

itüdergisi/a
mimarlık, planlama, tasarım
Cilt:3, Sayı:1, 80-88
Mart 2004

İstanbul bölgesi büyük sanayinin mal ve hizmet üretimi mekansal dağılımı

Zeynep Gamze MERT*, Hale ÇIRACI

İTÜ Mimarlık Fakültesi, Şehir Bölge Planlaması Bölümü, 34437, Taksim, İstanbul

Özet

1980'lerden sonra üretimde yenilik ve dağıtım sürecinde meydana gelen değişime bağlı olarak sanayi içinde üst düzey hizmetlerin kullanımında artış görülmeye başlanmıştır. Bu kapsamda kuruluşlar üst düzey hizmet üretimini içselleştirmekte ve/veya dışsallaştırmaktadır. Bu çalışmada amaç İstanbul Bölgesi büyük kuruluşlarının hizmet üretimlerindeki etkin faktörleri değerlendirmek ve mal ve hizmet üretiminin mekansal dağılımını analiz etmektir. 53 sanayi kuruluşunun ilgili makamlarıyla yüz yüze görüşme yoluyla yapılan anketlerin sonuçları sanayi kuruluşlarının holding olmasının, üst düzey hizmetleri içselleştirmesinde ve/veya dışsallaştırmasında etkin faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Mekansal dağılımda kuruluş üretim birimlerinin genel olarak ulusal bazda düşük maliyetli yerleri araştırılırken, holding merkezlerinin farklı yerde konumlandığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dışsallaştırma, içselleştirme, sanayi-hizmet ilişkisi, üst düzey hizmetler.

Spatial patterns of goods and service production in Istanbul Region industries Abstract

After 1980's there is an important shift away from production that is dependent upon material resources of production that utilizes knowledge as the key source of competitiveness and innovation. Increasingly, the production of commodities involves combinations of manufacturing and service functions. Such combinations can be achieved within a company or by an organized mix of internal and external expertise. This paper assesses the processes of internalization and/or externalization of high-order service functions that are driven by the organizational structures. This paper will present this evidence in the largest industrial firms exploring the issues from the size, age, sector, technology use, market area and number of blue and white collar labor, organizational structure of firm perspective and geographical dimensions. The data presented in this paper are based on a survey of 53 largest industrial firms interviewed in 2001 in Istanbul Region. The chi-square tests have demonstrated that only organization structure influences the internalization and/or externalization of high-order services. Within this framework the spatial patterns of goods and services production in large industries differ in the region. The dominant locational factor of production units is to minimize locational costs but of service units especially headquarters of industrial firms is to maximize contacts. Therefore, industrial firms prefer to locate their headquarters at business areas.

Keywords: Externalization, internalization, the relationship of industry service sectors, high-order services.

*Yazışmaların yapılacağı yazar: Zeynep Gamze MERT. ganzemert@hotmail.com; Tel: (262) 339 42 67.

Bu makale, birinci yazar tarafından İTÜ Mimarlık Fakültesi'nde tamamlanmış olan "1980 sonrası üretim ve hizmet etkinlikleri ilişkilerinin tanımlanması mekana yansımaları ve İstanbul bölgesi kapsamında bir değerlendirme" adlı doktora tezinden hazırlanmıştır. Makale metni 05.06.2003 tarihinde dergiye ulaşılmış, 17.09.2003 tarihinde basım kararı alınmıştır. Makale ile ilgili tartışmalar 31.07.2004 tarihine kadar dergiye gönderilmelidir.

Giriş

1980'li yıllardan sonra ürün ve hizmetlerin nasıl üretileceği konusunda değişimler yaşanmıştır. Organizasyonlarda yeni fonksiyonlar, teknikler ve görevler oluşmuştur. Firmalarda, finans, üretim ve dağıtım; idari yapıda, strateji seçme, planlama, organize etme, koordinasyon karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu karmaşıklığa karşı strateji geliştirmek üzere kuruluşların toplaması, biriktirmesi, analiz etmesi, dağıtması ve üretmesi gereken bilgi miktarında artış olmaktadır. Teknik açıdan kalifiye işgücüne, belirgin ve özellikli uzmana ihtiyaç duyulmaktadır. Kısacası imalatın teknolojiye, bilgiye, haberleşmeye ve girişimciliğe ihtiyacı vardır. Bunun için de içsel kaynakları kullanmak yerine dışsal kaynakları almak kurumun esneklik düzeyini arttırmakta; sabit maliyetlerini esnek maliyetlerle de değiştirerek risklerini dağıtmaktadırlar. Böylece firmalarda yaşanan bu değişimler, özellikle metropoliten alanlarda hızlı bir şekilde gelişen üst düzey hizmetlerin, bölge ekonomisi içinde önemli bir rol üstlenmesine neden olmaktadır. Bu hizmetlerdeki amaç, üretimin ve ürünün verimliliğini arttırmaktır. Bu hizmetlerin büyümesi ise, dışsal çevre ile firma arasındaki karmaşanın büyümesi ve firmanın içsel organizasyonu ile ilgilidir. Bazı kuruluşlar içeride kendi ağlarını kullanarak bu hizmetleri sağlayabilmektedir. Bu fonksiyonlarını da ana karargahlarında diğer bir deyişle, yönetim birimi yerlerinde toplamaktadır. Bu birimler kuruluşun bölgesel ve ulusal köklerini yansıtan idari ve profesyonel işgücünü barındırmaktadır. Bu birimin çıktıları daha çok kuruluş içine bağımlı bir pazara yöneliktir (Bailly vd., 1994; Coffey vd., 1996; Wood, 1996).

Bu çalışmada, sanayi sektörü içinde, doğrudan mal üretimi sağlamamakla birlikte, üretime sunduğu faaliyetler yoluyla dolaylı katkıda bulunan hizmet sektörünün, günümüzde sanayi alanında vazgeçilmez bir yardımcı fonksiyon haline gelmesiyle, şu soruların cevapları aranmaktadır: Büyük sanayi kuruluşlarının üst düzey hizmet üretimindeki içselleştirme ve /veya dışsallaştırma düzeyleri nedir? Büyük sanayi kuruluşlarının üst düzey hizmetleri içselleştirme ve/veya dışsallaştırmalarında kuruluş büyüklüğünün, kuruluş tarihinin, faaliyet gösterdiği sektörünün, teknoloji

kullanımının, pazar alanının, beyaz yakalı çalışan sayılarının ve yönetim şekillerinin etkisi var mıdır? Buna bağlı olarak üretim ve yönetim birimi yerlerinin mekansal dağılımları nasıl değişmektedir?

Üretim hizmet ilişkisi ve mekan

Son yıllarda özellikle modern enformasyon ve iletişim teknolojilerinin oluşumuyla köklü değişimlerle gelen bir dönüşümden söz edilmeye başlanmıştır. Bu yeniden yapılanma sürecinde sanayi toplumunun ürünü olan temel kurumlar son derece ciddi bir sarsıntı geçirmekte, stratejik kaynağı oluşturan sermaye yerini enformasyon toplumuna geçiş sürecinde bilgiye bırakmakta ve bilgiyi üreten kurumlar toplumun temel eksenini oluşturmaya başlamaktadır (Simmie, Lever, 2002). Teorik bilgiyi piyasada ürünlere ve hizmetlere başarılı şekilde dönüştürenler ile eğitim ve araştırma-geliştirme harcamalarına en çok yatırımı yapan işletmelerin ya da toplumların başarılı olacağı düşünülmektedir. Dolayısıyla son derece hızlı bir şekilde gelişen, teknolojilere dayanan ve bilgi üretimi merkezinin önem kazandığı bilgi toplumunun taleplerine sanayi toplumunun örgütleri yeterince cevap veremez hale gelmektedir. Bu nedenle; bu yeni sistem Kutlu (2000)'ya göre yığınsal üretimden müşteriye göre üretim yapmaya, kitlesel pazarlama ve dağıtımdan mikro pazarlamaya, bir bütün oluşturan büyük şirket yapısından daha yeni örgütlenme biçimlerine varana kadar her şeyi değişime zorlamaktadır. Yeni örgütlenme; üretim, yönetim, pazarlama ve finans gibi birbirinden ayrı kabul edilen birimlerin iç içe geçmiş, karşılıklı etkileşimini ve anında bilgi akışını öngören bir organizasyonu amaçlamakla birlikte, birimler arasında sürekli bir geri besleme, düzenleme mekanizmasına dayalı yönetim ve organizasyon yapısını getirmektedir. Çünkü artık sanayi kavramının karşılığı, daha fazla üretim olarak algılanmamaktadır. Bugün tüketicinin beklentisi de, üreticinin çabası da, daha nitelikli ve ihtiyaca cevap veren üretime yönelmiştir. 18.yüzyılın ortalarından 1960'lı yıllara kadar geçen dönem içinde gerçekleşen sanayi devrimleri süresince, ekonomik gelişmede üretim ve mamul ürünün oluşum sürecinde kullanılan hizmet sektörü kapsamındaki faaliyetler önem kazanmıştır. Ancak hizmet fonksiyonlarının da

giderek ön plana çıkması, imalat sanayiinin ve bu sanayiinin temel işlevlerinin ikinci plana düştüğü anlamını taşımamakta, buna karşın hizmet sektörünün sanayi sektörüne entegrasyonu ile bu sektörün gelişiminde etkin rol oynadığını göstermektedir. Üreticiler de bu durumun bilinciyle, imalat araçlarına ve ürüne verdikleri önemi giderek bilgisayar kullanımı, reklam, pazarlama gibi hizmet faaliyetlerine yöneltmekte ve bu faaliyetler çerçevesinde ürünlerinin pazar piyasasını sağlamlaştırabilecekleri düşüncesini taşımaktadırlar. Bu çerçevede dikkat edilmesi gereken hususlar hizmetlerin birinci ve ikinci sektör, diğer bir deyişle tarım ve sanayi etkinliklerine ek maliyet olarak görülmemesi ve hizmet etkinlikleri ekonomik kalkınmanın yeni aşaması olarak yorumlanmaması gerektiğidir. İşte bu nedenle, yatırımcı ve yöneticiler idari yapının iyileştirilmesine, daha başarılı bir organizasyon ve esnekliğin sağlanmasına, üretimin çeşitli aşamalarında danışma mekanizmasının işletilmesine ve ürünün pazarlanmasına yönelik faaliyetlerin gerçekleştirilebilmesi için profesyonel hizmet aktivitelerinden yararlanma yoluna gitmektedir. Bu aşamada bir kuruluş üst düzey hizmet üretimini içselleştirmekte ve/veya dışsallaştırmaktadır. Başka bir deyişle, bir çok kuruluş söz konusu faaliyetleri profesyonel hizmet aracılığı ile sağlarken, bir kısmı da kendi bünyesinde elemanlar istihdam etmek yoluyla sağlamaktadır. Bunun doğal sonucu olarak da hizmet faaliyeti sunan şirketlerin sayılarında ve sanayi sektörünün bu hizmetlerden yararlanma oranında artış görülmektedir. Böylece yeni toplumda ekonomik aktiviteler arasında özellikle de hizmet ve sanayi sektörleri arasında, birbirini tamamlayan, birbiri ile iç içe gelişen, birbirinden yararlanan bir gelişimden söz edilmektedir (Daniels ve Bryson, 2002). Böylece, ileri ekonomilerin değerlendirmesi, üretim-hizmet etkinliklerin hızlı büyümesiyle karakterize edilmektedir.

Coffey ve Polese'e göre, üst düzey hizmetler üretim hizmetleri ve banka, sigorta, emlak hizmetleri olarak tanımlanmaktadır. Bu çalışmada bu sınıflandırma esas alınmıştır. Buna göre, üretim hizmetleri olarak holding ve yatırım ofisleri, reklam, bilgisayar hizmetleri, yönetim ve iş danışmanlığı hizmetleri, hukuk danışmanlığı

hizmetleri, bilimsel, mimarlık ve mühendislik hizmetleri ve muhasebe hizmetlerinden söz edilmektedir. Diğer gruba ise banka ve kredi ajansları, yatırım aracı kuruluşları, sigorta ve emlak ajansları girmektedir (Bailly vd., 1994).

Ekonomik dönüşüm sürecinde mekan tüm sosyal, ekonomik, kültürel ve politik gelişmelerin doğal bir bileşeni olarak sunulmaktadır. Diğer bir deyişle, mekan edilgen bir unsur olmaktan çıkarak, tüm yapının oluşmasında ve üretilmesinde etken bir unsur olarak tanımlanmaktadır. Mekanın özellikleri ve potansiyeli sosyal ve ekonomik olguları tamamlayan ve yön veren temel değişkenlerden biridir. Daha önceleri üretim sistemlerinin mekansal gelişimi tanımlanırken, merkezde yayılma ve kademeli dağılıma kavramlarının kullanıldığı aşamalı modeller ile ölçek ve kutuplaşma kavramlarına dayalı araştırma yöntemleri öne çıkarılmıştır (Eraydın,1992). Esnek üretim ve birikim rejimi ile gelen yeni dönemde ise farklı bir kavram şebeke/ağ vurgu kazanmaktadır. Bu kavramın tanımladığı yeni mekan organizasyonunda çok kademeli örgütlenme biçimleri yerine, bağlantıları olan odak noktalarının birbirlerini tamamlamaları anlayışına dayalı, ağ türünde ve uluslar arası boyut kazanan örgütlenmeler söz konusudur (Capello, 2000). Bu durum bilgi talebinin ve tüketimin göz ardı edilmemesi gereken rolünü ön plana çıkarmaktadır. Ayrıca bilgi teknolojisindeki yenilikler sadece üretim ve üretim alt yapısındaki bilgileri değil, yönetim bilgisi ve buluşlarını da içermektedir.

Kentsel bölgeler ise bilginin gelişimi için etkili alanlardır. Ancak enformasyonel üretim tarzı olarak tanımlanan ve kent toplum yapısıyla birlikte kent planlama sistemini de etkileyen bu gelişmelerin, kentlerin mekan organizasyonu üzerindeki etkileri gelişmiş ülke kentlerinde görülmekte ve 21. yüzyılda daha da yaygınlaşması beklenmektedir. Ancak günümüzde küresel ekonomi içinde yaşamamıza rağmen, birçok sürecin halen bölgesel nitelikte olduğu görülmektedir. Bölgesel ölçek, dönüşüm ve kontrol açısından daha uygun bir bakış açısı sunmaktadır. Bu kapsamda uluslar arası ağlar için de ilk olarak bölgesel yaklaşımda bulunmak zorunludur. Böylece bilgi tabanı oluşumu da bölgesel işbirliği

yapıları ve ağları şeklinde oluşturulmalıdır. Bu da bilgiye hızlı erişim ve gerekli işbirliklerini sağlamak için büyük kuruluşların yönetim ve üretim birimleri arasında organizasyon içi faydayı sağlamak üzere içsel ağları, hem pazar hem de pazar dışı ilişkileri kurmak üzere dışsal ağları düzenlemeleri yoluyla olmaktadır. Tüm bunları gerçekleştirmek için, mevcut mekansal mantık ile bu dönüşümü zorlayan tüm elemanların etkileşimi önemlidir. Bu etkileşimi değerlendirmek için üretim, yönetim ve mekan arasındaki ilişkileri incelemek gerekmektedir. Weber, toplumda yer alan ilişki gruplarını aktivitelerine ve etkinliklerine göre uluslararası etkinliği olan aktivite grubu, ulusal sınırları içinde etkin olan aktivite grubu, bölgesel etkinliği olan aktivite grubu ve yerel etkinliği olan aktivite grubu olarak tanımlamıştır. Ayrıca, toplumsal yaşamın gereği olarak oluşan her kurumun, kendi iç yapısı ile ilişkili bir hiyerarşisi bulunmaktadır. Bu kurumsal yapılar ana fonksiyonları ile ilişkili olarak kentsel mekan içinde bir yerleşme alanı seçmektedir. Üst düzey becerilerine güvenen hizmetler veya özellikli ürünleri pazarlayanlar kent merkezi alanında üst düzeyde politika üretenler, planlama yapanlar, gelişme stratejisini oluşturanlar etkilenebilecekleri ve etki altında bırakacakları çevrenin merkezi konumunda önemli metropoliten merkezlerde yerleşmektedir (Shilton ve Stanley, 1999). Diğer bir deyişle ulusal alanda çalışan çok amaçlı firmalar ulusal ölçekte, bölgesel ölçekte, yerel ölçekte çalışmak üzere iş bölümü yapmaktadır. Rutin işler yerel ölçekteki merkezlerde, standardizasyon ve lokal kararlar bölge ölçeğindeki merkezlerde, genel stratejik ve idari kararlar ulusal ölçekte görev yapan firma merkezlerinde verilmektedir. Böylece üst düzey fonksiyonlarını büyük şehirlerde gerçekleştirmekte, bu iş yerlerinin idare merkezleri, kent sisteminin merkezini kontrol etmekte veya merkezlerin gelişmesini yönlendirmektedir (Erkut vd., 1996).

Çalışma alanı

1980'lerde gelişmiş ülkelerde, teknolojik değişim, yeni üretim teknolojilerinin ve üretim sistemlerinin çıktısı ile finansal sistemin geliştirilmesi gibi çalışmalar yapılırken; az gelişmiş ülkelerdeki gibi Türkiye'nin de dışsattımının geliştirilmesi

ve yabancı sermaye girişlerinin arttırılması gibi çalışmalar yaptığı görülmektedir. O nedenle, 1980'ler boyunca ekonomik önlemler finansal, yasal ve örgütsel düzenlemeler bu iki konu üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu düzenlemelerin olumlu bazı dönüşümlere neden olduğu ve ekonomiye belirli bir ivme kazandırdığı izlenmiştir. Ancak üretim teknolojisi ile desteklenmeyen bu uyum sürecinin, 1990'lara gelindiğinde tıkanıp ve ikinci bir evrenin başlatılması gereğinin ortaya çıktığı görülmektedir. Bu evre çeşitli mekansal birimlerde odaklanan sanayinin kendine özgü uyum mekanizmaları geliştirdiği, yeni örgütlenme, emek kullanımı ve firmalar arası ilişkilerin ortaya çıktığını göstermektedir. Böylece, 1990'lardaki sanayi yapısı 1970'lerin ortasındaki yapıdan farklılık göstermektedir (Osma, 1998). Bu deneyimde üretim bazının değişen koşullara uyum göstermekte zorlandığını, buna karşılık üst yapıdaki değişimlerin yeni bir üretim-dağıtım yapısının gelişimini sağladığı görülmektedir. Üretim yapısı kendi araçlarını, ilişkilerini ve kurumlarını tanımlamaktadır. Özellikle yeni ilişkilerin oluşması, yeni tip bir holding modelinin çıkmasına da öncülük etmiştir. Bu yeni modelin elemanları üretim birimleri, bir ticari banka, dış ticaret sermaye şirketi statüsünde bir dışsattım şirketi, otel veya tatil köyü yatırımlarından oluşmaktadır. Öte yandan, bu gruplardaki bazı firmaların yabancı şirketlerle şirket evlenmeleri şeklinde birleştikleri de gözlenmektedir. Dışa açılma stratejisi içinde büyük üretim gruplarının finansman kurumlarına olan ilgisi de artmaya başlamıştır. Kendi yapıları içinde bankaların bulunduğu gruplar, görece üstünlük kazanmışlar, bu bankalar finansman kaynağı olarak kullanılırken, gruptaki birimler arası ilişkiler ve yurt dışı transferler daha kolay gerçekleştirilmiştir. Kısacası, yeni eklenen kurumlar ve birimler özellikle büyük firmaların dışa açılmasında önemli işlevler yüklenmişlerdir. Bu açıdan şirket gruplarının dönüşüm süreci içinde etkinliklerini arttırdıkları ve bu grupların dönüşüm sürecinden en karlı çıkan kesimler olduğu görülmektedir.

Yaşanan ekonomik dönüşümün özünde tüketimin ve üretimin koordinasyonu olduğundan ve bu koordinasyon metropoliten kademelenme içinde

gerçekleştiğinden, bu aşamada İstanbul'a önemli görevler düşmektedir. İstanbul'un böyle bir küresel mal ve hizmet üretim sisteminde nerede bulunduğunu irdelenmek gerekmektedir. Ancak metropoliten alanlar öncelikle ülke ekonomilerinin denetleme, koordinasyon ve örgütlenme merkezleridir. Bunun içinde bu değerlendirme dönüşüm ve kontrol açısından daha uygun bir bakış açısı sunan bölgesel ölçekte irdelenmiştir. Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından V. Beş Yıllık Plan ile yerleşme birimlerinin karşılıklı mal, hizmet, insan ve haber akımları esas alınarak, ülke genelinde 16 işlevsel bölge tanımlanmıştır. Buna göre İstanbul Bölgesi 14 ilden oluşmaktadır: İstanbul, Bolu, Çanakkale, Edirne, Kırklareli, Kocaeli, Sakarya, Tekirdağ, Zonguldak, Edirne, Yalova, Düzce, Bartın ve Karabük.

Kapsam ve yöntem

İstanbul Sanayi Odası (İSO) her yıl Türkiye ekonomisine katkısı olan Türkiye İlk 500 Büyük Sanayi Kuruluşları ile Türkiye İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşlarının belirlenmesine yönelik bir anket çalışması yapmaktadır. 1999 yılında İSO tarafından yapılan çalışmaya göre, Türkiye 1000 Büyük Sanayi Kuruluşunun, ülke ölçeğinde 16 işlevsel bölgeye dağılımlarına göre, İstanbul Bölgesinde 530 adet büyük sanayi kuruluşunun bulunduğu tespit edilmiştir (İSO,1999). Bu çalışmada 530 adet büyük sanayi kuruluşu içinden alınacak örneklem ile İstanbul Bölgesi'nin mal ve hizmet üretiminde istatistiksel ve mekansal olarak nerede bulunduğu ve hizmet üretimindeki etkin faktörleri değerlendirilmektedir. Bu bölgede 53 sanayi kuruluşunun ilgili makamlarıyla yüz yüze görüşme yoluyla anket yapılmıştır. Anketlerde kuruluş adı, büyüklüğü, üretim birim yeri, yönetim birim yeri, sektörü, kuruluş tarihi, organizasyon yapısı, teknoloji kullanımı, pazar alanı, çalışan sayıları, üst düzey hizmetleri sağlama biçimi gibi sorular yöneltilmiştir. Anket çalışmalarından elde edilen verilere k-kare istatistik testi uygulanmış ve yukarıda bahsedilen soruların cevapları aranmıştır.

Araştırma bulguları

İnceleme alanında üst düzey hizmet alma biçimlerini araştırmak üzere öncelikle 53 büyük sanayi kuruluşunun sıralamadaki yeri, kuruluş

tarihi, sektörü, teknoloji kullanımı, pazar alanı, çalışan sayısı ve yönetim şekli incelenmiştir. İSO tarafından ülke ekonomisine katkısına göre yapılan sıralamadaki yerleri için beş sınıflandırma yapılmıştır. Buna göre 0-199 arası 18 kuruluş, 200-399 arası 4 kuruluş, 400-599 arası 11 kuruluş, 600-799 arası 10 kuruluş ve 800-1000 arası 10 kuruluş vardır. Kuruluş tarihlerine göre üç sınıflandırma yapılmıştır. 5 kuruluş 1950-1959 arasında, 25 kuruluş 1960-1979 arasında ve 22 kuruluş 1980 sonrasında kurulmuştur. Sektörlere göre dağılımı incelendiğinde 2 kuruluş gıda, 4 kuruluş dokuma, 1 kuruluş orman ürünleri, 3 kuruluş kağıt, 13 kuruluş kimya, 2 kuruluş taş ve toprağa dayalı, 11 kuruluş metal ana, 4 kuruluş metal eşya, 10 kuruluş otomotiv ve 3 kuruluş elektrik sektöründe yer almaktadır. Teknolojik değişimleri açısından 3 kuruluş orta, 29 kuruluş iyi ve 21 kuruluş çok iyidir. Pazar alanları açısından 1 kuruluş yerel, 3 kuruluş bölgesel, 6 kuruluş ulusal, 28 kuruluş hem ulusal hem de uluslararası, 15 kuruluş ise sadece uluslararasıdır. Çalışan sayıları açısından iki sınıflandırma yapılmıştır: Beyaz yakalı ve mavi yakalı çalışanlar. Bu sınıflandırma içinde beyaz yakalı çalışanların toplam içindeki oranları %20'ye kadar 18 kuruluş, %20-%40 arası 26 kuruluş, %40-%60 arası 4 kuruluş, %60-%80 arası 3 kuruluş ve %80-%100 arası 2 kuruluş vardır. Mavi yakalı çalışanların toplam içindeki oranları %20'ye kadar 2 kuruluş, %20-%40 arası 3 kuruluş, %40-%60 arası 4 kuruluş, %60-%80 arası 24 kuruluş ve %80-%100 arası 20 kuruluş vardır. Toplam çalışan sayıları için yapılan sınıflandırmaya göre 0-249 arası 25 kuruluş, 250-499 arası 10 kuruluş, 500-999 arası 10 kuruluş, 1000-1999 arası 7 kuruluş ve 2000 üstü 1 kuruluş çalıştırmaktadır. Ayrıca bu kuruluşların 27'si holdinge bağlı, 26'si bağımsız kuruluş olarak çalışmaktadır. Görüldüğü gibi bu kuruluşlar iyi ve çok iyi bir teknoloji kullanımına sahiptirler; hem ulusal hem de uluslar arası pazara hizmet etmektedirler. Ayrıca beyaz yakalı çalışan sayısı %40'a kadar yoğunlaşmış, buna karşın mavi yakalı çalışan sayısı %60'ın üzerinde yer almaktadır.

Ayrıca anket sonuçlarına göre 53 kuruluşun daha önceki bölümlerde tanımlanan ve banka ve kredi, yatırım aracı, yatırım holding, sigorta, emlak,

reklam, bilgisayar, yönetim, iş danışmanlığı, hukuk, bilimsel, mimarlık ve mühendislik ve muhasebe hizmetlerinden oluşan 11 üst düzey hizmetinin hem kuruluş içinden hem de dışından sağlandığı tespit edilmiştir. 53 kuruluş içinde banka ve kredi, yatırım aracı, sigorta, emlak, reklam, hukuk yüksek oranda kuruluş dışından sağlanırken, yönetim ve iş danışmanlığı, bilimsel, mimarlık, mühendislik ve muhasebe hizmetleri yüksek oranda kuruluş içinden sağlanmaktadır. Bilgisayar hizmeti ise kuruluşun hem içinden hem de dışından alınmaktadır. Tablo 1’de bu dağılım görülmektedir.

Bu sonuçlardan görüleceği gibi, sanayi kuruluşlarının üst düzey hizmetlere ihtiyacı vardır ve temel olarak, enformasyona dayalı üst düzeyde profesyonel hüner gerektiren üretim sisteminde kullanılan bu hizmetlerden stratejik önem taşıyanlar ya da kuruluşun kendi içinde daha iyi sağlayabileceği hizmetler kuruluş içinden, ancak diğerleri dışarıdan alınmaktadır.

Yukarıda bahsedilen hizmet alma biçimlerinin; kuruluş büyüklüğü, kuruluş tarihi, faaliyet gösterdiği sektörü, teknoloji kullanımı, pazar alanı, beyaz yakalı çalışan sayıları ve yönetim şekilleri ile değerlendirilmesi yapıldığında şu sonuçlar elde edilmiştir: Türkiye’de ilk 500 büyük sanayi kuruluş arasında yer alan sanayi kuruluşları ile

ikinci 500 büyük kuruluş arasında yer alan sanayi kuruluşlarının üst düzey hizmet alma biçimi arasında pek ciddi bir fark yoktur. Ancak emlak, reklam ve bilgisayar hizmetleri ilk 500 içinde yer alan sanayi kuruluşlarında ikinci 500 içinde olanlara göre daha fazla kendi içinde sağlanmaktadır. 1980 sonrasında kurulan kuruluşların banka ve kredi, yatırım aracı ve emlak hizmetlerini dışarıdan satın alımları düşmüş ve bu hizmetler daha çok kendi içinde gerçekleştirmeye başlamıştır. Yönetim hizmetlerinde hem içeriden hem dışarıdan alım düşmüş yerine sadece dışarıdan alım önem kazanmıştır. Bilimsel, mimarlık, mühendislik hizmetlerinde ise kendi içinde sağlanmasında düşüş gerçekleşmiş ve dışarıdan alım öne çıkmıştır. Buradan da kuruluşların 1980 sonrası faaliyetlerinde finans ve yatırımların önem kazandığı, ayrıca yönetimin karmaşıklaşması ve teknolojik gelişmelere uyum sağlayabilmek için yönetim ve bilimsel çalışmalar için profesyonel hizmet sağlayıcılara baş vurulduğu görülmektedir. Teknoloji kullanımına göre, bilgisayar hizmetlerinin içeride sağlanmasının yanında özellikle çok iyi teknoloji kullanımı olan kuruluşlar dışarıdan satın almayı tercih etmektedirler. Bilimsel, mimarlık ve mühendislik hizmetleri için çok iyi teknoloji gelişimi olan kuruluş iyi gelişim gösterene göre daha çok dışarıdan sağlamaktadır. Hukuk hizmetleri ise iyi teknolojik gelişimi olan kuruluşlarda çok

Tablo 1. Büyük sanayi kuruluşlarının üst düzey hizmet türlerine göre hizmet alma biçimleri

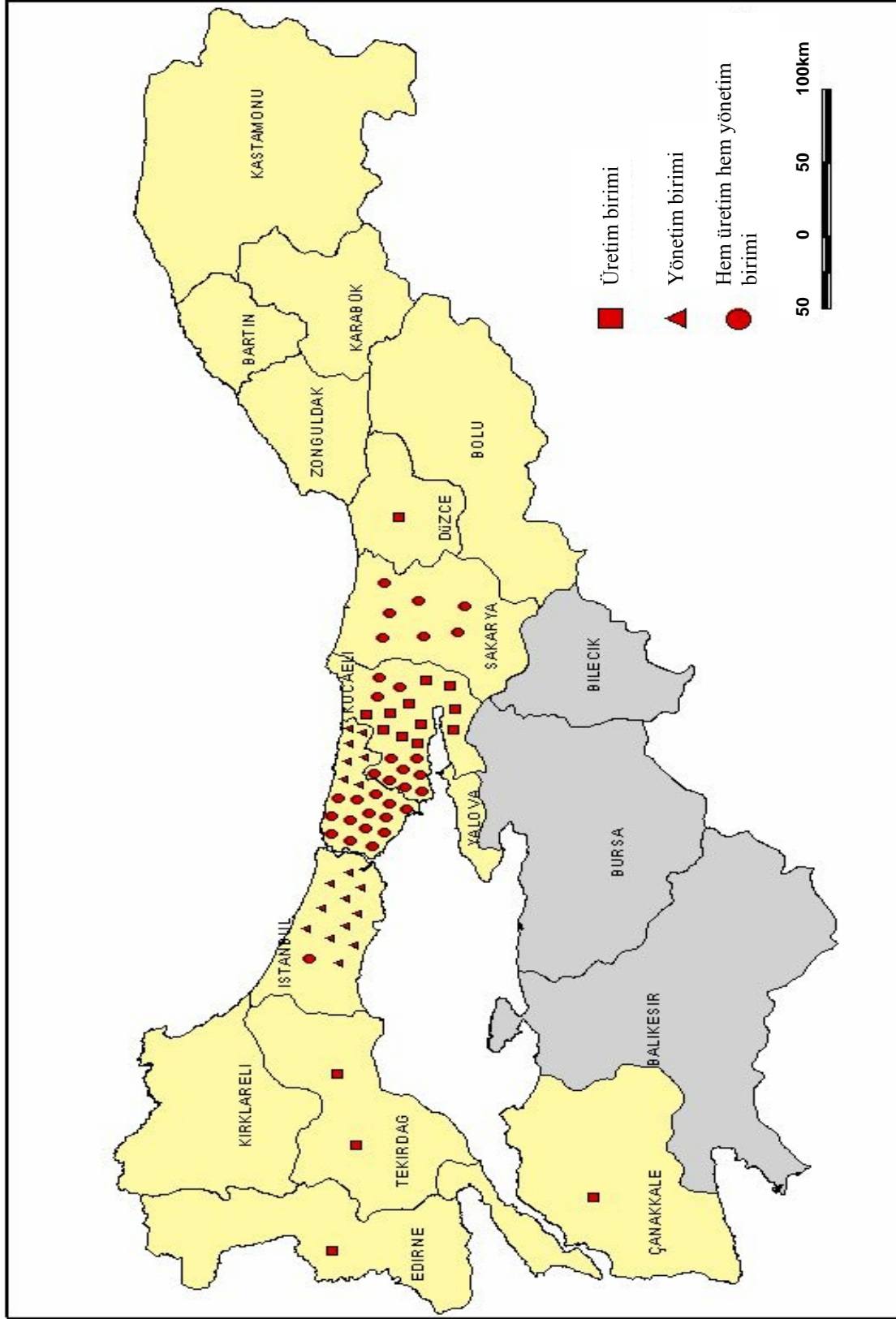
HİZMET TÜRLERİ	HİZMET ALMA BİÇİMLERİ			TOPLAM
	HEM İÇİNDE		DIŞINDA	
	İÇİNDE	HEM DIŞINDA		
	(1)	(2)	(3)	
(1) BANKA VE KREDİ	10	10	33	53
(2) YATIRIM ARACI	15	4	34	53
(3) YATIRIM HOLDİNG	24	2	27	53
(4) SİGORTA	8	6	39	53
(5) EMLAK	6	4	43	53
(6) REKLAM	7	6	40	53
(7) BİLGİSAYAR	18	23	12	53
(8) YÖNETİM VE İŞ DANIŞMANLIĞI	29	14	10	53
(9) HUKUK	10	13	30	53
(10) BİLİMSEL MİMARLIK VE MÜHENDİSLİK	29	17	17	53
(11) MUHASEBE	50	3	0	53
TOPLAM	206	102	285	583

iyiye göre daha fazla hem içinde hem de dışında sağlanmaktadır. Kuruluşun teknoloji kullanımı ne kadar iyi ise o kadar bilgisayar, bilimsel hizmetleri dışarıdan alınmaktadır. Pazar alanına göre, yatırım aracı hizmeti hem ulusal hem de uluslararası pazara hizmet eden sanayi kuruluşlarında daha çok dışarıdan satın alınmaktadır. Emlak hizmeti, uluslararası kuruluşlarda daha çok dışarıdan, bilgisayar hizmeti daha çok kendi içinden sağlanmaktadır. Yönetim hizmeti hem ulusal ve hem de uluslararası pazarlara hizmet eden kuruluşlarda hem kendi içinden hem de dışından sağlanmaktadır. Hukuk ve bilimsel hizmetler ise bölgesel pazara hizmet eden kuruluşlarda daha çok kuruluş içinde gerçekleştirilmektedir. Buna göre; sanayi kuruluşlarının pazar alanları karmaşıklaştıkça yatırım, yönetim, teknik ve hukuki işler de karmaşıklaşmakta ve dolayısıyla bu hizmetlerin alımı için daha çok serbest olarak çalışan profesyonel firmalardan yararlanılmaktadır. Çalışan sayılarına göre, üst düzey hizmet türleri itibariyle hizmet alma biçimleri pek farklılık göstermektedir. Ancak özellikle göze çarpan, yönetim ve iş danışmanlığı hizmeti, %80-%100 arası oranda beyaz yakalı çalışanlara sahip olan kuruluşlar tarafından daha çok kendi içinden sağlanmaktadır. O halde yönetim kadrosunun bu kuruluşlarda daha yüksek oranda olduğu yorumu yapılabilmektedir. Holdinge bağlı ya da holdinge bağlı çalışmayan sanayi kuruluşlarına göre; banka ve kredi, yatırım aracı, sigorta, emlak, bilgisayar ve yönetim ve iş danışmanlığı hizmetleri, eğer kuruluş holdinge bağlı ise, bağlı olmayana göre daha çok kendi içinde gerçekleştirilmektedir. Bilimsel mimarlık ve mühendislik hizmetleri ise holdinge bağlı kuruluşlarda yüksek oranda içinde ve dışarıdan sağlanmakla beraber, holding dışı kuruluşlarda hem içinde hem dışında sağlanmaktadır. Bu da göstermektedir ki; holding kuruluşu olmak bir çok hizmetin sağlanmasında önemli olmaktadır. Ki-kare test sonuçları da hizmet alma biçimlerinin kuruluş büyüklüğü, kuruluş tarihi, faaliyet gösterdiği sektörü, teknoloji kullanımı, pazar alanı, beyaz yakalı çalışan sayılarına bağımlı olmadığını; ancak yönetim şekillerinin bağımlı olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Ancak holding merkezleri kuruluş içinde üst düzey hizmetleri sağlamakla beraber çevresinde üst düzey

hizmetlerin gelişimini de sağlamaktadır. Bunun için büyük sanayi kuruluşlarının kendi içindeki ve çevresindeki bağları mekansal olarak daha iyi tanımlayabilmek için üretim ve yönetim birimi yerlerinin mekansal dağılım düzenleri incelenmiştir. Buna göre, 53 sanayi kuruluşunun 34'ünde üretim ve yönetim birimleri aynı yerde iken, 18'i ayrı yerde bulunmaktadır. Üretim birim yerlerinden 12'si İstanbul, 4'ü hem İstanbul hem diğer iller, 16'sı Gebze (Kocaeli), 7'si Kocaeli, 1'i hem Kocaeli hem diğer iller, 7'si Sakarya, 2'si Çerkezköy, 1'i Çanakkale, 3'ü İstanbul Bölgesi dışındaki diğer illerde yer almaktadır. Bunun yanında yönetim birimi yerlerinin 24'ü İstanbul'da, 9'u Gebze (Kocaeli) de, 3'ü Kocaeli'nde ve 7'si Sakarya'da bulunmaktadır. Bu düzende; Gebze (Kocaeli) ve Kocaeli'nde bulunan sanayi kuruluşlarının yönetim birimleri genelde İstanbul'da görülmektedir. Ancak Sakarya'da bulunan kuruluşlar için bu durum söz konusu değildir ve üretim ve yönetim birimleri aynı yerde bulunmaktadır (Şekil 1).

Sonuç

İmalat sanayinin bir bölgenin gelişiminde oynadığı rolün önemini azımsamaksızın, hizmetler özellikle de üst düzey hizmetlerin bölgesel büyümeyi hızlandıran bir tavır gösteren sektör durumuna geldiğini söylemek mümkündür. Ancak bu durum, hizmetlerle sanayinin oluşturduğu "hizmet-sanayi bütünü" sağlayacağı bir üstünlükten kaynaklanmaktadır. Hizmet fonksiyonu üretim sürecinde önemli bir rol üstlenmiştir. Sanayi sektöründe mal üretimini direkt sağlamamakla birlikte, üst düzey hizmetler üretime sunduğu faaliyetler yoluyla dolaylı katkıda bulunmakla vazgeçilmez bir yardımcı fonksiyon haline gelmiştir. Bir sanayi kuruluşu pazarda değişim ve uyumu kolaylaştıran yukarıda bahsedilen 11 üst düzey hizmet üretimini içselleştirmekte ve/veya dışsallaştırmaktadır. Başka bir deyişle, bir çok kuruluş söz konusu faaliyetleri, profesyonel hizmet şirketleri aracılığı ile sağlarken, bir kısmı da kendi bünyesinde elemanlar istihdam etmek yoluyla sağlamaktadır. Bu durum kuruluş büyüklüğü, kuruluş tarihi, faaliyet gösterdiği sektörü, teknoloji kullanımı, pazar alanı, beyaz yakalı çalışan sayıları ve yönetim şekilleri ile değerlendirilmiştir. Hizmet türlerine



Şekil 1. İstanbul bölgesi büyük sanayi kuruluşlarının üretim ve yönetim birim yerleri dağılımı

göre bu faktörlerin etkilerinde farklılıklar görülmektedir. Ancak bir kuruluşun holdinge bağlı olması ya da olmamasının hizmet alma biçimlerini net olarak etkilediği ortaya konmuştur. Bu etkileşime bağlı olarak kuruluşların mal ve hizmet üretimlerinin mekansal dağılımları incelendiğinde, üretim birimlerinin genel olarak ulusal bazda en düşük maliyetli yerleri araştırılırken, ofislerinin özellikle de holding merkezlerinin farklı yerde konumlandıkları görülmüştür. Çünkü burada en önemli ölçüt, iletişim maliyeti ve yüz yüze iletişimidir. Amaç iletişim maliyetinin minimize edilmesidir. Ayrıca ulaşım, depolama, haberleşme hizmetleri ile ilişkiler söz konusudur. İnsan kaynaklarının varlığı bu hizmetlerin yer seçiminde önemli olmaktadır. Bunun nedeni, danışmanlarla, tamamlayıcı üst düzey hizmetlerle, araştırma enstitüleriyle, üniversitelerle ve hükümet organizasyonlarıyla ilişki içinde olması gerektiğindedir. Kuruluşların merkez ofisleri ile dışarıdaki üst düzey hizmet sağlayıcıları arasındaki bağlantılar, yüz yüze ilişkiler açısından aglomerasyonlar gerektirmektedir.

Mekansal düzende genel olarak ofis veya holding merkezleri ile üretim birimleri arasında mesafenin öneminin olduğu ve değerinin de 40-90 km arasında değiştiği ortaya konmaktadır. Burada dış çevre ile yüz yüze temasın yanı sıra üretim biriminde çalışanları ile de yüz yüze temasın önemi ortaya çıkmaktadır. Hızlı değişimden dolayı gel geç pazarlar içinde, ağ organizasyonu yaşamak için en iyi çözümdür. Yukarıda görüldüğü gibi; bu ağların oluşumunda üretim ile yönetim arasındaki geleneksel bağlar kaybolmaktadır. Ana karargahlar ve üretim fonksiyonlarının görüldüğü merkezler arasında sinerji bağları vardır. Kısacası; hizmetlerin yerleşim kararları, üreticiler ile bağlantılar ve enformasyona erişebilirlik yoluyla etkilenmektedir.

Kaynaklar

- Bailly, A. S., Coffey, W. J., Paelinck, J. H. P., Polese, M., (1994). Spatial Econometrics of Services, Avebury, Newcastle.
- Capello, R., (2000). The City Network Paradigm: Measuring Urban Network Externalities, *Urban Studies*, **37**, 11, 1925-1945.
- Coffey, W. J., Drolet, R., Polese, M., (1996). The Intrametropolitan Location of High-Order Services: Patterns, Factors and Mobility in Montreal, *The Journal of the RSAI*; **75**, 3, 293-323.
- Daniels, P.W., Bryson, J.R., (2002). Manufacturing Services and Servicing Manufacturing: Knowledge-based Cities and Changing Forms of Production, *Urban Studies*, **39**, 5-6, 977-991.
- Eraydın, A., (1992). *Post-Fordizm ve Değişen Mekansal Öncelikler*, ODTÜ Mimarlık Fakültesi, Ankara.
- Erkut, G., Ertekin, Ö., Gezici, F., (1996). Enformasyon Teknolojisindeki Gelişmelerin Mekansal Organizasyon ile Etkileşimi ve İstanbul Örneği, *Habitata Doğru İstanbul 2020 Sempozyumu*, İTÜ, İstanbul, 17-19 Eylül, 243-252.
- İ.S.O., (1999). Türkiye İlk 500 Büyük Sanayii Kuruluşu, İstanbul Sanayii Odası Yayını, İstanbul.
- İ.S.O., (1999). Türkiye İkinci 500 Büyük Sanayii Kuruluşu, İstanbul Sanayii Odası Yayını, İstanbul.
- Keleş, R., (1993). *Kentleşme Politikası*, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Kutlu, E., (2000). *Bilgi Toplumunda Kalkınma Stratejileri*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Osmay, S., (1998). 1923'ten Bugüne Kent Merkezlerinin Dönüşümü, *75 yılda Değişen Kent ve Mimarlık*, 139-154, İstanbul.
- Simmie, J., Lever, W. F., (2002). Introduction: The Knowledge-based City, *Urban Studies*, **39**, 5-6, 855-857.
- Shilton, L., Stanley, C., (1999). Spatial Patterns of Headquarters, *Journal of Real Estate Research*, **17**, 3, 341-364.
- Wood, P., (1996). An "Expert Labor" Approach to Business Service Change, *The Journal of the RSAI*, **75**, 3, 325-349.