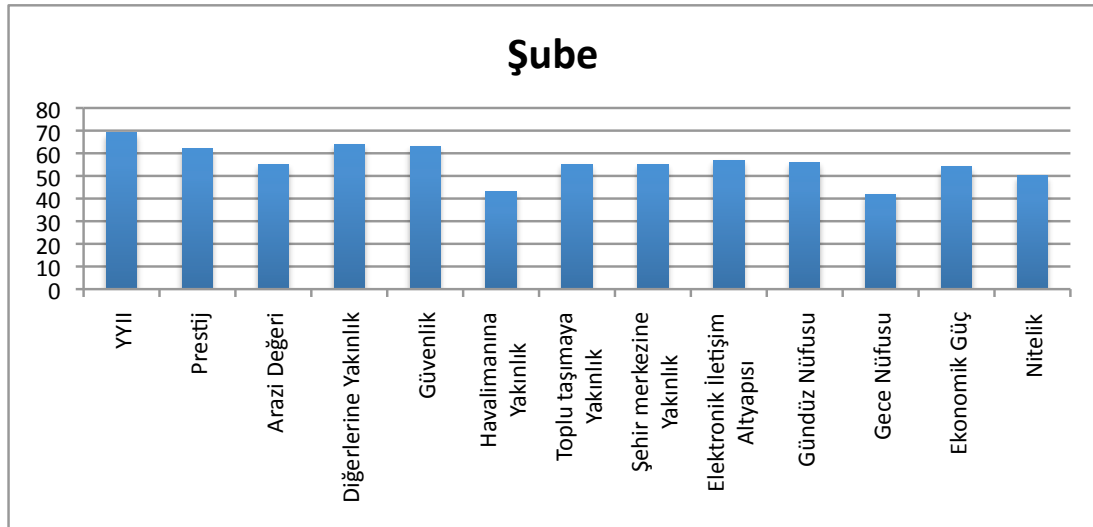
Şekil 3.48 : Banka şubeleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücü” nün önemi.

Nüfusun ekonomik gücü şube yerleşimlerinde yüksek derecede önem taşımaktadır. Kriter önem ağırlığı 54 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.48).



Şekil 3.49 : Banka şubeleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliği” nin önemi.

Çalışan niteliği ve eğitim seviyesi ise orta-yüksek önemde derecelendirilmiştir. Kriter önem ağırlığı 50 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.49). Bu kriter banka şubeleri için en az önem arz eden kriterdir.



Şekil 3.50 : Banka şubeleri yerseçimi için yerseçim kriterleri.

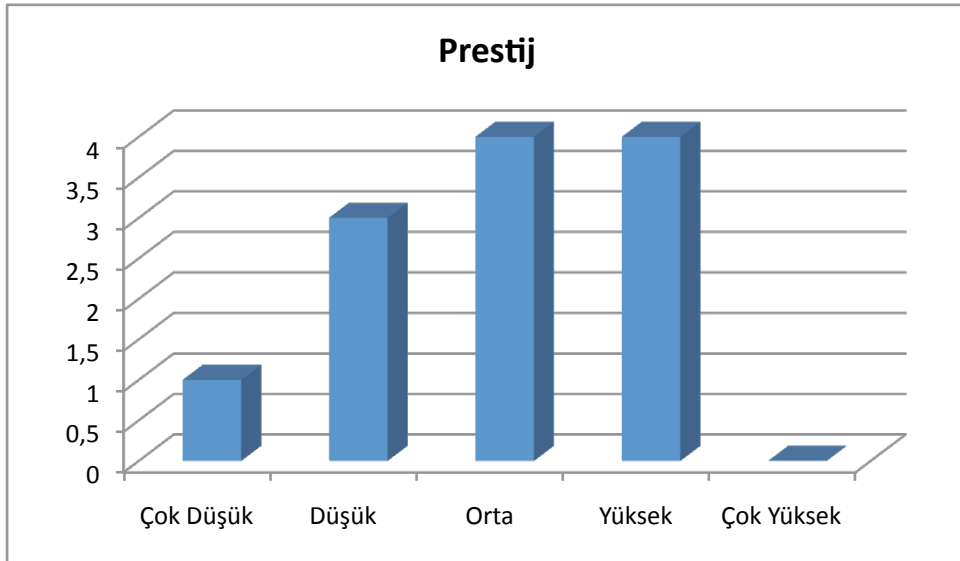
Şubeler için tüm kriterlerin önem dağılımı Şekil 3.50’de görüldüğü gibidir. Şubeler, yüz yüze iletişime en uygun, diğer bankaların şubelerine en yakın, güvenli ve prestijli mekanlarda yer seçerler.

3.2.2.3 Banka Çağrı Merkezleri için yerseçim kriterleri



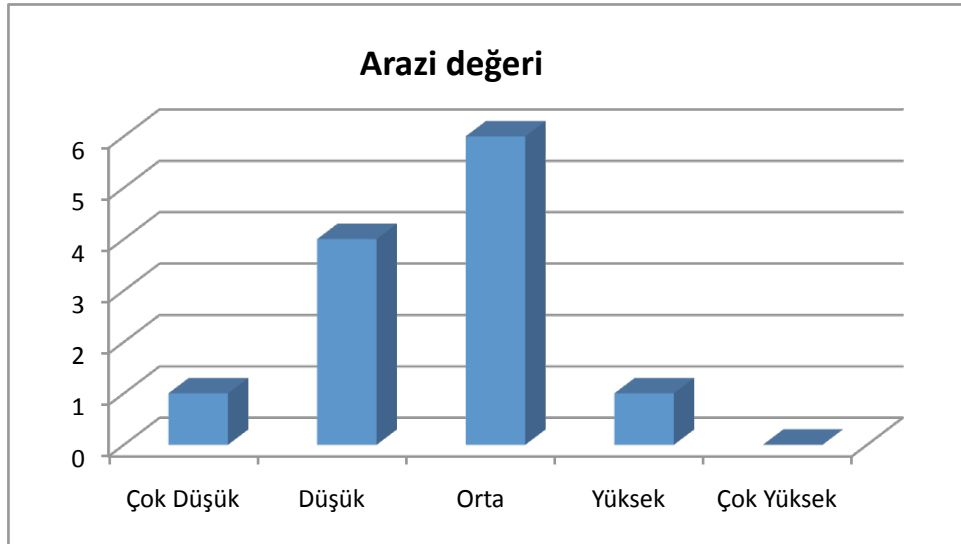
Şekil 3.51 : Banka çağrı merkezlerinin yüz yüze iletişim ihtiyacı.

Çağrı merkezi için yüz yüze iletişim ihtiyacının önem ağırlığı 15 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.51). Tüm anketteki (oprasyon merkezleri için yüz yüze iletişim ihtiyacı ile birlikte) en düşük ikinci değerdir.



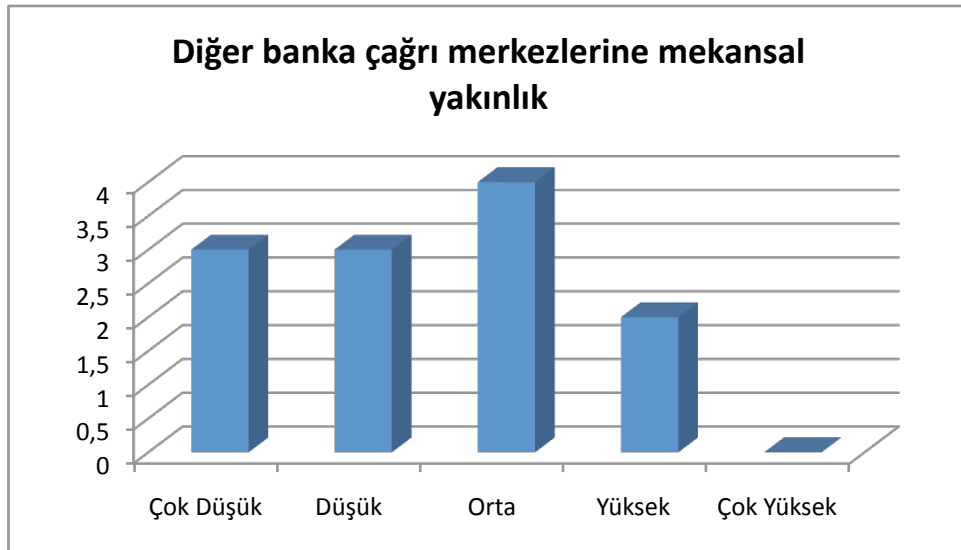
Şekil 3.52 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “prestij” in önemi.

Çağrı merkezleri için prestij yerseçim kriteri olarak çok geniş bir dağılım gösteren, üzerinde ağırlıklı bir görüş bulunmayan kriterdir ve önem ağırlığı 35 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.52).



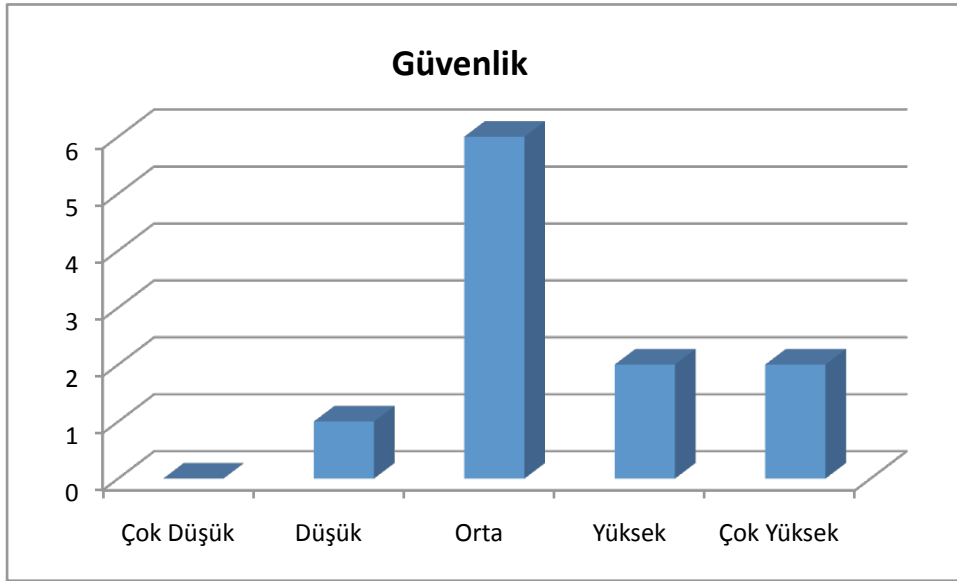
Şekil 3.53 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “arazi değeri”nin önemi.

Banka çağrı merkezleri için arazi değeri orta-düşük bantta değerlendirilmiştir. Kriter önem ağırlığı 31 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.53).



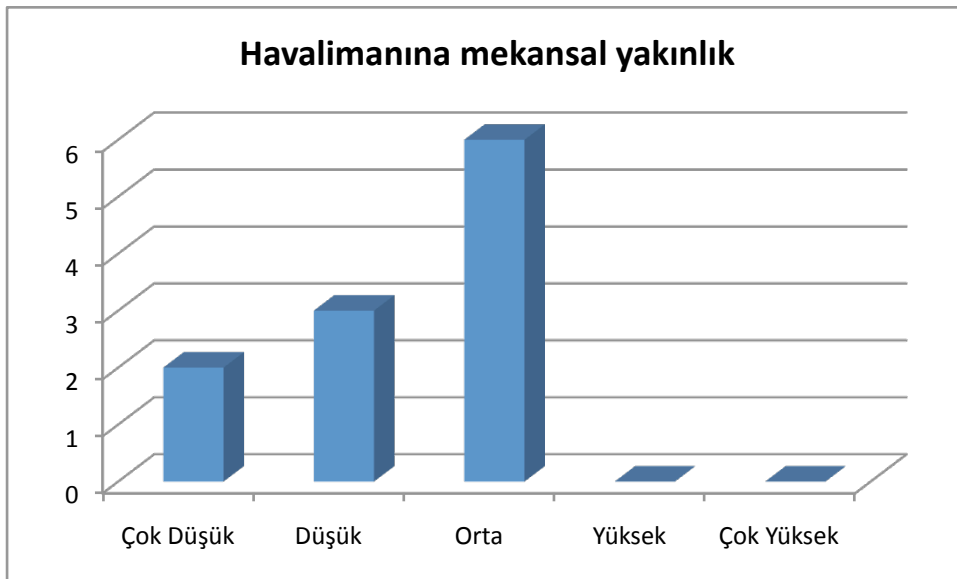
Şekil 3.54 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “diğer banka çağrı merkezlerine yakınlık” ın önemi.

Diğer banka çağrı merkezlerine yakınlık, üzerinde belirli bir görüş oluşmamış kriterlerden biri olarak göze çarpmaktadır. Kriter önem ağırlığı 29 olarak hesaplanmıştır. Çağrı merkezleri için en düşük önemdeki ikinci kriterdir (Şekil 3.54).



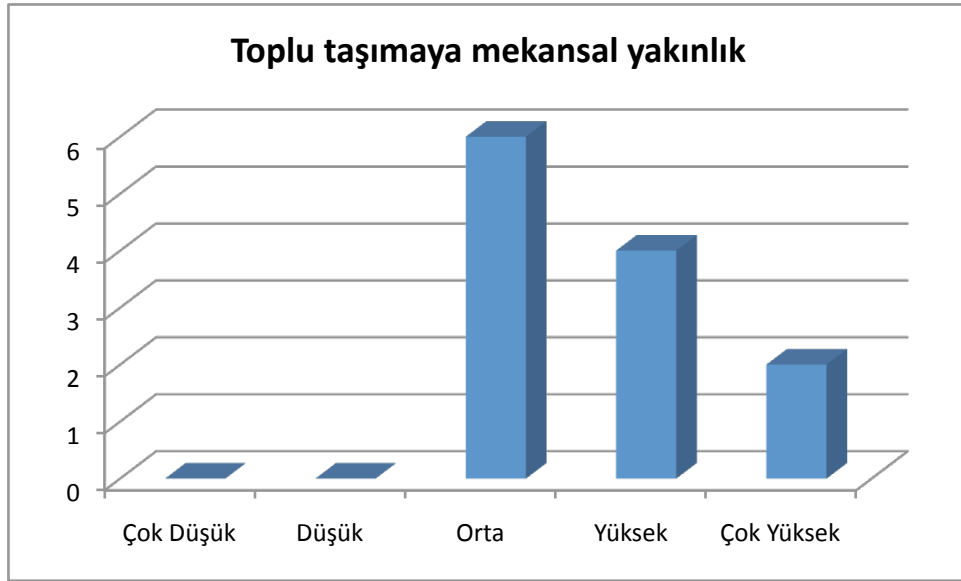
Şekil 3.55 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “güvenlik” in önemi.

Güvenlik kriter önem ağırlığı 38 olarak hesaplanmıştır. Elektronik işlem altyapısı ve toplu taşımaya yakınlık kriterinden sonra en önemli kriter olarak öne çıkmaktadır.



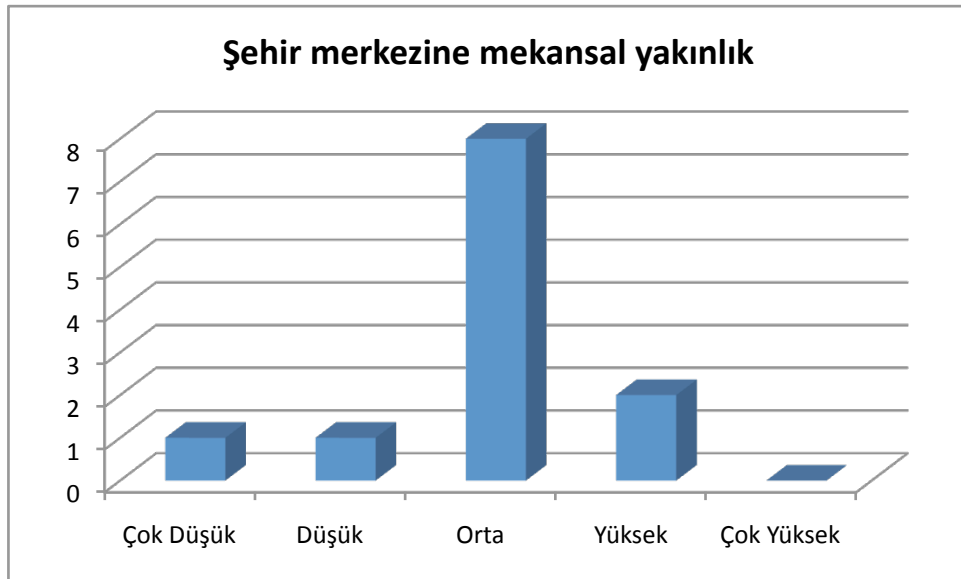
Şekil 3.56 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “havalimanına mekansal yakınlık” in önemi.

Havalimanına yakınlık kriter önem ağırlığı 26 olarak hesaplanmıştır. Genel Merkez ve Şubeler için bu sayı 45 ve 43 olarak gerçekleşmiştir. Havalimanına yakınlık, çağrı merkezleri için anketteki tüm kriterler arasındaki en önemsiz yerseçim kriteridir (Şekil 3.56).



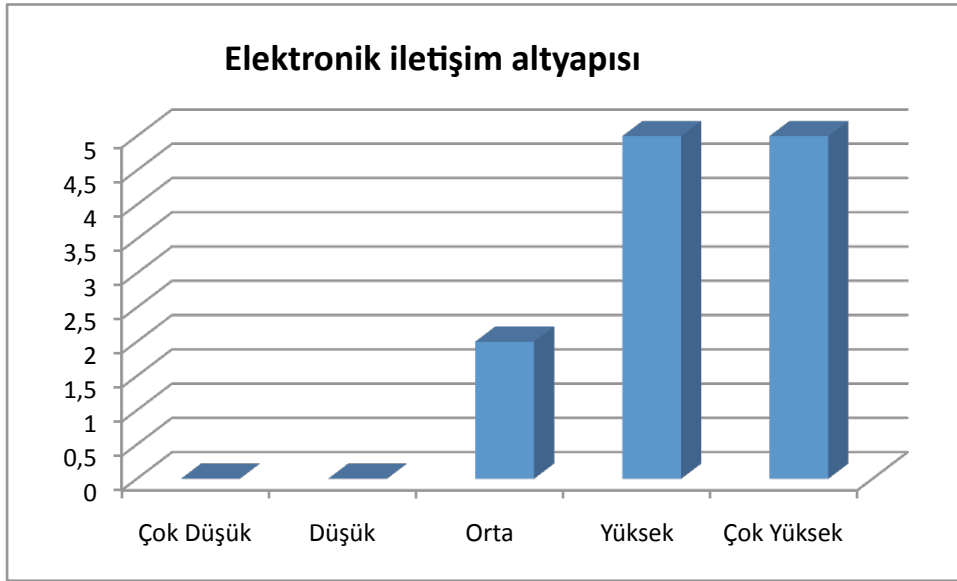
Şekil 3.57 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “toplu taşımaya mekansal yakınlık” ın önemi.

Toplu taşımaya yakınlığın kriter önem ağırlığı 44 olarak hesaplanmıştır. Elektronik işlem altyapısından sonra en önemli ikinci kriterdir (Şekil 3.57).



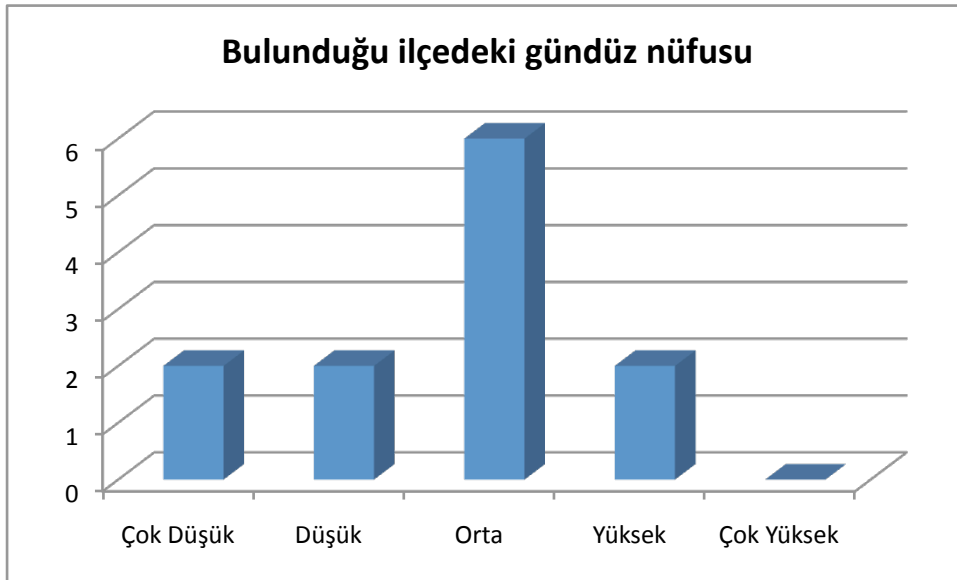
Şekil 3.58 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “kent merkezine mekansal yakınlık” ın önemi.

Banka çağrı merkezleri yerseçimi için kent merkezine yakınlığın kriter önem ağırlığı 35 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.58).



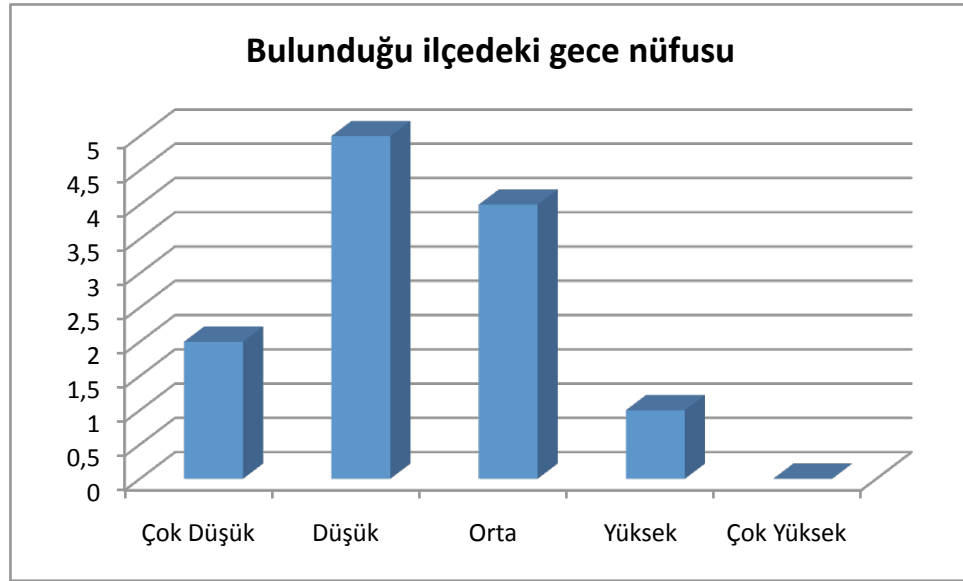
Şekil 3.59 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “elektronik iletişim altyapısı”nın önemi.

Elektronik iletişim altyapısının kriter önem ağırlığı 51 olarak hesaplanmış ve çağrı merkezleri için bir numaralı öneme sahip kriter olmuştur. Genel merkez ve şubeler dışındaki tüm iş birimleri arasında ise en önemli ikinci yerseçim kriteri olarak göze çarpmaktadır (Şekil 3.59).



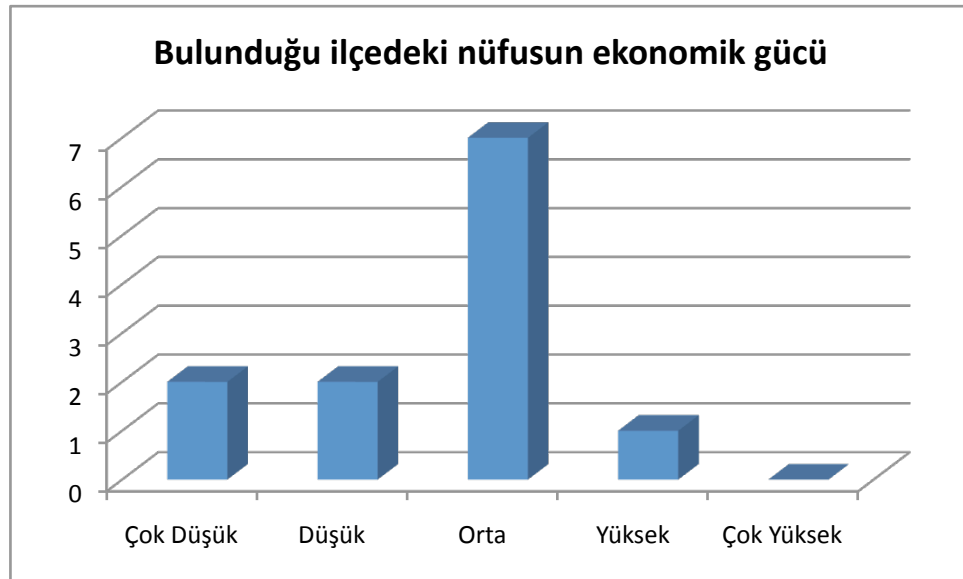
Şekil 3.60 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusu”nın önemi.

Banka çağrı merkezleri yerseçimi için bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusunun kriter önem ağırlığı 32 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.60).



Şekil 3.61 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gece nüfusu” nun önemi.

Bulunduğu ilçedeki gece nüfusunun kriter önem ağırlığı 28 olarak hesaplanmıştır. Gündüz nüfusu ile birlikte değerlendirildiğinde çağrı merkezleri için en düşük önemdeki kriterlerden ikisini oluşturmaktadırlar (Şekil 3.61).



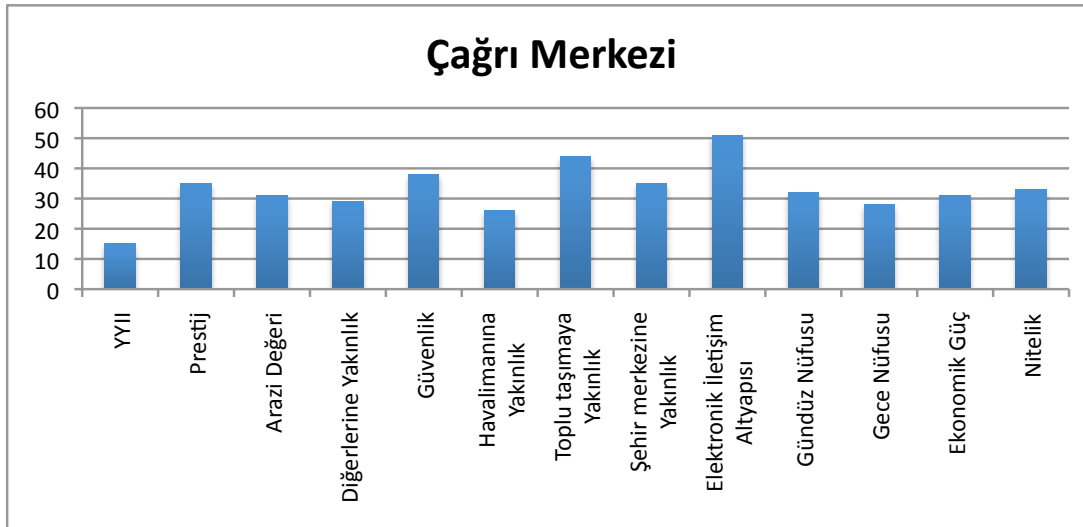
Şekil 3.62 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücü” nün önemi.

Bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücünün kriter önem ağırlığı 31 olarak hesaplanmıştır. Çağrı merkezlerinin bulundukları çevre ile iletişim içinde olmadıklarının göstergelerinden biridir (Şekil 3.62).



Şekil 3.63 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliği” nin önemi.

Bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliğinin kriter önem ağırlığı 33 olarak hesaplanmıştır. Banka Çağrı Merkezi çalışanlarının %19'u lise, %30'u ön lisans, %50'si üniversite ve %1'i ise yüksek lisans mezunudur (Şekil 3.63).



Şekil 3.64 : Banka çağrı merkezleri yerseçimi için yerseçim kriterleri.

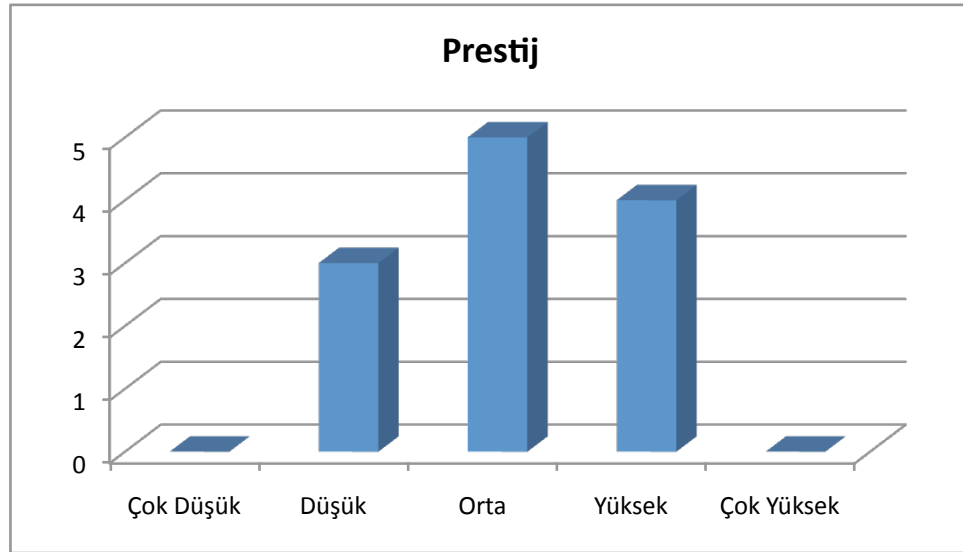
Çağrı merkezleri için tüm kriterlerin önem ağırlığı Şekil 3.64’de görüldüğü gibidir. Çağrı merkezleri elektronik iletişim altyapısı en kuvvetli, toplu taşımaya yakın ve güvenli mekanlarda yer seçerler (Şekil 3.64).

3.2.2.4 Banka Operasyon Merkezleri için yerseçim kriterleri



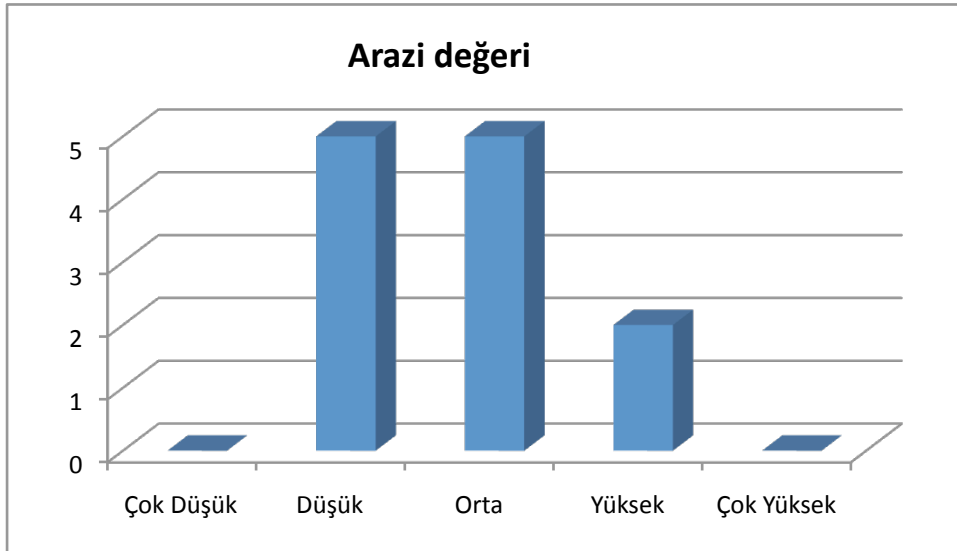
Şekil 3.65 : Banka operasyon merkezlerinin yüz yüze iletişim ihtiyacı.

Operasyon merkezi için yüz yüze iletişim ihtiyacının önem ağırlığı 15 olarak hesaplanmıştır. Tüm anketteki (çağrı merkezleri için yüz yüze iletişim ihtiyacı ile birlikte) en düşük ikinci değerdir (Şekil 3.65).



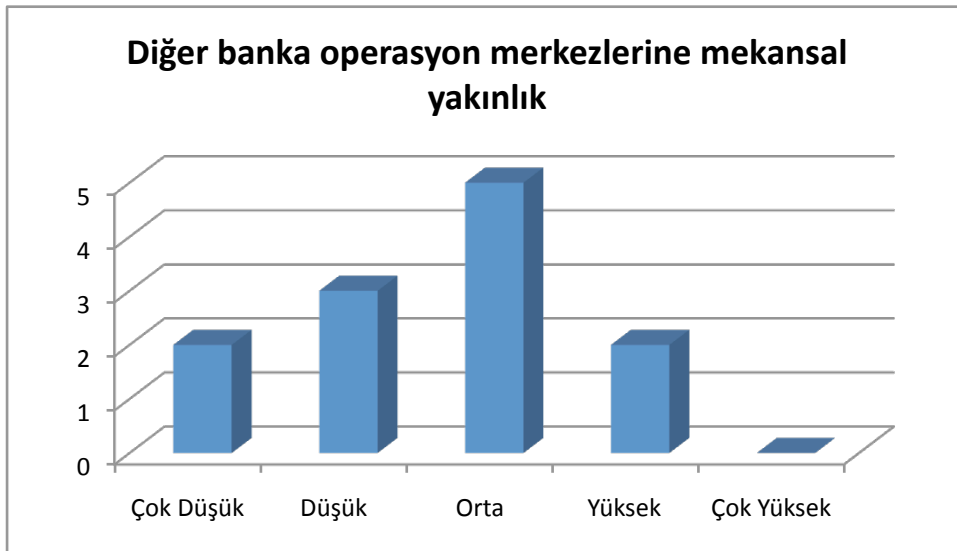
Şekil 3.66 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “prestij” in önemi.

Operasyon merkezinin yerseçiminde prestij unsuru orta derecede önemli olarak derecelendirilmiştir. Prestij kriterinin önem ağırlığı 37 olarak hesaplanmıştır. Bu değer çağrı merkezi için prestij kriterinin değerinden yüksektir (Şekil 3.66).



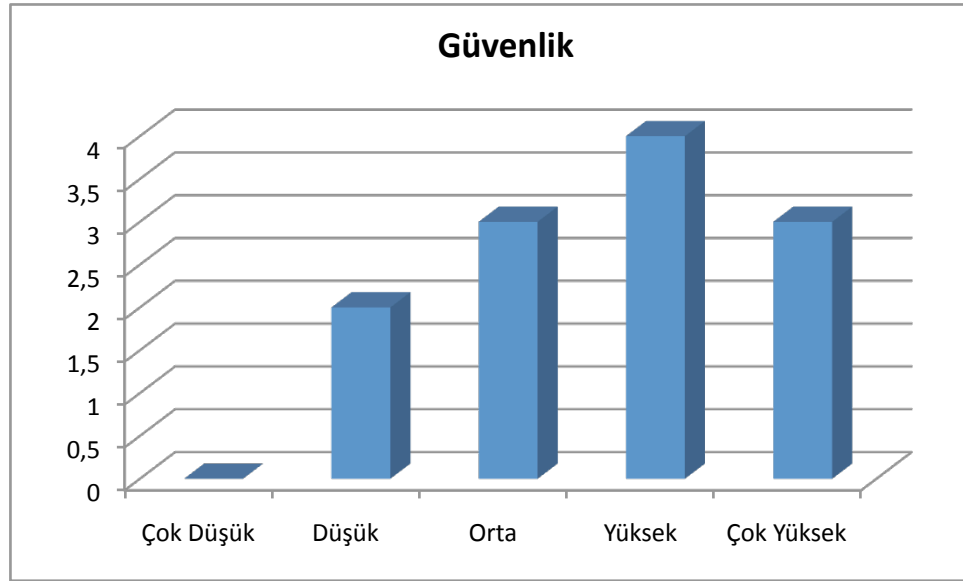
Şekil 3.67 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “arazi değeri” nin önemi.

Operasyon merkezinin yerseçimi kriterleri içerisinde arazi değeri 33 olarak hesaplanan önem derecesi ile, diğer operasyon merkezlerine yakınlıktan sonra en az önemli ikinci kriter olarak derecelendirilmiştir (Şekil 3.67).



Şekil 3.68 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “diğer banka operasyon merkezlerine yakınlık” ın önemi.

Diğer banka operasyon merkezlerine yakınlığın kriter önem ağırlığı 31 olarak hesaplanmıştır ve operasyon merkezleri için en önemsiz kriterdir (Şekil 3.68).



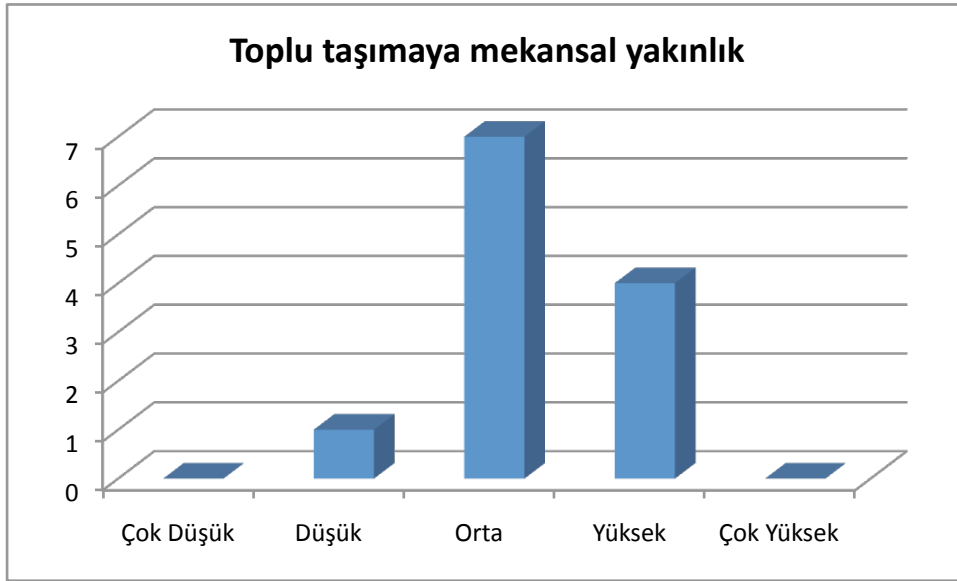
Şekil 3.69 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “güvenlik” in önemi.

Güvenlik kriterinin önem ağırlığı 44 olarak hesaplanmıştır ve elektronik işlem altyapısından sonra en önemli kriterdir (Şekil 3.69).



Şekil 3.70 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “havalimanına mekansal yakınlık” in önemi.

Havalimanına yakınlık kriteri önem ağırlığı 33 olarak hesaplanmıştır. Orta ve az düzeyde önemli bir kriterdir (Şekil 3.70).



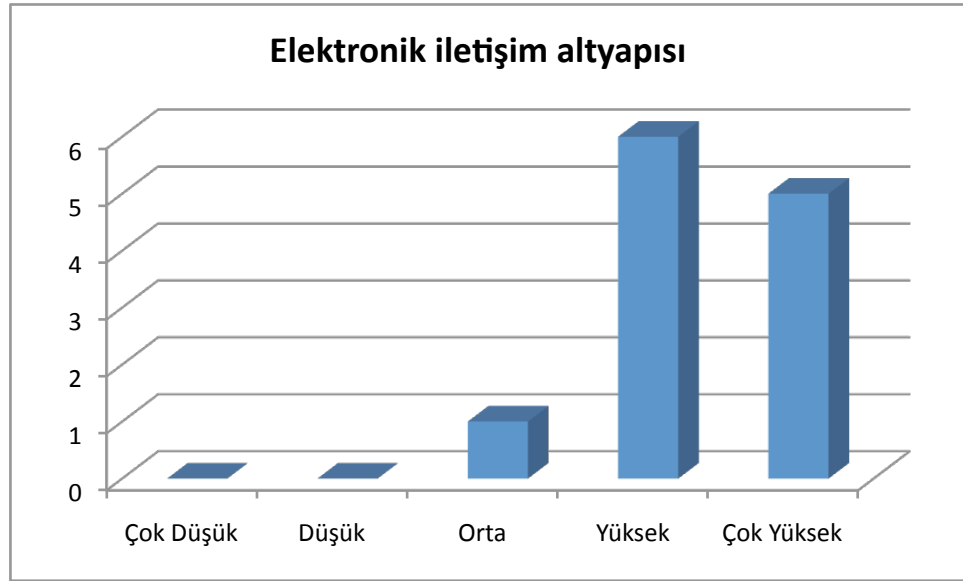
Şekil 3.71 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “toplu taşımaya mekansal yakınlık” ın önemi.

Toplu taşımaya mekansal yakınlığın kriter önem ağırlığı 39 olarak hesaplanmıştır. Operasyon merkezleri için elektronik iletişim altyapısı ve güvenlikten sonra üçüncü en önemli kriterdir (Şekil 3.71).



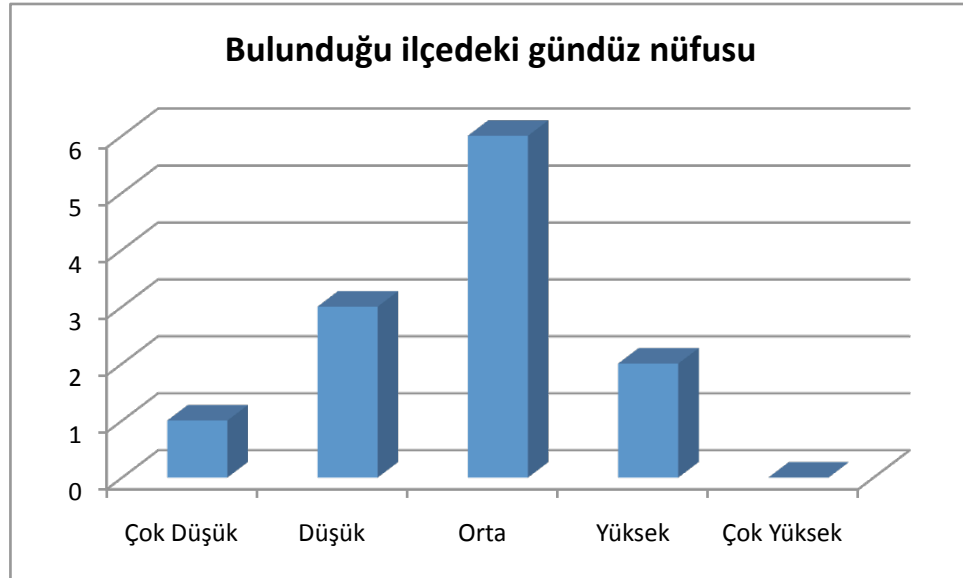
Şekil 3.72 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “kent merkezine mekansal yakınlık” ın önemi.

Kent merkezine mekansal yakınlığın kriter önem ağırlığı 30 olarak hesaplanmıştır. Operasyon merkezi için en önemsiz yerseçim kriteridir (Şekil 3.72).



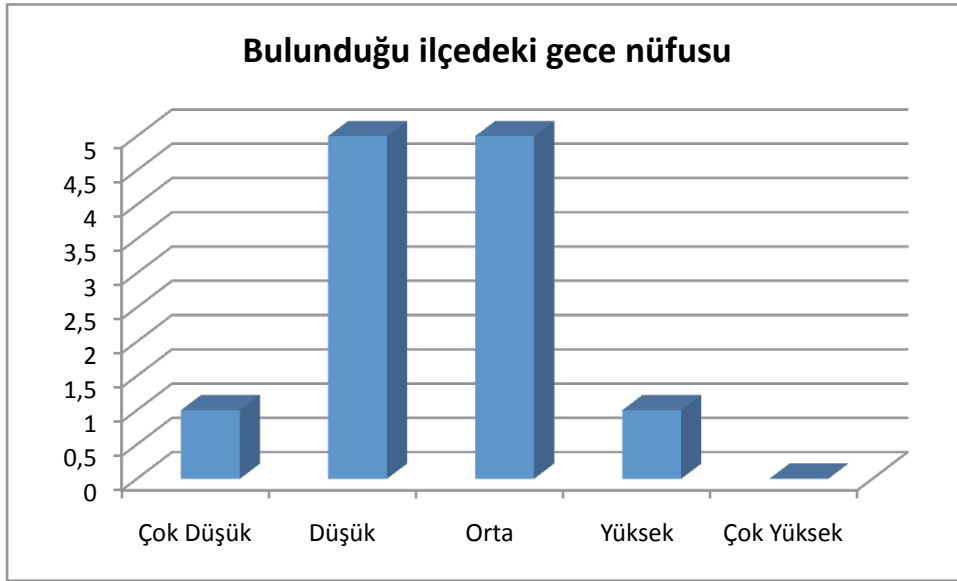
Şekil 3.73 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “elektronik iletişim altyapısı”nın önemi.

Elektronik iletişim altyapısının kriter önem ağırlığı 52 olarak hesaplanmıştır ve operasyon merkezleri için en yüksek önemdeki yerseçim kriteridir (Şekil 3.73).



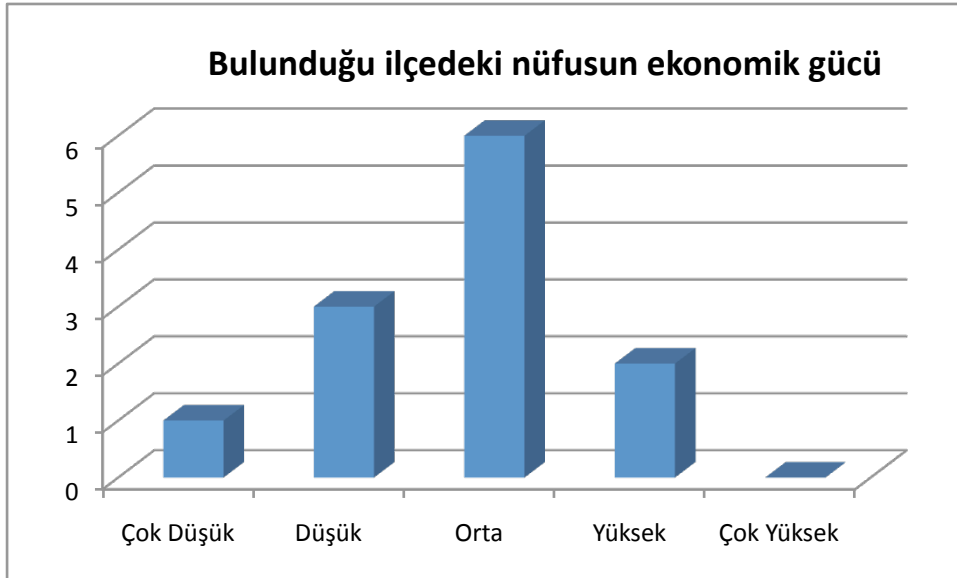
Şekil 3.74 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusu”nın önemi.

Bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusunun kriter önem ağırlığı 33 olarak hesaplanmıştır, orta ve az değerlerde bir önem arz etmektedir (Şekil 3.74).



Şekil 3.75 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gece nüfusu” nun önemi.

Bulunduğu ilçedeki gece nüfusunun kriter önem ağırlığı 30 olarak hesaplanmıştır. Kent merkezine yakınlık ile birlikte en alt seviyede önem taşımaktadır (Şekil 3.75).



Şekil 3.76 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücü” nün önemi.

Bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücünün kriter önem ağırlığı 33 olarak hesaplanmıştır. Orta ve az seviyede önem arz etmektedir (Şekil 3.76).



Şekil 3.77 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliği” nin önemi.

Bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliğinin kriter önem ağırlığı 36 olarak hesaplanmıştır. Operasyon merkezleri için orta üst düzeyde bir öneme sahiptir (Şekil 3.77).

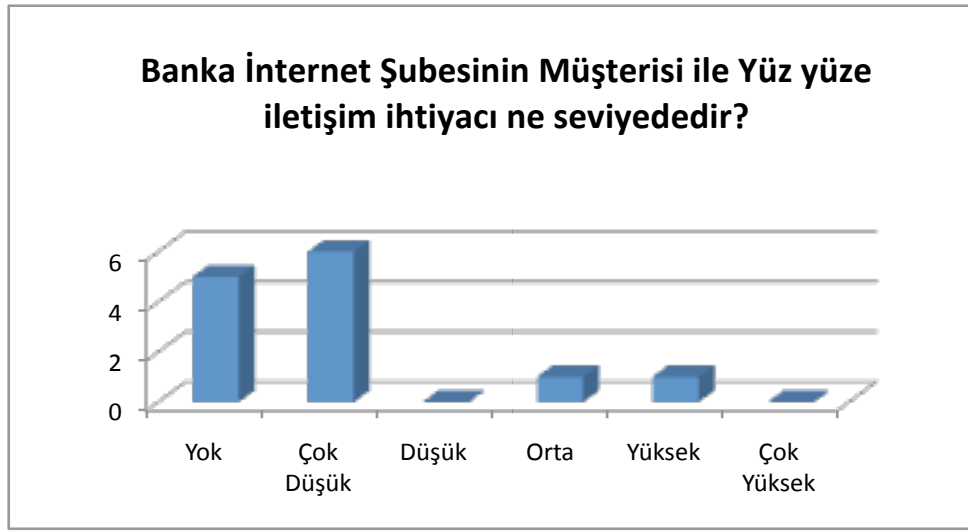


Şekil 3.78 : Banka operasyon merkezleri yerseçimi için yerseçim kriterleri.

Operasyon merkezleri için tüm kriterlerin dağılımı Şekil 3.78’de görüldüğü gibidir. Operasyon merkezleri elektronik işlem altyapısı en kuvvetli, güvenli ve prestijli mekanlarda yer seçerler.

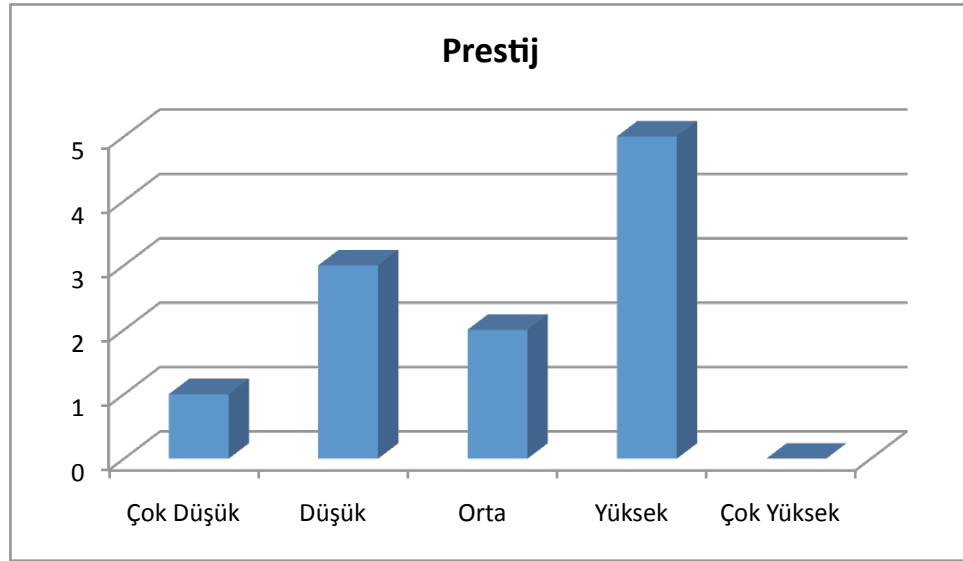
3.2.2.5 Banka İnternet Şubesi Hizmet Merkezleri için yerseçim kriterleri

Banka internet şubesi hizmet merkezleri için yapılan ankette karşılaşılan sonuçlar, denekler ile tekrar görüşülmesini gerektirmiştir. Yapılan görüşmelerde teyit edildiği üzere, bankaların internet şubelerinin hizmet merkezleri, bilgi işlem departmanlarının içerisinde ya da yakınında bulunmakta ve bu sebeple büyük çoğunlukla banka genel merkezinde ya da (bankada mevcut ise) operasyon merkezinin içerisinde yer almaktadır. Bu özel durumdan dolayı, anket cevapları yorumlanırken internet şubelerinin, genel merkez ve operasyon merkezinin etkisi altında kaldığı unutulmamalıdır.



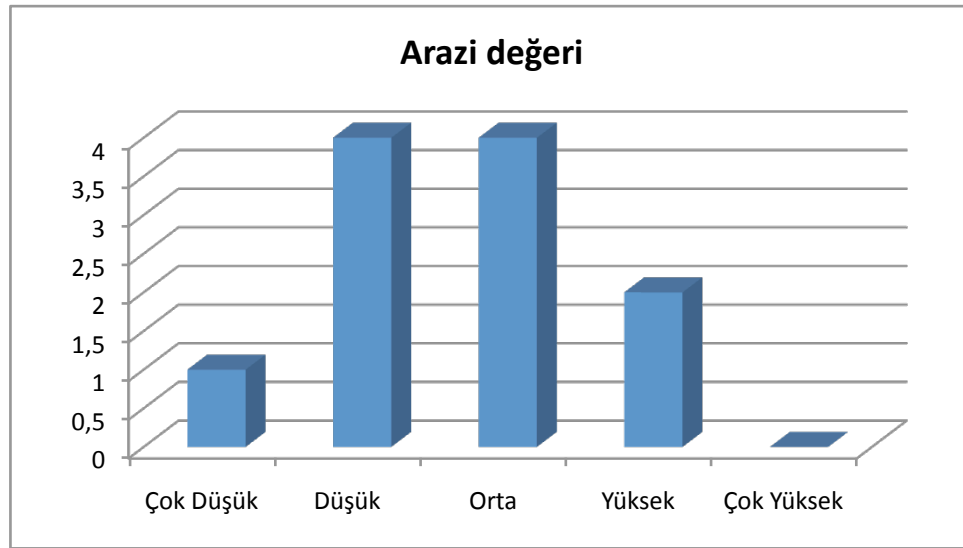
Şekil 3.79 : Banka internet şubesi hizmet merkezlerinin yüz yüze iletişim ihtiyacı.

İnternet şubesi için yüz yüze iletişim ihtiyacı önem ağırlığı 13 olarak hesaplanmıştır ve tüm anketteki en düşük değerdir (Şekil 3.79).



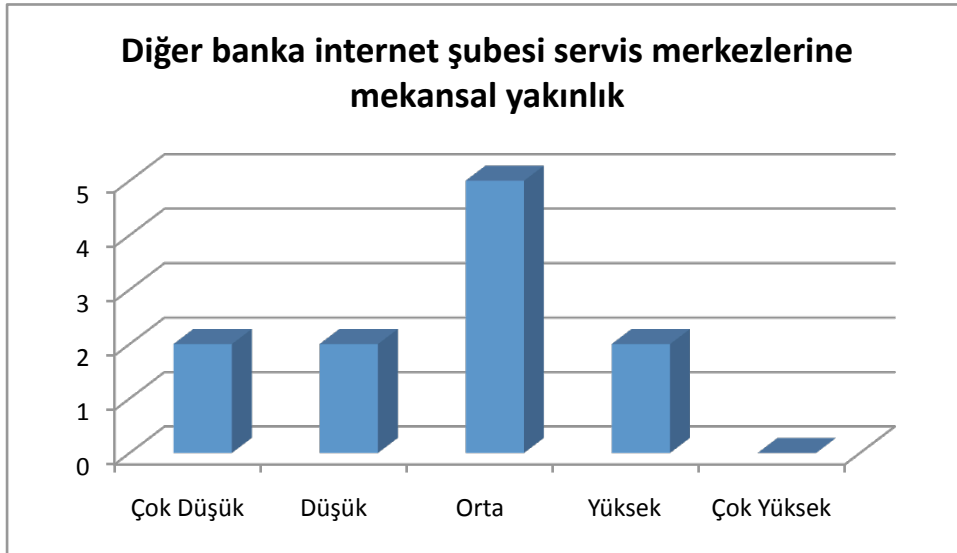
Şekil 3.80 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “prestij” in önemi.

İnternet şubesi yerseçimi için prestij kriterinin önem ağırlığı 33 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.80).



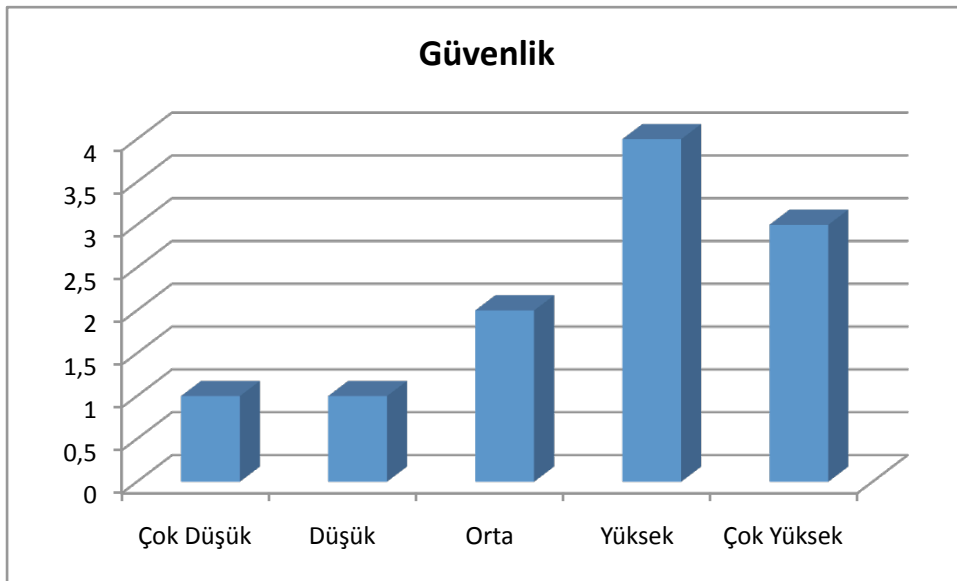
Şekil 3.81 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “arazi değeri” nin önemi.

İnternet şubesi yerseçimi için arazi değerinin kriter önem ağırlığı 29 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.81). Bu değer anketteki en düşük iki önem derecesinden biridir.



Şekil 3.82 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “diğer banka internet şubesi hizmet merkezlerine mekansal yakınlık” ın önemi.

İnternet şubesi yerseçimi için diğer banka internet şubesi hizmet merkezlerine mekansal yakınlığın kriter önem ağırlığı 29 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.82). Bu değer arazi değeri ile birlikte tüm anketteki en düşük iki önem derecesinden biridir.



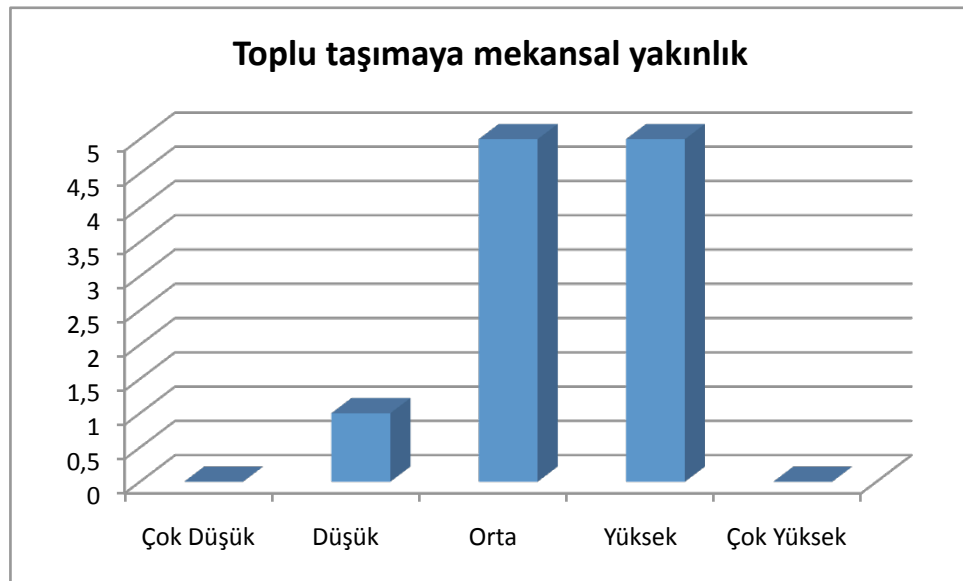
Şekil 3.83 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “güvenlik” in önemi.

İnternet şubesi yerseçimi için güvenliğin kriter önem ağırlığı 40 olarak hesaplanmıştır ve bu değer elektronik işlem altyapısından sonra en önemli yerseçim kriteridir (Şekil 3.83).



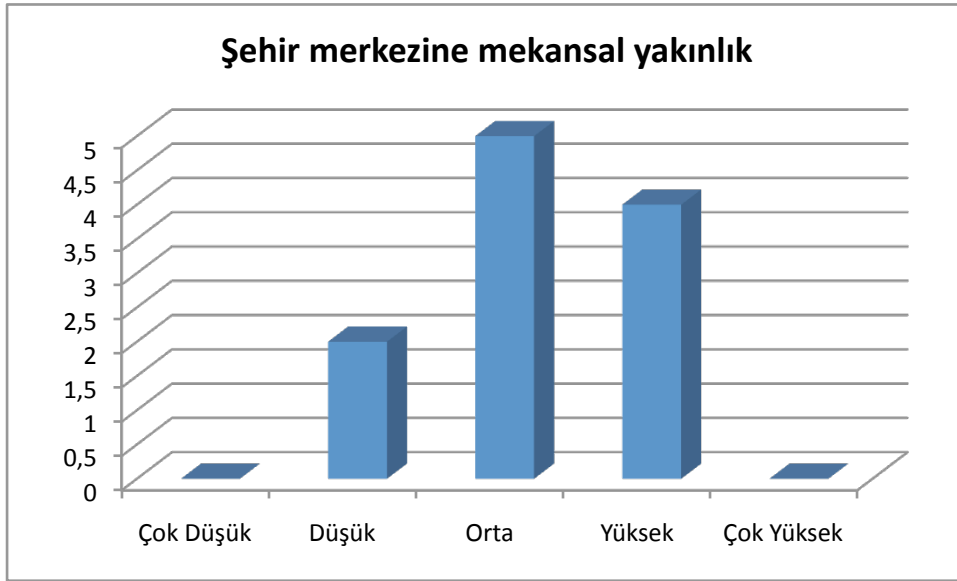
Şekil 3.84 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “havalimanına mekansal yakınlık” ın önemi.

İnternet şubesi yerseçimi için havalimanına mekansal yakınlığın kriter önem ağırlığı 30 olarak hesaplanmıştır. İnternet şubesi hizmet merkezi için en düşük ikinci önem derecesine sahip kriterdir (Şekil 3.84).



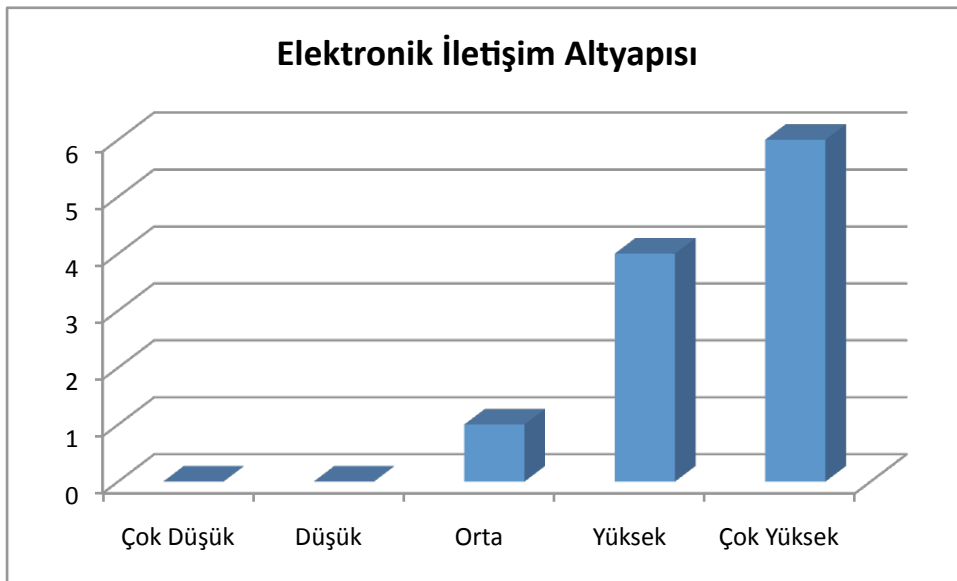
Şekil 3.85 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “toplu taşımaya mekansal yakınlık” ın önemi.

İnternet şubesi yerseçimi için toplu taşımaya mekansal yakınlığın kriter önem ağırlığı 37 olarak hesaplanmıştır. Elektronik iletişim altyapısı ve güvenlikten sonra üçüncü en önemli yerseçim kriteridir (Şekil 3.85).



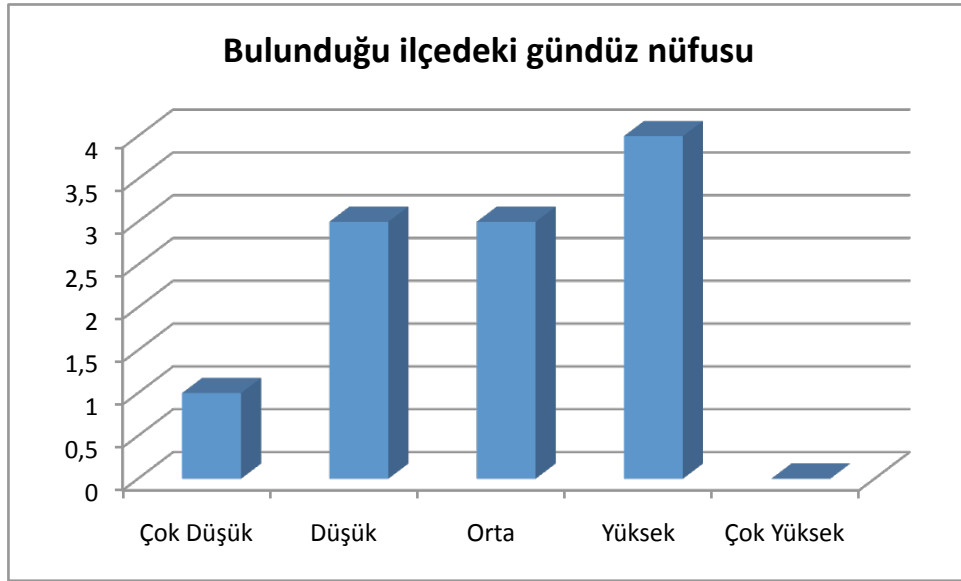
Şekil 3.86 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “kent merkezine mekansal yakınlık” ın önemi.

İnternet şubesi yerseçimi için kent merkezine mekansal yakınlığın kriter önem ağırlığı 35 olarak hesaplanmıştır. Orta yüksek bir derecede değerlendirilmiştir (Şekil 3.86).



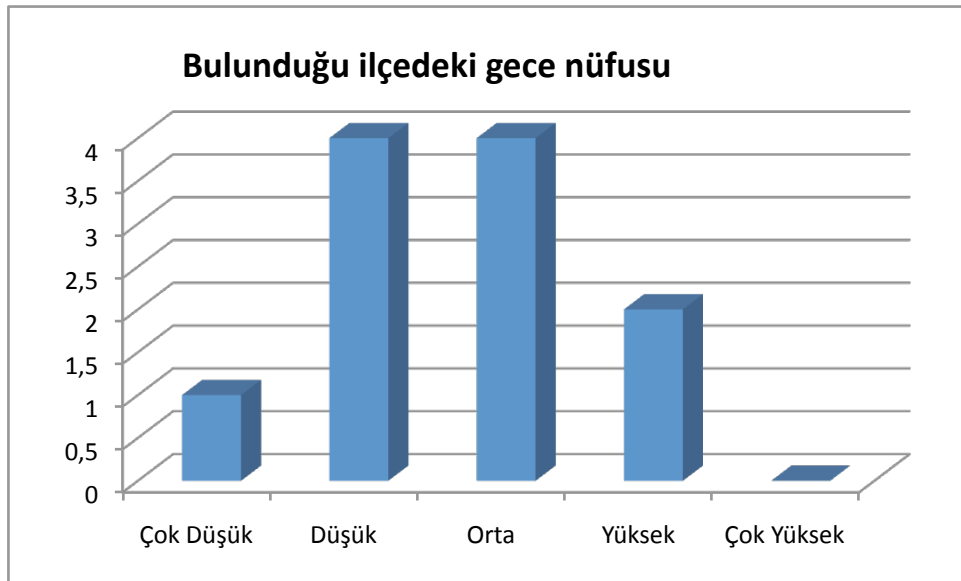
Şekil 3.87 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “elektronik iletişim altyapısı” nın önemi.

İnternet şubesi yerseçimi için elektronik iletişim altyapısının kriter önem ağırlığı 49 olarak hesaplanmıştır ve bu işlem birimi için en yüksek önemde derecelendirilen kriterdir (Şekil 3.87).



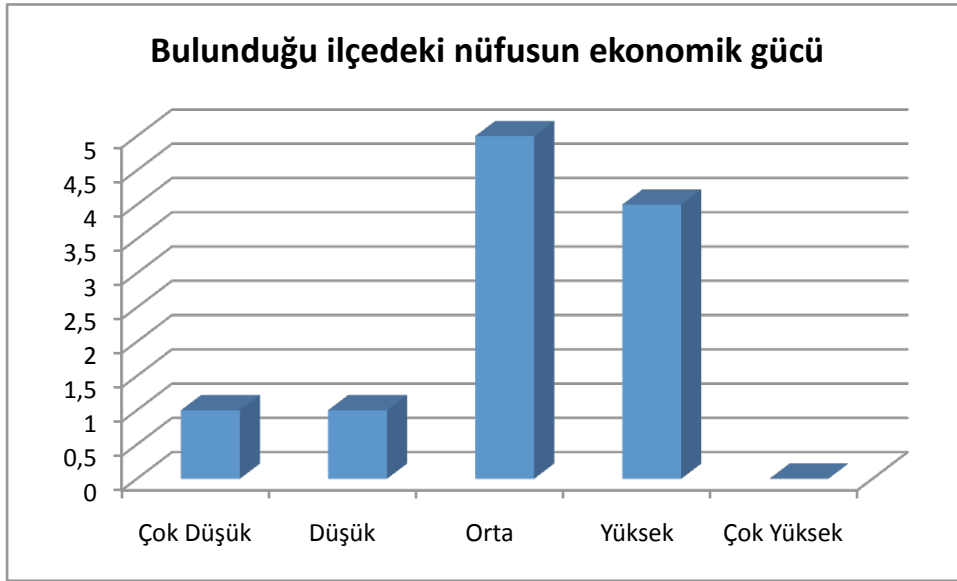
Şekil 3.88 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusu” nun önemi.

Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusunun kriter önem ağırlığı 32 olarak hesaplanmıştır (Şekil 3.88).



Şekil 3.89 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki gece nüfusu” nun önemi.

Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için bulunduğu ilçedeki gece nüfusunun kriter önem ağırlığı 29 olarak hesaplanmıştır. Bu kritere gündüz nüfusundan daha düşük derecede önem verilmektedir (Şekil 3.89).



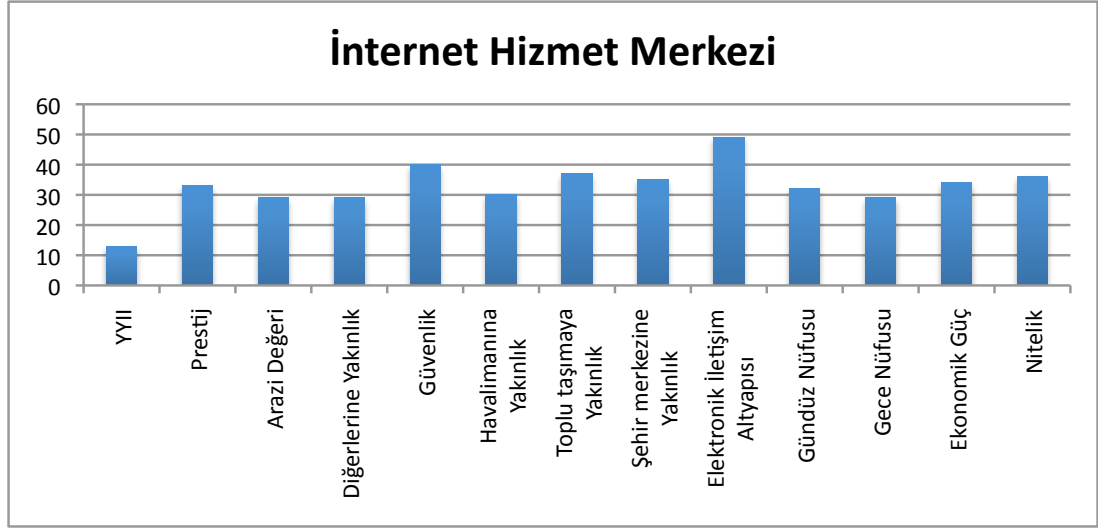
Şekil 3.90 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücü” nün önemi.

Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücünün kriter önem ağırlığı 34 olarak hesaplanmıştır. Yüksek ve orta seviyede önem arz etmektedir (Şekil 3.90).



Şekil 3.91 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için “bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliği” nin önemi.

Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için bulunduğu ilçedeki bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliğinin kriter önem ağırlığı 36 olarak hesaplanmıştır. Bu kriter orta ve yüksek derece önem arz etmektedir (Şekil 3.91).



Şekil 3.92 : Banka internet şubesi hizmet merkezleri yerseçimi için yerseçim kriterleri.

İnternet şubesi hizmet merkezleri için kriterlerin dağılımı yukarıdaki gibidir. Bu merkezler elektronik iletişim altyapısı kuvvetli, güvenli ve toplu taşımaya yakın mekanlarda yer seçerler (Şekil 3.92).

3.2.3 Bankacılık sektöründe iş yoğunluğu araştırması

Tez çalışmasının bu bölümünde Bankalar Birliği'nin üç aylık raporları incelenerek oluşturulan bir veri kümesi üzerinden, bankacılık sektöründe iş yükünün şubeler, çağrı merkezleri ve internet şubesi arasında nasıl paylaşıldığı ve bu paylaşımın değişim trendi izlenecektir. Mart 2008'den eylül 2010'a kadar her çeyrek için edinilen bilgiler toplamda onbir gözlemde oluşmaktadır.

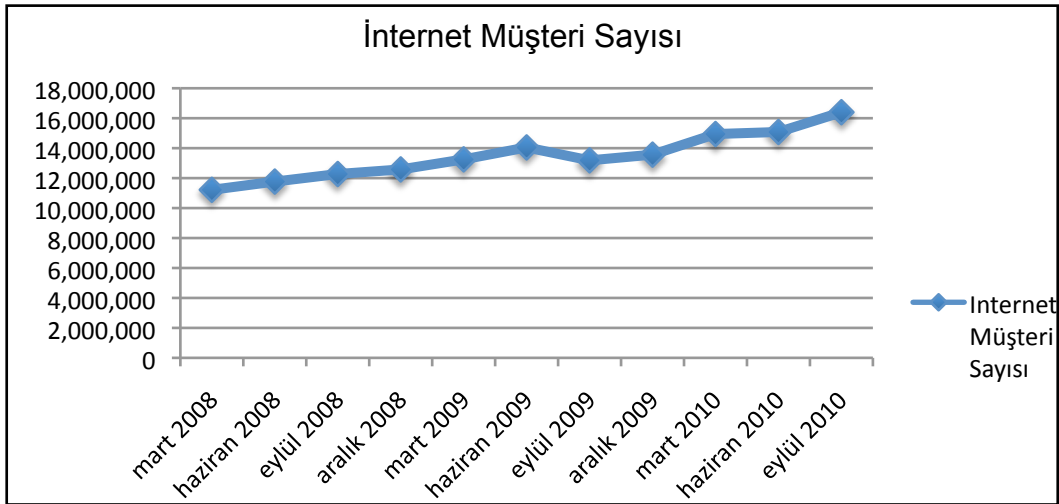
Tezin önceki bölümünde ortaya koyulduğu üzere bankacılık sektöründe müşterisi ile yüz yüze iletişim ihtiyacı olmayan birimler çağrı merkezi, operasyon merkezi ve internet şubesi birimleridir. Bu bölümde oluşturulan veri kümesinde çağrı merkezleri ve internet şubelerinin kullanımında ispatlanacak anlamlı bir artış eğilimi 4 numaralı hipotezin doğrulanmasına yardımcı olacaktır.

Yukarıda bahsedilen veri kümesi mart 2008-eylül 2010 arasında, üçer aylık dönemler halinde Çizelge 3.5'de verilmiştir.

Çizelge 3.5 : Bankacılık sektöründe işlem adedi.

	INT Müşteri Sayısı	ÇM Gelen Çağrı Adedi	INT İşlem Adedi	TR Toplam Banka Şubesi Adedi
Mart 2008	11,218,949	57,519,482	256,390,525	7,852
Haziran 2008	11,769,140	68,261,460	247,014,992	8,174
Eylül 2008	12,274,386	61,752,609	263,052,626	8,544
Aralık 2008	12,580,671	57,851,501	295,732,374	8,790
Mart 2009	13,251,598	61,931,541	332,093,024	8,826
Haziran 2009	14,048,703	59,263,034	321,740,037	8,851
Eylül 2009	13,186,516	60,149,761	326,317,554	8,895
Aralık 2009	13,567,731	60,569,700	335,097,810	9,027
Mart 2010	14,943,220	66,908,009	320,369,162	9,029
Haziran 2010	15,080,493	68,944,494	329,367,949	9,149
Eylül 2010	16,399,683	68,497,684	334,006,768	9,338

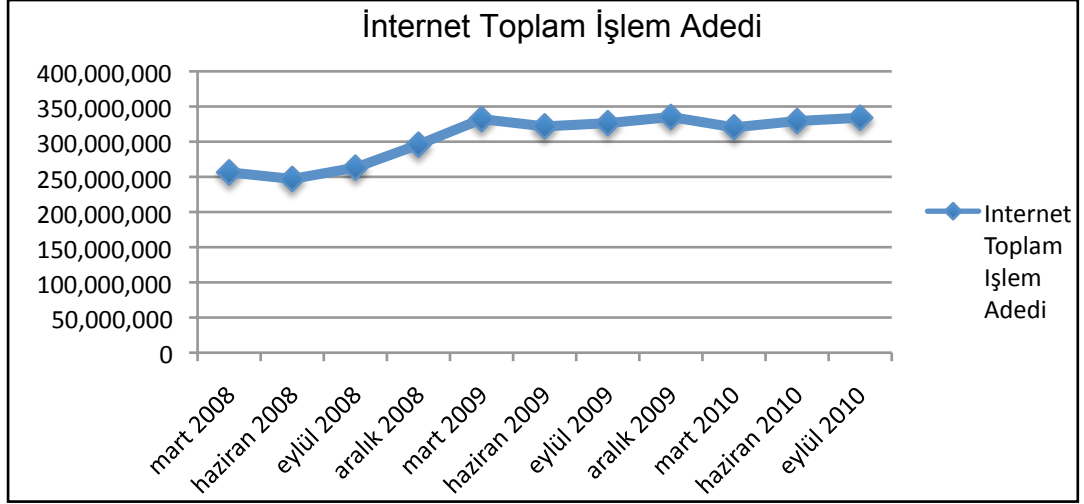
Veri kümesi kullanılarak oluşturulan, bankaların internet şubesi müşteri sayısı grafiğinde (Şekil 3.93) bu sayının veri kümesinin kapsadığı 30 aylık dönemde 11,218,949 kullanıcıdan 16,399,683 kullanıcıya yükselmiş olduğu görülmektedir. Gözlenen değişim %46'lık bir artışı işaret etmektedir. Toplam kullanıcı sayısı, banka mudi sayılarında olduğu gibi, bir kişi birden çok bankanın kullanıcısı olabileceği için mükerrer kayıtlar içermesine rağmen bu sayı yine de oldukça yüksektir.



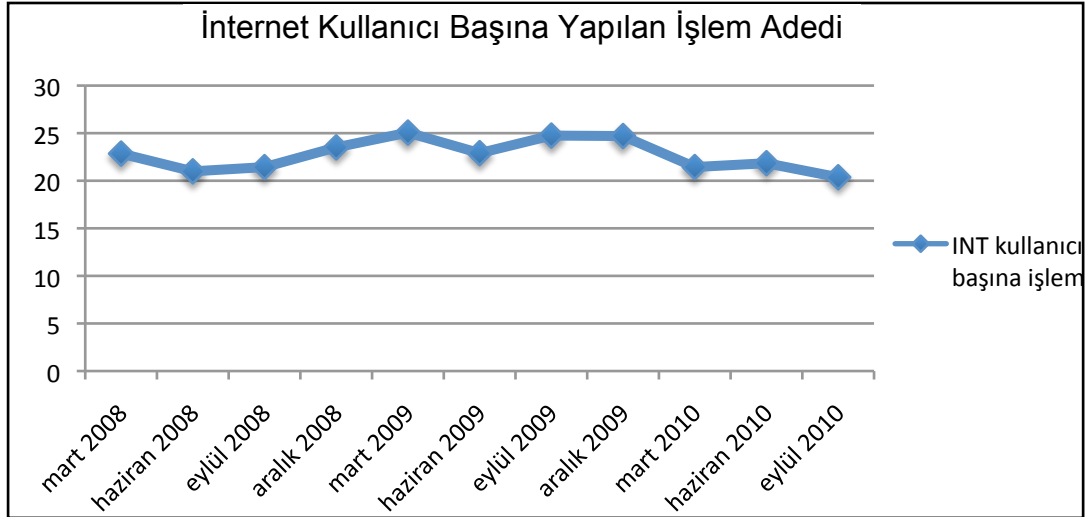
Şekil 3.93 : Bankaların internet şubesi müşteri sayısı.

Aynı dönemde internet şubelerinde yapılan işlem adedinde de artış gözlemlenmektedir. 30 aylık dönemde internet şubelerinde yapılmış toplam işlem adedi %30'luk bir artışla 256,390,525'ten 334,006,768 adede çıkmıştır.

Eylül 2010'un ilk çeyreğinde gerçekleşen 334,006,768 işlemin, 1,714 adedi diğer finansal işlemlere, 7,690 adedi kredi kartı işlemlerine, 9,227 adedi yatırım işlemlerine, 21,981 adedi ödemelere, 36,889 adedi para transferlerine, 256,506 adedi de finansal olmayan işlemlere girmektedir (Şekil 3.94).

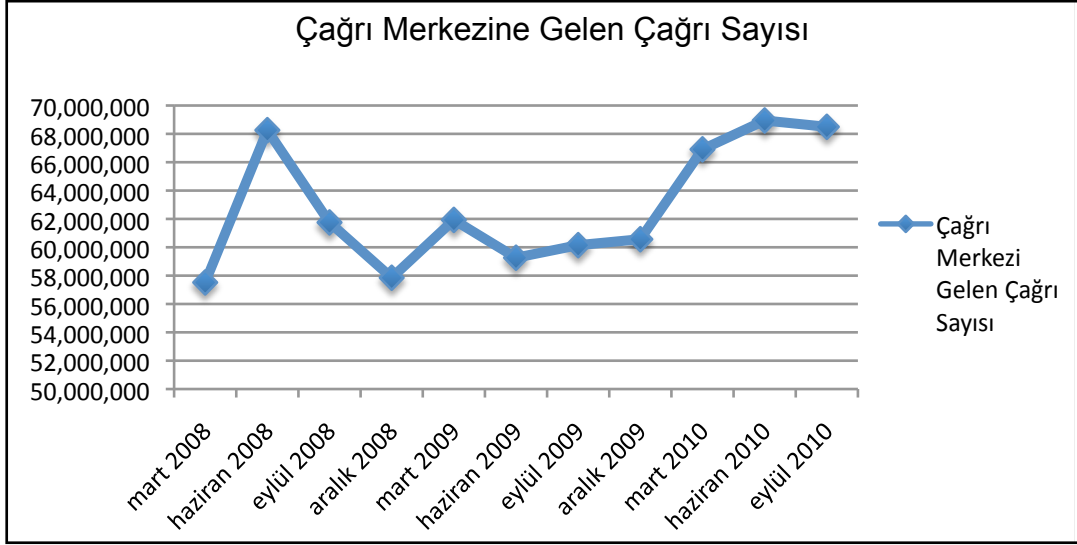


Şekil 3.94 : Bankaların internet şubelerinde üç ayda yapılan toplam işlem adedi.



Şekil 3.95 : Bankaların internet şubelerinde kullanıcı başına yapılan işlem adedi.

Bu dönemde internet bankacılığında kullanıcı başına üç ayda yapılan işlem adedi 22,85'ten 20,36'ya düşmüştür (Şekil 3.95).

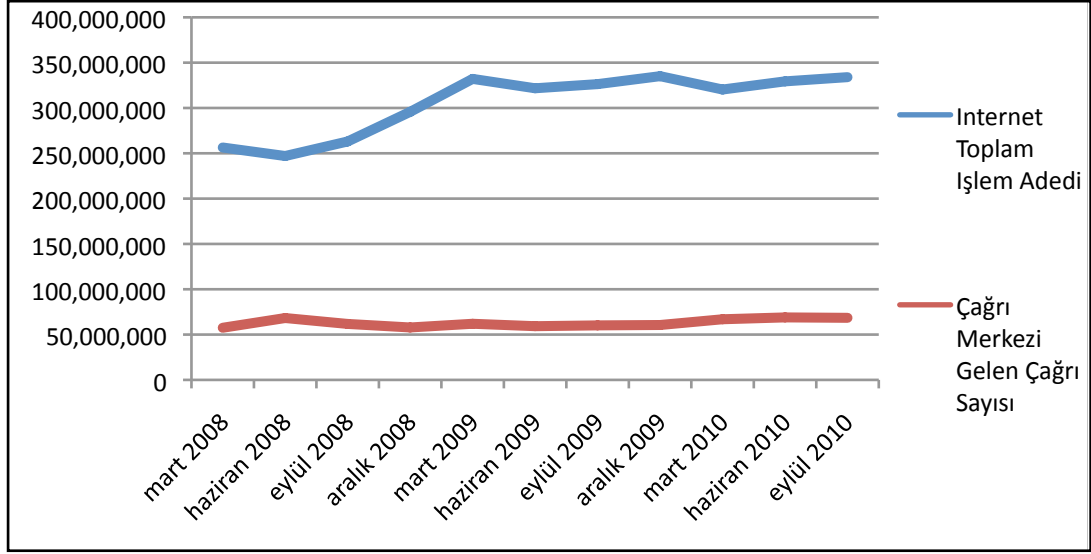


Şekil 3.96 : Bankaların çağrı merkezlerine gelen üç aylık toplam çağrı sayısı.

Banka çağrı merkezlerine gelen toplam çağrı miktarı ise dalgalanma göstermektedir. İnternet bankacılığı kullanıcı sayısı ve işlem adetlerinde gözlemlenen istikrarlı değişimler, çağrı merkezleri için doğrulanmamaktadır.

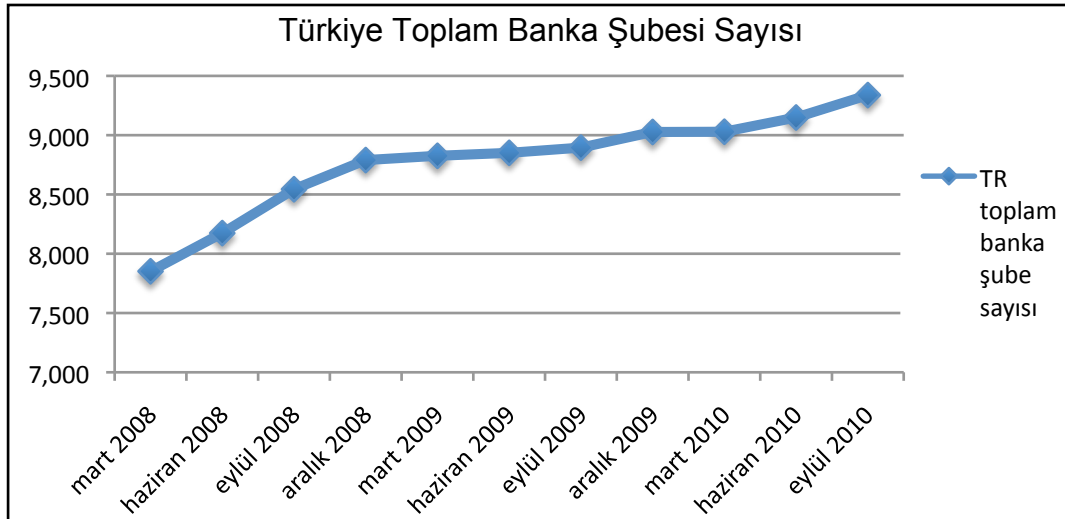
İnternet şubelerinde yapılan işlem adedi ve çağrı merkezlerine gelen toplam çağrı adedi karşılaştırıldığında ise, internet şubelerinde yapılmakta olan işlem miktarının çağrı merkezlerinden çok daha yukarıda olduğu gözlemlenmektedir.

Eylül 2010 verileri ile bankaların internet şubelerinde yapılan işlem adedi 334,006,768 iken, çağrı merkezleri için bu veri 68,497,684'tür. Diğer bir deyişle, banka internet şubeleri, çağrı merkezlerine oranda 4,87 kat daha fazla işlem gerçekleştirmektedir. Burada çarpıcı olan internet şubesi işlemi gerçekleştirmek için internet bağlantısı olan bir bilgisayara sahip olmak gerekirken, telefon bankacılığı kullanıcısı olmak için sadece bir telefona ulaşmak yeterlidir (Şekil 3.96).



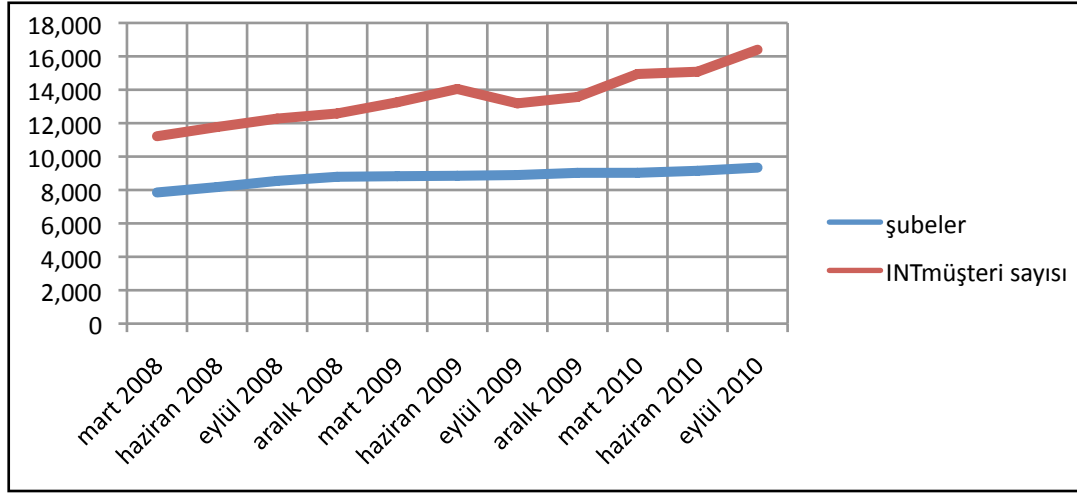
Şekil 3.97 : Bankaların internet şubelerinde yapılan toplam işlem ve çağrı merkezine gelen çağrı adetlerinin karşılaştırılması.

Yüz yüze iletişim ihtiyacı olmayan bankacılık modellerinde yukarıda belirtilen artışlar yaşanırken, bir yandan da banka şube sayıları artış göstermektedir. İncelenen 30 aylık dönemde Türkiye’deki banka şubesi sayısı 7852’den %18’lik bir artışla 9338’e çıkmıştır (Şekil 3.98).



Şekil 3.98 : Türkiye’de toplam banka şube sayısı.

Banka şube sayıları ve internet müşterisi adedi karşılaştırıldığında ise mart 2008’de banka internet şubeleri müşteri sayısının banka şubelerine oranı 1428 kullanıcı/şube iken, 2010 eylül’de bu oran 1756 kullanıcı/şube olmuştur (Şekil 3.99).



Şekil 3.99 : İnternet şubesi kullanıcı sayısı ve banka şube sayısı karşılaştırması.

Tüm bu göstergeler Türkiye’de bankaların işlem yoğunluğunun gittikçe yüz yüze iletişim ihtiyacı olmayan kanallara doğru kaydığını göstermektedir.

3.3 Bölüm Sonuçları

Tezin bu bölümünde ilk önce üretici bir hizmet olarak bankacılığın tanımı yapılmış, bankacılık iş modeli ve hizmet birimleri incelenmiş, CBS yardımıyla haritalandırma çalışması yürütülmüş, daha sonra bankacılık sektörü karar vericilerine yönelik bir anket araştırması yapılmış ve son olarak da bankacılık sektöründeki işlem yükünü tespit etmek üzere istatistiki bir çalışma yapılmıştır. Tüm bu çalışmalardan sonra tez çalışmasının ilk bölümünde sıralanan hipotezler için aşağıdaki çıkarımlara varılmıştır.

Hipotez 1: “Üretici hizmetler mekansal olarak parçalanmaktadır.”

Bulgular: Bankacılık sektörü mekansal olarak parçalara bölünmüş olarak farklı lokasyonlardan hizmet vermektedir. Aynı banka içerisinde farklı hizmet birimleri tezin amaç bölümünde anlatıldığı modelde parçalanmıştır.

1. Perakende Hizmet = Şubeler
2. Yönetim Merkezi = Genel Merkez

3. Geri Ofis Hizmetleri = Operasyon Merkezi
4. Çağrı Merkezi = Çağrı Merkezi
5. Çevrimiçi Mobil hizmet = İnternet Şubesi Hizmet Merkezi (Dağınık)

Yukarıda sıralanan beş birim de aynı banka içerisinde çalışan ve dışarıdaki müşteriye tek bir bütünleşik hizmet sunan birimlerdir. Diğer bir deyişle, banka müşterisi bankaya şubeden de, çağrı merkezinde de, internet şubesinden de ulaştığında aynı hizmeti almaktadır. Bankanın içinde ise bu hizmeti sunan birimler birbirinden coğrafi olarak kopuk, tamamen farklı mekanlarda bulunabilir.

Aynı şekilde bankanın genel merkezi ve diğer birimler de tam koordinasyon içinde çalışmalarına rağmen coğrafi olarak kopuk ve tamamen farklı mekanlarda bulunmaktadır. Bu dağınık yerseçim imkanı, bilgi iletişim altyapılarındaki gelişmeler sayesinde mümkün olmuştur.

Hipotez 2: “Üretici hizmetlerin farklı birimlerinin yerseçim kriterleri ve dolayısıyla kentlerde seçtikleri yerler farklıdır.”

Bulgular: Yukarıda sıralanan farklı birimler, kent içinde anlamlı olarak farklı lokasyonlarda yer seçmişlerdir.

- Banka genel merkezleri, elektronik işlem altyapısı en iyi, prestijli, toplu taşımaya yakın ve güvenli mekanlarda yer seçerler.
- Şubeler, yüz yüze iletişime en uygun, diğer bankaların şubelerine en yakın, güvenli ve prestijli mekanlarda yer seçerler.
- Çağrı merkezleri, elektronik iletişim altyapısı en kuvvetli, toplu taşımaya yakın ve güvenli mekanlarda yer seçerler.
- Operasyon merkezleri, elektronik işlem altyapısı en kuvvetli, güvenli ve prestijli mekanlarda yer seçerler.
- İnternet şubesi hizmet merkezleri, elektronik iletişim altyapısı kuvvetli, güvenli ve toplu taşımaya yakın mekanlarda yer seçerler.

Hipotez 3: “Bankacılık sektöründe, şube ve genel merkezlerin yerseçimlerinde kümelenme gözlemlenirken, çağrı merkezleri ve operasyon merkezlerinde kümelenme görülmemektedir. Bu iki durum arasındaki fark, birimlerin müşterileri ile etkileşimlerinde yüz yüze iletişime duydukları ihtiyaç ile açıklanabilir.”

Bulgular: Türkiye'de faaliyet gösteren bankaların %86'sı genel merkez için İstanbul kentini seçmiştir. Aynı şekilde İstanbul'da kurulu bu bankaların %56'sı Şişli'de, %28'i Beşiktaş'ta yer seçmiştir. Bu bulgular banka genel merkezlerinin MİA'da çok güçlü bir kümelenme etkisi altında olduklarını göstermektedir.

Aynı bankanın şubeleri ve genel merkezleri benzer yerleşimlerinde bulunmaktadır. Farklı bankaların şubeleri ve farklı bankaların genel merkezleri aynı ya da benzer yerleşimleri göstermektedir.

Diğer taraftan genel merkez ve şubeler için yüz yüze iletişim ihtiyacı sırasıyla 46 ve 69 ağırlık değerine sahip bir yerleşim kriteridir. Aynı zamanda tüm yerleşim kriterlerinin toplam ağırlığı gözönüne alındığında genel merkezlerin 57.38, şubelerin ise 55.77 değerinde yerleşim kriterlerine bağlı olduğu görülür.

Bu durumda banka genel merkezleri ve şubeleri için yüz yüze iletişim ihtiyacının, tüm diğer kriterler için bir gösterge olacak şekilde etki yarattığı ve bu iki işlem birimi için kümelenme yaratacak derecede belirleyici olduğu söylenebilir.

Operasyon merkezi, çağrı merkezleri ve internet şubesi hizmet merkezlerine gelindiğinde ise tam aksi bir durum oluşmaktadır. Haritalandırma çalışmasında anlamlı bir kümelenme göstermeyen bu işlem birimleri için yüz yüze iletişim ihtiyacı kriteri sırasıyla 15, 15 ve 13 olacak şekilde, son derece düşük önemde derecelendirilmiştir.

Aynı zamanda tüm diğer kriter ağırlıklı ortalamaları alındığında ise bu birimler için yerleşim kriterlerinin toplam ağırlığı 32.92, 34.31 ve 32.77 olarak oluşmaktadır. Bu durumda yüz yüze iletişim ihtiyacı azaldıkça, yerleşim kriterlerine bağımlılığın azaldığı söylenebilir.

Hipotez 4: “Üretici hizmetlerdeki işlem yoğunluğu gittikçe yüz yüze iletişim ihtiyacı olmayan faaliyetlere doğru kaymaktadır.”

Bulgular: Yüz yüze iletişim ihtiyacı olmayan faaliyetler bankacılık sektöründe operasyon merkezi, çağrı merkezleri ve internet şubesi hizmet merkezleri olarak ortaya koyulmuştur.

Mart 2008-Eylül 2010 arasında geçen 30 aylık dönemde, internet bankacılığı kullanıcı sayısı 11,218,949 kullanıcıdan 16,399,683 kullanıcıya yükselmiş olduğu görülmektedir. Bu değişim %46'lık bir artışı işaret etmektedir. Aynı dönemde

internet şubelerinde yapılan işlem adedinde de artış gözlemlenmektedir. 30 aylık bu dönemde internet şubelerinde yapılmış toplam işlem adedi %30'luk bir artışla 256,390,525'ten 334,006,768 adede çıkmıştır.

Çağrı merkezlerinde ise çalışmaya konu olan dönemde gelen çağrı adedi 57,519,482'den 68,497,684'e çıkmıştır. Bu artış %19 luk bir farkı işaret etmektedir.

Tüm bu bulgular bankacılık sektöründe yüz yüze iletişim ihtiyacı olmayan işlem birimlerinin gittikçe daha baskın roller almakta olduğunu göstermektedir.

4. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Tez çalışmasının araştırma problemi “Bilgi çağı kentlerine geçişte, üretici hizmetlerin yerseçim kriterlerini etkileyen temel faktörler nelerdir?” olarak belirlenmiş ve üretici hizmetlere örnek olarak bankacılık sektörü seçilmiştir.

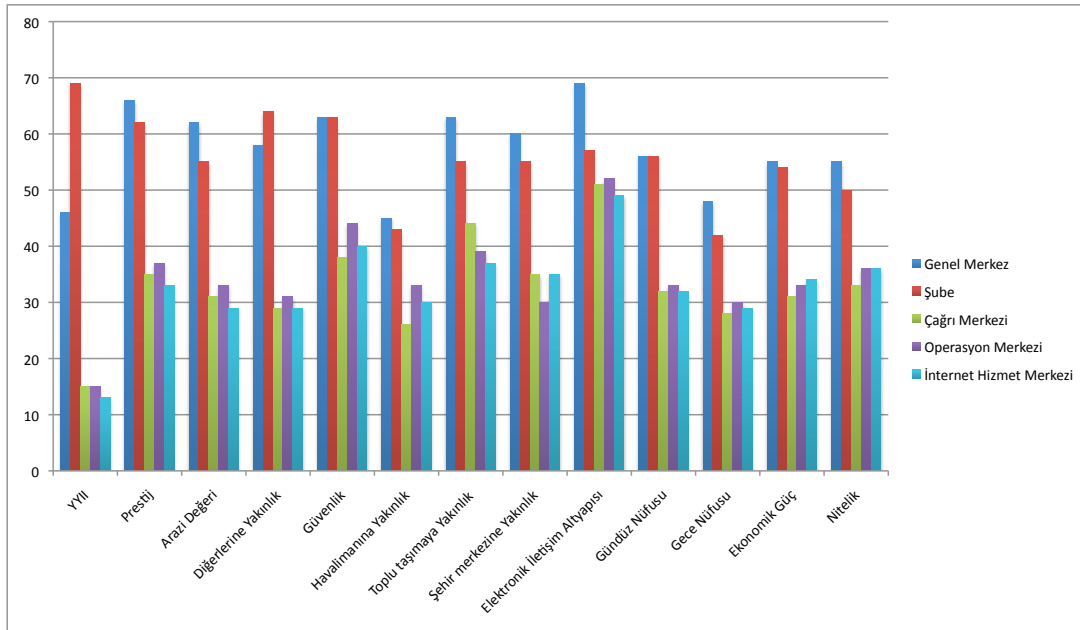
Çalışmanın birinci bölümünde öne sürülen tüm hipotezler, ikinci bölüm olan “Kentlerde Hizmet Sektörünün Değişim Süreci” kapsamında literatür taraması ile desteklenmiş ve “İstanbul’da Bankacılık Sektöründe Yerseçim Kriterleri Araştırması” ile doğrulanmıştır. Hipotezlerin ardarda getirilmesi sonucunda aşağıdaki önermeler doğru olarak kabul edilebilir:

- Üretici hizmetler mekansal olarak parçalanmaktadır ve çalışma birimlerinin yer seçim kriterleri ve dolayısıyla kentlerde seçtikleri yerler anlamlı bir şekilde farklılaşmıştır.
- Bankacılık sektörü özelinde, şube ve genel merkezlerin yerseçimlerinde kümelenme gözlemlenirken, çağrı merkezleri ve operasyon merkezlerinde aynı etki görülmemektedir.
- Bankacılık sektöründe işlem yoğunluğu gittikçe yüz yüze iletişim ihtiyacı olmayan faaliyetlere doğru kaymaktadır.

Önermeler sonucunda, tez çalışmasının “Bankacılık Sektörü Yerseçim Kriterleri Anket Çalışması” bölümünde elde edilen tüm çıktılar bir araya getirilerek Çizelge 4.1 ve Şekil 4.1’de değerlendirilebilir.

Çizelge 4.1 : Bankacılık sektörü yerseçim kriterleri önem ağırlıkları.

	Genel Merkez	Şube	Çağrı Merkezi	Operasyon Merkezi	İnternet Hizmet Merkezi
YYII	46	69	15	15	13
Prestij	66	62	35	37	33
Arazi değeri	62	55	31	33	29
Diğerlerine yakınlık	58	64	29	31	29
Güvenlik	63	63	38	44	40
Havalimanına yakınlık	45	43	26	33	30
Toplu taşımaya yakınlık	63	55	44	39	37
Kent merkezine yakınlık	60	55	35	30	35
Elektronik iletişim altyapısı	69	57	51	52	49
Gündüz nüfusu	56	56	32	33	32
Gece nüfusu	48	42	28	30	29
Ekonomik güç	55	54	31	33	34
Nitelik	55	50	33	36	36



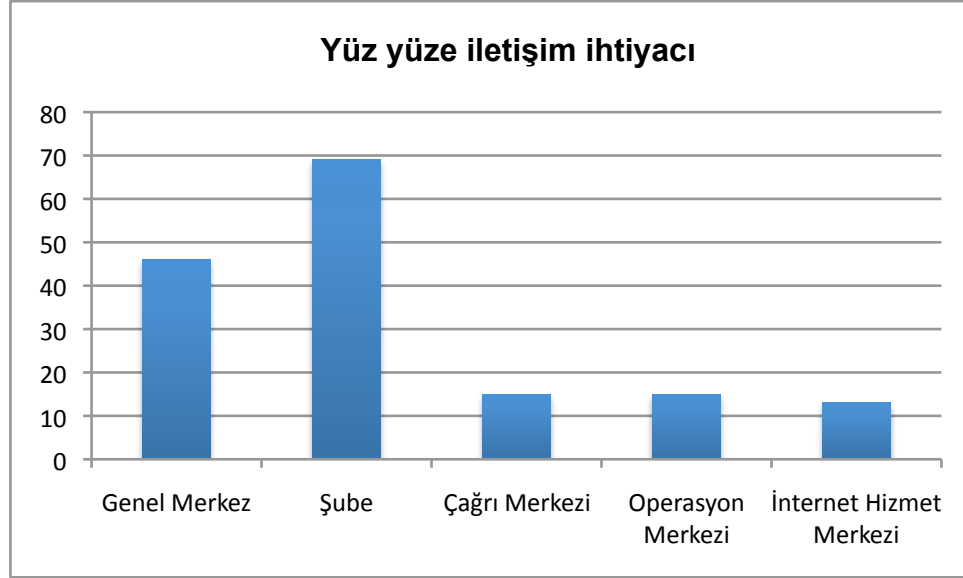
Şekil 4.1 : Bankacılık yerseçim kriterleri önem ağırlıkları.

Yukarıdaki çizelge ve şekilde yer alan verilere dayanılarak bankacılık işlem birimlerinin yerseçim karakteristikleri ikiye ayrılabilir:

- Yüz yüze iletişime ihtiyaç duyan birimlerin yerseçimleri (Genel Merkez ve Şubeler)

- Yüz yüze iletişime ihtiyaç duymayan birimlerin yerseçimleri (Çağrı Merkezleri, Operasyon Merkezleri ve İnternet Şubesi Hizmet Merkezleri)

Yüz yüze iletişim ihtiyacı, bankacılık işlem birimlerinin kendi iş modelleri ile ilgili bir kriterdir. Bu kriterin mekan ile ilişkisi diğer kriterlerin bileşkesi olarak kurulmaktadır. Yüz yüze iletişim ile ilgili kriterlerin ağırlıkları biraraya toplandığında Şekil 4.2'deki durum ortaya çıkmaktadır.



Şekil 4.2 : Banka işlem birimlerinin yüz yüze iletişim ihtiyacı.

Yüz yüze iletişime ihtiyaç duyan birimlerin yerseçim kriterlerinin genel ağırlıklı ortalaması 57.38-55.77 aralığında yer alırken, yüz yüze iletişime ihtiyaç duymayan birimlerin genel ağırlıklı ortalaması 32.77-34.31 aralığında yer almaktadır.

Elde edilen sonuçlar, yüz yüze iletişim ihtiyacı yüksek olan üretici hizmetlerde yerseçim kriterlerinin öneminin yüksek olduğu ve yüz yüze iletişim ihtiyacı az olan üretici hizmetler için ise yerseçiminin daha az önemde olduğunu göstermektedir.

Üretici hizmetlerde işlem yoğunluğunun yüz yüze iletişim ihtiyacı daha az birimlere doğru kayması ile birlikte, üretici hizmetlerde yerseçim kriterlerinde daha esnek davranışlar gözlemlenmesi beklenebilir. Bu esneklik yüz yüze iletişim ihtiyacı gerektirmeyen birimlerin yerseçimlerinin birbiri ile benzeşmemesini (kümelenme olmamasını) açıklamaktadır.

Sanayi ekonomisinin kenti, ürünü üreten, pazarlayan, dağıtan ve tüketen bir yapı olarak kurulmuşken, bilgi ekonomisinin kenti bilgiyi üreten, derleyen ve akışını kontrol eden bir yönetim merkezi olmak zorundadır.

Sanayi kentinde değişim, sanayinin yönetim merkezi ve üretim merkezinin birbirinden ayrılması ve üretimin hızlı ulaşım sayesinde kentten ayrılması ile başlamıştır. Aynı şekilde hızlı bilgi iletişimi de hizmetler sektörünün üretim ve yönetim merkezlerinin birbirinden ayrılması ve üretim merkezlerinin kentin çepherlerine itilmesi sürecini tetiklemektedir.

Bilgi toplumuna geçiş ilerledikçe bilgi kentlerinin yüz yüze iletişim ihtiyacı gerektirmeyen bilgi fabrikalarının şehrin merkezinden giderek daha da uzakta yer alması beklenebilir. Fakat yine de bu birimler için toplu taşımaya yakınlık kriterinin en yüksek önemde değerlendirilmiş olması, kentten tam bir ayrılmanın yaşanmasının muhtemel görülmediğinin kanıtıdır. Bilgi fabrikaları çalışanlarının da kent merkezi fonksiyonlarına ihtiyacı yüksektir.

Diğer taraftan yüz yüze iletişim ihtiyacı gerektiren hizmetlerin MİA'da yer seçmeye devam edeceği de kuvvetli bir sav olarak ortaya koyulmuştur.

Tüm bu bahsedilen değişim dinamikleri, İstanbul özelinde yapılan alan araştırmasında da görüldüğü üzere MİA'nın yer değişimi süreci içerisinde açıklanabilirler. Çalışmada İstanbul MİA'sının Tarihi Yarımada'dan Beyoğlu'na, oradan Şişli'ye ve şimdi de Maslak'a kadar uzanış tarihinin, banka genel merkezlerinin yerseçim kriterleri ve seçtikleri yerin değişimi ile birebir örtüştüğü gözlemlenmiştir.

Sonuç olarak, gelişmekte olan bilgi iletişim teknolojilerinin etkisi ile hizmetler sektörü hızla değişmekte ve mekansal olarak parçalanmaktadır. Yüz yüze iletişim gerektiren faaliyetler benzer yerler seçerek kümelenirken, yüz yüze iletişim gerektirmeyen faaliyetler mekana daha serbest dağılmaktadır. yüz yüze iletişim ihtiyacı az olan faaliyetlerin yerseçim kriterleri oldukça esnektir ve içinde bulundukları mekansal çevre ile direkt ilişkiler kurmamaları nedeniyle, yüz yüze iletişim ihtiyacı gösteren birimlere göre mekandan daha bağımsızdır.

Bilgi kentlerine geçişin yaşandığı günümüzde üretici hizmetlerde işlem yoğunluğu gittikçe artan bir hızla yüz yüze iletişim gerektirmeyen faaliyetlere doğru kaymakta ve bu durumun neticesinde kent merkezlerinde yer seçme gereksinimi duyan birimler küçülmektedir.

Diğer taraftan ise kent merkezinin sunmuş olduğu olanakları doğrudan kullanan yüz yüze iletişim ihtiyacı içerisindeki faaliyetlerin ise merkeze bağımlılığında herhangi bir azalma kaydedilmemektedir. Aksine, bu tür işlerde istihdam edilecek çalışanların yoğunluğu MİA ve çevresinde daha yüksektir.

Gelecekte üretici hizmetler için yüz yüze iletişim ihtiyacı olan ve olmayan birimlerin işlem yoğunluklarının, çalışan sayılarının ve ticari büyüklüklerinin sürekli izlenmesi, MİA'lar üzerindeki yoğunluk baskısının artıp azalması konusunda bir gösterge olarak alınabilir.

Bahsedilen göstergeler içerisinde, bilgi fabrikaları olarak adlandırılan, yüz yüze iletişim ihtiyacı gerektirmeyen birimlerde istihdam edilen çalışan sayısında, ileride kritik bir düşüş eğilimine girilebilir. Sanayi kentinde fabrikaların yönetim merkezlerini MİA'da bırakarak, kentten ayrılmalarının ardından, üretimde robotlaşma ile çalışan sayılarında radikal bir düşüş yaşanmış ve burada açığa çıkan çalışan nüfusu 20. yy içerisinde büyük bir gelişme gösteren hizmet sektörü çekmiştir.

Yukarıda açıklanan sürece benzer bir durum da günümüzde yüz yüze iletişim ihtiyacı gerektirmeyen üretici hizmet birimlerinde yaşanmaktadır. Robot operatörler çağrı merkezlerinde, gelişmiş yazılımlar operasyon merkezlerinde ve her türlü mobil iletişim cihazı da toplum hayatında, önceden insanlar tarafından yapılmakta olan işleri bir bir almaktadırlar.

Yakın bir gelecekte üretici hizmetlerde giderek hızlanan otomasyon etkisi, yüz yüze iletişim ihtiyacını azaltacak bir noktaya erişme eğilimine girebilir. Bu durum hem kentsel politikalar, hem de kentlinin yaşam kalitesi dahil birçok konuda şimdiden öngörülemez sonuçlar yaratma potansiyelini taşımaktadır.

Tüm bu paradigma değişimlerinin arasında, bilgi kentlerine geçiş süreci sonuçlanmaya yaklaştığında, günümüzde üretici hizmetlerin yüz yüze iletişim ihtiyacı gerektirmeyen birimlerinde istihdam edilmekte olan çalışan nüfusu diğer sektörlerle ya da yeni bir sektöre kayabilecektir. Bu sektörlerin neler olacağı ve kent yaşamının nasıl programlanacağı şimdiden politikalar geliştirilerek planlanmalı ve bu yeni sektör için kent plancıları geleceğin kentlerini hazırlamalıdır.

KAYNAKLAR

- Akın, B.**, 1999. 2000 Yılına Doğru Bilgi Toplumu Üzerine Bir Genel Değerlendirme ve Bilgi Ekonomisinin Özellikleri. *Verimlilik Dergisi*, MPM Yayınları, 1999/1 Ankara.
- Aktan, C. ve Tunç, M.**, 1998. Bilgi Toplumu ve Türkiye. *Yeni Türkiye Dergisi*, Ocak-Şubat 1998. s.118-134.
- Bachmann, M.**, 2003. "Comet Competitive Metropolises", EU 5th Framework Program, Brussels.
- Bayraç, N.**, 2003. Yeni Ekonomi'nin Toplumsal, Ekonomik ve Teknolojik Boyutları. *OGÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:4, Sayı: 1, Haziran 2003, 41-62.
- Bell, D.**, 1973. *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York.
- Berköz, L.**, 1998-1. The Location of High-Order Services In Istanbul, *38th European Regional Science Association Congress*, August 28-September 1, 1998, Vienna-Austria.
- Berköz, L.**, 1998-2. "İstanbul'daki Üst- Kademe Hizmetlerinin Yerleşimi Özellikleri", D.P.T. Destekli Araştırma Projesi, 1998, İstanbul.
- Castells, M.**, 1989. *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring and the Urban-Regional Process*. Blackwell Publishers Ltd. Oxford, İngiltere.
- Castells, M.**, 2000. *The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture, Vol. I*. Cambridge, MA; Oxford, UK: Blackwell.
- Çıracı, H. ve Kundak, S.**, 2000. Changing Urban Pattern of Istanbul: From Monocentric To Polycentric Structure, *ERSA Conference Papers*, Vienna, Austria.
- Dale, O.J.**, 1999. *Urban Planning in Singapore, The Transformation of a City*. Oxford University Press, New York.
- Denizer, C. A.; Dinç, M. ve Tarmıçlar, M.**, 2007. Financial Liberalization and Banking Efficiency: Evidence from Turkey. *Journal of Productivity Analysis*, v.27, 177-195.
- Dökmeci, V. ve Berköz, L.**, 2000. İstanbul'un Tekmerkezli Çok Merkezli Bir Kente Dönüşümü. *İstanbul Dergisi*, Sayı:35.
- Dura, C. ve Atik, H.**, 2002. *Bilgi Toplumu, Bilgi Ekonomisi ve Türkiye*. Literatür Yayıncılık İstanbul
- Drucker, P.F.**, 1969. *The Age of Discontinuity*. Harper and Row Publication, New York.

- Ercoskun, C., Yalçiner Ercoskun, Ö.,** 2004. İstanbul Kent Merkezinin Dönüşümü ve Finans Merkezlerindeki Ofis Alanlarının Gelişimi: Maslak-Büyükdere Aksı. *8-10 Kasım Dünya Şehircilik Günü Kolokyumu*. Cilt II.
- Erkan, H.,** 1994. *Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Es, M.,** 2010. Bilgi Toplumu'nun Yeni Yüzü Bilgi Kentleri. *Yerel Siyaset*, Sayı: 37.
- Florida, R.,** 2002. *The Rise of the Creative Class*. Routledge Press, New York, NY.
- Florida, R.,** 2005. *The Flight of The Creative Class: The New Global Competition for Talent*. Harper Collins, London.
- Florida, R.,** 2008. *Who's Your City?* Basic Books, New York, NY.
- Fourastié, J.,** 1949. *The Great Hope of The 20th Century*. Köln-Deutz.
- Freeman, C.,** 1987. *The Case for Technological Determinism*. Information Technologies: Social Issues, Hodder & Stoughton, London.
- Gold, J.,** 1990. A Wired Society? Utopian Literature Electronic Communications and The Geography Of The Future City. *National Geographic Journal of India*.
- Gökçe, B.,** 2003. Ankara'da Merkezi İş Alanı ve Merkezler Sisteminin Dönüşümünü Kurumlar ve Merkezlerin Yapısını Etkileyen Siyasalar Üzerinden Tartışmak, *Planlama*, Sayı: 2005/4, s.73-83
- Graham, S. ve Marvin, S.,** 1996. *Telecommunications and the City: Electronic Spaces, Urban Places*. Routledge, London.
- Harvey, D.,** 1988. Urban Places in The "Global Village": Reflections on The Urban Condition in Late Twentieth Century Capitalism, L. Mazza (Ed) *World Cities and the Future of The Metropolis*, Milan Electra.
- Kılınçaslan, İ.,** 2002. *Kentleşmenin Ekonomik Yönleri*. İstanbul Teknik Üniversitesi Rektörlüğü, İstanbul.
- Kılınçaslan, İ.,** 2010. *Kent Ekonomisi: Sektörlerin Gelişimi, Ekonomik Coğrafya, Arazi Ekonomisi, Yapısal Analiz*. Ninova Yayıncılık Ltd.
- Kutlu, E.,** 2000. *Bilgi Toplumunda Kalkınma Stratejileri*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Lyon, D.,** 1988. *The Political Economy of The Information Society*. Cambridge Polity Press.
- Mackenzie, D. ve Wajcman, J.,** 1985. *The Social Shaping of Technology: Milton Keynes*. Open University Press.
- Mansell, R.,** 1994. 'Introductory Overview' R. Mansell (ed.) *Management of Information and Communication Technologies*. London: Aslib 1-7.
- Mason, R. ve Jennings, L.,** 1982, The Computer Home: Will Tomorrow's Housing Come Alive? *The Futurist* 16(1), February 35.
- Michalak, W. Z. ve Fairbairn, K.J.,** 1993. "The Location of Producer Services in Edmonton". *The Canadian Geographer*, 37:2-16

- Morton, K.**, 2000. *İstanbul, Bir Sosyo Ekonomik Değerlendirme*. İstanbul Valiliği Yayınları, İstanbul.
- Murray, R.**, 1996. Fordizm ve Postfordizm. *Yeni Zamanlar: 1990’larda Politikanın Değişen Çehresi*. s.46-62, Ed.Hall, S. ve Jacques, M., Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Ocakçı, M.**, 1989. Metropolitenleşme Sürecinde İmalat Sanayii ve Metropoliten Şehir İlişkileri. İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Doktora Tezi, Taşkışla, İstanbul.
- Taylor, P.J., Catalano, G. ve Walker, D.R.F.**, 2002. “Measurement of the World City Network”. *Urban Studies*, December 2002 39: 2367-2376.
- Sjoberg, G.**, 1965, *The Preindustrial City, Past and Present*. Replica Books.
- Smith, A.**, 1996, *An Inquiry into the Nature and Causes of The Wealth of Nation*. Digireads.com Publishing.
- Tekin, M. ve Çiçek, E.**, 2006. Bilgi Çağında Bilgi Toplumu ve Bilgi Ekonomisi. Internet: <http://bilgitoplumu.blogspot.com/2006/10/bilgi-anda-bilgi-toplumu-ve-bilgi.html>
- Ulu, A. ve Dökmeci, V.**, 2003. Merkezi İş Alanlarının (MİA) Fiziksel ve Ekonomik Olarak Yeniden Yapılanması: Eskişehir Örneği. İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Doktora Tezi, Taşkışla, İstanbul.
- Uzun, N.**, 2002. Kentte Yeni Bir Dönüşüm Süreci ve Yasal Düzenlemeler. *Planlama*, Sayı: 2002/1, s.37-44
- Wu, W.**, 2005. Dynamic Cities and Creative Clusters. World Bank Policy Research Paper 3509. 2005 February.
- Weiss, M.A.**, 1992. Skyscraper Zoning: New York’s Pioneering Role. *Journal of the American Planning Association*, Spring 1992, Vol.58, No:2, s.201-211.
- Yigitcanlar, T., Carillo, F.J., Metaxiotis, K. ve Ergazakis, K.**, 2010. Editorial: Knowledge-Based Development of Cities – a Myth or Reality? *International Journal of Knowledge-Based Development*. 1:3. Inderscience Enterprises Ltd.

EKLER

EK A : Yıllara Göre İstanbul İlçelerindeki Banka Genel Merkezi Sayısı

EK B : Yıllara Göre İstanbul İlçelerindeki Banka Şube Sayısı

EK C : İstanbul’da Yer Alan Banka Genel Merkezlerinin Coğrafi Dağılımı

EK D : İstanbul’da Yer Alan Banka Şubelerinin Coğrafi Dağılımı

EK E : Bankacılık Sektörü Yerleşim Kriterleri Anket Formu

EK F : GAWC 100 Listesindeki Firmalar

EK A

Çizelge A.1: Yıllara göre İstanbul ilçelerindeki banka genel merkezi sayısı.

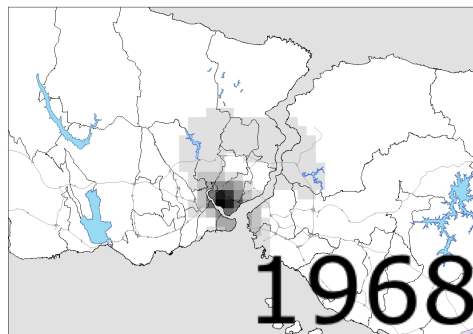
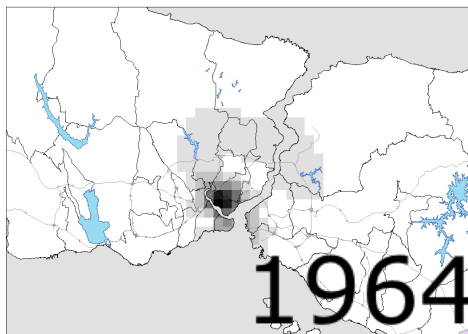
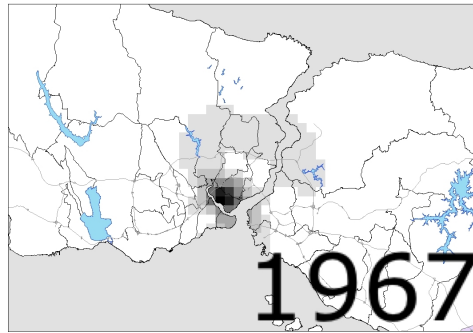
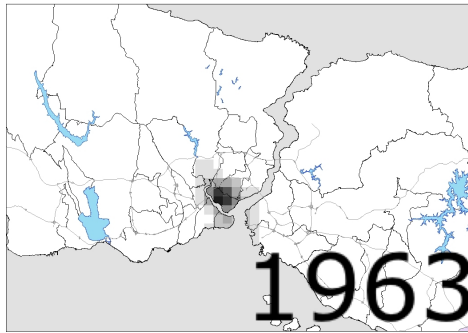
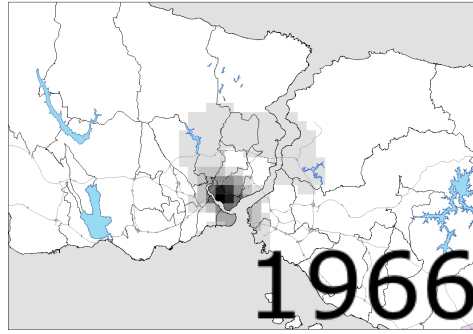
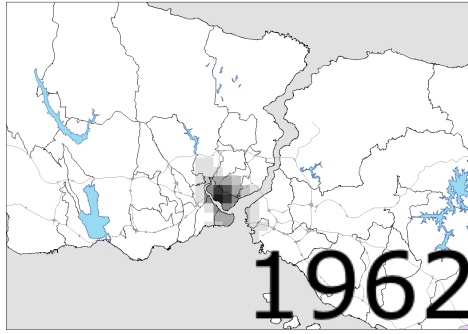
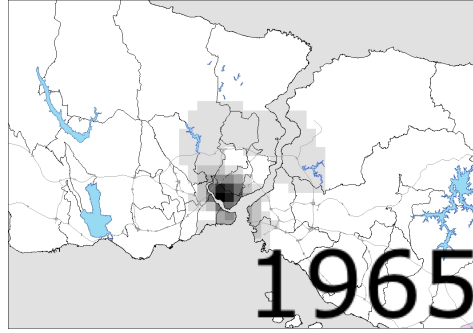
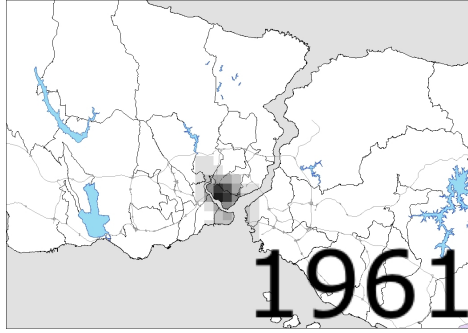
	Bakırköy	Beşiktaş	Beykoz	Beyoğlu	Eminönü	Maltepe	Sarıyer	Şişli	Ümraniye
1961				16	5				
1962				17	6				
1963				16	5				
1964				16	5			1	
1965				16	5			1	
1966				16	4			1	
1967				16	4			1	
1968				16	4			1	
1969				16	4			1	
1970				16	4			1	
1971				15	4			2	
1972				14	4			2	
1973				13	4			2	
1974				13	4			2	
1975				15	3			1	
1976				15	3			1	
1977				13	3			3	
1978		1		12	3			3	
1979		1		12	3			4	
1980		1		13	4			5	
1981		2		12	4			7	
1982		3		14	3			10	
1983		2		10	2			11	
1984		4		9	3			13	
1985		5		12	3			18	
1986		6		13	2			18	
1987		6		15	2			21	
1988		6		14	2			24	
1989		11		13	2			27	
1990		13		11	2			28	
1991		14		11	1			31	
1992		15		12				31	
1993		15		11				33	
1994		16		11				29	
1995		17		10			1	30	
1996		18		11			1	30	
1997		19		11			1	30	
1998		20		10			1	31	
1999		22		9			1	32	
2000	1	24		8			1	33	
2001	1	21		6			1	27	
2002	1	17		4		1	1	22	
2003	1	12		4		1	1	23	
2004		10		4		1	1	26	
2005		11		4		1	1	23	1
2006		10		3		1	1	24	1
2007		11	1	3		1	1	22	1
2008		11	1	2		1	1	21	2
2009		12	1	2		1	1	21	2
2010		12	1	2		1	1	21	2

EK B

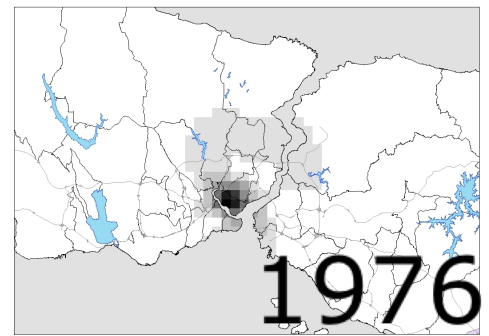
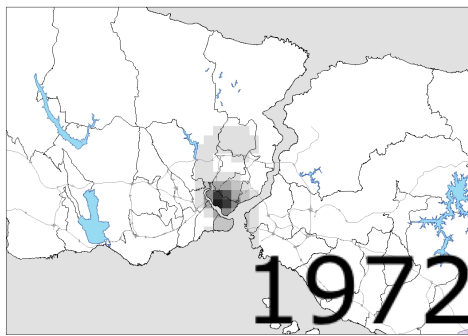
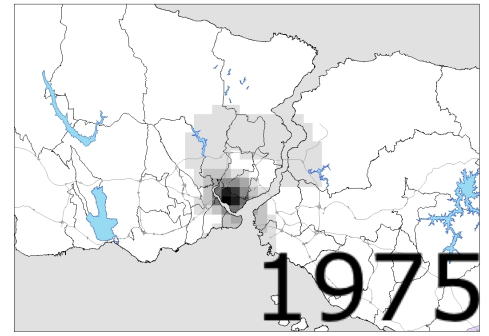
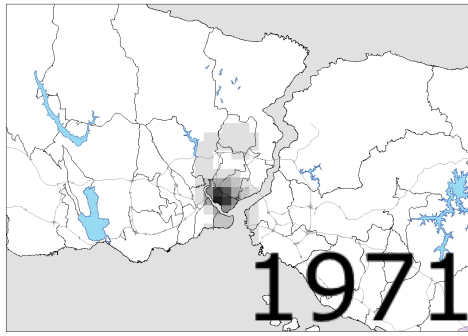
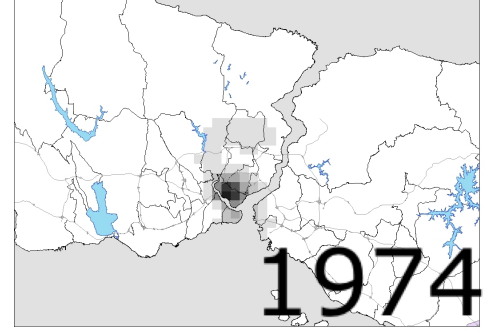
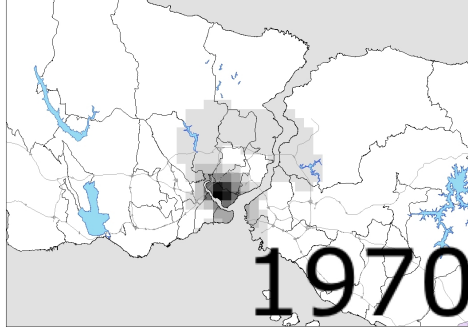
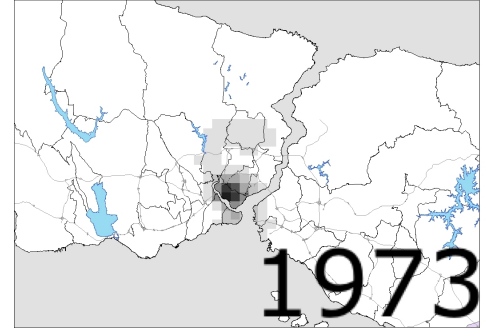
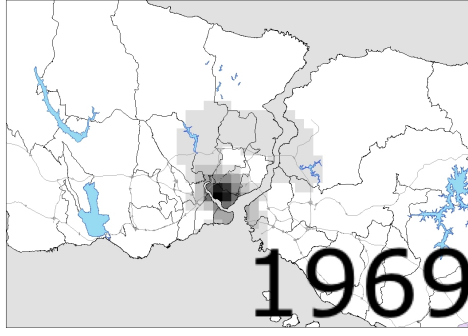
Çizelge B.1: Yıllara göre İstanbul ilçelerindeki banka şube sayısı.

[illegible]

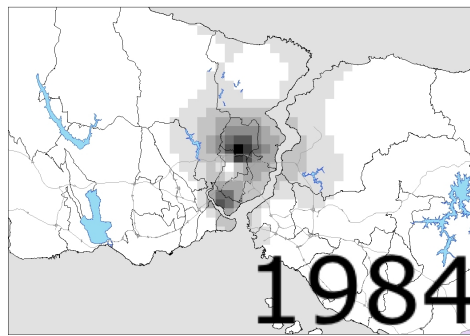
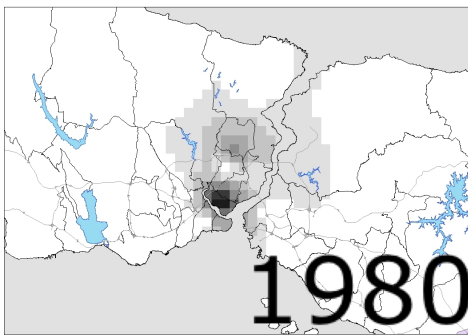
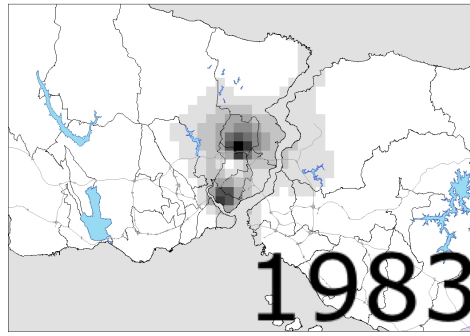
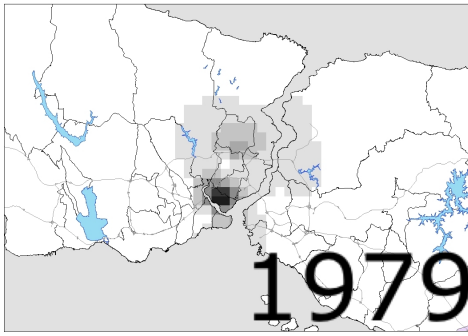
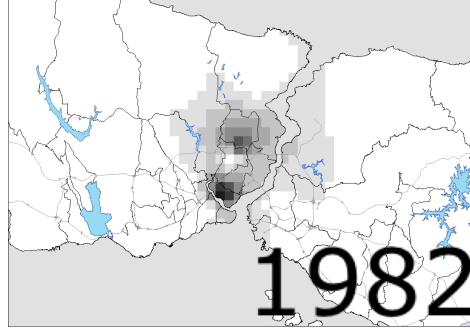
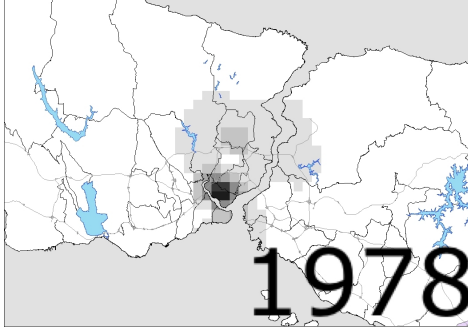
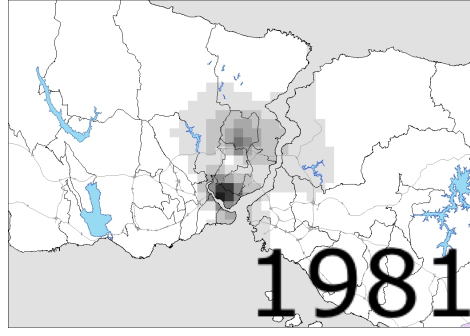
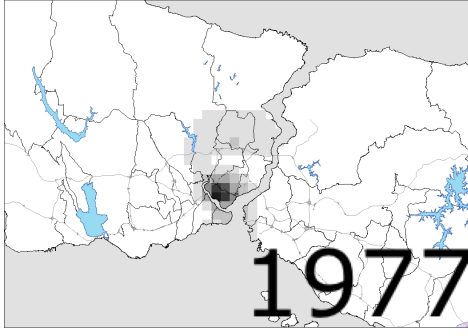
EK C



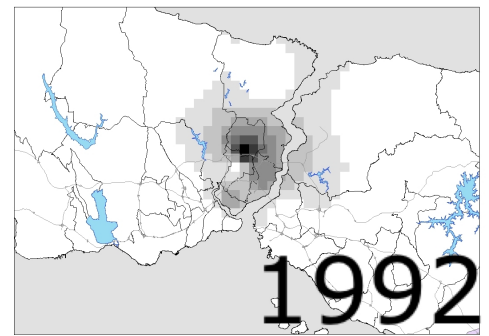
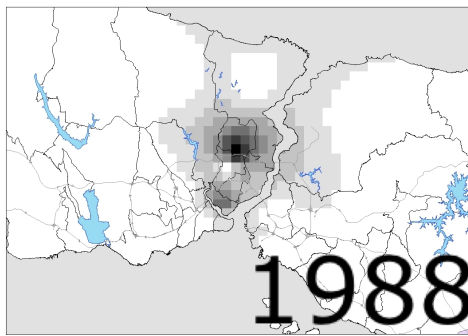
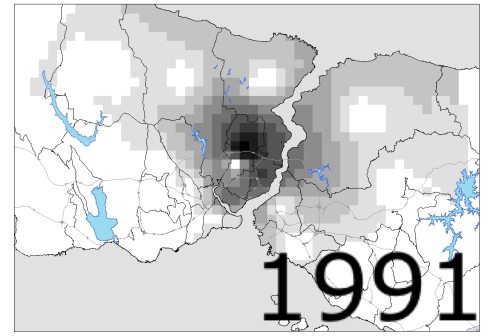
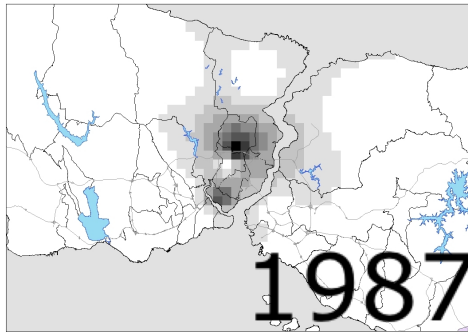
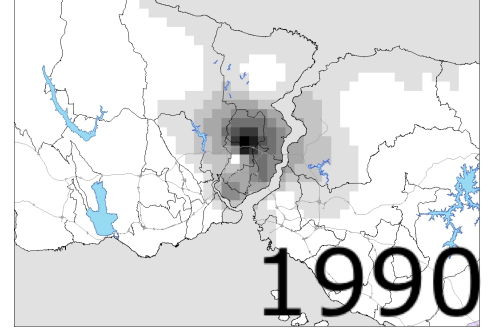
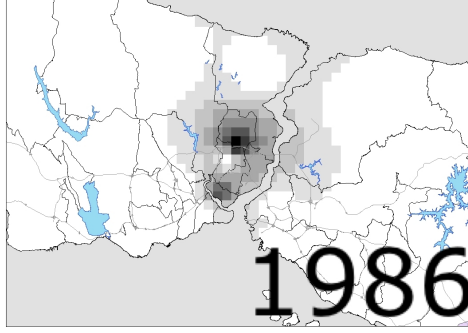
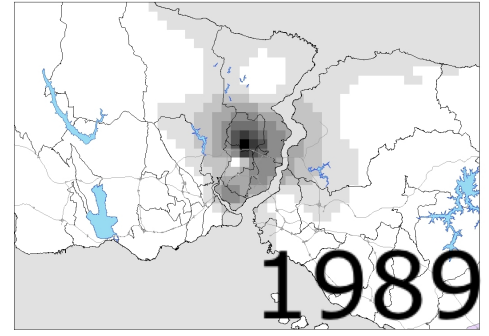
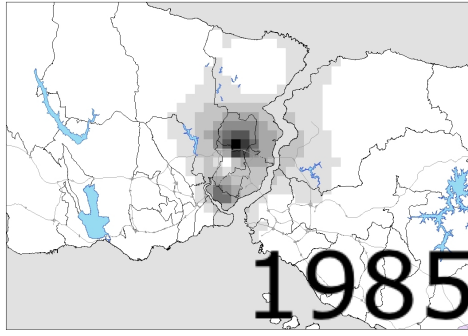
Şekil C.1 : İstanbul'da yer alan banka genel merkezlerinin coğrafi dağılımı.



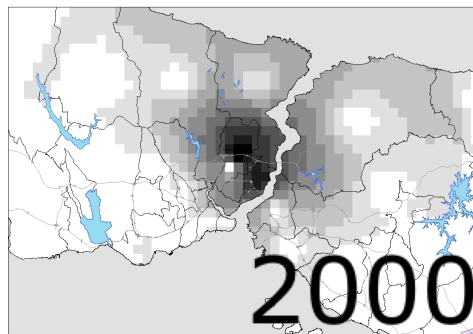
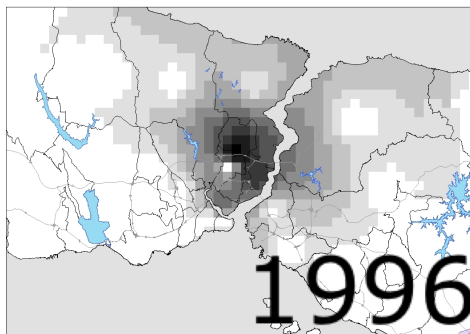
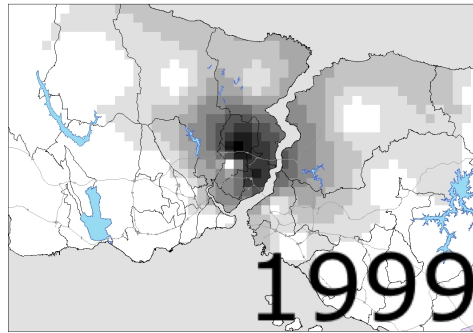
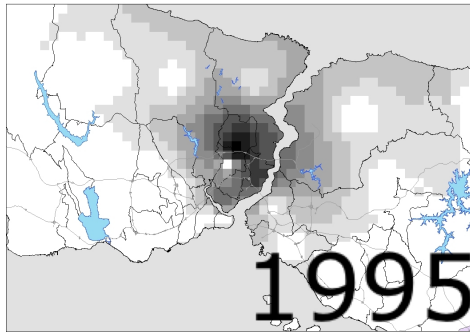
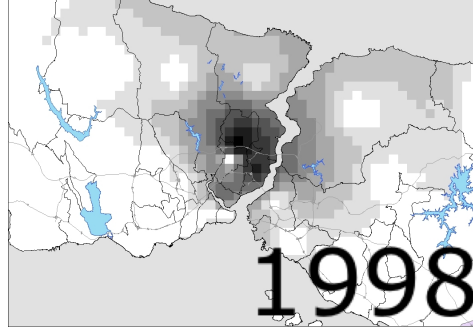
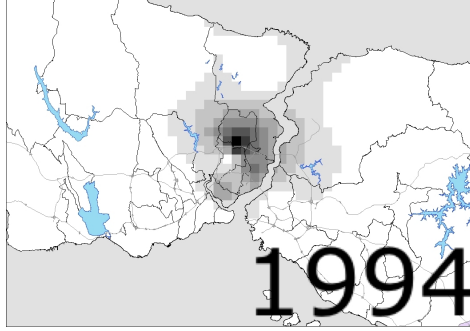
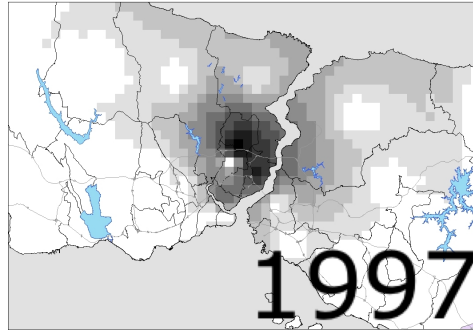
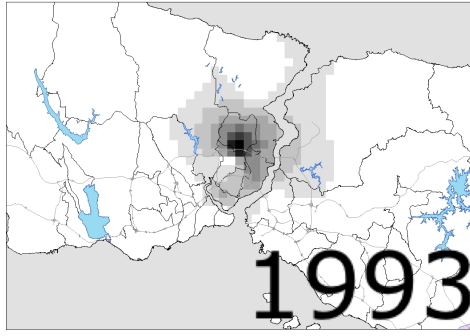
Şekil C.1 (devam) : İstanbul’da yer alan banka genel merkezlerinin coğrafi dağılımı.



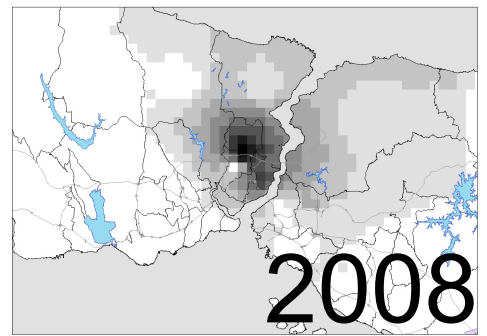
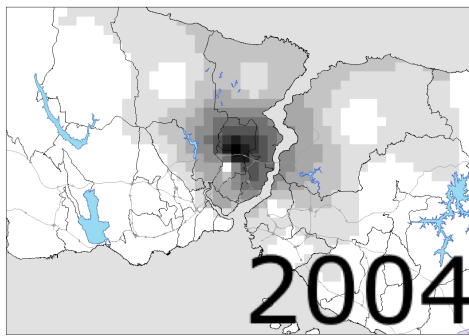
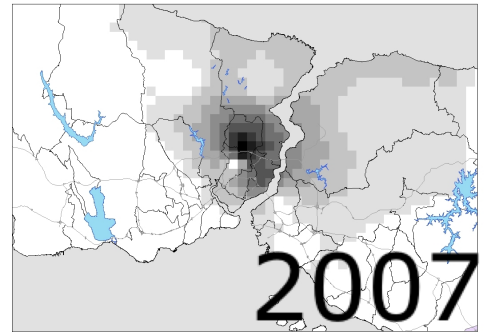
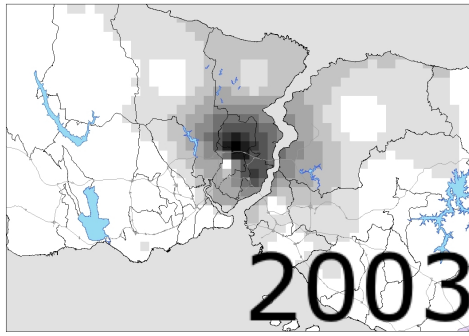
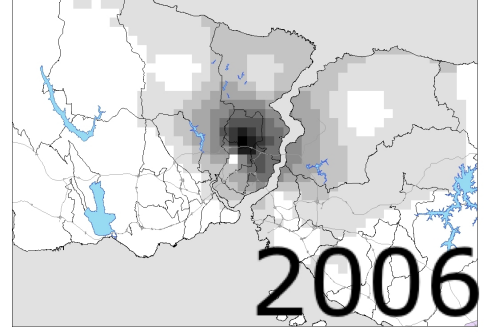
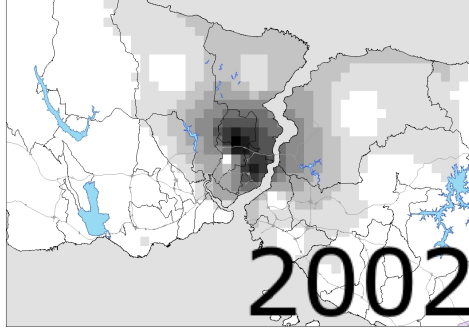
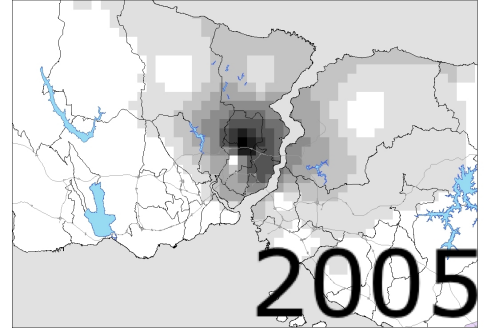
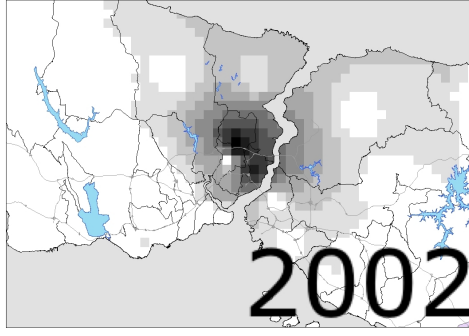
Şekil C.1 (devam) : İstanbul’da yer alan banka genel merkezlerinin coğrafi dağılımı.



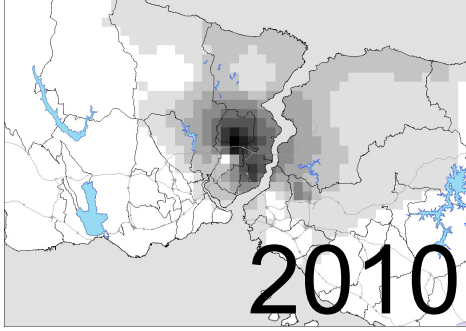
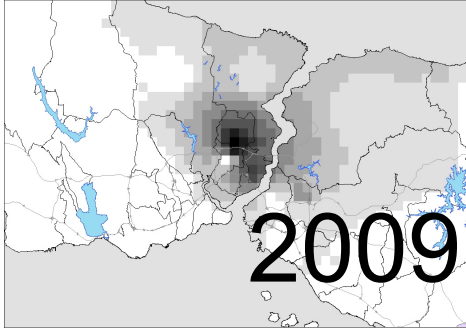
Şekil C.1 (devam) : İstanbul’da yer alan banka genel merkezlerinin coğrafi dağılımı.



Şekil C.1 (devam) : İstanbul’da yer alan banka genel merkezlerinin coğrafi dağılımı.

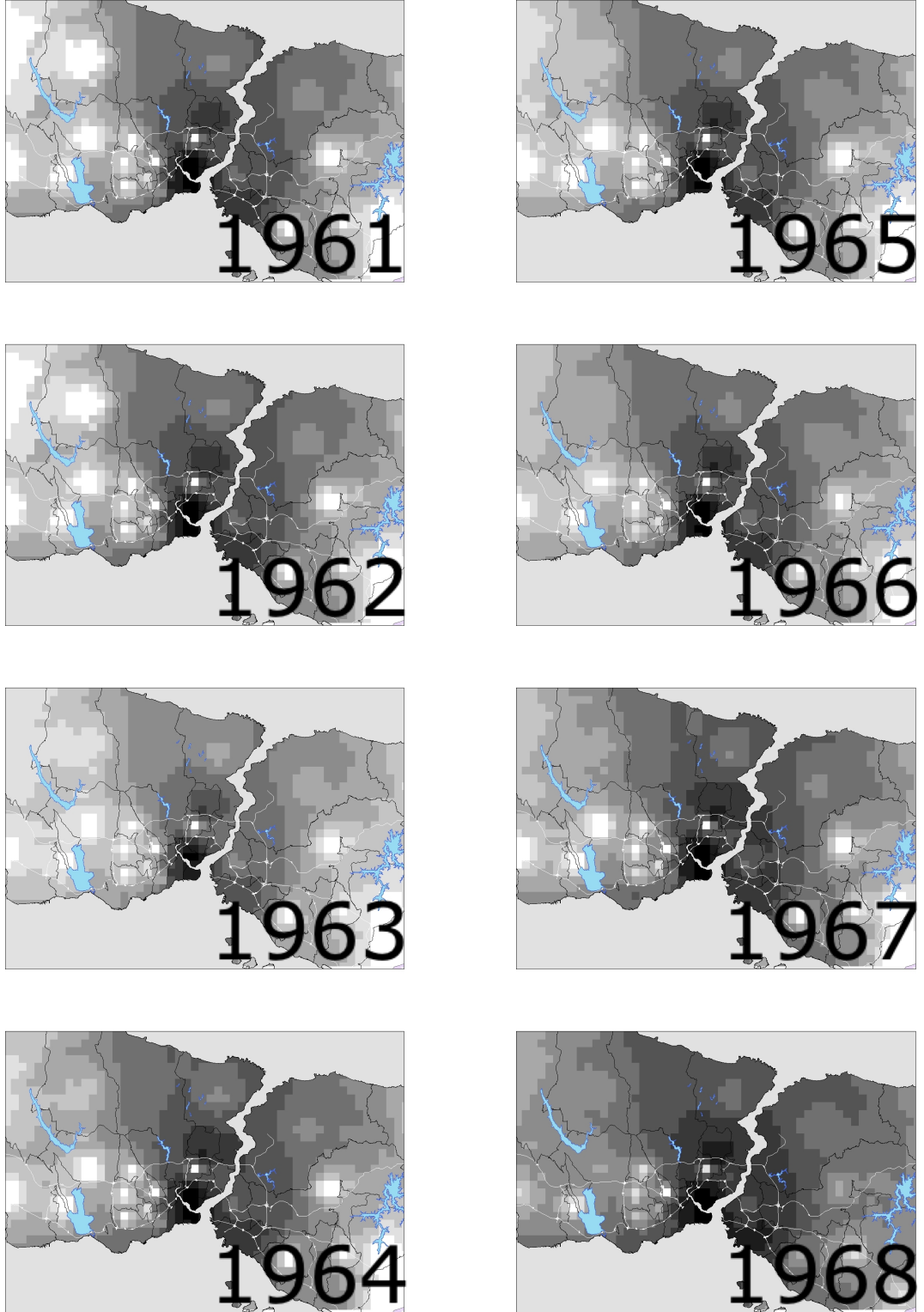


Şekil C.1 (devam) : İstanbul’da yer alan banka genel merkezlerinin coğrafi dağılımı.

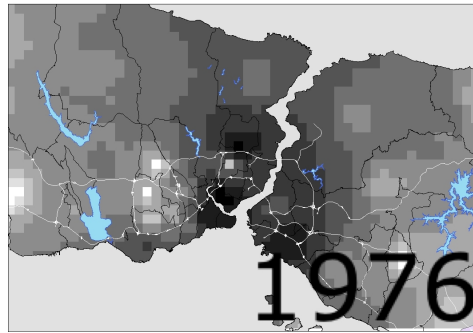
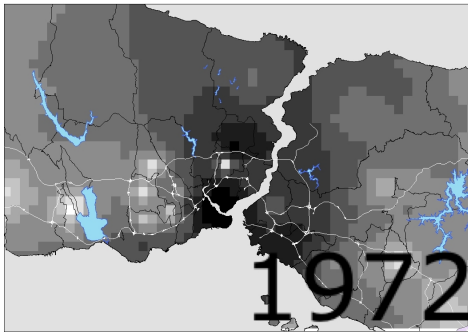
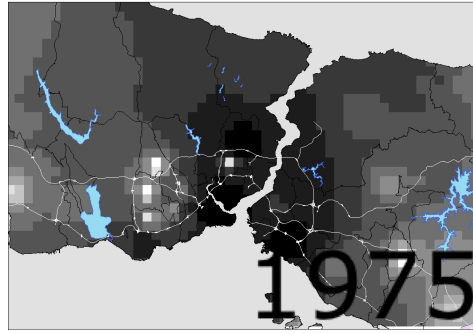
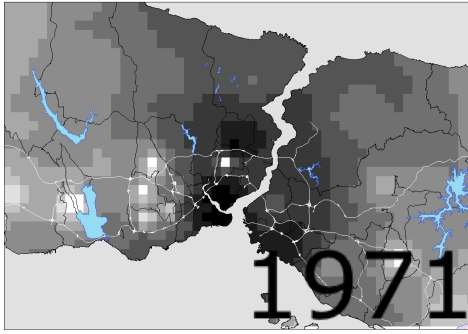
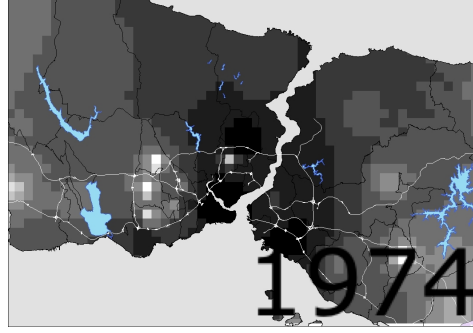
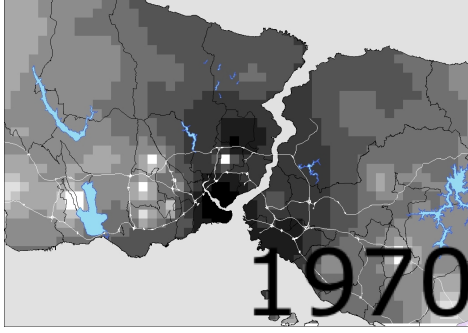
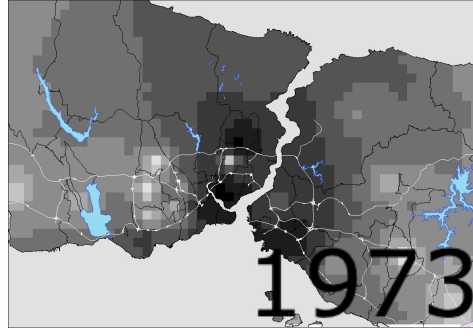
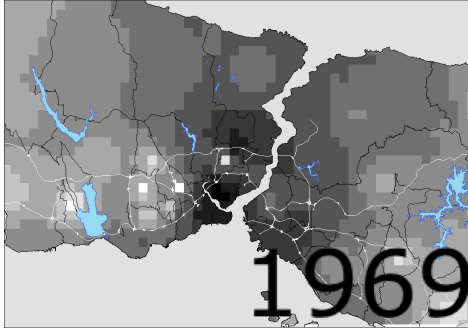


Şekil C.1 (devam) : İstanbul’da yer alan banka genel merkezlerinin coğrafi dağılımı.

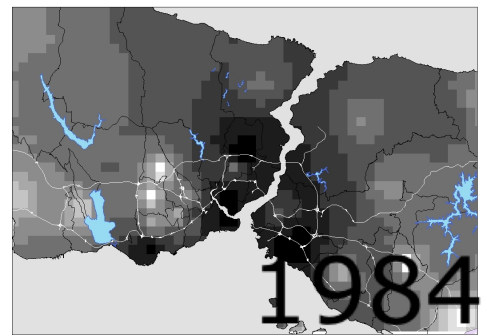
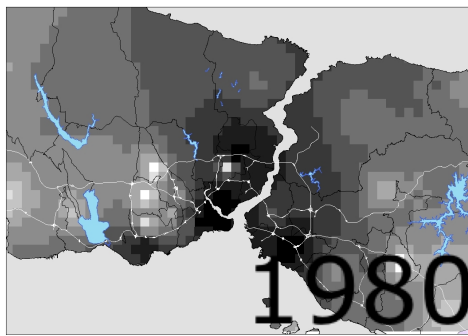
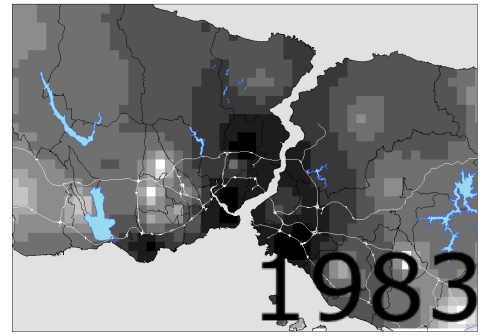
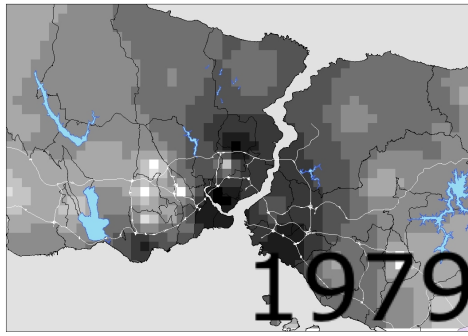
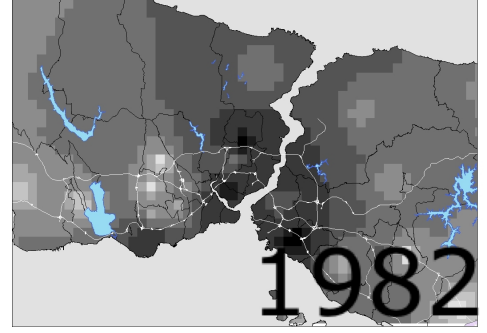
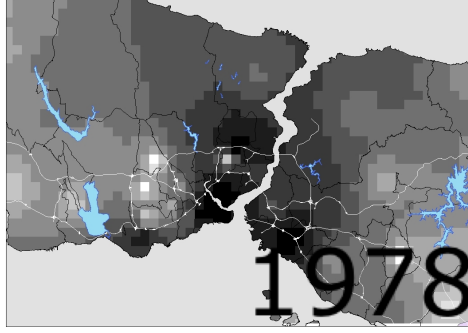
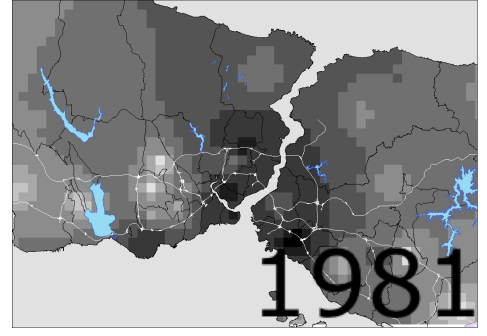
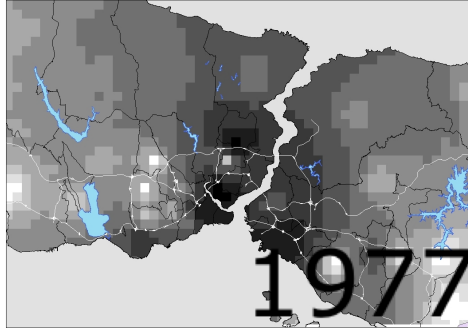
EK D



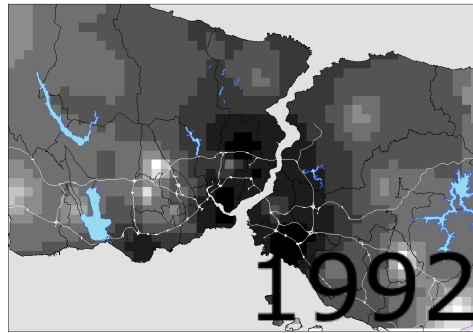
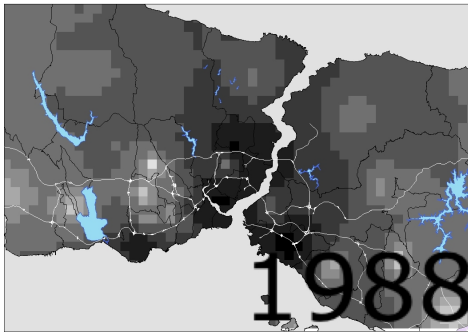
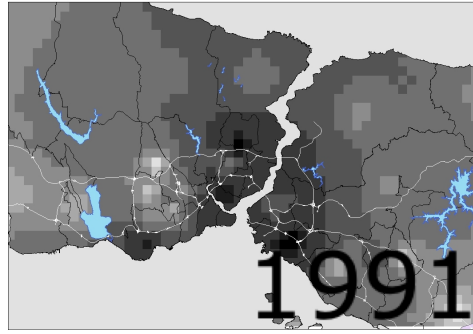
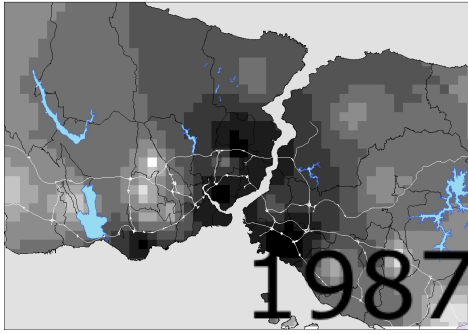
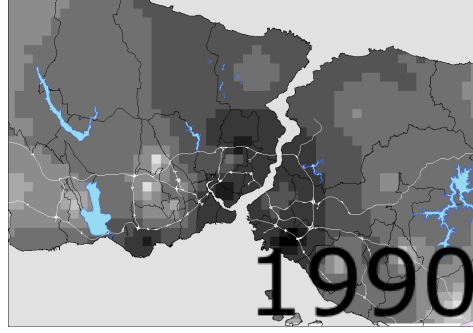
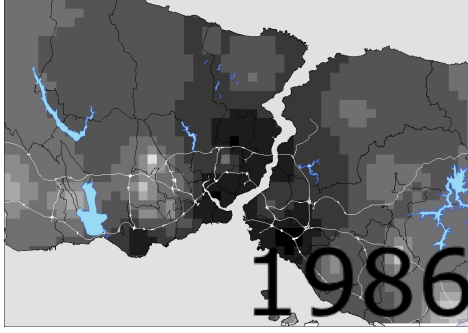
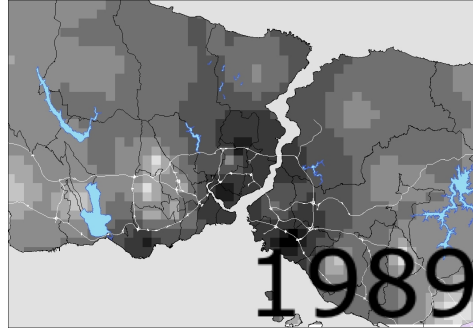
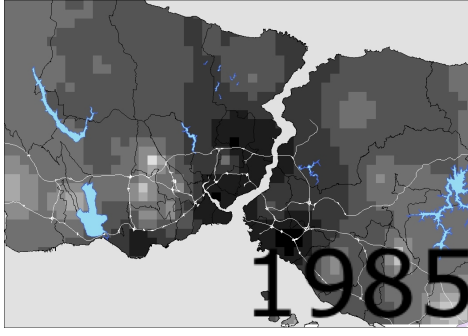
Şekil D.1: İstanbul'da yer alan banka şubelerinin coğrafi dağılımı.



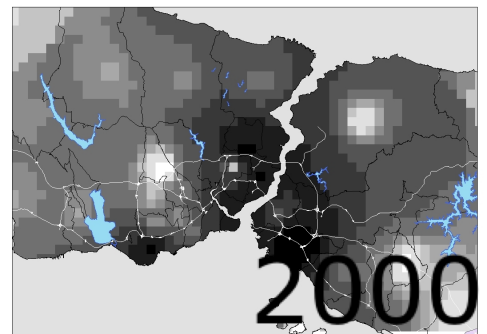
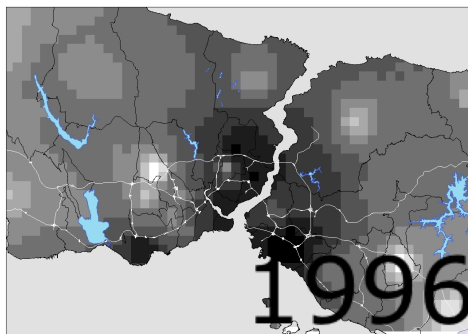
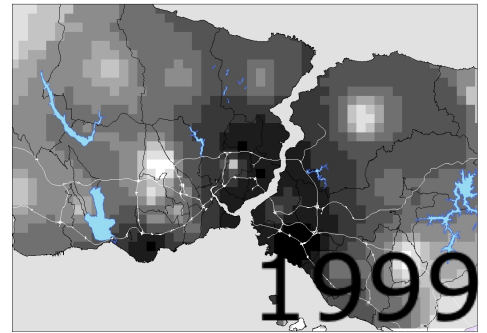
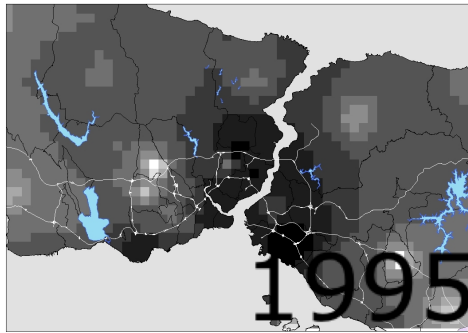
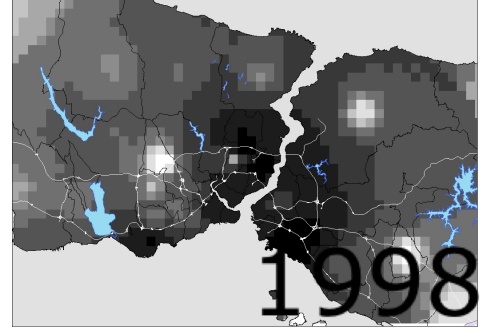
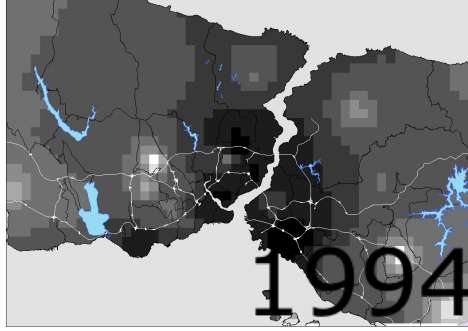
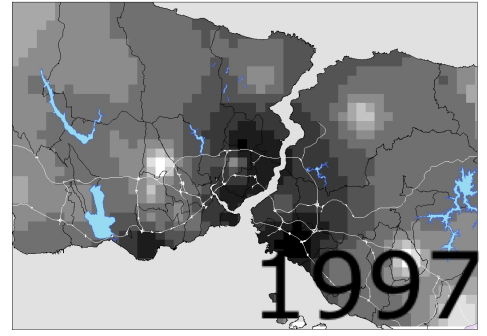
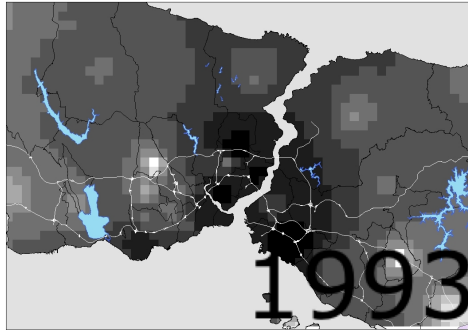
Şekil D.1 (devam) : İstanbul’da yer alan banka şubelerinin coğrafi dağılımı.



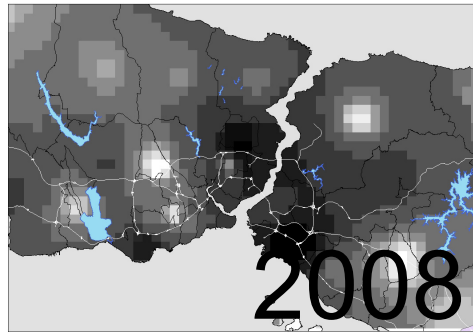
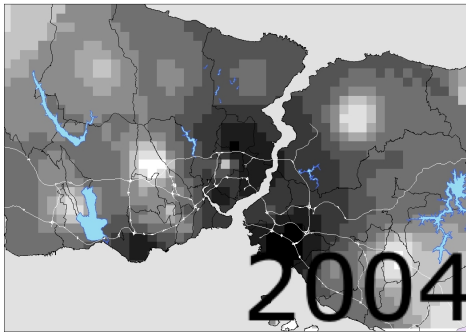
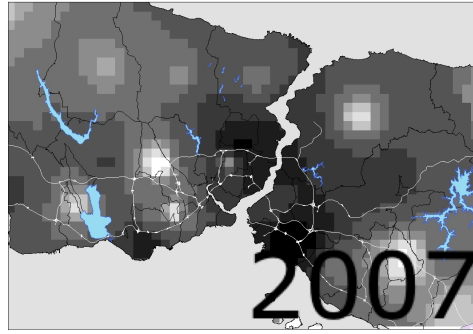
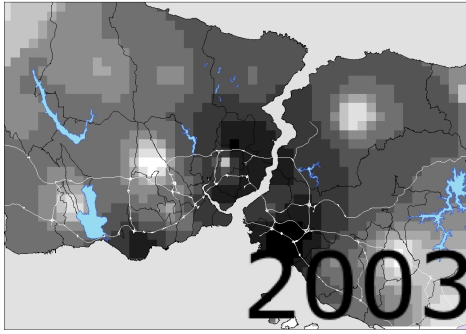
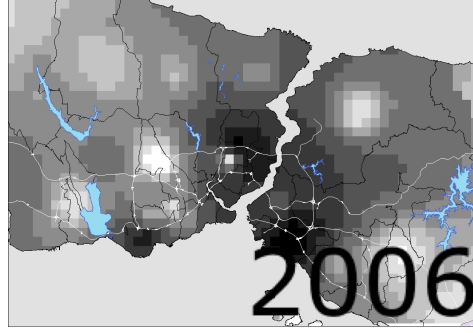
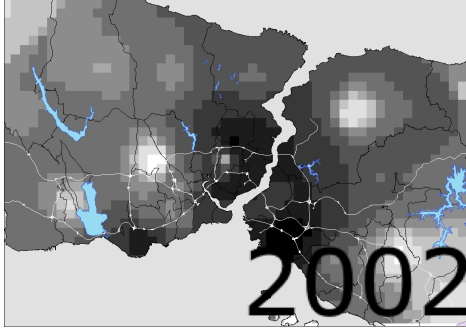
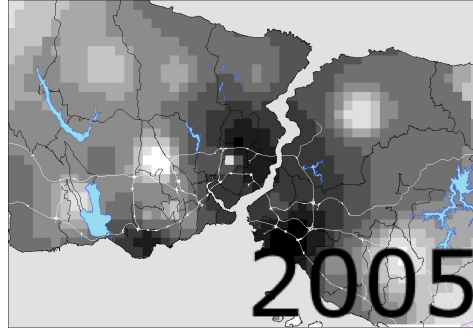
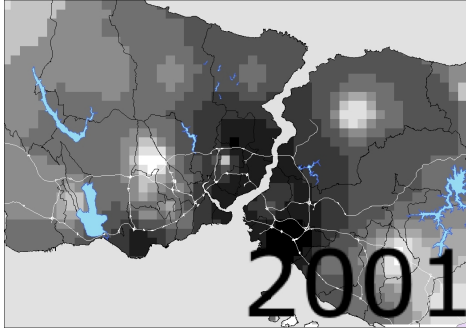
Şekil D.1 (devam) : İstanbul’da yer alan banka şubelerinin coğrafi dağılımı.



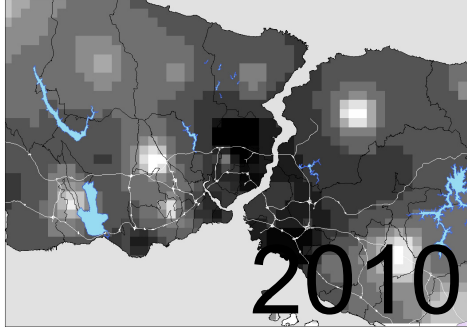
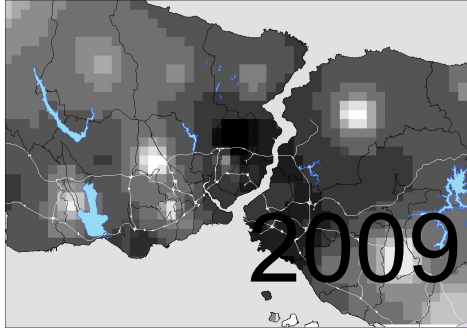
Şekil D.1 (devam) : İstanbul’da yer alan banka şubelerinin coğrafi dağılımı.



Şekil D.1 (devam) : İstanbul’da yer alan banka şubelerinin coğrafi dağılımı.



Şekil D.1 (devam) : İstanbul'da yer alan banka şubelerinin coğrafi dağılımı.



Şekil D.1 (devam) : İstanbul’da yer alan banka şubelerinin coğrafi dağılımı.

**BİLGİ ÇAĞI KENTİNİN YAPILMASINDA ÜRETİCİ HİZMETLERİN YERSEÇİM KRİTERLERİ:
BANKACILIK SEKTÖRÜ ÖRNEĞİ**

1. Yaşınız

2. Eğitim Durumunuz

☐ Lise ☐ Üniversite ☐ Yüksek Lisans ☐ Doktora

3. BANKANIZ GENEL MERKEZİNİN YERSEÇİMİ İÇİN AŞAĞIDAKİ KRİTERLERİN ÖNEM AĞIRLIĞI NEDİR?

Seçilen yerin Fiziksel/Çevresel özellikleri:

Prestij

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Arazi değeri

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Diğer banka genel merkezlerine mekansal yakınlık

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Güvenlik

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Erişilebilirlik

Havalimanına mekansal yakınlık

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Toplu taşımaya mekansal yakınlık

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Şehir merkezine mekansal yakınlık

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Elektronik İletişim Altyapısı

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Seçilen yerin Sosyal ve Ekonomik özellikleri:

Bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusu

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Bulunduğu ilçedeki gece nüfusu

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücü

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliği (eğitim seviyesi, ...)

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

4. BANKANIZ ŞUBELERİNİN YERSEÇİMİ İÇİN AŞAĞIDAKİ KRİTERLERİN ÖNEM AĞIRLIĞI NEDİR?

Seçilen yerin Fiziksel/Çevresel özellikleri:

Prestij

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Arazi değeri

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Diğer banka şubelerine mekansal yakınlık

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Güvenlik

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Erişilebilirlik

Havalimanına mekansal yakınlık

☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

Toplu taşımaya mekansal yakınlık

Şekil E.1: Bankacılık Sektörü Yerseçim Kriterleri anket formu

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Şehir merkezine mekansal yakınlık				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Elektronik İletişim Altyapısı				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Seçilen yerin Sosyal ve Ekonomik özellikleri:				
Bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusu				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Bulunduğu ilçedeki gece nüfusu				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücü				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliği (eğitim seviyesi, ...)				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
5. BANKANIZ ÇAĞRI MERKEZİNİN YERSEÇİMİ İÇİN AŞAĞIDAKİ KRİTERLERİN ÖNEM AĞIRLIĞI NEDİR?				
Seçilen yerin Fiziksel/Çevresel özellikleri:				
Prestij				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Arazi değeri				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Diğer banka çağrı merkezlerine mekansal yakınlık				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Güvenlik				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Erişilebilirlik				
Havalimanına mekansal yakınlık				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Toplu taşımaya mekansal yakınlık				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Şehir merkezine mekansal yakınlık				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Elektronik İletişim Altyapısı				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Seçilen yerin Sosyal ve Ekonomik özellikleri:				
Bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusu				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Bulunduğu ilçedeki gece nüfusu				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücü				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliği (eğitim seviyesi, ...)				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
6. BANKANIZ OPERASYON MERKEZİNİN YERSEÇİMİ İÇİN AŞAĞIDAKİ KRİTERLERİN ÖNEM AĞIRLIĞI NEDİR?				
Seçilen yerin Fiziksel/Çevresel özellikleri:				
Prestij				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Arazi değeri				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Diğer banka operasyon merkezlerine mekansal yakınlık				
☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
Güvenlik				

Şekil E.1 (devam) : Bankacılık Sektörü Yerleşim Kriterleri anket formu

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Erişilebilirlik

Havalimanına mekansal yakınlık

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Toplu taşımaya mekansal yakınlık

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Şehir merkezine mekansal yakınlık

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Elektronik İletişim Altyapısı

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Seçilen yerin Sosyal ve Ekonomik özellikleri:

Bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusu

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Bulunduğu ilçedeki gece nüfusu

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücü

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliği (eğitim seviyesi, ...)

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

7. BANKANIZ İNTERNET ŞUBESİ SERVİS MERKEZİ YERSEÇİMİ İÇİN AŞAĞIDAKİ KRİTERLERİN ÖNEM AĞIRLIĞI NEDİR?

Seçilen yerin Fiziksel/Çevresel özellikleri:

Prestij

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Arazi değeri

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Diğer banka internet şubesi servis merkezlerine mekansal yakınlık

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Güvenlik

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Erişilebilirlik

Havalimanına mekansal yakınlık

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Toplu taşımaya mekansal yakınlık

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Şehir merkezine mekansal yakınlık

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Elektronik İletişim Altyapısı

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Seçilen yerin Sosyal ve Ekonomik özellikleri:

Bulunduğu ilçedeki gündüz nüfusu

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Bulunduğu ilçedeki gece nüfusu

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Bulunduğu ilçedeki nüfusun ekonomik gücü

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

Bulunduğu ilçedeki çalışanların niteliği (eğitim seviyesi, ...)

☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

8. BANKA GENEL MERKEZLERİNİN MÜŞTERİSİ İLE YÜZ YÜZE İLETİŞİM İHTİYACI NE SEVİYEDEDİR?

☐ Yok	☐ Çok Düşük	☐ Düşük	☐ Orta	☐ Yüksek	☐ Çok Yüksek
---------------------------	---------------------------------	-----------------------------	----------------------------	------------------------------	----------------------------------

9. BANKA ŞUBELERİNİN MÜŞTERİSİ İLE YÜZ YÜZE İLETİŞİM İHTİYACI NE SEVİYEDEDİR?

Şekil E.1 (devam) : Bankacılık Sektörü Yerseçim Kriterleri anket formu

☐ Yok ☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

10. BANKA ÇAĞRI MERKEZLERİNİN MÜŞTERİSİ İLE YÜZ YÜZE İLETİŞİM İHTİYACI NE SEVİYEDEDİR?

☐ Yok ☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

11. BANKA OPERASYON MERKEZİNİN MÜŞTERİSİ İLE YÜZ YÜZE İLETİŞİM İHTİYACI NE SEVİYEDEDİR?

☐ Yok ☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

12. BANKA İNTERNET ŞUBESİNİN MÜŞTERİSİ İLE YÜZ YÜZE İLETİŞİM İHTİYACI NE SEVİYEDEDİR?

☐ Yok ☐ Çok Düşük ☐ Düşük ☐ Orta ☐ Yüksek ☐ Çok Yüksek

13. BANKALARIN YER SEÇİMİ İLE İLGİLİ DİĞER GÖRÜŞLER

Şekil E.1 (devam) : Bankacılık Sektörü Yerseçim Kriterleri anket formu

EK F: GAWC 100 Listesindeki Firmalar

Muhasebe ve Denetleme Firmaları

Ernst & Young Arthur Andersen Macintyre Sträter International (MSI) IGAF: International Group of Accounting Firms AGN International BDO International Grant Thornton International Horwath International KPMG Summit International + Baker Tilly RSM International Moores Rowland International HLB International Moore Stephens International Network Nexia International PKF International Fiducial International PricewaterhouseCoopers

Reklam Ajansları

Impiric TMP Worldwide Hakuhodo Inc. Draft Worldwide Young & Rubicam Inc. D'Arcy Masius Benton & Bowles FCB Saatchi & Saatchi Ogilvy & Mather Worldwide Inc. BBDO Worldwide McCann-Erickson WorldGroup J Walter Thompson Euro RSCG CMG. Carlson Marketing Group Asatsu DK

Bankacılık ve Finans Kuruluşları

WestLB (Westdeutsche Landesbank Girozentrale) Dresdner Bank Commerzbank Deutsche Bank Chase Hambrecht & Quist BNP Paribas ABN-AMRO Holding NV Credit Suisse First Boston Rabobank International UBS AG ING Bank Barclays Fuji Bank Bayerische HypoVereinsbank Bayerische Landesbank Girozentrale SDI (Sakura+Dellsher Bank) Sumitomo Bank Sanwa J. P. Morgan Bank of Tokyo-Mitsubishi Dai-Ichi Kangyo Bank HSBC CitiGroup (Citibank + SSBCiti Asset Management)

Sigorta Kuruluşları

Allianz Group Skandia Group Chubb Group Prudential Reliance Group Holdings Winterthur Fortis CGNU Liberty Mutual Royal and SunAlliance Lloyd's

Hukuk Büroları

Latham and Watkins Morgan Lewis Baker and McKenzie Clifford Chance Jones Day Freshfields Bruckhaus Deringer Allen and Overy Dorsey and Whitney Linklaters–Alliance White and Case Cameron McKenna Morrison and Foerster LLP Lovells Boesebeck Droste Skadden, Arps, Slate, Meagher, and Flom LLP Sidley and Austin Coudert Brothers

Yönetim Danışmanlığı Firmaları

Towers Perrin Logica Consulting Watson Wyatt Worldwide Sema Group CSC Hewitt Associates IBM Mercer Management Consulting Boston Consulting Group Deloitte Touche Tohmatsu Booze, Allen & Hamilton A. T. Kearney McKinsey & Company Bain & Company Compass Andersen Consulting Cap Gemini Consulting

ÖZGEÇMİŞ

Ad Soyad: Barış Onay

Doğum Yeri ve Tarihi: İstanbul, 17 Ocak 1978

Lisans: İ.T.Ü. Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü

Yüksek Lisans: Ecole d'Architecture Paris-Belleville
Kentsel Mimarlık

Université Paris 1, Panthéon Sorbonne
Mimarlık Tarihi

Yayın Listesi:

- Onay B., 2006: Mimar Vedat Tek, Klasik Mimarinin Doruğundan, Mimar.ist dergisi, sayı:20, sf.31-35