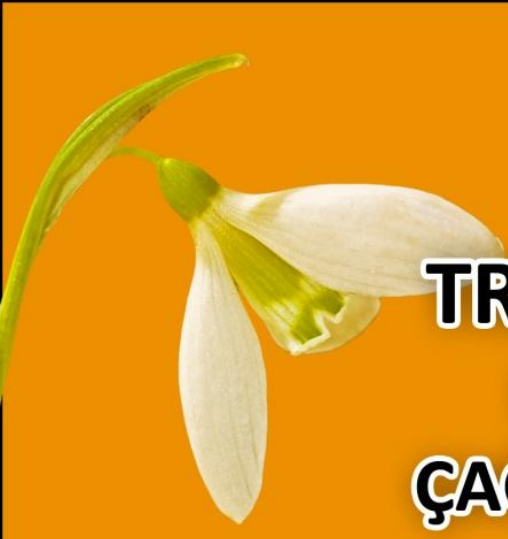




TRA 2 BÖLGESİ'NİN KALKINMASINDA ÇAĞRI MERKEZİ FIRSATI







ÖNSÖZ

Genel olarak *müşteri ne ister?* Sorusunun cevabının arandığı **çağrı merkezleri**; şirket kaynakları ile farklı iletişim kanallarının, müşteriye ve şirkete değer katmak amacıyla etkili bir şekilde entegre edildiği, insanlardan, süreçlerden, teknolojiden ve stratejilerden oluşan müşteri ilişkileri yönteminin önemli bir parçasıdır.

Dünyada 340 milyar dolar pazar büyüklüğü olan sektörde 124 bin çağrı merkezi olup bu merkezlerde 11 milyon çalışan istihdam edilmektedir. Son yıllarda pek çok sektörde firmaların yatırım büyüklüğü zamanla azalmasına rağmen çağrı merkezi sektörü yıllık ortalama %13'lük büyüme oranıyla kriz zamanlarında bile tercih edilen bir yatırım aracı olmuştur. Ülkemizde son 10 yıldır geniş anlamda bilinir hale gelen sektörün pazar payı 1,4 milyar dolara ulaşarak 1000'den fazla büyük ve küçük ölçekli çağrı merkezleri kurulmuştur. 2010 yılı itibariyle sektörün bir önceki yıla göre büyüme hızı, ülkemizin genel büyüme hızının oldukça üzerinde olmakla beraber, % 26, mevcut 50 bin çalışan sayısına 5 yıl içinde yapılacak yeni yatırımlarla 45 bin kişinin daha eklenmesi beklenmektedir.

Çağrı merkezlerinin kurulacağı yer seçiminde etkili olan faktörler başlıca; yatırım yapılan bölgenin güçlü ve kesintisiz telekomünikasyon alt yapısına sahip olması, yatırım maliyetlerinin düşük, genç iş gücü piyasasının yüksek olmasıdır. Büyük şehirlerdeki kira, ulaşım, iş gücü maliyetlerinin fazlalığı, trafik sıkıntısı, işi sahiplenecek nitelikli iş gücünün yetersiz olması vb. sebeplerden dolayı çağrı merkezi işletmeleri son yıllarda artan bir trendle yatırımlarını Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi illerine kaydırmaya başlamışlardır.

Hazırlamış olduğumuz "TRA2 Bölgesinin Kalkınmasında Çağrı Merkezi Fırsatı" adlı raporun Bölgemizin sahip olduğu potansiyeli açığa çıkararak bu alanda yatırım yapmayı planlayan şirketlere rasyonel karar verme süreçlerinde yardımcı olmasını, yol göstermesini ve bölgemizin kalkınmasına katkı sağlamasını temenni ederim.

Dr. Hüseyin TUTAR
Genel Sekreter

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	I
TABLolar.....	III
GRAFİKLER.....	III
1. GİRİŞ.....	1
1.1 ÇAĞRI MERKEZİ NEDİR?.....	2
1.1.1 ÇAĞRI MERKEZİNDE KİMLER ÇALIŞIR, YAPILAN İŞLER NELERDİR?.....	2
1.2 ÇAĞRI MERKEZİ HİZMETİ HANGİ SEKTÖRLERDE VERİLİR?.....	3
1.2.1 FİNANS SEKTÖRÜ	3
1.2.2 TELEKOMÜNİKASYON SEKTÖRÜ.....	4
1.2.3 OTOMOTİV SEKTÖRÜ.....	5
1.2.4 MEDYA SEKTÖRÜ.....	5
1.2.5 PERAKENDECİLİK SEKTÖRÜ	5
1.2.6 HİZMET SEKTÖRÜ	5
1.2.7 KAMU SEKTÖRÜ	6
1.3 HİZMETİN NİTELİĞİNE GÖRE ÇAĞRI MERKEZLERİ	6
1.4 ÇAĞRI MERKEZİ KURMANIN AVANTAJLARI.....	7
2. TÜRKİYE ÇAĞRI MERKEZİ SEKTÖRÜ.....	12
2.1 GENEL BAKIŞ.....	12
2.2 SAYILARLA TÜRKİYE ÇAĞRI MERKEZİ SEKTÖRÜ.....	13
2.2.1 COĞRAFİ DAĞILIM	14
2.2.2 HİZMET KULLANIMI.....	15
2.2.3 SEKTÖREL DAĞILIM.....	16
2.2.4 KOLTUK KAPASİTESİ	17
2.3 MÜŞTERİ TEMSİLCİSİ	18
2.3.1 CİNSİYET DAĞILIMI.....	20
2.3.2 YAŞ DAĞILIMI	20
2.3.3 EĞİTİM DURUMU	21
2.3.4 ÇALIŞMA ZAMANI DAĞILIMI.....	22
3. DOĞU VE GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGELERİNDE YAPILAN ÇAĞRI MERKEZİ YATIRIMLARI	25
4. TRA2 BÖLGESİ İLLERİNİN (AĞRI, ARDAHAN, IĞDIR, KARS) ÇAĞRI MERKEZİ YATIRIMI POTANSİYELLERİ	33

4.1 TRA2 BÖLGESİNİN AVANTAJLI YÖNLERİ	33
4.1.1 EĞİTİMLİ GENÇ NÜFUSA SAHİP OLMASI	34
4.1.2 MALİYET AVANTAJI.....	38
4.1.3 TELEKOMÜNİKASYON ALT YAPISININ UYGUNLUĞU	38
4.1.4 ULAŞIM PROBLEMİNİN OLMAMASI	39
4.1.5 GÜVENLİ BİR BÖLGE OLMASI	40
4.1.6 İKTİSADİ VE SOSYAL AÇIDAN BÖLGEYE VE YATIRIMCISINA AVANTAJLARI ...	40
4.1.7 BÖLGEDE KURULACAK ÇAĞRI MERKEZİNİN DEZAVANTAJLI GRUPLARIN	
İSTİHDAMINA KATKISI	41
5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	44
5.1 NELER YAPILMALI?	46
6. EKLER.....	49

TABLOLAR

Tablo 1 Cinsiyete Göre Banka Çağrı Merkezi Çalışan Sayıları.....	4
Tablo 2 Eğitim Durumuna Göre Banka Çağrı Merkezi Çalışan Sayıları	4
Tablo 3 Müşteri Temsilcisi Büyüklüğünün Dış kaynak Servis Sağlayıcıları ve Diğer Kullanıcılardaki Sektörel Dağılımı, 2008-2010 (Kişi).....	19
Tablo 4 TRA2 Bölgesi Üniversitelerinde Öğrenim Görmekte Olan Öğrenci Sayıları, 2009-2010.....	34
Tablo 5 TRA2 Bölgesinde Nüfusun Eğitim Durumu	34
Tablo 6 TRA2 Bölgesi ve Türkiye’de İşgücüne Katılma Oranları, 2009	35
Tablo 7 TRA2 Bölgesi İllerinin Cinsiyet ve Eğitim Durumuna Göre Verdiği Göç (15+ yaş, 2008-2009 Dönemi).....	37
Tablo 8 TRA2 Bölgesi İllerinin Fiber Optik Kablo Altyapısı	39

GRAFİKLER

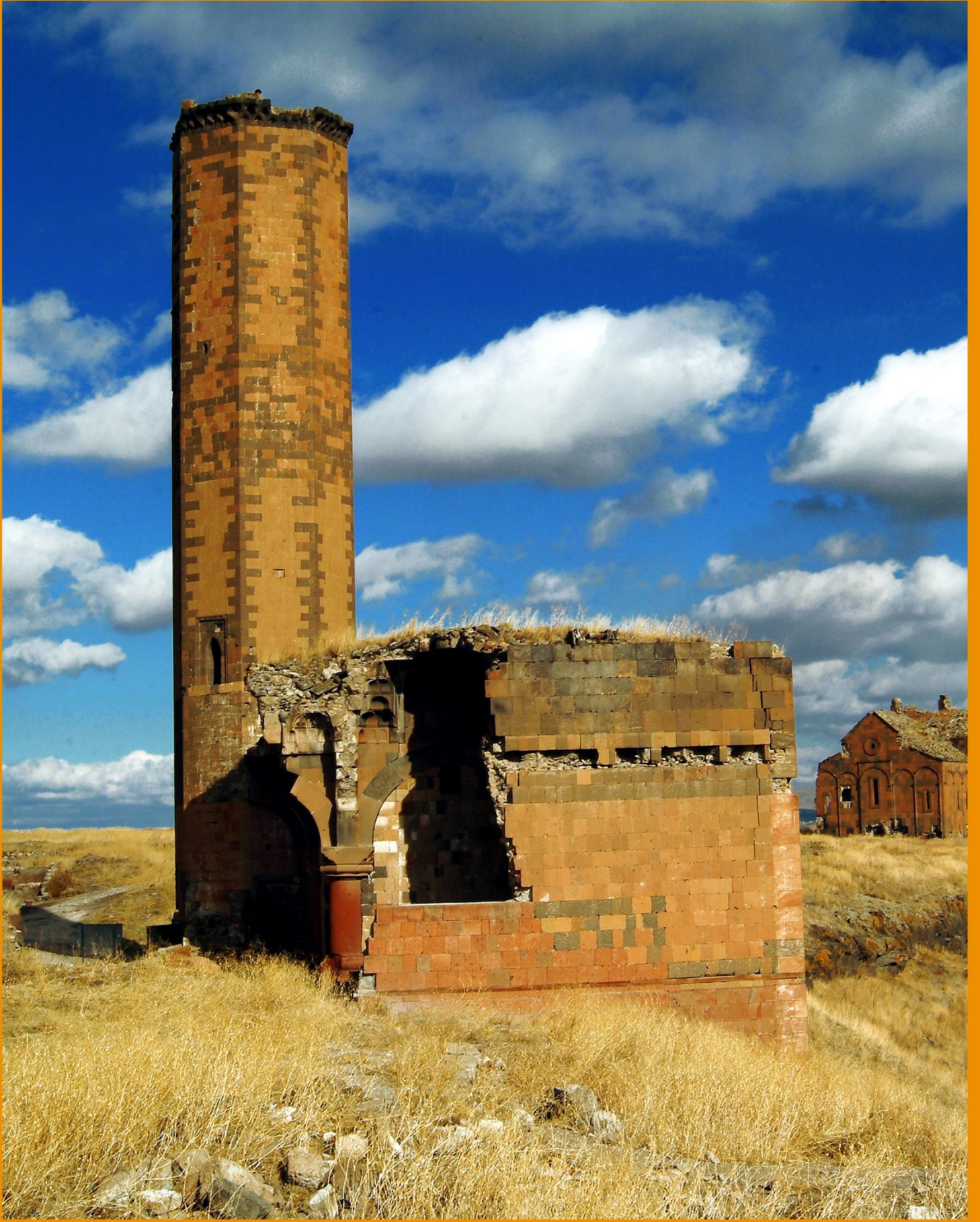
Grafik 1 Yabancı Dille Çağrı Merkezi Hizmeti Veren Firma Oranı, (%), 2010.....	13
Grafik 2 Türkiye Çağrı Merkezi Pazarı, 2007-2010 (Sayı)	14
Grafik 3 Hizmet Kullanım Yoğunluğu, 2010 (min:1 – max:5)	16
Grafik 4 Çağrı Merkezlerinin Sektörel Dağılımı (%), 2010.....	17
Grafik 5 Koltuk Büyüklüklerine Göre Firma Sayısı Dağılımı (%), 2007-2010	17
Grafik 6 Koltuk Büyüklüğünün Dış Kaynak Servis Sağlayıcıları ve Diğer Kullanıcılardaki Dağılımı, 2007-2010 (Adet).....	18
Grafik 7 Müşteri Temsilcisi Büyüklüğünün Dış Kaynak Servis Sağlayıcılar ve Diğer Kullanıcılardaki Dağılımı, 2007-2010 (Kişi)	19
Grafik 8 Müşteri Temsilcisi Büyüklüğünün Cinsiyete Göre Dağılımı, 2007-2010 (Adet).....	20
Grafik 9 Müşteri Temsilcilerinin Yaş Dağılımı, 2007-2010 (Adet)	21
Grafik 10 Müşteri Temsilcilerinin Eğitim Dağılımı, 2007-2010 (Kişi)	22
Grafik 11 Müşteri Temsilcisi Büyüklüğünün Çalışma Zamanına Göre Dağılımı (%), 2009-2010	23
Grafik 12 Müşteri Temsilcilerinin İşten Ayrılma/İşi Bırakma Nedenleri (%), 2010.....	35
Grafik 13 TRA2 Bölgesi ve Türkiye’de İstihdamın Sektörel Dağılımı-2009.....	36
Grafik 14 Müşteri Temsilcilerinin Ortalama Çalışma Süresi (%), 2010.....	36

HARİTALAR

Harita 1: Türkiye’de İl Bazında Çağrı Merkezleri Dağılımı Haritası.....	15
---	----

ŞEKİLLER

Şekil 1 Çağrı Merkezi Ülke Pazarları Doygunluk Durumu	12
---	----



GİRİŞ

1. GİRİŞ

Gelişen teknolojiyle yaşanan hızlı gelişmeler ve küreselleşmenin etkisiyle sürekli artan rekabet ortamı, ekonomik talebin değişkenliği ve işletmelerin, rakiplerinin bir adım ilerisinde olma hedefi gibi faktörler işletmeleri farklı araçlar kullanmaya itmektedir. Yeni arayışlar yeni çalışma modellerini oluşturmakta, yaşanan rekabet ortamında müşterisine en iyi hizmeti sunan kurumlar ayakta kalmayı başarmaktadır.

Müşterilerin söylediklerini ve işletmenin müşteri hakkındaki bilgilerini temel alan, müşteriye bireysel karşılık veren, ilişkisel pazarlamanın uygulamalarından olan “Müşteri İlişkileri Yönetimi” son yıllarda işletmeler üzerinde etkisini artırmaktadır. İnternetin yoğun olarak iş hayatına girmesiyle farklı bir boyut kazanan müşteri ilişkileri yönetiminde çağrı merkezi kullanımı hızla artarak işletmelerin vazgeçilmez bir parçası olmaktadır.

Müşteri memnuniyetinin ve sadakatının sağlanması için kurulan çağrı merkezleri, İstanbul başta olmak üzere büyük şehirlerde yoğunlaşmıştır. Ancak yaşanan küresel kriz, işletmelerin çağrı merkezi yatırımlarını ucuz maliyetli ve genç nüfusa sahip Anadolu şehirlerine kaydırmasına sebep olmaktadır. Yatırımların Doğu ve Güneydoğu Anadolu illerine kayması önümüzdeki zaman diliminde TRA2 Bölgesi illerinde çağrı merkezi yatırımlarının yapılması fırsatını doğurmaktadır.

Çağrı merkezi sektörünün ve TRA2 Bölgesi illerinin, yatırımcılar için sahip olduğu avantajlı noktaların irdelendiği bu çalışma 5 bölümden oluşmaktadır. Raporun ilk bölümünde çağrı merkezinin genel bir tanımı yapılarak çağrı merkezinde verilen hizmetler, ikinci bölümde Türkiye’deki çağrı merkezi sektörünün durumu, üçüncü bölümde Anadolu’daki çağrı merkezi yatırımları, dördüncü bölümde ise TRA2 Bölgesinin çağrı merkezi yatırımları için sahip olduğu potansiyeller incelenmiştir. Sonuç kısmında bölgeye çağrı merkezi yatırımlarının çekilebilmesi için neler yapılmalıdır sorusunun cevabı aranmıştır.

1.1 ÇAĞRI MERKEZİ NEDİR?

Çağrı merkezleri, kurumun kendisiyle temas etmesini istediği tüm tarafların (müşteriler, tedarikçiler, bayiler vs.) başta telefon olmak üzere diğer tüm iletişim yöntemlerini (web, faks, e-mail vs.) kullanarak etkileşim içinde olmasını sağlayan iletişim merkezleridir.¹ Teknoloji geliştikçe görev tanımı ve sundukları hizmetler değişen çağrı merkezleri, rezervasyon merkezi, yardım masası, bilgi hatları ve müşteri ilişkileri bölümlerini kapsayan birimlerden oluşmaktadır.

1.1.1 ÇAĞRI MERKEZİNDE KİMLER ÇALIŞIR, YAPILAN İŞLER NELERDİR?

Çağrı merkezlerinde genellikle 18-34 yaş arası en az lise mezunu genç nüfus istihdam edilir. Son yıllarda Ulaştırma Bakanlığı'nın da teşvikleriyle engelli vatandaşların da çağrı merkezlerinde çalışma oranı artmıştır. Çalışanlarının yüzde 70'ini kadınların oluşturduğu çağrı merkezlerinde yapılan işin düzgün diksiyon ve esneklik gerektirmesi işletmelerin kadın iş gücüne yönelik tercihlerinin nedenini ortaya koymaktadır.

Çağrı merkezlerinde Müşteri Temsilcileri, Takım Liderleri, Denetleyiciler, Yöneticiler olmak üzere 4 ayrı çalışan grubu mevcuttur.² Bu birimlerde genel olarak gelen çağrı karşılama, dış arama, müşteri destek, arka ofis hizmetleri verilmektedir. Gelen çağrı karşılama işlemleri; sipariş yönetimi, bilgi hizmetleri, müşteri hizmetleri, şikâyet yönetimi hizmetlerinden oluşur. Dış arama hizmetinde tele satış, kampanya yönetimi, hoş geldiniz aramaları yapılırken müşteri destek hizmetlerinde müşterilerin sorunları çözümlenerek müşteri memnuniyeti sağlanmaya çalışılır. Arka ofis hizmetlerinde ise veri girişi yönetimi, veri yönetimi ve randevu hizmetleri verilir. Bu hizmetleri detaylandırmak gerekirse bir çağrı merkezinde müşteri bilgi hizmetleri, şikâyet yönetimi, telefonda pazarlama, telefonda satış, bilgilendirme, kampanya yönetimi, aidat yönetimi, bayi iletişimi, geri kazanım aramaları, anket ve araştırmalar, abonelik yönetimi, satış sonrası destek, sipariş alma, randevu alma, tahsilat, toplu e-posta vb. hizmetleri verilir.³

¹ Çağrı Merkezi Yararları ve Bileşenleri, <http://www.callschool.org/index.php?q=node/40> (Erişim tarihi: 24.01.2011)

² "Çağrı Merkezleri Derneği Gelişim Akademisi Mayıs 2010'da Kapılarını Açıyor" başlıklı haber, <http://cagrimerkezleridernegi.org/uploads/CMD-Bulten> (Erişim tarihi: 23.01.2011)

³ ARSLAN Z., *A'dan Z'ye Çağrı Merkezi Dünyası*, Vodasoft Bilişim Sistemleri, İstanbul, 2006, s.23

İsimleri birbirinden farklı olsa da, her çağrı merkezinde aşağıdaki özellikler bulunur:⁴

- Bu merkezlerde, müşteri memnuniyetine odaklanan müşteri temsilcileri (MT) vardır,
- Bu çalışanlar, telefon ve bilgisayar kullanırlar,
- Gelen her çağrı, otomatik dağıtım sisteminden geçer ve kontrol edilir.

Çağrı merkezlerinde “Müşteri ne istiyor?” sorusunun cevabı aranır. Müşterilerin bu merkezleri arama nedenleri, ilgilendikleri ürün/hizmet, ürünleri satın almayı düşündükleri zaman periyodları, üründe aradıkları özellikler, satış sonrası hizmetlerle ilgili yorumları, kısacası müşterilerin ürün ya da hizmet hakkındaki bütün görüşleri kayıt altına alınarak bu görüşler işletmelerin pazarlama stratejilerinde kaynak olarak kullanılır. Yapılan müşteri ilişkileri yönetimi analizleri sonucu çağrı merkezleri; kurumlara katma değer sağlayan, müşteriye tanıyan, müşterinin önemini bilen, müşteri ile olan her türlü etkileşimi değerlendiren, takip eden, müşteri memnuniyeti ve bağlılığını sağlayan merkezler olarak göze çarpmaktadır.

1.2 ÇAĞRI MERKEZİ HİZMETİ HANGİ SEKTÖRLERDE VERİLİR?

Çağrı merkezleri finans, otomotiv, perakende, internet, medya, inşaat, gıda, sağlık, turizm, eğlence ve kamu gibi kurum ve sektörlerde faaliyet göstermektedir.

1.2.1 FİNANS SEKTÖRÜ

Çağrı merkezleri ilk olarak artan maliyetlerini düşürmek isteyen bankacılık ve sigortacılık sektörlerinde uygulanmıştır. Çağrı merkezi elemanları aldıkları 2 aylık eğitimden sonra müşterilerin her türlü bankacılık işlemlerini gerçekleştirebilirler ve müşterilerin bankayla yaşadığı sorunları ikna becerisiyle çözüme ulaştırarak bankanın müşterileriyle sürdürülebilir bir ilişki kurmasını sağlarlar. Banka çağrı merkezleriyle tüketiciler banka işlemlerini (istisnai işlemler dışında) 7 gün 24 saat gerçekleştirebilmektedirler.

⁴ DEAN, A. M., *Service Quality in Call Centers: Implications for Customer Loyalty*, Managing Service Quality, 2002, 12 (6), ss. 414-423.

Türkiye’de banka çağrı merkezlerinde 6.300 personel çalışmaktadır. Çalışanların yüzde 18’i lise, yüzde 34’ü ön lisans, yüzde 46’sı lisans ve yüzde 2’si yüksek lisans ve doktora diplomasına sahiptir.⁵

Tablo 1 Cinsiyete Göre Banka Çağrı Merkezi Çalışan Sayıları

Çalışma Birimi	Haz.10						Eyl.10					
	Kadın	%	Erkek	%	Toplam	Ort. Yaş	Kadın	%	Erkek	%	Toplam	Ort. Yaş
Müşteri Temsilcisi	4.004	76	1.262	24	5.266	24	3.999	75	1.313	25	5.312	25
Destek Personel	219	66	114	34	333	23	251	70	110	30	361	23
Yönetici	407	65	223	35	630	31	420	67	207	33	627	33
Toplam	4.630	74	1.599	26	6.229	-	4.670	74	1.630	26	6.300	-

Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği, Çağrı Merkezi İstatistikleri, 2010

Tablo 2 Eğitim Durumuna Göre Banka Çağrı Merkezi Çalışan Sayıları

	Eğitim Durumu	Müşteri Temsilcisi	Destek Personel	Yönetici	Toplam
Haz.10	Lise	984	63	73	1,12
	%	18,69	18,92	11,59	17,98
	Ön Lisans	1,885	108	133	2,126
	%	35,8	32,43	21,11	34,13
	Lisans	2,342	154	396	2,892
	%	44,47	46,25	62,86	46,43
	Lisansüstü	55	8	28	91
	%	1,04	2,4	4,44	1,46
Eyl.10	Toplam	5,266	333	630	6,229
	Lise	1,04	58	76	1,174
	%	19,58	16,07	12,12	18,63
	Ön Lisans	1,893	120	99	2,112
	%	35,64	33,24	15,79	33,52
	Lisans	2,317	174	422	2,913
	%	43,62	48,2	67,3	46,24
	Lisansüstü	62	9	30	101
	%	1,17	2,49	4,78	1,6
	Toplam	5,312	361	627	6,3

Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği, Çağrı Merkezi İstatistikleri, 2010

1.2.2 TELEKOMÜNİKASYON SEKTÖRÜ

Telekomünikasyon sektörü çağrı merkezlerinde en çok personel istihdam eden sektördür. Turkcell, Vodafone ve Avea gibi GSM operatörleri müşteri hizmetlerini çağrı merkezleri aracılığıyla vermektedirler. Çağrı merkezi çalışanları müşterilerin GSM hatlarıyla ilgili tüm işlemlerini (kontör yükleme, fatura ödeme, fatura itirazı inceleme,

⁵ Türkiye Bankalar Birliği, İstatistiki Raporlar, 2010 Çağrı Merkezleri İstatistikleri, www.tbb.org.tr (Erişim tarihi: 18 Ocak 2011)

yurt dışı servis, şifre işlemleri, tarife, ürün ve servis bilgilendirmesi vb.) gerçekleştirmekte ve müşterilerin yaşadıkları sorunları çözmektedirler. Pazarlama stratejisi olan kampanyaların tanıtımında ve yeni müşteriler kazanılmasında etkin rol oynamaktadırlar.

1.2.3 OTOMOTİV SEKTÖRÜ

Tüketici beklentilerinin farkında olmak işletmelerde fark yaratan unsurların başında gelmektedir. Rekabetin çok yoğun olduğu bu sektörde kurulan çağrı merkezleriyle tüketicilere yönelik üretim prensibi benimsenmiştir. Müşteri anketleriyle tüketicilerin ürünler hakkındaki görüş ve önerileri kayıt altına alınırken piyasadaki ürünlerin müşterilerce beğenilmeyen özellikleri rahatlıkla öğrenilebilmektedir. Ayrıca yol yardım, araç kiralama, sigortacılık gibi hizmetler de otomotiv sektöründeki firmalar tarafından sağlanmaktadır.

1.2.4 MEDYA SEKTÖRÜ

Medya sektöründe dergi aboneliği, ürün bilgilendirme, reklam ve ilanlar, teslimat bilgileri, TV haber ihbarı hizmetleri vb. pek çok işlem çağrı merkezleri aracılığıyla sağlanmaktadır. Aynı zamanda çağrı merkezleri sayesinde medya sektöründeki işletmelerin tanıtım faaliyetleri çok daha etkili ve maliyet avantajlı olarak yapılabilmektedir.

1.2.5 PERAKENDECİLİK SEKTÖRÜ

Hızlı bir tüketim döngüsüne sahip perakendecilik sektöründe sürekli değişim meydana gelmekte, iletişimin kolaylaştığı çağrı merkezleriyle tüketicilerin değişen talepleri kayıt altına alınmaktadır. Tüketicilerin elektronik ortamda yaptıkları ürünlerin takibi, ürün hakkında detaylı bilgi alımı, müşteri desteği vb. hizmetler çağrı merkezi müşteri temsilcileri tarafından verilmektedir.

1.2.6 HİZMET SEKTÖRÜ

Eğitim, sağlık, eğlence, turizm, internet gibi müşteriye doğrudan pazarlanan hizmetlerde müşteri ilişkilerinin sağlanması oldukça önemlidir. Kurulan çağrı merkezleriyle müşteri sadakati oluşturmak için kişiye özel çözümler geliştirilmektedir. Doğum günü kutlama aramalarından, hangi sağlık kuruluşundan ne şekilde faydalanılabileceği bilgisinin

verilmesine kadar uzanan geniş bir yelpazede çağrı merkezi hizmetleri verilebilmektedir.

1.2.7 KAMU SEKTÖRÜ

Özel sektördeki firmaların sundukları hizmetlere yönelik kurdukları çağrı merkezlerinin etkinliği anlaşıldıktan sonra bazı kamu kurumları da verdiği hizmetlerde çağrı merkezlerini kullanmaya başlamıştır. Kamu kurumları bünyesinde kurulan çağrı merkezleri, vatandaşların işlemlerini (danışma, ihbar, dilek ve şikayet, bilgi merkezi, vergi borçları tahsilatı, hastanelerden muayene sırası ve randevu alınması, nüfus kayıt sistemi vb. uygulamalar) kurum binalarına gitmeden, sıra beklemeden telefon veya internet aracılığıyla halletmelerini sağlamaktadır. Bu çağrı merkezleri vatandaşlarla kamu yönetimi arasında etkili bir iletişim kurarak kamu hizmetlerinde etkinliği sağlama amacına hizmet etmektedirler. Sağlık, Ulaştırma, Milli Eğitim vb. bakanlıklar, vatandaşlara verdikleri hizmetlerde daha hızlı ve etkin bir ulaşım aracı olan çağrı merkezlerini seçmektedirler. Sağlık Bakanlığı'nın 2010 yılında Erzurum'da kurduğu çağrı merkezinde hali hazırda 300'den fazla kişi çalışırken Mart ayına kadar merkezde 600'e yakın personel istihdam edilmesi beklenmektedir. Yapılan araştırmalara göre Kamu kurumlarının çağrı merkezi kullanımı son üç yılda yüzde 47 oranında artmıştır.⁶

1.3 HİZMETİN NİTELİĞİNE GÖRE ÇAĞRI MERKEZLERİ

Çağrı merkezleri ilk olarak şirket veya kurum içinde bir departman olarak ortaya çıkmıştır. Ancak çağrı merkezi oluşumu bir sektör haline gelmeye başlayınca şirketler zaten kendileri için bir yük teşkil eden bu departmanları daha az maliyetle ve daha profesyonelce yapacak çağrı merkezi dış kaynak firmalarına aktarmışlardır. Ancak yine de yasal prosedürlerden ötürü bankacılık ve finans gibi bazı sektörler kendi çağrı merkezlerini kendileri kurmak durumundadırlar. Çağrı merkezleri, proje bazlı çalışan ve firmalardan iş alan dış kaynak sağlayıcı **profesyonel çağrı merkezi firmaları** ve kendi müşterilerine kendi bünyesinde kurduğu çağrı merkezi ile **hizmet veren firmalar (içsel çağrı merkezi)** olarak iki ana başlığa ayrılmaktadır. Çağrı merkezlerinde müşteri temsilcileri, gelen çağrıları karşılayan ve dış arama yapanlar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Gelen ve yapılan çağrıları; genel müşteri hizmetleri, tele-satış, teknik

⁶ Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

destek ve yardım, vergi-kredi borcu ve fatura tahsilatı gibi iş bölümlerinden oluşmaktadır.

Ticaret, medya, turizm, sağlık, pazarlama, finans, sanayi, bilgi teknolojisi gibi çok çeşitli sektör ve alanlarda faaliyet gösteren firmalar ve kamu kurumları, bünyelerinde çağrı merkezleri kurarak müşterilere hizmet vermektedirler.

Dış kaynak çağrı merkezi firmaları ise alanında uzmanlaşmış profesyonel bir anlayışla çalışan firmalar olup, kendilerine başvuran kurumun, firmaların çağrı trafiğini yönetmekte günümüzde sayıları her geçen gün artmaktadır. Asıl işi çağrı merkezi kurmak olmayan kurumların bu ihtiyaçlarının tamamını ya da bir kısmını hizmet ve alt yapı sağlayan profesyonel şirketlerden satın alması sektörü olumlu etkilemektedir. Bu sayede kurumlar asli işlerine daha çok zaman ayırabilmekte kendileri için stratejik öneme sahip müşteri ilişkileri yönetimini de sağlamış olmaktadır. Dış kaynak çağrı merkezi kullanımı, işletmeler için oldukça verimli sonuçlar meydana getirmektedir. Hizmetin tek merkezden alınması, Telekom giderlerinin azalması, sistemin 7 gün 24 saat aktif olması, gelişen teknolojiye işletmelerin rahatlıkla yararlanabilmesi gibi pek çok avantajları vardır.

1.4 ÇAĞRI MERKEZİ KURMANIN AVANTAJLARI

a- İşletmeler İçin

Günümüzde müşteri memnuniyetinin ve sadakatının sağlanması için sunulan hizmetin kalitesi firmalar arası rekabette en belirleyici unsurların başında gelmektedir. Müşteriyi anlamak, fikrine değer vermek, sorununu çözmek müşterinin güveninin kazanılmasını sağlar. Güveni kazanılmış müşteri firmaya yaptığı maddi katkının yanında yeni müşteriler kazanılmasında da referans olur. Firmaların amacı, çalıştıkları müşteri ve onun çevresindeki potansiyel müşterileri de kazanarak müşteri ağını büyütmektir.

Müşteri sadakatının getirdiği avantajlar:

- Firmanın güvenini kazandığı mevcut müşteriler yaptıkları düzenli harcamalarla yeni müşterilere oranla firmaya 2 kat daha fazla getiri sağlamaktadırlar.⁷
- Müşteri sürekliliğindeki yüzde 5'lik artış işletmenin gelirini yüzde 100 artırmaktadır.⁸
- Tamamen memnun olan müşterilerin tekrar alıcı olma olasılığı memnun müşterilere göre tam 6 kat fazladır.⁹

Çağrı merkezlerinin işletmelere sağladığı bazı yararlar şunlardır.¹⁰

- Satış sürecini oluşturma ve geliştirme olanağı sağlar,
- Satış sürecinin verimsizliğini ortadan kaldırır,
- Mevcut ve potansiyel müşterilere çapraz satış olanağı sağlar,
- Müşteri kaybının minimize edilmesini ve müşteri sadakatini sağlar,
- İşletmenin verimliliğini artırır ve maliyet avantajı sağlar,
- Müşteri kaydı tutarak belirli hedef kitlelerine yönelik ürün ve hizmet pazarlama faaliyetlerinin yapılmasına olanak tanır,
- Firma ile müşteri arasında köprü görevi görür,
- Şirket imajı güçlenir ve rekabet avantajı sağlar,
- Kampanyaların etkinliğini artırır.

b- Tüketiciler İçin

- Tüketicinin işlemini çağrı merkezleri aracılığıyla yapması harcanacak zaman ve maddi kayıplarda azalma sağlar,
- Tüketici ülkenin hatta dünyanın farklı yerlerinde bile olsa işlemlerini gerçekleştirebilir,
- Çağrı merkezlerinde müşteri veri bankası sayesinde belli bir işlem için kaydolan bir kişi her defasında yeniden özlük bilgilerini (isim, doğum tarihi, meslek, baba ya da anne ismi vb.) girme sıkıntısından kurtulur,

⁷ Alexander Group, <http://www.istanbulcallcenterexpo.com//ebultentr.php> (Erişim tarihi: 20.01.2011)

⁸⁻⁹ Harvard Business Review, <http://www.istanbulcallcenterexpo.com//ebultentr.php> (Erişim tarihi: 20.01.2010)

¹⁰ ÇOROĞLU C., *Modern İşletmelerde Pazarlama ve Satış Yönetimi*, İstanbul, Alfa Yayınları, 2002.

- Tüketici belli uygulamalar dışında günün her saati çağrı merkezine ulaşarak karşısında muhatap bulabilir,
- Acil çağrı hatları sayesinde can ve mal kaybı önlenabilir,
- Tüketici anketleri yapılarak müşterilerin istek ve önerileri rahatlıkla öğrenilebilir. Bu sayede müşteriye uygun hizmet verilir,
- İşlemler, müşterinin arzusunun göre özel konumlandırılabilir. Örneğin hizmetler müşterinin seçtiği dilde sunulabilir.

c- Kurulduğu Bölge İçin

Çağrı Merkezleri;

- Kamu hizmetlerinin topluma yayılmasında önemli rol üstlenirler. Profesyonel çağrı merkezleri halkın sağlık, belediyecilik, maliye ve diğer alanlarda kamu kurum ve kuruluşlarının hizmetlerinden yaygın ve etkin bir şekilde yararlanmasına katkı sağlarlar,¹¹
- Ana sanayileri besleyen ve onlara mal ve hizmet tedarik eden yan sanayiler, ana firmanın geliştirdiği teknolojiye uyum sağlama gayreti içinde olacaktır. Dolayısıyla bölgede bilgi paylaşımı, teknoloji ve altyapı yatırımları yapılacaktır. Bölgede kurulacak çağrı merkezleriyle taşıma, yiyecek-içecek, konut, eğlence, kültürel faaliyetler, güvenlik, bilgisayar bakım onarımı ve satışı, ofis hizmetleri gibi pek çok yan sanayi gelişecek, bu durum bölgenin gelişmesine katkı sağlayacaktır,
- Çağrı merkezi yatırımları dezavantajlı grupların istihdamı ve topluma kazandırılmasını sağlayan sosyal sorumluluk projeleri olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Ulaştırma Bakanlığı ve Çağrı Merkezi Derneği'nin çalışmalarının yanında bazı özel çağrı merkezi yatırımcıları omurilik felçlileri başta olmak üzere görme ve işitme engellilerine yönelik çağrı merkezleri kurmakta, malul vatandaşların iş hayatına kazandırılmasına katkı sağlamaktadırlar,
- Yapılan çağrı merkezi yatırımlarıyla bölgede yerel tedarikçi firmalar oluşmaya başlamakta, yatırım yoğunlaşmasıyla mal, hizmet ve teknoloji sunan firmaların sayısı artmaktadır,

¹¹ Bahadır Pekkan, <http://www.tumgazeteler.com/?a=4597610&cache=1> (Erişim tarihi: 15.01.2010)

- Bölgede yaşayan eğitimli genç nüfus, iş bulmak için bölge dışına çıkmak yerine bölgedeki çağrı merkezlerinde çalışabilmektedir,
- Çağrı merkezinde çalışacak personelin eğitilmesi bölgenin yerel iş gücü niteliğinin artmasında etkili olmaktadır,
- Çağrı merkezi yatırımlarının etkisiyle bölgenin ekonomisinde canlanma meydana gelmektedir.





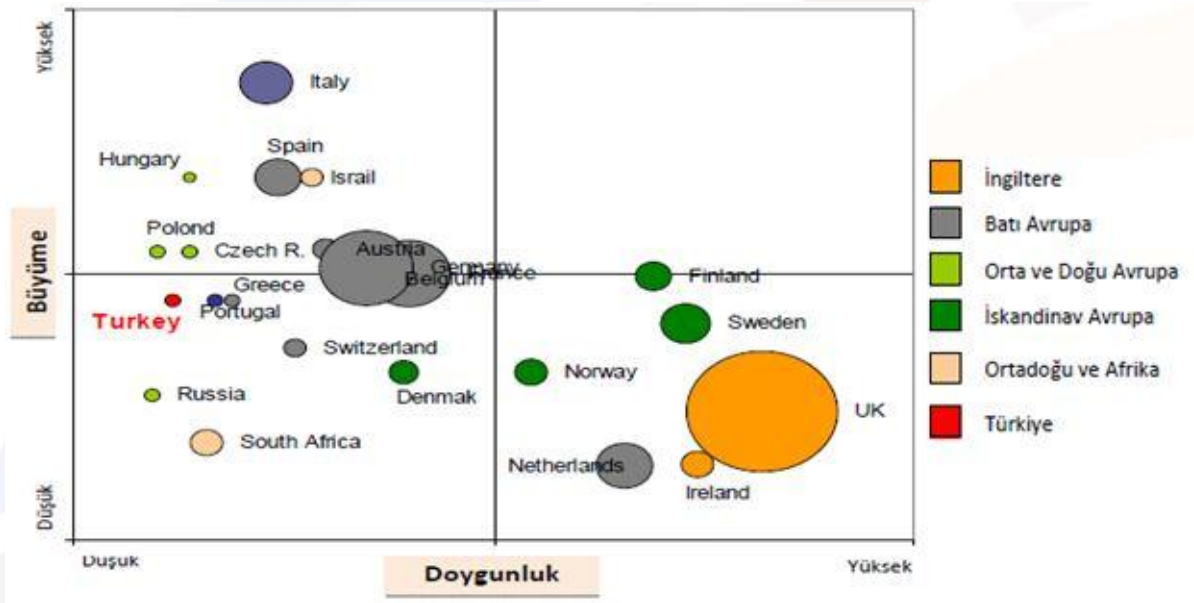
TÜRKİYE'DE ÇAĞRI MERKEZİ SEKTÖRÜ

2. TÜRKİYE ÇAĞRI MERKEZİ SEKTÖRÜ

2.1 GENEL BAKIŞ

Küreselleşen dünyada, firmaların hem iç hem de dış pazarda, müşteri sadakatini artırmak amacıyla müşteri ilişkileri yönetimi kanallarından biri olan çağrı merkezlerini kullanmaları gün geçtikçe artmaktadır. Günümüzde Avrupa ülkelerinde 200 ile 400 kişiye bir çağrı masası, İngiltere ve ABD gibi ülkelerde 100 kişiye bir çağrı masası, Türkiye’de ise her 2.500 kişiye bir çağrı masası hizmet vermektedir.¹² Bu durum Türkiye’de çağrı merkezi pazarının henüz doyumluğa ulaşmadığını göstermektedir. Çağrı merkezi pazarının dünyadaki büyüklüğü 330 milyar dolara ulaşırken, Türkiye’de 2010 yılında bir önceki yıla nazaran % 26 oranında gerçekleşen büyüme hızı ile pazarın büyüklüğü 1,4 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır.

Şekil 1 Çağrı Merkezi Ülke Pazarları Doygunluk Durumu



Kaynak: Çağrı Merkezleri Derneği, Dünya ve Türkiye Çağrı Merkezi Sektörü Sunumu

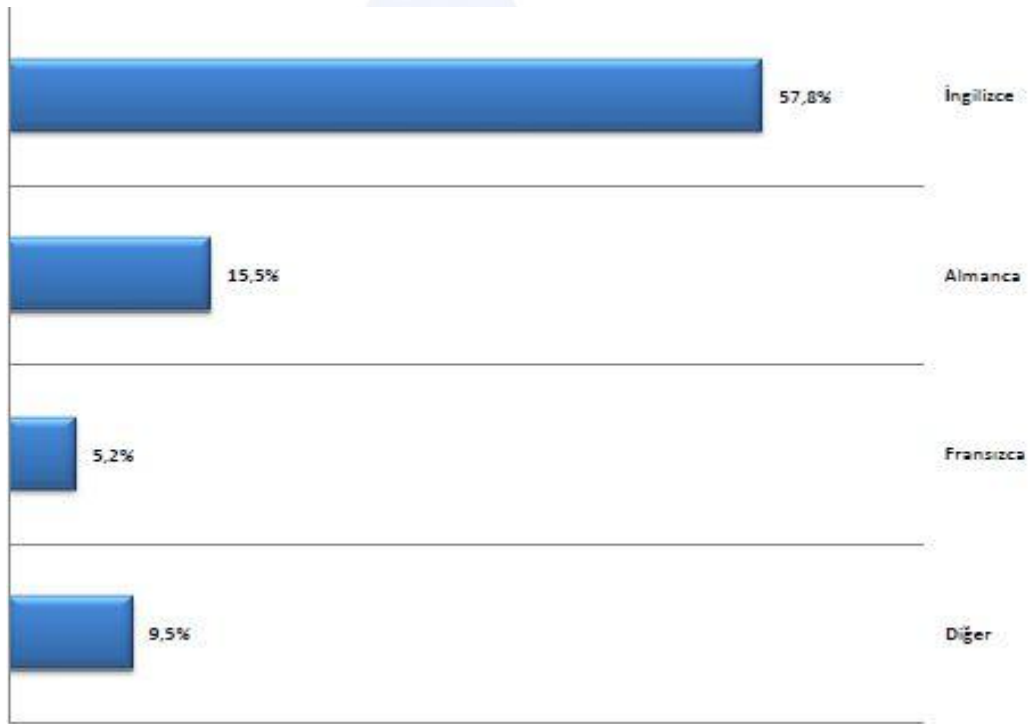
Yapılan araştırmalar 2009 küresel krizinin ardından Türkiye ekonomisinde görülen büyümenin çağrı merkezi sektörünü olumlu etkilediğini göstermiştir. Geride bırakılan 5

¹² “Çağrı Merkezleri İstihdam Kapısı Oldu” başlıklı haber, <http://www.businews.eu/2010/06/cagri-merkezleri-istihdam-kapisi-oldu/> (Erişim tarihi: 13.01.2011)

yıllık süreçte 200 milyon TL'den fazla yatırım yapılan bu sektör, genç insanlar için büyük bir istihdam oluşturma potansiyeline sahiptir.¹³

Eğitimli ve kalifiye iş gücünün varlığı, ülkede yaşayan yabancı uyruklu sayısının artış göstermesi, yabancı dil eğitimi veren okul sayısının artması, Türk insanının yabancı dili belirgin bir aksanla konuşmaması, ülkenin yabancı yatırımlara merkez olabilecek jeopolitik konumu, kültürel varlığı, ulaşım kaynağı, gelişen alt yapısı ve özellikle son yıllarda pek çok uluslararası yatırımcının diğer ülkelerdeki operasyonlarını yürütmek için Türkiye'yi seçmesi, uluslararası çağrı merkezi yatırımları için ülkemizi cazip kılmaktadır.

Grafik 1 Yabancı Dille Çağrı Merkezi Hizmeti Veren Firma Oranı, (%), 2010



Kaynak: Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

2.2 SAYILARLA TÜRKİYE ÇAĞRI MERKEZİ SEKTÖRÜ

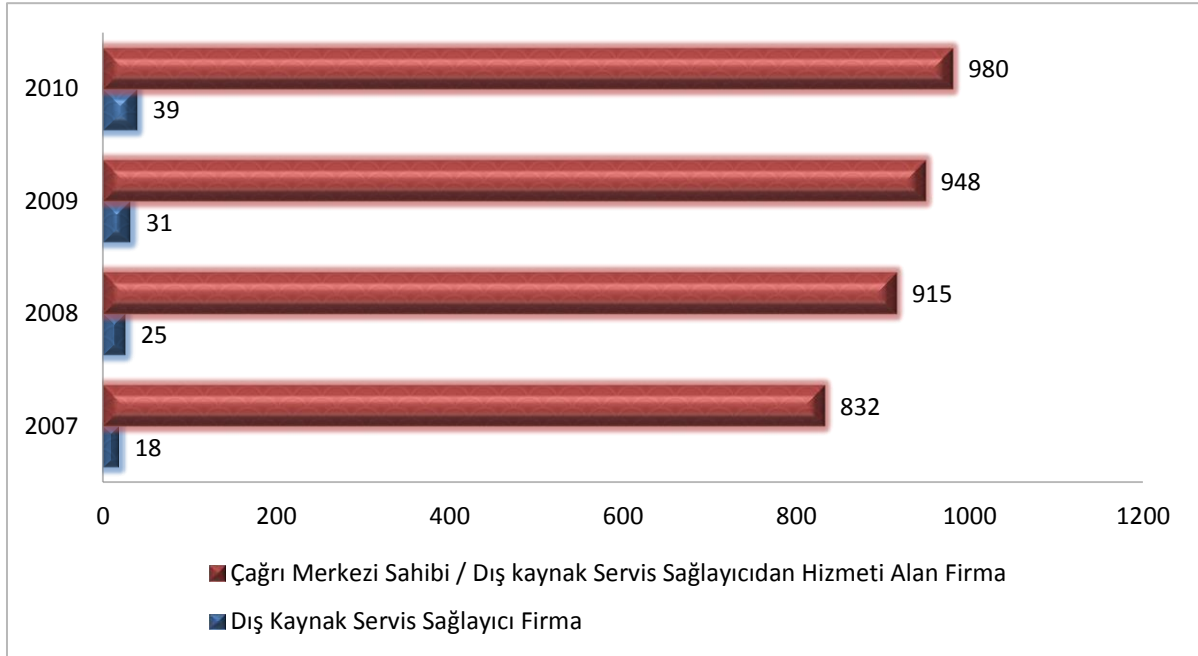
2009 yılında 979 olan Türkiye'deki çağrı merkezi sayısı 2010 yılında yüzde 4,1 oranında artarak 1.019'a ulaşmıştır.¹⁴ 2009 yılında 34.000 olan aktif çağrı masası sayısı 2010

¹³ Bakınız dipnot 11.

¹⁴ Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

yılında yüzde 19 artışla 41.000'e ve çoğunluğunu genç kadın çalışanların oluşturduğu müşteri temsilcisi sayısı ise yüzde 25 artışla 50.000'e (vardiyalı çalışanlar dahil) ulaşmıştır.

Grafik 2 Türkiye Çağrı Merkezi Pazarı, 2007-2010 (Sayı)



Kaynak: Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

2.2.1 COĞRAFİ DAĞILIM

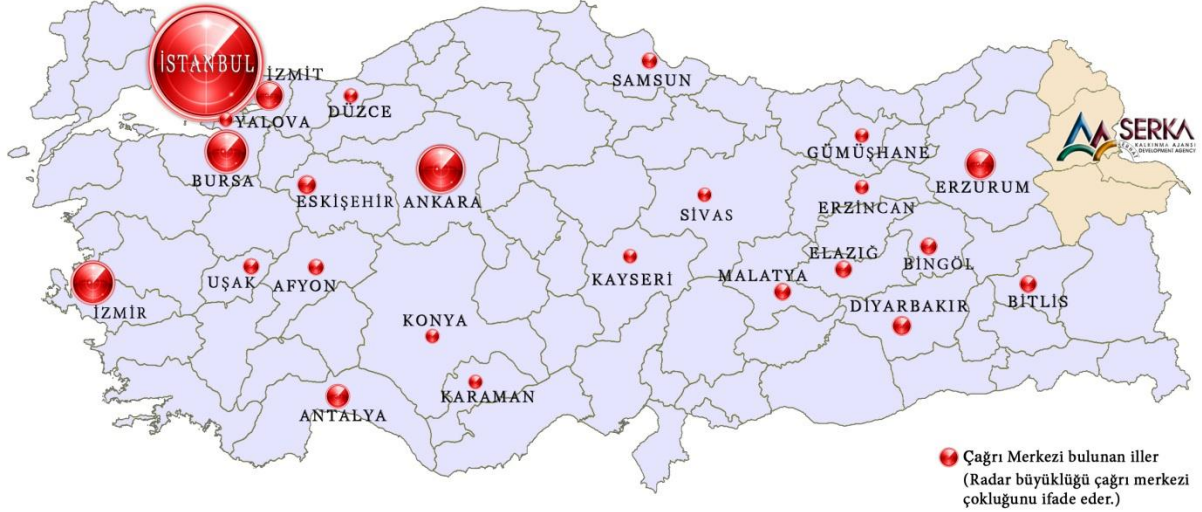
Sektörde çağrı merkezi tanımının net bir şekilde yapılmamış olması ve çağrı merkezi kuran işletmelerin bir merkez tarafından kayıt altına alınmasının zorunlu olmaması çağrı merkezlerine yönelik araştırmaları güçleştirmektedir.

Ülkemizde çağrı merkezlerinin en yoğun bulunduğu il İstanbul'dur. Son dönemlerde artan maliyetler, şehrin doygunluğa ulaşması ve çalışan sirkülasyonunun fazlalığı gibi sebepler İstanbul'da bulunan mevcut çağrı merkezlerinin Anadolu'ya kaydırılmasına sebep olmaktadır. İşletmeler yeni çağrı merkezi yatırımlarını daha az maliyetli Doğu ve Güneydoğu Anadolu illerine yapmaya başlamışlardır.¹⁵

¹⁵ E.SEÇKİN, A.ÖKTEN, *Az gelişmiş Bölgelerin Gelişmesinde Bir Fırsat Olarak Çağrı Merkezleri*, Megaron Dergisi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul, 2009.

Harita 1: Türkiye’de İl Bazında Çağrı Merkezleri Dağılımı Haritası

Sektörün lider firmalarının 2008’de kurduğu Çağrı Merkezi Derneği’nden alınan bilgilere ve Serhat Kalkınma ajansı uzmanlarının yapmış olduğu araştırmalara göre Türkiye’de 25 ve üzeri koltuk kapasitesine sahip çağrı merkezleri 24 ilde bulunmaktadır.

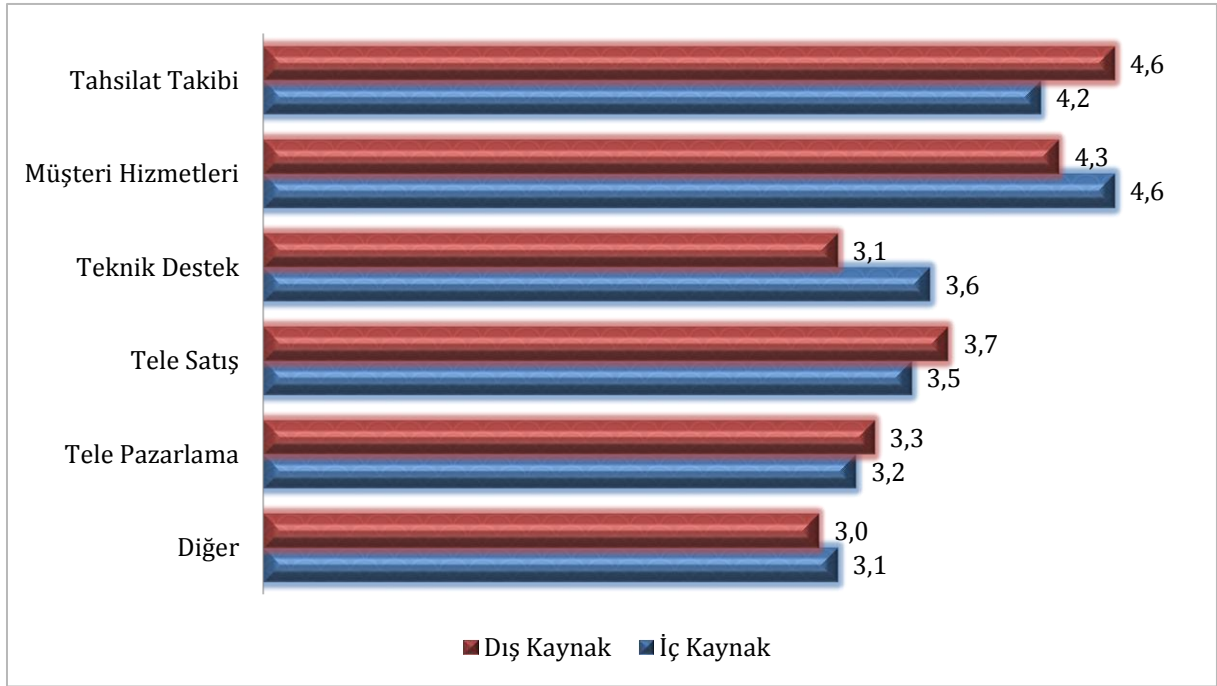


Kaynak: Çağrı Merkezleri Derneği ve Serhat Kalkınma Ajansı’nın sektörle ilgili yaptığı araştırmalara dayanılarak hazırlanmıştır.

2.2.2 HİZMET KULLANIMI

İşletmeler, çağrı merkezi hizmetini ya kendi bünyelerinde kurdukları birimlerle ya da dışarıdan bir dış kaynak çağrı merkezi şirketi aracılığıyla sunmaktadırlar. Ülkemizde bazı hizmet alanlarında dış kaynak çağrı merkezleri, bazılarında ise iç kaynak çağrı merkezi kullanımı daha yaygındır. Tahsilat takibi, finans, telekomünikasyon ve medya sektörlerinde çağrı merkezi hizmetleri yoğun şekilde dış kaynak sağlayıcılardan hizmet alınarak gerçekleştirilmektedir. Teknik destek, müşteri hizmetleri gibi kurumu direkt olarak ilgilendiren konularda iç kaynak çağrı merkezi kullanımı daha yaygındır. Yapılan araştırmalar sonucu telekomünikasyon ve finans sektörlerinde tele satış ve tele pazarlama gibi hizmetlerin kullanım yoğunluğunda artış olduğu görülmektedir.

Grafik 3 Hizmet Kullanım Yoğunluğu, 2010 (min:1 – max:5)



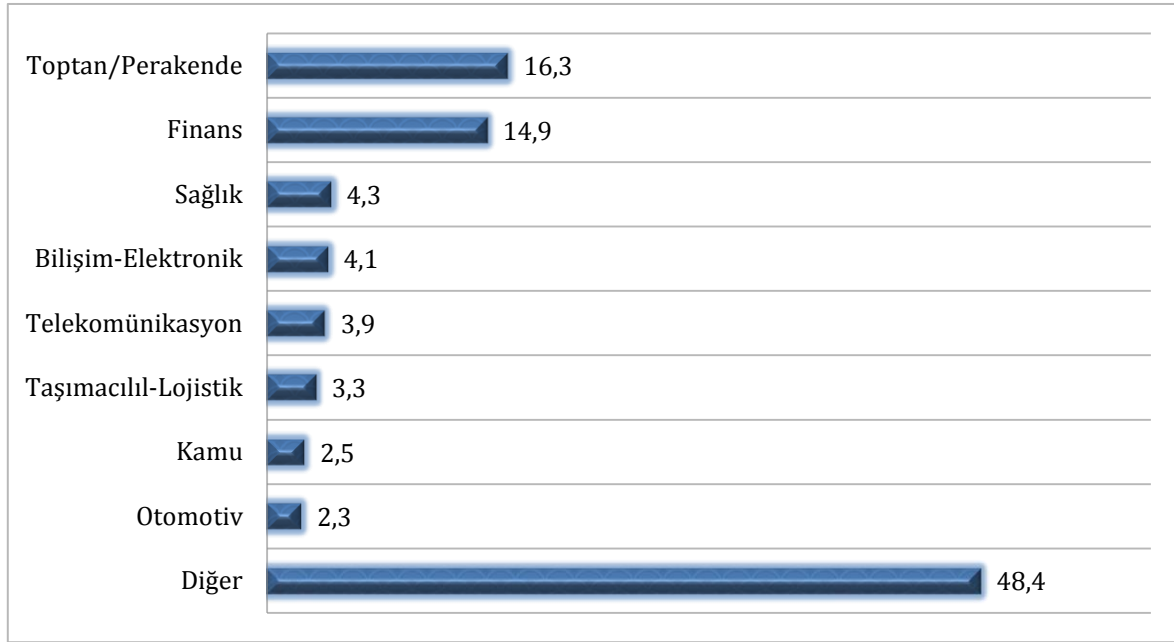
Kaynak: Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, İMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

2.2.3 SEKTÖREL DAĞILIM

Çağrı merkezleri, ülkemizde en çok toptan, perakende ve finans sektörlerinde hizmet vermektedir. 2010 yılında kamu kurumlarında bir önceki yıla göre çağrı merkezi kullanımında yüzde 47'lik bir artış gerçekleşmiş; bu sektörü yüzde 10'luk artışla telekomünikasyon, sağlık ve otomotiv sektörleri izlemiştir.

Çağrı merkezlerinin bulundukları bölgenin istihdamına olan katkısı, bölgeler arası gelişmişlik farklarının azaltmak isteyen kamu sektörünün bu alandaki yatırımlarını artırmaktadır. Bu kapsamda, dezavantajlı grupların istihdam edilmesi, bölgeye gelen yatırımın bölge ekonomisini canlandırması, çağrı merkezi yatırımlarının sosyal sorumluluk kapsamında incelenmesini sağlamaktadır.

Grafik 4 Çağrı Merkezlerinin Sektörel Dağılımı (%), 2010

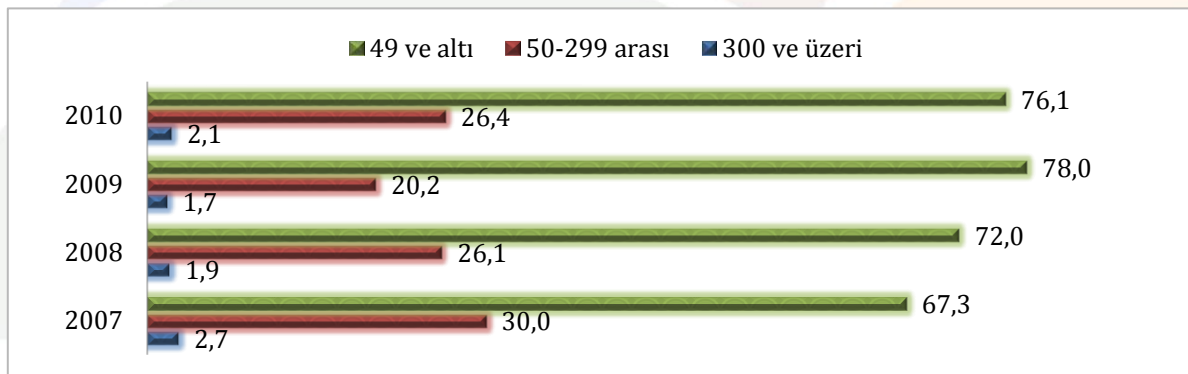


Kaynak: Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

2.2.4 KOLTUK KAPASİTESİ

Çağrı merkezinin büyüklüğü aynı anda hizmet verebilme kapasitesini gösteren koltuk sayısı ile ölçülmektedir. Pazarın genel durumu incelendiğinde 50'den az koltuk sayısına sahip çağrı merkezlerinin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Çağrı merkezi kurma işinin ciddi maliyet gerektirmesi, büyük yatırımlar yapan şirketlerin sayısını sınırlı düzeyde tutmaktadır.

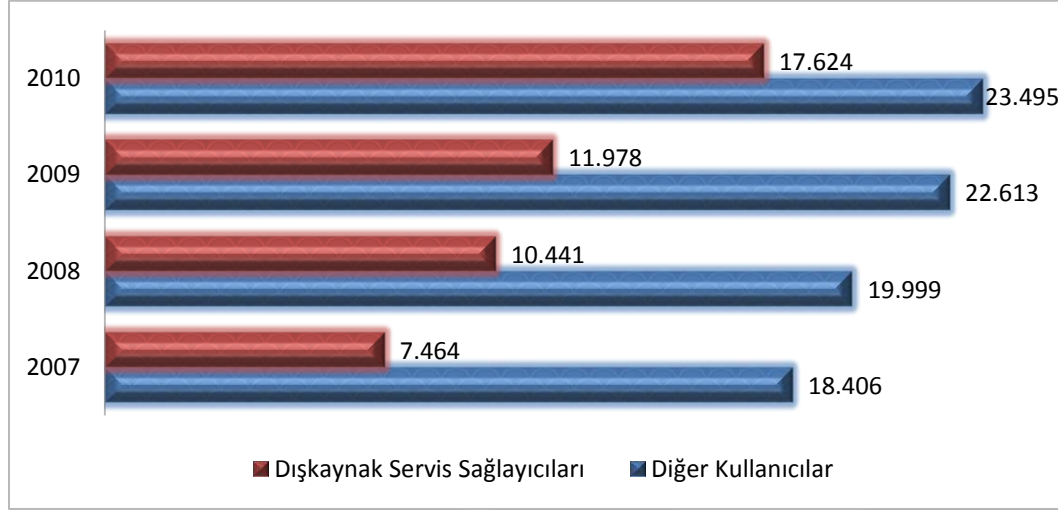
Grafik 5 Koltuk Büyüklüklerine Göre Firma Sayısı Dağılımı (%), 2007-2010



Kaynak: Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

2010 yılında Türkiye’de bulunan çağrı merkezlerinde kullanımda olan koltuk adedinin, bir önceki yıla göre yaklaşık yüzde 19 oranında büyüyerek 41.000 adet seviyelerine ulaştığı tahmin edilmektedir. Büyüme, özellikle dış kaynak servis sağlayıcılarında görülmektedir. Bunun temel nedeni finans, telekomünikasyon, medya, eğlence, ulaşım ve kamu sektörlerinde dış kaynak kullanım oranlarındaki ciddi artışlardır.¹⁶

Grafik 6 Koltuk Büyüklüğünün Dış Kaynak Servis Sağlayıcıları ve Diğer Kullanıcılardaki Dağılımı, 2007-2010 (Adet)



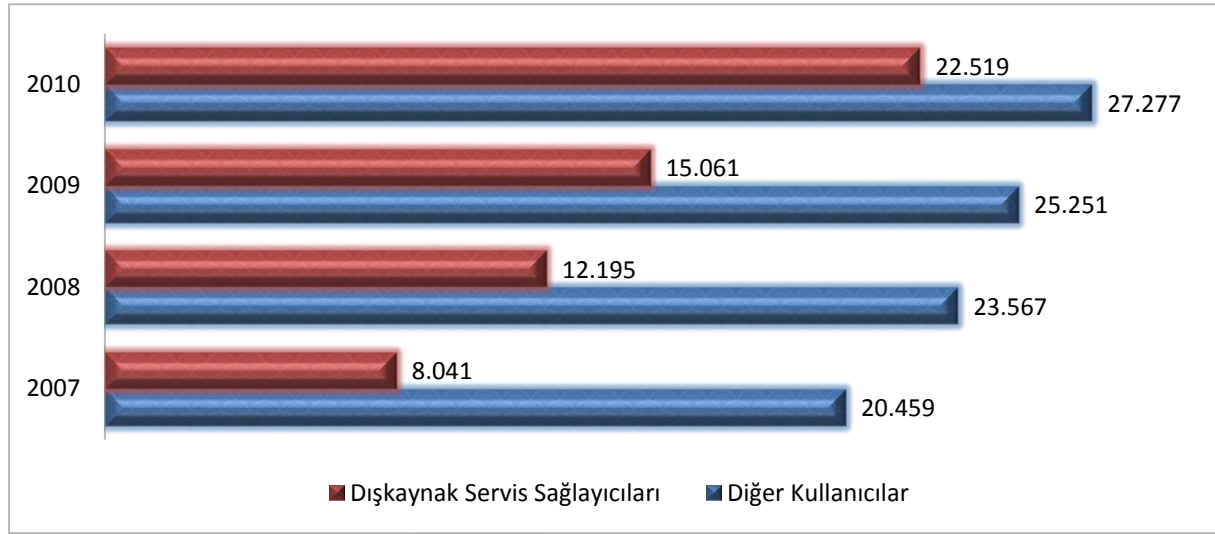
Kaynak: Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

2.3 MÜŞTERİ TEMSİLCİSİ

Ülkemizde istihdam edilen müşteri temsilcisi sayısı, işletmelerin kapasitelerini artırmaları ya da yeni çağrı merkezleri kurmalarıyla düzenli olarak artmaktadır. 2010 yılı verilerine göre müşteri temsilcisi sayısı bir önceki yıla göre yüzde 24 oranında artarak 50.000 seviyesine yükselmiştir. Artışın yüksek olması sektördeki dış kaynak çağrı merkezi firmalarının personel alımlarından kaynaklanmaktadır.

¹⁶ Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

Grafik 7 Müşteri Temsilcisi Büyüklüğünün Dış Kaynak Servis Sağlayıcılar ve Diğer Kullanıcılardaki Dağılımı, 2007-2010 (Kişi)



Kaynak: Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

Tablo 3 Müşteri Temsilcisi Büyüklüğünün Dış kaynak Servis Sağlayıcıları ve Diğer Kullanıcılardaki Sektörel Dağılımı, 2008-2010 (Kişi)

Sektör	2008	Pay %	2009	Pay %	2010	Pay %
Telekomünikasyon	8.329	23,60%	8.823	21,89%	11.100	22,20%
Finans	6.120	17,34%	7.726	19,17%	9.017	18,04%
Taşımacılık-Lojistik	1.462	4,14%	2.170	5,38%	2.513	5,03%
Topatan/Perakende	967	2,74%	2.053	5,09%	2.406	4,81%
Elektronik & Bilişim	621	1,76%	675	1,67%	951	1,90%
Sağlık	314	0,89%	375	0,93%	394	0,79%
Otomotiv	235	0,67%	275	0,68%	310	0,62%
Kamu	-		525	1,30%	688	1,38%
Diğer	17.239	48,85%	17.690	43,88%	22.617	45,24%
Toplam	35.287	100,00%	40.312	100,00%	49.996	100,00%

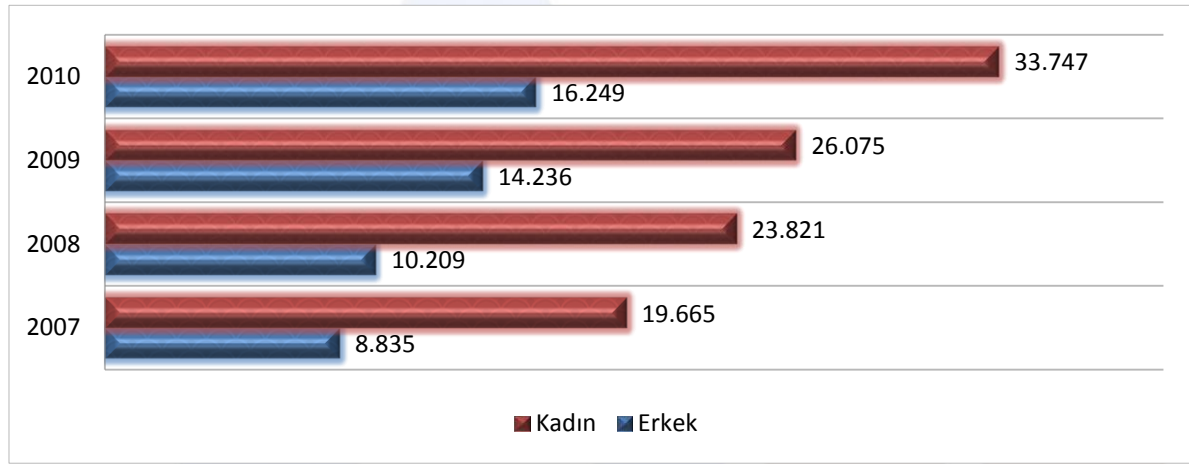
Kaynak: Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

Çağrı merkezi sektöründe 2010 yılında da toplam müşteri temsilcilerinin yaklaşık yüzde 40'ı telekomünikasyon ve finans sektöründe istihdam edilmiştir. Telefon çağrı trafiği yüksek olan bu sektörleri; taşımacılık, lojistik, toptan perakende, elektronik, sağlık, otomotiv ve kamu sektörü izlemektedir. Kamu sektöründe çalışan müşteri temsilcisi sayısında önümüzdeki dönemde büyük artış beklenmektedir.

2.3.1 CİNSİYET DAĞILIMI

Dünya’da çağrı merkezlerinde istihdam edilen müşteri temsilcilerinin yaklaşık yüzde 70’i kadındır. Bu durum ülkemizde de geçerliliğini korumaktadır. 2010 yılı itibariyle ülkemizdeki çağrı merkezlerinde çalışanların yüzde 72,8’i kadındır. Çağrı merkezlerinde işin düzgün diksiyon ve nazik üslup gerektirmesi, kadınların itiraz karşılama kapasitesinin erkeklere göre daha yüksek olması pazarlama stratejilerinde kadınların daha çok istihdam edilmesini açıklayan nedenlerin başında gelmektedir. Ayrıca 2009 krizi sonrası erkekler için farklı iş olanaklarının artması çağrı merkezlerinde çalışan erkek sayısını bir önceki yıla göre düşürmüştür.¹⁷

Grafik 8 Müşteri Temsilcisi Büyüklüğünün Cinsiyete Göre Dağılımı, 2007-2010 (Adet)



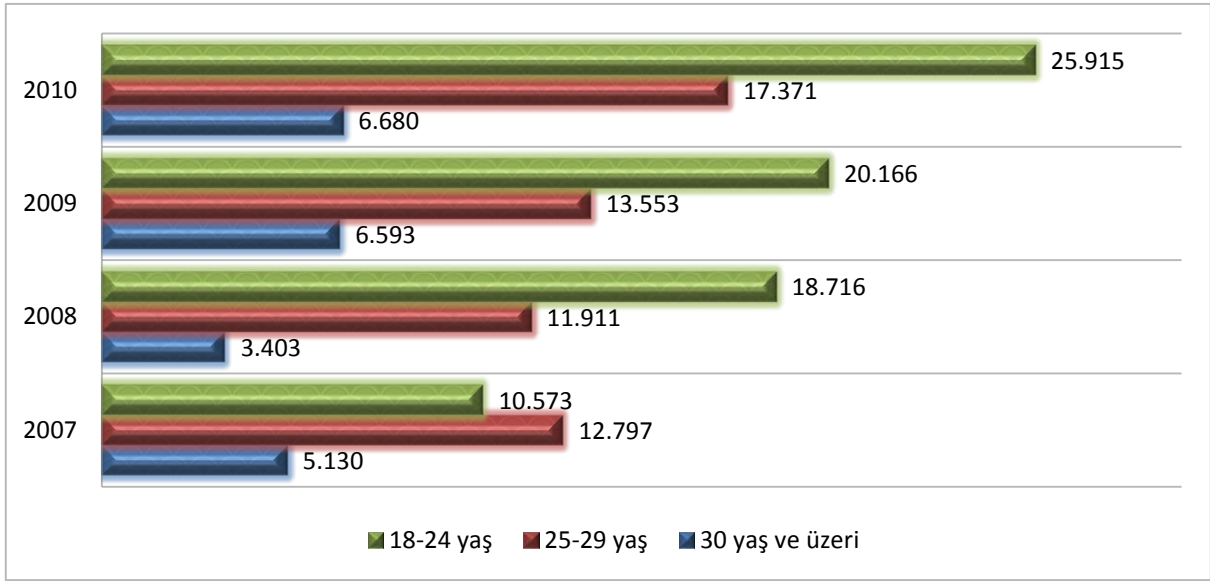
Kaynak: Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

2.3.2 YAŞ DAĞILIMI

Çağrı merkezi sektörü genç nüfusun istihdam edildiği dinamik bir sektördür. Son yıllarda özellikle 18-24 yaş ile 25-29 yaş arasındaki genç nüfusun bu merkezlerde istihdam edilme oranı hızla artmaktadır. 2010 yılı itibariyle kriz sonrası yeni iş imkânlarının varlığı 30 yaş üzeri nüfusun istihdamında azalmalara sebep olmuştur.

¹⁷ Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

Grafik 9 Müşteri Temsilcilerinin Yaş Dağılımı, 2007-2010 (Adet)



Kaynak: Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

2009 yılı TÜİK verilerine göre Türkiye’de işsizlik oranının yüzde 14 seviyesinde olduğu dikkate alındığında çağrı merkezi sektörünün önemli bir istihdam kaynağı olduğu görülmektedir. Genç (15-24) işsizlik oranının 2010 yılı ilk yarısında son 2 yıla göre en düşük seviyesine gelerek yüzde 19,1 olduğu bilinmektedir. 2010 yılında çalışan toplam müşteri temsilcilerinin yaklaşık yüzde 52’si 18-24 yaş grubuna aittir. Sonuç olarak çağrı merkezlerinin genç nüfusu istihdam etmekteki katkısı göz ardı edilememektedir.¹⁸

2.3.3 EĞİTİM DURUMU

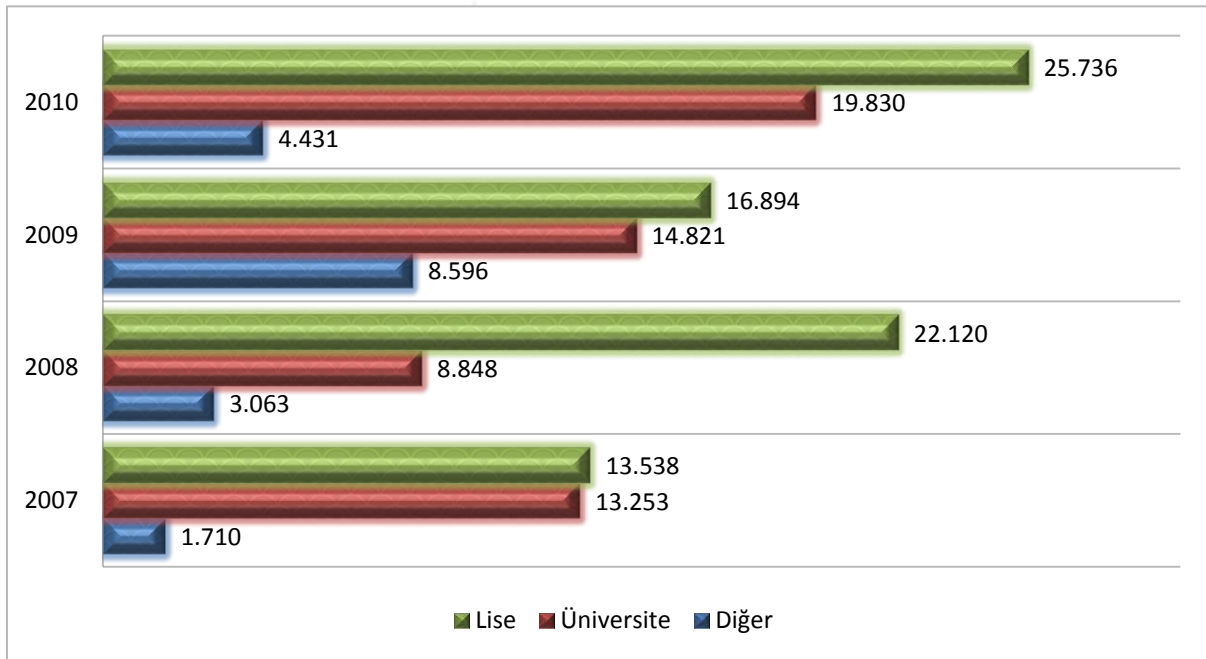
Ülkemizde çağrı merkezlerinde en az lise mezunu gençler çalışmaktadır. Son yıllarda işletmelerin kapasite artırımına yönelik çalışmaları, üniversite öğrencisi ve mezunu müşteri temsilcisi istihdamını da artırmaktadır. İşletmelerin tanıtım ve pazarlama aracı olan bu merkezlerde çalışanların eğitim seviyelerinin artması müşteri temsilciliği işinin aranan bir iş olmaya başladığının da bir göstergesi olmaktadır.

Turkcell Akademi ve İŞKUR, işsizliğin azaltılması, işgücünün istihdam edilebilirliğini artırılması ve iş dünyasında ihtiyaç duyulan becerilerin kazandırılması amacıyla

¹⁸ Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

gerçekleştirdikleri mesleki gelişim programları kapsamında 2010 yılında İstanbul, Ankara, İzmir, Erzurum ve Diyarbakır'da yaşayan, İŞKUR'a kayıtlı 1.600 gence eğitim vermiş ve eğitimi başarıyla tamamlayanların yüzde 69'u (1.110 kişi) Turkcell bünyesinde işe başlamıştır. Turkcell benzer bir program ile 2011 yılında da 2.000'in üzerinde kişiye eğitim vereceğini duyurmuştur. Bu ve buna benzer müşteri temsilcisi yetiştirmeye yönelik programların, eğitimlerin olması pazarın geleceğine olan güvenin bir göstergesidir.

Grafik 10 Müşteri Temsilcilerinin Eğitim Dağılımı, 2007-2010 (Kişi)

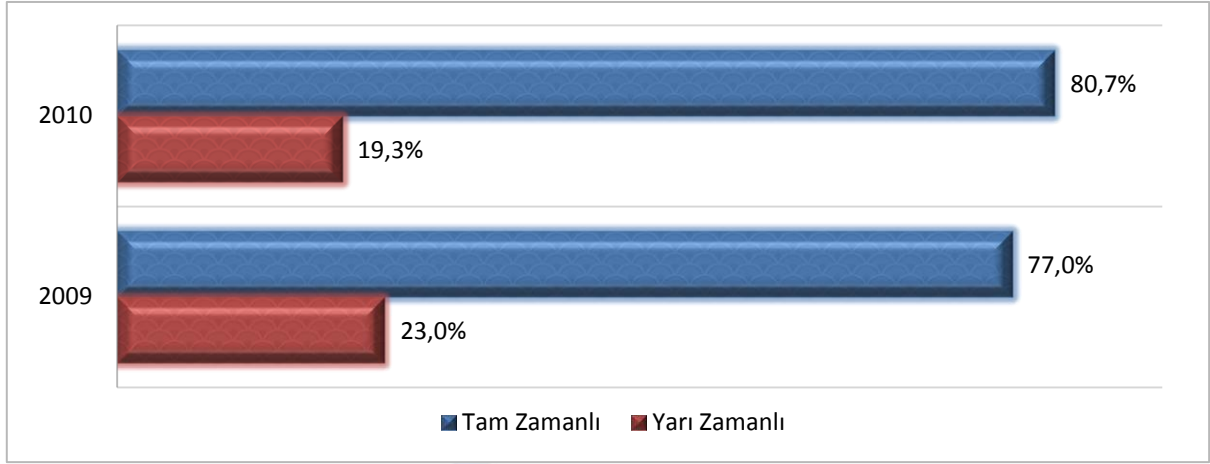


Kaynak: Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

2.3.4 ÇALIŞMA ZAMANI DAĞILIMI

Çağrı merkezi sektöründe en az lise ya da üniversite mezunu, 18-34 yaş arası gençler tam zamanlı, üniversite öğrencileri ise yarı zamanlı olarak çalışabilmektedirler. Finans sektöründe tam zamanlı çalışanların tüm çalışanlara oranı yüzde 95'dir.

Grafik 11 Müşteri Temsilcisi Büyüklüğünün Çalışma Zamanına Göre Dağılımı (%), 2009-2010



Kaynak: Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.



**DOĞU VE GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGELERİNDE
YAPILAN ÇAĞRI MERKEZİ YATIRIMLARI**

3. DOĞU VE GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ'NDE YAPILAN ÇAĞRI MERKEZİ YATIRIMLARI

Çağrı merkezlerinin kurulacağı yer seçilirken etkili olan faktörler yatırım yapılan bölgenin güçlü ve kesintisiz telekomünikasyon alt yapısına sahip olması, yatırım maliyetlerinin düşük, genç iş gücü piyasasının büyük olmasıdır.¹⁹ Dolayısıyla çağrı merkezleri hizmetin verildiği yerden bağımsız olarak maliyetlerin düşük, eğitimli genç nüfusu bulunan, telekomünikasyon alt yapısına sahip herhangi bir bölgede kurulabilir. Eleman ve servis kalitesinin sürekliliğinin sağlanması için bu işi kalıcı görebilecek insan kaynağına olan ihtiyaç, işletmelerin Doğu ve Güneydoğu Anadolu illerini tercih etmelerine sebep olmaktadır.

Çağrı merkezlerinin en yoğun olduğu şehir İstanbul'dur. Zamanla İstanbul'daki yatırımlar aşağıdaki nedenlerden dolayı Anadolu'ya doğru kaymıştır.

- İstanbul iş gücü piyasasının farklı alternatiflere sahip olması nedeniyle nitelikli iş gücünün çağrı merkezlerinde uzun süre tutulamaması,
- Tek merkezden çağrılarının alınmasının afet durumlarında risk oluşturması,
- Artan maliyetler ve İstanbul'un merkezinde fazla genişleme imkânı olmamasından dolayı çağrı merkezlerinin kentin çeperlerine kayması,
- Arazi, işgücü ve şehir içi ulaşım maliyetlerinin düşük olduğu Anadolu illerine kurulacak çağrı merkezleriyle İstanbul'un iş yükünün hafifletilmesi²⁰,

Erzurum, Erzincan, Diyarbakır, Sivas, Samsun, Uşak, Malatya, Antalya, Kayseri, Yalova, Gümüşhane, Karaman, Düzce, Afyon, Bingöl gibi illerde çağrı merkezi yatırımları yapılmasını sağlamıştır.

Hammadde kaynaklarına ve pazara uzak olduğundan sanayisinin gelişmediği, işsizliğin yoğun olduğu Doğu Anadolu'da çağrı merkezleri istihdamda önemli bir açığı kapatmaya başlamıştır. Ulaştırma Bakanlığı'nın son dönemde çağrı merkezi yatırımlarına verdiği destekler, yatırımların Doğu ve Güneydoğu Anadolu'daki illere kaymasını kolaylaştırmaktadır. Şirketler İstanbul'daki mevcut çağrı merkezlerini Anadolu'ya taşımakta ve yeni yatırımlarını İstanbul dışına yapmayı tercih etmektedirler.

¹⁹ Bakınız dipnot 15.

²⁰ Bakınız dipnot 15.

a-) Erzurum'daki Çağrı Merkezleri

İşletmeler:

Global Bilgi Çağrı Hizmetleri (2005)²¹,

Finansbank (2008), Sağlık Bakanlığı (2010)

İstihdam Edilen Personel Sayısı: Yaklaşık 3000 personel

İlin Tercih Nedenleri:

Yatırımcıların açıklamalarına göre Erzurum'a aşağıdaki nedenlerden dolayı çağrı merkezleri kurulmuştur:



- Şirketlerin İstanbul'daki operasyonlarının büyümesi üzerine artan yükü paylaşmak istemeleri
- Erzurum'un üniversite şehri olması
- Telekomünikasyon alt yapısının güçlü olması
- Genç iş gücünün fazla olması
- İlin ucuz iş gücüne sahip olması
- Teşvik kapsamında olması

Erzurum'da ilk çağrı merkezi 2005 yılında Turkcell sermayeli ve pazarın yüzde 45'ini temsil eden, sektör lideri Global-Bilgi A.Ş. tarafından 4,5 milyon TL'lik yatırımla kurulmuştur. Yapılan ek bina yatırımlarıyla Turkcell Çağrı Merkezi'nde şu an 2.000 kişilik istihdam kapasitesine ulaşılmıştır. Bu yatırım Erzurum'a her yıl 8,8 milyon dolarlık bir girdi sağlamaktadır.²² Toplam 3.231 m² kapalı alanda şu an yüzde 45'i kadın, yüzde 55'i erkek ve yaş ortalaması 24 olan 850 kişi çalışmaktadır.

Bunu müteakiben 2008 yılında 11,5 milyon TL yatırımla 700 kişiyi istihdam edecek Finansbank Çağrı Merkezi kurulmuştur. Merkez, *"bölgeden göç etmeyi tercih etmeyen, yükseköğrenim görmüş ve modern bir yapıda çalışmak isteyen genç"*leri²³ istihdam etmeyi amaçlamış ve yüzde 42 oranında kadın istihdamı sağlamıştır. 4.350 m² kapalı alan içinde hizmet verecek olan Erzurum Operasyon Merkezi'nin, bölgeye ekonomik hareketlilik ve kültürel zenginlik getirmesi tasarlanmıştır. Erzurum'da gerçekleştirilecek kültürel

²¹ Turkcell internet sitesi,

<http://www.turkcell.com.tr/turkcellhakkinda/toplumsalduyarlilik/doguyaistihdam> (Erişim tarihi: 15.01.2011)

²² http://www.palandokengazetesi.net/haber_detay.asp?News=5331 (Erişim tarihi: 16.01.2011)

²³ Finansbank CEO'sunun Açıklamaları, <http://www.finansbank.com.tr/pdf/finansbanki-taniyin/basimbultenleri/2008/0605.pdf> (Erişim tarihi: 21.01.2011)

aktivitelere ev sahipliği yapacak şekilde tasarlanan merkezde, 30 kişilik eğitim salonu, 106 kişilik konferans/sinema salonu, 80 kişilik yemekhane, kuaför, spor ve hobi salonları bulunmaktadır. Çağrı merkezi ve banka şubesini barındıran merkez, Marmara Bölgesi dışında kurulan, Doğu'dan Batı'ya hizmet verecek ilk bankacılık üssü olmuştur.

Sağlık Bakanlığı, Türkiye genelinde kurmayı planladığı çağrı merkezlerinden birisini Erzurum'a kurmuştur. Bu sayede, 1.300 kişiye istihdam sağlayacak olan merkezde görev yapacak nitelikli eleman yetiştirmek için Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası kurslar düzenlemiştir. Erzurum Organize Sanayi Bölgesi Yönetim Kurulu tarafından, Erzurum'un çağrı merkezleri üssü olması adına yatırımları teşvik edebilmek için, Organize Sanayi Bölgesi'nde, 160 dönümlük bir arazinin çağrı merkezlerine tahsis edilmesi planlanmıştır. Türk Telekom Assist şirketi ildeki çağrı merkezini herhangi bir ücret talep etmeden kurmuştur. Çağrı merkezinde; aranan hastanede yoğunluk varsa farklı hastanelere yönlendirme işlemleri, hekim seçme olanağı, rehberlik bilgilendirme hizmetleri vb. hizmetler verilmektedir. Hastanede kayıt sırasında yapılan pek çok işlemin telefonda yapılabilirdiği bu sistemde, hastanın sisteme girişi gibi pek çok işlem hastaneye gitmeden bir telefonla yapılabilmektedir.²⁴

b-) Diyarbakır'daki Çağrı Merkezleri

İşletmeler: Global Bilgi Çağrı Hizmetleri (2008)

İstihdam Edilen Personel Sayısı: 600

İlin Tercih Nedenleri:



- Turkcell'in Erzurum çağrı merkezinden olumlu sonuçlar almasıyla yatırımlarını Doğu Anadolu illerinde sürdürmek istemesi,
- Diyarbakır'ın nüfusunun 1 milyon 515 bin, işsizlik oranının yüzde 18,6 olması,
- Teşvik kapsamında olması,
- Ucuz iş gücünün olması.

Turkcell'in Erzurum'da açtığı çağrı Merkezinin başarılı olması, yatırımların yönünü Doğu ve Güneydoğu Anadolu'ya çevirmesini sağlamıştır. Her iki ilde de yaşanan bölgesel şive farklılığı ise verilen diksiyon eğitimleriyle çözülmüştür. Merkez 12,3 milyon dolarlık

²⁴ <http://www.erkurumgazetesi.com.tr/default.asp?page=haber&id=31546> (Erişim tarihi: 22.01.2011)

yatırımla şu an 600 kişiye istihdam sağlamaktadır. Dicle Üniversitesi öğrencilerine “Müşteri İlişkileri Gelişim Programı” çerçevesinde eğitimler verilmiş, eğitim alan öğrenciler çağrı merkezinde istihdam edilmiştir.

Çalışanların yüzde 17’si lisans, yüzde 35’i ön lisans, yüzde 48’i de lise mezunudur. Türkiye genelinde Turkcell’e gelen çağrılarının yüzde 13’ünün karşılandığı bu merkez tam kapasiteyle çalıştığında çağrılarının yüzde 37’sini karşılayacak duruma gelecektir.²⁵

c-) Erzincan’daki Çağrı Merkezi

İşletme:

AssisTT (2008)

İstihdam Edilen Personel Sayısı: 609 personel

İlin Tercih Nedenleri:



- Erzincan ilinde üniversitenin yeni kurulmuş olması ve işsizlik oranının Erzurum ve Diyarbakır kadar yüksek olmaması,
- Bölge siyasetçilerinin etkisi,
- İstanbul’da işe gidip gelirken harcanan 3 saatlik süreden tasarrufun sağlanması, bu sayede personelin veriminin artırılması ve masraflarının azalması²⁶

Erzincan’da 2007 yılında, Ulaştırma Bakanı Binalı Yıldırım’ın çabalarıyla Türk Telekom Grubu şirketlerinden AssisTT’in kurduğu, 1200 kişilik çalışanın bulunduğu çağrı merkezinde, Türk Telekom, TTNET, Ulaştırma Bakanlığı, THY, KOSGEB, 11818 ve Avea’ya dış kaynak hizmeti verilmektedir. AssisTT’in Erzincan çağrı merkezi bölgenin istihdamına önemli bir katkı sağlamaktadır. 839 koltuk kapasiteli çağrı merkezinin, çalışanlarının yüzde 42’sini kadınlar oluşturmaktadır. Bu durum bölgede özellikle kadın istihdamının desteklenmesi açısından büyük önem taşımaktadır.²⁷

²⁵ Radikal Gazetesi internet sayfası,

<http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalHaberDetay&ArticleID=1000119&Date=02.06.2010&CategoryID=101> (Erişim tarihi: 22.01.2011)

²⁶ http://finans.samanyoluhaber.com/h_166727_doguda-call-center-agi-genisliyor.html (Erişim tarihi: 15.01.2011)

²⁷ <http://www.turktelekom.com.tr/tt/portal/Guncel/Detay/Bilisim-Merkezine-Cagri-Merkezi-Kurdu-1200-Kisiye-Istihdam-Saglayacak> (Erişim tarihi: 17.01.2011)

ç-) Malatya'daki Çağrı Merkezi

İşletme: CMC (2009)

İstihdam Edilen Personel Sayısı: 700

İlin Tercih Nedenleri:

- Genç nüfusun fazlalığı, iş gücü potansiyelinin yüksek olması
- Telekom alt yapısının olması,
- Ulaşım imkânları,
- Şehrin sürekli olarak gelişmesi,
- Belirgin bir şive probleminin olmaması.

Customer Management Center (CMC) şirketi 2009 yılında 3,5 milyon dolarlık bir yatırımla Malatya'da kurduğu çağrı merkezinde yüzde 65'i kadın olmak üzere 700 kişiyi istihdam etmektedir. Devletin verdiği teşvikler ve İstanbul'da sürekli çalışacak eleman bulma sıkıntısı nedeniyle yatırımını Malatya'da yapmayı tercih eden CMC, açtığı çağrı merkezinde Akbank, Başak Groupama Emeklilik, Finansbank, Fortis, Halkbank, HSBC, Nokia, Samsung, Opel, Toyota ve Volvo gibi şirketlere hizmet vermektedir. 3.5 Milyon TL'ye kurulan çağrı merkezinde 2011 yılının sonuna kadar 1200 kişinin istihdam edilmesi planlanmaktadır.²⁸

d-) Bingöl'deki Çağrı Merkezleri

İşletme: Callpex

İstihdam Edilen Personel Sayısı: İlk yıl için 150 kişi

Kurulma Nedenleri:

- Ulaştırma Bakanı Binali Yıldırım ve Devlet Bakanı Cevdet Yılmaz'ın teşvikleri, Vali İrfan Balkanlıoğlu ve Bingöl Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Gıyaseddin Baydaş'ın etkili çalışmaları
- Maliyetlerin düşük, iş gücünün yüksek olması, teşvik kapsamında bir il olması.

İŞKUR İl Müdürlüğü'yle koordineli şekilde personel ihtiyacı giderilen çağrı merkezinde genel uygulamadan farklı olarak en az ortaöğretim mezunu 20-30 yaş arası tam zamanlı çalışabilecek müşteri hizmetleri yetkilileri istihdam edilmektedir.

²⁸ http://www.cmcturkey.com/crm-dunyasi/cmc-haberler/cmc_malatya_lokasyonumuzu_actik.aspx
(Erişim tarihi: 13.01.2011)

e-) Bitlis'deki Çağrı Merkezleri

İşletme: Telekom Plus

İstihdam Edilen Personel Sayısı: İlk etapta 350 kişi

Kurulma Nedenleri:

- Bitlis çevresinde çağrı merkezinin olmaması
- Maliyetlerin düşük olması
- Yerel yönetimin etkili çalışmaları

Kıbrıs Genç TV'nin sahibi Ertan Birinci ve İstanbul'daki 2 şirketin birleşerek kurduğu Telekom Plus şirketine Bitlis Belediyesi'nin eski sigara fabrikasını tahsis etmesi ve bölgenin siyaset adamlarının bu konudaki özverili çalışmaları kente çağrı merkezi kurulmasını sağlamıştır.²⁹

f-) Sivas'daki Çağrı Merkezleri

İşletme: Garanti Bankası

İstihdam Edilen Personel Sayısı: 500 kişi

Kurulma Nedenleri:

- Çalışan sürekliliğinin sağlanması
- Eğitim, Kira, Lojistik, SSK primi vb. maliyetlerin düşük olması
- Sosyal sorumluluk anlamında prestij projesi olması

Sivas'ta 2008 yılında Cumhuriyet Üniversitesi Kampüsü'nde Rektörlüğün tahsis ettiği arazi üzerinde kurulan Garanti Bankası çağrı merkezi, üniversite öğrencileriyle işbirliği içinde çalışması nedeniyle farklı bir model oluşturmaktadır. Çağrı merkezi özellikle üniversite öğrencilerine yarı zamanlı iş imkânı sağlamaktadır. 24 saat hizmet veren merkezde çoğunluğu üniversite öğrencilerinden olmak üzere 500 kişiye istihdam sağlanmaktadır.

f-) Elazığ'daki Çağrı Merkezleri

İşletme: Vodofone Elazığ Çağrı Merkezi

²⁹ <http://www.bitlishaber13.com/haber-Bitlise-Cagri-Merkezi-Aciliyor-697/> (Erişim tarihi: 12.01.2011)

İstihdam Edilen Personel Sayısı: ilk yıl için 250 kişi

Kurulma Nedenleri:

- Yerel yönetimlerin desteklemesi
- Eğitim, Kira, Lojistik, SSK primi vb. maliyetlerin düşük olması
- Sosyal sorumluluk anlamında prestij projesi olması

Vodafone tarafından Elazığ'da kurulan Çağrı Merkezi 4 Mart 2011 tarihinde hizmete girmiştir. Vodafone CEO'su Serpil Timuray, çağrı merkezleri ile önemli oranda istihdam oluşturduklarını ve bu şekilde yatırımları Elazığ ve doğuda da gerçekleştirerek aynı zamanda sosyal sorumluluk görevlerini de yerine getirdiklerini ifade etmiştir. Yıllık 36 milyon dakika çağrı yanıtlayma kapasitesiyle çalışabilecek olan çağrı merkezi ilk etapta bilinmeyen numaralar hizmeti vererek Vodafone Müşteri Hizmetleri'ne gelen tüm çağrılarının yüzde 15'ini yanıtlamayı hedeflemektedir.³⁰

³⁰ <http://www.elazig.gov.tr/h2319-vodafone-elazig-cagri-merkezi-acildi.html> (Erişim tarihi: 08.03.2011)



**TRA2 BÖLGESİ İLLERİNİN
ÇAĞRI MERKEZİ YATIRIMI POTANSİYELLERİ**

4. TRA2 BÖLGESİ İLLERİNİN (Ağrı, Ardahan, Iğdır, Kars) ÇAĞRI MERKEZİ YATIRIMI POTANSİYELLERİ

Çağrı merkezi sektöründe son yıllarda yaşanan gelişmeler TRA2 Bölgesinde bu alanda yapılacak yatırımların kapısını aralamaktadır. Büyük şehirlerdeki kira, ulaşım, iş gücü maliyetlerinin fazlalığı, trafik sıkıntısı vb. sebeplerden dolayı işletmeler, yatırımlarını Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesine kaydırmışlardır. Yapılan yatırımlardan olumlu sonuçlar alınmasıyla sektörün nitelikli iş gücü bulunan, genç nüfusu fazla, üniversitesi olan Doğu ve Güneydoğu Anadolu illerinde büyüyeceği tahmin edilmektedir. Bu eğilim ile TRA2 Bölgesi illerinde çağrı merkezi yatırımının gerçekleştirilmesi bölgenin kalkınması için bir fırsat oluşturmaktadır.

4.1 TRA2 BÖLGESİNİN AVANTAJLI YÖNLERİ

Bir çağrı merkezinin kurulabilmesi için birincil ve en önemli bileşen o merkezde çalışabilecek müşteri temsilcisi potansiyelinin mevcut olması ve kurulacak şehrin telekomünikasyon altyapısının çağrı merkezi standartlarına uygun olmasıdır. Çağrı merkezi çalışanlarının eğitim durumlarına bakıldığında yüzde 80 oranında lise ve üniversite mezunu kişilerden oluştuğu saptanmıştır. Sektörün 5 yıl içinde 30 bin kişiye istihdam sağlayacağı düşünüldüğünde, gelişime açık ve henüz doygunluğa ulaşmamış bir pazar olduğu görülmektedir. Önümüzdeki dönemde yapılacak yatırımların, maliyet ve verimlilik avantajı nedeniyle Doğu Anadolu Bölgesi'ne yönelmesi, bölgesel kalkınma adına da olumlu sonuçlar doğurması beklenmektedir.

TRA2 Bölgesi çağrı merkezi yatırımları için sahip olduğu potansiyellerle oldukça elverişli bir konuma sahiptir. Bölgenin başlıca potansiyelleri:

- Bölgede çağrı merkezinde çalışmayı kalıcı bir iş olarak görerek işin servis kalitesinin sürekliliğini sağlayacak insan kaynağının yoğunluğu,
- Bölgede yapılacak yatırımlarda yüzde 30 maliyet avantajının olması³¹
- TRA2 Bölgesinin eğitimli genç nüfusuna sahip olmasına rağmen bölgedeki iş imkânlarının sınırlı olması.

³¹ <http://www.tumgazeteler.com/?a=4181375> (Erişim tarihi: 15.01.2011)

4.1.1 EĞİTİMLİ GENÇ NÜFUSA SAHİP OLMASI

TRA2 Bölgesi illerinin tamamında üniversite bulunmakta olup, söz konusu üniversitelerde yaklaşık 20.000 öğrenci eğitim görmektedir. Bölge illerinin birbirine yakın olması bir ilde kurulacak çağrı merkezine diğer illerden de başvuruların olmasına, bu sayede tüm bölgenin yatırımlardan olumlu etkilenmesine olanak sağlayacaktır.

Tablo 4 TRA2 Bölgesi Üniversitelerinde Öğrenim Görmekte Olan Öğrenci Sayıları, 2009-2010

Üniversite Adı	Öğrenim Görmekte Olan Lisans / Ön Lisans Öğrenci Sayısı
Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi	4.036
Ardahan Üniversitesi	1.931
İğdır Üniversitesi	2.034
Kars Kafkas Üniversitesi	12.021
Toplam	20.079

Kaynak: TRA2 Bölgesindeki Üniversitelerden alınan resmi veriler.

Ayrıca bölgede öğrenciler dışında çağrı merkezlerinde çalışabilecek ciddi bir potansiyel bulunmaktadır. 25.801 üniversite mezunu ve 90.463 lise mezunu mevcuduyla bölge, çağrı merkezi yatırımlarını istihdam açısından kaldırabilecek durumdadır. Verilecek eğitimlerle ve home agent (evden çalışanlar) uygulamalarıyla ev hanımları, engelliler vb. dezavantajlı grupların da istihdamı sağlanabilmektedir.

Tablo 5 TRA2 Bölgesinde Nüfusun Eğitim Durumu

TRA2 Bölgesi	Lise Mezunu	Üniversite Mezunu
Ağrı	29.401	7.946
Ardahan	11.210	3.155
İğdır	18.405	5.173
Kars	31.447	9.527
TRA2 Bölgesi Toplam	90.463	25.801

Kaynak: TÜİK, Bölgesel Göstergeler, 2009

Bölgede işgücüne katılma oranlarının Türkiye'deki iş gücüne katılma oranlarından yüksek olması, bölgenin genç bir nüfusa sahip olması ve ortaöğretim çağındaki nüfusun ilköğretimden sonra iş hayatına atılmasıyla açıklanabilir. TRA2 Bölgesinde, 2004 yılındaki yüzde 4,6'lık tarım dışı işsizlik oranı 5 yıl içinde yüzde 21,6'ya çıkmıştır.³² 2009 yılında yaşanan krizle birlikte bölgenin tarım dışı istihdam imkânlarının azlığı bu

³² TRA2 DÜZEY II BÖLGESİ 2010-2013 BÖLGE PLANI

durumu meydana getirmiştir. Ayrıca bölgedeki gizli işsizliğin had safhada olduğu bilinmektedir. Bölgenin İŞ-KUR müdürleriyle yapılan görüşmelerde binlerce eğitimli gencin kayıt dışı olarak çalıştığı görüşü doğrulanmaktadır. Bölgeye kazandırılacak çağrı merkezleri kayıtlı istihdamın artmasına da katkı sağlayacaktır.

Tablo 6 TRA2 Bölgesi ve Türkiye’de İşgücüne Katılma Oranları, 2009

	TRA2	TR
İşgücüne Katılma Oranı (15 yaş ve üzeri %): Toplam	51,10	47,90
Toplam İstihdam Oranı	46,30	41,20
Tarım Dışı İşsizlik Oranı	21,60	17,3

Kaynak: TÜİK, Bölgesel Göstergeler, İşgücü, 2009

Not: Toplam istihdam oranı, 15-64 yaş arasında çalışan nüfusun 15-64 yaş arası toplam nüfusa oranıdır.

Grafik 12 Müşteri Temsilcilerinin İşten Ayrılma/İşi Bırakma Nedenleri (%), 2010



Kaynak: Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

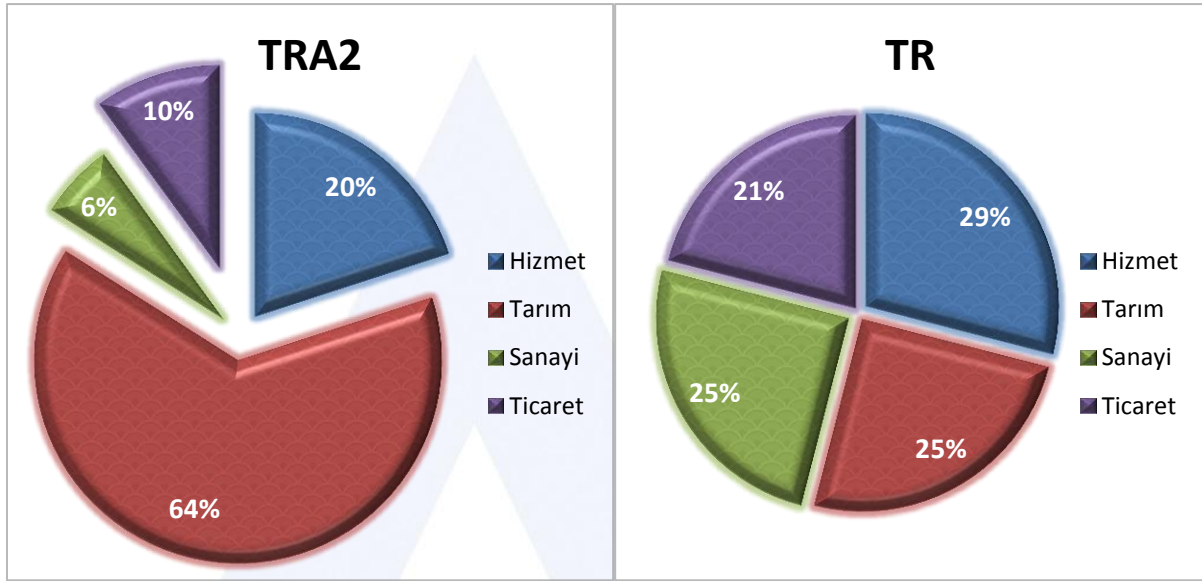
Çağrı merkezi yatırımcılarının sorunlarının başında personelin işi sürekli bir iş olarak görmemesi gelmektedir. Yapılan araştırmalar çağrı merkezinde çalışanların yüzde 50’sinin çeşitli nedenlerle 1 yıl dolmadan işten ayrıldığını göstermektedir.³³ İşletmeler her yeni eleman alımından sonra personellerine 45 günlük işe hazırlık eğitimleri verdiğinden, çalışanların süresizliği maddi kayıplara sebep olmaktadır. Ayrıca, sektör içinde müşteri temsilcilerinin belirli bir süre yetişip işlerinde yükselmeleri mümkünken tecrübe kazanan personelin işten ayrılması işletmenin düzenini de bozmaktadır.

³³ Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

TRA2 Bölgesine yapılacak çağrı merkezi yatırımı sonucu bölgenin eğitimli gençleri iş bulmak için büyükşehirilere göç etmek yerine bu merkezlerde çalışabileceklerdir.

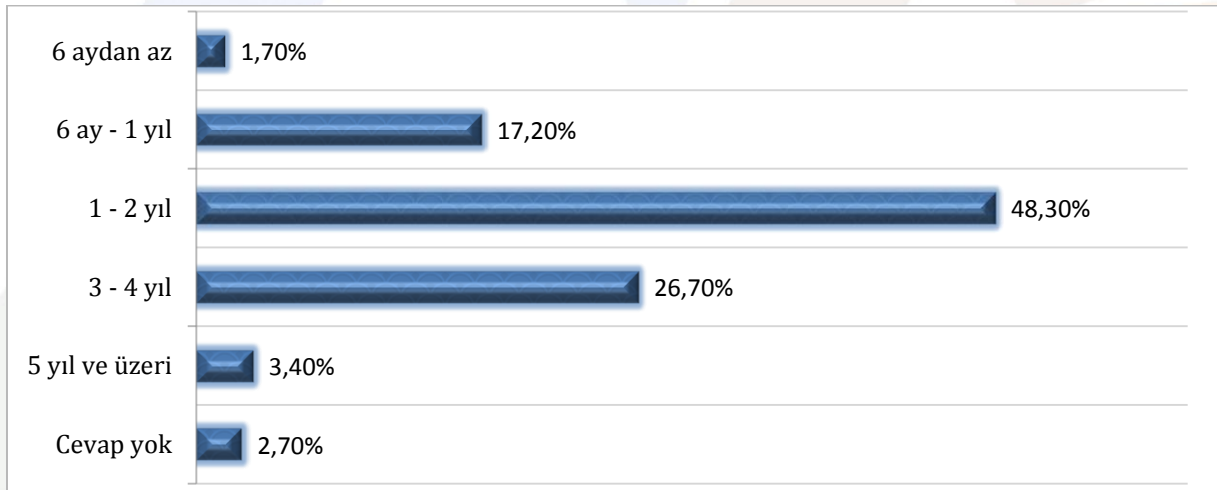
Tarım ve hayvancılık dışında bölgenin istihdam alternatiflerinin az olması genç nüfusun kendilerine uygun iş fırsatları bulmalarını güçleştirmektedir. Kurulacak çağrı merkezine bölge halkının ciddi bir talep göstermesi beklenmektedir.

Grafik 13 TRA2 Bölgesi ve Türkiye’de İstihdamın Sektörel Dağılımı-2009



Kaynak: TÜİK, Bölgesel Göstergeler, İşgücü, 2009

Grafik 14 Müşteri Temsilcilerinin Ortalama Çalışma Süresi (%), 2010



Kaynak: Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

Gençlere modern çalışma standartları sunan çağrı merkezlerine bölgede talebin yüksek olması, iş ayırt etmeyen sürdürülebilir işgücü potansiyeli varlığı, yüzde 30 oranında bir maliyet avantajının olması³⁴ ve firmaların kaliteden ödün vermeden maliyetleri düşürmek için İstanbul dışında genişleme stratejisini benimsemesi³⁵, bölgenin çağrı merkezi yatırımları için uygun olduğunun göstergesidir. Sivas ve Bingöl illerinde yapıldığı gibi üniversitenin yer tahsisi yapması ya da Valilikler tarafından Organize Sanayi Bölgesi'nde yer tahsisi yapılması, Eskişehir'deki uygulamada olduğu gibi İŞ-KUR ve Çağrı Merkezi Gelişim Akademisi desteğiyle merkezde çalışacak kişilere eğitim verilmesi gibi teşviklerin varlığı bölgeyi yatırımlar için cazip kılmaktadır.

Bingöl örneğinde görüldüğü üzere, Kars, Ardahan, Iğdır ve Ağrı illerindeki üniversitelerin kampüslerinde kurulacak bir çağrı merkezinde, istihdam açısından sorun yaşanmayacaktır. Ayrıca çağrı merkezi yatırımını TRA2 Bölgesinde yapan yatırımcı, sürdürülebilir bir insan kaynağına sahip olmanın yanı sıra büyük şehirlerin getirdiği trafik, kira, personel sirkülasyonu, karşılığı alınamayan eğitim masrafları gibi maliyetlerden de büyük ölçüde kurtulmuş olacaktır. Bu bağlamda valilik, belediye, üniversite, İŞKUR, ilgili meslek kuruluşları, STK gibi bölgesel aktörlerin işbirliği yapması ve yatırımı sahiplenmesi bölgede bu ve buna benzer yatırımların gerçekleştirilebilmesi açısından oldukça önemlidir.

Tablo 7 TRA2 bölgesi illerinin cinsiyet ve eğitim durumuna göre verdiği göç (15+ yaş, 2008-2009 dönemi)

EĞİTİM DÜZEYİ	CİNSİYET	AĞRI	ARDAHAN	IĞDIR	KARS
Lise veya dengi okul mezunu	Toplam	3.110	2.133	1.638	3.281
	Erkek	2.019	1.095	910	1.770
	Kadın	1.091	1.038	728	1.511
Yüksekokul veya fakülte mezunu	Toplam	1.499	785	669	1.816
	Erkek	904	448	399	1.041
	Kadın	595	337	270	775

Kaynak: TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Veri Tabanı

³⁴ Connect Çağrı Merkezi Genel Müdürü Elif Gözen ile yapılan röportaj, Takvim Gazetesi, Haziran 2009.

³⁵ *Türkiye Çağrı Merkezi Pazarı Konferansı*, IMI Conferences, J. Morton Institute, 2009.

4.1.2 MALİYET AVANTAJI

Bir çağrı merkezi kurulurken her bir çağrı masasının yatırım tutarı 10 bin TL civarındadır. Sanayide ise bir kişiyi istihdam edebilmek için 150 bin TL yatırım yapılmaktadır.³⁶ Dolayısıyla çağrı merkezi yatırımı ile sağlanan istihdam, sanayi yatırımıyla sağlanan istihdama nazaran çok daha etkindir. Ayrıca çağrı merkezi maliyetlerinin yüzde 60 veya yüzde 70'ini çalışanların oluşturduğu belirtilmektedir. Dolayısıyla en büyük giderini işçi ücretlerinin oluşturduğu bir işyerinin, işçi ücretlerinin düşük olduğu bir bölgede yatırımını tesis etmesi mantıklı olacaktır. İşin maliyet boyutuyla beraber çalışanların yapılan işi benimsemesi ve kalıcı bir iş olarak görmesi de gerekmektedir. Aksi takdirde işçi sirkülasyonu maliyetlerinin yanı sıra işe adaptasyon sürecinde kaybedilen zaman maliyeti de söz konusu olacaktır.

Doğu Anadolu'da çağrı merkezi kurulmasının sağladığı mali avantajlarla ilgili Erzurum'da bulunan Finansbank ve Erzurum Bilgi Çağrı Merkezlerinin yönetimiyle görüşmeler yapılmış ve bu görüşmelerde maliyet avantajına ilişkin veriler elde edilmiştir. Pazar araştırmalarında belirtilen yüzde 30 oranındaki maliyet avantajının içeriğinde, OSB'den ücretsiz arsa temini, İstanbul'da 200 TL'nin üstünde olan sosyal sigorta piriminin 43 TL'ye düşmesi, İstanbul'da 60 TL olan kişi başı servis ücretinin 13 TL olması, kişi başı yemek ücretinin 13 TL yerine 6 TL'ye temin edilebilmesi yer almaktadır.³⁷ Bunların dışında SSK, yemek, yol, özel sağlık sigortası, sosyal aktivite alanları, haftanın 6 günü toplamda 48 saatlik bir çalışma mesaisi, 800-2.000 TL aralığında maaş vb. olanaklar sunan iş seçeneklerinin bölgede son derece sınırlı olması, işin sahiplenilmesine de yol açacaktır. Bu olanaklar istihdam edilen personelin batı illerinde çalışan personele göre işi daha çok sahiplenmesini sağlayacak ve çalışan sirkülasyonunu azaltacaktır.

4.1.3 TELEKOMÜNİKASYON ALT YAPISININ UYGUNLUĞU

Çağrı merkezi yatırımları yapan şirketleri maddi anlamda en çok zorlayan konu, yatırım yapılan bölgenin telekomünikasyon alt yapısının hazır olmamasıdır. Geniş bant teknolojisinin kullanıldığı çağrı merkezlerinde bölgenin fiber optik kablo alt yapısının

³⁶ Çağrı Merkezleri Derneği internet sayfası, <http://cagrimerkezleridernegi.org> (Erişim tarihi: 11.01.2011)

³⁷ Erzurum Bilgi Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet ŞENER ile 13 Aralık 2010 tarihinde yapılan görüşme

kurulu olması gerekmektedir. Bölge illerinin telekomünikasyon alt yapısı incelendiğinde çağrı merkezi kurulabilmesi için gerekli teknik alt yapının mevcut olduğu görülmektedir.

Tablo 8 TRA2 Bölgesi illerinin fiber optik kablo altyapısı

İller	Fiber Optik Kablo Alt Yapısı
Ağrı	Üniversite Kampüsü ve Organize Sanayi Bölgesi'nde fiber optik kablo alt yapısı mevcuttur.
Ardahan	Şehir merkezindeki üniversite binalarında fiber optik kablo alt yapısı mevcuttur.
Iğdır	Üniversite Kampüsü ve Organize Sanayi Bölgesi'nde fiber optik kablo alt yapısı mevcuttur.
Kars	OSB, Üniversite Kampüsü, Havaalanı-merkez yolu üzerinde ve şehir merkezinin büyük bir kısmında mevcuttur.

Kaynak: TRA2 Bölgesindeki OSB'lerden alınan veriler.

4.1.4 ULAŞIM PROBLEMİNİN OLMAMASI

Çağrı merkezlerinin İstanbul'dan Anadolu'ya kaymasının en önemli sebeplerinden birisi de büyükşehirlerdeki ulaşım problemleridir. Gün içinde zamanının büyük bir kısmını yollarda geçiren çalışanların verimliliği düşmektedir. Aynı zamanda ulaşım maliyetleri çalışanları olumsuz etkilemektedir.

TRA2 Bölgesinde şehir içi ve şehirlerarası ulaşım sorunu yaşanmamaktadır. Bölge illerinin merkezlerinin mütevazı bir alan içinde kurulu olması, merkez içindeki ulaşımın yürüyüş mesafesinde olmasına olanak tanımaktadır. Bu durum hem zaman kaybının hem de maddi kaybın önüne geçmektedir.

Kars'ta karayolu, demiryolu ve havayoluyla taşımacılık hizmetleri mevcuttur. Havaalanı 1988 yılında açılmış olup, yıllık 1 milyon yolcu kapasitesine sahiptir. Şehir merkezine 4 km mesafede bulunan havaalanından Ankara, İstanbul ve İzmir'e düzenli seferler yapılmaktadır. Yıllık 2 milyon yolcu kapasitesine sahip olacak ilave iç ve dış hatlar terminal binasının inşaatının 2011 yılında tamamlanması beklenmektedir. Şu ana kadar elde edilen verilere ek olarak Kars'ta yolcu taşıma servisi faaliyetinde bulunan 5, ev ve işyerlerine taşımacılık hizmeti sunan 18 firma bulunmaktadır. Toplamda bu firmalarda

50'si kadın 273 personel çalışmaktadır³⁸. Bu bağlamda çağrı merkezi yatırımı için istihdam edilecek personelin taşımacılık faaliyetini karşılayacak potansiyel bulunmaktadır.

Ağrı İlinde kara ve havayolu ulaşımı bulunmaktadır. Havalimanında Türk Havayolları İşletmesinin haftanın her günü İstanbul'a, haftanın 3 günü de Ankara'ya uçuşları bulunmaktadır. Iğdır'da inşaatı devam eden havaalanının 2011 yılında faaliyete geçmesi beklenmektedir. Ardahan'da ise havalimanı mevcut değildir ancak fizibilite çalışmaları devam etmektedir.

4.1.5 GÜVENLİ BİR BÖLGE OLMASI

Çağrı merkezinin kurulabilmesi için şehir güvenliğinin sağlanmış olması oldukça önemli bir kriterdir. TRA2 bölgesindeki suç oranları incelendiğinde bölgedeki suç oranlarının Türkiye istatistiklerinin altında olduğu görülmektedir. 2008 yılındaki nüfusu 530.879 olan Ağrı'da 2008 yılında sadece 370 kişi cezaevine girmiştir. Bin kişi başına düşen kayıtlı suç sayısı Kars'ta için 7,37'dir. Bu oran Türkiye ortalamasının altındadır. TRA2 illeri Türkiye'de en az suç işlenen ilk 10 il içindedir.³⁹

TRA2 Bölgesi illeri güvenlik ve asayiş sorunu yaşanmayan, halkın hoşgörü içinde yaşadığı merkezlerdir. Türkiye çapında yapılan "Türkiye'nin En Yaşanabilir Şehirleri" araştırmasında illerin güvenlik sıralamasında Kars 28, Ağrı 14, Iğdır 23, Ardahan ise 33. sırayı almıştır.⁴⁰

4.1.6 İKTİSADİ VE SOSYAL AÇIDAN BÖLGEYE VE YATIRIMCISINA AVANTAJLARI

Çağrı merkezinin bölge açısından en önemli avantajı, birincil sermayesi insan kaynağı olan, dolayısıyla istihdama büyük oranda hizmet eden bir yatırım türü olmasıdır. Bu açıdan bakıldığında çağrı merkezi yatırımları, aynı öz kaynak büyüklüğündeki bir sanayi yatırımına nazaran yaklaşık olarak 10 kat daha fazla istihdam sağlamaktadır⁴¹. Bunun yanı sıra bölgeye her yıl ciddi bir kaynak girişi olmakta ve gelir seviyesi yükselmektedir. Örneğin Turkcell'in Erzurum'da açtığı çağrı merkezinin Erzurum ekonomisine yaptığı maddi katkı kente ciddi anlamda bir canlılık getirmiştir. Yapılacak yatırım sayesinde

³⁸ Kars Ticaret ve Sanayi Odası ve Kars Sosyal Güvenlik Müdürlüğü kayıtları, 2010.

³⁹ TÜİK, Suç işlendiği il ve suç türüne göre ceza infaz kurumuna giren hükümlüler (toplam), 2008.

⁴⁰ Aylık iş ve ekonomi dergisi CNBC-e Business, *Türkiye'nin En Yaşanabilir Kentleri* Araştırması, 2010.

⁴¹ Çağrı Merkezleri Derneği internet sayfası, <http://cagrimerkezleridernegi.org> (Erişim tarihi: 11.01.2011)

bölgemizde sürdürülebilir istihdam sağlanacak, aynı zamanda istihdam edilen çalışanlar profesyonel bir iş deneyimine sahip olacaklardır. Alacakları eğitimler (tele-satış, müşteri ilişkileri, diksiyon vb.) ileride çalışmak isteyecekleri farklı sektörlerde de kendileri için referans oluşturmaktadır.

Bölgede yaratılacak istihdamın yanı sıra yapılan yatırımın doğrudan ve dolaylı yönden bazı sektörlerle katkıları olacaktır;

- Bölgeye teknoloji yatırımları çekilmesi,
- Yiyecek-içecek (catering) hizmetlerinin gelişmesi,
- Ofis, büro malzemeleri ve hizmetleri sunan firmaların gelişmesi,
- Taşımacılık faaliyetlerinde bulunan firmaların gelişmesi.

Örnek verilen spesifik sektörler dışında bölgeye girdi sağlanması, tüm sektörlerde olumlu yansıyacaktır. Yaratılan istihdam bölgede sosyal sigortalı olarak çalışan sayısını artıracak ve TRA2 bölgesindeki gelirin sürdürülebilir şekilde artmasını sağlayacaktır.

4.1.7 BÖLGEDE KURULACAK ÇAĞRI MERKEZİNİN DEZAVANTAJLI GRUPLARIN İSTİHDAMINA KATKISI

Sektördeki yeni trendlerden biri de evden hizmet verilen (home agent) çağrı merkezi modelidir. Bu modelle çağrı merkezleri, hem kurulu düzen çağrı merkezlerinden daha az maliyetlerle işletilebilmekte hem de evden çıkmada, işe gidip gelmede zorluk çeken grupların ekonomik hayata katılmasını sağlamaktadır. Bu grupların tele-satış, müşteri hizmetleri gibi branşlarda istihdam edilmeleri mümkündür.

Engelliler ve dezavantajlı gruplar gerek şehirlerin altyapılarının yetersiz olması gerekse diğer sosyal nedenlerden dolayı ekonomik yaşama daha az katkı sağlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında home agent (evden çalışanlar) sistemi ile birlikte hem bu dezavantajlı grupların sosyal hayata katılmaları sağlanacak hem de günde 5,5 saatlik bir çalışmayla aylık 750-850 TL arasında değişen bir gelir elde edilmiş olacaktır.

Bölgeye tayin olan memurların eşleri de yine bu grup içinde değerlendirilmektedir. Maliye Bakanlığı Muhasebat Genel Müdürlüğü'nün verilerine göre bölgemizde Ardahan'da 2.738, Kars'ta 7.031, Iğdır'da 3.771, Ağrı'da 7.499 memur bulunmaktadır. Bu

durum eşlerinin zorunlu tayini nedeniyle bölgede bulunan ve iş bulmakta zorlanan eğitimli memur eşleri için de potansiyel istihdam alanı olarak değerlendirilebilmektedir.





SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Tüm dünyada ve Türkiye’de şirketlerin müşteri memnuniyetini ve müşteri ilişkilerini geliştirmeye yönelik politikalarının öncelik kazanması özellikle çağrı merkezi sektörüne yapılan yatırımların artmasına yol açmıştır. Diğer Avrupa ülkelerine kıyasla halen Türkiye’de çağrı masası başına düşen müşteri sayısı oldukça yüksektir. Bu nedenle çağrı merkezi pazarının Türkiye’de doygunluğa ulaşmadığını söylemek mümkündür.

Türkiye’de son dönemde kamu sektörünün de çağrı merkezinin önemini kavraması üzerine bakanlıklar ve ilgili kuruluşlar kendi hizmetlerini sunma noktasında çağrı merkezi kanallarını kullanmaya yönelmişlerdir. Bu yöneliş pazarda dış kaynak sağlayıcı çağrı merkezleri sayısının artışına ve istihdama pozitif etki yapmıştır. Özellikle dış kaynak çağrı merkezlerinin sayılarının artması sektörün profesyonelleşmesini de beraberinde getirmektedir.

Ülkemizde değişen teknolojiye hızla ayak uyduran çağrı merkezlerinin yakın bir gelecekte faaliyet alanlarını artırması beklenmektedir. “Sanal Müşteri Temsilcileri” ve “Görüntülü Çağrı Merkezleri” iş modelleri üzerinde çalışan işletmeler çok yakın bir zamanda sektörün yol haritasını çizecektir. Yapılan araştırmalar çağrı merkezi yatırımcılarının yüzde 51’inin 2011 yılında yatırımlara devam edeceklerini göstermiştir. Türkiye’nin 2010-2011 yılları boyunca ekonomisinde yaklaşık yüzde 7’lik bir büyüme öngörülmektedir.⁴² Bu büyüme dikkate alındığında çağrı merkezi sektörünün piyasalardaki canlanmadan etkilenerek büyüme oranını artırması beklenmektedir. Türkiye çağrı merkezi pazarının 2011 yılında yüzde 17 büyüyeceği ve önümüzdeki 5 yıllık dönemde de pazarın yüzde 18 oranında büyümeye devam edeceği ve yaklaşık 30.000 kişinin daha istihdam edileceği öngörülmektedir.⁴³

Gelişen teknolojiyle çağrı merkezlerinin kuruldukları mekânın önemi azalmıştır. İşletmeler çağrı merkezi hizmetini rahatlıkla Anadolu’daki illerde verebilmektedirler. Son 5 yılda maliyet avantajı sağlayan, çalışma süresi bakımından süreklilik arz edecek insan kaynağının bulunduğu Doğu ve Güneydoğu Anadolu illerinde başlayan yatırımlar

⁴² IMF Mali Gözlem Raporu (2010)

⁴³ Karya Araştırma ve Danışmanlık Hizmetleri, *Türkiye Çağrı Merkezi Raporu 2010*, IMI Fuarcılık Ltd. Şti., İstanbul, 2010.

olumlu sonuçlar vermiş, işletmeler Doğu'nun sahip olduğu işgücü ve maliyet avantajlarını fark etmiştir. Pek çok işletmenin önümüzdeki dönemde Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da çağrı merkezi yatırımları yapacağını açıklaması TRA2 Bölgesi illerinin de bu yatırımlara ev sahipliği yapabilecek potansiyele sahip olması açısından çok büyük bir fırsat olarak görülmektedir.

TRA2 Bölgesinde yapılacak çağrı merkezi yatırımları; bölgenin kalkınmasında önemli bir fırsat olarak görülmektedir. Çağrı merkezlerinin kurulmasıyla bölge, yetiştirdiği eğitimli gençlerin istihdam edilebileceği yeni cazibe merkezlerine kavuşmuş olacaktır. Bu merkezlerin getireceği hareketlilik bölgenin sosyoekonomik kalkınmışlık düzeyini artıracaktır.

Planlanan çağrı merkezi yatırımların TRA2 illerine çekilmesiyle;

- Çağrı merkezi gibi insana dayalı bir sektörün yaratacağı istihdam olanakları özellikle ofis ortamında çalışma imkânı arayan vatandaşlara bu imkânı sağlayacaktır. Böylelikle ofis ortamında çalışmak isteyen gençlerin il dışına olası göçünün önüne geçilerek bölgenin kalkınmasına katkı sağlanacaktır,
- Bölgede hizmet sektörü gelişecektir,
- Çağrı merkezi bölgenin sosyo-kültürel yapısını da etkileyecektir. Çalışanların ortak ilgi alanlarına yönelik kafe, sinema, kütüphane, alışveriş merkezleri, dinlenme alanları orta ya da uzun vadede kendilerine yer bulacaktır. Bu sayede bölgenin en önemli ihtiyaçlarından olan sosyal ortamların sayısında zamanla artış olacaktır,
- Çağrı merkezlerinde yoğun olarak telefon üzerinden çağrı trafiği gerçekleşmektedir. Bu nedenle bölgeye yönelecek çağrı hacmi, telekomünikasyon operatörleri için ilgi alanı olacak ve yeni yatırımlar bölgenin telekomünikasyon altyapısının daha da gelişmesini sağlayacaktır,
- Çağrı merkezlerine ek olarak insan yoğun olan doküman işleme ve veri girişi operasyonlarının getirilmesiyle birlikte, bölge halkına farklı alanlarda da iş imkânları sunulabilecektir,
- Kurulacak çağrı merkezi bölgede konut, ulaşım, eğlence, kültürel faaliyetler, yiyecek içecek hizmetleri, taşımacılık ve bilişim gibi sektörlerin gelişmesine katkı sağlayacaktır.

Yapılan araştırmaların sonucuna göre, yatırım yapılacak şehirde,

- Organize Sanayi Bölgesi ve faal durumda üniversite kampüsünün mevcut olması,
- Gerekli telekomünikasyon altyapısının organize sanayi bölgesinde, üniversite kampüsünde ve şehir içinde mevcut olması,
- Yetişmiş insan kaynağı sorunun olmaması,
- Faal bir havaalanının mevcut olması, Ankara, İzmir, İstanbul gibi büyük şehirlere her gün birden fazla aktarmasız seferin olması,
- Suç oranının düşük ve şehir güvenliğinin tesis edilmiş olması
- Sosyal hayatın gelişmiş olması da aranan kriterlerdendir.

Yukarıda sayılan kriterler çağrı merkezi yatırımı tercihinde şehirleri bir adım öne çıkaran faktörlerdir. Doğu ve Güneydoğu Anadolu illerinde yapılan çağrı merkezi yatırımları incelendiğinde yatırımcıların aradıkları şartların bölgemiz illerinde fazlasıyla mevcut olduğu düşünülmektedir. Kars'ın sahip olduğu eğitimli genç nüfus sayısı, ili bölge illeri arasında öne çıkarmaktadır. İlde şehir içi ve şehirlerarası ulaşım sorunu yoktur. Eğitimli nüfusun iş olanaklarının sınırlı olmasından dolayı kente kurulacak çağrı merkezinde çalışmak için büyük bir talebin oluşacağı tahmin edilmektedir. Iğdır İli, üniversiteye sahip olmasının yanında mevcut ticaret hacmiyle yatırımlara açık bir kent olması açısından avantajlı bir konumdadır. Türkiye'nin en güvenli illerinden biri olan Ağrı, yeni kurulan üniversitesi, ulaşım sorununun olmaması ve yoğun nüfusu ile çağrı merkezi yatırımları için oldukça caziptir. Bölgenin en az nüfuslu ili olan Ardahan'daki iş imkânlarının kısıtlı olması genç nüfusu göçe zorlamaktadır. Ulaştırma Bakanı Binali Yıldırım'ın şehre 500 koltuk sayılı bilinmeyen numaralar çağrı merkezi kurulacağı sözünü vermesi yeni iş olanaklarının oluşması açısından umut vericidir.

5.1 NELER YAPILMALI?

- Bu raporda yer verilen bilgiler ışığında TRA2 Bölgesinde çağrı merkezi kurulmasına yönelik bir eylem planı oluşturulmalıdır.
- Bölgenin çağrı merkezi yatırımlarını çekebilmesi için öncelikle kamu kurumlarının çağrı merkezlerini kurmayı hedeflemesi uygun olacaktır. Bununla birlikte özel sektör de hedef alınmalıdır. Bölgede öne çıkan sektörlerde faaliyet gösteren ve çağrı

merkezi olan/kurmayı planlayan büyük firmaların yatırımlarını TRA2 Bölgesinde yapmaları için girişimlerde bulunulmalıdır.

- Bölgeye çağrı merkezi yatırımı yapabilecek işletmeler bölgenin sahip olduğu potansiyelden haberdar edilmelidir. Bu süreçte Bölgenin üniversiteleriyle ve İŞKUR'la iş birliği içinde olunmalı, öğrenim görmekte olan öğrencilere ve İŞKUR'a kayıtlı en az lise mezunu genç nüfusa bölgeye çağrı merkezi kurulması halinde bu merkezlerde çalışmayı düşünüp düşünmediklerine yönelik bilgilerin alınacağı anketler yapılmalıdır. Anket sonuçları potansiyel yatırımcılarla paylaşılmalı bölgenin böyle bir yatırımı kaldırabilecek potansiyele sahip olduğu konusunda yatırımcılar ikna edilmelidir.
- Çağrı merkezi yatırımlarının TRA2 Bölgesine kazandırılabilmesi için yerel medya etkili bir şekilde çalışmalıdır. Bu hususta medyanın desteği alınarak çok daha geniş bir alanda bölgenin talebi dile getirilmiş olunacaktır.
- Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da yapılan çağrı merkezi yatırımlarında dikkat edilmesi gereken en önemli unsur Bölgenin yerel yönetimleri ve siyasetçilerinin yatırımların bölgelerine yapılması konusunda yapmış oldukları yoğun çalışmalarıdır. Yerel yönetimlerin ve bölge siyasetçilerinin konuyu sahiplenmesi TRA2 Bölgesine çağrı merkezlerinin kazandırılması açısından oldukça önemlidir. Bu hususta Bölge illerinin siyasi dinamiklerinin kendi siyasi fikirlerinden bağımsız olarak bir araya gelmeleri, kentlilik bilinciyle hareket ederek ortak bir sesle taleplerini dile getirmeleri gerekmektedir.



EKLER

6. EKLER



T.C.
AĞRI İBRAHİM ÇEÇEN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Personel Daire Başkanlığı

Sayı : B.30.2.AİÇ.0.71.06.99-622.03/43-56

0 OCA 2011

Konu : Akademik ve Öğrenci Sayıları

SERHAT KALKINMA AJANSI

İlgi : 05.01.2011 tarih ve TRA2-DII-SERKA-PB-2011/7 sayılı yazınız.

Üniversitemiz akademik personel sayıları aşağıya çıkarılmış olup, öğrenci sayıları ise ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinize rica ederim.

Ali Fuat AÇIKGÖZ
Genel Sekreter V.

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Akademik Personel Sayısı

S.No	Unvanı	Kadro Sayısı
1	Profesör	5
2	Doçent	3
3	Yrd. Doç.	39
4	Öğr. Gör.	31
5	Arş. Gör.	97
6	Okutman	7
7	Uzman	2
Toplam		184

Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Öğrenim Görmekte Olan Lisans, Önlisans Öğrenci Sayısı

Lisans	3390
Ön Lisans	646
Yüksek Lisans	-
Toplam	4036

T.C.
KAFKAS ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Personel Daire Başkanlığı

SAYI : B.30.2. KAÜ.0.71.912.02/ 86
KONU : Bilgi Talebi

00143 10.01.2011

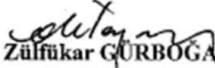
KARS
.../01/2011

SERHAT KALKINMA AJANSI GENEL SEKRETERLİĞİNE
İsmet İnönü Caddesi
İl Genel Meclisi Binası Kat: 1
KARS

İLGİ: 05.01.2011 tarih ve 7 sayılı yazınız.

İlgi yazınızla ajansınız tarafından yapılan çalışmalarda kullanılmak üzere istenilen Üniversitemize ait istatistik bilgileri düzenlenerek ekte gönderilmiştir.

Bilgilerinizi rica ederim.


Zulfikar GURBOGA
Genel Sekreter

Üniversite Lisans, Ön Lisans, Yüksek Lisans Toplam Öğrenci Sayısı

Lisans	7710
On Lisans	4311
Yüksek Lisans	464
Toplam	12021

BİRİMLERE GÖRE AKADEMİK PERSONEL SAYISI

BİRİMİ	AKADEMİK PERSONELİN UNVANLARINA GÖRE DAĞILIMI								
	Prof. Dr.	Doç. Dr.	Yrd.Doç. Dr.	Öğretim Görevlisi	Okutman	Arş.Gör.	Uzman	Çevirmen	Eğt.Öğr. Plan.
ÜNİVERSİTE TOPLAMI	41	30	116	76	46	184	14	-	-
									507



**T.C.
IĞDIR ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ**

SAYI : B.30.2.İĞD.0.70.00.00/05
KONU: Öğrenci ve Personel Bilgileri

07 / 01 /2011

**SERHAT KALKINMA AJANSI (SERKA)
GENEL SEKETERLİĞİNE**

İLGİ: 05/01/2011 tarih ve TRA2-DII-SERKA-PB-2011/7 sayılı yazınız.

İlgide belirtilen yazınıza göre istemiş olduğunuz personel ve öğrenci bilgileri yazımız ekinde sunulmuştur.
Gereğini bilgilerinize arz ederim.

Cemal ÖZABAÇIĞIL
Genel Sekreter

Üniversite Lisans, Ön Lisans, Yüksek Lisans Toplam Öğrenci Sayısı

Lisans	596
Ön Lisans	1438
Yüksek Lisans	28
Toplam	2062

Birimlere göre akademik personel dağılımı

Birimler	Prof.	Doçent	Yrd. Doç.	Öğr. Görv.	Okutman	Arş. Görv.	TOPLAM
TOPLAM	4	3	39	31	6	45	128



T.C.
ARDAHAN ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
Personel Dairesi Başkanlığı

SAYI : B.30.2.ARD.0.71.00.00/205
KONU: Bilgi Talebi

26.01.2011

SERHAT KALKINMA AJANSINA

İlgi: 10.01.2011 tarih ve 40 sayılı yazımız.

İlgi yazımızda Üniversitemize ait akademik personel bilgileri ile öğrenci bilgileri gönderilmişti. Akademik kadrolarımızdaki değişiklikler ve şu anda atama işlemleri devam edenlere ait bilgiler güncellenmiş ve yazımız ekinde sunulmuştur.

Bilgilerinizi rica ederim.

Prof. Dr. Orhan SÖYLEMEZ
Rektör V.

Üniversitenin Toplam Lisans ve Ön lisans Öğrenci Sayısı

Lisans	988
Ön Lisans	943
Yüksek Lisans	-
Toplam	1931

Akademik Personel Dağılımı

Prof. Ör.	Doç. Dr.	Yrd. Doç. Dr.	Uzman	Okutman	Öğr. Gör.	Arş. Gör.	TOPLAM
2	1	2			8	4	17

Kars İli Telekom Müdürlüğü
Operasyon Müdürlüğü
Ortakapı Mah. Ordu Cad. No:97-38139-KARS
Tel: (474)5651060 Faks: (474) 2235515



444 1 444 1 TÜRKTELEKOM.COM.TR

Sayı: TTŞ.4.36.00.02/115
Konu: Fiber Optik Kablo Altyapısı

03081 23.12.2010

T.C Serhat Kalkınma Ajansı
Kars

İlgi: TRA2-DII-SERKA-2010/473 sayılı ve 22.12.2010 tarihli yazınız.

İl Müdürlüğümüz sorumluluk sahası içerisinde bulunan Kafkas Üniversitesi Kampüsü, Organize Sanayi Bölgesi ve Havaalanı güzergâhı için ilgi sayılı yazınızda bölgede kurulması muhtemel Çağrı merkezi için Fiber Optik ve bakır kablo altyapımızın durumu sorulmuş olup; Bahse konu lokasyonlarda santral binamız bulunmaktadır. Fiber ve bakır kablo altyapısı mevcuttur. Çağrı merkezi kurulması aşamasında telekomünikasyon altyapısı için herhangi bir ek maliyet gerekmemektedir.

Bilgilerinize rica ederiz.

Ufuk GÜZEL
Operasyon Müdürü(V)

Ali KIZILCIK
İl Telekom Müdürü

OPERASYON MÜDÜRLÜĞÜ
İğdir İli Telekom Müdürlüğü
Atatürk Cad.No:86 76000 İGDIR
Tel : (476) 555 12 00 Faks: (476) 555 10 15



444 1 444 1 TÜRKTELEKOM.COM.TR

SAYI : TTŞ.4.76.00.02/
KONU : Bilgi talebi

1001.11-65

T.C
SERHAT KALKINMA AJANSI
(TRA2 DÜZEY II BÖLGESİ AĞRI-ARDAHAN-İGDIR KARS)

İlgi:05.01.2011 tarih ve 8 sayılı yazınız.

İğdir Üniversitesi Kampüsü şu anda hizmette olmayıp kırsal alan görünümündedir. Mevcut Fiber Optik kablo alt yapımıza uzaklığı 500 m olup kampüs alanı içinde bakır kablo şebekemiz yoktur. yine; tesis çalışmaları devam eden havaalanının Fiber Optik kablo güzergahımıza uzaklığı 3800 m olup, burada da bakır kablo şebekemiz bulunmamaktadır. OSB'den Fiber Optik kablo ve bakır telefon şebekesi mevcut olup hizmet vermektedir. OSB'ye ait Telekomünikasyon alt yapı projesinin 1 nüshası ektedir. Bilgilerinize arz ederiz.

Mustafa SEVİLMİŞ
Operasyon Müdürü V.

Turgut ŞEKERTEKİN
İl Telekom Müdürü

Operasyon Müdürlüğü
Türk Telekomünikasyon A.Ş.
Kağızman Cad. 04104 AĞRI
Tel : (472) 555 11 10 Faks: (472) 555 10 15



444 2 444 1 TURKTELEKOM.COM.TR

Sayı :1270
Konu: Bilgi Talebi Hk.

11.01.2011* 0035

SERHAT KALKINMA AJANSI
KARS

İlgi: 05.01.2011 tarih ve TRA2-DII-SERKA-2011/8 sayılı yazı

Ağrı İl Telekom müdürlüğü hizmet sahası dahilinde bulunan söz konusu yerlerde alt yapımız mevcut olup her türlü iletişim hizmeti verilebilecek durumdadır.

Bilgilerinize rica ederiz.

Nihat BOZKURT
Operasyon. Mtd. V.

İzzettin DOĞAN
İl Telekom Müdürü

Operasyon Müdürlüğü
Ardahan İl Telekom Müdürlüğü
Lise Cad. No:37 75104/ARDAHAN
Tel: (478)555 1060 Faks: (478)555 1012



444 2 444 1 TURKTELEKOM.COM.TR

SAYI : TTŞ.4.75.00.02 / 103
KONU : Bilgi Talebi

T.C.
SERHAT KALKINMA AJANSI
Ortakapı mah. Atatürk Cad.
No:117 KARS

000040 07.01.2011

İLGİ: 05.01.2011 tarih ve 2011/8 sayılı yazınız.

İl Telekom Müdürlüğümüz hizmet sahasında Organize sanayi bölgesi ve havaalanı bulunmamakta olup, Ardahan Üniversitesi'ne ait binalarda fiber ve bakır şebeke altyapımız mevcuttur. Üniversite binalarına internet hizmeti Metroethernet olarak 5 Mb hızında sağlanmaktadır. Bu hatlara ait fiber optik haritası mevcut değildir.

Bilgilerinize rica ederiz.

Mustafa HOSKUN
İl Telekom Müdür V.



T. C. SERHAT KALKINMA AJANSI

Ortakapı Mah. Atatürk Cad. No: 117 KARS - TÜRKİYE Tel: +90 (474) 212 52 00 • Fax: +90 (474) 212 52 04 • e-mail: info@serka.org.tr • web: www.serka.org.tr